



В статье дается сравнительный анализ динамики развития валютного рынка Казахстана и изменений, вызванных воздействием на него глобальной пандемии.

***Ключевые слова:** валютный рынок, курс тенге, Национальный Банк Республики Казахстан, валютное регулирование, конвертация валют, пандемия коронавируса.*

CURRENCY MARKET OF KAZAKHSTAN BEFORE AND IN TIME OF PANDEMIC: COMPARATIVE ANALYSIS

R.E.Yelemesov, A.A.Raimbekova*

Kazakh National University named after al-Farabi, Almaty, Kazakhstan

e-mail: a.raimbekovaa@mail.ru

***Summary.** Settlements in national and foreign currency are made between residents of the republics participating in various international trade relations and capital flows. With the help of foreign assets, various financial transactions are carried out, gold and foreign exchange reserves of the country are formed, some economic norms and indicators are calculated (target earnings of the bank, private capital, etc.). In connection with this, it is necessary to create a developed foreign exchange market, which will allow to increase the volume of foreign exchange transactions.*

The article provides a comparative analysis of the dynamics of the development of the foreign exchange market in Kazakhstan and the changes caused by the impact of the global pandemic on it.

***Key words:** foreign exchange market, tenge exchange rate, National Bank of the Republic of Kazakhstan, currency regulation, currency conversion, coronavirus pandemic.*

МРНТИ 06.52.13

УДК 331.446.4

ББК 65.290

<https://doi.org/10.51579/1563-2415.2021-2.11>

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ СОЗНАНИЕ КАК ОСНОВА КРЕАТИВНОСТИ В БИЗНЕСЕ

Н.В.Ибрагимова*, Ә.С. Бақтымбет

Казахский университет экономики, финансов и международной торговли,

Нур-Султан, Казахстан

email: ibrnatalya73@mail.ru

***Аннотация.** Цель исследования в данной статье – раскрытие и обоснование отличия современного предпринимателя, обладающего не только необходимыми знаниями и навыками в области предпринимательской деятельности, но и творческим потенциалом, креативностью, нестандартным подходом к решению бизнес-проблем.*

Проблематика статьи заключается в том, что в настоящее время, нет четкого понимания в обществе понятия творческого предпринимателя, не видно различие между классическим пониманием бизнесмена и бизнесмена, работающего в области творческих, креативных индустрий, что зачастую затрудняет деятельность таких бизнес-процессов.

Важность статьи заключается в том, что в ней обоснованы и уточнены некоторые аспекты понятий о предпринимательском сознании, даны обоснования необходимости развития творческой составляющей у предпринимателей современного типа. Так же в статье даны практические рекомендации предпринимателям, каким образом можно



начать предпринимательскую деятельность в области творческих, креативных индустрий.

В результате проведенного исследования была выявлена прямая зависимость типа предпринимательского сознания на активность и эффективность деятельности современного предпринимателя. Дано четкое понимание разграничения отличий бизнесмена от предпринимателя, а точнее, классического предпринимателя-бизнесмена от творческого предпринимателя.

Ключевые слова: креативность, творческий предприниматель, экономическое сознание, бизнесмен, творческое мышление, инновации

Основные положения статьи заключаются в следующем: раскрытие теории сущности экономического сознания, сущности творческого предпринимательства и понимания отличия творческого предпринимателя от классически принятого, анализ проблем творческого предпринимательства в Республике Казахстан и пути их решения.

Введение. Актуальность и важность вопроса, рассматриваемого в статье, заключается в том, что экономическое сознание в настоящее время, характеризуется как системный компонент сознания в связи с тем особым местом, которое деловая деятельность занимает в социальной жизни современного человека, а также в реализации его основных целей [1].

На сегодняшний день актуальными и рентабельными видами экономической деятельности субъектов Республики Казахстан становятся постиндустриальные направления, относящиеся к области креативных (творческих) индустрий.

В этой связи особенно важным является установление четкости понимания творческого предпринимателя, творческого экономического сознания, как основы системы развития постиндустриального общества.

