

АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Институт дипломатии

На правах рукописи

Ескараева Айман Тайшыковна

**РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА КАЗАХСТАНА В НОВЫХ
ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ**

Образовательная программа «7М03111 - Международные отношения»
по направлению подготовки «7М031 Социальные науки»

Магистерский проект на соискание степени
магистра международных отношений

Научный руководитель _____ Утарбаев Азамат Кадырбекович
кандидат политических наук

Проект допущен к защите: « _____ » _____ 2023г.

Директор Института дипломатии _____ Волков Алексей Юрьевич
кандидат исторических наук

Астана, 2023

Содержание

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ	3
ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ	4
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА I ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА.....	9
1.1. Имидж государства как категория современной науки.....	9
1.2. Основные этапы становления имиджа Казахстана.....	15
ГЛАВА II АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА.....	20
2.1. Привлечение инвестиций как фактор формирования имиджа Казахстана..	20
2.2. Национальная культура как фактор формирования международного имиджа страны.....	25
2.3 Анализ позиции Республики Казахстана в ключевых международных рейтингах.....	31
2.4 Основные проблемы позиционирования государства во внешней политике	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	44
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	48

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящем магистерском проекте использованы ссылки на следующие нормативные документы:

1. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера Нации Н.А. Назарбаева народу Казахстана, г. Астана, 14 декабря 2012 года. Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства.
2. Указ Президента Республики Казахстан от 6 марта 2020 года, №280 Концепция внешней политики Республики Казахстан на 2020-2030 годы.
3. Постановление Правительства Республики Казахстан от 15 июля 2022 года № 482 Концепция инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года.
4. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 октября 2004 года №1118 «Положение о Министерстве иностранных дел Республики Казахстан».
5. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 октября 2006 года № 1024 «Вопросы Комитета международной информации Министерства иностранных дел Республики Казахстан».

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

МИД РК – Министерство иностранных дел Республики Казахстан

СМИ – средства массовой информации

PR – public relations

СНГ – Содружество Независимых Государств

США – Соединенные Штаты Америки

ОБСЕ – Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе

ВВП – валовой внутренний продукт

ВТО – Всемирная торговая организация

ОЭСР – Организация экономического сотрудничества и развития

Kazakh invest – АО «Национальная компания «Kazakh invest»

ЕАЭС – Евразийский экономический союз

МФЦА – Международный финансовый центр «Астана» (МФЦА)

ЭКСПО – Международный выставочный центр Ехро

ООН – Организация Объединённых Наций

ЮНЕСКО – специализированное учреждение ООН по вопросам образования, науки и культуры, включающая достопримечательности в список Всемирного наследия.

УЕФА – Союз европейских футбольных ассоциаций

НИОКР – Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы

ЖКХ – Жилищно-коммунальное хозяйство

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования.

В современном мире значение внешнеполитического имиджа страны объективно возрастает под влиянием информационных технологий и процессов глобализации, ведущих к расширению международных связей. Политическая элита стремится использовать позитивный внешнеполитический имидж своей страны, чтобы укрепить свои позиции в конкурентной международной политической и экономической среде.

Сегодня, формирование и продвижение имиджа и репутации страны становятся ключевыми элементами ее национального капитала. Эти проблемы часто рассматриваются в контексте стратегических приоритетов развития страны или региона, а также формулировки национальной идеи.

В настоящее время в мире происходят кардинальные изменения в мировой политике и экономике, поэтому современная система международных отношений диктует необходимость формирования и функционирования нового миропорядка.

Многие страны, включая Казахстан, проходят через сложные процессы экономических и социальных реформ, которые требуют системных изменений на уровне всего общества. Важно, чтобы эти страны смогли продемонстрировать свои достижения и привлекательность для других государств, потому что от этого зависит их дальнейшее процветание и благосостояние. В этой связи, государство должно быть интенсивно вовлечено в экономическую интеграцию, развивать инвестиционный потенциал, улучшать социальное и научно-гуманитарное сотрудничество, а также совместно участвовать по борьбе с новыми угрозами и вызовами.

Вместе с тем, если государство не сможет создать положительный образ страны по разным причинам, то оно не сможет участвовать в глобализационных процессах, упустив возможности использовать возможности выгодного сотрудничества и мировой интеграции в национальных интересах.

Формирование имиджа Казахстана - это сложный процесс, зависящий от множества факторов, и требующий комплексного подхода для достижения максимального результата. Имидж Казахстана формируется из многих факторов, включая историю, культуру народа, экономический и социальный прогресс, политическую стабильность, научный и технологический потенциал и другие. История и культура Казахстана имеют огромное значение для формирования национальной идентичности и создания уникального образа страны. Однако, помимо этого, экономический и социальный прогресс также важен для формирования имиджа Казахстана. Привлекательный инвестиционный климат, развитая транспортная инфраструктура, высокий уровень жизни и образования граждан влияют на восприятие страны как сильного и перспективного партнера.

Для Казахстана формирование имиджа является сложным процессом, который происходит в условиях конкуренции, и требует систематической,

логической и целенаправленной работы по улучшению имиджа страны за рубежом. Этот процесс должна быть неотъемлемой частью информационного обеспечения внешней политики страны, и не придание значения может привести к значительным убыткам на мировой арене. Отрицательный имидж страны может затормозить его доступ на международные рынки, препятствовать поступлению иностранных инвестиций и затруднить развитие новых предприятий. Поэтому важно уделить должное внимание работе над имиджем страны, чтобы обеспечить ее процветание и успешное развитие.

В данной работе рассматривается такой вид категории, как экономический имидж, и представляет собой совокупность понятий об экономике страны у различных групп людей (за пределами страны), которые принимают экономические решения о сотрудничестве с данной страной. Ввиду того, что имидж страны имеет воздействие на объем привлекаемых иностранных инвестиций, а также на степень взаимодействий с казахстанскими компаниями во время их зарубежной экспансии, исследование развития этого имиджа представляется довольно актуальной.

Актуальность темы исследования заключается в научной необходимости изучения проблем и вопросов, связанных с формированием и развитием имиджа страны в новых геополитических условиях и реалиях, выработки рекомендаций и предложений по совершенствованию имиджа Казахстана на современном этапе.

Сегодня проблема формирования привлекательного имиджа Казахстана за рубежом является одной из приоритетных задач государственных органов. К решению данной проблемы привлечены МИД РК, Комитет индустрии туризма Министерства культуры и спорта РК, СМИ и бизнес-сообщества.

Цель исследования заключается в изучении проблем формирования внешнеполитического имиджа Казахстана в геополитических условиях и выработка рекомендаций по ее совершенствованию.

Задачи исследования.

- исследовать понятие имидж государства;
- определить основные факторы формирования международного имиджа государства;
- раскрыть место и роль в привлечении инвестиции в процессе формирования имиджа Казахстана;
- исследовать значение культурного потенциала при создании положительного образа Казахстана как страны с богатой историей, уникальной культурой и духовными традициями;
- проанализировать позицию Республики Казахстан в ключевых международных рейтингах;
- выявить основные проблемы позиционирования страны;
- выработать рекомендации по дальнейшему совершенствованию имиджа Казахстана.

Объект исследования – внешнеполитический имидж Казахстана на международной арене.

Предмет исследования формирование имиджа Республики Казахстан на современном этапе.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в следующем:

– в ходе проведенного исследования выявлено, что в современных реалиях имиджевая работа является одной из первостепенных направлений во внешней политике Казахстана, а также работы внешнеполитического ведомства;

– сформированы и выявлены общие проблемы в создании и позиционирования страны во внешней политике;

– разработаны предложения по формированию позитивного имиджа и репутации как всего Казахстана, так и его регионов в интернациональной арене;

Теоретико-методологической основой работы послужили теории и концепции исследователей в области имиджа государства, которые изложены в монографиях, аналитических материалах, статьях и др.

Для достижения цели и задач данного научного исследования были использованы следующие общенаучные методы:

– историко-теоретический метод позволил изучить специфику развития имиджа в Казахстане в ее исторической ретроспективе, а также установить причинно-следственные связи и определить основные проблемы в развитии имиджа Казахстана;

– сравнительно-сопоставительный анализ использован при сравнении рейтинговых оценок присвоенных международными рейтинговыми агентствами Казахстану и ряду стран;

– методы отбора, обобщения, синтеза, анализа и оценки научного материала. Данные методы использованы при формулировке выводов о современном состоянии имиджа Казахстана и пути по продвижению имиджа страны за рубежом.

Гипотеза научного исследования. В условиях изменяющейся международной конъюнктуры и увеличивающейся конкуренции на мировой арене, Казахстан может улучшить свой внешнеполитический имидж путем активной дипломатической работы, повышения своей экономической, инвестиционной и культурной привлекательности, а также развития эффективных коммуникационных стратегий. Основные положения и предлагаемые рекомендации по улучшению внешнеполитического имиджа Казахстана могут быть использованы правительственными структурами, бизнес-сообществом и населением страны.

Степень научной разработанности проблемы. Анализ темы исследования был проведен, основываясь на трудах зарубежных и российских ученых-исследователей. В российской, так и в зарубежной имиджологии в настоящее время довольно много внимания уделяется разработке общих теоретических вопросов формирования имиджа страны, истории складывания представлений о

той или иной стране, осуществления имиджевых коммуникаций, описанию особенностей конкретных коммуникативных технологий. Так, вопросы истории и теории имиджелогии всестороннее раскрыты в трудах Л.Г. Лаптева, Е.А. Петровой, А.А. Семяшкина Ф.И., Зубкова К.И., В.М., Василенко И.А., Василенко Е.В., Люлько А.Н. и др. Проблемы формирования имиджа страны, территориального маркетинга и брендинга рассматриваются в работах А. Панкрухина, Г.Г. Э.А. Галумова, И.В. Гринева и др., в кандидатских диссертациях О.В. Прониной и др. В числе англоязычных авторов, разрабатывавших проблемы странового имиджа, следует назвать С. Анхольта, В. Оллинса, Ф. Коттлера, Д. Огилви, О Кленберга, Д.Ная и др.

Практическая значимость исследования. Основные положения и предлагаемые рекомендации по теме диссертационного исследования могут быть полезны для спецкурсов и учебных пособий, а также при подготовке аналитических работ по изучению и развитию внешнеполитического имиджа Казахстана на современном этапе.

ГЛАВА I ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА

1.1. Имидж государства как категория современной науки

Формирование положительного и эффективного имиджа государства является одним из важнейших приоритетов стратегического позиционирования и конкурентоспособности страны. Благоприятный имидж не только привлекает инвестиции и активное население, но и способствует развитию туризма, культуры, образования и других сфер жизни страны.

Репутация государства является важным фактором в продвижении национальных и региональных проектов, а также в установлении деловых отношений. Хорошая репутация способствует привлечению инвестиций, расширению рынков сбыта, привлечению человеческого капитала и развитию туризма. Более того, репутация может влиять на международную политику и отношения между государствами. Благоприятный имидж территории существенно влияет на успех решения этих проблем и является главным фактором, определяющим выбор инвесторов и других заинтересованных сторон.

Формирование имиджа страны является многогранной задачей, которая зависит от многих факторов. Однако, важно отметить, что создание стереотипного представления о стране не всегда является целевым направлением работы над ее имиджем. Вместо этого, стратегия формирования имиджа страны может включать в себя установление ассоциаций и ценностей, которые хотелось бы ассоциировать с этой страной, а также активное продвижение этих ассоциаций через различные маркетинговые каналы и кампании. Важным аспектом успешного формирования имиджа страны также является открытость и прозрачность ее деятельности, а также готовность к общению с международным сообществом и сотрудничеству с другими странами.

В современном мире имидж стал важным фактором во многих сферах деятельности, включая бизнес, политику, культуру и международные отношения. В сфере бизнеса, имидж помогает компаниям привлекать новых клиентов и укреплять позиции на рынке. В политике, имидж способствует политическим партиям и лидерам получать поддержку и доверие избирателей. В культурном направлении, имидж может повлиять на восприятие публикой творческих работ и знаменитостей. В международных отношениях, имидж имеет свойство оказать помощь странам создавать позитивное впечатление и укреплять дипломатические связи. В целом, имидж является важным элементом воздействия на общественное мнение и является ключевым фактором успеха во многих сферах деятельности.

В конце 1950-х годов К. Боулдинг ввел понятие «имидж» и отметил его важность для достижения успеха в бизнесе и политике [1]. Имидж - это образ, формируемый не на основе объективных фактов, а на основе восприятия, статуса и представлений, которые люди имеют о себе, о прошлом и будущем. Имидж

способен оказывать влияние на поведение как индивидуумов и групп, так и на поведение целых народов. Боулдинг выделил значимость имиджа в международных отношениях и подчеркнул, что существующий национальный имидж имеет важное влияние на формирование особенностей национальной политики.

