



Статистика, учет и аудит, 2(89)2023. стр. 47-55
DOI: <https://www.doi.org/10.51579/1563-2415.2023-2.06>

MPFТА 82.05.09
ӘОЖ 65.338

ЗАМАНАУИ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТРЕНДТЕРДІ ҚОЛДАНУ НЕГІЗІНДЕ «КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯНЫ» ДАМУЫН ЗЕРТТЕУ

А.Е. Қалымбек, Д.А. Куланова*

КеАҚ «М.О.Әуезов атындағы Оңтүстік қазақстан университеті», Шымкент, Қазақстан

*Corresponding author e-mail: k_dana_a@mail.ru

Аңдатпа. Қазіргі уақытта креативті индустриялар әлемдік экономика мен халықаралық сауданың қарқынды дамып келе жатқан секторларының бірі болып табылады. Шығармашылық индустриялар бұл зияткерлік меншік құқықтарын капиталдандыру мен коммерцияландыруға негізделген шығармашылық еңбек басым және қосылған құны жоғары салалар. Креативті экономиканың ерекшеліктері мен ерекшеліктері сараптамалық қоғамдастықта «әсер экономикасы», «символдық экономика», «қолөнер революциясы» тұрғысынан талқыланады.

Креативті индустриялар соңғы жылдары экономикалық дамыған елдерде өсу драйверлеріне айналды. Қазақстан Республикасында креативті индустрияларды дамыту перспективаларына талдау жүргізілді. Қазақстан экономикасындағы креативті индустрияларды дамытудың жекелеген аспектілері бағаланды.

Жаһандық әлемдік трендтермен салыстыру жүргізілді. Жеке шығармашылық тұлғалар – жеке кәсіпкерлер, өзін – өзі жұмыспен қамтығандар және шағын бизнес-көбінесе өзара әрекеттесу синергиясының мүмкін артықшылықтарын пайдаланбай оқшауланған түрде жұмыс істейтініне баса назар аударылады.

Экономикалық қызметтің осындай субъектілерінің кооперациясын пайдалану кезінде әсерді барынша арттыруға болады және бұл креативті индустриялардың кілтіне аймақтың кеңістіктік дамуына серпін бере алады. Зерттеудің ақпараттық базасын зерттеу тақырыбы бойынша ғылыми жарияланымдардың нәтижелері, Нормативтік-құқықтық актілер, авторлардың өз зерттеулері құрады.

Қазақстан экономикасындағы креативті секторларды дамытудың маңызды бағыттары негізделді, креативті индустрияларды дамыту бойынша ұсыныстар тұжырымдалды. Ұсынылған ұсынымдар шығармашылық секторларды дамыту, Қазақстанның нақты жағдайларында өңірлік брендтерді қалыптастыру жөніндегі іс-шараларды жоспарлау және іске асыру үшін пайдаланылуы мүмкін.

Түйінді сөздер: креативті индустрия, креативті экономика, іс-шараларды іске асыру, креативті секторлар.

Негізгі ережелер. Мақалада шығармашылық салалар өте алуан түрлі екендігі көрсетілген. Олардың қарқынды даму аясында бәсекеге қабілетті өнім жасау қабілеті соңғы онжылдықтарда өңірлерде креативті экономиканың дамуына елеулі негіз болды. Ғылыми-практикалық сипаттағы көптеген жарияланымдар мен аналитикалық деректер шығармашылық әлеуетті коммерциялық әлеуетке айналдыру және брендтер құру мүмкіндігін растайды.

Cite this article as: Kalymbek A.E., Kulanova D.A. Study of the development of the «Creative industry» based on the use of modern innovative trends. *Statistics, accounting and audit*. 2023, 2(89), 47-55. (In Kaz.). DOI: <https://www.doi.org/10.51579/1563-2415.2023-2.06>



Кіріспе. Біз экономиканың әртүрлі салаларын (соның ішінде шығармашылық қызмет салаларын) дамытуға серпін беретін жылдам цифрлық серпіліс дәуірінде өмір сүріп жатырмыз, мысалы, бейне және компьютерлік ойындарды әзірлеу, бағдарламалық өнімдердің кең ауқымы, виртуалды және толықтырылған шындық өнімдері, туризм және қызмет көрсету, білім беру және ғылыми әзірлемелер, музыка және әдебиет, театр және бейнелеу өнері, сән және косметология, маркетинг және жарнама, теледидар және радио, сәулет және дизайн, кинематография және анимация және т. б. шығармашылық салалармен тікелей немесе жанама байланысты.

Бір жағынан, әлеуметтік-мәдени кеңістік шеңберінде креативті индустриялар инновациялық технологиялар мен ғылыми жаңалықтарды белсенді қолдана отырып, шығармашылық компонент біріктіруші бастама болып табылатын мәдениетті дамытудың жаңа бағыты ретінде әрекет етеді. Екінші жағынан, шығармашылық индустриялар экономикалық өсудің маңызды драйверіне айналуға, өйткені олардың капиталдандырылуы.

Креативті индустрияларды қалыптастыруды зерттеудің өзектілігі экономиканың салыстырмалы түрде жаңа және перспективалы секторын – креативті экономиканы немесе білім экономикасын – жұмыспен қамтудың шығармашылық және стандартты емес нысандарын дамытуға, тауарларды өндіруге және инновациялық, ақпараттық және бұлтты технологиялар мен желілік коммуникацияларды тарта отырып, мәдениет пен өнер саласындағы тұтынушылардың қалауының өзгермелі сипатын қанағаттандыруға бағытталған тереңірек зерттеу қажеттілігімен байланысты.

Материалдар мен әдістер. Бұл зерттеу шолу және қолданбалы болып табылады. Негізгі әдістер: талдау және синтез, сипаттау, салыстыру, жалпылау. Зерттеудің ақпараттық базасы ашық көздерден шетелдік авторлардың ғылыми және қолданбалы сипаттағы жарияланымдары, нормативтік актілер, түрлі ұйымдардың ресми сайттарының ақпараты, автордың аталған мәселелер бойынша өз зерттеулері болды.

Нәтижелер және талқылау. Креативті экономика мен шығармашылық индустриялар Қазақстанда соңғы 15-20 жылда сараптамалық қоғамдастықта белсенді талқылануда. Алайда, біздің ойымша, дәл қазір шығармашылық индустрияларды қолдау және экономиканың креативті секторын дамыту мемлекеттік саясаттың басымдығына айналды. Қазақстан өңірлерінде біртіндеп қарқын ала отырып, креативті экономика дамудың инновациялық түріне көшуге ықпал етеді.

2021 жыл бетбұрыс болды: республикалық деңгейде креативті индустрияларға және оның дарынды өкілдеріне жүйелі мемлекеттік қолдауды қамтамасыз ететін, экономиканың креативті секторын дамытуға, мәдениет қайраткерлері, бизнес және мемлекеттік билік өкілдері арасындағы салааралық өзара іс-қимылды кеңейтуге жаңа мүмкіндіктер ашатын тұжырымдамалық сипаттағы бірқатар негізгі құжаттар мен жобалар қабылданды. Схемалық түрде шаралар кешенін өзара байланысты блоктар ретінде ұсынуға болады: институционалдық, гранттық және жобалық қолдау; негізгі оқиғаларды өткізу.

Креативті индустриялар ұғымы аймақтық және ұлттық ерекшеліктермен тікелей байланысты және әр елде әр түрлі. Шығармашылық экономика туралы әмбебап қолданбалы түсінік жоқ. Нәтижесінде экономиканың барлық салалары үшін экономиканың креативті сегментіне жататын компанияларды танудың қарапайым, айқын және өтпелі критерийлері жоқ.

Көптеген елдерде креативті индустриялардың экономикалық үлесі өте маңызды, ЭЫДҰ елдеріндегі креативті экономиканың үлесі ішкі жалпы өнімнің он, кейде одан да көп пайызына жетеді. Креативті индустриялар мәдени және рухани құндылықтарды



өзектендіруге ықпал етеді, халықтың шығармашылық әлеуетін дамытады және сол арқылы азаматтардың өмір сапасына және жалпы қоғамның тұрақтылығына оң әсер етеді. Креативті экономиканы дамыту алғаш рет 2015 жылы БҰҰ-ның халықаралық күн тәртібінде тұрақты даму факторы ретінде жарияланды, онда креативті индустрияларды дамытуға жәрдемдесу жеке міндет қана емес, сонымен қатар адами капиталдың сапасын қоса алғанда, тұрақты даму мақсаттарына (ТДМ) қол жеткізу тәсілі (UNSD, 2018).

Қазіргі уақытта бүкіл әлемдегі әлеуметтік-экономикалық және мәдени дамудың жаңа кезеңі шығармашылық компонентті заманауи технологиялармен біріктіретін креативті индустриялардың дамуымен байланысты. Креативті экономика қарқынды цифрландыру жағдайында экономикалық өсудің тиімді заманауи моделі ретінде қарастырылады. Әлемдегі креативті салаларды капиталдандыру 2,3 трлн долларға жақындап келеді.

Креативті индустрияларды қалыптастыруды зерттеудің өзектілігі экономиканың салыстырмалы түрде жаңа және перспективалы секторын - креативті экономиканы немесе білім экономикасын - жұмыспен қамтудың шығармашылық және стандартты емес нысандарын дамытуға, тауарларды өндіруге және инновациялық, ақпараттық және бұлтты технологиялар мен желілік коммуникацияларды тарта отырып, мәдениет пен өнер саласындағы тұтынушылардың қалауының өзгермелі сипатын қанағаттандыруға бағытталған тереңірек зерттеу қажеттілігімен байланысты.