Исследования проблем предпринимательского сознания, его творческой составляющей, находят свое отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых, таких как Ньюбайджин Дж., Хоукинс Дж., Махлуп Ф., Бекниязова Д.С., Жумагалиева Б.З., Булхайрова Ж.С., Князева, Е. Н., Орлова Т.С., которые внесли существенный вклад в теорию и практику развития креативного, творческого предпринимательского мышления, становления творческого подхода в предпринимательской деятельности.

Проблематика статьи отражается в следующем.

Проведенный обзор научных трудов выявил, что, исследования в области творческого предпринимательского сознания, и, в частности, творческих индустрий Республики Казахстан, не проводились на достаточном уровне.

Так было выявлено, что отсутствуют работы по специфике творческого подхода в различных отраслях неиндустриальной направленности (киноискусство, музеи, галереи, художественное творчество и много другое).

Не раскрыты возможности применения творческого подхода в деятельности таких предприятий, а так же по адаптации эффективного зарубежного опыта к условиям деятельности казахстанских предприятий.

Материалы и методы. Методика исследования в данной статье основывается на таких научных общих и специальных методах как, метод анализа и синтеза, метод эмпирического исследования, экономико-статистический метод, а также прогнозирование и визуализация показателей исследования на основе схематического и сетевого моделирования.

Результаты и обсуждение. Само понятие креативного, творческого сознания было официально признано в 2000 году в США, на основе научных трудов ряда западных ученых-исследователей.



Как отмечал Джон Ньюбайджин, «...экономическое сознание связано с моральным сознанием, так как экономические отношения в делах можно считать социальными отношениями (в то же время они моральны или аморальны)» (рис. 1) [2, с.29].

Шумпетер Й. подчеркивает, что структура экономического сознания - это совокупность, а не системное образование, в результате которого различные конструкции действуют независимо, автономно от других, определяя экономическое поведение в предпринимательской деятельности [3].

Этот автор делит целое на взаимосогласованные субструктуры экономического подсознания:

1.Первая подструктура - конструкции, которые обычно отражают хозяйственный порядок, хозяйственную структуру, которая существует как отношения между предпринимателем и обществом, предпринимателем и деятельностью.

2.Вторая подструктура - конструкции, объясняющие видимый предмет хозяйственного порядка. Особенностью подструктуры является наличие оценочного компонента, выражающегося в различных формах: от одобрения-объяснения до отказа.

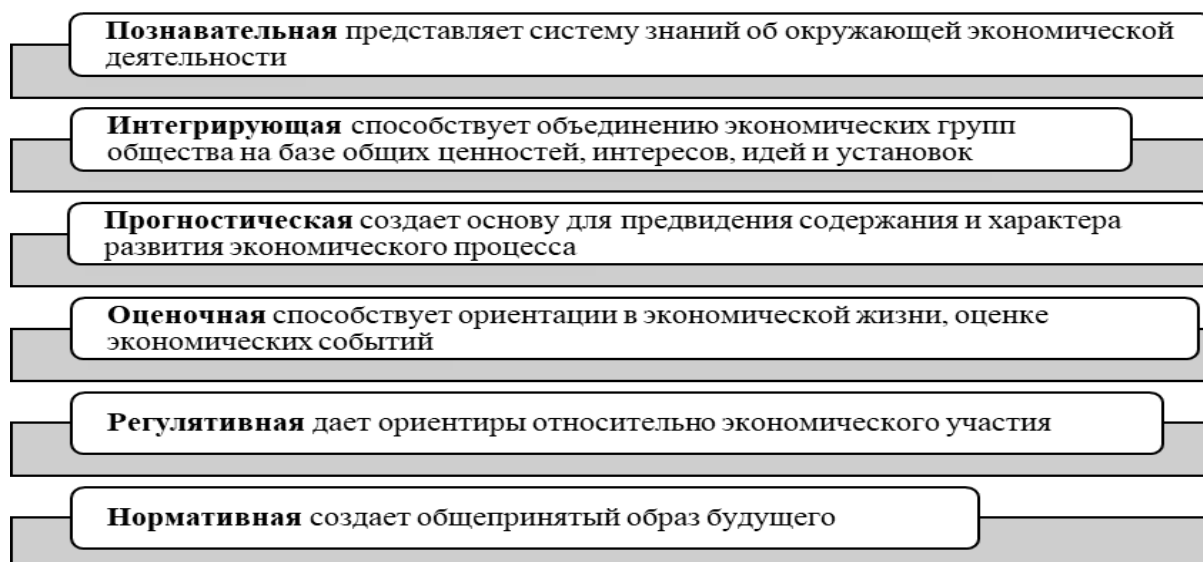


Рисунок 1 - Функции экономического сознания (разработано авторами)

3.Третья подструктура - идеальное построение экономических отношений. Это продукт нравственного сознания, убеждений индивида и его социальной ориентации.

4.Четвертая подструктура - долговременные ориентационные конструкции, обеспечивающие поведение в конкретных деловых ситуациях, - отношения с государственными организациями.

5.Пятая подструктура ориентирована на достижение целей предпринимательства как ценности как таковой. Результат коммерческой деятельности отделяется от прямой связи со средствами и продуктами жизнеобеспечения и становится самосознаваемым.

6.Шестая подструктура - конструкции экономических измерений - экономическая мысль.

Таким образом, экономическое сознание-это система теоретических и практических знаний, оценок, настроений и чувств, посредством которых социальные субъекты (индивиды, группы, классы, общество) осознают экономическую сферу.



В результате проведенного исследования авторы пришли к выводу, что экономическое сознание является основой для формирования такого класса как творческие предприниматели.

Творческое предпринимательство – это относительно новая концепция в бизнесе [4].

Например, культурный туризм-культура и творчество - всегда является поводом для туристов посетить страну, но он также оказывает экономическое влияние на ряд других отраслей (жилье, логистика, кейтеринг и т.д.)

Большинство творческих компаний - это небольшие или даже микропредприятия, очень мобильные, часто сезонные и основанные на проектах [5].

Основой такого предпринимательства является интеллектуальный капитал.

Проблема в том, что хорошие модели еще не разработаны для оценки реальной стоимости этого интеллектуального капитала.

Это значительно усложняет поиск инвесторов и финансирование.

С точки зрения распределения, творческое предпринимательство имеет хорошую позицию за рубежом.

Это чаще, чем мы привыкли думать.

В ЕС (Европейском Союзе) культурные и творческие отрасли составляют 4,4% ВВП (Внутренний Валовой Продукт) и работают там 7 миллионов человек.

Творческие отрасли - это не только достаточно крупные, но и наиболее активно развивающиеся области [6].

Например, в Эстонии 11,4% всех зарегистрированных предприятий работают в творческих отраслях и составляют 5% занятости населения.

На сегодняшний день, в Республике Казахстан существует и развивается креативная экономика, которая становится одним из важнейших факторов экономического роста страны.

К примеру, в реестре юридических лиц, на начало 2020 года было зарегистрировано 17 581 креативное предприятие, что составляет 3,8% от общего числа зарегистрированных в стране юридических лиц.

Активность деятельности и развития творческих индустрий регулярно изучается и анализируется.

Так, в феврале 2020 года было проведено анкетирование в разрезе деятельности ансамблей традиционной казахской музыкальной культуры и был выявлен ряд проблем.

Анкетирование было проведено среди музыкальных групп (таблица 1).

Таблица 1

Проблемы развития творческих индустрий в Республике Казахстан

№ п/п	Проблема	% опрошенных
1.	Нехватка рекламы и маркетинговых методов пропаганды	11
2.	Недостаточное финансирование	12
3.	Отсутствие профессионального менеджмента	8
4.	Нехватка профессиональных кадров	2,7
5.	Недостаточность мероприятий по повышению квалификации	2,7
6.	Отсутствие мотивационных мер	8,8

Примечание: составлено по данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [7]



Как видно из данных таблицы 1, перечень проблем в креативных индустриях Республики Казахстан довольно широк.

Основными проблемами являются нехватка профессиональных кадров и отсутствие мотивационных мер для работников творческих отраслей.

Предпринимателям, желающим начать бизнес в таких областях деятельности необходимо учитывать выявленные проблемы, тщательно их проанализировать и принимать своевременные меры для их устранения [7].

Задача бизнесмена - развить существующий бизнес или создать новый, следуя четким и устоявшимся правилам.

Настоящий бизнесмен - это не тот, у кого появилась блестящая идея, а тот, кто смог построить на этой идее сильный бизнес и захватить рынок [8].

Доходы бизнесменов намного выше, чем у инвесторов.

Когда говорят о состоянии бизнесмена, то говорят не о его деньгах на банковском счете, а об оценке его бизнеса с точки зрения инвесторов.

Предприниматель - настоящий творец.

Он предлагает новые продукты, открывает новые ниши, умеет зарабатывать деньги там, где не получается у других [9].

Предприниматели инвестируются только венчурными инвесторами.

По мнению авторов, творческий предприниматель - это человек, одержимый своими творческими идеями.

Его уникальность заключается в том, что он сочетает в себе талант и деньги в своем бизнесе[10].

Необходимо проанализировать цепочки создания стоимости творческих продуктов.

Одним из ключевых методов анализа творческой бизнес-модели является анализ цепочки создания стоимости.

Это поможет понять последовательность добавления ценности к вашей идее, продукту или услуге.

От (А) создания первоначальной идеи до (Б) производства и воспроизводства, а затем до (В) маркетинга и продаж, до той стадии, когда клиент (Г) потребляет ваш продукт (рис. 2).

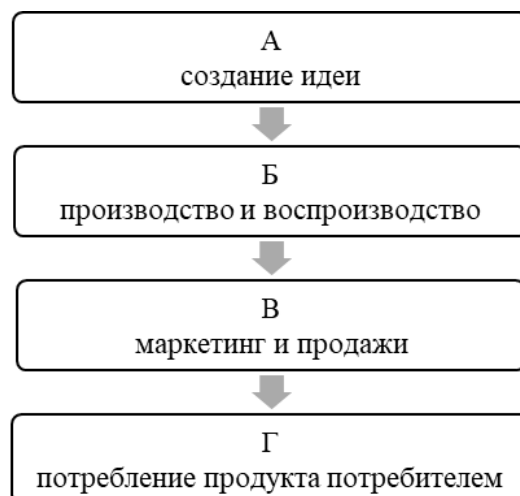


Рисунок 2 – Процесс добавления ценности к идее, продукту (разработано авторами)



Например, создание фильма - это процесс с самой сложной цепочкой создания стоимости, которая может быть. Он сложен из-за сроков, стоимости и организации взаимодействия между многими людьми на четырех этапах создания цепочки создания стоимости[11].

Этот канал начинается со сценариста, затем продюсерской компании, затем режиссера, маркетинга и выхода фильма в кинотеатрах, на телевидении, на DVD (ди-ви-ди, англ. Digital Versatile Disc — цифровой многоцелевой диск). Это намного проще, когда творческий предприниматель, как графический дизайнер, разрабатывает фирменный стиль для запуска и работает непосредственно с владельцем или продает свои фотографии через свой собственный веб-сайт клиентам без каких-либо посредников.

Заключение. Таким образом, авторы статьи сделали следующие выводы: творческий человек, основывающийся и руководствующийся творческим сознанием, занимающийся предпринимательской деятельностью, несомненно, может стать успешным бизнесменом в той или иной области творческих индустрий. Творческое предпринимательство принципиально отличается от обычных трудовых норм, оно требует больших навыков, подвижности и умения постоянно учиться. Творческий предприниматель обладает рядом существенных преимуществ в противовес обычному бизнесмену, поскольку обладает не только необходимыми бизнес-знаниями, но и креативным, творческим мышлением и интуицией, разбирается в стратегиях и направлениях развития креативных индустрий. Он создает продукты или открывает ниши, которые заставляют инвесторов и деловых людей бодрствовать практически круглосуточно. Творческие предприниматели, вопреки законам экономики, не стремятся максимизировать прибыль.

Список литературы

1. Лайонел, Роббинс. История экономической мысли. Лекции в Лондонской школе экономики [Текст], Изд-во Ин-та Гайдара, 2013.-496 стр. ISBN: 978-5-93255-365-7 (в пер.).
2. Ньюбайджин, Дж. Креативная экономика. Картирование. [Текст] М: «Креативная экономика», 2012.-80с. ISBN: 978-5-91292-064-6 (в пер.).
3. Шумпетер, Й. Теория экономического развития [Текст]/ пер. с нем. М., 2013. С.169 ISBN: 978-5-699-19290-8 (в пер.).
4. Князева, Е. Н. Философия науки. Междисциплинарные стратегии исследований: учебник для вузов / Е. Н. Князева. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 289 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05131-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453974>. Дата обращения 5.12 2020г.
5. Кастельс, М. Становление общества сетевых структур / Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. [Текст] Под ред. В. Л. Иноземцева. М., 2013. 594 с. ISBN: 978-5-7598-1009-4 (в пер.)
6. Стрелец, И. Экономика сетевых благ [Текст]// Мировая экономика и международные отношения, № 10, 2015, С. 77-83 ISBN: 978-5-392-00909-1 (в пер.).
7. Сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан Текст: электронный // <https://stat.gov.kz/> Дата обращения 7.12 2020г.
8. Орлова, Т. С. Креативность экономического сознания личности [Текст]: автореф. дис. на соиск. степ. д-ра филос. наук: спец. 09.00.01 — антология и теория познания / Т. С. Орлова; Тюмен. гос. ун-т. — Тюмень, 2016. 35 с. ISBN: 978-3-847-32182-8 (в пер.).
9. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-



12565-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457100> Дата обращения 5.12 2020г.

10. Staying Ahead: The economic performance of the UK's creative industries [Текст], by R Andari, H Bakhshi, W Hutton, A O'Keefe and P Schneider, The Work Foundation, London, 2016. <http://www.britishcouncil.org/ru/russia-projects-cultural-creative-economy-useful-resources-stayingahead.pdf> ISBN: 978-5-91134-310-1

11. Untersuchung des oekonomischen potenzials der «CREATIVE INDUSTRIES» in Wien [Текст], by Veronika Ratzenboeck, Katharina Demel, Robert Harauer, Guenther Landsteiner, Rahel Falk, Hannes Leo, Gerhard Schwarz. 2014 ISBN: 978-5-94841-400-3

References

1. Laionel, Robbins. Istoriya ekonomicheskoi misli. Lekcii v Londonskoi shkole ekonomiki [Текст], Izd-vo In-ra Gaidara, 2013.-496 str. ISBN: 978-5-93255-365-7 (v per.).

2. N'yubaidzhin, Dzh. Kreativnaya ekonomika. Kartirovanie. [Текст] М: «Kreativnaya ekonomika », 2012.-80s. ISBN: 978-5-91292-064-6 (v per.).

3. Shumpeter, I. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya [Текст]/ per. s nem. М., 2013. S.169 ISBN: 978-5-699-19290-8 (v per.).

4. Knyazeva, E. N. Filosofiya nauki. Mezhdisciplinarnie strategii issledovaniy: ochebnik dlya vuzov/ E. N. Knyazeva. — Moskva: Izdatelstvo Yurait, 2020. — 289 s. — (Visshee obrazovanie). — ISBN 978-5-534-05131-5. — Текст: электронни // EBS Yurait [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453974>. Дата обращения 5.12 2020г.

5. Kastel's, M. Stanovlenie obshestva setevih struktur/Novaya postindustrial'naya volna na Zapade. Antologiya. [Текст] Pod red. V. L. Inozemceva. М., 2013. 594 s. ISBN: 978-5-7598-1009-4 (v per.)

6. Strelec, I. Ekonomika setevih blag [Текст]// Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnie otnosheniya, № 10, 2015, S. 77-83 ISBN: 978-5-392-00909-1 (v per.).

7. Sait Byuro nacionalnoi statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniyu i reformam Respubliki Kazahstan Tekst: elektronnyi // <https://stat.gov.kz/> Дата обращения 7.12 2020г.

8. Orlova, T. S. Kreativnost' ekonomicheskogo soznaniya [Текст]: avto-ref. dis. na soisk. step. d-ra filos. nauk: spec. 09.00.01 — antologiya i teoriya poznaniya/ T. S. Orlova; Tyumen. gos. un-t. — Tyumen', 2016. 35 s. ISBN: 978-3-847-32182-8 (v per.).

9. Zeldovich, B. Z. Menedzhment v mediaindustrii: uchebnik dlya srednego professional'nogo obrazovaniya/ B. Z. Zeldovich. — 2-e izd., ispr. i dop. — Moskva: Izdatelstvo Yurait, 2020. — 293 s. — (Professional'noe obrazovanie). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст: электронни // EBS Yurait [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457100> Дата обращения 5.12 2020г.

10. Staying Ahead: The economic performance of the UK's creative industries [Текст], by R Andari, H Bakhshi, W Hutton, A O'Keefe and P Schneider, The Work Foundation, London, 2016. <http://www.britishcouncil.org/ru/russia-projects-cultural-creative-economy-useful-resources-stayingahead.pdf> ISBN: 978-5-91134-310-1

11. Untersuchung des oekonomischen potenzials der «CREATIVE INDUSTRIES» in Wien [Текст], by Veronika Ratzenboeck, Katharina Demel, Robert Harauer, Guenther Landsteiner, Rahel Falk, Hannes Leo, Gerhard Schwarz. 2014 ISBN: 978-5-94841-400-3



КӘСІПКЕРЛІК САНА БИЗНЕСТЕГІ ШЫҒАРМАШЫЛЫҚТЫҢ НЕГІЗІ РЕТІНДЕ

Н.В.Ибрагимова*, Ә.С. Бақтымбет

Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университеті,

Нұр-Сұлтан, Қазақстан

email: ibrnatalya73@mail.ru

Түйін. Экономикалық сана іскерлік қызметтің қазіргі адамның әлеуметтік өмірінде алатын ерекше орнына байланысты сананың жүйелік компоненті ретінде сипатталады. Экономикалық сананың қалыптасуы экономикалық қатынастардың субъектісі ретінде өзін-өзі танудан, яғни экономикалық өзіндік сананың қалыптасуынан, кәсіпкерлік қызметті жандандыру мүмкіндігінен басталады. Экономикалық сана шығармашылық кәсіпкерлер сияқты таптың қалыптасуына негіз болып табылады. Шығармашылық кәсіпкерлік әдеттегі еңбек нормаларынан түбегейлі ерекшеленеді, ол үлкен дағдыларды, үнемі оқуды қажет етеді.

Түйінді сөздер: креативтілік, шығармашылық кәсіпкер, экономикалық сана, бизнесмен, шығармашылық ойлау, инновация

ENTREPRENEURIAL CONSCIOUSNESS AS THE BASIS OF CREATIVITY IN BUSINESS

N.V.Ibragimova*, A.S.Baktymbet

Kazakh university of economics, finance and international trade, Nur-Sultan, Kazakhstan

email: ibrnatalya73@mail.ru

Summary. Economic consciousness is characterized as a system component of consciousness in connection with the special place that business activity occupies in the social life of modern man. The formation of economic consciousness begins with self-awareness as a subject of economic relations, that is, with the formation of economic consciousness, the possibility of activating entrepreneurial activity. Economic consciousness is the basis for the formation of such a class as creative entrepreneurs. Creative entrepreneurship is fundamentally different from the usual labor standards, it requires great skills, the ability to constantly learn.

Key words: creativity, creative entrepreneur, economic consciousness, businessman, creative thinking, innovation.

МРНТИ 06.56.25

УДК 338.24.

<https://doi.org/10.51579/1563-2415.2021-2.12>

ИННОВАЦИОННАЯ ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПК

М.Искакова*¹, А.В.Заякина², А.Т.Абдикаримова³

¹ Университет «Туран-Астана», Нур-Султан, Kazakhstan

² Екибастузский инженерно-технический институт им. акад. К. Сатпаева,
Экибастуз, Казахстан

³ Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина, Нур-Султан, Казахстан

e-mail: dokphd.unikum@mail.ru

Аннотация. Сельское хозяйство, которое включает в себя все виды экономической деятельности, от предоставления ресурсов для сельского хозяйства, ведения сельского хозяйства, создания добавленной стоимости и предоставления рынку продовольственной продукции до обеспечения национальной безопасности, остается важным сектором эко-