В современном мире имидж играет важную роль в конкуренции между странами, городами и регионами. Как отмечает автор С. Анхольт в книге «Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. Palgrave Macmillan» [2], в условиях глобализации и увеличения мобильности людей и капитала, страны и города становятся все более зависимыми от своего имиджа.

В этой книге автор обсуждает важность имиджа в повышении конкурентоспособности страны, а также предлагает новые подходы к управлению имиджем. Он считает, что в настоящее время имидж является одним из наиболее важных активов для страны.

Автор рассматривает имидж как совокупность ассоциаций, которые вызывает страна или город у людей по всему миру. Имидж может быть связан с различными аспектами, такими как культура, природа, экономика, политика и др. Анхольт утверждает, что важно не только иметь хороший имидж, но и уметь управлять им, чтобы он соответствовал стратегическим целям страны или города.

Для управления имиджем Анхольт предлагает новый подход, который он называет «конкурентной идентичностью» (competitive identity). Этот подход заключается в том, чтобы определить уникальные особенности страны или города, которые могут стать основой для построения имиджа. Например, это может быть история, культура, инновации, природные ресурсы и др. Важно, чтобы эти особенности были уникальными и не могли быть скопированы другими странами или городами.

По мнению автора, успешный имидж должен быть основан на реальных достижениях и преимуществах страны или города, а не на пустых обещаниях. Анхольт считает, что управление имиджем должно включать в себя широкий круг мероприятий, таких как развитие туризма, продвижение экспорта, участие в международных мероприятиях, поддержка национальных культурных и спортивных событий, и т.д.

На данный момент важность статуса и мнения о государстве на международной арене очень высока. Внешний имидж формируется в рамках отношений государства с другими странами и международными организациями.

В соответствии с теорией российских психологов Е. Богданова и В. Зазыкина, для того чтобы имидж служил своим целям, он должен быть: целостным и непротиворечивым, с ограниченным числом компонентов, реалистичным, прагматичным, переменным. Кроме того, имидж неустойчив, в связи с этим его необходимо постоянно «подкреплять» [3].

Филип Котлер и его команда утверждают, что имидж должен соответствовать пяти критериям для того, чтобы быть успешным. Во-первых, он должен соответствовать реальности, чтобы избежать неудачного впечатления. Во-вторых, имидж должен быть правдоподобным, иначе целевая аудитория может не поверить в него. В-третьих, он должен быть простым, чтобы избежать путаницы, связанной с большим количеством имиджей. В-четвертых, имидж должен быть привлекательным и давать понимание, почему люди захотят связаться с местом, брендом или продуктом. И, наконец, имидж должен быть оригинальным, чтобы отличаться от других и привлекать внимание [4].

Сложившийся имидж государства противоречив, имеет положительные и отрицательные составляющие. Отрицательный имидж может привести к серьезным негативным последствиям для страны. Например, он может повлиять на туризм и приток инвестиций, что отрицательно скажется на экономическом развитии. Кроме того, негативный имидж может усугубить политические и дипломатические проблемы, усложнить международное сотрудничество и создать неприятные условия для национальных компаний на мировом рынке. Восприятие страны международным сообществом оказывает влияние на ее международные позиции и связи в области политики, экономики и культуры. Негативный имидж страны может препятствовать сотрудничеству с другими странами и нанести ущерб ее конкурентоспособности.

Различные группы людей, такие как дипломаты, бизнесмены, журналисты, представители культуры, искусства и науки являются важными фигурами в формировании имиджа страны за ее пределами. Немаловажную роль в формировании имиджа страны также играют посредники, включая туристические агентства, дипломатические посольства, иностранные представительства компаний и средства массовой информации. Использование предметов, относящихся к культуре страны, таких как национальные блюда и украшения интерьера с национальными мотивами, влияет на формирование имиджа. Важность всех этих факторов подчеркивает необходимость взаимодействия различных групп людей и организаций в формировании имиджа страны.

Имидж (образ) играет важную роль в управлении и маркетинге. Он является частью стратегии брендинга и маркетинговой коммуникации, и позволяет компании или организации дифференцироваться от конкурентов и привлекать клиентов.

Теория коммуникации является одной из ключевых теорий, объясняющих формирование имиджа государства. В рамках этой теории существует предположение о том, что образ государства формируется через процесс коммуникации, то есть обмена информацией и взаимодействия между людьми и организациями. Этот процесс включает в себя как официальные, так и неофициальные коммуникации, а также все формы взаимодействия между людьми, включая межличностные отношения, межкультурные контакты, общение в социальных сетях и т.д.

В рамках теории коммуникации выделяются несколько элементов, которые влияют на формирование образа государства, такие как источник сообщения (государственные органы, СМИ, общественные организации и т.д.), сообщение (информация, которую передают), канал передачи (СМИ, социальные сети, прямое общение и т.д.), аудитория (люди, которые получают информацию), а также контекст (общественно-политическая обстановка, социально-экономические условия и т.д.).

Другой теоретической основой формирования имиджа государства является теория брендинга. В основе брендинга лежит создание уникального и легко узнаваемого образа, который будет ассоциироваться с определенными ценностями и характеристиками. Для государства это может быть, например, уникальное культурное наследие, красивая природа, высокий уровень технологического развития и т.д.

Важными элементами брендинга государства являются разработка уникального логотипа и слогана, которые помогут легко узнавать страну и запоминать ее образ. Также важна разработка маркетинговой стратегии, которая поможет привлечь внимание иностранных граждан и повысить интерес к стране. Это может включать различные мероприятия и кампании, направленные на продвижение страны, участие в международных выставках и конференциях, создание туристических маршрутов и т.д.

Однако, важно помнить, что критические события, такие как конфликты, кризисы, нарушения прав человека, коррупция и другие проблемы, также могут сильно повлиять на образ государства и вызвать негативную реакцию со стороны международного сообщества. Поэтому важно, чтобы государство не только заботилось о своем образе, но и стремилось к действительным улучшениям в различных областях, чтобы создавать благоприятное впечатление и повышать свой авторитет.

При формировании имиджа государства необходимо учитывать различные факторы, такие как культурные и политические особенности, а также целевую аудиторию, которую хочет привлечь государство. Например, если страна хочет привлечь туристов, то важно продвигать свой туристический потенциал и создавать соответствующую инфраструктуру, а также создавать культурные мероприятия, которые будут привлекать внимание туристов. Если же целью является привлечение инвестиций, то важно продемонстрировать экономическую стабильность и привлекательность инвестиционной среды.

Наконец, важно отметить, что имидж государства – это не только задача правительства, но и всего населения страны. Успешный имидж государства может быть достигнут только благодаря усилиям всех членов общества, включая бизнес, культуру, образование и т.д. Поэтому важно создать единую стратегию и сотрудничать для достижения общей цели – улучшения имиджа государства и привлечения внимания иностранных граждан.

Одной из теоретических основ формирования имиджа государства является концепция мягкой силы (soft power), которую разработал политолог Дж. Най.

Согласно этой концепции, мягкая сила представляет собой способ воздействия на другие страны и людей, не используя при этом физическую силу или экономическое давление [5]. В основе мягкой силы лежит привлекательность культуры, ценностей, образа жизни и политических систем, которые способны убедить и вдохновить другие страны и людей следовать примеру государства-образца.

Другой теоретической основой формирования имиджа государства является концепция брендинга (branding). Согласно этой концепции, формирование имиджа государства аналогично формированию бренда на рынке товаров и услуг. Имидж государства должен быть уникальным, отражать особенности страны и ее культуры, создавать узнаваемый образ и вызывать положительные ассоциации у целевой аудитории.

Еще одной теоретической основой формирования имиджа государства является концепция государственного брендинга (nation branding). Она предполагает, что государство может быть рассмотрено как бренд, а формирование его имиджа должно проводиться с использованием маркетинговых методов и приемов. Такой подход предполагает комплексное и системное использование инструментов маркетинга и PR-технологий для создания общего образа страны в мировом сообществе.

Имидж государства является важным инструментом внешней политики и международных отношений. Он способен повысить привлекательность страны в глазах иностранных граждан и инвесторов, улучшить условия экономического и культурного сотрудничества, повысить авторитет и репутацию страны на международной арене. Поэтому формирование имиджа государства должно быть включено в стратегии внешней политики и развития страны в целом.

Необходимость создания позитивного международного имиджа любой страны неоспорима. Правильное направление создания международного имиджа в настоящее время выполняет несколько важных функций.

1. Престижность государства усиливает воспитательно-патриотическую значимость имиджа страны в глазах её граждан, в особенности молодого поколения. Низкий или высокий международный государственный имидж позволяет сформировывать совершенно разные варианты восприятия своей страны.

2. Позитивный имидж государства позволяет надежнее закреплять экономические и политические успехи страны на международном уровне.

PR (public relations) - это комплекс мероприятий, приемов и технологий, которые могут быть использованы для управления общественным мнением и создания позитивного имиджа организации, включая государство. Он направлен на установление связей и взаимодействие с общественностью, формирование и поддержание имиджа, создание позитивного восприятия в глазах широкой аудитории.

В отношении государства PR может применяться для улучшения общего восприятия страны на международном уровне. Для этого могут использоваться

различные инструменты, такие как организация мероприятий, проведение кампаний, работа со СМИ и социальными сетями, создание контента, формирование и поддержка бренда страны и другие методы.

Однако, важно понимать, что PR не является панацеей и не может полностью изменить образ страны в глазах мирового сообщества.

1.2. Основные этапы становления имиджа Казахстана

Становление имиджа государства, определение его значимости на международной арене невозможно без взаимодействия с мировым сообществом.

С момента распада Советского Союза и обретения независимости страна выстраивает свою внешнюю политику, взаимодействуя с различными странами и повышая узнаваемость на международной арене.

На протяжении периода обретения независимости, Республика Казахстан планомерно и усиленно движется к намеченным глобальным целям. Основой формирования имиджа страны являются исторические, культурные, этнические, демографические и другие факторы.

Современный имидж Казахстана имеет сложный путь становления: с момента перехода от центрального планирования к рыночной экономике, со свободными рыночными отношениями, трансформация советского населения, переход к современным демократическим ценностям.

Распад Советского Союза потребовало огромных усилий для формирования имиджа Казахстана, предоставив возможность проявить независимость и самостоятельность на международной арене. Достаточно продолжительное время Казахстан ассоциировался как одна из советских республик и тесно связан с имиджем Советского Союза. Вместе с тем, с выходом из Союза Казахстан столкнулся с серьезными проблемами, связанными с экономическим, социальным развитием страны.

С 1991 года начинается становление имиджа Казахстана, где Казахстан столкнулся с необходимостью представить себя как новый политический и экономический субъект мирового сообщества. Сохранение национальной безопасности, территориальной целостности и мира внутри страны являлись основными задачами страны. Перед страной была поставлена задача: создать прочный и сильный имидж и доказать мировому сообществу, что Казахстан — это надежный и перспективный партнер, при этом сохранив культурное наследие и национальную идентичность.

В начале становления имиджа Казахстана основным документом было принятие Конституции в 1995 году. Казахстан начал активно развивать сотрудничество с международными организациями, такими как ООН, ШОС и ОДКБ, что помогло усилить положение страны на международной арене.

Успешному становлению независимости страны способствовало принятие законодательных актов, регламентирующие права инвесторов, обеспечение их защиты, формирование финансовой системы и других важных аспектов.

Одним из значимых моментов в начале становления независимости было введение национальной валюты – тенге, позволившее укрепить экономическую независимость страны. В связи с проведением экономических реформ, в Казахстан были привлечены значительные суммы иностранных инвестиций, что позволило создать новые предприятия, в основном в сфере добычи и переработки природных ресурсов.

Казахстан является одним из крупнейших производителей нефти и газа в мире, страна по запасам нефти входит в число 15 стран мира, имея в распоряжении 3% мировых запасов нефти. Были приняты различные основополагающие документы, оказавшее влияние на развитие страны, обозначив стратегические приоритеты и меры по содействию развитию экономики в Казахстане.

Также одним из значительных инструментов повышения интересов Казахстана в мире и укрепление международного сотрудничества является открытие дипломатических посольств в других странах.

Открытие посольств в иностранных государствах может способствовать расширению дипломатических связей и укреплению международного сотрудничества, в том числе развитию торговли, инвестиций, культурных обменов и научных исследований между Казахстаном и другими странами. Через посольства можно решить вопросы по оказанию помощи и защите интересов казахстанских граждан, которые находятся за границей, и обеспечить им консульскую поддержку в случае необходимости.