Креативті индустриялар құбылысы зерттеушілер арасында үлкен қызығушылық тудырады, өйткені ол қазіргі заманғы әлеуметтік-мәдени кеңістіктің ғана емес, сонымен бірге кәсіпкерлік қызметтің де динамикалық және сонымен бірге екіұшты дамып келе жатқан бағыттарының бірі болып табылады. «Креативті индустриялар» тіркесінде экономикалық және әлеуметтік – мәдени тұрғыдан бастап бірқатар коннотациялар бар екендігі таңқаларлық емес.

Креативті экономика дегеніміз - бұл экономиканың жаңа түрін түсіну керек, ол дәстүрліден айтарлықтай ерекшеленеді, өйткені өндіріс процесі ресурстардың дәстүрлі түрлеріне негізделмейді, бірақ өнімнің құндылығы оны жасаушының қиялы мен шығармашылығына байланысты артады.

Шығармашылық экономиканы мәдени, көркемдік, инновациялық тауарлар мен қызметтерді құратын экономикалық агенттер жұмыс істейтін экономика ретінде қарастыруға болады. Сонымен қатар, өз өнімдерін жасау үшін оларға өндірістік қорлар қажет емес, олар өз жұмыстарын көрсетуге және идеялармен алмасуға болатын қалалық, мәдени кеңістіктерде құра алады. Шығармашылық экономика креативті көзқарас тұрғысынан сипатталады, оның негізінде жобалық ойлау, шығармашылық қиял (модельдеу), практикалық фокус жатыр.

«Шығармашылық экономика» ұғымын Business Week журналы 2000 жылдың тамызында енгізді [1]. Алайда, «мәдени индустрия» термині XX ғасырдың ортасында пайда болды. неміс философтары Т. Адорно мен М. Хоркгеймердің «ағартушылық диалектикасы» еңбегінде. Олар бұл қызмет саласын «өндіруші мен тұтынушы бар тауардың бір түрі» деп сипаттады. Тұтынушы ретінде стандартталған өнер арқылы капиталистік қоғамда айла-шарғы жасау объектісі болып табылатын бұқара әрекет етеді [2]. Ғалымдар өнер мен мәдениеттің жаппай таралуын сынға алды. Олардың пікірінше, «мәдениет» пен «индустрия» қарсылас болуы керек еді, бірақ капиталистік демократия кезінде бірігіп кетті.

XX–XXI ғасырлар тоғысында мәдени индустриялардың қоғамдық өмірдегі орны мен рөлі айтарлықтай өзгерді. Дүние жүзіндегі өмірдің әртүрлі салаларында



шығармашылықтың өсуі негізінен экономикалық этиологияға ие болды. Материалдық ресурстардың тапшылығы қызмет пен ұйымдастырудың жаңа түрлері мен формаларын іздеуге әкелді. Материалдық өлшемі жоқ шығармашылық дамудың шешуші факторына айналды. Бұл іздеу контекстінде осы саланы тереңірек теориялық зерттеуге түрткі болды. 1973 жылы индустриалды қоғам теориясының классигі Д. Белл теориялық білім экономикада барған сайын маңызды факторға айналып келе жатқанын атап өтті, бұл негізінен ғалымдар мен инженерлерден тұратын білім қызметкерлерінің бүкіл класын қалыптастырумен расталады [3].

Бүгінгі таңда зерттеушілердің көпшілігі қолданатын «шығармашылық индустриялар» ұғымының канондық анықтамасын 1998 жылы Ұлыбритания үкіметінің мәдениет, медиа және спорт департаменті берген: «бұл жеке шығармашылық бастамаға, шеберлікке немесе талантқа негізделген және зияткерлік меншікті өндіру және пайдалану арқылы қосымша құн мен жұмыс орындарын құру әлеуетін көтеретін қызмет» [2].

Жалпы, «мәдениет» және «индустрия» ұғымдарының бірігуі өнер туындыларын (фотография, репродукция, дыбыс жазу және т.б.) көбейтуге мүмкіндік беретін жаңа техникалық құралдар пайда болған сәтте болды деп айтуға болады. Бір жағынан, индустрия бұл туындыны көптеген адамдарға қол жетімді етті, екінші жағынан оны жаппай тұтыну мен коммерциялық қанауға айналдырды.

Шығармашылық индустрияның заманауи тұжырымдамасы М. Портер, Р.Кавес, Р. Флорида, Ч. Ландри, Д. Тросби, Сент-Каннингэм, Т. Флю, Дж. Хокинс, Д. Хезмондалша, