



Қазақстанда
импакт-инвестицияларды тарту үшін
креативті бизнесті бағалаудың
жаңа тәсілдері

Зерттеу нәтижелері бойынша есеп 2024

АЛҒЫС

Зерттеу авторы сұхбатқа қатысқан және кәсіпкерлерді қаржылай қолдау бойынша импакт-жобалар мен бастамаларды іске асыру саласындағы өзінің бірегей тәжірибесімен бөліскен сарапшыларға – Анель Молдахметова, Индира Шах, Сауле Мамаева, Ксения Верба, Лейла Айтмуханова, Асылжан Упашева, Ринад Темирбеков, Мадияр Абилов, Бахт Ниязов және Канат Ногойбаевқа алғысын білдіреді.

Бұл есеп теориялық бөлімді валидациялау жұмысы өте құнды болған оң әлеуметтік өзгерістерді ілгерілетудегі өнердің рөлін зерттейтін Зумрад Мирзалиеваның қатысуынсыз толық болмас еді.

Сауле Мамаева мен Данияр Аманалиевке есепті жақсарту бойынша терең пікірталастар мен ұсынымдар үшін, сондай-ақ Саша Боровскийге (inDrive) және Фарид Наврузбековаға (Impact Hub Almaty) осы құжатты қолданбалы етуге мүмкіндік берген ақпаратты жинауға көмектескені үшін ерекше алғыс.

Зерттеудің бастамашысы және есептің авторы – Настя Гончарова, креативті индустриялар саласындағы тәуелсіз зерттеуші, креативті кәсіпкерлікті дамыту бойынша білім беру бағдарламаларының жаттықтырушысы және тәлімгері (Қазақстан).

Мұқабадағы сурет: Танирхан Серекпаев. Графикалық дизайн: Роман Байретдинов.

Есеп құрылымы

Негізгі терминдер	4
Кіріспе	6
Зерттеу мақсаттары	6
Тақырыптың өзектілігі	7
Әдістеме және гипотезалар	8
1 бөлім. Креативті индустриялардағы импакт: жаһандық перспектива	10
1.1. Әлемдегі креативті индустриялар	10
1.2. Импакт және оны бағалау әдістері	13
Импакт анықтамасы	13
Құндылық және әлеуметтік-мәдени үлес	14
Әлеуметтік әсерді бағалау әдістері	15
1.3. Импакт-инвестициялау	27
Әсер ету экожүйесі	29
1.4. Креативті индустриялардағы импакт-инвестициялау	32
Негізгі қиындықтар	33
Инвестициялық өнімдер	35
Оптика	36
МКИ-ға инвестициялау трендтері	38
2 бөлім. Креативті индустриялардағы импакт: Қазақстан	41
2.1. Креативті индустрияларды дамыту ерекшелігі	41
2.2. Венчурлық экожүйенің креативті индустриялардың дамуына әсері	46
2.3. Сараптамалық сұхбат нәтижелері	52
3 бөлім. Қорытындылар мен ұсыныстар	60
Қорытынды	65
Қосымша материалдар:	67
Делдал ұйымдар үшін әсерді бағалау индикаторлары	67
Креативті кәсіпкерлер үшін импакт индикаторлары	69
Alternativa Film Award (inDrive) импакт-жобасын жүзеге асырудың практикалық мысалы	71

Негізгі терминдер

Креативті экономика – "креативті қабілеттерін коммерциялық мақсатта пайдалануға маманданған секторлар жиынтығы"¹. UNCTAD креативті экономиканы "креативті пен идеялардың зияткерлік меншікпен, біліммен және технологиямен өзара әрекеттесуіне негізделген дамып келе жатқан тұжырымдама" деп атайды².

Креативті индустриялар, Ұлыбританияның Мәдениет, ақпарат және спорт министрлігінің (DCMS) классикалық анықтамасына сәйкес³ — бұл "жеке креативті бастамаға, шеберлікке және талантқа негізделген және зияткерлік меншік объектілерін өндіру және пайдалану арқылы капитал мен жұмыс орындарын құруға әлеуеті бар индустриялар".

Креативті кәсіпкерлік – құндылықтарды, құны қосылған өнімдерін, материалдық және материалдық емес активтерді құру, сондай-ақ таланттар мен зияткерлік капиталды басқару арқылы тұрақты пайда табу мақсатында креативті экономиканың бір немесе бірнеше секторындағы коммерциялық қызметтің (көбінесе өзін-өзі жұмыспен қамтудың) нысаны.

Импакт⁴ немесе әлеуметтік әсер-бұл жеке адамдардың, қауымдастықтардың немесе жалпы қоғамның мінез-құлқындағы нақты әрекеттер мен өзгерістер нәтижесінде экономикалық, әлеуметтік, мәдени, экологиялық және/немесе саяси жағдайдағы маңызды өзгеріс. Әсер оң немесе теріс, мақсатты немесе болжанбаған болуы мүмкін. Импакт нәтижесі адамдар тобының әл-ауқат деңгейі немесе оқиға немесе әрекет нәтижесінде табиғи ортаның жағдайы болуы мүмкін.

Өзгерістер теориясы – адамдарға, қоғамдық немесе табиғи жүйелерге бағытталған болжамды өзгерістерді тұжырымдау әдісі. Өзгерістер теориясы нақты араласу (қаржылық және қаржылық емес), қысқа мерзімді нәтижелер және тікелей немесе жанама әсер етудің ұзақ мерзімді салдары арасындағы байланысты анықтауға және талдауға көмектеседі.

Индикатор – динамикасы импакт-жоба шеңберінде әсер ету аяқталғанға дейін, оның барысында және одан кейін өлшенетін өзгеріс көрсеткіші. Мысалы, бұл білім беру бағдарламасының түлектерінің креативті альянсын құруы немесе өндірістік циклде бір реттік ыдыстың көлемінің азаюы болуы мүмкін.

¹ Newbigin, J. (2022). *What is the creative economy?* British Council. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>.

² UNCTAD. *Creative Economy Programme*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>

³ Department for Culture Media and Sport (DCMS). (1998). *Creative Industries Mapping Documents*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

⁴ Impact Frontiers. Impact definition. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://impactfrontiers.org/norms/>

Импакт-инвестициялар немесе әлеуметтік әсерге арналған инвестициялар (сондай-ақ миссияға арналған инвестициялар, тұрақты немесе жауапты инвестициялар), Жаһандық Әсер ету Инвестициялар Желісінің (Global Impact Investing Network, GIIN)⁵ анықтамасы бойынша, қаржылық пайдамен қатар оң, өлшенетін әлеуметтік және экологиялық әсерді алуға бағытталған. Әсер ету инвестицияларының өсіп келе жатқан нарығы тұрақты ауыл шаруашылығы, жаңартылатын энергия көздері, микроқаржыландыру, креативті индустриялар және т.б. сияқты секторлардағы өзекті әлемдік мәселелерді шешуге капитал береді.

Шыдамды капитал немесе "баяу капитал" — корпоративтік, инвестициялық және қайырымдылық қорлары импакт-жобаларды дамытуға бағытталған капитал. Бұл капитал әлеуметтік және креативтік әсіпкерлік сияқты баяу экожүйелердің мүмкіндіктеріне толық сәйкес келеді (жылдам венчурдан айырмашылығы) және мұндай жобалардың төмен тұрақтылығымен және ұзақ мерзімді әсер ету нәтижелерімен байланысты жоғары тәуекелдерді қабылдайды.

Импакт-инвестор — осы бағыттарда жұмыс істейтін кәсіпкерлік жобаларды қолдау арқылы қоғамдағы оң өзгерістерді күшейтуге немесе әлеуметтік және табиғи жүйелерге теріс әсерді азайтуға мүдделі жеке немесе институционалды актив иесі.

Импакт-инвестициялар объектісі — күшті әлеуметтік миссиясы және нарықтық даму стратегиясы бар, импакт-инвестиция алуға бағытталған стартап немесе ұйым⁶.

Осы зерттеу контекстіндегі **делдалдар** — салалық білімді жинақтайтын және мүдделі тараптарды (кәсіпкерлер, донорлар, инвесторлар, басқарушылар) біріктіре отырып, жобалық, консультациялық және білім беру қолдауын көрсететін өзін-өзі реттейтін, пәнаралық, мамандандырылған ұйымдар. Делдал ретінде бизнес-инкубаторлар, креативті және импакт-хабтар, университеттер жанындағы R&D орталықтары, үкіметтік емес ұйымдар (ҮЕҰ) және даму қорлары бола алады. Делдалдардың негізгі функцияларының бірі-жобалардың сапалы пайплайнның құру және қолдау.

Пайплайн — білім беру бағдарламалары мен алдын ала бағалаудан өткен және инвестиция алуға дайын кәсіпкерлік жобалардың портфолиосы.

⁵ GIIN. Impact Investment definition. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://theGIIN.org/impact-investing/need-to-know/#what-is-impact-investing>

⁶ Rockefeller Philanthropy Advisors Roadmap Series. (2020). *Introduction to Impact Investing*. Сілтеме арқылы қол жетімді: https://missioninvestors.org/sites/default/files/resources/RPA_PRIM_Impact_Investing_Intro_WEB.pdf

КІРІСПЕ

Зерттеу мақсаттары

"Қазақстанда импакт-инвестицияларды тарту үшін креативті бизнесті бағалаудың жаңа тәсілдері" пилоттық зерттеу 2024 жылғы сәуір мен қыркүйек аралығында The British Council зерттеу гранты шеңберінде жүргізілді.

Бұл есепте креативті кәсіпорындардың үлесін баламалы бағалауды қолдану әлеуеті қарастырылады, өйткені материалдық емес активтер мен әлеуметтік-мәдени құндылықтар құрылатын қызметті тек экономикалық тұрғыдан өлшеу мүмкін емес. Мұндай бизнес-бастамаларды әлеуметтік және экологиялық әсер ету (импакт) әлеуеті жоғары жобалар ретінде қарастырған жөн.

Қазақстандағы креативті индустриялар қалыптасу сатысында тұр және құндылықты қалыптастыруда және инвестицияларға қол жеткізуде қиындықтарға тап болады. Импакт-бағалауды енгізудің басты мақсаты креативті кәсіпкерлік экожүйені ынталандыру және әлеуметтік әсер ету мақсаттарына және креативті жобаларды дамытудың баяу қарқынына жауап беретін шыдамды инвестицияларды тарту арқылы кәсіпкерлік жобалардың тұрақтылығын арттыру болып табылады.

Зерттеу үш мақсатқа бағынды:

- 1) креативті және сабақтас секторларда қолданылатын әлеуметтік әсерді бағалау бойынша қолданыстағы халықаралық тәжірибелерді қарастыруға,
- 2) Қазақстанда креативті бизнес-модельдерді импакт-бағалау практикасын енгізу үшін мүмкіндіктерді, артықшылықтар мен кедергілерді талдауға,
- 3) Қазақстанда креативті индустриялардың дамуын ынталандыру үшін импакт-капиталды тарту перспективаларын зерделеуге.

Зерттеу барысында креативті кәсіпорындарды импакт-бағалау әдістерін қолданатын елдердің тәжірибесі қарастырылып, Қазақстанда пилоттау үшін қолданылатын модельдер анықталды. Сараптамалық сұхбаттар елдегі импакт-күн тәртібінің көшбасшыларын анықтауға, сондай-ақ әсерді бағалау тәжірибесін таратуды және импакт-жобалардың пайплайнын қалыптастыруды қиындататын жүйелік кедергілерді анықтауға мүмкіндік берді. Сонымен қатар, үш қиылысатын кәсіпкерлік экожүйелер (әлеуметтік, венчурлық, креативті) және венчурдың креативті кәсіпкерлікті дамытуға әсері талданды, бұл әсер ету элементтері бар креативті экожүйені қалыптастырудың әлеуетті сценарийін анықтауға көмектесті.

Есеп креативті салалардың үлесін бағалаудың жаңа шеңбері ретінде импакт-күн тәртібін тарату, креативті кәсіпорындарды бағалау әдістерін пилоттау, импакт-жобаларды дамытуды және инвестицияларды тартуды қиындататын жүйелік кедергілерді еңсеру бойынша негізгі мүдделі тараптарға практикалық ұсыныстарды ұсынады.

Есепте инвестициялық өнімдердің, трендтердің және әсер ету индикаторларының мысалдары, импакт-инвестициялауға арналған креативті оптика және делдалдық ұйымдардың рөлін күшейту бойынша ұсыныстар келтірілген.

Қазақстанда импакт-инвестициялауға қызығушылықты ескере отырып, импактіні бағалаудың кез келген практикалық нәтижелері барлық мүдделі тараптардың хабардарлығын арттыруға ықпал ететін болады. Негұрлым тұрақты қаржы құралдарын енгізу тұрақты даму мақсаттарына қол жеткізу үшін креативті ресурстарды толық пайдалануға мүмкіндік береді.

Бұл есеп тұрақты кәсіпкерлік экожүйелерді – креативті және импакт-хабтарды, бизнес-инкубаторларды, ЖОО-ларды, қолдау және даму қорларын дамыту тақырыбын біріктіретін сараптамалық қоғамдастық пен делдалдық алаңдардың өкілдеріне, сондай-ақ әсерді бағалау жөніндегі консультанттарға және болашақ импакт-инвесторларға арналған.

Тақырыптың өзектілігі

Қазақстандағы креативті экономика тақырыбына деген қызығушылықтың артуы тәуелсіз мәдени жобаларды, креативті бірлестіктер мен креативті кәсіпорындарды елдің экономикалық дамуының толыққанды қатысушылары ретінде жиі қарастыруға мүмкіндік береді. Негізгі стейкхолдерлердің күн тәртібінде креативті кластерлерді дамыту және креативті секторлардан кәсіпкерлерді оқыту бағдарламаларын енгізу бойынша мақсаттар пайда болды. Жеке бизнес-инкубаторлар, инновацияларды дамыту қорлары және квазимемлекеттік құрылымдар креативті кәсіпкерлерге гранттар, инвестициялық қолдау және тәлімгерлік мүмкіндіктері бар акселерациялық және инкубациялық бағдарламаларды ұсынады.

Алайда, креативті салалардағы кәсіпкерлік жобалардың өміршеңдігі бүгінде тек стандартты бизнес критерийлерінің объективі арқылы бағаланады. Негізінен қаржылық көрсеткіштерге сүйене отырып, мұндай бағалау идеяларды, материалдық емес активтерді және мәдени құндылық объектілерін құратын индустрияның ерекшелігін елемейді, бұл креативті индустрияларды экономиканың басқа секторларынан айтарлықтай ерекшелендіреді.

Креативті жобаларды қарқынды дамып келе жатқан венчурлық стартаптардың критерийлеріне сәйкестендіруге тырысу оларды автоматты түрде табысты монетарлық түсінуде бәсекеге қабілетсіз етеді, бұл олардың әлеуетті инвестицияларға қол жеткізуін шектейді. Бұл ретте креативті өнімдер мен қызметтердің әлеуметтік әсерінің ауқымы мемлекеттік ведомстволардың, донор-ұйымдар мен инвесторлардың да, кәсіпкерлердің де назарынан тыс қалады. Креативті экономиканың негізін қалаушылардың бірі Джон Хоукинс атап өткендей,

«біз креативті экономиканы дәстүрлі қаржы тұрғысынан түсіне алмаймыз. Оны анық көру үшін оның мәдениеті мен психологиясын түсінуіміз керек... Біз экономикалық құндылықтан адами құндылыққа баса мән берудің ауысқанын көріп отырмыз»⁷.

⁷ Howkins, J. (2021). *We need to redefine success*. Creativity, Culture and Capital. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.creativityculturecapital.org/blog/2021/09/13/we-need-to-redefine-success>

Креативті кәсіпорындар бастапқыда мәдени және/немесе әлеуметтік миссияны орындауға бағытталғандықтан, оларды әлеуметтік және экологиялық әсер ету (импакт) әлеуеті жоғары жобалар ретінде қарастырған жөн.

Бірақ мұндай перспектива балама тұжырымдамалық шеңберді қолдануды және дәстүрлі немесе венчурлық бизнестен ерекшеленетін бірегей бағалау критерийлерін енгізуді талап етеді. Жаңа критерийлер креативті жобалар мен жалпы креативті салалардың қызметінен болатын әсердің объективті ауқымын бағалап қана қоймай, оларды инвестициялық салаға шығаруға мүмкіндік береді. Өз кезегінде, бұл мүдделі тараптардың креативті секторларда бизнес жүргізудің ерекшелігі туралы хабардарлығын арттыруды, сондай-ақ креативті кәсіпкерлерге арналған оқыту бағдарламаларын түзетуді талап етеді.

Бұл іс-шаралар импакт-инвестицияларды және Қазақстанның креативті индустрияларына "шыдамды" капитал ағынын дамыту үшін үлкен мүмкіндіктер ашады. Импакт-инвестициялардың мақсаты-олардың тұрақтылығын күшейту және нәтижесінде креативті секторлардағы инвестициялардың қайтарымы мен рециркуляциясы арқылы күшті әлеуметтік миссиясы бар креативті компаниялардың қызметінен түсетін әлеуметтік үлесті масштабтау.

Әдістеме және гипотезалар

Пилоттық зерттеу жүргізудің бастапқы нүктелері келесі гипотезалар болды:

Гипотеза 1. Креативті индустрияларға өзіндік бағалау критерийлері қажет.

Креативті индустриялардың бизнес-модельдерін бағалаудың қалыптасқан тәсілдері венчурлық стандарттарға, негізінен нарықтық және қаржылық көрсеткіштерге сүйенеді және әлеуметтік-мәдени құндылықтар, әлеуметтік және экологиялық әсердің ауқымы сияқты негізгі параметрлерді ескермейді. Бұрмаланған бағалау креативті энтузиастар үшін қаржылық және қаржылық емес қолдауға қол жеткізуді айтарлықтай қиындатады.

Гипотеза 2. Импактіні бағалау жергілікті экожүйелердің, аймақтардың және/немесе елдің әл-ауқатына креативті кәсіпорындар мен жалпы креативті индустриялардың бірегей өлшенетін үлесін анықтайтын жетіспейтін компонент болуы мүмкін. Импакт-көрсеткіштер бизнес-модельге интеграциялануы және жобаның коммерциялық тұрақтылығын бағалауды толықтыруы тиіс.

Гипотеза 3. Импактіні бағалау практикасын қолдану импакт-инвестицияларды дамытуға ықпал етеді, бұл креативті индустрияларға халықаралық және жергілікті "шыдамды" капиталды тартуға мүмкіндік береді. Алайда, бұл процесс кәсіпкерлік экожүйеге жаңа тәжірибелер мен қолдау құралдарын енгізу кезінде негізгі жүйе құраушы рөл атқаратын кәсіби делдалдардың рөлін күшейтпей мүмкін емес.

Пилоттық зерттеу жүргізу кезінде келесі әдістер қолданылды: кабинеттік зерттеу (тақырыптық және ғылыми әдебиеттерді, ашық көздерден алынған статистикалық деректерді жинау және талдау) және сапалы зерттеу. Қазақстан бойынша талдамалық және статистикалық деректердің жетіспеушілігі делдалдық алаңдардың он өкілімен және әлеуметтік импактіні бағалау жөніндегі сарапшылармен жүргізілген терең жартылай құрылымдалған сұхбаттардың көмегімен ішінара толтырылды.

Креативті ұйымдардың үлесін бағалаудың жаңа критерийлерін енгізу және импакт-инвестицияларды дамыту бойынша қорытындылар мен ұсынымдар сараптамалық пікірлер мен сипатталған жаһандық трендтерге сүйенеді.

1 БӨЛІМ.

КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДАҒЫ ИМПАКТ: ЖАҒАНДЫҚ ПЕРСПЕКТИВА

1.1. Әлемдегі креативті индустриялар

Креативті экономиканың алғашқы анықтамаларының бірін британдық экономист Джон Хоукинс 2001 жылы өзінің "Креативті экономика: идеяларды ақшаға қалай айналдыру керек" кітабында ұсынған. Креативті экономика жаңа экономикалық жүйе ретінде сипатталады, мұнда тауарлардың, қызметтердің немесе тәжірибенің құны жер, еңбек және капитал сияқты дәстүрлі ресурстардан гөрі олардың өзіндік ерекшелігімен, жаңалығымен және креативтігімен анықталады. Бұл "жеке дағдыларға немесе таланттарға, сондай-ақ өнерге, мәдениетке, дизайнға және инновацияға баса назар аудара отырып, өндірісті, қызмет көрсету саласын, бөлшек сауда мен ойын-сауық индустриясын ынталандыратын ойлау мен қызметтің жаңа тәсілі"⁸.

Ұлыбританияда креативті индустриялар 1998 жылы жеке статистикалық кодтарды тағайындаумен экономиканың жеке секторына бөлінді. Бұған Мәдениет, ақпарат және спорт министрлігі (DCMS) жүргізген креативті секторларды кеңінен карталау⁹ болды. Креативті индустриялардың классикалық анықтамасына айналған: "Креативті индустриялар – бұл жеке креативті бастамаға, шеберлік пен талантқа негізделген және зияткерлік меншік объектілерін өндіру және пайдалану арқылы капитал мен жұмыс орындарын құру әлеуетін көтеретін салалар".

DCMS мәліметтері бойынша, зияткерлік меншік тұжырымдамасы, яғни автордың рұқсатынсыз авторлық құқықпен, патентпен немесе сауда белгісімен көшіруден немесе коммерциялық мақсатта пайдаланудан қорғалуы мүмкін идеяның құндылығы креативті салалардың ерекшеліктерін түсінудің кілті болып табылады¹⁰.

Британдық құжатта алғаш рет 13 креативті индустрия анықталды:

- 1) Кино және бейне өндірісі, анимация, фотосурет
- 2) Радио және телевизия
- 3) Орындау өнерлері: театр, би
- 4) Музыка, концерттік қызмет, фестивальдар
- 5) Әдебиет, баспа ісі
- 6) Сәулет, урбанистика
- 7) Дизайнның барлық түрлері
- 8) Сән (киім дизайны)
- 9) Маркетинг және жарнама
- 10) Қолөнер және қолданбалы өнер

⁸ Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.

⁹ Department for Culture Media and Sport (DCMS). (1998). *Creative Industries Mapping Documents*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

¹⁰ Newbiggin, J. (2022). *What is the creative economy?* British Council. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>

- 11) Өнер және антиквариат нарығы
- 12) IT және бағдарламалық қамтамасыз етуді әзірлеу
- 13) Медиа және компьютерлік ойындар.

Кейіннен бұл тізім түзетіліп, өзгертілді, сонымен қатар басқа елдердегі бағдарламалық құжаттарды әзірлеушілер үшін нұсқаулық ретінде қызмет етті.

Жеке елдік айырмашылықтарға қарамастан, мәдени және креативті индустриялар (МКИ) олардың қызметі табиғаты бойынша материалдық және материалдық емес болуы мүмкін, ал коммерциялық нарыққа бағдарланған және бағдарланбаған креативті индустриялар арасында ешқандай айырмашылық жоқ¹¹. Deloitte есептеріне сәйкес, операциялық қызметті жүргізу, басқару, зерттеу және әзірлеу (R&D), креативті секторлардағы өндіріс және оқытумен байланысты функциялар әдетте МКИ-ға жатқызылады.

Креативті экономика және креативті индустрия тұжырымдамасы алғаш рет 2004 жылы әлемдік экономикалық күн тәртібіне енгізілді. Біріккен Ұлттар Ұйымының Сауда және даму жөніндегі 11-ші конференциясында (ЮНКТАД) ведомствоаралық топ креативті экономиканы шығармашыл, идеялар мен технологиялар арасындағы білім мен байланыстарға, сондай-ақ мәдени құндылықтарға немесе көркем шығармашылыққа, мәдени мұраға және жеке немесе ұжымдық креативті көріністің басқа түрлеріне негізделген экономикалық қызмет ретінде анықтады¹². Барлық креативті индустриялар сауда, еңбек және өндірісті қоса алғанда, коммерциялық және мәдени құндылықтың маңызды көзі ретінде танылады.

2015 жылы БҰҰ Бас Ассамблеясы 17 тұрақты даму мақсатын¹³ (ТДМ) тұжырымдағаннан кейін жаһандық күш – жігер мен ресурстар негізінен экологиялық мәселелердің шешімдерін табуға және климаттың өзгеруіне қарсы жобаларға – парниктік газдар шығарындыларын азайтуға, биоәртүрлілікті қорғауға және айналмалы экономикаға бағытталған. Алайда, экологиялық, әлеуметтік және корпоративтік басқару (Environmental, Social, and Governance, ESG) стандарттары өскен сайын корпоративтік секторда корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік (КӘЖ) стратегиялары шеңберінде жалпы қоғамның әл-ауқаты мен адам өмірінің, атап айтқанда, сапасының оң өзгерістеріне бағытталған жобалар жиі пайда бола бастады.

2021 жыл БҰҰ Тұрақты даму үшін халықаралық креативті экономика жылы болып жарияланды¹⁴. Креативті секторлардың маңыздылығын мойындай отырып, ТДМ¹⁵ әзірлеушілері білім беру, жұмыспен қамту және экономикалық өсу саласындағы тұрақты мақсаттарға қол жеткізуге бағытталған бағыттар тізіміне экономика мен технологиямен қатар шығармашылық пен мәдениетті енгізді. Әлеуметтік интеграцияға, мәдени әртүрлілікке және әлемдік мәдени мұраны қорғауға қосқан үлесінен басқа, креативті экономика кәсіпкерлікті, инновацияны, тұрақты тұтыну мен өндірісті, сондай-ақ жұмыс орындарын құруға және жергілікті мәдениетті дамытуға мүмкіндік беретін тұрақты туризмді дамытатын маңызды сектор ретінде жарияланды¹⁶.

¹¹ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

¹² UNCTAD. Creative Economy Programme. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>

¹³ United Nations. Sustainable Development Goals (SDGs). Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.un.org/sustainabledevelopment>

¹⁴ United Nations. *New Economics for sustainable development*. Сілтеме арқылы қол жетімді: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/orange_economy_14_march.pdf

¹⁵ United Nations. Sustainable Development Goals (SDGs). Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.un.org/sustainabledevelopment>

¹⁶ БҰҰ Бас Ассамблеясы. (2019). «2021 год – Международный год креативной экономики для устойчивого развития». Резолюция 74/198. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n19/433/87/pdf/n1943387.pdf>

2023 жылы "Үлкен жиырмалық" (G20) көшбасшылары МКИ COVID-19¹⁷ пандемиясынан кейінгі тұрақты әлеуметтік-экономикалық қалпына келтірудің негізгі қозғалтқыштарының бірі және әлемдік экономиканың ең жылдам дамып келе жатқан секторларының бірі екенін мойындады.

МКИ үлесіне халықтың жалпы жұмыспен қамтылуының 6,2%-ы тиесілі. Креативті секторларда бүкіл әлем бойынша 50 миллионға жуық жұмыс орны құрылды¹⁸. Олар экономиканың кез келген басқа салаларына қарағанда 15 пен 29 жас аралығындағы жастарды жұмыспен қамтыды¹⁹.

2022 жылы МКИ-дың әлемдік ЖІӨ-ге қосқан үлесі 3,1% немесе 4,3 трлн АҚШ долларын құрады²⁰. Креативті экономиканың жаһандық өсу қарқыны жылына 9%, ал дамушы елдерде 12% құрайды. Болжамдарға сәйкес, алдағы жылдары креативті экономиканың үлесі әлемдік ЖІӨ-нің 10% – на жетуі мүмкін²¹.

Бүгінгі таңда креативті экономиканың анықтамасы жеке географиядағы экономикалық қызметті өлшеуге тырысумен байланысты екенін атап өткен жөн. Ол үшін әр ел бірегей мәдени ландшафт пен инновацияның басымдықтарын көрсететін креативті секторлардың жеке тізімін анықтайды және олардың экономикалық үлестерін бағалайды.

Алайда, МКИ-дың үміттендіретін нарықтық көрсеткіштеріне қарамастан, олардың әлеуметтік әсерін бағалау әрдайым және барлық жерде жүргізілмейді, бұл олардың объективті үлестерін түсінуді қиындатады.

Көптеген елдер үшін креативті экономика енді ғана қалыптасып келеді, бірақ оның әлеуметтік және экологиялық зардаптарды есепке алмай тез өсуі экономикадағы бар бұрмалануларды күшейтуі мүмкін, олардың көпшілігі әлі де еңсерілмеген.

МКИ даму саласындағы халықаралық сарапшылар жаңа, неғұрлым жауапты қызмет стандарттарын қалыптастыруға және капиталдың баламалы түрлерін – жобалардың инклюзивтілігі мен тұрақтылығын күшейтуге, табиғи ресурстарға ұқыпты қарауға, жергілікті қоғамдастықтарды құрметтеуге, жаңа этикалық және экологиялық жұмыс хаттамалары салаларына бағытталған әлеуметтік – жауапты қаржыландыру мен ықпалға инвестицияларды тарту және қайта бөлу арқылы креативті экономиканы ынталандыруға шақырады²².

Осылайша, әсер ету объективті арқылы креативті салалардың үлесін қарастыруға және бағалауға тырысу мәдени, әлеуметтік және экологиялық сын-қатерлерге толық жауап беретін креативті шешімдердің әлеуеті сияқты креативті кәсіпкерлер құратын бірегей құндылық туралы түсінікті едәуір кеңейтуге мүмкіндік береді.

¹⁷ UNESCO. (2023). *G20 New Delhi Leaders' Declaration reaffirms culture as a transformative powerhouse for sustainable development*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.unesco.org/en/articles/g20-new-delhi-leaders-declaration-reaffirms-culture-transformative-powerhouse-sustainable>

¹⁸ UNCTAD (2022). *Creative Economy Outlook*. Сілтеме арқылы қол жетімді: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf

¹⁹ UNESCO. (2015). *Cultural times: the first global map of cultural and creative industries*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235710>

²⁰ UNESCO. (2022). *Re/shaping policies for creativity: addressing culture as a global public good*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380475>

²¹ UNCTAD. (2021). *The creative economy takes center stage*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://unctad.org/news/creative-economy-takes-center-stage>

²² Callanan, L. (2021). *Impact investing in the creative economy today*. Creativity, Culture and Capital. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.creativityculturecapital.org/blog/2021/01/13/impact-investing-in-the-creative-economy-today/>

Төменде Ұлыбританияның, АҚШ-тың және Еуропалық Одақ елдерінің коммерциялық емес секторлары мен креативті индустрияларында қолданылатын әсерді бағалау және басқару тәжірибелері ең жүйеленген ретінде қарастырылады. Осы зерттеу аясында корпоративтік сектордағы импактіні бағалау тәжірибесі қарастырылмады.

1.2. Импакт және оны бағалау әдістері

XX ғасырдың ортасында 1976 жылғы экономика бойынша Нобель сыйлығының лауреаты Милтон Фридман жеке компаниялар өздерінің күш-жігерін акционерлер үшін құндылық құруға бағыттауы керек, ал әлеуметтік жауапкершілік мәселелерін шешу Үкіметтің міндеті болып табылады деген доктринаны²³ тұжырымдады.

Жарты ғасырдан кейін бизнес пен қаржы саласында парадигма өзгерді²⁴. Күрделі экономикалық, әлеуметтік және экологиялық контексттерде дәстүрлі бизнес – модельдер үлкен өзгеріске ұшырайды. Активтердің²⁵ иесі болу нәні білдіретінін және іскерлік қызмет пен жеке капитал өткір жаһандық мәселелерді шешуге қалай ықпал ететінін қайта қарастыру жүріп жатыр. Бұл ретте компанияларға қысым мемлекеттен емес, нарық тарапынан – тұтыну топтарынан, акционерлерден, инвесторлардан және басқа да мүдделі тараптардан туындайды²⁶.

Қаржылық тұрақтылықты бағалауға компаниялар қызметінің планета мен қоғамға әсері мен салдарын есепке алу тәсілдері қосылады²⁷.

Импакт немесе әлеуметтік әсер бизнестің, мемлекеттің және/немесе коммерциялық емес ұйымдардың стейкхолдерлердің бір немесе бірнеше тобының (бірақ жеке адамдардың емес) өмір сүру сапасының оң, тұрақты өзгеруіне немесе қоршаған ортаның жай-күйіне (сапасына) қол жеткізудегі мақсатты қызметі ретінде анықталады.

2015 жылы БҰҰ Бас Ассамблеясы 17 Тұрақты даму мақсатын (ТДМ) тұжырымдады²⁸, содан кейін әлеуметтік әсер ету тұжырымдамасы, сондай-ақ ESG стандарттары корпоративті, содан кейін коммерциялық емес секторларға еніп кетті.

17 ТДМ тұрақты дамудың экономикалық, әлеуметтік және экологиялық компоненттерін көрсететін "5р" қызметінің бес бағыты (Planet, People, Prosperity, Peace and Partnership – адамдар, планета, өркендеу, бейбітшілік және серіктестік), сондай – ақ тұрақты даму үшін маңызды екі бағытты шарттары- бейбітшілік және серіктестік бойынша топтастырылған²⁹.

²³ New York Times. *A Friedman doctrine—The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. Republished at: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

²⁴ MIT Management Sloan School. (2021). *Social responsibility matters to business—A different view from Milton Friedman from 50 years ago*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://mitsloan.mit.edu/experts/social-responsibility-matters-to-business-a-different-view-milton-friedman-50-years-ago>

²⁵ Forbes Kazakhstan. *Что такое импакт-инвестиции и каково их будущее в Казахстане*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://forbes.kz/actual/organizatoryi-impact-hub-almaty-myi-pytaemsya-izmenit-pravila-igrvi-v-finansovom-mire>

²⁶ Magna. IPG Media Lab. (2019). *The Impact of Culture. What it means for brands today*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://magnaglobal.com/wp-content/uploads/2019/05/Magna-IPG-Lab-Impact-of-Culture-US.pdf>

²⁷ Godeke, S., Briaud, P. (2020). *Impact Investing Handbook. An Implementation Guide for Practitioners*. Rockefeller Philanthropy Advisors.

²⁸ United Nations. Sustainable Development Goals (SDGs). Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.un.org/sustainabledevelopment>

²⁹ UNESCO. (2019). *Culture/2030 Indicators: UNESCO Framework for Measuring Culture's Contribution to the 2030 Agenda*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf000037156>

Сонымен қатар, орнықты даму бағдарламасына қосымша 169 нақты нысаналы міндет және ТДМ-ға қол жеткізу нәтижелілігінің 230 сандық және сапалық көрсеткіштері белгіленді. Өлшенетін индикаторлардың бұл жүйесі әлеуметтік миссиясы бар компанияларға олардың тиімділігін бағалауға және сапалы әлеуметтік өзгерістерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Осылайша, өнеркәсіптік ерекшеліктерге немесе экономикалық контекстке қарамастан, әлеуметтік әсерді басқарудың фокусы сапалық және/немесе сандық деректерді пайдалана отырып өлшенетін өзгерістерді жасауға бағытталған.

Әлеуметтік әсерді бағалау жөніндегі халықаралық қауымдастық (International Association for Impact Assessment, IAIA) нақтылау анықтамасын береді: импакт – бұл қызмет нәтижелері мен қызмет жүргізілмеген кез келген жағдайда не болатыны арасындағы айырмашылық.

Бүгінгі таңда **импактінің үш негізгі компонентін ажыратуға болады**³⁰:

- 1) *өлшенетін өзгерістердің болуы* (іс-әрекеттегі, қабылдаудағы, хабардарлықтағы, мінез-құлықтағы, қабілеттердегі, мүмкіндіктердегі, өнімділіктегі, саясаттағы, тәжірибелердегі, процестердегі немесе түсінудегі өзгерістер немесе әсерлер),
- 2) *әсер ету векторының бағыты* (тұтынушылармен, қызметкерлермен, жеткізушілермен, жергілікті және кәсіби қауымдастықтармен, әлеуметтік бағдарланған бастамалардың бенефициарларымен немесе қоршаған ортамен болған өзгерістер немесе әсерлер),
- 3) белгілі бір географиялық периметр ішінде (жергілікті, өңірлік, ұлттық немесе халықаралық) *әсер етудің физикалық шекараларының болуы*.

Әсерді бағалау қаржылық қолдау және инвестициялар тақырыбымен тығыз байланысты. Әлеуметтік миссиясы бар компанияларды дамыту үшін "жауапты" қаржыландыруды немесе импакт-инвестицияларды тарту нарықтағы капиталды осындай жобалардың тұрақтылығын арттыратын және ТДМ-ға қол жеткізуді жеделдететін етіп қайта бөлуге мүмкіндік береді.

Құндылық және әлеуметтік-мәдени үлес

Әсер ету тақырыбымен қатар, креативті салалар тақырыбы төңірегіндегі пікірталастардың ажырамас құрамдас бөлігі болып табылатын құндылықты анықтау ерекше назар аударуға лайық.

Экономикалық теорияда "құндылық" термині тұтынушылық сұраныс жағдайында өнімнің немесе қызметтің пайдалылығының көрсеткіші ретінде қолданылады. Креативті индустриялар өздерінің экономикалық үлестерінен басқа, әлеуметтік-мәдени құндылықтарды қалыптастырады және тұрақты дамуға ықпал етеді, ал олардың үлестерін объективті өлшей отырып, қиындықтар әлі де сақталады.

Мұндай қиындықтар сөздің кең мағынасында мәдениет пен шығармашылықтың күрделілігімен түсіндіріледі – оларды таза экономикалық көрсеткіштер немесе жұмыспен қамту көрсеткіштері арқылы өлшеу мүмкін емес.

³⁰ UK Parliament. (2015). *Research Excellence Framework (REF 2014)*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/sn07112/>

Social Value International³¹ әлеуметтік құндылықты белгілі бір қоғамдық консенсус және "адамдардың әл-ауқатындағы өзгерістерге беретін салыстырмалы маңыздылығын түсіну", сондай-ақ планетаға және өміріне үшінші тараптардың қызметі әсер ететін адамдарға әсерін ескеретін тиімдірек шешімдер қабылдау үшін осы түсініктен алынған білімді пайдалану ретінде қарастырады.

Сондықтан "жылдам" тиімділік индикаторларына – өткізілген іс-шаралар санына, қатысушылар/көрсермендер санына немесе оқу сағаттарының сомасына бағдарланған МКИ-дағы жобаларды бағалаудың дәстүрлі тәсілдері әлеуметтік импакт тудыратын креативті және басқа секторлардағы әлеуметтік әсердің ауқымын анықтауға мүмкіндік бермейді³².

Бүгінгі таңда әртүрлі экожүйелердің, ақпараттық күн тәртібінің, креативті дағдылардың, өнімдер мен қызметтердің мәдени, білім беру, рухани, көркемдік және тіпті емдік құндылығы тұрғысынан қоғамның әл-ауқатына қосқан үлесі сияқты материалдық емес параметрлерді цифрландыруға мүмкіндік беретін жеке бағалау модельдері қажет.

Ақылды қалалардағы (smart cities) креативті индустриялардың ең көп шоғырлануын ескере отырып, мәдени құндылықтарды алып жүретін және қоғамдық игілікке бағытталған креативті өнімдер мен қызметтер қалалардың өмір сүру сапасы мен экономикалық өркендеуіне ықпал етуі мүмкін, ал тиісті қолдау болмаған жағдайда, керісінше, қалаларды экономикалық құндылықтан айыруы мүмкін.

Ұлыбританияның тәжірибесі көрсеткендей, креативті индустриялар толық тұрақты, қол жетімді және инклюзивті болған кезде денсаулық пен әл-ауқаттың жақсаруы, білім беру саласындағы үлгерімнің өсуі немесе қылмыс деңгейінің төмендеуі сияқты оң әлеуметтік өзгерістердің көрсеткіштері пропорционалды түрде өседі³³.

Сондықтан МКИ-да экожүйені қалыптастыру кезінде кәсіпкерлер үшін олардың мақсаттарына, құндылықтарына сәйкес келетін, тек коммерциялық жетістікке емес, әлеуметтік әсерге бағытталған капиталға жүйелі қол жетімділіктің болуы маңызды.

Әлеуметтік құндылықты өлшеу және нәтижелермен барлық мүдделі тараптармен алмасу ашықтықтың, қоғамдық пікірді нығайтудың және соның салдарынан сыртқы қолдауды қажет ететін креативті ұйымдар үшін қаржы тартудың маңызды құралы бола алады. Сонымен қатар, тиімділіктің тиісті көрсеткіштерін өлшеу және МКИ-ға инвестицияланатын ресурстарды талдау мемлекеттік және жеке қаражатты бөлу стратегиясын жақсартуға және мемлекет тарапынан МКИ үшін белгілі бір қорғаныс механизмдеріне кепілдік беруге көмектеседі³⁴.

Әлеуметтік әсерді бағалау әдістері

БҰҰ-ның пікірінше³⁵, " бағалау-бұл қызмет түріне, жобаға, бағдарламаға, стратегияға, саясатқа, мәселеге, тақырыпқа, секторға, жедел салаға немесе институционалдық тиімділікке мүмкіндігінше жүйелі және бейтарап талдау. Оны жүзеге асыру барысында күтілетін және күтпеген нәтижелер талдана-

³¹ Social Value UK. Social Value definition. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.socialvalueint.org/what-is-social-value>

³² Skolkovo Moscow School of Management. (2021). «Золотой стандарт импакта. Лучшие кейсы и практики по измерению социального воздействия бизнеса».

³³ Sanderson, F., Phillips, S., Maggs, D. (2023). *Impact Investing in the Cultural and Creative Sectors Insights from an emerging field*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. ISBN: 978-0-7017-0278-6.

³⁴ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

³⁵ United Nations Evaluation Group. (2016). *Norms and Standards for Evaluation*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.unevaluation.org/document/detail/1914>

ды, бұл өзектілік, тиімділік, әсер ету және тұрақтылық сияқты тиісті критерийлерді пайдалана отырып, нәтижелер тізбегін, процестерді, контекстік факторларды және себеп-салдарлық байланыстарды зерттеу арқылы қол жеткізіледі. Бағалау жоспарланған және күтпеген нәтижелерге не үшін және қандай дәрежеде қол жеткізілгенін түсінуді, сондай-ақ осы нәтижелердің салдарына талдау жүргізуді қамтамасыз етуге арналған. Бағалау қорытындылары жоспарлау, бағдарламаларды әзірлеу, бюджеттерді құру, іс-шараларды жүзеге асыру және есептілікті ұсыну процестерінің ақпараттық негізі бола алады, сондай-ақ нақты деректер негізінде саясатты қалыптастыруға және ұйымның дамуы мен нәтижелілігі саласындағы қызметтің тиімділігін арттыруға ықпал ете алады".

Бүгінгі таңда тұрақты даму қағидаттарын ұстану туралы жария мәлімдемелер жасайтын компанияларға қойылатын талаптар тек қатаңдауда. Әлеуметтік әсерді кез-келген бағалаудың міндетті шарты-дәлелді базаның болуы, яғни алынған әлеуметтік және экологиялық әсерлерді салыстыруға мүмкіндік беретін цифрланған сапалық және сандық көрсеткіштер.

Мұндай деректердің болуы-қол жеткізілген нәтижелер туралы декларациялар манипуляциялық және негізсіз болған кезде гринвошинг (greenwashing) және импактвошинг (impact washing) деп аталатындарға қарсы тұрудың бір жолы³⁶.

Осы себепті қорлар мен компаниялар дәлелдемелер базасының дәлдігі мен ашықтығын үнемі жетілдіруге тырысады. Толық бағалау бенефициарлардан кері байланыс жинауға және компания қызметінен алынған әсерлердің барлық түрлерін ескеруге мүмкіндік береді: оң және теріс, лезде және кейінге қалдырылған, күтілетін және қарастырылмаған. Ол үшін әсерді басқару (impact management) және әлеуметтік әсерді бағалау (impact assessment) сияқты тәжірибелер қолданылады.

Әсерді бағалау және басқару (Impact Measurement and Management, IMM) – тандалған әсер ету әдісінің стратегиясы мен тактикасына бағынатын циклдік процесс түріндегі жобаны басқарудың кең таралған тәжірибесі. Ол мақсат қоюды, деректерді жинауды, тиісті көрсеткіштерді таңдауды және жобаны жүзеге асыру барысында процесті үнемі жетілдіруге мүмкіндік беретін прогресті талдауды қамтиды.

Бұл тәсіл бастапқы және қайталама бенефициарларды нақты анықтау, олардың қажеттіліктерін жобаға дейінгі талдау және алынған нәтижелер кейіннен салыстырылатын бастапқы күйді өлшеу (baseline) сияқты қажетті қадамдарды орындауды қамтиды. Ұйымның орнату құжатында көрсетілген бұл деректер аралық нәтижелерді үнемі өлшеуге және оларды берілген мақсаттар мен индикаторлармен салыстыруға мүмкіндік береді.

³⁶ Skolkovo Moscow School of Management. (2021). «Золотой стандарт импакта. Лучшие кейсы и практики по измерению социального воздействия бизнеса».

1-Схема. Әсерді бағалау және басқару (ИММ) бағдарламасының құрылымы



Дереккөз: Impact Management Project. How Enterprises Manage Impact.

Әлеуметтік әсерді бағалау мен басқарудың барлық классикалық әдістері кері байланыс жинау құралдарын – сауалнамалар мен сұхбаттарды пайдалана отырып, алушылар мен мүдделі тараптардан бастапқы деректерді жинауға негізделген.

Әсерді бағалау және басқару ұйымдардан қолда бар ресурстар мен тәжірибе негізінде келісімдер жасай алуын талап етеді, өйткені ИММ процесін басқару әсер ету жобасының командасынан, делдалдар мен инвесторлардан белгілі бір құзыреттілік деңгейін талап етеді. Дамыған нарықтарда нәтижелерді бағалау, бақылау және тексеру, әдетте, сыртқы тәуелсіз тараптың күштерімен – кеңесшілермен немесе бизнес-жобаларды инвесторлармен байланыстыратын импакт-қорлармен жүзеге асырылады.

Кейбір бағалаулар бойынша, бүгінде импактіні өлшеудің 150-ден астам тәсілі белгілі. Бірақ көптеген коммерциялық емес ұйымдар, корпоративтік және инвестициялық қорлар қолданыстағы модельдермен шектелмейді және жеке мақсаттар мен портфолио ерекшеліктерін ескеретін өзіндік тәсілдер жасайды. Кейіннен бұл бағалау критерийлері инвестиция алуға бағытталған әлеуметтік миссиясы бар кәсіпкерлік жобаларға қолданылады.

Жалпы алғанда, әртүрлі секторлардағы, салалардағы және әртүрлі нарықтардағы импакт ауқымын салыстыруға мүмкіндік беретін тәсілдер мен көрсеткіштер стандартталады. Бұл процесте Ғаламдық Әсер Етуді Инвестициялау Желісі (GIIN) маңызды рөл атқарады.

Төменде импактіні өлшеудің "алтын стандартына" қатысты бірнеше тәсілдер қарастырылады. Олардың барлығы сандық емес индикаторлар басым болатын мәдени және креативті секторлардағы әсерді бағалауға қатысты болуы мүмкін.

Өзгерістер теориясы

Көптеген коммерциялық емес ұйымдар мен инвестициялық қорлар әсерді бағалау үшін өз құралдарын пайдаланса да, олардың барлығы өзгерістер теориясына сүйенеді³⁷.

Өзгерістер теориясы-бұл адамдардың өміріндегі немесе табиғи экожүйелердің күйіндегі болжамды өзгерістерді тұжырымдауға көмектесетін логикалық модель. Бұл әрекеттер (қаржылық және қаржылық емес инвестициялар шеңберінде жасалатын), нәтижелер (тікелей, қысқа мерзімді, орта мерзімді) және әсер ету салдары (әртүрлі контексттерде тікелей немесе жанама болатын ұзақ мерзімді өзгерістер) арасындағы байланыстар мен логиканы нақты анықтауға мүмкіндік береді³⁸.

Өзгерістер теориясы бенефициарлардың қажеттіліктері, ресурстар, әсер ету мақсаттарына жету әрекеттері, қабылданған әрекеттердің тікелей нәтижелері, өлшенетін қысқа мерзімді өзгерістер және ұзақ мерзімді әсер ету көрсеткіштері сияқты негізгі компоненттерді қамтитын визуалды схема сияқты көрінуі мүмкін.

2-Схема. Өзгерістер Теориясының логикалық моделі



Дереккөз: Godeke S., Briaud P. (2020). *Impact Investing Handbook. An Implementation Guide for Practitioners.* Rockefeller Philanthropy Advisors.

Кәсіпкерлікте өзгерістер теориясын бизнес-модельдің негізі ретінде немесе бизнесті дамытудың стратегиялық жоспары немесе әлеуметтік миссиясы бар жеке жоба ретінде қолдануға болады. Оны барлық мүдделі тараптар – өзгерістердің бастамашысы, бенефициарлар, инвесторлар мен делдалдар үшін мақсаттарды, тәуекелдерді және өлшенетін әсер ету тәсілдерін сипаттауға, бағалауға және түсіндіруге мүмкіндік беретін байланыс құралы ретінде қарастыруға болады.

³⁷ The Center for Theory of Change. Theory of Change definition. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.theoryofchange.org>

³⁸ Godeke S., Briaud P. (2020). *Impact Investing Handbook. An Implementation Guide for Practitioners.* Rockefeller Philanthropy Advisors.

Өзгерістер теориясы фандрайзингтің танымал құралы болып табылады, өйткені ол жобаның күтілетін нәтижелерін және осы мақсаттарға жетелейтін логикалық тізбекті көрнекі түрде көрсетуге көмектеседі. Бұл донорлар мен инвесторларға олардың салымдары статистикалық мәліметтерден тыс көрінетін өзгерістерге қалай әкелетінін көруге мүмкіндік береді.

Өзгерістер теориясын өзгерту процесінің барлық компоненттерін бейнелейтін әсер ету картасы ретінде де ұсынуға болады.

Кесте 1. "Әсер ету карталары" визуализациясының мысалы

	МАҚСАТ	ӨНІМДІЛІКТІ БАҒАЛАУҒА АРНАЛҒАН КӨРСЕТКІШТЕРДІҢ МЫСАЛЫ
<p>ӨСЕР ЕТУ (уақыт өлшемі) = КЕШІКТІРІЛГЕН НӘТИЖЕЛЕР – БАСТАПҚЫ КҮЙ</p>	Бенефициарлардың әл ауқатында немесе сыртқы ортада сапалы өзгерістер жасау	<p>X еліндегі әйел бағдарламашылардың % -ы, техникалық жоғары оқу орындарының әйел-студенттерінің саны</p>
	БАСТАПҚЫ КҮЙ	
	Бағдарламаны / жобаны іске асыру басталғанға дейін қоршаған ортаның жай-күйін лезде қиығы	
	БЕНЕФИЦИАРЛАР	
	Интервенция бағытталған адамдар, адамдар топтары немесе ұйымдар	
	РЕСУРСТАР	
	Қызмет үшін қажетті ресурстар	
	ҚЫЗМЕТІ	
	Интервенция шеңберіндегі барлық жоспарланған әрекеттер	
	ҚЫСҚА МЕРЗІМДІ МІНДЕТТЕРГЕ ҚОЛ ЖЕТКІЗУ КӨРСЕТКІШТЕРІ	
Ұйымның қызметі нәтижесінде пайда болған лездік сандық, сирек сапалық өзгерістер		
<p>ӨСЕР ЕТУ (атрибуция) = ӨСЕР ЕТУ (уақытша өлшем) – негізгі өлшем</p>	ОРТА МЕРЗІМДІ МАҚСАТТАРҒА ҚОЛ ЖЕТКІЗУ КӨРСЕТКІШТЕРІ	<p>жазғы лагерьге барған және ЖОО-ға түсу үшін техникалық мамандықты таңдаған оқушылардың %</p>
	Жедел нәтижелер нәтижесінде пайда болған орта мерзімді сапалық өзгерістер	
	НЕГІЗГІ ӨЛШЕМ	<p>Елдегі әйелдердің құқықтарын кеңейту, қыздармен жұмыс істеуге бағытталған басқа донорлық ұйымдардың бағдарламалары</p>
	Стейкхолдерлер тарапындағы кез келген жағдайда және ұйым қызметісіз болатын өзгерістер	
<p>ҰЗАҚ МЕРЗІМДІ ҚОРЫТЫНДЫЛАРҒА ҚОЛ ЖЕТКІЗУ КӨРСЕТКІШТЕРІ</p>	<p>Ұйым қызметінің арқасында болған ұзақ мерзімді сапалық өзгерістер</p>	<p>Қыздарға арналған информатика бойынша жазғы лагерьлер желісін құрудың арқасында X еліндегі әйел бағдарламашылардың % қатынасының өзгеруі</p>

Дереккөз: Skolkovo Moscow School of Management. (2021). «Золотой стандарт импакта. Лучшие кейсы и практики по измерению социального воздействия бизнеса».

Іс жүзінде өзгерістер теориясын әзірлеумен негізінен делдалдық ұйымдар (импакт-қорлар, бизнес-инкубаторлар, грант беруші ұйымдар) өзгерістер бастамашыларының (кәсіпкерлердің, бизнес құрылтайшыларының, басқарушы командалардың) тікелей қатысуымен, сондай-ақ инвестициялық қорлар мен ықпал ету жобаларына инвестициялар жөніндегі тәуелсіз консультанттар айналысады.

Өзгерістер теориясы бастапқы зерттеулер негізінде анықталатын бенефициарлардың қажеттіліктерін терең түсінуге негізделген. Бұл тәсіл өзгеру теориясы шеңберіндегі мақсатты аудиторияның нақты сұраныстарын дәл көрсетуді қамтамасыз етеді, бұл оны тек теориялық модельге ғана емес, сонымен бірге бар мәселелерді тиімді шешуге қабілетті практикалық құралға айналдырады. Консультанттар делдал ұйымдар мен жеке инвесторларға әсер ету тақырыптарын тұжырымдауға және әсерді бағалауға көмектеседі. Сонымен қатар, өзгерістер теориясын әзірлеу барысында олар қосымша оқыту және сүйемелдеу қызметтерін көрсетеді-дамыған нарықтарда олар импакт-инвестициялау саласындағы ең сұранысқа ие қызметтердің бірі болып қала береді.

Инвестицияға әлеуметтік қайтару моделі (SROI)

Екінші кеңінен қолданылатын әдіс-бұл бизнестің немесе жобалардың әлеуметтік және экологиялық салдарын сандық бағалауға мүмкіндік беретін инвестициялардың әлеуметтік рентабельділігі моделі (Social Return on Investment, SROI)³⁹. SROI-стандартты шығындар мен пайданы талдаудың бейімделген нұсқасы (cost-benefit analysis).

Әл-ауқат теориясында әлеуметтік игіліктердің құнын бенефициардың олар үшін қанша төлеуге дайын екендігіне қарай бағалау әдетке айналғанын атап өткен жөн, бұл шығындар мен нәтижелерді салыстыруға көмектеседі. Алайда, әлеуметтік-бағдарланған кәсіпорындар көбінесе нарықтық кемшіліктерге жауап ретінде құрылады және оларды бағалау үшін стандартты әдістер әрдайым қолданыла бермейді. SROI әдісі бұл мәселені Әлеуметтік және экологиялық пайданы анықтауға және монетизациялауға мүмкіндік беру арқылы шешеді. Модель сыртқы әсерлердің қаржылық құндылығын проксимен немесе қаржылық көрінісі жоқ, бірақ дәлдікті қамтамасыз ету үшін үнемі тексеріліп, жаңартылып отыратын бағалаулармен белгілейді.

Тиісінше, SROI моделін іске қосу алдында жобаның қаржылық орындылығын жоспарлау және бағалау кезеңінде де, алынған нәтижелер әсер ету дәрежесін бағалауға мүмкіндік беретін кезеңде де тиімді пайдалануға болады.

SROI-дің басқа модельдерден басты айырмашылығы-салынған инвестицияларға қатысты жасалған әлеуметтік әсерлердің жиынтық мәніне ақшалай мәндерді тағайындау, бұл пропорционалды қатынаста немесе бөлшекте көрінеді, мысалы 50:10. SROI көрсеткіштерінің жиынтық мәні, мысалы, 5-ке тең, жұмсалған әрбір доллар бес долларға тең әлеуметтік құндылықты түрлендіреді (немесе қазірдің өзінде түрлендірді).

$$SROI = \frac{\text{ЖОБА ЖАСАҒАН ҚҰНДЫЛЫҚТАР}}{\text{ЖОБАҒА ИНВЕСТИЦИЯЛАР}}$$

³⁹ Social Value UK. *On the Principles of Social Value*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://socialvalueuk.org/principles-of-social-value/>

SROI әдісін қолдану жеткілікті ресурстарды қажет етеді деп саналады. Sroi жиынтық бөлшегінің мәндерін алу үшін әдіснамалық есептеулерді жүргізудің күрделілігіне байланысты көптеген ұйымдар құрылған әлеуметтік құндылықты есепке алудың жеңілдетілген тәсілін қолданады. Ол SROI әдістемесінің бөлігі ретінде Social Value International (SVI)⁴⁰ ұйымы ұсынған сегіз қағидаға сүйенеді, бірақ ақшалай құндылықтарды тағайындамайды.

SVI-ден 8 принцип:

1. Нәтижелерді және оларға қол жеткізу индикаторларын анықтау процесіне қатысу үшін мүмкіндігінше барлық мүдделі тараптарды тарту.
2. Өзгерістердің қалай жасалатынын түсіну: оң және теріс, күтілетін және күтілмеген.
3. Стейкхолдерлердің әртүрлі топтары үшін маңызды факторларды ескеру және бағалау.
4. Қабылданған шешімдер елеулі өзгерістерге қол жеткізуге бағытталуы үшін мүдделі тараптардың объективті куәліктеріне негізделген дәлелдемелік базаны пайдалану.
5. Өз үлесіңізді асыра бағаламаңыз. Әсерді бағалау кезінде орын алған өзгерістерге басқа адамдар немесе оқиғалар әсер етуі мүмкін екенін және кейбір өзгерістер әсер ету нәтижесінде емес, өздігінен болуы мүмкін екенін ескеріңіз.
6. Ақпаратты ашу, дәлелдемелер базасын ұсыну және мүдделі тараптармен аналитиканы талқылау кезінде ашық әрекет ету.
7. Негізгі стейкхолдерлер мен тәуелсіз тараптардың өкілдерін тарта отырып, нәтижелерді тиісті тексеруді қамтамасыз ету.
8. Жауапты болу: есептілікпен қамтамасыз етілген шешімдерге сүйене отырып, әлеуметтік құндылыққа ұмтылу.

Жалпы, sroi әдісі әлеуметтік әсерді бағалаудың тартымды кешенді тәсілі болып саналады, өйткені сандық көрсеткіштер барлық мүдделі тараптар, соның ішінде кенесшілер, делдалдар және әлеуетті инвесторлар үшін әмбебап тіл болып табылады. Алайда, прокси-мәндерді тағайындау процесі әрдайым субъективті болып қалатындығын және оны жеке компанияның қызметі аясында қатаң түрде қарау керек екенін ескеру қажет. Әр түрлі компаниялар дайындаған SROI әдісімен есептерді, егер компаниялар бір салада жұмыс істесе де, импакт-анықтаманың ерекшелігі мен процеске қатысушылардың профиліндегі айырмашылықтарға байланысты салыстыруға болмайды.

⁴⁰ Social Value International. *The Guide to SROI*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.socialvalueint.org/guide-to-sroi>

Impact Management Project (IMP) әдісі

IMP әсерді басқарудың жобалық әдісі импакт-ұйымдар мен импакт-инвесторлардың әлеуметтік әсердің бір немесе бірнеше кластарына қалай үлес қоса алатынын көрсетеді:

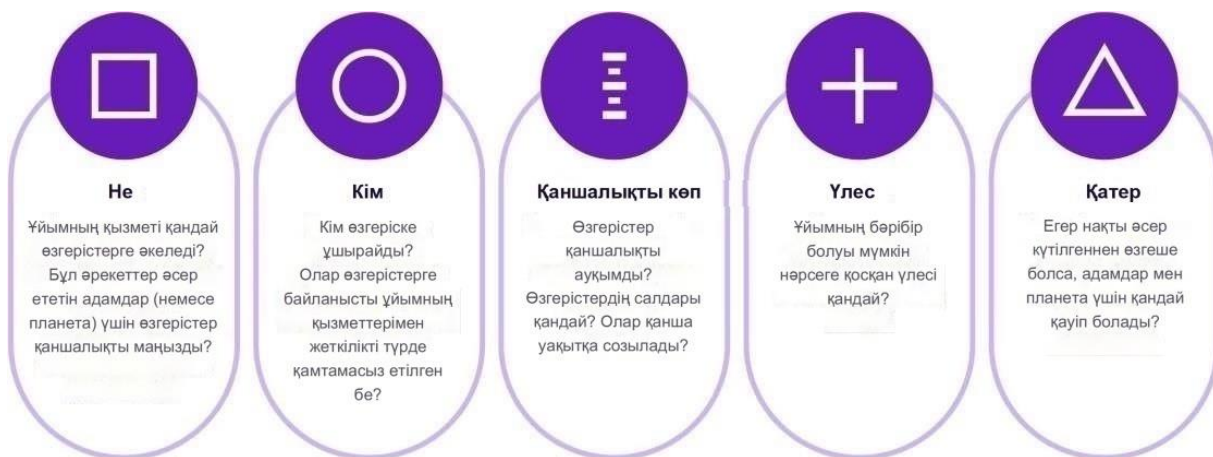
А классы. Зиян келтірмеу үшін әрекет ету

В классы. Мүдделі тараптар үшін тиімділік мен пайда жасау

С классы. Мәселелерді шешуге үлес қосу

Осы тұжырымдама негізінде IMP авторлары "әсердің бес өлшемін" жасады. Олар барлық инвестициялар адамдар мен планетаға әсер ететінін мойындайды – оң және теріс, қасақана және байқаусызда. "Әсер етудің бес өлшемін" (және оларға сәйкес ішкі санаттарды) пайдалана отырып, импакт-ұйымдар мен инвесторлар қандай орта немесе ұзақ мерзімді әсердің ең үлкен мәнге ие екенін анықтай алады және осы әсердің тиімділігін бағалай алады.

3 схема. Impact Management Project "Әсер етудің бес өлшемі"



Дереккөз: Impact Management Project.

IMP негізгі операциялық процестердің әлеуметтік және экологиялық әсерін дәл бизнес контекстінде цифрландыруға мүмкіндік беретін жалғыз әдіс болып саналады-мысалы, өнімді өндіруге, жеткізу тізбегіне және басқа да іскерлік операцияларға қатысты әртүрлі әсер ету категорияларын жеке-жеке бөліп көрсету. Алайда, бұл әдіс бүкіл ұйымның әсерін бағалау үшін жарамсыз.

IMP әдісі басқаларға қарағанда "өзгерістер теориясының" негізгі принциптеріне сүйенеді және "әсер ету қаупі", "атрибуция", "бастапқы күйді өлшеу" және т.б. сияқты элементтерді қамтиды.

4 схема. Impact Management Project "Әсер етудің бес өлшемі" туралы егжей-тегжейлі мысал



IMP тәсілінің артықшылығы-ол қолданыстағы стандарттармен, яғни әсер ету саласындағы прогресті көрсету үшін белгілі бір салаларға, секторларға және тақырыптарға қолданылатын негізгі көрсеткіштермен біріктіріледі. Стандарттардың мысалдары SASB, B Lab, IRIS+ және басқалары болып табылады.

Сонымен, GIIN⁴¹ Iris+ индикаторлар жүйесін әсер етудің тақырыптары мен санаттары бойынша тиімділік индикаторларын анықтайтын әсерді өлшеудің жалпы қабылданған стандарты ретінде жасады. Бұл стандарт импакт-ұйымдар мен инвесторларға кең ашық каталогтан⁴² қолайлы көрсеткіштерді тиімді анықтауға және таңдауға мүмкіндік береді және стандартталған деректерді жинау және есеп беру бойынша нұсқаулық ұсынады. IRIS + метрикалары көбінесе тақырыптық фокус пен өзгеріс теориясының нәтижелеріне сәйкес келетін кеңірек тақырыптар мен ішкі тақырыптарға арналған, дегенмен метрикалардың көпшілігі өзгеру көрсеткіштері болып табылады. IRIS+ ТДМ және елуден астам басқа конвенцияларға сәйкес келеді.

ЮНЕСКО Culture|2030 Indicators

Culture|2030 Indicators⁴³ немесе ЮНЕСКО конвенциялары негізінде әзірленген "Күн тәртібі-2030 іске асыруға мәдениет салымының көрсеткіштері" 2030 жылға дейінгі кезеңге ТДМ іске асыруға мәдениеттің нақты практикалық үлесін бағалау құралы болып табылады. Бұл әдісте Мәдениет қызмет саласы ретінде және ТДМ-нің өтпелі элементі ретінде қарастырылады. Экономикалық әл-ауқат пен жұмыс орындарын құру ғана емес, сонымен қатар мәдениеттің білім мен дағдыларды қалыптастыруға әсер ету тетіктері, сондай-ақ адамдардың ұжымдық процестерге тарту мен қатысуы басты назарда.

Тұжырымдама төрт бағытқа бөлінеді:

- **Қоршаған орта және тіршілік әрекетінің тұрақтылығы:** мәдени және табиғи мұра объектілерін сақтауға және қалаларда салауатты экологияны қамтамасыз етуге баса назар аударатырып, экологиялық қауіпсіз ортаны құруға мәдениеттің қосқан үлесі.
- **Материалдық әл-ауқат және өмір сүру құралдары:** табыс көздері мен жұмыс орындарын құру, сондай-ақ мәдени мақсаттағы тауарлар мен қызметтерді сатудан және мәдениет саласындағы кәсіпорындардан түсетін түсімдерді ынталандыру арқылы әлеуметтік бағдарланған және тұрақты экономикаларды қалыптастыру үшін мәдениеттің көтермелеуге және қолайлы жағдайлар жасауға қосқан үлесі.
- **Білім мен дағдылар:** жергілікті деңгейде бар құндылық мәдени көзқарастарды, білім мен дағдыларды мамандарды даярлау, сондай-ақ білім беру саласындағы әдістемелерді, басшылық құжаттар мен ұсынымдарды әзірлеу арқылы олардың құқықтары мен мүмкіндіктерін кеңейтуге беруге мәдениеттің қосқан үлесі.

Инклюзивтілік және қатысу: мәдениеттің әлеуметтік бірлікті нығайтуға, сондай-ақ мәдениетке қол жетімділікті бағалауды, кез-келген адамның мәдени өмірге қатысу құқығын іске асыруды, сондай-ақ мәдени сөз бостандығына, оның ішінде көркем шығармашыл еркіндігіне құқықты қоса алғанда, қоғамның инклюзивтілігі мен қатысуын ынталандыруға қосқан үлесі.

⁴¹ IRIS+ by GIIN. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://iris.thegiin.org>

⁴² IRIS+ Catalog of Metrics. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://iris.thegiin.org/metrics/>

⁴³ UNESCO. (2019). *Culture|2030 Indicators: UNESCO Framework for Measuring Culture's Contribution to the 2030 Agenda*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>

Кесте 2. ЮНЕСКО Күн тәртібі-2030 іске асыруға мәдениет салымының көрсеткіштері

ТАҚЫРЫПТЫҚ БАҒЫТ	№ Р/Б	КӨРСЕТКІШ	МҮМКІН ГЕНДЕРЛІК ҚҰРАУШЫ
Қоршаған орта және тіршілік тұрақтылығы	1	Мұраны сақтау мақсаттарына арналған шығыстар	
	2	Тұрақты мұраны басқару	Саясатты әзірлеу кезінде гендерлік аспектілерді есепке алу
	3	Климаттың өзгеруіне бейімделу және төзімділік	Саясатты әзірлеу кезінде гендерлік аспектілерді есепке алу
	4	Мәдени инфрақұрылым	Кәсіпорындардың меншік иелері-пайдаланушыларының жынысы. Басқарма мүшелері мен аға басшылар деңгейіндегі ерлер мен әйелдердің арақатынас
	5	Ашық мәдени кеңістіктер	Пайдаланушылар мен эксплуатанттардың жынысы (мысалы, базар павильондары)
Материалдық әл-ауқат және күнкөріс	6	Мәдениеттің ЖІӨ-ге қосқан үлесі	
	7	Мәдениет саласындағы жұмыспен қамту	Жынысына, жасына және басқа параметрлеріне қарай бөлу
	8	Мәдениет саласының кәсіпорындары	Кәсіпорындардың меншік иелері-пайдаланушыларының жынысы. Басқарма мүшелері мен аға басшылар деңгейіндегі ерлер мен әйелдердің арақатынасы
	9	Үй шаруашылығының шығындары	
	10	Мәдени мақсаттағы тауарлар мен қызметтер саудасы	
	11	Мәдениет саласын мемлекеттік қаржыландыру	Гендерлік бағдарланған қаржылық есептілік жүйесі
	12	Мәдениет саласын басқару	Саясатты әзірлеу кезінде гендерлік аспектілерді есепке алу
Білім және дағдылар	13	Тұрақты даму мүддесі үшін білім беру	Саясатты әзірлеу кезінде гендерлік аспектілерді есепке алу
	14	Мәдени білім	Саясатты әзірлеу кезінде гендерлік аспектілерді есепке алу
	15	Көптілді білім беру	
	16	Мәдени және көркемдік білім	Гендерлік паритет индексі
	17	Мәдениет саласында мамандар даярлау	Гендерлік паритет индексі
Инклюзивтілік және қатысу	18	Мәдениет әлеуметтік келісімнің факторы ретінде	Жынысына, жасына және басқа параметрлеріне қарай бөлу
	19	Шығармашыл еркіндігі	Саясатты әзірлеу кезінде гендерлік аспектілерді есепке алу
	20	Мәдениетке қол жеткізу	Жынысына, жасына және басқа параметрлеріне қарай бөлу

	21	Мәдени өмірге қатысу	Жынысына, жасына және басқа параметрлеріне қарай бөлу
	22	Кең қатысу механизмдері	Жынысына, жасына және басқа параметрлеріне қарай бөлу

Дереккөз: UNESCO. (2019). *Culture|2030 Indicators*.

Culture|2030 Indicators әзірлеушілері төрт тақырыптық бағыттың егжей-тегжейлі сипаттамасын, бақылау парақтарын, деректер көздерін және көрсеткіштерді есептеу әдістемесін қамтитын қадамдық бағалау нұсқаулығын ұсынады. Материалдар жалпыға қолжетімді.

1.3. Импакт-инвестициялау

"Импакт-инвестициялау" немесе әсер етуге инвестициялау термині 2007 жылдан бері қолданылып келеді және GIIN⁴⁴ оны "қаржылық пайдамен қатар оң, өлшенетін әлеуметтік және экологиялық әсер алуға бағытталған инвестициялар" деп анықтайды.

Инвестицияларды импакт – инвестициялар санатына жатқызуға болатын **төрт белгісі** бар:

- 1) *мақсатты тұжырымдау* (әлеуметтік мақсат пен оған қол жеткізу жоспарын анықтау),
- 2) *инвестицияға қайтару* (инвестициялардың өтелу көрсеткіші),
- 3) *қайтару спектрі* (әлеуметтік әсер мен экономикалық пайда арасындағы байланысты ескеретін көрсеткіш),
- 4) *әлеуметтік әсерді өлшеу және бағалау* (салымды анықтау әдісі).

Әсер етуге инвестициялар гранттар немесе қайырымдылықтар емес екенін атап өту маңызды, өйткені олар оң қаржылық қайтарымды күтеді. Бұл ретте әлеуметтік және экологиялық өзгерістерге компанияның мақсатты қызметі барысында қол жеткізіледі және оның коммерциялық қызметінің жанама әсері болып табылмайды деп болжанады.

Импакт-инвесторлардың назары бизнес-моделі күшті әлеуметтік миссияға негізделген қолданыстағы немесе дамып келе жатқан жобаларға аударылады. Бұл ретте инвестициялар оң әсерді күшейтуге немесе теріс салдарларды барынша азайтуға, сондай-ақ осындай жобалардың тұрақтылығын нығайтуға бағытталады.

Бүгінгі таңда импакт-инвестициялау-бұл инвесторларға өз капиталын нақты әлеуметтік және экологиялық мәселелерді шешуге бағыттауға мүмкіндік беретін мамандандырылған өнімдердің, қорлардың және стратегиялардың кең спектрі. Бұл институционалдық қор, отбасылық кеңсе немесе жеке инвестор болсын, әсер етуші инвестицияның айқындаушы белгісі және әсер етуші инвестордың негізгі мотивациясы болып табылатын дәлелденетін оң өзгерістерді жасау ниеті.

⁴⁴ Global Impact Investing Network (GIIN). *Impact Investment definition*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://theGIIN.org/impact-investing/need-to-know/#what-is-impact-investing>

Импакт-инвестициялау-бұл әртүрлі салаларда қолданылатын дамып келе жатқан тұжырымдамалар мен тәсілдерді қамтитын жалпылама термині.

3 кесте. Импакт-инвестициялаудың түршелері

Тұрақты инвестициялар	Әлеуметтік, экологиялық және басқару салаларында күтілетін ұзақ мерзімді пайданы ескере отырып инвестициялау. Тұрақты болашақты көру стратегиялық әрекеттерді дамытудың бастапқы нүктесі болып табылады.
Әлеуметтік жауапты инвестициялар (Socially Responsible Investing, SRI)	Әлеуметтік жауапты, әлеуметтік саналы, "жасыл" немесе этикалық инвестициялау-бұл ESG факторларын ескеретін және табиғатты ұтымды пайдалануға, тұтынушылардың құқықтарын, адам құқықтарын қорғауға және әртүрлілікке ықпал ететін тәжірибелерді ынталандыратын ұзақ мерзімді инвестициялық тәсіл.
Импакт-Инвестициялар	Маңызды өзгерістер жасау үшін кәсіпкерліктің оң күшін пайдалана алатын ұйымдар мен қорларға инвестициялар. Инвестициялар дамушы және дамыған нарықтарда жүзеге асырылуы мүмкін және жағдайларға байланысты нарықтан нарыққа дейінгі кірісті болжайды.
ESG инвестициялары	Экологиялық, әлеуметтік және басқару (ESG) факторлары-бұл инвестициялардың тұрақты, әділ және тиімді тәжірибеге ықпал ететінін және жоба қызметінің ықтимал тәуекелдерін төмендететінін бағалау үшін инвестициялық талдау шеңберінде ескерілетін қаржылық емес деректер.
Венчурлық қайырымдылық	Әлеуметтік профильдегі жобалар немесе ұйымдар, әдетте ҮЕҰ, олардың әлеуметтік әсерін масштабтау үшін қолдау көрсетілетін импакт – инвестордың жоғары деңгейдегі ұзақ мерзімді тәсілі.
Миссия Инвестициялар (Mission Related Investments)	Инвестициялық қордың активтерін өзінің әлеуметтік миссиясын орындауға және бір немесе бірнеше әлеуметтік мақсаттарға жетуге ұмтылатын қаржылық тұрғыдан тиімді бастамаларға инвестициялауға бағыттау.

Дереккөз: <https://www.impacteurope.net/impact-glossary>,

<https://missioninvestors.org/resources/fundamental-terms-and-concepts-impact-investing>

Көбінесе "импакт-инвестициялау" термині "қайырымдылық", "корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік (КӘЖ)", "тұрақты даму" және "ESG" синонимі ретінде қате қолданылады. Бұл ретте, бұл ұғымдар жекелеген бағыттар бола отырып, бизнес-ортада бір-бірін толықтыра алады.

Импакт-инвестицияларды инвестициялық құрал немесе тәуелсіз активтер класы деп санау керек пе, әлде әсер ету барлық активтер кластары қарастырылатын линза болуы керек пе деген пікірталастар әлі де бар.

Бірақ тұжырымдамалық шеңбер қаншалықты құрылса да, соңғы он жылдағы импакт-инвестициялар нарығының өсу қарқыны көптеген басқа активтер кластарының динамикасынан асып түседі. GIIIN 2021 жылдың желтоқсан айындағы жағдай бойынша 3,349 ұйым бүкіл әлем бойынша импакт-инвестициялар саласындағы активтерді басқарды, ал жаһандық нарық көлемі 2020 жылғы 715 млрд-тан 1,164 трлн

АҚШ⁴⁵ долларын құрады деп есептейді. Халықаралық қаржы корпорациясының (IFC) 2020 жылға⁴⁶ арналған жаһандық бағасы одан да жоғары болды – 2,3 трлн АҚШ доллары.

Тек Ұлыбританияда, Big Society Capital⁴⁷ бағалауы бойынша, нарық соңғы 11 жылда он еседен астам өсті – 2011 жылы 830 миллион фунт стерлингтен 2022 жылы 9,4 миллиардқа дейін. А АҚШ-тың жауапты инвестициялар нарығы 2021 жылдан 2022 жылға дейін екі жыл ішінде 300% – ға өсті және әртүрлі көздермен бағаланады 12-ден 715 миллиард АҚШ⁴⁸ долларына дейін.

Әсер етуге инвестициялар сипаты мен активтер кластары бойынша ерекшеленеді және тікелей инвестицияларды, жылжымайтын мүлікті, венчурлық капиталды, делдалдық қорлардың немесе жеке компаниялардың үлестік инвестицияларын, борыштық міндеттемелерді және тұрақты кірісті⁴⁹ инвестицияларды қамтуы мүмкін. Бұл капитал дәстүрлі қайырымдылық пен гранттардан бастап әлеуметтік инвестицияларға дейін әр түрлі формада болуы мүмкін.

Әсер ету экожүйесі

Негізгі мүдделі тараптарды біріктіруге және олардың өзара әрекеттесуінің толық циклін қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін тиісті экожүйесіз әсерді дамыту және масштабтау бойынша күш-жігерге әрең қол жеткізуге болады – ұйымның қалаған импактісін және оның маңызды өзгерістерге қол жеткізуге бағытталған мақсатты қызметін анықтаудан бастап, бенефициар деңгейіндегі әсерді бағалауға және инвестицияларды қайтаруға дейін.

Бір қызығы, импакт-капитал тізбегі мен әлеуметтік құндылық тізбегі бірдей процестерді және мүдделі тараптардың қатысуын білдіреді, бірақ кезеңдердің тәртібі керісінше, бұл өзгерістерді құру процесінің де, жалпы экожүйенің жұмысының да циклдік сипатын көрсетеді.

⁴⁵ Global Impact Investing Network (GIIN). (2022). *Sizing the impact market*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://thegiin.org/assets/2022-Market%20Sizing%20Report-Final.pdf>

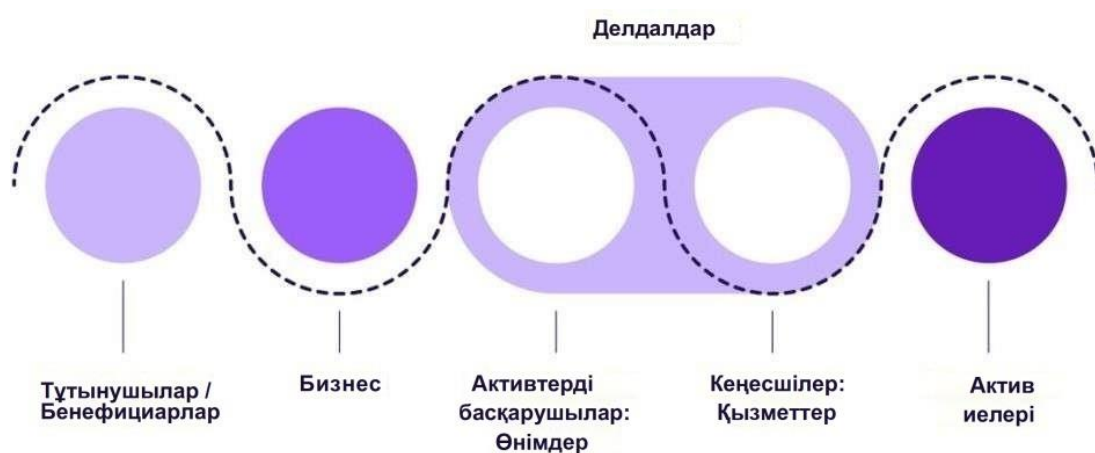
⁴⁶ IFC. (2020). *Investing for Impact: The Global Impact Investing Market*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.ifc.org/en/insights-reports/2021/impact-investing-market-2020>

⁴⁷ Sanderson, F., Phillips, S., Maggs, D. (2023). *Impact Investing in the Cultural and Creative Sectors Insights from an emerging field*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. ISBN: 978-0-7017-0278-6.

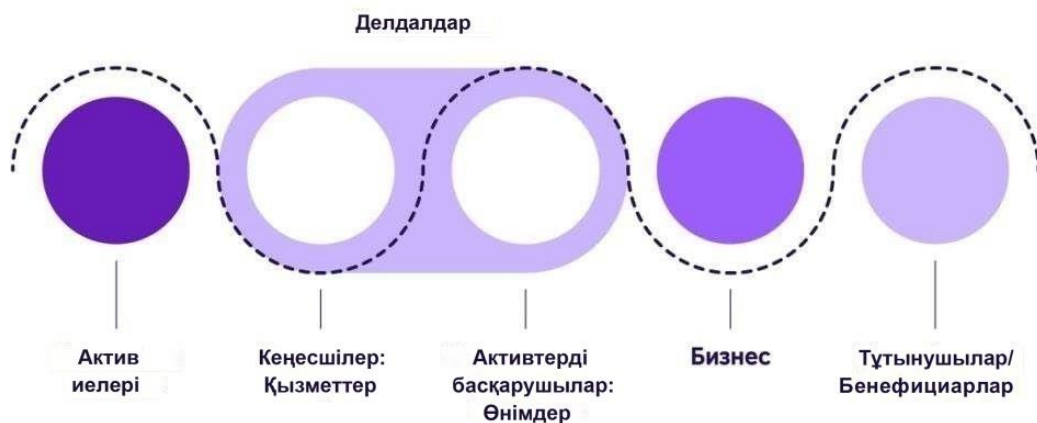
⁴⁸ Global Impact Investing Network (GIIN). (2020). *Annual Impact Investor Survey*. 10th edition. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://thegiin.org/assets/GIIN%20Annual%20Impact%20Investor%20Survey%202020.pdf>

⁴⁹ Montocchio, E. (2023). *Impact Investment trends in 2023*. LinkedIn. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.linkedin.com/pulse/impact-investment-trends-2023-emma-montocchio/>

5 схема. Кәсіпкерлік экожүйедегі құндылық тізбегі



6 схема. Импакт-капитал қозғалысының тізбегі



Дереккөз: Godeke S., Briaud P. (2020). *Impact Investing Handbook. An Implementation Guide for Practitioners.* Rockefeller Philanthropy Advisors.

Әр қатысушыға экожүйеде белгілі бір рөл беріледі.

Қайырым көрушілер / Бенефициарлар. Тұтыну топтары, әртүрлі қауымдастықтар немесе жергілікті табиғи экожүйелер, олардың мүдделері үшін әсер ету анықталады және жүзеге асырылады.

Импакт-кәсіпкерлер. Әлеуметтік, креативті немесе технологиялық кәсіпкер сияқты тар анықтамалар біртіндеп өзгерістердің бастамашысы ролін алатын, әлеуметтік миссияны анықтайтын және өзінің

коммерциялық қызметі шеңберінде бенефициарларға мақсатты әлеуметтік әсер ететін кез келген адамға қолданылатын "импакт – кәсіпкер" жалпы терминімен ығыстырылады. Қаржылық қолдау аясында импакт-кәсіпкерлер алушылар, яғни инвестициялар объектілері ретінде әрекет етеді.

Актив иелері / инвесторлар. Қазіргі уақытта дамыған елдерде әсер етуге инвестициялар негізінен қайырымдылық трасттарынан, инвестициялық және корпоративтік қорлардан, жеке отбасылық кеңселерден, мемлекеттік ұйымдардан және жеке инвесторлардан келеді, олар өздерінің әлеуметтік миссиясын жүзеге асырады және басқа ойыншылардың – импакт-кәсіпкерлер мен делдалдық ұйымдардың қолдауы арқылы әлеуметтік әсерді ұлғайтуға тырысады.

Мысалы, Еуропада импакт-инвестициялардың 36% – ы венчурлық және жеке капитал қорларына, 20%-ы дәстүрлі және этикалық банкінгіті қоса алғанда жеке қаржы институттарына, ал 1%-ы сәйкесінше бизнес-инкубаторларға, акселераторларға және бизнес жебеушілеріне тиесілі⁵⁰.

Операторлар / Делдалдар. Әлеуметтік әсер ету инвестициялары тікелей жүзеге асырылуы мүмкін болса да – капитал иесінен инвестиция алушыға-ең көп таралған тәсіл кәсіби операторлармен немесе делдалдармен ынтымақтастық болып табылады. Импакт-инвестициялар нарығын қалыптастыру кезінде олар негізгі жүйе құраушы рөл атқарады.

Делдалдық ұйымдар өздерінің мамандануына қарай инвестициялауға дейін және одан кейінгі әсерді бағалау және мониторингілеу саласында салалық білім мен сараптаманы жинақтайды, әсерді басқару бойынша консультациялық қолдау көрсетеді және инвестициялар объектілері үшін есептілікті дайындауға көмек көрсетеді.

Делдалдар импакт-кәсіпкерлерге олардың әлеуметтік әсеріне қол жеткізу және масштабтау үшін қол жетімді капитал көлемін ұлғайтуға тырысады. Осылайша, делдалдар әлеуметтік әсер ету экожүйесіне көбірек қаржы ресурстарын тарта отырып, капиталға сұраныс пен инвестициялық ұсыныстарды біріктіреді. Олар активтер иелерінен алынған инвестицияларды бөледі, бұл кәсіпкерлік жобалардың өміршеңдігін арттыруға әкеледі. Орташа алғанда, делдалдардың импакт-жобаларды қолдау уақыты 3–5 жылды алады.

Делдалдардың негізгі функцияларының бірі-инвестиция алуға дайын жобалардың сапалы құбыр желісін (портфолиосын) құру және қолдау. Құбыр желісі принципі венчурлық экожүйе стандарттарымен бірдей: жобалар шұңқыры өтінімдерді іріктеуден, бизнес-модельдерді скринингтен, жобаларды кейіннен акселерациялаудан және инвестициялар алуға конкурс өткізуден қалыптаса бастайды. Бірақ импакт-инвестициялау мақсаттары үшін импакт индикаторларын талдауды, қаржылық тұрақтылықты бағалауды, сондай-ақ қаржыландыру құрылымын, инвестицияларды қайтаруды және жобаны қаржылық емес қолдауды анықтауды қамтитын әсер ету мақсаттары мен тәуекелдерін (due diligence) ескере отырып, ұйымның қызметін кешенді бағалау қосымша жүргізіледі.

⁵⁰ Ева Конзалдың презентация материалдары бойынша (Impact Europe), Impact Forum Алматы, сәуір 2024.

Төменде импакт-қор арқылы импакт-инвестициялар алу үшін жобалардың **пайплайн желісін қалыптастыру процесінің** мысалы келтірілген (на примере Via Fund⁵¹):

1. Акселерация бағдарламалары арқылы импакт-жобаларды іздеу.
2. Инвестициялау-әр жоба үшін жеке қаржылық модель мен құралдарды әзірлеу.
3. Инкубация және сүйемелдеу-қаржылық емес қолдау көрсету (тәлімгерлік, білім беру бағдарламалары) және әрбір жоба үшін өлшенетін импакт индикаторларын анықтау.
4. Әсер ету нәтижелері мен индикаторларын өлшеу – әлеуметтік әсер мен қаржылық нәтижелерді бағалау және тексеру.
5. Инвестицияларды қайтару және қайта инвестициялау-жаңа портфельді қалыптастыру және болашақ инвестициялар үшін капиталды қайта бөлу.

Қосылған құн тізбегінде жобаларды инвестицияларды алуға дайындау және оларды кейіннен сүйемелдеу кезінде делдал сыйақы алады. Бір жағынан, бұл инвестицияларды алу және/немесе қайтару шығындарын арттырады, екінші жағынан, бүкіл процесті барлық мүдделі тараптар үшін стандартталған және ашық етеді және әсер ету күші жігерін тұрақты етеді.

Делдалдар инвесторларға консультациялық және басқарушылық қызметтердің кең спектрін ұсынады, соның ішінде инкубация мен валидациядан өткен жобаларға қол жеткізу; таңдалған секторлардағы аналитика мен инвестициялық мүмкіндіктерге қол жеткізу; қаражатты бөлуге, инвестициялық портфельді қалыптастыруға және басқаруға көмектесу; кәсіпкерлік жобаның әсері мен тәуекелдерін бағалауға көмектесу.

Өз кезегінде, импакт-кәсіпкерлер делдалдардан навигация мен инвестициялық капиталға қол жеткізуді, мамандандырылған білім мен дағдыларды, бизнес – процестерді стандарттауды, әсер ету көрсеткіштерін анықтау, бағалау және бақылау бойынша қолдауды, қаржыны басқаруға көмек пен техникалық қолдауға қол жеткізуді алады.

1.4. Креативті салаларға импакт-инвестициялау

Бүгінгі таңда креативті индустрияларға, өнер мен мәдениетке инвестициялар бүкіл әлем бойынша каталитикалық капиталды жұмылдыруға және осы секторлардағы бастамалар мен кәсіпкерлік жобаларды дамытуға қол жетімді қаржылық мүмкіндік беретін әртүрлі бастамалары бар қарқынды дамып келе жатқан сала болып табылады.

Deloitte мәліметтері бойынша, 2023 жылы импакт-инвестиция көлемі 1,164 миллиард АҚШ долларына бағаланды, бұл алдағы жылдары креативті секторларды елеулі ынталандыру үшін маңызды капиталды білдіреді⁵².

Сонымен қатар, бұл қайырымдылық қаржыландырудың дәстүрлі моделін өзгертуге мүмкіндік береді, ол азаяды және жаңа, тұрақты формада болады.

⁵¹ Ольга Максимованың презентация материалдары бойынша (Via Fund, Armenia), Impact Forum Almaty, сәуір 2024.

⁵² Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

Бүгінгі таңда жаһандық бастамалардың дерекқорлары және мәдени және креативті салаларды қолдайтын инвестициялық қорларды картаға түсіру нәтижелері қол жетімді.

Сонымен, Creativity, Culture & Capital⁵³ халықаралық жобасы креативті экономикадағы импакт-инвестициялардың қаржыландыру үлгілері мен әлеуетін анықтау бойынша жұмыс жүргізуде. 2022 жылы Culture and Creative Impact Funds Map жүргізілген карталау бүкіл әлем бойынша 36-дан астам әсер ету қорларын анықтады: сегізі Ұлыбританияда, сегізі Латын Америкасында, жетеуі Африкада, алтауы АҚШ-та, бесеуі Еуропада, біреуі Үндістанда және бір халықаралық қор. Олардың барлығы тек МКИ-дағы жобаларды қолдайды және / немесе осы секторларды инвестициялық вертикальдар қатарына қосады. Импакт-қорларды карталау креативті экономикаға мақсатты инвестициялардың пайдаланылмаған әлеуетіне назар мүмкіндік береді.

Дамыған елдер мемлекеттік шығындарды азайтып жатқанда, МКИ-ді қаржылық қолдау мүмкіндіктері кеңейіп келеді және қазір мәдени саланы қаржыландыруға тән мемлекеттік қаражаттан басқа жеке және қайырымдылық инвестицияларды да қамтиды. Нәтижесінде мәдениет пен креативтілікке байланысты жобаларға капитал ағынына ықпал аударуға ететін жаңа қаржылық схемалар пайда болады.

Мысалы, корпоративтік секторды МКИ үшін капитал көзі ретінде де қарастыруға болады. Корпоративтік сектор үшін әлеуметтік жауапкершілік стандарттары күшейген сайын, Еуропалық Комиссияның тұрақты даму корпоративтік есептілігі (CSRD)⁵⁴, директивасына сәйкес, креативті секторларға импакт-инвестициялар көлемі, мәдениет пен өнерді қолдау жобалары ұлғаяды. Бұл ретте инвестициялар объектілері инвесторларға алынған қаражаттың дұрыс пайдаланылуын көрсету және жаңа қолдаушылар мен тұтынушыларды тарту үшін өз қызметі мен әсерін, оның ішінде ТДМ-ға қол жеткізуге қосқан үлесін талдау әдістерін жетілдіруге тиіс.

Негізгі қиындықтар

Елдердің экономикалық дамуындағы МКИ рөлі барған сайын мойындалғанына қарамастан, импакт-инвестициялау тәжірибесінің дамуы белгілі бір кедергілерді қиындатады.

Креативті секторларда қызмет ететін ұйымдардың материалдық және материалдық емес активтері бар. Ғимараттар, коллекциялар және материалдық артефактілер сияқты физикалық активтер кеңінен танымал және жақсы бағаланады. Бұл ретте контент, зияткерлік меншік және ұйымдастыру желілері түріндегі материалдық емес активтердің орасан зор базасы кәсіпкерлердің, грант берушілер мен инвесторлардың назарынан тыс қалып отыр.

Creative PEC⁵⁵ мәліметтері бойынша, материалдық емес активтердің құндылығы мен әлеуеті әлі толық ашылған жоқ, әсіресе креативті мазмұнға жоғары халықаралық сұраныс жағдайында. Мұның себебі кәсіпкерлердің меншікті капиталы мен инвестицияларға қол жетімділігінің болмауына байланысты креативті жобалардың өсуі мен ауқымының шектеулерінде жатыр.

⁵³ Creativity, Culture & Capital. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.creativityculturecapital.org>

⁵⁴ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

⁵⁵ Sanderson, F., Phillips, S., Maggs, D. (2023). *Impact Investing in the Cultural and Creative Sectors Insights from an emerging field*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. ISBN: 978-0-7017-0278-6.

Турақты импакт-инвестицияның болмауы құндылықты қалыптастыруда қиындықтарға тап болған секторлар үшін айқын, бұл МКИ үшін әлсіз нүкте болып қала береді. Бұл өз кезегінде институционалдық және жеке инвесторларға креативті секторға тиімдірек инвестициялауға көмектесетін өнімдер мен бағдарламалардың нарықта болмауының себебі болып табылады.

Дегенмен, Upstart Co-Lab⁵⁶ зерттеуі өнерге, дизайнға, мәдениетке және мәдени мұраға импакт-инвестициялардың мысалдары бар екенін көрсетті, бірақ олар креативті экономикаға инвестиция ретінде жіктелмейді. Мысалы, әйелдер кәсіпкерлігіне бағытталған инвесторлар бұл жобалардың креативті индустриялармен байланысын байқамауы мүмкін немесе экологиялық таза өндіріс тәжірибесі үшін импакт-инвестиция алатын компаниялар әрқашан этикалық сән секторы ретінде анықталмайды.

АҚШ-тың креативті экономикасының ЖІӨ-ге қосқан үлесі 4,5% – дан асады, ал оның көлемі 2022 жылы 1,1 трлн. долларға⁵⁷ бағаланды, жыл сайынғы есептерінде креативті экономикаға бағытталған импакт-инвестициялар туралы ақпарат ұзақ уақыт бойы жетіспеді. Мысалы, 2017-2022 жылдар аралығында өнер мен мәдениетке салынған инвестициялардың жылдық өсімі теріс болды – 11%, бұл басқарылатын инвестициялық активтердің (AUM) жалпы көлемінің 0,1% ғана сәйкес келеді, инвесторлардың тек 5% – ы өз инвестицияларының бір бөлігін өнер мен мәдениетке бағыттайтынын айтты⁵⁹.

Deloitte сонымен қатар қалыптасқан трендті растайды: тұтастай алғанда, инвесторлар әлеуметтік әсер ету инвестицияларын мүмкіндік ретінде қарастырады, бірақ креативті секторлар, мәдениет және өнер импакт-инвестициялауға жарамды екендігі туралы дәлелді базаны ұсыну әлі де қиын⁶⁰.

Креативті индустриялардағы коммерциялық тиімділік пен әлеуметтік әсерді бағалау үшін қолданылатын әдістер, әдетте, басқа салалардан алынады және креативті қызмет түрлерінің ерекшеліктерін ескермейді – мысалы, кросс-секторлық жобалардың табиғаты, олардың пайдасы бұлыңғыр, өйткені олар бір уақытта әртүрлі салаларда болады; немесе толығымен кастомизацияланған, сондықтан масштабтауға болмайтын бастамалар; немесе ресми статистикада көрсетілмеген микро кәсіпкерлік форматы және сарапшылардың⁶¹ жоғары көлденең ұтқырлығы. Осылайша, МКИ кәсіпкерлік жобаларының экономикалық көрсеткіштерін басқа секторлармен салыстыру әрекеттері инвесторлардың көз алдында креативті бизнесті бағаланбаған және бәсекеге қабілетсіз етеді.

Бұл кедергілер сонымен қатар нарықта мүдделі тараптардың креативті секторларда бизнес жүргізудің ерекшеліктері, әлеуметтік-мәдени құндылықтарды құру және материалдық емес активтерді басқару ерекшеліктері туралы жеткілікті төмен хабардарлығының сақталуымен күрделене түседі. Джон Хоукинс айтқандай, " мәселе мынада, қайталануға және шекті бағаға негізделген бизнес үлгілерімен таныс дәстүрлі инвесторлар шығармашылық пен инновацияға негізделген бизнесті түсінбеуі мүмкін.

⁵⁶ Design Team and Upstart Co-Lab. (2020). *Creative Impact. Impact Investment.*

⁵⁷ U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA). (2022). *The Arts and Cultural Production Satellite Account.* Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.bea.gov/data/special-topics/arts-and-culture>

⁵⁸ Upstart Co-Lab. (2017). *A Creativity Lens for impact investing.*

⁵⁹ Hand, D., Sunderji, S., Pardo, N. M. (2023). *GIINSight: Impact Investing Allocations, Activity & Performance.* GIIN. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://thegiin.org/publication/research/2023-giinsight-series/>

⁶⁰ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

⁶¹ McIntyre, P., Fulton, J., Kerrigan, S., Meany, M. (2023). *Entrepreneurship in the Creative Industries. How Innovative Agents, Skills and Networks Interact.* ISBN 978-3-031-19454-2.

Материалдық активтер бойынша сарапшылар зияткерлік меншік тақырыбына батып кетуі мүмкін. Немесе олар брендтерді түсінеді, бірақ авторлық құқықты қалай бағалау керектігін білмейді. Оларға құрылтайшылар мен менеджерлердің құзыреттілігін бағалау қиын болуы мүмкін. Немесе олар жеңілдіктерге риза, бірақ олар жанкүйерлер сияқты әрекет ететін жазылушылардың мотивациясын түсінбейді"⁶².

Инвестициялық өнімдер

Әдетте, МКИ-ға импакт-инвестициялар "бірлескен" болып табылады және каталитикалық капиталды қалыптастыра отырып, бірнеше көздерден қалыптасады.

Catalytic Capital Consortium⁶³ каталитикалық капиталды "оң әсер ету және басқаша мүмкін болмайтын үшінші тараптардың инвестициялары үшін жағдай жасау үшін әдеттегі инвестициялармен салыстырғанда пропорционалды емес жоғары тәуекелді және/немесе жеңілдікті кірісті қабылдайтын қарыз, үлестік, кепіл және басқа инвестициялар" деп анықтайды. Каталитикалық капитал дәстүрлі инвестицияларды толықтыра отырып, қаржыландырудың жетіспеушілігін жеңудің және әсерді масштабтаудың маңызды құралы болып табылады.

Жаһандық ауқымда ақылды гранттардан (smart grants) және пайызсыз несиелерден импакт-инвестициялауға біртіндеп транзит жүріп жатқанда, импакт-жобаларды қолдау саласында қаржы құралдарының эволюциясы да жалғасуда. МКИ-да таратылатын негізгі өнімдерге жеңілдетілген несиелер (soft loans), мезаниндік қаржыландыру (mezzanine financing), инвестицияларға (equity) айырбастау үшін бизнестегі/акционерлік капиталдағы үлестерді сатып алу, әлеуметтік әсерге қол жеткізгені үшін сыйлықақы төлемдері түріндегі әлеуметтік әсерді ынталандыру (Social Impact Incentives, SIIIC), тұрақты инвестициялар жоспарлары (Systematic Investment Plan, SIB) жатады⁶⁴.

Мысалы, мәдени әсер ету облигациялары әлеуметтік әсер ету облигациялары түрінде болуы мүмкін (Social Impact Bond, SIB). Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы (ЭЫДҰ) SIB-ті үкіметтер немесе квазимемлекеттік сектор келісілген және өлшенетін әлеуметтік нәтижелерге қол жеткізе алатын әлеуметтік қызмет көрсетушілермен келісімдер жасай алатын инновациялық қаржыландыру механизмі ретінде анықтайды. Қаржыландыру тетігі әлеуметтік миссиясы бар компания, әдетте, импакт-қор сияқты делдал тақырыптық облигациялар шығарып, жеке инвесторлардың, қайырымдылық ұйымдарының немесе инвестициялық қорлардың қаражатын жинақтаған кезде басталады. Осылайша, қызмет провайдерлері бұл қаражатты өздерінің операциялық шығындарын жабу үшін пайдаланады және жоспарланған әлеуметтік нәтижелерге қол жеткізген кезде инвесторлар үкіметтен немесе уәкілетті органнан сыйлықақы алады (pay for success)⁶⁵.

Сондай-ақ тұрақты инвестициялық өнімдерді сәтті енгізудің мысалдары бар. Атап айтқанда, Колумбияда Orange Economy Policy аясында креативті салалардың дамуын қолдауға бағытталған қызғылт сары

⁶² Howkins, J. (2021). *We need to redefine success*. Creativity, Culture and Capital. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.creativityculturecapital.org/blog/2021/09/13/we-need-to-redefine-success>

⁶³ MacArthur Foundation. (2019). *Catalytic Capital at Work*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.macfound.org/press/article/catalytic-capital-work>

⁶⁴ Sanderson, F., Phillips, S., Maggs, D. (2023). *Impact Investing in the Cultural and Creative Sectors Insights from an emerging field*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. ISBN: 978-0-7017-0278-6.

⁶⁵ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

облигациялар⁶⁶ алғаш рет шығарылды. "Қызғылт сары" экономикасының көптеген кәсіпорындары – стартаптар, дамудың алғашқы кезеңдеріндегі компаниялар, жай жобалар немесе идеялар – олардың коммерциялық даму перспективалары жоғары тәуекелдерге ие. Осыған байланысты бастама коммерциялық банктермен өзара әрекеттесуге бағытталған креативті кәсіпорындар үшін кіріс кедергісін азайту және дәстүрлі материалдық активтерге емес, монетизациялау және бағалау экономикалық тұрғыдан қиын болатын болашақ идеялар мен кейінге қалдырылған материалдық емес активтерге бағытталған жаңа қаржылық өнімдер мен кепілдіктерді әзірлеу.

2018 жылы қызғылт сары облигациялармен Bancóldex⁶⁷ банкі 322 инвестордың капиталын жинай алды және екі жыл ішінде өнер және мұра жобаларын (52%), мәдени индустрияларды (42%), функционалды туындыларды (6%) қаржыландырды. Бұл ретте МКИ компаниялары алынған қаражатты айналым капиталын толықтыруға (69%) және бизнесті жаңғыртуға (31%) пайдалана алды.

Осылайша, "жеңілдікті капиталдың" болуы нарықтың дамуын едәуір дәрежеде ынталандырады, оның ішінде қаржыландыруды қажет ететін ұйымдарға неғұрлым икемді және тәуекелге төзімді инвестициялық өнімдерді ұсыну мүмкіндігін қамтамасыз етеді⁶⁸. Нарық ауқымында бұл мәдени және креативті секторлардың тұрақсыз кірістеріне байланысты иеліктен шығуын жеңуге және оларды инвестициялық салаға қайтаруға көмектеседі.

Оптика

Таңдалған әлеуметтік мәселелерге және әсер ету мақсаттарына байланысты инвесторлар белгілі бір тақырыптар мен сәйкес оптиканы (lenses) таңдай алады.

Егер тақырып экономиканың белгілі бір секторына (мысалы, креативті индустрияларға) немесе белгілі бір бағытқа (кәсіпкерлік білім) қатысты болуы мүмкін болса, онда әсер ету оптикасы – бұл импакт-инвестордың барлық активтеріне қолданылатын ерекше көзқарас. Мысалы, инвестициялық қор өзінің барлық инвестицияларына гендерлік теңдік оптикасын қолдана алады және инвестициялардың әртүрлі жобалардағы гендерлік теңдік көрсеткіштерінің динамикасына қалай әсер ететінін бағалай алады.

МКИ-де оптика ретінде болуы мүмкін:

- креативті кластерлер мен креативті хабтарды дамыту (инфрақұрылым салу, жаңғырту, әлеуметтік-мәдени мақсаттағы жылжымайтын мүлікті басқару),
- қауымдастықтарды дамыту (жергілікті, креативті, кәсіби),
- инклюзия және толеранттылық тәжірибелерін күшейту (бенефициарлардың әртүрлі топтарын, соның ішінде осал топтар мен мүгедектерді қосылуы),
- экологиялық / этикалық жергілікті өндіріс, тұрақты материалдар,
- көміртегі ізін азайту (логистикалық тізбектерді өзгерту арқылы),

⁶⁶ Munero, C. (2021). *Sharing the orange bond with the world*. Creativity, Culture and Capital. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.creativityculturecapital.org/blog/2021/09/13/sharing-the-orange-bond-with-the-world/>

⁶⁷ Сол жерде.

⁶⁸ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

- материалдық емес активтерді құру және басқару,
- жергілікті мәдени мұраны сақтау (кәсіпшілік, мұра ескерткіштері),
- қауіпсіз орта құру және т. б.

Upstart Co-Lab импакт-қорының мысалы (АҚШ)

Нью-Йорктегі ең үлкен Upstart Co-Lab импакт-қоры өз жұмысында "мәдениет және өнер" терминінен "креативті экономиканың" пайдасына бас тартты. Импакт-инвесторлардың назарын мәдениетке, өнерге, дизайнға және мұраға байланысты кәсіпкерлік жобалар мен жылжымайтын мүлік объектілерін дамыту мүмкіндіктеріне аудару үшін қор "Креативті оптикасын" (Creativity Lens) енгізді.

АҚШ-тың креативті салаларының ерекшеліктерін ескере отырып, Upstart Co-Lab 145 секторды анықтады⁶⁹. Алғашқы импакт-инвестициялардың негізгі бағыттары ретінде бес креативті индустрия таңдалды:

1. *Этикалық сән*: еңбек қатынастарына, қоршаған ортаға әсерге, мәдени мұраны басқаруға және/немесе сақтауға байланысты салалық мәселелерді белсенді түрде шешетін киім, аяқ киім, зергерлік бұйымдар мен аксессуарлар шығаратын компаниялар.
2. *Тұрақты тамақтану*: ресурстарды, мәдени мұраны сақтау, пайдалы тағамға қол жетімділікті қамтамасыз ету, тұтынушылардың хабардарлығын арттыру бойынша шешімдермен белсенді жұмыс істейтін тамақ және сусын өндірушілері мен жеткізушілері.
3. *Әлеуметтік әсер ететін медиа*: позитивті әлеуметтік нәтижелерді масштабтау, аз ұсынылған дауыстар мен шақыру қағаздары үшін платформа ұсыну және әртараптандырылған жұмыс орындарын құру үшін сторителлинг, коммуникация және технология мүмкіндіктерін пайдаланатын компаниялар.
4. *Басқа креативті кәсіпорындар*: өнер, дизайн, мәдениет және мұра салаларында өнім шығаратын және тарататын тұрақты бизнес үлгілері бар кәсіпорындар сапалы жұмыс орындарын құруды қамтамасыз етеді және әлеуметтік әсер етеді.
5. *Креативті кеңістіктер (кластерлер)*: қол жетімді бағамен жылжымайтын мүлікті ұсынатын және көршілерге пайда әкелетін креативті адамдарға немесе креативті экономикалық кәсіпорындарға бағытталған жобалар.

2018 жылы Upstart Co-Lab жергілікті бастамаларды қолдау корпорациясымен (LISC) бірлесіп Нью-Йорктің инклюзивті креативті экономика қорын құрды⁷⁰. Қор жеке тұлғалардан, отбасылық кеңселерден, қайырымдылық қорларынан және мәдениет мекемелерінен 6,2 миллион АҚШ доллары көлемінде капитал жинады. Алынған қаражат Нью-Йорктегі қол жетімді жұмыс орындарын қаржыландыруға бағытталды, осылайша креативті кәсіпкерлер өздерінің бизнес-жобаларын дамытып, жұмыс орындарын құра алады, соның ішінде табысы төмен және орташа жұмысшылар үшін.

⁶⁹ The North American Industry Classification System (NAICS). Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.naics.com/search/>

⁷⁰ Design Team and Upstart Co-Lab. (2020). *Creative Impact. Impact Investment*.

Креативті салаларға инвестициялаудың негізгі трендтері

Төменде сараптамалық болжамдарға сәйкес МКИ-да импакт-инвестицияларды және жобаларды қаржылық қолдаудың баламалы нысандарын таратуға ықпал ететін негізгі трендтер қарастырылған.

№ 1 тренд: креаторлар экономикасы

Upstart Co-Lab Импакт-қоры креаторлардың қарқынды дамып келе жатқан экономикасына (Creator Economy⁷¹) — тәуелсіз контент, өнім және қызмет әзірлеушілеріне қарау, эксклюзивті мазмұнға жазылу, ынтымақтастық және жарнамалық келісімшарттар арқылы әртүрлі аудиторияларды дамыту және тарту арқылы өз жұмысын монетизациялауға мүмкіндік беретін онлайн платформалардың экожүйесіне назар аударады. Технологиямен ажырамас байланыс үлкен аудиторияға ауқымды әсер ету мүмкіндіктерін ашады.

Кейбір бағалаулар бойынша, бұл салаға 250 миллионнан астам креаторлар мен инфлюенсерлер⁷² қатысады және нарықтың жаһандық бағасы 104 миллиард АҚШ долларын құрайды. 2021 жылдан бастап креаторлардың жаһандық экономикасына 165 миллионнан астам адам қосылды, АҚШ-та (+34 миллион жаңа креатор), Испанияда (+10 миллион), Оңтүстік Кореяда (+11 миллион) және Бразилияда (+73 миллион) айтарлықтай өсім байқалды⁷³.

Осы уақыт ішінде тек АҚШ-та секторға 7 миллиард доллардан астам инвестиция салынды. Web3 платформалары NFT және әлеуметтік токендер арқылы креаторға, суретшіге немесе дизайнерге тікелей инвестициялауға мүмкіндік береді. Импакт-инвесторлар география, демография немесе жұмыс тақырыбы бойынша креаторларды таңдай алады, бұл олардың әсер ету мақсаттарына сәйкес келеді. Бүгінгі таңда импакт-инвестициялар таланттар агенттіктеріне, продюсерлік студияларға, контент құру және әсер етушілермен жұмыс жасау студияларына беріледі.

Дәстүрлі венчурлық қорлар креативті экономикада электрондық коммерцияның, ойын-сауықтың және медианың болашағын көреді.

№ 2 тренд: ақылды және ынталандыратын қалалар

Ақылды қалалар рейтингі Smart City Index Report 2023⁷⁴ қала тұрғындарының қала өмірінің жалпы сапасына қаншалықты мән беретінін және ақылды қалалар тұжырымдамасының өзі "ашық және инновациялық қалаларға", "инклюзивті және алуан түрлі қалаларға", "тұрақты қалаларға" және "азаматтарға бағытталған қалаларға" қалай айналатынын сипаттайды, бұл тек рейтингтің көшбасшы қалалары қалай жобаланатынын және басқарылатынының маңыздылығын айтады.

⁷¹ Upstart Co-Lab. (2023). *The Creator Economy: A Guide for Impact Investors*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://upstartco-lab.org/impact-investing-in-the-creator-economy/>

⁷² Winter, D. (2023). *7 Types of Digital Creators Who Power the Creator Economy*. Shopify. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.shopify.com/blog/creator-archetypes>

⁷³ Adobe. (2020). *Future of Creativity Study*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://news.adobe.com/news/news-details/2022/Adobe-Future-of-Creativity-Study-165M-Creators-Joined-Creator-Economy-Since-2020/default.aspx>

⁷⁴ IMD. (2023). *Smart City Index Report*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.imd.org/wp-content/uploads/2023/04/smartcityindex-2023-v7.pdf>

Инклюзивтілік пен әртүрлілік жетістіктің негізгі көрсеткіштеріне айналуға. Олар таланттарды тарту және сақтау стратегияларына, иммигранттарға және әртүрлі азшылықтарға төзімділіктің жоғары деңгейіне қатысты.

Креативті индустриялар, сондай-ақ кең мағынада мәдениет пен креативті әлеуметтік келісімге ықпал етеді, маргиналды топтардың қоғамға қосылуын қолдайды, қаланың өмір сүруге және баруға қауіпсіз орын ретінде тартымдылығын арттырады. Мәдени және креативті орталықтар болып табылатын қалалар инвестицияларды тартады және "ынталандыратын қалаларға" айналады⁷⁵. Ынталандырушы қала тұрғындарға айналаны зерттеуге, ойын-сауық орындарына баруға, қоғамдық іс-шараларға қатысуға, басқа адамдармен араласуға және білім беру мүмкіндіктерін пайдалануға мүмкіндік береді.

Лондон-300-ден астам мұражайлар мен өнер галереяларында ұсынылған шығармашылық пен өнерді қолдай отырып, әртүрлілік пен әлеуметтік келісімге берілгендігімен танымал ынталандырушы қаланың мысалы. 2016 жылы Лондонда "Түнгі патша" (Night Czar) позициясы пайда болды⁷⁶. Түнгі патша мэрдің қаланың тәулік бойы гүлденуін қамтамасыз ету және Лондонның түнгі өмірін ішкі және халықаралық деңгейде ілгерілету тұжырымдамасын жүзеге асырады. Мекемелердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету жұмыстары рестораторлармен, түнгі демалыс индустриясының өкілдерімен, жергілікті билік органдарымен, полициямен, көлік басқармасымен, жергілікті тұрғындармен және кеңесшілермен серіктестікте жүзеге асырылады. Түнгі патша жұма және сенбі күндері тәулік бойы қоғамдық көлікпен түнгі метро бастамасын бастады. Сонымен қатар, қалада жаңа ЛГБТК+ мекемелерінің ашылуын ынталандыру үшін қалабасымен бірге ЛГБТК+ мекемелерінің Жарғысы жарияланды.

Көптеген ақылды қалалар үшін түнгі өмір мен кешкі ойын-сауықты өмірлік маңызды мәдени активтерге жатқызуға болады. Түнгі қалалық әкімдіктер Еуропаның барлық ірі қалаларында, Токио мен Нью-Йоркте құрылған. Креативті жобалардың қала өмірінің сапасына оң әсерін тереңірек түсіну арқылы ақылды қалалар МКИ-дегі тиісті қызмет түрлеріне көбірек инвестиция тарта алады.

№ 3 тренд: инфрақұрылым және қауымдастықтар

Кейбір елдер үшін креативті қауымдастықтарға импакт-Инвестициялар инвестициялаудың ең жылдам дамып келе жатқан бағыттарының бірі болып табылады. Мысалы, АҚШ-та креативті кеңестіктер мен шағын креативті кәсіпорындарды инвестициялық қолдаудың 30 жылдық тәжірибесі жинақталған, мұндай бағдарламалар "креативті оптика" шеңберінде қоғамдастықтарды дамытудың кешенді жоспарының бөлігі ретінде жүзеге асырылады. Қауымдастықтарды дамытудың қаржы институттары⁷⁷ бүкіл ел бойынша жобалардың кең портфолиосына ие, бұл инвестицияларды креативті бизнес үшін коммерциялық алаңдарды дамытуға, өнер орталықтарын, шеберханалар мен креаторларға арналған тұрғын үй салуға бағыттайды⁷⁸.

⁷⁵ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

⁷⁶ Mayor of London. (2024). *Night Czar*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.london.gov.uk/programmes-strategies/arts-and-culture/24-hour-london/night-czar>

⁷⁷ Thompson, B. (2022). *Impact Investing Through Community Development Financial Institutions (CDFIs)*. Forbes. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.forbes.com/sites/brianthompson1/2021/01/31/impact-investing-through-community-development-financial-institutions-cdfis/>

⁷⁸ Godeke S., Briaud P. (2020). *Impact Investing Handbook. An Implementation Guide for Practitioners*. Rockefeller Philanthropy Advisors.

№ 4 тренд: жаңа аудиториялар мен жаңа құндылықтар

Жыл сайын нарыққа жаңа буын тұтынушылары шығады, ал тұтынушылардың жасы жыл сайын жасарып келеді. 18–35 жас аралығындағы жастардың бедел және әлеуметтік жауапкершілік сияқты тақырыптарға сезімталдығын арттыруға бағытталған жалпы әлемдік тенденцияны атап өтпеуге болмайды. Z буынының өкілдері әлеуметтік желілердің белсенді пайдаланушылары бола отырып, жас кезінен бастап әртүрлі жаһандық мәселелерге қосылып, жұмыс берушілерді, брендтерді және әртүрлі бастамаларды таңдауға әлеуметтік күн тәртібіне терең алаңдаушылық сезімін жеткізеді^{79, 80}.

Жас тұтынушылар бизнестің қоғамға қатысқанын, мәдени тұрғыдан маңызды болғанын (яғни мәдени өмірге белсенді қатысқанын), заманауи көңіл-күйге жауап бергенін және кең аудитория⁸¹ үшін өткір әлеуметтік мәселелерді шешуге көмектескенін қалайды. Бұл ретте олардың бір бөлігі, егер олар әлеуметтік жауапкершілікке қатысты мәлімдеген және практикада қолданатын құндылықтар өздерінің құндылықтарымен сәйкес келсе, компанияларды, оның ішінде шағын кәсіпорындарды белсенді қолдау үшін ерекше күш салуға дайын⁸².

Сонымен қатар, менеджерлер мен инвесторлардың профилі жасаруда. Deloitte⁸³ болжамына сәйкес, креативті секторларға импакт-инвестициялар жас ұрпақ үшін тартымды инвестициялық модельге айналуға.

⁷⁹ X Marketing. (2019). *Brands + Culture + Twitter = Impact*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://marketing.twitter.com/en/insights/brands-plus-culture-plus-twitter-equals-impact>

⁸⁰ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

⁸¹ Magna. (2019). *The Impact of Culture. What it means for brands today*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://magnaglobal.com/wp-content/uploads/2019/05/Magna-IPG-Lab-Impact-of-Culture-US.pdf>

⁸² The Deloitte Global Millennial Survey. (2020). *Millennials and Gen Zs hold the key to creating a “better normal”*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www2.deloitte.com/gr/en/pages/about-deloitte/articles/MillennialSurvey2020.html>

⁸³ Deloitte Private. (2023). *Art & Finance Report*, 8th Edition.

2 БӨЛІМ.

КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДАҒЫ ИМПАКТ: ҚАЗАҚСТАН

2.1. Креативті индустриялардың даму ерекшелігі

Қазақстанның креативті индустрияларын картаға түсірудің алғашқы маңызды әрекеттерінің бірі The British Council 2018 жылы⁸⁴ «Креативті Орталық Азия»⁸⁵ халықаралық форумдар сериясының жалғасында қабылданды. Нәтижелер креативті индустриялар Қазақстанның бизнес-кәсіпорындарының едәуір бөлігін құрайтынын көрсетті. Осы уақытқа дейін 17,581 креативті ұйым тіркелді, бұл елдегі барлық кәсіпорындардың жалпы санының 3,8% құрады.

Алматы мен Астана креативті индустриялардың негізгі орталықтары болып табылады. Олар Қазақстандағы барлық креативті ұйымдардың 62% құрады – Алматыда 45% және Астанада 17%. Соңғы үш жылда Шымкент және Қарағанды қалалары да белсенді дамуда. Мұндай динамика дамыған мәдени инфрақұрылыммен және тұтынушылық аудиториялардың алуан түрлілігімен түсіндірілетін ірі қалалардағы МКИ-дан кәсіпкерлік жобалардың жоғары шоғырлануының жалпы әлемдік трендіне сәйкес келеді.

Алматыда Қазақстанның басқа қалаларымен салыстырғанда МКИ-ның ең жоғары концентрациясы байқалады, бұл ретте креативті кәсіпорындар қаланың жалпы кәсіпкерлік базасының 6% құрайды. Олардың ішінде 1-ден 5-ке дейінгі қызметкерлер саны бар шағын және микробизнес өкілдері басым – мұндай компаниялар Алматы мен Астананың барлық тіркелген креативті кәсіпорындарының 75% – дан астамын құрайды.

Креативті кәсіпкерлердің басым көпшілігі жеке кәсіпкерлер мен фрилансерлерге жатады және олардың қалалардағы кең өкілдігі секторлар арасындағы мамандардың жоғары ұтқырлығына, стандартты емес, гибридті және пәнаралық бизнес-жобалардың көбеюіне ықпал етеді, олардың кейбіреулері соқыр жерде қалуы мүмкін және статистикалық есепке алу үшін қол жетімді болмауы мүмкін^{86,87}.

Кәсіпкерлік қызметті жүргізудің мұндай айрықша ерекшеліктері жалпы әлемдік көріністі⁸⁸ толықтырады, бірақ креативті экономиканың ауқымын сандық бағалауды қиындатады.

⁸⁴ Pratt, A., Simpson, E., Shayakhmet, D. (2018). *Mapping the Creative Industries in Kazakhstan*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://kazakhstan.britishcouncil.org/programmes/arts/creative-industries-mapping-report>

⁸⁵ British Council. О форуме «Креативная Центральная Азия». Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://kazakhstan.britishcouncil.org/ru/creative-central-asia/past-event/about>

⁸⁶ Гончарова, А., Шаяхмет, Д. (2020). *Диагностика основных компетенций, знаний и навыков креативных предпринимателей в Казахстане*. *Central Asian Economic Review*. 2020;(5):54-70 <https://caer.narxoz.kz/jour/article/view/20#>

⁸⁷ Берновская, А., Газиев, С., Тентиева, Ч., Шерматова, Ш., Шаяхмет, Д. (2021). *База данных креативных бизнесов*. Creative Central Asian Network.

⁸⁸ UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report*. Сілтеме арқылы қол жетімді: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf

2017 жылдан 2023 жылға дейінгі кезеңде Қазақстанда жүргізілген барлық негізгі зерттеулер статистикалық деректердің жетіспеушілігін атап өтті және айтарлықтай сәйкессіздіктерге байланысты қол жетімді көрсеткіштердің дәлдігі мен сенімділігіне қатысты алаңдаушылық білдірді⁸⁹.

Мәселен, мысалы, Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігі 2023 жылы креативті секторларда тіркелген кәсіпорындар саны 32,000 – ға, ал жұмыспен қамтылғандар саны-95,000-ға жетті деп мәлімдейді⁹⁰. Бұл ретте Ұлттық статистика бюросына сілтеме жасай отырып, басқа дереккөздер⁹¹ 2020 жылға өзекті 310,200 адам санын келтіреді. Осы деректер бойынша 2017–2020 жылдар аралығында ЖІӨ құрылымындағы креативті индустриялардың үлесі 2,8% құрады (басқа бағалаулар бойынша 1% – дан аз⁹²), ал 2010-2020 жылдар аралығында сектор номиналды мәнде 3,2 есе өсті, бұл Қазақстанның бүкіл экономикасының өсу серпінімен салыстырылады.

Қол жетімді статистикалық мәліметтердің жүйелік сәйкессіздігімен креативті кәсіпорындардың профилін толықтыруға және олардың даму жағдайларын анықтауға мүмкіндік беретін сапалы зерттеулердің нәтижелері ең ақпараттық болып қала береді.

Өзінің алуан түрлілігіне және пәнаралық ынтымақтастықтың жоғары әлеуетіне қарамастан, Қазақстандағы креативті индустриялар өздерінің бытыраңқылығымен ерекшеленеді. Көптеген креативті кәсіпкерлер көбінесе күн тәртібі мен креативті индустрияны дамыту бағдарламаларына кірмейді, әсіресе аймақтарда. Оларға бизнесті дамыту, кәсіпкерлік оқытуға қол жеткізу, сондай-ақ жүйелі қаржылық және қаржылық емес қолдау үшін өз ресурстары жетіспейді. Кәсіпкерлердің басым көпшілігінің бизнес-білімі жоқ, қаржылық және құқықтық сауаттылық деңгейі өте төмен және бизнес-процестерді тікелей практикада үйренуге мәжбүр⁹³.

Қазақстанда, әлемнің басқа елдері сияқты, шағын кәсіпорындар, жеке кәсіпкерлер мен фрилансерлер қалалық кластерлер мен креативті хабтарда топтасуды жөн көреді, онда олар бір-бірінің серіктестері немесе клиенттері болады. Керісінше, тұрақты креативті кластерлердің болмауы кәсіпкерлердің оқшаулануын күшейтеді және олардың бірлескен, ауқымды жобаларды жүзеге асыру үшін жаңа білімге, байланыстарға және мүмкіндіктерге қол жеткізуін қиындатады.

Креативті кәсіпкерлердің біліктілігін арттыруға арналған акселерация және инкубация бағдарламалары Алматы мен Астанада 2018 жылдан бастап өткізіліп келеді. Мұндай сараптама провайдерлерінің арасында Impact Hub Алматы және бизнес – инкубатор MOST атап өтуге болады.

⁸⁹ Zhuparova, A., Pukala, R., Doszhan, R. (2022). *Analysis of the Development of Creative Industries in Kazakhstan: The Qualitative Analysis*. Eurasian Journal of Economic and Business Studies, 4(66), 145–159. <https://doi.org/10.47703/ejeb.v4i66.183>

⁹⁰ Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігі. (2023). *2023 жылдың қорытындысы: Мемлекет басшысының тапсырмасы бойынша Қазақстанда креативті индустрияны ауқымды дамыту үшін барлық жағдайлар жасалуда*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mam/press/news/details/679103?lang=ru>

⁹¹ Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. (2021). *Креативті индустрияларды дамытудың 2021-2025 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860>

⁹² Абдрахмет, Д. (2023). *Регионы – потенциальные точки роста креативных индустрий*. Капитал. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://kapital.kz/economic/121932/regiony-potentsial-nyve-tochki-rosta-kreativnykh-industriy.html>

⁹³ Гончарова, А., Шаяхмет, Д. (2020). *Диагностика основных компетенций, знаний и навыков креативных предпринимателей в Казахстане*. Central Asian Economic Review. 2020;(5):54-70 <https://caer.narxoz.kz/jour/article/view/20#>

Сонымен қатар, мұндай бағдарламалардың саны әлі де шектеулі, ал бағдарламалардың өзі тұрақты емес және тұрақты жүйелік өзгерістерді көздемейді. Бұл бастамалар креативті кәсіпкерлерге дамудың әртүрлі кезеңдерінде менторлық қолдау, қаржылық және қаржылық емес қолдау алуға мүмкіндік беретін ұзақ мерзімді кешенді жоспардың элементтері болмағандықтан, бір реттік білім беру бағдарламаларының тиімділігі маңызды сұрақтар туғызады.

Сонымен қатар, нарықта дәстүрлі кәсіпкерлік дағдыларды дамытуға бағытталған, бірақ креативті қызмет түрлерінің ерекшеліктерін – материалдық емес активтерді басқару, активтерді токенизациялау (NFT), мазмұнды монетизациялау, креативті кластерлердегі қауымдастықтарды дамыту және т.б. жетіспейтін оқыту бағдарламалары басым. Осылайша, кәсіпкерлердің білімі мен дағдыларындағы олқылықтар оқудан кейін де сақталады, бұл олардың бизнес-жобаларының тұрақтылығына ықпал етпейді.

Кәсіпкерлік дағдылардағы алшақтықты жою үшін бірнеше креативті жоғары оқу орындарында жаңа пән – креативті кәсіпкерлік (немесе креативті индустриялардағы кәсіпкерлік) енгізілді. 5 жылдық бағдарлама шеңберінде (2018-2022 жж.) Ұлыбритания Мен Қазақстанның оқу орындары арасында сараптама алмасу бойынша Creative Spark The British Council қолдауымен⁹⁴ 11 қазақстандық ЖОО-лар өздерінің оқу жоспарларына креативті кәсіпкерлік бойынша модульдерді бейімдеуге және енгізуге мүмкіндік алды. Алматыдағы Жүргенов атындағы Қазақ Ұлттық Өнер Академиясы 2020 жылы «арт-менеджмент»⁹⁵ мамандығының оқу бағдарламасына "креативті кәсіпкерлік" пәнін енгізген алғашқы ЖОО болды.

Қазақстанда креативті экономиканы дамыту саласындағы жүйелі қаржылық емес (консультациялық, білім беру, фасилитациялық, зерттеу) қолдаудың негізгі провайдерлері The British Council, БҰҰДБ, ЮНЕСКО және басқа да халықаралық ұйымдар болып табылады.

Қаржылық қолдауға келетін болсақ, креативті кәсіпкерлер 10 жылдан астам уақыт бойы өткізіліп келе жатқан "өз бизнесіңді құр" конкурсы аясында "Сәби" жеке қайырымдылық қорынан бизнесті дамытуға біржолғы гранттар алуға мүмкіндігі бар. "Шеврон" компаниясы көптеген жылдар бойы Қазақстан қолөнершілер одағын белсенді қолдап келеді.

Жалпы, креативті салалардағы нарық ойыншыларының біртіндеп институционализациясы жүріп жатыр деп айтуға болады. Кәсіптік одақтар мен қауымдастықтардың жұмысынан басқа, әртүрлі деңгейдегі адвокатура үшін МКИ өкілдерін біріктіруге ұмтылатын институттар да құрылады. Мысалы, "Мәдени және креативті индустриялар кәсіпкерлерінің қауымдастығы", "Еуразиялық креативті индустриялар қауымдастығы", "Креативті бастамалар және мәдени мұра қоры", "Қазақстанның креативті индустриялар Альянсы" және тағы басқалар.

Соңғы жылдары мемлекеттік органдар тарапынан креативті индустрияларға көбірек көңіл бөлінуде. 2021 жылы Ұлттық экономика министрлігі "Креативті индустрияларды дамытудың 2021-2025 жылдарға арналған тұжырымдамасын" әзірлеп, бекітті⁹⁶. Тұжырымдама іс жүзінде креативті индустриялардың тізімін, сондай-ақ 17-кезеңдік жоспар шеңберінде креативті индустриялардағы кәсіпкерлік субъектілерінің қызметін реттеудің негізгі қағидаттары мен тәсілдерін әзірлеуді және заңнамалық

⁹⁴ British Council. *О программе Creative Spark*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://kazakhstan.britishcouncil.org/ru/programmes/education/creative-spark>

⁹⁵ Сорокина, Ю. (2022). *Внедрение дисциплины "Креативное предпринимательство" в Казахской национальной академии искусств имени Т. К. Жургенова*. Central Asian Journal of Art Studies, т. 7, № 1, 2022, с. 131–142. DOI:0.47940/cajas.v7i1.541.

⁹⁶ Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. (2021). *Креативті индустрияларды дамытудың 2021-2025 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860>.

деңгейде бекітуді білдіреді. 2025 жылға қарай МКИ – ның Қазақстан экономикасына қосқан үлесі 5% – ға дейін, жұмыспен қамту-4% – ға дейін, тіркелген шағын және орта бизнес субъектілерінің (ШОБ) саны-80,000-ға дейін ұлғаяды, ал өнім экспортының көлемі 200 млн АҚШ долларына жетеді деп болжануда. Бірақ тұжырымдаманың көптеген бөлімдері орындалмай қалып жатыр.

Бірінші "Креативті индустрияға жататын экономикалық қызмет түрлерінің тізімі"⁹⁷ 2023 жылдың маусымында бекітілді. Оған келесі секторлардан кәсіпкерлік қызметтің 43 түрі кірді:

- конференциялар мен сауда көрмелерін ұйымдастыру,
- зергерлік бұйымдар,
- кино және анимация,
- кітапханалар, мұражайлар,
- мәдени-демалыс мекемелері (концерттік қызмет, концерттік және театр залдарының қызмет, көркем және әдеби креативті, қуыршақ театрларының қызметі, мәдени-ойын-сауық іс-шараларын өткізуге ықпал ететін қызмет, театрлар мен цирктердің қызметі),
- мәдени мұра,
- музыка (дыбыс жазу және музыкалық шығармалар шығару саласындағы қызмет, музыкалық аспаптар шығару),
- сәулет және сән,
- телевизиялық бағдарламаларды жасау және трансляциялау жөніндегі қызмет,
- фотография саласындағы қызмет,
- халықтық өнеркәсіп,
- бағдарламалық жасақтама және компьютерлік ойындар жасау.

Мұра және халық кәсіпшілігінің кіші секторларын нақтылайтын бұл тізбе Қазақстанның мәдени саясатын көрсетеді, бірақ цифрландыру, технологиялық инновацияларды ынталандыру және нарық ойыншыларының экспорттық бәсекеге қабілеттілігін арттыру саласындағы мемлекеттің экономикалық амбициялары мен күш-жігерімен сәйкес келмейді.

Бір қызығы, IT-сектор толық көлемде болмаса да, әлемдік классификаторларға ұқсас креативті индустриялар тізіміне енді. Бұл ретте Қазақстан тәуелсіздік алған жылдары IT-секторда толыққанды экожүйені қалыптастыруға қол жеткізілді, ал FinTech, EdTech, электрондық коммерция және маркетплейстерді әзірлеу саласындағы кәсіпкерлік жобалар тек мемлекеттен ғана емес, сонымен қатар қазақстандық және халықаралық венчурлік қорлардан да преференциялар мен жүйелі қолдау алады.

Осы зерттеу аясында венчурлық инвестициялаудың ерекшелігі ерекше назар аударуға лайық, өйткені кәсіпкерлік жобаларды сүйемелдеу және инвестициялық қолдау тәсілдері ішінара креативті секторлардағы ұқсас экожүйені дамытуға бейімделуі мүмкін. Ол келесі бөлімде қарастырылады.

⁹⁷ Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің электрондық түрдегі эталондық бақылау банкі. (2023). "Креативті индустрияға жататын экономикалық қызмет түрлерінің тізбесін бекіту туралы" Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 6 маусымдағы № 448 қаулысы. Сілтеме арқылы қол жетімді: <http://law.gov.kz/client/#!/doc/182577/rus>

Соңғы үш жылда Қазақстанда қалалық және аудандық әкімдіктер жанынан, сондай-ақ "Атамекен" кәсіпкерлер палатасының өңірлік өкілдіктерінде инновациялар мен креативті индустрияларды дамыту жөніндегі бірнеше бейінді кеңестер мен комитеттер құрылды⁹⁸. Сондай-ақ, даму бағдарламаларын енгізуге, конкурстар өткізуге, қаржы қаражатын бөлуге және Қазақстан мен Орталық Азиядағы креативті экономиканы дамыту тақырыбына арналған жария іс-шараларды ұйымдастыруға бағытталған квазимемлекеттік оператор компаниялар белсенді құрылуда. Мұндай іс-шараларда аймақтар МКИ үшін негізгі өсу нүктелері ретінде қарастырылатыны туралы хабарламалар жиі естіледі⁹⁹.

2023 жылы Алматы әкімдігі Almaty creative венчурлық қорының іске қосылғанын жариялады, алайда 2024 жылдың ортасына қарай қор өз жұмысын бастаған жоқ. Қазіргі уақытта Алматы қаласы әкімдігінің цифрландыру басқармасы AlmaU университетінің жанындағы бизнес-инкубациялау бағдарламасын қаржыландырады, ал кәсіпкерлік және инвестициялар басқармасы МКИ-де бизнесті дамытуға 5 млн теңгеге дейін гранттар бөледі¹⁰⁰. Ғылымды қажетсінетін және инновациялық технологияларды ынталандыруға маманданған "QazInnovations инновацияларды дамыту жөніндегі ұлттық агенттігі" АҚ Қазақстанның жекелеген қалалары мен өңірлерінде креативті кәсіпкерлер үшін бейресми білім беру бағдарламаларын өткізуге біржолғы гранттар берді.

ШОБ үшін несиелер креативті кәсіпкерлерге "Даму" кәсіпкерлікті қолдау қорында жалпы негізде қолжетімді. Бірыңғай кешенді бағдарлама шеңберінде МКИ-дан бір ғана сектор – халық кәсіпшілігі – 20 млн-нан 5 млрд теңгеге дейінгі сомаға қаржыландыру алу мүмкіндігімен экономикалық қызметтің басым түрлерінің тізіміне енеді.

2024 жылы Қазақстан Республикасының Мәдениет және ақпарат министрлігі "Сәтті жұлдыз" АҚ ұлттық лотереясының бірыңғай операторының және жалпы бюджеті 3,8 млрд теңгені құрайтын демеушілік қаражаттың аударымдарынан қалыптастырылатын және креативті индустриялардағы жобаларды қолдауға бағытталатын қор құру туралы мәлімдеді.

МКИ-ны дамытуға мемлекет бөлетін жоғары белсенділік пен ірі бюджет қаражатына қарамастан, орта және жоғары буын мемлекеттік қызметшілерінің креативті экономика мәселелеріндегі сараптама деңгейін төмен деп сипаттауға болады. Бұл туралы сарапшылардың атына талдамалық құжаттарды дайындауға, мемлекеттік қызметшілер үшін, оның ішінде өңірлерде таныстыру семинарлары мен біліктілікті арттыру курстарын өткізуге жиі қойылатын сұраулар куәландырады.

Мемлекеттік даму бағдарламалары мен кәсіпкерлерді қаржылық қолдау конкурстарын бағалаудың тән ерекшелігі оның қызметінің тиімділігін, орта мерзімді және ұзақ мерзімді нәтижелерін талдау емес, алушының алған қаражатының мақсатты пайдаланылуын тексеру болып табылатынын атап өту маңызды. Бұл гранттарды қаржылық қолдаудың негізгі нысаны ретінде таңдауды түсіндіреді, өйткені гранттар беру жобаларды сүйемелдеуді, олардың тұрақтылығын арттыруды және нәтижелерді бақылауды қамтымайды.

⁹⁸ Алматы қаласының мәслихаты. (2022). *Алматыда қаланы дамыту бағдарламасы бекітілді*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.maslihat-almaty.kz/ru/content/v-almaty-utverdili-programmu-razvitiya-goroda>

⁹⁹ Абдрахмет, Д. (2023). *Регионы – потенциальные точки роста креативных индустрий*. Капитал. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://kapital.kz/economic/121932/regiony-potentsial-nyye-tochki-rosta-kreativnykh-industriy.html>

¹⁰⁰ Almaty Creative. (2024). *Финансовые инструменты*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://almatycreative.com/finance/>

¹⁰¹ Брифинг материалдары бойынша Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігінің вице-министрі Д. Кочетова 2024 жыл 5 ақпан.

МКИ-ның ел экономикасына қосқан үлесін сандық бағалаумен жалғасып жатқан қиындықтар аясында олардың ашық көздердегі әлеуметтік үлесін бағалау туралы ақпарат жоқ. Бұл бейінді ведомстволардың бұл бағалауды жүргізбейтіндігін көрсетуі мүмкін.

2.2. Венчурлық экожүйенің креативті салалардың дамуына әсері

Қазақстандық венчурлік капитал нарығын дамытудың ерекшелігі осы зерттеудің тақырыбы болып табылмайды, бірақ МКИ-дан кәсіпкерлік жобалардың қалыптасуына оң және теріс әсер ету тұрғысынан қысқаша қарауға лайық.

Өзінің серпінді қалыптасуына қарамастан, стартаптардың экожүйесі мен Қазақстандағы венчурлік капитал нарығы әлі де дамудың бастапқы сатысында тұр. 2003 жылдан бастап мемлекет инновацияларды ілгерілетуге, цифрландыру саласындағы заңнамалық реформаларды жүргізуге, сондай – ақ өзінің флагмандары-Астана халықаралық қаржы орталығы (АХҚО) мен Astana Hub-ты қолдау арқылы инфрақұрылым салуға белсенді қатысады. "Ұлттық инновациялық қор" АҚ-ның құрылуы, "Инвестициялық және венчурлік қорлар туралы"¹⁰² заңның қабылдануы және кейіннен қорлардың, технопарктер мен бизнес-инкубаторлардың ашылуы венчурлік капитал нарығының өз экожүйесіне айналуына мүмкіндік берді.

Бүгінде Қазақстандағы стартаптардың экожүйесі 100 млн АҚШ¹⁰³ долларынан асады және "Стартаптар экожүйесінің жаһандық индексіне"¹⁰⁴ 73-ші орынды иеленеді. Ең алдымен, ол технологиялық стартаптарды дамытуға және "жалғыз мүйізді" мәртебеге дейін өсу әлеуеті бар (капиталдандыруы 1 млрд АҚШ долларынан асатын стартап) қарқынды дамып келе жатқан компанияларға инвестициялар тартуға бағытталған.

Қалыптасқан венчурлық экожүйенің артықшылығы – ортақ мақсатқа бағдарланған (тұрақты, тез дамып келе жатқан технологиялық компанияларды кезең-кезеңімен дамыту) және әртүрлі рөлдерді-мемлекеттік реттеу, қаржыландыру, оқыту, сүйемелдеу, танымал етуді орындайтын негізгі стейкхолдерлерді біріктіру.

Мүдделі тараптарды келесі топтарға бөлуге болады:

- мемлекеттік сектор (Цифрлық даму, инновациялар және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігі, "Ғылым қоры", "Нари QazInnovations" АҚ, "Зерде" қоры (таратылды), KazTrade, KazakhExport, QazPatent, Kazakh Invest, KazAID, кәсіпкерлікті дамыту қорлары, қалалық және өңірлік әкімдіктер),
- қаржылық және кәсіптік даму институттары (World Bank Group, ЕҚДБ, USAID),
- екінші деңгейдегі банктер, микрокредиттік ұйымдар,

¹⁰² Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. (2024). *Инвестициялық және венчурлік қорлар туралы Қазақстан Республикасының 2004 жылғы 7 шілдедегі N 576 Заңы*. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000576>

¹⁰³ Tuz Ventures. (2021). The Startup Ecosystem of Kazakhstan.

¹⁰⁴ Start-up Blink. (2023). Global Startup Ecosystem Index Report. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://www.thenewnorth.com/wp-content/uploads/2023/10/startupecosystemreport2023.pdf>

- делдалдар-фасилитаторлар мен операторлар (АХҚО, Astana Hub, "Tech Garden инновациялық технологиялар паркі" қоры, Халықаралық ҰЕҰ, MOST компаниялар тобы),
- технологиялық серіктестер (Google for Startups),
- инвестициялық қорлар (халықаралық, жергілікті, жеке, мемлекеттік, квазимемлекеттік),
- жеке венчурлық инвесторлар, меценаттар, бизнес жебеушілер,
- жаттықтырушылар, трекерлер, кеңесшілер, тәлімгерлер,
- технологиялық және бизнес-университеттер, олардың жанынан құрылған бизнес-инкубаторлар,
- жеке IT-мектептер,
- технологиялық/венчурлық кәсіпкерлікті танымал етуге және сараптаманы шоғырландыруға ықпал ететін тақырыптық медиа ресурстар, кәсіби алаңдар мен іс-шаралар (басылымдар, подкасттар, форумдар, фестивальдар, стартаптар конкурстары).

Жеткілікті дамыған және ашық экожүйенің арқасында стартаптар дамудың бірнеше кезеңдерінен өтеді және олардың әрқайсысында білім беру, тәлімгерлік және қаржылық қолдау, сондай-ақ халықаралық хабтар мен жаһандық тақырыптық іс-шараларға қатысудың қосымша мүмкіндіктері алынады. Делдалдық ұйымдар – хабтар мен бизнес-инкубаторлар ұсынатын жүйелі сүйемелдеу – кәсіпкерлерге пайплайнға іріктеуден өтуге және бір немесе бірнеше көздерден қаржы алуға мүмкіндік береді.

Қазақстанда білім беру бизнес-бағдарламалары санының өсуімен кәсіпкерлерді даярлаудың халықаралық стандарттары бекітілді. Қазіргі уақытта Орталық Азияның¹⁰⁵ басқа нарықтарына ғана емес, өзекті білім мен дағдылардың кенеюі жүріп жатыр – жетекші бизнес-инкубаторлар өз бағдарламаларын әлеуметтік және креативті секторлардың кәсіпкерлерін оқыту бойынша біржолғы бастамалар үшін де пайдаланады.

Бірақ кәсіпкерлерді оқыту мен дамытуға үнемі инвестиция салғанымен, инвесторлар үшін пайплайны технологиялық жобалардың құбыры әлі де шектеулі¹⁰⁶. Жергілікті инвесторлар таңдамалы бола бастайды – көп капитал аз стартаптарға қол жетімді болады, фокус командалардың сапасына және жобалардың жаһандық нарықтарға бағытталуына ауысады.

Технологиялық және креативті секторлардағы стартаптардың қалыптасу және даму кезеңдері іс жүзінде бірдей, дегенмен барлық креативті жобалар минималды өміршең өнімді (minimum viable product, MVP) тез құруға және сынауға немесе олардың қызметінің ерекшеліктеріне байланысты масштабтауға мүмкіндік бермейді. Мысалы, бұл оқиға саласындағы жобалар, кино түсіру немесе сәулет бюролары үшін орынсыз болуы мүмкін. Бұл тұрғыда венчурлық экожүйе кең сараптамаға ие болғанымен, технологиялық емес секторлардың өкілдері үшін икемді және инклюзивті емес.

¹⁰⁵ Most Ventures. (2023). Venture Capital Market Overview in Kazakhstan.

¹⁰⁶ 2024 Орталық-еуропалық венчурлық форумда панельдік сессиялардың қорытындысы бойынша (<https://ventureforum.asia>).

7-схема. Технологиялық стартаптардың даму кезеңдері



Дереккөз: Tuz Ventures. (2021). *The Startup Ecosystem of Kazakhstan*.

Креативті ұйымдардың бизнес-модельдерін бағалау үшін венчурлық және дәстүрлі бизнес критерийлері әлі де кеңінен қолданылатынын атап өткен жөн: қаржылық тұрақтылық, басқа нарықтарға масштабталу, жылдам өсу әлеуеті және жоғары кірісті инвестициялық капиталды қайтару. Мұндай бағалау практикасы МКИ-дағы жобаларды іске асырудың ерекшелігі мен жылдамдығына сәйкес келмейді және креативті бастамалардың құндылығын жүйелі түрде бұрмалауға алып келеді, бұл оларды тиімділіктің монетарлық индикаторлары жазықтығында күтілетін венчурлық инвесторлардың көз алдында бәсекеге қабілетсіз етеді. Бірегей әлеуметтік-мәдени құндылықтары бар жобалар венчурлық стандартқа сәйкес келмеген кезде, креативті кәсіпкерлерді стартаптар экожүйесінен біртіндеп алшақтату процесі басталады және инвестициялық мүмкіндіктер қол жетімсіз болады.

Мұны MOST Ventures статистикасы көрсетуі мүмкін¹⁰⁷. Қазақстандық жеке венчурлік инвестордан технологиялық стартапқа ең көп таралған инвестициялар көлемі 500 мың АҚШ долларын құрайды, ал инвестициялық көкжиек 3X–5X (пайда 300–500%) шығумен 10 жылға дейін созылады. Қаржылық кірістің мұндай жоғары көрсеткіші тез дамып келе жатқан компаниялар үшін жеткілікті, бірақ МКИ-дағы "баяу" бизнес-жобаларға сәйкес келмейді, ал қаржылық емес құндылық пен әлеуметтік импактіні бағалаудың жеке тәсілдері венчурлық экожүйе әлі ұсына алмайды.

Технологиялық стартаптар үшін инвестициялардың негізгі көздері періштелер мен венчурлық қорлар болып қала береді. 2018-2022 жылдар аралығында олар Қазақстандағы венчурлық мәмілелердің жалпы көлемінің 90% қаржыландырды, ол 87 млн АҚШ доллары сомасына 175 мәмілені құрады¹⁰⁸. Инвестициялардың көпшілігі дамудың бастапқы кезеңдерінде (pre-seed, 38%) және егіс кезеңінде (seed, 46%) кәсіпкерлік жобаларды қаржылық қолдауға бағытталған.

¹⁰⁷ Most Ventures. (2023). *Venture Capital Market Overview in Kazakhstan*.

¹⁰⁸ Сол жерде.

Жеке инвесторлардан, инвестициялық қорлардан және клубтардан басқа, венчурлық экожүйеге капитал мемлекет тарапынан да келеді – тек стартаптарды қаржыландыруға ғана емес, сонымен қатар инфрақұрылымды дамытуға, тақырыптық іс-шараларды, біліктілікті арттыру бағдарламаларын және жеке IT-мектептердің қаржыландыру бағдарламаларын өткізуге¹⁰⁹.

Осылайша, венчурлық экожүйе МКИ кәсіпкерлік жобаларына екі есе әсер етеді. Бір жағынан, бизнес-инкубаторлар кәсіпкерлік жобаларды бағалау бойынша бірыңғай халықаралық стандартты енгізеді, бұл нарықтың барлық қатысушыларына, индустрияға қарамастан, өздерінің коммерциялық өміршеңдігін арттыруға және экожүйенің мүмкіндіктерін қарқынды даму және инвестицияларға қол жеткізу үшін пайдалануға мүмкіндік береді. Екінші жағынан, өзінің бірегей сипаттамаларына байланысты МКИ жобалары дәстүрлі немесе венчурлық бизнеске теңестірілмеуі керек. Олар шығаратын әлеуметтік-мәдени өзгерістерді бақылаудың балама тәсілдерін қажет етеді.

Төменде МКИ-ның ағымдағы жағдайын кәсіпкерлік жобаларды дамытудың жүйелік мүмкіндіктері тұрғысынан түсіндіретін салыстырмалы кесте келтірілген.

¹⁰⁹ Tech Orda Programme. Сілтеме арқылы қол жетімді: <https://astanahub.com/en/ITechOrda2024>

Кесте 4. Қазақстандағы үш кәсіпкерлік экожүйенің салыстырмалы кестесі

ЭКОЖҮЙЕЛЕРДІҢ ТҮРЛЕРІ	КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯДАҒЫ КӘСІПКЕРЛІК (ГИБРИДТІ)	ӘЛЕУМЕТТІК КӘСІПКЕРЛІК	ВЕНЧУРЛЫҚ КӘСІПКЕРЛІК
Жобалардың даму қарқыны	Баяу, шыдамды инвестицияны қажет етеді	Баяу, шыдамды инвестицияны қажет етеді	Жылдам, венчурлық капиталдың жылдам айналымы
Экожүйе	Экожүйе, мамандандырылған хабтар, инкубаторлар жоқ. Негізгі ойыншылар анықталмаған. Қаржылық және қаржылық емес қолдаудың біржолғы шаралары	Экожүйе бар, негізгі ойыншылар анықталған, бірақ көпшілігі дербес жұмыс істейді. Қаржылық және қаржылық емес қолдаудың толық циклі, делдал тарапынан 3-5 жыл сүйемелдеу	Экожүйе жақсы дамыған, негізгі ойыншылардың кең ауқымы қатысады. Қаржылық және қаржылық емес қолдаудың толық циклі, делдалдың 3-5 жылдық сүйемелдеуі, кейбір жағдайларда инвестор шыққанға дейін (exit)
Экожүйедегі делдалдар	Халықаралық ҮЕҰ, импакт-хаб, креативті хабтар, ЖОО, тәуелсіз консультанттар	Халықаралық және жергілікті ҮЕҰ, квазимемлекеттік даму қорлары, импакт-хаб, микроқаржы ұйымдары, тәуелсіз консультанттар және импактіні бағалаушылар	Жоғары оқу орындары, университеттер жанындағы бизнес-инкубаторлар, бизнес хабтар және олардың инкубаторлары, венчурлік қорлар, инвестициялық қорлар, квазимемлекеттік даму қорлары, бизнес-жебеушілер, банктер, микроқаржы ұйымдары, бизнес-медиа және инфлюенсерлер
Делдалдардағы пайплайн жобалары	Жоқ	Тұрақты жобалардың тұрақты тапшылығы түзетіле отырып, тұрақты түрде қалыптастырылады және сақталады	Тұрақты жобалардың қысқарып келе жатқан тапшылығына және табысты жобалардың өсіп келе жатқан санына түзетулер енгізіле отырып, тұрақты түрде қалыптасады және сақталады
Кәсіпкерлікке оқыту	МКИ ерекшелігін көрсетпейтін бизнес сауаттылықтың бір реттік танысу бағдарламалары (акселераторлар, инкубаторлар), Өнер академиясындағы 1 модуль, ашық дәрістер, 1 онлайн – курс. Нарықта бейімделген әдістердің сирек мысалдары бар (Creative Spark)	Мамандандырылған оқыту бағдарламалары (импакт-хабтар, инкубаторлар, ҮЕҰ бағдарламалары, ашық дәрістер, онлайн курстар), базалық бизнес-сауаттылықты алудан жобаны іске асыруға/күшейтуге дейін сүйемелдеу ұсынылады	Мамандандырылған оқыту бағдарламалары (университеттер, бизнес – хабтар, акселераторлар, инкубаторлар, ашық дәрістер, онлайн курстар, халықаралық хабтарда оқыту). Негізгі бизнес сауаттылығын алудан бастап алғашқы сатылымдар мен инвестициялық мәмілелерге дейінгі толық қолдау циклі
Бизнес-жобалардың тәуекел деңгейі	Жоғары	Орташа, жоғары	Тәуекелдердің барлық түрлері
Жобалар мен командалардың тұрақтылық деңгейі	Төмен	Төмен, орташа	Пайплайндағы жобалар үшін жоғары

Масштабтауға дайындық деңгейі	Төмен	Төмен	Пайплайндағы жобалар үшін жоғары
Инвестицияларды алуға және қайтаруға дайындық деңгейі	Төмен	Төмен	Пайплайндағы жобалар үшін жоғары
Инвестициялық тартымдылық	Төмен	Төмен	Жоғары
Жобалар үшін капитал көздері	Халықаралық ҰЕҰ, квазимемлекеттік даму қорлары, әкімдіктер, жеке қайырымдылық және корпоративтік қорлар	Халықаралық және жергілікті ҰЕҰ, квазимемлекеттік даму қорлары, әкімдіктер, жеке қайырымдылық қорлары, КӘЖ шеңберіндегі корпорациялар, корпоративтік инвестициялық қорлар	Венчурлік қорлар, инвесторлар және бизнес – жебеушілер клубтары, квазимемлекеттік даму қорлары, Astana Hub, әкімдіктер, КӘЖ шеңберіндегі корпорациялар, корпоративтік инвестициялық қорлар, жеке инвесторлар
Қаржылық қолдау құралдары	Гранттар	Гранттар, пайызсыз қарыздар	Гранттар, жеңілдікті несиелер, тікелей инвестициялар
Қаржылық емес қолдау құралдары	Акселерация, инкубация, менторлық, нетворкинг, демо күндер, ашық дәрістер, тақырыптық іс-шаралар (форумдар, конференциялар), халықаралық стартап конкурстары	Акселерация, инкубация, менторлық, нетворкинг, делдал командасының мәмілелерді сүйемелдеуі, демо күндер, ашық дәрістер, тақырыптық іс-шаралар (форумдар, конференциялар), халықаралық стартап конкурстары	Акселерация, инкубация, менторлық, бизнес жебеушілерді қолдау, нетворкинг, делдалдық топтың мәмілелерді сүйемелдеуі, бизнес жебеушілер/инвесторлар курстары, бизнес жебеушілер мен инвесторлар клубтары, демо-күндер, митаптар, мамандандырылған жергілікті және халықаралық іс-шаралар, бизнес-басшылар, аналитика, медиа ресурстар, тақырыптық тг-арналар мен топтар, экожүйеге қатысушылардың әлеуметтік желілері (инкубаторлар, хабтар, қорлар), онлайн-курстар, көшпелі іс-шаралар және халықаралық бизнес-хабтарға сапарлар, жергілікті және халықаралық стартап конкурстары

Қазақстандағы креативті экономика заңнамалық мәртебеге ие болғандықтан, оның дамуы креативті кәсіпкерлік жобалардың тұрақтылығын арттыруға бағытталуы тиіс. Мұндай мақсаттарға толыққанды экожүйені құруға, негізгі мүдделі тараптарды шоғырландыруға және креативті индустриялардың экономикалық, әлеуметтік-мәдени және әлеуметтік үлестерін бағалаудың дұрыс тәсілдерін енгізуге бағытталған мақсатты күш-жігерсіз әрең қол жеткізуге болады.

Венчурлық экожүйенің 20 жылдық эволюциясында жинақталған тәжірибе оның ерекшеліктері мен дамудың баяу қарқынын ескере отырып, МКИ-да экожүйені құру үшін нұсқаулық бола алады.

2.3. Сараптамалық сұхбат нәтижелері

Бұл зерттеу Қазақстандағы ел экономикасы ауқымындағы креативті индустриялардың үлесін бағалау үшін секторлардың ЖІӨ-ге қосқан үлесі, заңды тұлға мәртебесінде тіркелген кәсіпорындардың саны, жұмысқа орналастырылған мамандардың саны, бюджетке салық аударымдары сияқты дәстүрлі экономикалық көрсеткіштер қолданылатынын анықтады. МКИ-ның әлеуметтік үлесін бағалау мүмкін жүргізілмейді.

Креативті секторлардағы кәсіпкерлер үшін бір реттік біліктілікті арттыру бағдарламаларын ұсынатын бизнес-инкубаторлар мен хабтар, әдетте, дәстүрлі бизнес көрсеткіштерін бағалаумен шектеледі (коммерциялық өміршеңдік, сату көлемі, тұтынушылардың қанағаттану деңгейі, "жылдам жеңістердің" нарықтық көрсеткіштері). Өз кезегінде, әлеуетті инвесторлар бизнесті жобаның венчурлық тартымдылығының объективі арқылы қарастырады, атап айтқанда: басқа нарықтарға масштабталу, жылдам өсу әлеуеті және жоғары кірісті инвестициялық капиталды қайтару.

Бұл ретте әлеуметтік әсерді бағалау әдістері корпоративтік секторда кең таралған. Мұндай бағдарламалар көбінесе корпоративті әлеуметтік жауапкершілік шеңберінде жүзеге асырылады, олар меценаттық немесе белгілі бір әлеуметтік немесе мәдени миссиясы бар жобаларға демеушілік түрінде болуы мүмкін. Бірақ әдістердің күрделілігіне, сондай-ақ корпоративтік мақсаттардың нүктелік импакт-жобалардың амбицияларымен сәйкес келмеуіне байланысты мұндай тәжірибелер ірі бизнестің шеңберінен шықпайды және технологиялық және креативті секторлардағы көптеген кәсіпкерлер үшін белгісіз болып қалады.

Сонымен қатар, импакт тақырыбы венчурлық қоғамдастықта талқылана бастайды. Алайда, қазақстандық инвесторлар үшін импакт деген не деген сұрақ әзірге ашық күйінде қалып отыр.

Импактіні бағалау жөніндегі сарапшылар Қазақстандағы импактінің тақырыбы тек тар салаларда ғана ашылатынына және көбінесе формальды сипатқа ие екеніне сенімді. Олар дәлелді базасы жоқ "импакт", "жасыл", "ESG" терминдерімен ұғымдар мен спекуляциялардың жиі өзгеруіне назар аударады. Іскерлік ортада "импакт" термині 17 ТДМ-мен байланысты болғанына қарамастан, операциялық нәтижелердің синонимі болып көрінеді – жобаны сәтті аяқтау, жаңа нарыққа шығу немесе бизнесті әртараптандыру.

Бірақ әсер ету әлеуеті бар кәсіпкерлік жобаларды құрған кезде де, оның қызметінің жанама өнімі емес, компанияның миссиясы деңгейіндегі өлшенетін және басқарылатын өзгерістер шеңберіндегі саналы жұмыс мысалдары әлі де сирек кездеседі.

Жобаның тиімділігін ғана емес, импактіні бағалауды жүргізу Қазақстанда әрбір ұйымның қолынан келе бермейтінін атап өту қажет – бұл тиісті сараптама мен ұзақ мерзімді стратегиялық жоспарлауды талап ететін күрделі, көп еңбекті қажет ететін және қымбат рәсім.

Мұндай бағалауды, әдетте, ірі компаниялар GRI (Global Reporting Initiative, жария қаржылық емес есептілікті дайындау стандарты) шеңберінде, компания IPO-ға шықпас бұрын, сондай-ақ халықаралық донорлар, грант берушілер мен инвесторлар тарапынан нақты әсер ету оптикасы бар жобаларды іске асыратын және қаржы қаражатын алушылар үшін белгілі бір стандарттарды белгілейтін аудиттің бөлігі ретінде жүргізеді.

Сараптамалық сұхбаттардың нәтижелеріне сүйене отырып, әсерді орта және ұзақ мерзімді бағалау саласындағы ең ауқымды сараптама әлеуметтік және азаматтық жобаларды дамытуға мамандандырылған ұйымдарда жинақталған деп айтуға болады. Оларға әлеуметтік, корпоративтік және жеке қорлар, импакт-хабтар, халықаралық ұйымдар мен донорлық қорлар, жергілікті ҰЕҰ жатады. Олардың барлығы өзекті білім мен капиталды (меншікті немесе басқа көздерден) әлеуметтік бағытталған жобалармен байланыстыратын делдал ұйымдар, осылайша олардың ұзақ мерзімді перспективада тұрақты болуына көмектеседі. Бұл ретте сарапшылар делдалдарды екі топқа бөледі – бұл өздері бағдарламалардың бастамашылары мен орындаушылары болып табылатын әлеуметтік миссиясы бар импакт-ұйымдар және грант берушілердің қолданыстағы бағдарламалары мен бюджеттері шеңберінде жобаларды өздерінің КӨЖ шеңберінде іске асыратын оператор-ұйымдар.

Аталған ойыншылардың ішінде Қазақстанда МКИ-мен жұмыс істеуге маманданған және креативті кәсіпорындар қызметінің әлеуметтік, мәдени немесе экологиялық әсерін бағалау әдістерін қолданатын бірде-бір ұйым жоқ. Осы себепті сұхбат шеңберінде әлеуметтік және гибридті жобаларды портфельдік басқару тәжірибесі бар байланысты секторлардың сарапшыларынан сұхбат алынды, олардың өзгерістерді бағалау тәсілдері МКИ-да қолдануға сәйкес келеді.

Қазақстанда неліктен импакт-күн тәртібін дамыту керек және әсерді өлшеу пайда болған креативті экономикаға қалай көмектесе алады деген сұраққа сарапшылар бұл нарықты демократияландыруға қажетті қадам деп санайтынын атап өтті. Бүгінгі таңда әлеуметтік-мәдени құндылықтарды қалыптастыратын және "креативті" приставканы алып жүретін көптеген бастамалар мен бизнес-жобалар көбінесе қаржылық және қаржылық емес қолдаудың кез-келген түрінен айырылады.

Әлеуметтік және креативті кәсіпкерлік сияқты күрделі және баяу жүйелерге жылдам нәтижеге бағытталған ірі инвесторлар ешқашан келмейді. МКИ ерекшеліктерін ескере отырып, "шыдамды" қолдау құралдарын ұсынуға дайын импакт-қорлар өздерінің әлеуметтік әсерін кеңейте алатын дәлелді база мен тұрақты жобаларды қажет етеді.

Кәсіпкерлерге бизнес-модельді және оның болашағын өз бетінше объективті бағалау қиын болғандықтан, бұл функцияны делдал ұйымдардың командалары жақсы орындайды, бұл кәсіпкерлерге импакт-мақсаттарды өзгерістер индикаторларына аударуға және жобаларды қажетті капитал көздерімен байланыстыруға көмектеседі.

МКИ-да көптеген мамандардың қатысуымен көптеген бизнес бастамалар жүзеге асырылуда. Импактіні неғұрлым егжей-тегжейлі өлшеу арқылы мұндай жобалардың адамдардың өмір сүру сапасына ұзақ мерзімді әсер ету әлеуеті, сондай-ақ қаржылық емес және материалдық емес нәтижелер орасан зор болуы мүмкін. МКИ салымын бағалаудың жаңа жүйесін енгізу "саналы" капиталға қол жеткізуге және тұрақты даму мақсаттарына жету үшін креативті ресурстардың тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді.

Білім, мәдениет және урбанистика тоғысында әлеуметтік және азаматтық жобаларды дамытуға маманданған және өз қызметін 2023 жылы аяқтаған "Сорос Қазақстан" қоры импактіні бағалау жөніндегі әдістемелерді қолданудағы басты бедел деп аталды. Қордың айрықша ерекшелігі қордың, әрбір тақырыптық бағдарламаның және даму грантын алған әрбір жеке "актордың" (импакт-жобаның бастамашысы) жұмысын бағалау бойынша жеке индикаторлары бар көп деңгейлі ықпал ету жүйесі болды. Қор 3–5 жыл ішінде таңдалған бастамаларға қолдау көрсетті.

Жоба менеджерлері өздерінің портфолио жобаларына кураторлық, консультациялық және білім беруді қамтамасыз еткенімен, актерлердің өздері өзгерістер теориясын және тиісті бағалау индикаторларын әзірлеумен айналысты. Мұндай тәсілді енгізу жобалардың бастамашылары тарапынан бастапқы қарсылықты барынша азайтуға және бағалау рәсімін қабылдауды қордың "жазалау құралынан" актерлердің стратегиялық жоспарлау құралына өзгертуге мүмкіндік берді. Кейіннен ең мықты қатысушылар (Urban Forum Kazakhstan, Cityzen Space) қормен бірнеше жыл жұмыс істегеннен кейін индикаторларды бағалау жүйесі олардың ішкі мәдениетінің бір бөлігіне және бизнес-модельдің ДНҚ элементіне айналғанын растады.

Сандық индикаторларды анықтау және бақылау кезінде қордың жобалық топтары аудиторияны қамту, жарияланымдар немесе өткізілген іс-шаралар саны сияқты эмбебап параметрлерді өлшеді. Бұл ретте сапалық индикаторлар әрбір нақты жобаның ішкі процестерімен және ресурстарымен келісуді талап етті. Осы себепті барлық жобалар жеке қолдауға ие болды және әсер ету тәуекелдерін бағалау қаржыландыру көлемі мен шарттарымен салыстырылды.

Қор командасы портфельдік деңгейде жобалардың ұзақ мерзімді әсерінің мынадай сапалық көрсеткіштерін өзі үшін айқындады:

- кәсіби салада жаңа сарапшылар санының артуы,
- грант алушылар арасынан жүйелік ойыншының пайда болуы,
- ойыншыны институттандыру (мысалы, бастамашыл топ мәртебесінен (grass-roots) қоғамдық қор мәртебесіне көшу),
- қоғамдық күн тәртібін сапалы өзгерту немесе кәсіби қоғамдастықта жаңа тақырыптық дискурсты тарату,
- қазақ тілінде білім беру материалдарын жасау және тарату,
- жергілікті жобаның республикалық деңгейге шығуы,
- іске асырылған іс-шаралардың қорытындысы бойынша әдістемелік материалдар, білім беру құралдары немесе кітаптар шығару,
- жобадағы қаржыландыру көздерін кеңейту және т. б.

Осы параметрлерге қол жеткізу жоба бастамашыларына өздерінің бастапқы мақсаттарына қол жеткізіп қана қоймай, сонымен қатар олардың күн тәртібінде адвокаттар мен белсенділер бола отырып, қоғамдық саладағы сараптаманы арттыруға мүмкіндік берді.

Жоғарыда келтірілген тізімдегі соңғы индикатор капитал әртүрлі көздерден – мысалы, негізгі қызметті жүргізуден, краудфандингтен, демеушіліктен, тақырыптық гранттардан (сапарларға, бизнесті дамытуға, персоналға ақы төлеуге), сондай-ақ ШОБ үшін өтеусіз қарыздар мен кредиттерден түсетін кірістер арқылы қалыптастырылған кезде әлеуметтік және креативті жобаларды қаржыландыру сипатын дәл көрсетеді.

Impact Hub Almaty – әлеуметтік және креативті кәсіпкерлермен бір мезгілде жұмыс тәжірибесі бар бірнеше жұмыс істейтін алаңдардың бірі. Сонымен қатар, хаб жақында кәсіпкерлерді салалар бойынша дәстүрлі бөлуден бас тартты және импакт-кәсіпкерлерге назар аударды. Команда оларға үлкен әлеуметтік миссия негізінде өздерінің бизнес-моделін құру немесе жақсарту мүмкіндігін ұсынады және импакт-жобалардың сапалы құбыр желісін құруда өзінің шешуші рөлін көреді.

2024 жылы Impact Hub алғашқы импакт-акселерацияны өткізді, кем дегенде 2 жылдық тәжірибесі бар тұрақты әлеуметтік кәсіпорындардың құрылтайшыларына стандартты тренингтің орнына жеке тәлімгерлік қолдау көрсетті. 21 өтінімнің тек 6 қатысушысы ғана бағдарламаның финалына шықты, 4 жоба 2-ден 3,5 млн теңгеге дейінгі сомаға қаржыландыру алды. Impact Hub алғаш рет пайызсыз несие беру схемасын сынап көрді, оған дейін білім беру бағдарламаларын жүргізді және Шеврон компаниясы мен халықаралық ҰЕҰ қаражатынан импакт-кәсіпкерлерге гранттар берді.

Болашақта хаб өзінің инвестициялық қорын құруға және гранттар мен пайызсыз қарыздардан импакт-инвестицияларға (қайтарымды капиталға) транзит жасауға ниетті, бұл кәсіпкерлік жобалардың коммерциялық тұрақтылығын ынталандыруға ғана емес, сонымен қатар жаңа бағдарламаларға қатысушыларға инвестициялау үшін айналым қаражатын қайта өңдеуге мүмкіндік береді.

Бұған дейін "Еуразия. Орталық Азия" қорында (ОАЕК) 20 жылдан астам уақыт бойы корпоративтік сектордан капитал тарта отырып, Батыс Қазақстанда әлеуметтік кәсіпкерлікті қолдап келе жатқан пайызсыз қарыздар беру схемасы табысты іске асырылған болатын. Ал Назарбаев Университеті жанындағы NURIS бизнес-инкубаторы инкубациялық және акселерациялық бағдарламалардың түлектеріне арналған гранттарға қосымша (тиісінше 2 және 7 млн теңге), егер стартап 100,000 АҚШ долларынан астам сомаға инвестиция тартса, оларды бизнестің үлесіне айырбастауға мүмкіндік беретін опциондармен жұмыс істеу мүмкіндігіне ие. Бұл тәсіл инкубаторға инвестициялардан ақша табуға және осылайша келесі мәмілелер үшін қорды толтыруға мүмкіндік береді. Өз кезегінде, бұл NURIS беделін нығайтуға әкеледі – инкубатор стартаптарды дамытудың ең ерте сатысында маманданған және қарқынды дамып келе жатқан кәсіпкерлік жобалардың үлкен портфолиосына ие, соның арқасында инвесторлар мен бизнес-жебеушілер бағдарламаларға қуана және жиі қатысады.

Бүгінгі таңда гранттар (нақты мақсаттарға қол жеткізу үшін өтеусіз қаржылық көмек) кәсіпкерлерді, оның ішінде мемлекеттік және квазимемлекеттік секторлар тарапынан қаржылық қолдаудың ең кең таралған құралы болып қала береді. Инвесторлар гранттарды жалпы кәсіпкерлік қағидатын бұзатын тиімсіз құрал деп санаса, делдал ұйымдардың өкілдері, керісінше, гранттарды адами капиталға қажетті әлеуметтік инвестиция деп санайды, өйткені алынған дағдылар мен жаңа тәжірибе кәсіпкерлерге болашақта тұрақты бизнес-идеяларға жетуге көмектеседі.

Бұл ретте бизнесті қолдаудың жаңа қаржы құралдарын енгізу белгілі бір реформаларды талап етеді. Делдалдық ұйымдардың көпшілігі ҰЕҰ болғандықтан және қаржылық операцияларды жүргізуге лицензиясы жоқ болғандықтан, кәсіпкерлердің инвестицияларды қайтармауы хабтар мен инкубаторлар үшін жоғары тәуекелдерге ие.

Микрокредиттік ұйымдар мен банктер, делдалдар қол жеткізе алмайды. Осы себепті делдал ұйымдар мен қаржы институттары арасындағы ұзақ мерзімді серіктестікке деген қажеттілік артады-мысалы, кәсіпкерлердің банктік шоттарынан грант берушіге немесе инвесторға қарызды өтеу үшін акцептсіз есептен шығару мүмкіндігін қарастыру. Қазіргі уақытта әрбір қарыз алушыға жеке өнімдерді ұсыну процедурасы банктер үшін қиын және жиі орынсыз.

Қазақстандық венчурлік инвесторлар ең жақсы бағдарланған бағыттарға инвестиция салуды жөн көреді. МКИ-ның дамуы бастапқы сатысында болғандықтан, нарықта табысты инвестициялар мен жобалардан шығудың мысалдары жоқ, бұл кезде қорлар немесе бизнес жебеушілер капиталды қайтарып немесе таба алды. Кейбір инвесторлар кино түсіру, музыка және заманауи өнер саласындағы жобаларды қолдайды, бірақ көбінесе өз үлестерін қайырымдылық деп санайды. Осындай көрнекті жобалар ретінде Нұрлан Смағұлов қаржыландыратын қазіргі заманғы өнер мұражайын, Қайрат Боранбаевтың отбасылық кеңесінің қаражатына іске асырылатын "Целинный" заманауи мәдениет орталығын, сондай-ақ Арсен Томскийдің (InDrive) "Альтернатива" киносыялығын атап өтуге болады.

Сондай-ақ, сарапшылар ірі қазақстандық кәсіпкерлер креативті бизнесті қолдауға қызығушылық танытқан, бірақ тиісті импакт-сараптамасы мен тұрақты жобалардың пайплайны бар делдалдарды таба алмаған мысалдар келтірді.

Инвесторлармен белсенді ынтымақтасатын бизнес-инкубаторлар нарық тарапынан тұтастай алғанда МКИ бизнес-жобаларына және атап айтқанда креативті импакт-жобаларға үлкен қызығушылықты көрмейінше, бірақ тиісті сұраныс қалыптасқаннан кейін креативті кәсіпкерлер үшін оқыту бағдарламаларын ұсынуға дайын екендіктерін білдіреді.

Алайда, импактіні бағалау бойынша сарапшылар импакт және әсерді бағалау туралы дәрістерді білім беру немесе акселерация бағдарламасына енгізу жеткіліксіз екеніне сенімді. Нарративтің сапалы өзгеруі, құндылықтармен, бизнес миссиясымен және әлеуметтік жауапкершілік ұғымымен, әсіресе кәсіпкерлік жобалардың қалыптасу кезеңінде терең жұмыс қажет.

Ол үшін 1–3 жыл қысқа мерзімді перспективада қамтамасыз етілмейтін ұзақ мерзімді стратегиялық пайымдау және бизнес-қызметтің адамдар мен қауымдастықтарға әсерін бағалау мәдениетін дамыту қажет.

Бүгінгі креативті стартаптар дамудың жақсы динамикасын көрсете алады, бірақ егер стартапта кәсіпкерлер импакт мақсаттарын анықтамаса, қаржылық инвестициялар мен жоспарланған өзгерістер арасында себеп-салдарлық байланыс орнатпаса, онда нәтижелерді өлшеу және оларды өздерінің мақсатты әрекеттерімен байланыстыруға тырысу қиын болады. Бұл жағдайда жобалар тек операциялық процестерді ғана емес, өзгерістерді басқару жұмыстарын жүргізуі керек. Өз кезегінде, әсер ету мониторингінің болмауы кәсіпкерлерді импакт-қорлардан және қазақстандық және әлемдік нарықтардағы белсенділігі тек қана өсетін импакт-инвесторлардан қаржылық қолдау алу мүмкіндігінен айырады.

Креативті кәсіпкерлер үшін қолданыстағы акселерация және инкубация бағдарламаларының басты кемшілігі-олар өте жылдам нәтижеге (негізгі бизнес дағдылары бойынша апталық курстың менталдық секірісі) арналған және дамудың әртүрлі кезеңдерінде жаңа қажеттіліктер мен қиындықтар туындаған кезде кәсіпкерлік жобалардың органикалық өсуіне сәйкес келмейді.

Нәтижесінде, креативті кәсіпкерлер ұзақ мерзімді білім беру траекториясынан және бірнеше жыл ішінде коммерциялық тұрақты компанияны өсіре алатын және үлкен инвестиция алуға дайын болатын толыққанды экожүйеге қол жетімділіктен айырылады.

NURIS бизнес-инкубаторының тәжірибесі ерекше, өйткені өзінің экожүйесі бар, ол сонымен қатар олардың табысты түлектері ауысатын кең венчурлық экожүйенің бөлігі болып табылады. Бизнес-инкубатор кәсіпкерлік тәжірибесі жоқ адамдарды, соның ішінде мектеп оқушыларын тартуға бағытталған. Жеке департамент мотивациялық іс-шаралар өткізеді, онда болашақ қатысушылар кәсіпкердің рөлін сынап көре алады, өнімдердің қалай жасалатынын біледі, жетістік тарихымен танысады және стартап-идеялар үшін пікірлес адамдарды таба алады. Одан кейін негізгі сату, презентация, клиенттер мен бәсекелестерді зерттеу дағдыларын ұсынатын білім беру бағдарламасы келеді. Алғашқы бизнес-идеялар көптеген хакатондарда, челленджерде, конкурстарда сыналады, содан кейін ғана қатысушылар бизнес-инкубаторға түседі, онда оларға бизнес-идеяны дамытуға және 12 аптадағы алғашқы сатылымдарға жетуге көмектеседі. Инвесторлармен кездесулер тек акселерациялық бағдарламаларға қатысушыларға қол жетімді. Сонымен қатар, қаржылық қолдау жобаларға бірінші білім беру бағдарламасын аяқтағаннан кейін бірден қол жетімді болады және келесі кезеңдердің барлығында мүмкін болып қалады.

Осылайша, қолданыстағы венчурлық экожүйе кем дегенде 6 негізгі қадамы бар иірімді ұсынады, оған кәсіпкер бір немесе бірнеше бизнес-жобаларды іске қоспас бұрын және қаржыландыруға дайын болғанға дейін шексіз рет оралуға болады. Мұндай құрылымды креативті экожүйеге көшіру креативті кәсіпкерлерге тек басында ғана емес, бизнестің дамуы кезінде қажетті қаржылық және қаржылық емес қолдауды алуға мүмкіндік береді. Бұл ретте қолданыстағы бизнес-инкубаторлар өз сараптамасын кеңейтіп, импакт-күн тәртібін ескере отырып және МКИ-да материалдық емес активтерді басқару, контент құру және т.б. сияқты бизнесті жүргізу ерекшеліктеріне түзете отырып, гибриді бағдарламаларды көбірек жүргізе алады, бұл барлық кәсіпкерлік жобаларды ғана ұтады.

Сарапшылар сондай-ақ өмір салтын цифрландыру, технологиялық, әлеуметтік және креативті кәсіпкерлер арасындағы ынтымақтастық жаңа нормаға айналатынын атап өтті – жақын арада күрделі, гибриді өнімдер мен қызметтер құрылатын болады, бұған стандартты емес жобалар санының артуы дәлел бола алады. Осы себепті индустриялық шекаралардың сөзсіз бұлыңғырлануын ескеріп, кәсіпкерлерді оқыту кезінде кросс-тәртіпті ынталандырған жөн.

Резиденциялар, коворкингтер, кәсіпкерлер бейресми байланыстарды кеңейте алатын, ақыл-ойларын арттыра алатын, идеяларды сынап алатын және білім алмасатын оқу орталықтары ретінде жұмыс істейтін қауіпсіз эксперименттік алаңдардың (safe brave spaces) пайда болуы әлі де үлкен қажеттілік болып табылады. Бұл функцияны тек бизнес-инкубаторлар ғана емес, сонымен қатар консультациялық, қаржылық және желілік қолдау көрсету үшін "бірыңғай сервис"¹¹⁰ ұсынатын әртүрлі бағыттағы креативті хабтар да орындай алады. Сонымен қатар, креативті хабтар әр түрлі кіші секторлардың мамандарын бір алаңда әдейі біріктіре алады, бұл жеке ойыншылардың да, жалпы экожүйенің де синергиясы мен бірлескен өсуіне ықпал етеді.

Бұл жағдайда идеалды органы дамытудың міндетті шарты оның толық орталықсыздандырылуы болып табылады. Сарапшылардың пікірінше, бұл мәселеде мемлекеттің рөлі креативті хабтар мен кластерлерді дамыту үшін көп бөлігі мемлекеттік баланста тұрған жылжымайтын мүлікті креативті өндірушілерді басқаруға берумен шектелуі керек. Дегенмен, хабтар мен кластерлердің қызметі экономикалық қызмет кодтарының (ЭҚЖЖ) тізіміне енгізілмегенімен, мемлекеттік сектор аймақтарда ұқсас сайттарды іске қосу және басқару үшін квазимемлекеттік компанияларды белсенді түрде құруды жалғастыруда.

Осылайша, мемлекеттік сектормен айналысатын делдалдардың көбеюі, керісінше, нарық ойыншыларының онсыз да аз мүмкіндіктерін шектейді және сонымен бірге олармен бәсекелестікке әкеледі.

Бұл қиғаштықтың бір бөлігі Қазақстанда МКИ-да тиісті мамандануы және кәсіпкерлік экожүйені дамыту бойынша ұзақ мерзімді амбициясы болатын тәуелсіз делдалдық ұйымдардың жеткілікті санының болмауымен байланысты. Бұл жағдай бизнес, венчурлар, жеке кәсіпкерлер, ҮЕҰ және мемлекеттік сектор бір-бірінен бөлек жұмыс істейтін қазақстандық нарыққа тән ақпараттық және кәсіби "көпіршіктердің" пайда болуымен де күрделене түседі. Сарапшылар атап өткендей, әлсіз көлденең байланыстар мен ынтымақтастыққа дайын болмау бүкіл ел үшін үлкен проблема болып табылады, оны мемлекетке, инвесторларға, серіктестерге және жалпы қоғамға деген сенімсіздікпен түсіндіруге болады. Мұндай келіспеушілік әлеуетті мүдделі тараптар арасындағы байланыс пен сараптама алмасуды қиындатып қана қоймайды, сонымен қатар күш-жігерді тиімсіз етеді.

Сұхбат алған барлық сарапшылар негізгі ойыншыларды біріктіретін, өзгерістердің негізгі бастамашылары және білім алып жүрушілері болып табылатын жүйе құраушы тәуелсіз платформаларды дамытпай, кәсіпкерлік қоғамдастықтардың органикалық дамуы мүмкін емес екеніне сенімді.

Мұндай жоғары білікті делдалдардың болуы креативті кәсіпкерлік жобалардың құбыр желісінің жылдам өсуі және олардың тұрақтылығын арттыру үшін маңызды шарт болып табылады. Алайда, жеке бизнес-модельдермен жұмыс істеу жағдайында жобаларды жеке сүйемелдеу кәсіпкерлер де, инвесторлар да, сонымен қатар мемлекеттік операторлар да көтере алмайтын көп уақытты қажет ететін міндет болып табылады.

Жобаларды инвестициялар алуға дайындау және оларды кейіннен сүйемелдеу кезінде дамыған нарықтардағы делдалдар сыйақы алады. Халықаралық стандарттарға сәйкес, тұрақты бизнес-модельдермен жұмыс істейтін ірі корпоративтік қорларда сыйақы инвестициялар көлемінің 5-12% құрауы мүмкін. Бірегей бизнес-модельдермен жұмыс істеген жағдайда жобаны басқару, кеңес беру және оқыту қызметтері 50% – ға дейін бағалануы мүмкін, өйткені жобаны сапалы сүйемелдеу барлық мүдделі тараптармен күнделікті қарым-қатынасты қажет етеді. Бұл шығыстар инвесторларға және/немесе грант берушілерге түседі, бұл Қазақстанда импакт – инвестициялау қағидаттары туралы аз хабардар болу жағдайында қосымша дәлелдер мен түсіндірулерді талап етеді. Алайда, тұрақты даму парадигмасында делдалдардың сыйақысын портфельдік жобалардың оң әсерін масштабтау кепілдіктерінің құны ретінде қарастыруға болады.

Қолданыстағы шектеулерді ескере отырып, дамудың осы кезеңінде маңызды қадам негізгі ойыншыларды – импактіні бағалау бойынша сарапшыларды, кәсіпкерлерді, кеңесшілерді, инвесторларды, донорларды, хабтар мен инкубаторлар өкілдерін біріктіру болып табылады. Бұл жалпы импакт-экожүйені дамыту үшін келісімдер мен стратегияларды әзірлеу үшін қажет ұжымдық сараптама және рөлдерді нақты бөлу.

Сарапшылар атап өткендей, мемлекеттік сектор импактіні бағалау тақырыбына қосылмас бұрын, ұзақ мерзімді көзқарас пен консенсусқа сараптамалық қоғамдастық ішінде қол жеткізу керек. Біз күн тәртібін сапалы өзгерту, өзгерістердің бірегей индикаторларын әзірлеу, сондай-ақ оң өлшенетін әсерді тудыратын МКИ-дағы импакт-жобаларды анықтау мен қолдаудың жаңа критерийлері туралы айтып отырмыз.

Мүмкін, алғаш құрылған креативті экожүйе импакт-экожүйе элементтерін алып жүруі керек. Оны дамыту жоспарлары барлық мүдделі тараптарды біріктіретін іс-шараларды ғана емес, сонымен қатар импакт –

¹¹⁰ Кейт Г., Броди К., Шаяхмет Д., Жексенбек Д. Создание креативных хабов в Казахстане. Руководство для лиц и организаций, определяющих политику (2023). The British Council совместно с AlmaU.

жобаларды танымал етуге бағытталған және кең бизнес қауымдастығына бағытталған ұзақ мерзімді медиа-науканды қамтуы керек. Кәсіпкерлерге арналған білім беру бағдарламаларын әзірлеуден басқа, МКИ-да маманданған импакт-менеджерлердің біліктілігін арттыру да маңызды, өйткені олар креативті жобалардың инновациялығын, күрделі әлеуетті әсерін және тұрақтылығын үнемі бағалауы керек. Импакт тақырыбында барлық мүдделі тараптардың біліктілігі негізгі қолданбалы сын-қатерлердің бірі болып табылады.

МКИ әлеуетін ашудағы және ел экономикасына қосқан үлесін бағалаудағы мемлекеттің рөлі ерекше назар аударуға тұрарлық. Сарапшылар мемлекеттік сектордың ұзақ мерзімді даму бағдарламаларын ұсыну және жүзеге асыру қабілетіне күмән келтіреді, ал кез келген жоспарлау көкжиегі бар бағдарламалардың тиімділігін өлшеу және талдау тәжірибесі дамымаған.

Оның үстіне, мемлекеттік сектордың қолға алған күш-жігері мемлекеттік секторда МКИ-ны дамытудың сапалы сараптамасы мен стратегиялық пайымдауының жоқтығына қарамастан, жоғарыдан күн тәртібін қойып, монополиялау әрекеті сияқты көрінеді. Мұны мүдделі тараптар арасындағы кәсіби диалогтың дамуына айтарлықтай әсер етпейтін, көбінесе практикалық мәні жоқ және кәсіпкерлердің өзін үнемі талқылаудан шығарып тастайтын өтіп жатқан оқиғалардың тиімсіздігімен бағалауға болады.

«Дерексіз ынталандыру бағдарламаларын» жүзеге асыруға бөлінген ірі бюджет қаражаты шығармашылықпен айналысатын кәсіпкерлерге ешқашан жетпейді. Оның үстіне бағдарлама операторларын (мердігерлерін) таңдауда нақты критерийлердің болмауы және ірі қаражатты бөлудегі бұлыңғырлық секторға «мақсатты емес адамдарды» тартады, ал айтарлықтай әсер етіп, оң өзгерістер туралы хабарлай алатын жобалар күн тәртібінен түспейді.

Бұл ретте кәсіби қоғамдастық мемлекеттен нақты іс-қимылдарды күтеді, олар қазіргі уақытта ішінара іске асырылған немесе мүлдем іске асырылмаған:

- 1) еркін кәсіпкерлікті және нарықтық экономиканы дамытуға ықпал ететін нормативтік-құқықтық базаны жақсарту креативті экожүйенің барлық мүдделі тараптары (кәсіпкерлер, делдалдар, банктер, инвестициялық қорлар, ҮЕҰ, филантроптар) арасындағы процестерді, ресурстарды және қаржыны интеграциялауды жеңілдетеді,
- 2) МКИ дамыту мәселелерінде ірі донорлармен және халықаралық ойыншылармен кооперация және үндестіру, мәдени, әлеуметтік және экологиялық маңызы бар басым индустрияларды дамытуға маманданатын қорлар мен қорлардың қорларына қатысу (Қазақстанда халықаралық қаржы институттарының қолдауымен ірі микроқаржы ұйымдарын дамытудың мысалдары бар),
- 3) бағдарламалардың тәуекелдері мен тиімділігін бағалау мәдениетін дамыту, МКИ-ның ел экономикасына қосқан үлесін бағалау тәсілдері мен индикаторларын өзгерту, ЭҚЖЖ түзету және статистикалық есепке алу сапасын арттыру (қолжетімді талдау ауқымын кеңейту),
- 4) физикалық креативті инфрақұрылымды және сапалы кәсіпкерлік білім беруді дамытуға «ұзақ мерзімді ақша» бағыты,
- 5) мемлекеттік инвестициялық қорлардың ашықтығы мен есептілігі: бенефициарларды таңдау, кәсіби бағалаушылар мен басқару топтарын тарту үшін нақты өлшенетін көрсеткіштер.

Осылайша, креативті индустриялардың әлеуметтік-мәдени және әлеуметтік үлесін бағалау бойынша жаңа тұжырымдамалық шеңберді енгізу туралы пікірталас толыққанды креативті экожүйені құру, сараптамалық импакт-қоғамдастықты біріктіру, негізгі ойыншылар арасында рөлдерді бөлу және МКИ-ға "шыдамды" инвестицияларды тарту және басқару бойынша ұзақ мерзімді стратегияларды әзірлеу сияқты ілеспе жүйелік мәселелерді бір мезгілде қайта қарауды талап етеді.

ҚОРЫТЫНДЫЛАР МЕН ҰСЫНЫСТАР

Пилоттық зерттеу аясында оларға импакт-инвестицияларды тарту мақсатында креативті индустриялардың әлеуметтік әсерін бағалауға балама тәсілді қолдану перспективасы зерттелді.

Көптеген креативті кәсіпорындар бастапқыда мәдени және/немесе әлеуметтік миссияны орындауға бағытталғандықтан, оларды әлеуметтік және экологиялық әсер ету (импакт) әлеуеті жоғары жобалар ретінде қарастырған жөн. Әсерді бағалауды енгізудің басты мақсаты креативті кәсіпкерлік экожүйені ынталандыру және оған импакт-капиталды тарту арқылы кәсіпкерлік жобалардың тұрақтылығын арттыру болып табылады. Бұл тұрғыда импакт-капитал тиісті миссиясы бар компанияларды қолдау арқылы әлеуметтік игілікті және/немесе экологиялық әділеттілікті масштабтауға бағытталған жаңартылатын қаржы ресурсы ретінде қарастырылады.

Қазақстанда, әлемнің көптеген елдері сияқты, креативті экономика тек қалыптасып келеді және өзінің күрделілігіне байланысты бағалаудың қалыптасқан әдістері жоқ. Сонымен қатар, басқа салалардан алынған креативті индустрияларға тар экономикалық көзқарас олардың ерекше ерекшеліктерін елемейді.

Креативті индустриялардың бизнес-модельдерін бағалаудың қалыптасқан тәсілдері дәстүрлі нарықтық және қаржылық көрсеткіштерге сүйенеді және материалдық емес активтерді құру, таланттарды басқару, сондай-ақ коммерциялық масштабтауға жауап бермейтін жобалардың реттелген және пәнаралық сипаты сияқты креативті қызметтің ерекше қасиеттерін ескермейді. МКИ құндылығын мұндай бұрмаланған қабылдау креативті бизнес-жобалардың ел экономикасына қосқан материалдық емес үлесін бағалау мен түсінуді айтарлықтай қиындатады.

Креативті кәсіпкерлер дәстүрлі бизнес күн тәртібіне сәйкес келмейтін және құндылықты қалыптастыруда қиындықтарға тап болатын дамушы нарықтарда олар үшін жүйелі қаржылық және қаржылық емес қолдауға қол жетімділік жабық күйінде қалады, ал өсу шектеулі. Тиісінше, мемлекеттің МКИ-ны дамыту жөніндегі күш-жігері креативті бастамалардың үлесі объективті өлшенбейінше, олардың әлеуетін толық көлемде аша алмайды. Осылайша, **креативті салаларға өзіндік бағалау критерийлері қажет.**

Креативті кәсіпорындардың рөліне балама көзқарас олардың негізгі үлесі құндылықтарды құру және адамдардың өмір сүру сапасына және табиғи экожүйелердің жағдайына ұзақ мерзімді оң әсер ете алатын әлеуметтік және әлеуметтік-мәдени әсер етуден тұрады деп болжайды. МКИ-дағы импактіні бағалаудың қолданыстағы модельдері әртүрлі экожүйелердің, ақпараттық күн тәртібінің, креативті дағдылардың, өнімдер мен қызметтердің мәдени, білім беру, рухани, көркемдік және тіпті терапевтік құндылығы тұрғысынан қоғамның әл-ауқатына қосқан үлесі сияқты материалдық емес параметрлерді өлшеуге және цифрландыруға мүмкіндік береді.

Әсерді бағалау күшті әлеуметтік миссиясы бар бастамаларды дамытуға бағытталған импакт-капитал тақырыбымен тығыз байланысты. Әлемде жобаларға жүйелі қолдау көрсетуге және МКИ-ға "баяу" капиталды тартуға маманданған 36-дан астам импакт-қор бар. Көптеген қорлар әсерді өлшеу үшін өздерінің құралдарын пайдаланғанымен, олардың барлығы өзгеріс теориясына немесе инвестицияның әлеуметтік қайтарымы (SROI) үлгісі, IMP және Culture|2030 Indicators – дың “Әсер етудің 5 өлшемі” немесе ЮНЕСКО конвенциялары негізінде әзірленген “Күн тәртібі-2030 іске асыруға мәдениет үлесінің

көрсеткіштері” сияқты кеңінен танымал тәсілдерге сүйенеді. Бұл құралдар сапалық көрсеткіштерді сандық көрсеткіштерге аударуға мүмкіндік береді. Олар өзгерістерді басқару тәжірибесін дамытуға, нәтижелерді бақылауға және донорларға, қорларға және импакт-инвесторларға инвестициялық шешімдер қабылдау үшін қажетті дәлелдемелер базасын жинауға бағытталған.

Импактіні бағалау жеке креативті кәсіпорындар мен жалпы креативті индустриялардың қауымдастықтар мен жергілікті экожүйелердің әл-ауқатына құндылығы мен бірегей өлшенетін үлесін анықтайтын жетіспейтін компонент деп айтуға болады. Креативті бизнес-модельдердің үлесін бағалаудың жаңа жүйесін енгізу кәсіпкерлерге импакт-капитал нарығына қол жеткізуге мүмкіндік береді және сол арқылы әсер ету мақсаттарына жету үшін креативті ресурстарды жұмылдырады.

Дамыған креативті экономикасы бар елдердің тәжірибесі МКИ-дағы импакт-күн тәртібінің дамуынан оң өзгерістерді көрсетеді, ол мемлекеттердің орнықты дамудың 17 мақсатына қол жеткізу жөніндегі міндеттемелерімен және капиталды демократияландырумен тығыз байланысты.

Импакт-инвестициялау туралы дәлелдер инвестициялық капиталды әсер ету мақсаттарымен үйлестіру осы жеке бағыттар өздігінен дамығаннан гөрі кең аудитория үшін мәдени, әлеуметтік және экологиялық артықшылықтар тудырады деген пікірге негізделген. Сондықтан импакт -инвестициялар "шыдамды", "баяу" және "саналы" деп аталады – олар әлеуметтік және креативті кәсіпкерлік сияқты баяу жүйелердің мүмкіндіктеріне толық сәйкес келеді (жылдам венчурдан айырмашылығы) және осы жобалардың төмен тұрақтылығымен байланысты жоғары тәуекелдерді қабылдайды.

Креативті секторларға "шыдамды" инвестицияларды тарту нарықтағы капиталды импакт – жобалардың коммерциялық тұрақтылығын арттыратындай етіп қайта бөлуге мүмкіндік береді. Жеңілдікті капиталдың болуы нарықтың дамуын едәуір дәрежеде ынталандырады, оның ішінде қаржыландыруды қажет ететін ұйымдарға неғұрлым икемді және тәуекелге төзімді инвестициялық өнімдерді ұсыну мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Нарық ауқымында бұл мәдени және креативті секторлардың тұрақсыз кірістеріне байланысты иеліктен шығуын жеңуге және оларды жаңа шарттармен инвестициялық өріске қайтаруға көмектеседі.

Жаһандық импакт-капитал нарығы жыл сайынғы өсуді көрсетеді – бұл әлеуметтік жауапкершілік стандарттарының күшеюіне ғана емес, сонымен қатар қаржылық құралдары тұрақты нысандарды қабылдайтын корпоративтік және қайырымдылық капиталдың ағынына байланысты – өтеусіз гранттардан әсер ету әлеуеті бар қайтарымды инвестицияларға дейін. Нарықтың ұлғаюы сонымен қатар креаторлар экономикасының қарқынды дамуына, ақылды қалалардың трансформациясына және тұтынушылардың жас буыны алға тартқан бизнес-этикаға қойылатын жаңа талаптарға байланысты жанама трендтерден көрінеді.

Тиісінше, әлеуметтік әсерді бағалау практикасын қолдану импакт-инвестицияларды дамытуға ықпал етеді, бұл креативті индустрияларға халықаралық және жергілікті "шыдамды" капиталды белсенді тартуға мүмкіндік береді.

Қазақстандағы креативті индустриялар 2021 жылы ғана заңнамалық мәртебеге ие болғандықтан және дамудың ерте сатысында болғандықтан, оларға креативті кәсіпкерлік жобалардың тұрақтылығын күшейту және бизнес-бастамалардың адамдарға, қауымдастықтарға және табиғи экожүйелерге әсер ету ерекшеліктерін барынша мұқият зерделеу жөніндегі шаралар қажет.

Зерттеу Қазақстанда креативті индустриялардың ел экономикасына қосқан үлесін бағалау сандық көрсеткіштерді – секторлардың ЖІӨ-ге қосқан үлесін, кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің санын, жұмыс орындарының санын және салық аударымдарының көлемін ескере отырып, стандартты хаттама бойынша жүргізілетінін анықтады. Креативті секторлардың әлеуметтік-мәдени, әлеуметтік және экологиялық әсерін бағалау практикасы қолданылмайды, ал осы саладағы мамандандырылған бағдарламалар, сондай-ақ тиісті біліктілігі бар орындаушылар зерттеу барысында табылған жоқ.

Алайда, азаматтық және әлеуметтік жобаларды дамыту саласында жұмыс істейтін тәуелсіз делдал ұйымдар креативті секторлардың ерекшеліктеріне сәйкес келетін импактіні бағалау бойынша ең ауқымды сараптамаға ие. Осы секторларды ұсынатын сұхбат қатысушылары бағалаудың бірегей модельдерін әзірлеу бойынша жұмысқа қатысуға дайын екендіктерін білдірді. Өз кезегінде, the British Council фасилитатор рөлін өз мойнына алып, пікірталас алаңында негізгі мүдделі тараптарды – импактіні бағалау жөніндегі тәуелсіз консультанттарды, креативті кәсіпкерлерді, зерттеушілерді, импакт – және креативті хабтардың, бизнес-инкубаторлардың, ЖОО-лардың, донорлық ұйымдардың және инвесторлық қоғамдастықтың өкілдерін біріктіре алар еді.

МКИ-дағы бизнес-бастамалар әлеуметтік, технологиялық және креативті кәсіпкерлік элементтері бар гибриді кәсіпкерліктің үлгісі болып табылатынын атап өтуге болмайды. Бұл ретте креативті кәсіпкерлер әлеуметтік және венчурлық экожүйеге нашар сәйкес келеді, ал Қазақстанда креативті экожүйе әлі қалыптаспаған. Қазақстандағы 3 кәсіпкерлік экожүйеге жүргізілген талдау бизнес-жобалар тұрақты білім беру мүмкіндіктері, мүдделі тараптардан жүйелі қаржылық және қаржылық емес қолдау және каталикалық капиталға қолжетімділік қолжетімді жағдайларда ғана сапалы даму үшін серпін алатынын көрсетті. Тиісінше, Қазақстандағы болашақ бірегей креативті экожүйе креативті қызметтің гибриді сипатын және әлеуметтік әсерге баса назар аудара отырып құрылуы тиіс, бұл ретте әлеуметтік және венчурлік кәсіпкерлік экожүйелердің тиімді элементтерін қамтуы тиіс.

Инвесторлардың да, кәсіпкерлердің де креативті секторларда бизнес жүргізудің ерекшелігі және импакт-бағалау практикасы туралы хабардарлығының төмендігі аясында Қазақстанда импакт-инвестицияларға сұраныс қалыптаспаған күйінде қалып отыр. Осыған байланысты импакт-күн тәртібін таратуда және креативті жобалардың өміршеңдігін және олардың инвестициялық тартымдылығын күшейту бойынша жаңа тәсілдерді енгізуде делдалдық алаңдардың рөлі артып келеді.

Жоғары білікті делдал ұйымдардың және басқарушы командалардың болуы креативті кәсіпкерлік жобалардың сапалы пайплайнның қалыптастыру үшін аса маңызды шарт болып табылады. Алайда, МКИ-да маманданған тәуелсіз делдалдардың шектеулі саны креативті жобаларды дамытуды және Қазақстанда импакт-күн тәртібін масштабтауды қиындатуы мүмкін. Осыған байланысты тәжірибелі делдалдардың (мысалы, Impact Hub Almaty, MOST бизнес-инкубаторы) позицияларын қолдау және күшейту және өз секторларында жүйелік ойыншыларға айналған импакт-бағдарламалардың түлектерін (мысалы, Urban Forum Kazakhstan, CITIZEEN Space және т. б.) дамыту бағдарламаларына тарту қажет, олар импакт-күн тәртібінің амбассадоры бола алады және әсерді бағалаудың жаңа тәсілдерін таратуға ықпал ете алады.

Мұндай делдалдық сараптама орталықтары білімді жинақтап, тек креативті кәсіпкерлер мен инвесторларды ғана емес, сонымен қатар жүйелі жұмысты енді бастаған, бірақ импакт-күн тәртібінен тыс қалатын немесе біліктілігі жетіспейтін жаңа алаңдардың өкілдерін де оқыта алады. Осылайша, әлеуметтік әсерді бағалаумен жұмыс істейтін басқару және жобалау топтарының саны мен сапасының артуы орталықтандырылмаған делдалдық желіні кеңейтіп, оны тұрақты етеді.

Креативті индустриялар дамытын жеткілікті күрделі қазақстандық контекстті ескере отырып, МКИ-дан кәсіпкерлік жобалардың әлеуметтік-мәдени үлесін бағалау және импакт-инвестицияларды тарту жөніндегі жаңа тұжырымдамалық шеңберді енгізу перспективасын дербес қарауға болмайды. Төменде бағалаудың жаңа үлгілерін тиімдірек басқару үшін қолданыстағы жүйелік кедергілерді еңсеруге бағытталған ұсыныстар берілген.

Ұсыныс 1

Креативті индустриялардың тұрақты дамуы толыққанды кәсіпкерлік экожүйені құрмай мүмкін емес. Оның дамуы кезінде әлемнің көптеген елдері, соның ішінде Қазақстан үшін ол алғаш рет құрылуда-кәсіпкерлерге олардың мақсаттарына, құндылықтарына, дамудың баяу қарқынына сәйкес келетін және коммерциялық табысқа қол жеткізуге ғана емес, әлеуметтік ықпалға бағытталған капиталға жүйелі қолжетімділікті қамтамасыз ету маңызды. Құрылған экожүйе негізгі кәсіпкерлік сауаттылықты арттырудан бастап донорлармен / инвесторлармен елеулі мәмілелер жасасуға дейінгі креативті жобаларды дамытудың барлық кезеңдеріне бағдарлануы тиіс.

Ол сондай-ақ инвестициялаудан кейін 5–7 жылдан ерте емес, ал креативті хабтарды басқару жағдайында 10–15 жылдан ерте емес инвестицияларды қайтарумен әлеуметтік жобаларды дамыту үлгісі бойынша білімді, тәжірибені және капиталды шыдамды инвестициялау тұжырымдамасына бағынуға тиіс.

Ұсыныс 2

Креативті экожүйенің тұрақтылығын нығайту үшін мемлекеттік сектор мен халықаралық ұйымдарды қоса алғанда, негізгі мүдделі тараптар арасында рөлдерді шоғырландыру және нақты бөлу қажет. Сапалы креативті жобаны құру алгоритмі үлкен адам ресурстарын қажет етеді – әдіскерлерді, менеджерлерді, жаттықтырушыларды, тәлімгерлерді, бизнес жебеушілерді тарту. Делдалдық орындарда (әдетте ҮЕҰ) барлық рөлдерді орындау үшін ішкі ресурстар жеткіліксіз болғандықтан, экожүйенің әрбір қатысушысы өз деңгейінде қатысуы керек. Мысалы, университет болашақ кәсіпкерлерді бизнесті жүргізудің негізгі дағдыларымен және әлеуметтік жауапкершілік ұғымымен таныстырады, хабтар стартаптар мен бастаушы делдалдар үшін инкубациялық бағдарламалар ұсынады, бизнес-инкубаторлар тәжірибелі кәсіпкерлерді акселерациялайды және инвестицияларды бөлу кезінде делдал болады, банктер мен микрокредиттік ұйымдар қаржылық мәмілелердің операторы ретінде әрекет етеді, инвестициялық қорлар инвестициялаудың тиісті оптикаларын әзірлейді және т. б.

Ұсыныс 3

Креативті жобалардың алуан түрлілігін белсенді дамыту және арттыру үшін органикалық және кедергісіз өсуді ынталандыратын қолайлы ортасы бар қауіпсіз алаңдарды (safe brave spaces) құру қажет. Бұл эксперимент жасауға, бизнес-модельдерді сынауға, ынтымақтастыққа, сараптамамен алмасуға және кәсіпкерлерді бір – бірінен "тең-тең" (peer-to-peer) қағидаты бойынша оқытуға арналған физикалық және виртуалды кеңістіктер болуы мүмкін. МКИ-ны толыққанды дамыту үшін тұрақты тәуелсіз, сектораралық креативті кластерлер, хабтар мен бизнес-инкубаторлар саны айтарлықтай өсуі тиіс. Креативті инфрақұрылымды дамытуға инвестиция салатын және осындай алаңдардың ашылуы мен ұзақ мерзімді дамуын қолдайтын инвесторлар салық преференцияларын алуы тиіс.

Ұсыныс 4

Импактіні бағалау саласындағы жаңа білім беру бағдарламаларын креативті кәсіпкерлер мен делдалдық алаңдардың менеджерлеріне жолдау ұсынылады. Кәсіпкерлік құзыреттерді дамытудан басқа, бағдарламалар жеке және әлеуметтік-мәдени құндылықтармен, бизнестің әлеуметтік миссиясымен терең жұмыс істеуге, тұтыну топтарына, қауымдастықтарға және табиғи экожүйелерге әсер ету тәсілдерін қайта қарастыруға негізделуі керек. Өңірлік резиденциялар, зертханалар және білім беру-зерттеу бағдарламалары сияқты әртүрлі форматтағы сарапшылармен жұмыс жобалардың кроссдисциплинарлығын күшейтуге, стандартты емес колданбалы шешімдердің созылмалы тапшылығын еңсеруге және әрбір креативті жобаның бірегей әсерінің әлеуетін тереңірек ашуға мүмкіндік береді.

Ұсыныс 5

Ұзақ мерзімді перспективада креативті экожүйеде МКИ-да бизнесті жүргізу ерекшелігін зерделеумен, олар құрған импактіні талдаумен және түсіндірумен, басқарушылық әдіснама деңгейінде әсерді бағалау индикаторларын әзірлеумен және жетілдірумен айналысатын мамандандырылған делдалдар, зертханалар мен сараптамалық топтар пайда болуы тиіс. Болашақта бұл рөлді университеттердегі ғылыми орталықтар (evidence centres) атқара алады.

Ұсыныс 6

Импакт-инвестициялау-бұл креативті салаларға "шыдамды" капиталды тартудың ең жақсы тәсілі, бұл олардың дамуына бағытталған әлеуметтік-мәдени серпін бере алады. Осыған байланысты жергілікті инвесторлар арасында импакт-инвестициялаудың ерекшелігі туралы хабардарлықты арттыру, ал кейіннен корпоративтік, жеке және мемлекеттік инвестициялық қорларға бағытталған импакт – инвестицияларды тарту жөніндегі бағдарламаларды әзірлеу жөніндегі іс-шаралар қажет. Бұл рөлді импакт – хабтар мен бизнес-инкубаторлар атқара алады.

Ұсыныс 7

МКИ-ға импакт-инвестициялау үшін әлеуетті оптика ретінде тұрақты креативті экожүйені дамыту үшін басым жобалардың үш санатына назар аудару ұсынылады: 1) тәуелсіз делдалдық ұйымдардың (және жобалау командаларының) сапасы мен санын ұлғайту, 2) креативті хабтарды дамыту және 3) әсер ету әлеуеті бар материалдық емес активтерді жасайтын жобаларды қолдау. Осы бағыттарға сүйене отырып, импакт-хабтар мен бизнес-инкубаторлар импактіні бағалау және импакт-инвесторларды тарту әдісін пилоттау үшін тиісті пайплайн желісін қалыптастыра алады.

ҚОРЫТЫНДЫ

Зерттеу барысында жасалған қорытындылар әлеуметтік әсерді бағалау модельдерін қолдана отырып, креативті кәсіпкерлік жобаларды бағалаудың баламалы тәсілі Қазақстан үшін уақтылы шешім болып көрінеді – креативті индустриялар қалыптасу сатысында тұр және құндылықты қалыптастыруда және инвестицияларға қол жеткізуде қиындықтарға тап болады деген қорытындыға келуге мүмкіндік береді.

Импакт-күн тәртібін дамыту нарративтің сапалы өзгеруін талап етеді және бірінші рет толыққанды креативті экожүйенің болмауына байланысты қиын болуы мүмкін. Алайда, әсерді бағалау әдісін басқаруға ешқандай кедергі жоқ: жаңа бағдарламаны әсерді бағалау бойынша сарапшыларды тарта отырып, бір немесе бірнеше делдалдық алаңдардың күшімен импакт-акселератор форматында әзірлеуге және тексеруге болады. Есепте қарастырылған бағалау модельдері импактіні бағалау жоққа шығармайтын, керісінше олардың коммерциялық тұрақтылығын талдауды толықтыратын бірегей бизнес – модельдерді әзірлеу кезінде бастапқы нүкте бола алады.

Инвесторлар қауымдастығы импакт-инвестициялау тақырыбына мұқият қызығушылық танытқандықтан, импактіні бағалаудың кез келген практикалық нәтижелері барлық ықтимал мүдделі тараптардың хабардарлығын арттыруға ықпал етеді.

Креативті индустриялардағы әсерді бағалау тәжірибесін қолдану нәтижесінде барлық мүдделі тараптар пайда көреді деп сеніммен айтуға болады:

- "Шыдамды" инвестицияларға қол жеткізумен қатар, креативті кәсіпкерлер әлеуметтік миссияны күшейту және өлшенетін әлеуметтік әсерлерін кеңейту үшін стратегиялық өзгерістерді басқару дағдылары мен мотивациясына қол жеткізеді.
- Импакт-бағалау тәжірибесін пайдалана отырып, делдал ұйымдар "шыдамды" капиталға сұраныс пен инвестициялық ұсыныстарды байланыстыра отырып, тұрақты кәсіпкерлік жобалардың құбыр желісін арттыра алады.
- Инвесторлар үшін импакт-бағалаудың құндылығы тиісті бейіні бар кәсіпкерлік импакт-жобаларды қолдау арқылы өзінің әлеуметтік миссиясын іске асыру болып табылады. Бұл ретте инвесторлар неғұрлым орнықты қаржы құралдарын – қайтарымды және жаңартылатын импакт-инвестицияларды, ақылды кредиттерді, мезониндік қаржыландыруды немесе дәстүрлі гранттардың орнына әлеуметтік ықпал ету облигацияларын қолдана алады, осылайша қаржы қаражатын қайтарады және қайта айналдырады.
- Мониторинг және әсерді талдау барысында алынған дәлелді базаның болуы институционалдық және жеке инвесторларға креативті секторларды дамытуға неғұрлым тиімді қаражат салуға көмектеседі. Бұл креативті экожүйенің дамуына ұзақ мерзімді оң әсер етеді.

- Ақырында, оң өзгерістер пайда болатын немесе жағымсыз әсерлерді азайтатын импактінің соңғы және негізгі бенефициарлары (әлеуметтік және тұтынушылық топтар, табиғи экожүйелермен жұмыс істейтін қауымдастықтар) әлеуметтік жауапты қызметтерге, өнімдерге және тәжірибеге қол жеткізе алады және өзінің немесе өздерінің қауымдастығының өмір сапасының оң өзгерістерін сезіне алады.

Қазақстанда импакт-инвестициялау перспективалары туралы пікірталас енді ғана басталып жатыр және оның дамуына қарай бизнесті жүргізудің жаңа мағыналары мен оның әсерін бағалау тәсілдері туралы сұрақтар көбірек көтерілетін болады. Креативті индустрияларға «шыдамды» капиталды тарту аймақтың тұрақты дамуының күн тәртібіне елеулі және жеткілікті үлкен креативті секторларды және олармен бірге кең тұтынушылық аудиторияны тартуға мүмкіндік береді.

ҚОСЫМША МАТЕРИАЛДАР

Импакт индикаторлары

Сапалы зерттеу қорытындысы бойынша креативті экожүйені қалыптастыратын делдалдардың ұзақ мерзімді үлесін бағалау үшін де, креативті кәсіпкерлер үшін де әсердің бірегей өлшенетін индикаторларының тізбесі жасалды. Бұл тізім толық емес және импактіні бағалау жөніндегі сарапшылармен және мүдделі тараптармен болашақ пікірталастардың бастапқы нүктесі ретінде ғана беріледі.

Кесте 5. МКИ-дағы кәсіпкерлік жобаларға қаржылық және қаржылық емес қолдау көрсететін делдал ұйымдар үшін импакт индикаторлары

ӘСЕР ЕТУ ФОКУСЫ: КРЕАТИВТІ ЭКОЖҮЙЕНІҢ ДАМУЫН ҚИЫНДАТАТЫН ӘЛСІЗ ЖАҚТАР	ӘЛЕУМЕТТІК ЖӘНЕ / НЕМЕСЕ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ӘСЕР ЕТУ ИНДИКАТОРЛАРЫ
"Кәсіби көпіршіктер" проблемасына байланысты негізгі мүдделі тараптардың сәйкес келмеуі	Негізгі мүдделі тараптарды біріктіру және синхрондау, Экожүйедегі рөлдердің таралуы, Келісімдер мен бағалау стандарттарын әзірлеу, Делдалдар мен мүдделі тараптар деңгейінде олардың әсерін бағалай отырып, бірлескен импакт-бағдарламаларды әзірлеу және іске қосу
Креативті кәсіпкерлер үшін импактіні және оны бағалауды зерттеуге бағытталған білім беру бағдарламаларының болмауы	МКИ және сабақтас секторлардағы кәсіпкерлер үшін импактіні және оны бағалауды зерделеуге бағытталған нысаналы білім беру бағдарламаларын әзірлеу, Өңірлерді жандандыру үшін қазақ тілінде қолжетімді онлайн білім беру бағдарламаларын әзірлеу, Күшті әлеуметтік миссиясы бар импакт-жобаларды үнемі шығару, Әдістемелік материалдарды әзірлеу және тарату
Инвесторлар қауымдастығындағы импакт – күн тәртібі және импакт- инвестициялау тәсілдері туралы аз хабардар болу	Инвесторлар үшін оқыту бағдарламаларын енгізу, Жеке, корпоративтік және мемлекеттік инвестициялық қорлар үшін импакт- инвестицияларды тарту бойынша атаулы бағдарламалар мен өнімдерді енгізу, Тұрақты импакт-жобалардың пайплайнын күшейту, айқын дәлелді базаны қалыптастыру

<p>Импактіні бағалау, импакт-жобаларды сүйемелдеу және мониторингілеу мәселелерінде жоба менеджерлерінің тапшылығы және / немесе әлсіз біліктілігі</p>	<p>Импакт-менеджерлер мен импакт-продюсерлерге арналған білім беру бағдарламаларын іске қосу, Делдал ұйымдарда, грант беруші ұйымдарда және инвестициялық қорларда импакт-менеджерлер сараптамасының саны мен сапасының өсуі, Өңірлерде әдістемелік материалдарды әзірлеу және бағдарламаларды іске қосу</p>
<p>Әлсіз көлденең байланыстар, сарапшылардың ынтымақтастыққа және серіктестік құруға құлықсыздығы</p>	<p>Делдалдар мен мүдделі тараптар арасында бірлескен бюджеттер, бағдарламалар мен нәтижелер деңгейінде ынтымақтастық, альянстар мен жобалар құру</p>
<p>Импактты масштабтаудың ашылмаған әлеуеті бар шашыраңқы импакт-бастамалар</p>	<p>Импакт-жобалардың сапалы пайплайнын құру және күшейту, Күшті әлеуметтік миссиясы бар импакт-жобалар шығарылымдарының жүйелілігі және ұлғаюы</p>
<p>Кросс тәртіптік жобалардың ашылмаған әлеуеті</p>	<p>Креативті кәсіпкерлер мен басқа секторлардың өкілдері арасында ынтымақтастық, креативті бірлестіктер мен бірлескен жобалар құруға бағытталған бағдарламаларды іске қосу</p>
<p>Кәсіпкерлік жобаларды қаржылық қолдау үшін қаражаттың болмауы</p>	<p>Кәсіпкерлік жобаларды қолдау үшін каталитикалық капиталды қалыптастыру: инвесторлардан, донорлардан және Грант берушілерден импакт-инвестициялар үлесін ұлғайта отырып қаражат тарту, Өз дамуына инвестициялар тарту</p>
<p>Кәсіпкерлік жобаларды қаржылық емес қолдау құралдарының болмауы</p>	<p>Әдістемелік материалдарды әзірлеу, Бағдарламаларға тәлімгерлер мен тәжірибелі бағалаушыларды тарту, Импакт-әлеуеті бар жобаларды рекрутингтеу, импакті сүйемелдеу, бағалау және мониторингтеу бойынша қызметтер көрсету, "Тең-тең" (peer-to-peer learning) қағидаты бойынша кәсіпкерлерді үздіксіз тәжірибе алмасу және өзара оқыту үшін алаңдар құру / күшейту</p>
<p>Әсер ету күн тәртібін дамытатын және білім беру және ақпараттық функцияларды орындайтын ойыншының немесе альянстың болмауы</p>	<p>МКИ-дағы импакті бағалау мәселесінде адвокаттық және ағартушылық қызметпен айналысатын жүйелік ойыншының/ойыншылардың немесе альянстың пайда болуы, Тақырыптық іс-шаралар (форумдар, дөңгелек үстелдер, митап) өткізу, Медиа-өрісте қатысуды күшейту үшін сарапшыларды біріктіру</p>

Кесте 6. Делдал ұйымдардан сүйемелдеу алатын креативті кәсіпкерлер үшін импакт-индикаторлары

<p>ӘСЕР ЕТУ ФОКУСЫ: КРЕАТИВТІ САЛАЛАРДА БИЗНЕСТІ ЖҮРГІЗУДІҢ ӘЛСІЗ ЖАҚТАРЫ МЕН ЕРЕКШЕ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ</p>	<p>ӘЛЕУМЕТТІК-МӘДЕНИ, ӘЛЕУМЕТТІК ЖӘНЕ/НЕМЕСЕ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ӘСЕР ЕТУ ИНДИКАТОРЛАРЫ</p>
<p>Құндылыққа бағытталған бизнес-модель</p>	<p>Бизнес-модельге және өнімге/қызметке біріктірілген кәсіпкердің әлеуметтік, мәдени, ағартушылық, экологиялық, гендерлік және басқа да құндылықтары</p>
<p>Материалдық емес активтерді құру және / немесе басқару (зияткерлік меншік, авторлық құқық, брендтер, франшизалар, патенттер)</p>	<p>Әлеуметтік миссия негізінде патенттер, брендтер, франшизалар әзірлеу, Басқа ойыншылармен ынтымақтастық арқылы жаңа құндылық, жаңа өнімдер және жаңа нарықтар құру, Қосылған құн тізбектерін өзгерту немесе азайту, Франчайзинг желісін кеңейту арқылы жаңа жұмыс орындарын құру</p>
<p>Таланттарды басқару</p>	<p>Білім беру, оқыту, инклюзивтілік арқылы адами капиталды дамыту, Өртүрлілікті арттыру және жеткіліксіз ұсынылған дауыстарды, таланттарды, сараптамаларды тарту үшін жобалар/аандар құру, Халықтың осал және маргиналды топтары мен мүмкіндігі шектеулі жандарды қоса алғанда, қайта оқыту және жұмысқа орналасу үшін қосымша мүмкіндіктер, Жаңадан бастаушыларға арналған тәлімгерлік және тәлімгерлік, Кәсіби қоғамдастықты нығайту және институционализациялау</p>
<p>Аудиторияны басқару</p>	<p>Ресурстарды үнемдеу, қайта пайдалану және қайта өңдеу тәжірибесін қоса алғанда, тұтынушылардың жаңа әдеттерін өзгерту немесе енгізу; Функционалдық білімдерін арттыру, жаңа құн тәртібін тарату, тәрбие жұмысы, Өнім немесе қызмет арқылы тұтынушылардың өмір сүру сапасына тікелей өлшенетін әсер, Өнім немесе қызмет арқылы тұтынушылардың өмір сүру сапасына жанама өлшенетін әсер, Көршілес аудандардың тұрғындары үшін жеңілдіктер жасау (қауіпсіз, инклюзивті орта, өмір сүру сапасын жақсарту, полицентристікке байланысты көлік жүктемесін азайту)</p>
<p>Креативті кластерлерді құру және / немесе басқару</p>	<p>Кластер ішінде және оның айналасында бизнес-инфрақұрылымды салааралықты дамытуға назар аудара отырып дамыту, Кластерде, іргелес аумақта, қалада, облыста әлеуметтік/мәдени/білім беру/гастрономиялық/туристік инфрақұрылымды дамытуға өлшеуге болатын үлес, Қауіпсіз, инклюзивті орта құру, Білім беру және мәдени демалыс үшін жаңа кеңістіктер ашу, эксперименттік жобалар мен ынтымақтастықты жүзеге асыру,</p>

	<p>Кластерде жаңа креативті субъектілердің, бірлестіктердің, серіктестіктердің, альянстардың және тәуелсіз креативті желілердің пайда болуы,</p> <p>Кластерлерді серіктестік желілерге біріктіру,</p> <p>Тұрғындардың коммерциялық тұрақтылығын арттыру,</p> <p>Тұрғындардың кәсіпкерлік біліктілігін арттыру,</p> <p>Делдалдық ұйымдармен серіктестік бағдарламалары (акселераторларға арналған платформалар, инкубаторлар, кәсіби іс-шаралар, резиденттерге консультациялық қолдау көрсету),</p> <p>Резиденттердің бизнесін заңдастыру (фрилансер – ЖК – ЖШС)</p>
Жауапты / үнемді өндіріс	<p>Өңірлерде жергілікті өндірісті дамыту (жаңартылатын энергия көздеріне және биоотынға көшу есебінен көміртегі ізін қысқарту, логистикалық тізбектер мен көлік жүктемесін оңтайландыру/қысқарту, халықтың осал және маргиналдаған топтары мен мүмкіндіктері шектеулі адамдардың өкілдерін қоса алғанда, қайта даярлау және жұмысқа орналастыру),</p> <p>Этикалық өндіріс және орау стандарттары (5R: Refuse, Reduce, Reuse, Repurpose – Recycle-бас тарту, қысқарту, қайта пайдалану, мақсатын өзгерту, қайта өңдеу),</p> <p>Өзекті экологиялық стандарттарға сәйкес дәстүрлі жергілікті тәжірибелерді сақтау және жетілдіру (қолөнер, жергілікті материалдармен жұмыс),</p> <p>Жаңа қызмет түрлері мен кәсіптерін құру</p>
Әлсіз көлденең байланыстар, кәсіпкерлердің ынтымақтасуға және әріптестік құруға құлықсыздығы, кросс-дисциплинарлық (сектораралық) жобалардың ашылмаған әлеуеті	<p>Байланысты секторлардың өкілдерімен ынтымақтастық арқылы жаңа құндылықты, жаңа өнімдерді және жаңа нарықтарды құру,</p> <p>Серіктестік жобалардың өсуі және байланысты секторлар үшін бизнес мүмкіндіктерін құру,</p> <p>Жаңа жұмыс орындарын, жаңа қызмет түрлері мен кәсіптерді құру</p>
Көлденең ұтқырлық	Қайта оқыту және жұмысқа орналасу, жаңа мансаптық траекторияларды дамыту үшін қосымша мүмкіндіктер жасау
Кәсіпкерлік жобалардың әлсіз тұрақтылығы және қысқа мерзімді жоспарлау көкжиегі	<p>Жобаның коммерциялық тұрақтылығы 3–5, 5–10 жыл</p> <p>Делдалдың сүйемелдеу кезеңінде және сүйемелдеуден кейін кіріс және/немесе қаржыландыру көздерін кеңейту</p>
Институционализация және кәсібилендіру	<p>Кәсіби қоғамдастықты дамыту,</p> <p>Ойыншыны институттандыру (өкілдік функциялардың пайда болуы, адвокатура, саясатқа әсер ету, стейкхолдерлерді жұмылдыру)</p>

Alternativa Film Award (inDrive) импакт-жобасын жүзеге асырудың практикалық мысалы

Компания:	inDrive
Компанияның миссиясы:	Импактіні жоғары масштабтау жүйелері (технология, медиа, өнер) арқылы әділетсіздікке қарсы күрес, әлемдегі 1 миллиардтан астам адамның өміріне оң әсер ету
Инициаторы:	Құрылтайшы, CEO Арсен Томский
Бастама / Бағдарлама:	Alternativa Film Award. Халықаралық кино сыйлығы (ойын, деректі, анимациялық, гибриді кино)
Линзасы:	Аймақтағы әлеуметтік мәселелерді көрсететін кематографисттер
Әсер ету мақсаты:	Жеткіліксіз ұсынылған жергілікті кинематографисттерді тану, фильмдерді әлеуметтік маңызы бар тақырыптарға жылжыту, қоғамдастықтарды дамыту, білім беру алаңы бар жергілікті хабты қалыптастыру
Өзгерістер теориясы:	Төмендегі №7 кестені қараңыз
Бағдарлама компоненттері:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Жазушыларға, режиссерлерге және продюсерлерге арналған білім беру зертханасы, 2. Жұлделерді тапсыру рәсімі (2023–2024), 3. Жеңімпаз туындылардың көпшілік көрсетілімімен кинофестиваль (2024), 4. Жеңімпаз фильмдерді прокатқа шығару және насихаттау (2024)
Географиясы:	Орталық Азия елдері (2023 жылдан бастап) және Оңтүстік-Шығыс Азия (2024 жылдан бастап)
Қаржы құралдары:	<ul style="list-style-type: none"> – жалпы жұлде қоры 100,000 USD, – 20,000 USD мөлшеріндегі гранттар, алушының қалауы бойынша мақсатты пайдалану, – халықаралық деректі кинофестивальдерге және кино-резиденцияларға білім беру жолдамалары
Қаражат көзі:	Компанияның корпоративтік қаражаты
Перспективасы (таймлайн):	Әр нарыққа 5–10 жыл
Тікелей бенефициарлар / қайырым көруші:	Кинематографисттер, түсіру командасы
Жанама бенефициарлар / қайырым көруші:	Жергілікті қауымдастықтар
Тікелей / қысқа мерзімді нәтижелер:	Грант алушының және оның отбасының немесе командасының өмір сапасына әсері; деректі фильмнің мансаптық траекториясы, оның медиа өкілдігі, кәсіби танылуы, тұрақтылығы (кәсіби қызметті жалғастыру мүмкіндігі); халықаралық фестивальдерге қатысу, номинациялар мен марапаттар (бөгде ұйымдарды тану); көтерілген тақырыптың қоғамдық резонансының ауқымы; медианы қамту

Жанама / орта мерзімді нәтижелер:	Кинодағы жаңа трендтер; әлеуметтік күн тәртібінің өзгеруі; мемлекеттік органдардың қаралатын мәселелер бойынша мәлімдемелері
Сандық нәтижелер:	<p>2023 жылдың нәтижелері</p> <p>Премия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 25 елден 350 тиісті өтінім алынды, – сыйлықтың қысқа тізіміне 21 жұмыс таңдалды, – 20 көпшілік іс-шара өткізілді, – 49 қатысушымен 3 кинолаборатория өткізілді (Ташкенттегі Teen Lab жасөспірімдер зертханасы, Бішкектегі Impact Lab, Алматыдағы Development Lab). <p>Процесте:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 2 қалада 13 фильмнің 25 көрсетілімі өткізілді, – фильм көрсетіліміне екі қалада 2000-нан астам көрермен қатысты, – жеңімпаз фильмдердің біріне шектеулі прокат, 30 офлайн көрсетілім + 2 елде 2 апта тегін онлайн қолжетімділік жоспарлануда, – 2 режиссер Alternativa ақшалай сыйлығының арқасында келесі фильмдерде жұмысын жалғастыруда, – Alternativa ақшалай сыйлығының арқасында Непалда 1 фильм көрсетілді («Қысқы демалыс болмайды»), – 1 режиссер Париждегі Pop Up film Residency бағдарламасын аяқтады (RESONANCE номинациясы жеңімпазы)
Импактіні бақылауға арналған ресурстар мен құралдар:	Импакт мониторингін жүргізетін зерттеу бөлімі; жобалау топтары: өзгерістердің өзіндік теориясын әзірлеу, SROI (Social Return on Investment) өлшемі, бастаманың басқа нарықтардағы масштабталу әлеуетін бағалау, импактіні сапалық және сандық бағалау (премияның қатысушылары мен жеңімпаздары, сондай-ақ білім беру модульдерінің қатысушылары үшін кері байланыс сауалнамалары, БАҚ-та және әлеуметтік желілерде премия және фильмдер/ авторлар туралы ескертулерді жинау жүйесі)
Серіктестіктер:	Жергілікті YEҰ, жергілікті және халықаралық PR-, маркетингтік және іс-шаралар агенттіктері; импактіні бағалау саласындағы консультанттар; ішкі және тартылған аудиторлар
Проект туралы:	https://alternativa.film/awards.html

Ескерту: кейбір кинематографисттер өз жобаларын әр түрлі көздерден (краудфандинг, гранттар, сыйлықақылар, пайызсыз несиелер) дамытуға қаражат алатындықтан, inDrive гранттары орта және ұзақ мерзімді перспективада кинематографиялық жобалардың және/немесе командалардың өміршеңдігін арттыратын каталитикалық капитал ретінде қарастырылуы мүмкін.

Кесте 7. Alternativa киносыйлығының және оның компоненттерінің өзгеру теориясы (inDrive)

БЕНЕФИЦИАРЛАР: КИНЕМАТОГРАФИСТТЕР						
Әсер ету мақсаттарына жету үшін әрекеттер	1 жыл – жоба барысында		Перспектива 2–3 жыл		Перспектива 4 жыл немесе одан да көп	
	Қысқа мерзімді нәтижелер		Орта мерзімді нәтижелер		Ұзақ мерзімді нәтижелер	
	Нәтиже	Индикаторлар	Нәтиже	Индикаторлар	Нәтиже	Индикаторлар
Фильмдерді кино сыйлығына беру, марапаттау рәсіміне қатысу, халықаралық кино қоғамдастығымен байланыс орнату	Танымалдылықты арттыру (халықаралық және жергілікті PR)	Қатысушыларға бағытталған жарияланымдар саны Әлеуметтік желілердегі хабардарлықты арттыру (жазылушылар саны)	Киноиндустрияда тануды арттыру	Кинорежиссер қатысатын басқа да киносыйлықтардың саны Кассалық алымдарды ұлғайту Ағындық платформаларда көру санын көбейту / онлайн Әлеуметтік желілерде (жазылушылар) және онлайн іздеулерде (іздеу жүйелері) хабардарлықты арттыру БАҚ-та кәсіби тануды арттыру	Салада үнемі тану	Қатысушылар алған наградалар саны Қатысушылар өткізген тәлімгерлік жобалар саны БАҚ-тағы жарияланымдар, дәйексөздер және қатысушылармен сұхбаттар саны
	Желі мүмкіндіктері	Қатысушылар кино сыйлығынан кейін орната алған жаңа байланыстар саны	Мансаптық мүмкіндіктерді арттыру	Жаңа фильмдердің саны, соның ішінде әлеуметтік әсерге бағытталған фильмдер саны Алынған қаржыландыру көлемі	Мансаптағы жетістік	Коммерциялық тұрғыдан сәтті түсірілген фильмдердің саны, соның ішінде әлеуметтік әсерге бағытталған сәтті фильмдердің саны Беделді жобаларға қатысу / танымал режиссерлермен ынтымақтастық туралы ұсыныстар
	Тәжірибе алмасу	Жаңа білім мен тәжірибе туралы пікірлер				

БЕНЕФИЦИАРЛАР: ЖЕРГІЛІКТІ ҚАУЫМДАСТЫҚТАР						
Әсер ету мақсаттарына жету үшін әрекеттер	1 жыл – жоба барысында		Перспектива 2–3 жыл		Перспектива 4 жыл немесе одан да көп	
	Қысқа мерзімді нәтижелер		Орта мерзімді нәтижелер		Ұзақ мерзімді нәтижелер	
	Нәтиже	Индикаторлар	Нәтиже	Индикаторлар	Нәтиже	Индикаторлар
Кинематографистердің жетістік тарихы туралы хабардар болу	Жергілікті кинематографисттің жетістіктері үшін мақтаныш сезімі	Жұртшылықты тарту	Фестиваль қатысушыларының фильмдерінен шабыттанған әлеуметтік өзгерістер	Өңірдегі осыған байланысты әлеуметтік бастамалардың саны	Ақпараттандырылған және тартылған жаһандық азаматтар	Әлеуметтік мәселелерді шешуге белсенді қатысу, адвокация

Білім беру бағыты

БЕНЕФИЦИАРЛАР: ДАМУШЫ ЕЛДЕРДІҢ ЖАСӨСПІРІМДЕРІ						
Әсер ету мақсаттарына жету үшін әрекеттер	1 жыл – жоба барысында		Перспектива 2–3 жыл		Перспектива 4 жыл немесе одан да көп	
	Қысқа мерзімді нәтижелер		Орта мерзімді нәтижелер		Ұзақ мерзімді нәтижелер	
	Нәтиже	Индикаторлар	Нәтиже	Индикаторлар	Нәтиже	Индикаторлар
Жасөспірімдер жаңа білім алады, құралдармен танысады және киноның ерекшеліктерін үйренеді	Жасөспірімдер жаңа білім алады, құралдармен танысады және киноның ерекшеліктерін үйренеді	Білім мен дағды деңгейін арттыру	Жасөспірімдер фильмдер түсіруді жалғастыруда	Қатысушылар түсірген және жариялаған фильмдер / бейне-роликтердің саны	Жасөспірімдер кинода немесе басқа өнер саласында білім алуды таңдайды	Өнер / кино саласында оқуды жалғастыратын адамдар саны
Жасөспірімдер өздерінің алғашқы фильмдерін түсіреді		Жоба барысында түсірілген фильмдер саны				
Көпшілік алдында көрсету және балалар кинофестиваліне қатысуға өтініш беру мүмкіндігі	Жасөспірімдер өздерінің алғашқы мойындаушылығын алады	Көпшілікке көрсетілген және балалар киносыйлығына таңдалған фильмдердің саны	Әлеуметтік желілердегі танымалдылықтың артуы	Әлеуметтік желілердегі танымалдылықтың өсуі (Instagram, YouTube)	Жасөспірімдер табысты кино мансабын құруда	Кәсіби кино мансабын жалғастырған адамдар саны Қатысушылар алған наградалар саны

Питчинг және әсер ету зертханасы

БЕНЕФИЦИАРЛАР: КИНЕМАТОГРАФИСТТЕР						
Әсер ету мақсаттарына жету үшін әрекеттер	1 жыл – жоба барысында		Перспектива 2–3 жыл		Перспектива 4 жыл немесе одан да көп	
	Қысқа мерзімді нәтижелер		Орта мерзімді нәтижелер		Ұзақ мерзімді нәтижелер	
	Нәтиже	Индикаторлар	Нәтиже	Индикаторлар	Нәтиже	Индикаторлар
Кинолабораторияға қатысу	Кино түсіру туралы мамандандырылған білімді жетілдіру	Білім деңгейінің жоғарылағанын атап өткен қатысушылар саны	Кинематографисттер тұрақты киножобалар жасайды	Кинолабораторияларға қатысушылар жасаған киножобалар саны	Киноиндустрияда тұрақты мансап құру	Киноиндустрияда тұрақты мансап құрған зертханаға қатысушылардың саны
	Сыйлық	Білім беру бағдарламасында жеңіске жеткен жобалар саны (резиденттерге ұсынылған және одан әрі кәсіби марапаттарға ие болған)				
	Нетворкинг	Қатысушылар кино сыйлығынан кейін орната алған жаңа байланыстар саны	Повышение уровня сотрудничества между кинематографистами	Количество новых совместных проектов		