В целом, открытие посольств в иностранных государствах может быть частью широкой стратегии по укреплению позиций Казахстана на международной арене, привлечению внимания к своим интересам и обеспечению своей безопасности в сложном мире.

На сегодня Казахстан имеет 68 посольств, 26 консульств, семь постоянных представительств и одна паспортно-визовая служба МИД РК в КНР, Урумчи [6]. Республика Казахстан поддерживает дипломатические отношения с более чем 180 странами.

В политической сфере были проведены реформы, направленные на укрепление демократических институтов и гражданских свобод. Были приняты законы, гарантирующие свободу слова и средств массовой информации, а также проведены реформы в судебной системе. Это позволило Казахстану укрепить свой имидж как демократического государства и привлечь больше иностранных партнеров.

Период консолидации имиджа Казахстана (2005-2013 годы) характеризовался укреплением позиций страны на мировой арене и усилением ее имиджа. Казахстан начал играть все более активную роль в мировых экономических и политических процессах, и постепенно приобретал репутацию надежного и ответственного партнера.

В этот период страна активно развивала свою инфраструктуру, в том числе строила новые дороги, железные дороги, аэропорты, гидротехнические сооружения, транспортные коридоры, что существенно способствовало укреплению экономической базы Казахстана. Были проведены крупные проекты в области культуры и спорта, такие как строительство новых театров, музеев, стадионов и спортивных объектов.

Важным элементом укрепления имиджа страны была проведение в Казахстане крупномасштабных международных мероприятий, таких как саммиты ШОС, ОБСЕ, Конгресса мировых религий и т.д.

В период 2008-2009 годов Казахстан столкнулся с серьезными экономическими вызовами, связанными с мировым финансовым кризисом. Однако благодаря правильной экономической политике и умелому управлению государством, Казахстан смог выйти из кризиса относительно быстро и вернуться к траектории экономического роста.

Казахстан на этом этапе начал активно продвигать свой имидж как экономически развивающейся страны с устойчивой политической и социальной ситуацией, при этом акцентировалось внимание на инвестиционном потенциале страны и возможностях для бизнеса. Казахстан также активно работал над укреплением своих культурных связей с другими странами и продвижением своей культуры на мировой арене.

Страна придерживается многовекторной внешней политики, которая заключается в развитии дипломатических и экономических отношений с различными странами и регионами. Такая политика помогает стране диверсифицировать свою экономику и укреплять свою позицию на международной арене.

Важной составляющей этой политики является сохранение внутреннего единства. Казахстан является многонациональным государством, и правительство страны всегда старалось создавать благоприятную атмосферу для всех этносов и вероисповеданий, признавая их культурные и языковые особенности. Это помогло сформировать концепцию "Мәңгілік Ел" (единый народ), которая призывает всех граждан Казахстана единственным государственным языком - казахским языком - и уважать и признавать друг друга, независимо от национальной принадлежности.

Современный этап, начиная с 2013 года, можно назвать этапом укрепления имиджа Казахстана. На этом этапе страна активно продвигает свою позицию в международной арене, работая над укреплением своего имиджа как надежного и стабильного партнера.

Одной из наиболее важных и успешных инициатив и заметных событий на мировой арене, направленных на укрепление имиджа страны, является проведение международной выставки "ЭКСПО", которая привлекла большое количество туристов и инвесторов. В 2017 году Казахстан стал хозяином мировой выставки "ЭКСПО-2017" на тему "Энергия будущего". Эта выставка привлекла внимание многих стран, которые представили свои достижения и технологии в области энергетики. Она стала важной площадкой для привлечения инвестиций в экономику страны и продвижения ее имиджа на международном уровне.

Кроме того, Казахстан активно участвует в международных мероприятиях, таких как проведение Совещания по мерам доверия и безопасности в Азии

(CICA), председательство в Организации Исламской конференции в 2011-2012 годах и другие.

Одним из ключевых элементов стратегии укрепления имиджа Казахстана стало участие страны в ряде важных международных инициатив. Так, Казахстан активно привлекает внимание к своим инициативам, в том числе и к трансграничным проектам, таким как Новый шелковый путь и строительство международного транспортного коридора Западный Китай - Западная Европа. Кроме того, Казахстан выступает активным участником ряда международных инициатив, включая вопросы ядерного разоружения, борьбы с терроризмом, укрепления международной безопасности и многих других.

В последние годы Казахстан активно развивает свою инновационную экономику и инфраструктуру. В 2018 году в Астане был открыт Национальный центр трансфера технологий, который направлен на развитие инновационных технологий и перевод их в промышленность.

Важным направлением укрепления имиджа Казахстана стала также продвижение национальной культуры и искусства. В этом контексте стоит отметить проведение международного кинофестиваля «Евразия» в Астане, участие казахстанских артистов и музыкантов в международных мероприятиях и турне по миру, создание новых культурных центров и музеев.

В настоящее время Казахстан воспринимается как страна с сырьевой направленностью, казахстанская экономика зависит от экспорта и ценовых котировок на сырьевые ресурсы, таких как нефть, газ, уран, медь и другие полезные ископаемые.

В 2022 году согласно данным Национального банка Республики Казахстан, доля нефтегазового сектора в совокупном объеме прямых зарубежных инвестиций по видам экономической деятельности составила 35%. [7]. Следует отметить, что на сегодняшний момент Казахстан начал активно диверсифицировать экономику Казахстана, привлекать инвестиции в другие сферы, такие как агропромышленный сектор, сельское хозяйство, туристическая деятельность, логистика и развитие человеческого капитала.

К наиболее острым проблемам в мире можно отнести геополитические и различные военные конфликты, территориальные споры, глобальное соперничество между державами, что в свою очередь требуют совместных усилий и сплоченности в решении проблем и вызовов. Геополитическая обстановка в мире остается крайне напряженной, такие крупные экономические и политические центры как США, Китай, Европейский союз, Россия и другие страны влияют на геополитическую обстановку в мире. Взаимоотношения между этими государствами создает экономические и политические риски, угрозу безопасности и миропорядку.

В целом, внешняя политика Казахстана направлена на укрепление международного сотрудничества и участие в глобальных процессах и во внешней политике придерживается многовекторной политике. Казахстан

стремится к диверсификации своих партнерских отношений и развитию экономических, политических и культурных связей со странами мира.

Существенное влияние на международную ситуацию в мире оказал военный конфликт между Россией и Украиной. Напряженность между Россией и Украиной вызывает обеспокоенность многих стран, поскольку угроза распространения конфликта и нарастания напряженности на всем Евразийском континенте может привести к негативным последствиям. Конфликт может оказать негативное влияние на международную торговлю и экономику, так как обе страны являются важными экономическими партнерами для многих стран мира. Кроме того, конфликт может привести к усилению военных действий и увеличению количества жертв, что приведет к ухудшению гуманитарной ситуации в регионе.

Данная сложившаяся ситуация может стать причиной раскола в Европейском Союзе и НАТО. Некоторые страны члены этих организаций поддерживают Украину, в то время как другие страны выражают поддержку России. Это может привести к дальнейшим разногласиям и напряженности в отношениях между странами.

В данной ситуации Казахстан является страной, приверженной мирному урегулированию конфликтов и поддержанию стабильности. Он выступает за диалог, медиацию и посредничество, и поэтому может восприниматься как независимый и нейтральный игрок в геополитической сфере. Это может укрепить имидж Казахстана как доверенного партнера и посредника в урегулировании конфликтов.

В январе-декабре 2022г. совокупный импорт в Казахстан составил 50 043,6 млн.долларов США. Основными странами партнерами Республики Казахстан в импорте являются: Россия (34,7%), Китай (21,9%), Германия (4,5%), США (3,8%), Турция (3,2%), Республика Корея (3,1%) [8].

Как соседняя и экономически связанная страна, Казахстан стремится сохранить стабильность в своих экономических связях с Россией при санкциях, наложенных западными странами. Учитывая, что крупным импортером товаров в Казахстан является Россия, страна может использовать санкции в качестве стимула для дальнейшей диверсификации своих внешнеторговых связей. Страна стремится к расширению своей торговой базы путем развития отношений с другими странами и регионами. Разнообразие торговых партнеров может помочь снизить зависимость от России и смягчить потенциальные негативные последствия санкций. Это может помочь укрепить его имидж как страны, развивающей многовариантные экономические отношения и приспособляющейся к геополитическим изменениям.

ГЛАВА II АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА

2.1. Привлечение инвестиций как фактор формирования имиджа Казахстана

Привлечение инвестиций может быть важным фактором формирования имиджа Казахстана, так как инвесторы могут оценивать страну не только по ее экономическим показателям, но и по ее потенциалу для роста и развития.

Важно понимать, что инвестиции могут быть как внутренними (от местных компаний и предпринимателей), так и внешними (от зарубежных инвесторов). Привлечение инвестиции является важным фактором для любого государства, так как позволяет расширить производительность труда, повысить благосостояние населения, создать рабочие места, обеспечить население занятостью. При обеспечении безопасности и защите прав инвесторов помогут укрепить и повысить международный имидж страны, привлекая все больше инвестиций в страну. Прямые инвестиции в экономику страны позволят укрепить экономическое и социальное развитие страны, обеспечит улучшению экономических показателей страны.

Применяются различные экономические послабления, налоговые каникулы, льготы, субсидирования со стороны государства для повышения привлекательности страны и привлечения иностранных инвесторов.

Экономический имидж является важным составляющим при становлении и формировании имиджа страны. Большой объем привлекаемых инвестиций имеет свои негативные стороны, в частности потеря контроля над ресурсами страны и ограничение правом собственности.

Вместе с тем, иностранные инвестиции являются источником преобразований, обеспечивающих выгоду не только в виде финансовых поступлений, но и созданию передовых компонентов в работе различных сфер и всей экономики в целом. Приток инвестиций в экономику страны предоставляет возможность сложить мнение потенциальных инвесторов о её инвестиционном потенциале, а также воздействовать на инвестиционный имидж.

Предпринимательский кодекс устанавливает правовые основы предпринимательской деятельности, права и обязанности предпринимателей, а также правовые механизмы защиты их прав и интересов.

Один из основных принципов, установленных в Кодексе, - это принцип недискриминации в отношении иностранных инвесторов. Это означает, что иностранные инвесторы имеют те же права и обязанности, что и внутренние инвесторы, и им не должно быть отказано в доступе к инвестиционным возможностям на основе их национальности или места происхождения. Кодекс устанавливает механизмы защиты прав инвесторов, включая гарантии на право собственности и защиту интеллектуальной собственности.

Казахстан, став независимым государством в 1991 году, активно привлекал иностранные инвестиции в свою экономику, в основном, в нефтегазовый сектор. Иностранные инвестиции существенно способствовали освоению и развитию крупных нефтегазовых месторождений в стране, а также стимулировали рост других секторов экономики. Это стало одним из ключевых факторов, обеспечивших высокие темпы экономического роста в Казахстане в первые годы его независимости.

Для поддержки инвесторов, Казахстан ратифицировал Конвенцию касательно устранения двойного налогообложения с 53 странами и двусторонние соглашения в части поощрения и взаимной защите инвестиций с 48 странами [9]. В 2015 году ратифицирован Протокол о вступлении во ВТО и установлены требования по повышению к местному контенту в соответствии со своими обязательствами по вступлению в ВТО. В июне 2017 года Казахстан стал участником Декларации ОЭСР о международных инвестициях и многонациональных предприятиях и стал ассоциированным членом Комитета по инвестициям ОЭСР.

Кроме нефтегазовой отрасли, иностранные инвестиции также направлялись в другие сектора экономики Казахстана, такие как горнодобывающая промышленность, сельское хозяйство, транспорт и коммуникации, строительство и другие. Иностранные инвесторы поощряются правительством Казахстана, которое предоставляет им налоговые льготы и другие преференции для привлечения инвестиций.

В целом, использование иностранных инвестиций является важным элементом экономической политики Казахстана, поскольку это позволяет привлекать капитал и технологии из-за рубежа, улучшать конкурентоспособность экономики страны, повышать имидж страны и стимулировать экономический рост.

Эффективное использование иностранных инвестиций может иметь как положительные, так и отрицательные последствия для экономики страны. С одной стороны, инвестиции из-за рубежа могут стать двигателем экономического роста, помочь развитию отдельных отраслей и привнести новые технологии, знания и опыт управления. С другой стороны, нежелательное использование иностранных инвестиций может привести к ограничению экономической независимости страны и потере контроля над собственными ресурсами.

Инвестиционная привлекательность – серьезный экономический фактор, направленный на улучшение внешнего имиджа страны.

В настоящее время совместно с KAZAKH INVEST проводится работа над 450 проектами с зарубежным участием на сумму 63 млрд. долларов [10]. Новая Концепция инвестиционной политики страны до 2026 года и комплекс мер, предусмотренных в ней, могут стать ключевыми для привлечения большего количества инвесторов и развития экономики. Конкурентоспособное

производство товаров с высокой добавленной стоимостью может помочь улучшить экономический рост и создать новые рабочие места.

Проведение 12-й Министерской конференции Всемирной торговой организации (ВТО) в ноябре 2011 года в Женеве под председательством Казахстана стало важным событием для страны. Это было первое председательство Казахстана на таком высоком международном уровне. Конференция собрала представителей всех членов ВТО для обсуждения ключевых вопросов мировой торговой системы, таких как защита интеллектуальной собственности, сельское хозяйство, рынки услуг, региональные соглашения и другие.

Для сохранения и укрепления лидирующей позиции в притоке иностранных инвестиций необходимо активное продвижение Казахстана на мировых рынках, создание благоприятных условий для инвесторов, повышение прозрачности и защиты прав инвесторов, а также продвижение инвестиционного потенциала страны и привлечение крупных международных инвесторов. Важно также обеспечить устойчивость и разнообразие экономики Казахстана, чтобы повысить ее привлекательность для инвесторов разных отраслей и регионов.

Важным аспектом является также наличие развитой инфраструктуры, как транспортной, так и социальной, квалифицированной рабочей силы, стабильность политической и экономической ситуации в стране, наличие эффективной системы правового регулирования ведения бизнеса и защиты инвесторов, а также наличие механизмов государственной поддержки инвестиционных проектов. Все эти аспекты существенно влияют на привлекательность Казахстана для иностранных инвесторов и на успех его инвестиционной политики.

Казахстан принял ряд мер для минимизации негативных последствий пандемии COVID-19 на экономику страны и привлечения инвестиций. В частности, были созданы специальные инвестиционные фонды для поддержки малого и среднего бизнеса, упрощены процедуры выдачи кредитов и гарантий для предпринимателей, временно отменены некоторые налоги и пошлины. Кроме того, были приняты меры по ускорению реализации национальных инфраструктурных проектов и поиску новых инвесторов для реализации проектов в различных отраслях экономики. По данным МИД РК, по итогам 2021 года введено в эксплуатацию 44 инвестиционных проектов с участием нерезидента в размере 3,67 млрд. долларов с обеспечением более 6 000 рабочих мест. За период независимости страна стала территориальным хабом для инвесторов, привлекая в экономику страны более 380 млрд. долларов инвестиций с участием нерезидента [10].

За 2021 год основными инвесторами страны являются Нидерланды — 6,9 млрд. долл. США (с долей 29,4 %), инвесторы из США — 2,8 млрд. долл. США (11,8 %), Швейцарии — 2,7 млрд. долл. США (11,3 %), Российской Федерации — 1,9 млрд. долл. США (8,0 %) (см. табл.1).

Значительный объем привлеченных иностранных инвестиций в Казахстан приходится на страны Европы. В основном это пять европейских стран-лидеров по объему инвестирования (Нидерланды, Швейцария, Франция, Бельгия, Великобритания), средства в основном вкладываются в добывающие отрасли.

Таблица 1 Валовый приток иностранных прямых инвестиций в Республику Казахстан от основных иностранных прямых инвесторов по странам за 2019–2021 годы

Страна	Место			Объем, млрд. долл. США			Доля в структуре объема, %		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Всего				24 437	17 166	23 838			
в том числе:									
Нидерланды	1	1	1	7 426,0	5 157,2	6 999,3	30,4%	30,0%	29,4%
США	2	2	2	5 547,6	2 240,2	2 807,4	22,7%	13,1%	11,8%
Швейцария	3	3	3	2 245,9	1 772,3	2 698,7	9,2%	10,3%	11,3%
Китай	4	5	5	1 693,7	960,7	1 848,3	6,9%	5,6%	7,8%
Российская Федерация	5	4	4	1 390,1	1 196,8	1 900,6	5,7%	7,0%	8,0%
Франция	6	8	10	1 068,8	693,5	604,4	4,4%	4,0%	2,5%
Бельгия	7	7	6	860,0	791,3	1 069,0	3,5%	4,6%	4,5%
Великобритания	8	6	7	620,8	852,6	1 028,2	2,5%	5,0%	4,3%
Республика Корея (Южная)	9	9	8	466,9	464,9	805	1,9%	2,7%	3,4%
Япония	10	13	16	400,8	290,9	239,3	1,6%	1,7%	1,0%

Источник: Национальный Банк Республики Казахстан [11]

Для того, чтобы помочь Республике Казахстан обеспечить стабильное социально-экономическое развитие посредством направления зарубежных инвестиций в первостепенные направления экономики и поддержки инвестиционных проектов, была основана АО «Национальная компания «KAZAKH INVEST». Эта организация оказывает государственные услуги инвесторам по принципу «Одного окна», предоставляя содействие в виде инвестиционных льгот, а также обеспечивает поддержку в получении различных разрешительных документов, требуемых для разработки и функционирования инвестиционных проектов. [12].

В июле 2018 года правительством Казахстана создан Международный финансовый центр Астаны (МФЦА), который предоставляет иностранным инвесторам альтернативную юрисдикцию для проведения операций с налоговыми льготами, гибкими трудовыми правилами и правовыми нормами общего права.

В июле 2018 года правительство Казахстана учредило Международный финансовый центр "Астана" (МФЦА), который предоставляет иностранным инвесторам альтернативную юрисдикцию для осуществления сделок с

налоговыми преференциями, гибкими трудовыми правилами и нормами общего права.

МФЦА имеет собственный суд и арбитражный центр, а также предоставляет возможность осуществления операции в различной валюте. Эти условия делают МФЦА привлекательным местом для бизнеса и инвесторов, которые ищут новые возможности для расширения своей деятельности.

В 2019 году основан Координационный совет по привлечению иностранных инвестиций, под руководством Премьер-министра Казахстана, который осуществляет функции инвестиционного омбудсмана, обеспечивая инвесторам быстрое и эффективное разрешение проблем, связанных с их инвестициями в Казахстане.

МФЦА и Координационный совет свидетельствуют о стремлении правительства Казахстана привлечь иностранные инвестиции и создать благоприятный климат для бизнеса в стране.

Следует отметить, что благодаря проведенным институциональным и правовым реформам, в современных условиях удалось создать благоприятный имидж Республики, что привлекает иностранных инвесторов, готовых вкладывать средства в крупные и значимые проекты. Привлечение иностранных инвесторов и зарубежного капитала оказало положительный эффект на экономический рост страны, создание новых рабочих мест, развитие новых индустрий и общего уровня жизни населения.

2.2. Национальная культура как фактор формирования международного имиджа страны

Культура играет значимую роль в жизни, как отдельного индивида, так и всего общества, являясь важным показателем их уровня развития. Она охватывает различные сферы жизни, будь то социальная, индивидуальная, семейная, личностная, духовная, материальная, правовая, политическая или эстетическая, и каждая из этих сфер имеет свой собственный уровень культуры, проявляющийся как в формах человеческой деятельности, так и в этических нормах.

Большой потенциал современной культуры и богатое культурное наследие казахского народа могут стать важными факторами для создания позитивного образа Казахстана в качестве страны, богатой историей, уникальной культурой и духовными традициями. Национальная культура играет важную роль в формировании международного имиджа страны, выступая как субъект и объект межкультурной коммуникации. В качестве субъекта, национальная культура является контекстом, необходимым для успешного понимания нации и ее культуры за границей. В свою очередь, в качестве объекта имиджевых взаимодействий, культура наций может стать основой содержания имиджевой активности.

Концепция национального брендинга является более эффективным направлением к созданию международного имиджа страны. Она предполагает создание комплексной стратегии, направленной на формирование определенного образа страны и ее ассоциаций в мировом сообществе.

Культура страны, ее развитие и культурный потенциал народа, притягательность нравственных и других ценностей нации, составляют начало становления международного имиджа современного государства. На сегодняшний день культура охватывает все сферы жизни, от общественной до личной. Она выражает национальную идентичность и самобытность народа, национальную идею, которые вносят вклад в развитие государства и формирование мировой цивилизации и определяют место страны в мире.

Культурная политика развитой страны нацелена на установление мощных ценностных ориентиров и поддержание стабильного развития общества. Культура является ключевым фактором, влияющим на развитие всех аспектов жизни государства и общества.

Влияние культуры на экономические процессы в обществе является основополагающим. Социальные факторы, порожденные культурой, сильно влияют на экономическое развитие страны. Тем не менее, экономические факторы также оказывают воздействие на сохранение и развитие национальных культурных традиций и особенностей страны.

Культура нации, этические нормы и культурные ценности являются неотъемлемой частью развития любого государства. Развитие культуры и

культурного потенциала является важным приоритетом для многих стран. Культура играет значительную роль в формировании национальной идентичности, укреплении связей между людьми и государствами, а также в развитии экономики.

Культурное наследие и культурные ценности являются ключевыми элементами национальной идентичности и уникальности. Поэтому сохранение и обогащение культурного наследия является важной задачей для государств. Сохранение и распространение культурного наследия может стать мощным инструментом мягкой силы и укрепления дипломатических отношений между странами.

Социальные факторы, такие как духовные ценности, национальная культура и другие нематериальные факторы, будут являться основой социально-экономических процессов в будущем, а также будут определять имидж государства. Существует несколько моделей формирования имиджа государства, но культура играет важную роль во всех них, так как является долгосрочной частью образа государства, включая такие компоненты, как имя, название страны, герб, флаг, гимн, лозунг, история, философия, а самые значимые - миссия и стратегия.

Сосредоточение имиджа страны основано на культурном аспекте. В связи с чем, географический имидж можно полагать как комплексность символов и архетипов, объединенных с конкретным расположением, и накопленных в определенной культуре через произведения литературы, музыки и кинематографии. Имидж содержит природно-географический образ с культурной доминантой, которая является изображением культурной ценности определенной страны, включающей в ее историческое наследие и признанной в мировом обществе. Это часто всего и есть историческим памятником, подлежащим включению в реестр ООН.

Объекты, относящиеся к историко-культурному наследию, играют важную роль в интеграции страны в глобальное культурное пространство и обеспечении культурно-гуманитарной безопасности в условиях конкуренции различных культурных сообщений. Кроме того, такие объекты имеют большой экономический потенциал, как объекты туризма, что способствует узнаваемости страны и увеличению потока туристов. Из множества памятников истории и культуры только 10 обладают статусом памятников истории и культуры всемирного наследия.

Выдающиеся объекты исторического и культурного наследия Казахстана, такие как «Золотой человек», мавзолей Ходжи Ахмеда Ясауи, комплекс петроглифов «Таңбалы» и древние городища ОтрарБозок, Ботай и Туркестан, формируют национальный культурный бренд страны. На данный момент, Казахстан представлен 10 памятниками истории и культуры в списке Всемирного наследия ЮНЕСКО, которые были номинированы в рамках 3 различных номинаций: мавзолей Ходжи Ахмеда Ясауи, петроглифы "Таңбалы"

и «Великий Шелковый путь: Чанъань-Тянь-Шанского коридора», включающие Каялык, Карамерген, Талгар, Актөбе, Акыртас, Кулан, Костобе и Орнек.

Мавзолей Ходжи Ахмета Яссауи расположен в городе Туркестан Южно-Казахстанской области. Его построили в период правления Тамерлана (Тимура) на рубеже XIV и XV веков, и при создании этой незаконченной конструкции архитекторы использовали ряд новаторских решений, которые также были применены при строительстве столицы империи Тимуридов - города Самарканда. Сегодня мавзолей Ходжи Ахмета Яссауи является примером среднеазиатского зодчества того времени.

Петроглифы Тамгалы расположены в Джамбульском районе Алматинской области, в 4 километрах от поселка Карабастау. В урочище Тамгалы находятся различные памятники истории, такие как могильники, культовые сооружения, и петроглифы, которые датируются от эпохи бронзы до начала XX века. Эти памятники являются свидетельством истории древнего народа до современных народов, охватывающей историю Казахстана за три тысячи лет.

Северо-Казахстанский регион славится своей степью и озерами, включенными в список Всемирного наследия в 2008 году под названием "Сарыарка". Эта территория, состоящая из двух заповедников - "Наурзумский" и "Кургальджинский", общей площадью 450 344 га, представляет собой в основном болотные земли, где обитает множество перелетных птиц, включая редкие виды, такие как кудрявый пеликан, орлан-долгохвост и белый сибирский журавль. Здесь обитает также большинство видов степной фауны, включая сайгаков, чья популяция находится под угрозой исчезновения.

В 2014 году Казахстан вошел в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, относящихся к Шелковому пути [13]. Этот проект включал в себя 33 объекта, расположенных в различных странах, включая Казахстан, Китай и Кыргызстан. Казахские объекты, включенные в список, включают городища Каялык, Карамерген и Талгар в Алматинской области, а также городища Актөбе, Степнинское, Акыртас, Кулан, Костобе и Орнек в Жамбылской области.

Один из компонентов перечня нематериального культурного наследия ЮНЕСКО, который приобрел широкую известность в разных странах мира и представляет национальный культурный бренд, это празднование Наурыза. Для сохранения традиционных ценностей инициатива по проведению празднования Наурыза включает участие посольств Казахстана и представителей казахских диаспор, и ежегодно проходит во Франции, Нидерландах, Великобритании, Соединенных Штатах Америки и других странах.

В рамках проекта «Культурный код казахской степной цивилизации» планируется организовать Национальную выставку Казахстана в Лувре в 2026 году [14]. Это будет значимое мероприятие, которое охватит период с IV тысячелетия до н.э. до середины XIX века и будет представлено настоящими раритетами из коллекций нескольких музеев Казахстана. Эта выставка позволит миллионам посетителей из разных стран познакомиться с историей казахской культуры. Лувр является одним из самых известных и посещаемых музеев мира.

За последние годы множество стран СНГ, государств Европы и Азии, а также Ближнего Востока охвачены мероприятиями в формате Дней культуры, направленными на популяризацию казахстанской культуры за рубежом. Музыкальное искусство Казахстана широко представлено как в пределах страны, так и за ее границами. Национальными брендами Казахстана в классической музыкальной сфере являются национальные опера и балет, Казахский национальный оркестр народных инструментов имени Курмангазы, а также Нургиса Тлендиев и другие известные имена.

Некоторые из самых ярких представителей современной эстрады в Казахстане, которые выступают в качестве послов современной культуры Казахстана на международной сцене, включают Димаша Кудайбергена, DJ Imanbek, JahKhalib, а также группы Улытау и Туран. Культура и культурная политика имеют важную роль в создании положительного образа страны, поскольку культурная составляющая является ключевым ресурсом в формировании имиджа государства в международной сфере коммуникаций.

В настоящее время культура рассматривается как важный инструмент для духовно-эстетического развития личности, формирования национальной идентичности и интеграции страны в мировое сообщество, а также фактором формирования и укрепления имиджа государства. Поэтому продвижение культуры Казахстана за рубежом имеет потенциал влиять на развитие имиджа страны в мировом масштабе. Однако, в сфере культуры все еще существуют нерешенные проблемы.

- низкая конкурентоспособность и недостаточный спрос на национальные культурные продукты;
- недостаточное представление достижений культуры Казахстана на международной арене;
- уменьшение числа филиалов культурных организаций, особенно в сельской местности;
- отсутствие единого интернет-источника (например, сайта или портала), охватывающего все главные культурные ресурсы Казахстана и т.д.

Имидж страны формируется из различных элементов, которые накапливаются на протяжении всего периода ее развития, и позволяют создать у людей определенные ассоциации и представление о ней. Среди таких элементов можно выделить ресурсный потенциал, социально-экономическое развитие, сферы туризма, транспорта и сервиса, политический лидер и его имидж, культуру, народ и его менталитет. Сегодня имидж страны не формируется случайным образом под воздействием внешних факторов, а постоянно работают специалисты по имиджелогии, основывая его на реальных характеристиках страны и дополняя новыми, которые могут помочь в формировании положительного образа. Многие примеры показывают, что изменения в имидже страны могут оказать заметное влияние на развитие ее туристической и других секторов экономики в положительном направлении.

В конце 1970-х и начале 1980-х годов Испания запустила глобальную кампанию по улучшению своего имиджа, испорченного более чем 40 летней диктатурой. Специалисты по национальному брендингу столкнулись с задачей создания совершенно новых положительных образов и ассоциаций, связанных с Испанией, которую они успешно выполнили благодаря рекламным и маркетинговым кампаниям, нацеленным на разные целевые аудитории. Кампания "España es diferente" ("Испания - это другое"), запущенная в конце 1970-х годов, была нацелена на улучшение имиджа Испании, испорченного диктатурой Франко, и оказала положительное влияние на туризм, экспорт и привлечение инвестиций. В рамках кампании были проведены рекламные ролики, печатные материалы и другие мероприятия, которые помогли изменить восприятие Испании за рубежом.

В результате кампании "España es diferente" количество туристов в Испании значительно увеличилось, что привело к экономическому росту и созданию новых рабочих мест. Также улучшение имиджа Испании способствовало привлечению инвестиций и увеличению экспорта товаров и услуг, также привело к укреплению ее международного статуса и положительному влиянию на мнение об Испании в мировом сообществе.

Этот пример показывает, как успешная кампания по улучшению имиджа страны может привести к росту туризма, экономическому развитию и улучшению международного статуса.

Туризм, наряду с культурой, играет важную роль в формировании имиджа Казахстана. Это крупнейшая и наиболее быстроразвивающаяся отрасль мировой экономики, превосходящая по темпам роста другие отрасли. Казахстан обладает богатым туристическим и рекреационным потенциалом. Создание конкурентоспособного туристического комплекса способно внести значительный вклад в экономическое развитие страны, обеспечивая налоговые поступления в бюджет, приток иностранной валюты, создание новых рабочих мест, а также контроль за сохранением и рациональным использованием культурного и природного наследия.

В Казахстане существует множество привлекательных мест для туристов, включая перспективные направления процветания туристической деятельности, такие как Алакольское озеро, горный кластер Алматинского региона, Щучинско-Боровская и Баянаульская курортные зоны, Имантау-Шалкарская курортная зона, озеро Балхаш, а также развитие историко-культурного туризма в Туркестане, пляжного туризма в Мангыстау, МICE туризма в городе Нур-Султан и туристской зоны «Байконур». В частности, на юге Казахстана находится современный город Туркестан, который позиционируется как духовный, историко-культурный и туристический центр страны, наравне с признанными международными центрами паломничества и туризма.

В список привлекательных туристических объектов Казахстана входят мавзолей Ходжа Ахмеда Яссауи, который является объектом ЮНЕСКО, а также археологические объекты средневекового городища Отрар и отрарского оазиса,

которые включены в предварительный список ЮНЕСКО, археологический комплекс Сауран, комплекс «Байконур», горный курорт «Каскасу» и другие. На западе Казахстана находятся Мангистауская область и часть Западно-Казахстанской и Атырауской областей, где расположены такие места туристического интереса, как подземные мечети Бекет-Ата, Шопан-Ата и Караман-Ата, мавзолей Омара и Тура, комплекс памятников «Бокеевская Орда», городище «Сарайшык», курортная зона Кендерли и др.

На северной части Казахстана находится Щучинско-Боровская курортная зона, которая предлагает туристам множество интересных мест, включая такие ключевые достопримечательности, как Государственный национальный природный парк «Кокшетау», Государственный национальный природный парк «Бурабай», Государственный национальный природный парк «Буйратау», город Караганда, Каркаралинский государственный национальный природный парк, Баянаульский государственный национальный природный парк, Улытауский государственный природный заказник (зоологический), Национальный историко-культурный и природный музей-заповедник «Улытау», Имантау-Шалкарская курортная зона с ее памятниками ботайской культуры эпохи энеолита, а также Зерендинская зона отдыха и другие.

Казахстан имеет достаточные ресурсы для проведения культурных, спортивных и развлекательных мероприятий, которые могут сыграть ключевую роль в создании привлекательного имиджа страны на мировой арене. Чтобы достичь этой цели, необходимо систематизировать проводимые мероприятия и активно рекламировать их в мировых СМИ, привлекая большое количество участников и журналистов. Создание и поддержание положительного туристского имиджа является главным приоритетом для развития въездного туризма в Казахстане, и в этом процессе важно использовать богатый мировой опыт и энтузиазм, чтобы создать Казахстан как новое туристическое направление.

2.3 Анализ позиции Республики Казахстана в ключевых международных рейтингах

Ключевые международные рейтинги являются важными инструментами для оценки позиции страны в мировой экономике и политике. За годы независимости в Казахстане были проведены ряд имиджевых мероприятий, направленные для позиционирования Казахстана и усиления восприятия среди иностранных партнеров и экспертов в мировом сообществе. Казахстан был выбран для проведения многих международных мероприятий благодаря своему географическому положению, богатству природных ресурсов, многонациональной культуре и экономическому потенциалу.

При формировании имиджа Казахстана акцент делается на ценности, которые воспринимаются как универсальные и привлекательные для международной аудитории. [15]. Отказ Казахстана от ядерного оружия и закрытие крупнейшего ядерного полигона в Семипалатинске в 1991 году стали важными шагами, сделавшими страну лидером в области ядерного разоружения и создавшими положительный имидж на международной арене. Это решение было важным для обеспечения безопасности региона и мира в целом, а также повысило статус Казахстана в глазах международного сообщества. Кроме того, Казахстан активно участвует в международных миротворческих миссиях, способствуя укреплению мира и безопасности в различных регионах мира. [16].

Изучение положения Казахстана в международных рейтингах может дать представление и характеристику об имидже страны в глазах международного сообщества.

Для повышения рейтингов по узнаваемости и совершенствования имиджа страны были проведены значимые политические и международные мероприятия, такие как визит в Казахстан в сентябре 2022 года главы Римско-католической церкви Папы Римского Франциска. Президент К.К. Токаев приветствуя Папу Римского отметил, что «Это событие исторической важности. Ваш визит привлечет внимание, прежде всего, казахстанцев. У нас состоится мероприятие, в котором примут участие представители государственного аппарата, общественности, дипломатического корпуса, средств массовой информации. Все с большим нетерпением ожидают Вашего выступления. Ваше участие в работе VII Съезда лидеров мировых и традиционных религий – событие огромной важности. Ваше личное участие внесет огромный вклад в конечный успех данного форума» [17].

Приезд Папы Римского позитивно повлиял на имидж страны в зарубежных медиа. Так, за этим событием следили через прямые трансляции и осветили ведущие международные и зарубежные СМИ, информационные агентства: Euronews, Al Jazeera, National Catholic Register, Newstimes, Midland Reporter и др.

Также не менее значимым и масштабным политическим событием стало проведение в г. Астане, в октябре 2022 года VI саммита Совещания по взаимодействию и мерам доверия в Азии (СВМДА).

Накопленный опыт дипломатической службы Казахстана заложил основу для успешного председательства Казахстана в ОБСЕ, Организации исламского сотрудничества, Совета Безопасности ООН и других многосторонних структурах в последующие годы.

Председательствование в 2010 и 2015 годах Казахстана в ОБСЕ, в 2011 году в Организации Исламской конференции, Международной специализированной выставки ЭКСПО-2017 в Астане, проведение VII Зимних Азиатских игр в 2011 году в г. Алматы, участие в летних и зимних Олимпийских играх с 1994 года, членство футбольной команды в УЕФА – проведение в Казахстане всех этих ключевых международных мероприятий повлияли на повышение имиджа страны в международных рейтингах.

Например, в докладе ООН о человеческом развитии за 2021-2022 годы «Неопределенные времена, неустроенные жизни: Формируя наше будущее в меняющемся мире» Казахстан занял 56 место в списке из 191 страны [18]. Республика вошла в рейтинг стран с очень высоким социальным и экономическим уровнем развития. В данном рейтинге Россия расположилась на 52 месте, Беларусь – 60 месте, Армения – 85 месте, Кыргызстан – 118 месте. В рейтинге индекса человеческого развития лидируют Швейцария, Норвегия, Исландия, Гонконг (специальный административный район Китая) и Австралия.

Индекс человеческого развития (ИЧР) определяется средней величиной достижений по основным направлениям развития: здоровье, долголетие, знания и достойный уровень жизни.

В рейтинге миролюбивых стран 2022 года Казахстан занял 97-е место из 163 стран в мире. Индекс РК составил 2,071. По сравнению с 2021 годом страна потеряла сразу 29 позиций. Эксперты рейтинга отмечают, что в течение многих лет Казахстан считался самой мирной страной в Центральной Азии [19].

Данный индекс учитывает, как внутренние факторы: уровень насилия в стране и преступность, так и внешние: международные отношения страны, расходы на военные нужды и другие параметры. Среди стран СНГ выше Казахстана в рейтинге оказались Молдова, Армения, Узбекистан и Кыргызстан, ниже — Туркменистан, Беларусь, Азербайджан, Украина и Россия. Самыми миролюбивыми странами признаны Исландия, Новая Зеландия и Ирландия,

худшие показатели — у Афганистана.



Международная компания Ernst&Young провела исследование инвестиционной привлекательности государств Центральной Азии за 2019-2021 годы и представила инвестиционный прогноз до 2025 года. Крупнейшими инвесторами за данный период были Россия, США, Китай, Турция.

Казахстан в данном рейтинге занял первое место. Валовое поступление иностранных инвестиций напрямую в Казахстане по итогам 2021 года увеличилось на 38%. Инвесторы по итогам 2021 года вложили в развитие казахстанских предприятий более 23 млрд. долл. США, главными отраслями прямых инвестиций были возобновляемая энергетика, нефтяная промышленность, IT сфера.

В 2022 году Казахстан проводит целенаправленную политику за привлечение инвестиционного капитала. Последствия геополитического кризиса открыли новые инвестиционные возможности для Казахстана. В настоящее время правительством Казахстана проводятся переговоры о релокации 50 ведущих компаний в РК. Среди них EMAG, Canon, Alstom, Haier и др.

Инвесторы из разных стран ключевыми факторами для вложения своих инвестиций в Казахстан назвали - потенциал рынка страны (31% участники опроса), правительственный план экономического восстановления Казахстана (24%), инвестиции в НИОКР (25%). Важнейшим фактором, который повлиял на решение о вложении капитала в какую-либо страну Центральной Азии являются инвестиционные стимулы. Другими аспектами для положительного решения могут стать среднесрочная отраслевая поддержка со стороны правительства, наличие квалифицированной рабочей силы, фискальная политика.

Руководители иностранных компаний назвали самые привлекательные для инвестирования отрасли: энергетика и ЖКХ, потребительский сектор и цифровая экономика. Среди рисков, влияющих на инвестиционную

привлекательность стран Центральной Азии в 2022-2025 годах выделяется политическая нестабильность, низкий уровень цифрового регулирования и информационной безопасности. Также представители зарубежных компаний среди рисков обозначали неопределенность стран Центральной Азии в тарифной и торговой политике, высокая волатильность на рынках капитала [20].

На позиционирование Казахстана на мировой арене влияют оценка аналитиков крупных рейтинговых агентств, входящих в «большую тройку», как Fitch Rating, Standard & Poors, Moody's.

Например, агентство Fitch подтвердило суверенный кредитный рейтинг Республики Казахстан за 2022 год на уровне «BBB», прогноз – «стабильный». Ключевым фактором являются значительные внешние резервы страны, которые обеспечивают защиту от внешних шоков и поддерживают профицит текущего счета в среднесрочной перспективе. Отмечается, что на конец 2021 года чистые внешние резервы Казахстана составили 37% от ВВП. Это является значительным показателем и указывает на высокий уровень финансовой стабильности страны.

Кроме того, агентство Fitch Ratings отмечает укрепление доверия к национальной валюте, связанное с введением Программы защиты тенговых депозитов, которая обеспечивает защиту вкладчиков и укрепляет стабильность финансовой системы. Также отмечается, что банковский сектор Республики Казахстан имеет достаточный уровень капитализации, что также способствует стабильности финансовой системы страны.

В целом, эти факторы подтверждают высокий уровень финансовой стабильности Республики Казахстан и поддерживают ее кредитный рейтинг на уровне "BBB" со стабильным прогнозом [21].

В рейтинге национальных брендов за 2023 год, проведенным Finance Nation Brands бренд Казахстана оценен в сумме 218 млрд. долл. США, которая увеличилась на 19% по сравнению с 2022 годом (стоимость составила 184 млрд. долл. США) и заняла 79 место (88 место за 2022г.) среди 121 стран мира.

Рейтинг 2023	Рейтинг 2022	Страна	Стоимость бренда 2022 (в млрд. долларов США)	Стоимость бренда 2023 (в млрд. долларов США)	Изменения в %
1	1	США	26 472	30 309	+14
2	2	Великобритания	4 115	4 797	+17
3	3	Германия	4 504	5 076	+13
4	4	Япония	4 284	4 449	+4
5	5	Китай	21 528	23 085	+7
6	6	Франция	3 152	3 670	+16
7	7	Канада	2 238	2 621	+17
8	8	Швейцария	1 006	1 032	+3
9	10	Италия	2 155	2 345	+9
10	15	ОАЭ	773	957	+24
79	88	Казахстан	184	218	+19

В первую пятерку самых дорогих брендов мира входят США, Великобритания, Германия, Япония и Китай. Например, для сравнения страновой бренд США в 2023 году оценивают в 30 309 млрд. долл. США, Великобритания – 4 797 млрд. долл. США, Германия 5 076 млрд. долл. США. Также в топ-10 стран входят Япония, Китай, Франция, Канада, Швейцария, Италия и ОАЭ [22].

Согласно исследованиям, образ страны имеет непосредственное воздействие на ее престиж, самовосприятие и суждение о настоящем и в перспективно будущем, а также влияние на процветание государства и его возможности конкурировать и улучшать свое место в глобальной экономике.

Американский исследовательский институт Heritage Foundation совместно с деловой газетой The Wall Street Journal опубликовали свой ежегодный индекс и сопутствующий ему рейтинг экономической свободы стран мира. По результатам рейтинга 2023 года Казахстан с результатом 62,1 балла занял 71 место, опустившись на 7 пунктов по сравнению с прошлым годом (в рейтинге 2022г. - 64 место со значением 64,4 балла) [23].

Казахстан по данному индексу выше следующих стран: Вьетнам (72 место), Азербайджан (75 место), Таиланд (80 место), Иордания (93 место), Турция (104 место), Узбекистан (109 место), Россия (125 место), Китай (154 место).

В топ-10 стран рейтинга произошли заметные изменения. Сингапур сохранил свой статус самой свободной экономики в мире, Швейцария занимает второе место, за ней следует Ирландия, а Тайвань поднялся на четвертое место.

Рейтинг составлен на основе показателей индекса экономической свободы в странах-участницах, который по 100-балльной шкале оценивает свободу бизнеса, финансового сектора, защиту собственности, эффективность госорганов и так далее. В результате между баллами оценки разных категорий определяется средний показатель, который и является индексом экономической свободы. Страны с высоким индексом считаются свободными, а со слишком низкими - деспотичными.

По данным Transparency International, опубликованным в индексе восприятия коррупции за 2022 год, Казахстан занял 101-е место среди 180 стран и получил 36 баллов, что на один балл меньше, чем в 2021 году [24]. Шкала индекса варьируется от 0 до 100, где 0 соответствует крайне высокому уровню коррупции, а 100 - крайне низкому. Стоит отметить, что в течение 11 лет средний показатель индекса восприятия коррупции по миру остается на уровне 43 балла, что говорит о том, что многие страны не могут эффективно бороться с коррупцией.

Дания, Финляндия и Новая Зеландия заняли лучшие позиции в рейтинге по индексу восприятия коррупции. Эти страны имеют высокий уровень прозрачности в государственных учреждениях и открытость в использовании государственных ресурсов.

Среди стран ЕАЭС лучшую позицию заняла Армения, затем Беларусь. Казахстан расположился ниже, а в России и Кыргызстане ситуация с коррупцией оценивается как серьезная.

Общая тенденция показывает, что более двух третей стран, участвующих в исследовании, продемонстрировали серьезный уровень коррупции, что свидетельствует о необходимости улучшения ситуации в этой области.

Несмотря на это, Transparency International отмечает, что есть примеры стран, которые смогли значительно улучшить ситуацию с коррупцией за последние годы. Для этого необходимо создать эффективные механизмы противодействия коррупции, повысить уровень прозрачности и открытости в государственных учреждениях, а также обеспечить независимость судебной системы.

В индексе мировой пресс-свободы 2022 года, опубликованном ReportersWithoutBorders, Казахстан занял 122-е место из 180 стран с рейтингом свободы прессы в размере 48,28 балла, в прошлом году при том же количестве стран-участниц Казахстан занимал 155 место [25].

Наиболее свободно журналисты в 2022 году пребывают в скандинавских странах – Норвегия (1 место), Дания (2 место) и Швеция (3 место). В первой десятке присутствуют две страны, входившие в состав бывшего СССР – Эстония (4 место) и Литва (9 место).

Среди стран ЕАЭС выше Казахстана расположились Армения (51-е с индексом 68,97) и Кыргызстан (72-е место с индексом 64,25). При этом, по данным Reporters Without Borders, Беларусь и Россия заняли 153 и 155 места соответственно.

Номер	Страна	Статус	Индекс
1	Норвегия	Хорошо	92.65
2	Дания	Хорошо	90.27
3	Швеция	Хорошо	88.84
4	Эстония	Хорошо	88.83
51	Армения	Проблемно	68.97
72	Кыргызстан	Проблемно	64.25
106	Украина	Проблемно	55.76
122	Казахстан	Плохо	48.28
133	Узбекистан	Плохо	45.74
152	Таджикистан	Плохо	40.26
153	Беларусь	Очень плохо	39.62
154	Азербайджан	Очень плохо	39.40
155	Россия	Очень плохо	38.82

Несмотря на то, что Казахстан значительно улучшил показатели в рейтинге по сравнению с прошлым годом, уровень свободы прессы все еще остается на низком уровне, отмечают авторы.

В настоящее время позиция страны в ключевых международных рейтингах фактически является ключевым ориентиром при стратегическом планировании для многих организаций. Такие публичные рейтинги становятся важным

основанием для принятия крупных стратегических решений по инвестированию в ту или иную страну, размещения представительства коммерческой компании, рекомендаций для туристов посещать определенную территорию.

Резюмируя вышеизложенное, следует отметить, что позиция Казахстана в международных рейтингах отражает смешанный образец успехов и вызовов и свидетельствует о том, что страна имеет как достижения, так и проблемы, которые нужно решать. Страна достигла значительных успехов в области экономического и социального развития, но остаются вызовы в области коррупции и свободы прессы.

2.4 Основные проблемы позиционирования государства во внешней политике

Казахстан укрепил свои позиции на международной арене за годы независимости. Это было достигнуто благодаря многовекторной, прагматичной и проактивной внешней политике, которая уделяет особое внимание национальным интересам. Казахстан является активным участником международных организаций и форумов, таких как ООН, ОБСЕ, ШОС, ЕАЭС, ОДКБ и других. Важным элементом внешней политики Казахстана является развитие взаимовыгодных отношений с ключевыми международными партнерами. Казахстан активно сотрудничает с Китаем, Россией, США, Европейским союзом, а также с странами Ближнего и Среднего Востока, Азии, Латинской Америки и другими регионами мира. Особое внимание Казахстан уделяет экономическому сотрудничеству с зарубежными партнерами. Развитие экономических связей и привлечение иностранных инвестиций являются приоритетными задачами внешней экономической политики Казахстана.

Для достижения цели по включению в тридцатку самых развитых государств мира следует обратить внимание на поддержку развития и защите интересов страны, предпринимателей и каждого гражданина на мировой арене. Это является главным условием для создания сильного, гармоничного и социально ответственного государства, эффективно взаимодействующего с современной системой международных отношений.

Это главное условие создания крепкого, гармоничного и социально-ориентированного государства, обеспечивающее эффективное сотрудничество с современной системой международных отношений.

Еще одной важной задачей, требующего внимания Глава государства считает укрепление лидирующих позиций Казахстана в регионе Центральной Азии.

Наряду с этим, Президент К.К. Токаев отметил, что «Казахстан должен смело заявлять о своем особом региональном статусе, поскольку имеем для этого все основания:

- экономика Казахстана намного сильнее других экономик Центральной Азии;
- срединное геостратегическое положение на перекресте ключевых транспортных артерий в Евразии;
- осуществление широкомасштабных и глубинных экономических и демократических преобразований;
- наличие интеллектуального и человеческого потенциала;
- высокий авторитет Казахстана на международной арене.

Эти факторы наделяют нас особой ответственностью за судьбы Центральной Азии» – подчеркнул Президент Касым-Жомарт Токаев [26].

Дипломатическими миссиями Республики Казахстан ведется системная работа по продвижению международного имиджа Казахстана, привлечению иностранных инвестиций, всемерной поддержке отечественных экспортеров, оказанию действенной консульско-правовой помощи гражданам республики за рубежом.

Однако, имеются ряд проблем в формировании и продвижении имиджа Казахстана:

1) недостаточная работа ряда дипломатических представительств по продвижению казахстанских брендов за рубежом, по привлечению передовых, ресурсосберегающих технологий и реализации инвестиционных проектов с высокой добавленной стоимостью в регионах страны;

2) недостаточная политика внешнеполитического ведомства страны и принятие кардинальных мер по обеспечению результативности работы по продвижению национального туристического продукта и экспорта продукции национальных ремесел на внешние рынки;

3) недостаточное позиционирование Казахстана на мировых рынках и отсутствие сильных национальных брендов, формирующих репутацию и конкурентное преимущество страны;

4) отсутствие единой и четкой стратегии и комплексного плана по продвижению и позиционированию Казахстана на внешнеполитическом пространстве;

5) отсутствие системной, структурированной и взаимосвязанной работы государственных органов по продвижению национального имиджа Казахстана на мировых рынках. На расширенном заседании коллегии МИД РК в ноябре 2021 года Президент страны К.К. Токаев отметил, что «следует обратить внимание на такие хронические проблемы, как слабое взаимодействие внутри госаппарата и преобладание узковедомственных интересов. Это приводит к серьезным сбоям и снижению эффективности работы по защите национальных интересов» [26].

6) недостаточность вложения инвестиций в бренд Казахстана со стороны крупного бизнеса и частных компаний;

7) недостаточное использование современных цифровых технологий для улучшения и продвижения национального имиджа;

8) отсутствие научных прикладных исследований и прогнозирования для дальнейшей работы по продвижению и укреплению национального имиджа.

Все эти нерешенные проблемы тормозят развитие и продвижение Казахстана на мировой арене, могут негативно повлиять на решение иностранных инвесторов о вложении средств и инвестиций в экономику Казахстана, а также на решения туристов о посещении страны.

Вместе с тем формирование нового экономического курса Казахстана и новый этап государственного развития предъявляют новые и сложные требования по повышению и позиционированию Казахстана на мировой арене с целью определения своего места и роли в новом мировом порядке.

В условиях нарастающей межстрановой конкуренции за политическое могущество и экономическое воздействие, мировые рынки и финансовые потоки Казахстану следует сохранить свою репутацию как главного элемента системы геополитических и геоэкономических координат Евразийского континента, ведущего государства в среднеазиатский регион.

В то же время, на фоне активно изменчивой международной и геополитической ситуации важно предоставить более эффективное и единое продвижение международных инициатив страны, отстаивание национальных интересов государства, бизнеса и населения, обеспечение национальной безопасности на фоне напряженной политической ситуации.

Политика формирования позитивного образа имеет все шансы стать одной из ключевых составляющих внешней политики Казахстана в современных условиях, поскольку способна создать привлекательный образ Казахстана для граждан Центральной Азии, стать действенным инструментом обеспечения влияния Казахстана на мировой арене.

На совещании по индустриально-инновационному развитию страны в августе 2019 года Президент страны К.К. Токаев высказался о драйвере прогресса азиатских стран и о продвижении бренда – имиджа страны. «Вопрос, который нам нельзя упускать, это умение создавать и продвигать бренд – имидж нашей страны и индустрии. Качественный маркетинг казахстанских товаров должен способствовать активному их продвижению на внешнем рынке, отметил Президент [27].

В Стратегии «Казахстан-2050»: новый политический курс для нового Казахстана в быстро меняющихся исторических условиях», определяющей основные направления социально-экономического развития страны, ключевой задачей поставлена входение Казахстана в число 30-ти самых развитых государств мира к 2050 году. «Среди развивающихся стран конкуренция за место в этом клубе будет ожесточенной. Нация должна быть готова к глобальному экономическому противоборству, ясно осознавая, что место под солнцем гарантировано лишь сильнейшим» [28].

Для входения в число 30-ти ведущих стран мира у Казахстана имеется ряд конкурентных преимуществ, которые могут быть использованы для повышения имиджа страны, укрепления позиции Казахстана на мировой арене, повышения устойчивости экономического развития.

- размером почти как вся Западная Европа, девятая по величине страна в мире, Казахстан стратегически расположен в центре регионального рынка с более чем 500 миллионами потребителей;

- быстро развивающаяся инфраструктура страны и инвестиции в современную транспортную сеть;

- конкурентные преимущества Казахстана включают его уникальный климат;

- 80% территории страны относится к сельскохозяйственным угодьям и используется только 40% или 96 миллион гектаров земли;

- по сравнению с другими республиками Центральной Азии, в Казахстане функционирует Международный финансовый центр «Астана». МФЦА является финансовым центром для Центральной Азии, Кавказа, ЕАЭС, Ближнего Востока, Западного Китая, Монголии и Европы.

МФЦА способствует устойчивому развитию Республики Казахстан и всего региона Центральной Евразии, предлагает бизнесу новые возможности для привлечения инвестиционного капитала и создания значимых и эффективных проектов в сфере производства и услуг, развития рынков сбыта. МФЦА объединяет лучший опыт и самые современные возможности передовых финансовых центров от Нью-Йорка и Лондона до Дубая, Гонконга и Сингапура.

- высокий потенциал развития возобновляемых источников энергии;

- благоприятный инвестиционный климат;

- недорогая жизнь в мегаполисе;

- развитие туризма. Индустрия туризма в настоящее время активно развивающихся направлений в Казахстане. Казахстан славится богатыми туристическими достопримечательностями.

Используя эти конкурентные преимущества Казахстан займет свою нишу в международном разделении.

Однако, для укрепления позиции страны на международном рынке необходимо разработать отдельную Стратегию или концепцию по позиционированию и продвижению имиджа Казахстана с привлечением и широким участием заинтересованных государственных органов, бизнес-сообществ, экспертов и различных финансовых и международных компаний. Разработчиком должно выступать Министерство иностранных дел Казахстана, коррелирующим с Концепцией внешней политики Республики Казахстан на 2020-2030 годы [29].

Необходимо разработать определенный долгосрочный национальный брендинг, устанавливающий степень инвестиционной и туристической привлекательности страны, влияющий на репутацию выпускаемых ими товаров, авторитет на мировой арене и даже их нахождение в мировом разделении труда.

Как отмечает известный политолог Д. Сатпаев: «Как продавцы «товара», многие страны активно работают над собственным брендом и репутацией, пытаясь привлечь к себе внимание международной аудитории, будь то туристы или инвесторы. И Казахстан здесь не является исключением» [30].

Одна из главных целей огромных трат - не только улучшение политического образа стран в глазах международного сообщества, но и привлечение инвестиций, за которые в мировой экономике постоянно идут сражения. Но, как и в случае с политическими имиджем, негативные или позитивные прогнозы хотя бы одного из трех мировых рейтинговых агентств (кстати, все родом из США) могут сильно повлиять на инвестиционную привлекательность любой страны.

В 2022 году для улучшения инвестиционного климата в Казахстане была утверждена Концепция инвестиционной политики Республики Казахстан до

2026 года [31]. Перед государством стоят три важные задачи, решение которых влияют на развитие инвестиционного потенциала страны:

Первое. Дальнейшее развитие инвестиционной экосистемы. Данная задача будет реализована через укрепление благоприятной инвестиционной среды, улучшение торговой логистики и развития производственно-сбытовых связей между иностранными инвесторами и отечественными компаниями; содействие развитию благоприятного инвестиционного имиджа путем совершенствования информационно-коммуникационной поддержки инвестиционной деятельности.

Основой совершенствования инвестиционного климата страны являются повышение уровня прозрачности реализации инвестиционной деятельности и создание для нее благоприятных условий. Успешность данной задачи во многом заключается в обеспечении осведомленности стейкхолдеров о проводимых реформах и продвижении имиджа Казахстана на мировой арене.

В целях дальнейшего совершенствования информационной поддержки будет продолжено продвижение инвестиционного имиджа Республики Казахстан путем медийного освещения и продвижения проводимых инвестиционных мероприятий по привлечению инвестиций и инвестиционных возможностей Республики Казахстан в крупных зарубежных и/или республиканских средствах массовой информации.

Для привлечения инвесторов необходимо использовать такие инструменты как посредством участия/организации и презентации инвестиционных возможностей Республики Казахстан на инвестиционных мероприятиях (форумы, круглые столы, выставки, конференции, семинары и другие) в Республике Казахстан и/или за рубежом.

Второе. Содействие росту инвестиционной активности частного сектора будет реализована через привлечение инвестиций к проектам государственно-частного партнерства. Наряду с этим, получит развитие венчурного финансирования, создание условий для привлечения дополнительного инвестиционного капитала в экономику.

Третье. Раскрытие инвестиционного потенциала экономики. Данная задача предусматривает реализацию через повышение эффективности использования потенциала Международного финансового центра «Астана» в сфере привлечения прямых и портфельных инвестиций. Деятельность МФЦА по развитию локального рынка и экспертизы в области управления активами будет направлена на привлечение ведущих международных и локальных компаний, оказывающих услуги на рынке управления активами.

Существует много проблем, сдерживающих привлечение инвестиций в экономику страны. Невысокий уровень доверия инвесторов к судебной системе. Это и недостаточная эффективность государственных инвестиций; недостаточно эффективное межведомственное взаимодействие между различными государственными органами и институтами развития в рамках работы по привлечению и удержанию инвестиций; недостаточно развитая инфраструктура для инвесторов и др. Казахстан должно делать упор и акцент на решение данных

проблем, создание благоприятных условий для инвесторов. Мало привлечь инвестора в страну – его еще надо и удержать.

Таким образом, Казахстану необходимо разработать прозрачную и предсказуемую политику по привлечению прямых иностранных инвестиций, так как инвесторы сталкиваются с такой проблемой, как способ реализации государственной политики.

Необходимо делать акцент на создание национальных конкурентоспособных брендов на мировом рынке, который обеспечит вхождение страны в разряд глобальных игроков в различных областях, начиная с экологически чистого производства, продуктов питания и заканчивая зеленой экономики. Также необходимо предусмотреть разработку стратегии продвижения и популяризации национального бренда по всем основным каналам коммуникаций, которая способствует усилению национальной идентичности, росту конкурентоспособности казахстанских товаров, продвижению внешних экономических и политических интересов Казахстана.

Например, кондитерская фабрика «Рахат», «Баян сулу», АО «Фуд Мастер», «Султан», Каспий Банк и др. Можно данные бренды развивать дальше или можно создавать новые конкурентоспособные бренды в различных отраслях экономики, которые смогут завоевать мировые и европейские рынки. Для этого требуется вливание огромных финансовых ресурсов с привлечением частных инвестиций, ресурсы ведущих отечественных компаний и субъектов квазигосударственного сектора.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Имидж - это общий показатель авторитетности государства и благополучия действий на мировой арене, оценка мнения зарубежного сообщества стране. В современном глобальном информационном обществе, где процесс обмена, получения и донесения информации вышел на качественно новый уровень, нельзя недооценивать важную роль международного имиджа государства.

По результатам проведенного исследования сформулированы следующие основные выводы:

В рамках данного исследования, а также в результате анализа работ исследований по данной тематике, внешнеполитический имидж признается как целенаправленно и активно формируемый образ страны (посредством использования определенных технологий), призванный оказывать эмоционально-психологическое воздействие на мировое общественное мнение, мировую политическую элиту, правящие круги и граждан других государств.

Внешнеполитический имидж государства создается для воздействия на зарубежные аудитории с целью формирования у зарубежных граждан позитивного восприятия, проводимой государственной политики.

Проблема формирования положительного международного имиджа страны приобретает особую актуальность в связи с изменившейся ситуацией на геополитическом пространстве, адаптироваться к новым геоэкономическим реалиям. От этого зависит создание благоприятных условий для привлечения прямых иностранных инвестиций, установления деловых крепких деловых отношений с зарубежными партнерами, дальнейшее инвестиционное и торговое сотрудничество, продвижение отечественной продукции на зарубежные целевые рынки.

Одним из ключевых факторов, влияющих на имидж государства, является его инвестиционная привлекательность. Привлечение инвестиций может быть важным фактором формирования имиджа Казахстана, так как инвесторы могут оценивать страну не только по ее экономическим показателям, но и по ее потенциалу для роста и развития. Совершенствование экономики страны в большей степени определяет её имидж. Одним из необходимым условием развития экономики страны являются привлечение инвестиционного капитала. Привлечение инвестиций в экономику страны способно создать мнение потенциальных инвесторов о её инвестиционном климате, а также повлиять на инвестиционный имидж.

Однако, привлечение инвестиций требует определенных усилий со стороны государства, таких как создание благоприятного инвестиционного климата, устранение бюрократических препятствий и содействие в решении проблем, возникающих у инвесторов в процессе реализации инвестиционных проектов. Также важно проводить активную маркетинговую кампанию для привлечения внимания потенциальных инвесторов к преимуществам Казахстана как инвестиционной площадки. Для того чтобы инвестиции способствовали

формированию имиджа Казахстана, необходимо создать благоприятный инвестиционный климат, который будет способствовать привлечению инвесторов и укреплению доверия казахстанской экономики. Для этого необходимо проводить реформы, направленные на улучшение инвестиционного климата, упрощение процедур регистрации бизнеса, улучшение правовой защиты инвесторов и т.д.

Основой становления международного имиджа страны составляет культура государства, ее развитие, культурный потенциал народа, притягательность нравственных и другие ценности нации. В культуре выражена национальная идентичность и самобытность народа, национальная идея, которые обеспечивают вклад нации в развитии государства и формирования мировой цивилизации, определяет место страны в мире.

Культурная политика успешного государства направлена на обеспечение устойчивого развития общества на основе формирования созидательных ценностных ориентиров. Культура является качественным измерением развития всех важных аспектов жизнедеятельности общества и государства.

Туризм является не только крупнейшей, но и наиболее быстро развивающейся отраслью мирового хозяйства, где развитие туризма почти в 2 раза превосходят темпы роста других отраслей экономики.

Казахстан имеет богатый туристско-рекреационный потенциал. При формировании имиджа у страны должны опираться на свои национальные особенности, и должно основываться на том, чего нет у других.

Ввиду того, что экономический имидж как представление о деловом климате во многом формируется на основании рейтингов, отражающих деловой климат, были рассмотрены различные международные рейтинги. Казахстан в индексе человеческого развития занимает 56 место в списке из 191 страны. Республика вошла в рейтинг стран с очень высоким социальным и экономическим уровнем развития. В рейтинге миролюбивых стран 2022 года Казахстан занял 97-е место из 163 стран в мире. Эксперты рейтинга отмечают, что в течение многих лет Казахстан считался самой мирной страной в Центральной Азии.

Согласно Ernst&Young Казахстан занимает первое место по инвестиционной привлекательности среди центральноазиатских стран. Инвесторы по итогам 2021 года вложили в развитие казахстанских предприятий более 23 млрд долл. США, главными отраслями прямых инвестиций были возобновляемая энергетика, нефтяная промышленность, IT сфера.

В рейтинге национальных брендов, проведенным Finance Nation Brands за 2023 год бренд Казахстана оценен в сумме 218 млрд. долл. США, которая увеличилась на 19% по сравнению с 2022 годом.

Однако, отмечается снижение индекса экономической свободы среди стран мира. По результатам рейтинга 2023 года Казахстан с результатом 62,1 балла занял 71 место, опустившись на 7 пунктов по сравнению с прошлым годом. Согласно индексу восприятия коррупции по итогам 2022 года, Казахстан занял

101-е место среди 180 стран и набрал лишь 36 баллов, против 37 баллов в 2021-м. Стоит отметить, что средний ИВК по миру уже одиннадцатый год подряд держится на уровне 43 баллов, и это говорит о том, что многие страны не могут добиться в борьбе с коррупцией какого-либо успеха.

В индексе мировой пресс-свободы 2022 года Казахстан занял 122-е место из 180 стран с рейтингом свободы прессы в размере 48,28 балла, в прошлом году при том же количестве стран-участниц Казахстан занимал 155 место. Несмотря на то что Казахстан значительно улучшил показатели в рейтинге по сравнению с прошлым годом, уровень свободы прессы все еще остается на низком уровне, отмечают авторы.

Резюмируя вышеизложенное, следует отметить, что позиция Казахстана в международных рейтингах отражает смешанный образец успехов и вызовов и свидетельствует о том, что страна имеет как достижения, так и проблемы, которые нужно решать. Страна достигла значительных успехов в области экономического и социального развития, но остаются вызовы в области коррупции и свободы прессы.

Вместе с тем, в ходе изучения и анализа факторов формирования имиджа Казахстана выявлены общие проблемы в создании и позиционирования Казахстана.

1) недостаточная работа ряда дипломатических представительств по продвижению казахстанских брендов за рубежом, по привлечению передовых, ресурсосберегающих технологий и реализации инвестиционных проектов с высокой добавленной стоимостью в регионах страны;

2) недостаточная политика внешнеполитического ведомства страны и принятие кардинальных мер по обеспечению результативности работы по продвижению национального туристического продукта и экспорта продукции национальных ремесел на внешние рынки;

3) недостаточное позиционирование Казахстана на мировых рынках и отсутствие сильных национальных брендов, формирующих репутацию и конкурентное преимущество страны;

4) отсутствие единой и четкой стратегии и комплексного плана по продвижению и позиционированию Казахстана на внешнеполитическом пространстве;

5) отсутствие системной, структурированной и взаимосвязанной работы государственных органов по продвижению национального имиджа Казахстана на мировых рынках;

6) недостаточность вложения инвестиций в бренд Казахстана со стороны крупного бизнеса и частных компаний;

7) недостаточное использование современных цифровых технологий для улучшения и продвижения национального имиджа;

8) отсутствие научных прикладных исследований и прогнозирования для дальнейшей работы по продвижению и укреплению национального имиджа.

Имиджевая политика имеет большое значение для развития любого государства. Поэтому перед государством стоит задача по эффективной организации и осуществлению имидже-формирующей политики. Особую роль при реализации имиджевой политики государства играет внешняя политика. Так как имидж – это один из инструментов внешней политики. В этом русле большую роль играет государственный орган в лице Министерства иностранных дел с дипломатическими представительствами и консульскими учреждениями за рубежом. На наш взгляд, необходимо проводить активную и действенную работу дипломатическими представительствами по продвижению казахстанских брендов за рубежом, по привлечению передовых, ресурсосберегающих технологий и реализации инвестиционных проектов с высокой добавленной стоимостью в регионах страны.

В целом, формирование и реализация имиджа может осуществляться различными методами и инструментами. Необходимо определить, какие ожидаемые результаты от формирования и реализации имиджа.

Необходимо разработать новую Концепцию внешней политики Республики Казахстан с учетом новой сложившейся геополитической ситуацией, одним из направлений которого должно быть продвижение и создание имиджа нового Казахстана.

На позиционирование Казахстана на мировой арене также может повлиять амбициозная задача по вхождению Казахстана в число 30-ти самых развитых государств мира. Это поднимет на новый уровень развитие Казахстана, повысит привлекательность страны.

В целом, будущее имиджа Казахстана зависит от эффективности мер по продвижению страны, наличия достойных достижений и инновационных решений, а также от мирового контекста, в котором развивается глобальное сообщество.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Boulding K.E. The image: knowledge in life and society. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1956. 175 p.
2. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Palgrave Macmillan. Basingstoke, 2007.
3. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Пабллик рилейшнз». СПб, 2004. С. 39.
4. Philip Kotler Ph. A framework for marketing management. – New Jersey: Pearson Education, 2003.
5. Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004
6. Официальный интернет-ресурс Министерства иностранных дел Республики Казахстан РК – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa/page/contacts/kontakty-zagranuchrezhdeniy-kazahstana?lang=ru>
7. Официальный интернет-ресурс Национального Банка РК – URL: <https://nationalbank.kz/ru/news/pryamyie-investicii-po-napravleniyu-vlozheniya>
8. Официальный интернет-ресурс Бюро Национальной Статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/foreign-market/publications/14477/>
9. Ставки налогов по Конвенциям (Соглашениям) об избежании двойного налогообложения и предотвращении уклонения от налогообложения в отношении налогов на доход и капитал.(по состоянию на 2020 год) — Информационная система «ПАРАГРАФ». — URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=37913498#sub_id=0
10. Республика Казахстан в современной системе международных отношений. Международная конференция, приуроченная к 30-летию дипломатической службы РК – Нур-Султан. КИСИ при Президенте РК, 2022г. - 224стр.
11. Официальный интернет-ресурс Национального Банка РК – URL: <https://www.nationalbank.kz/ru/news/pryamyie-investicii-po-napravleniyu-vlozheniya>
12. Официальный интернет-ресурс АО «Национальная компания «KAZAKH INVEST». <https://invest.gov.kz/>
13. Объекты ЮНЕСКО – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qazalem/activities/27946?lang=ru>
14. Официальный интернет-ресурс Министерства культуры и спорта Республики Казахстан – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mcs/press/news/details/540215?lang=ru>
15. Балапанова А. С., Кайдарова А. С. Роль Казахстана в обеспечении региональной безопасности в Центральной Азии // Вестник КазНУ. – Алматы, 2012. URL: <https://articlekz.com/article/8113>

16. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе / под ред. М.С. Вершинина. – Санкт-Петербург: Астпресс, 2001. – 10-14 с.
17. Встреча Папы Римского Франциска в аэропорту столицы Казахстана – Официальный интернет-ресурс Президента Республики Казахстан URL: <https://www.akorda.kz/ru/vstrecha-papy-rimskogo-franciska-v-aeroportu-stolicy-kazahstana-1383233>
18. Индекс человеческого развития 2021/2022. Портал United Nations Development Programme URL: https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021_22overviewrupdf.pdf
19. Рейтинг миролюбивых стран. Finprom.kz - аналитический портал о бизнесе и финансах. URL: <https://finprom.kz/ru/article/v-rejtinge-miroljubivyh-stran-kazahstan-poteryal-srazu-29-pozicij-za-god>
20. Инвестиционная привлекательность стран Центральной Азии. Ноябрь 2022. Портал EY в странах Кавказа и Центральной Азии URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_kz/topics/attractiveness/ey-central-asia-attractiveness-survey.pdf
21. Официальный интернет-ресурс Национального Банка Республики Казахстан URL: <https://www.nationalbank.kz/ru/news/informacionnye-soobshcheniya/14657>
22. Интернет-ресурс консалтинговой компании Brand Finance URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-nation-brands-2022-preview.pdf>
23. Индекс экономической свободы стран мира. Интернет-ресурс АО «Институт экономических исследований» URL: https://economy.kz/ru/Novosti_instituta/id=5641
24. Индекс восприятия коррупции. Интернет-ресурс АО «Институт экономических исследований» URL: <https://ranking.kz/reviews/world/chut-huzhe-chem-v-tanzanii-chut-luchshe-chem-v-malavi-kakoe-mesto-zanimaet-kazahstan-soglasno-indeksu-vospriyatiya-korrupsii.html>
25. Индекс мировой пресс-свободы // Портал Nonews. – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/worldwide-press-freedom-index>
26. Участие Главы государства в расширенном заседании коллегии МИД (18.11.2021г.) – Официальный интернет-ресурс Президента Республики Казахстан URL: <https://www.akorda.kz/ru/glava-gosudarstva-kasym-zhomart-tokaev-prinyal-uchastie-v-rasshirennom-zasedanii-kollegii-mid-18105730>
27. Участие Главы государства на совещании по индустриально-инновационному развитию страны в Караганде – URL: <https://www.zakon.kz/4982881-neobhodimo-sozdavat-i-prodvigat-imidzh.html?ysclid=1h3qs12tg0503635463>
28. Стратегия "Казахстан-2050": новый политический курс состоявшегося государства. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера Нации Н.А. Назарбаева народу Казахстана, г. Астана, 14 декабря 2012

года. // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет». – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1200002050>

29. Указ Президента Республики Казахстан от 6 марта 2020 года № 280 «О Концепции внешней политики Республики Казахстан на 2020 – 2030 годы» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет». – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U2000000280/links>

30. Брендовая идея. Журнал Forbes Kazakhstan. URL: https://forbes.kz/process/expertise/brendovaya_ideya

31. Постановление Правительства Республики Казахстан от 15 июля 2022 года № 482. «Об утверждении Концепции инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет». – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000482>

32. Jervis R. The Logic of Images in International Relations // Princeton University Press. 1970. P. 285-286

33. Галумов Э. Л. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003; Его же. Основы PR. М.: Летопись XXI, 2004; Его же. Имидж против имиджа. М.: Известия, 2005.

34. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». СПб., 2004. С. 39.

35. Philip Kotler Ph. A framework for marketing management. – New Jersey: Pearson Education, 2003.

36. Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004

37. Сулакшин С.С., Хвыля-Олинтер Н.А. Отношение к России в мире // Труды Центра научной политической мысли и идеологии. Вып. № 8, январь 2015г. - М.: Наука и политика, 2015. 28 с

38. Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вест. Томск. ун-та. Сер. Философия. Социология. Политология. 2012. № 3 (19). С. 53.

39. Van Nam, P. The Rise of the brand state: The postmodern politics of image and reputation // Foreign Affairs, 8(5), - 2001. pp. 2 – 6.

40. Vladimirov A.V. Country branding and its reflection in the global rankings of "soft power" / A.V. Vladimirov, V.A. Korolev, A.A. Trunina // West. international. organizations: education, science, new economy. - 2014. - Т. 9, number 2. - p. 209 - 228.

41. Федина, В. Г. Современные подходы к привлечению инвестиций в экономику Республики Казахстан – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 18 (308). – С. 162-166. – URL: <https://moluch.ru/archive/308/69490/>.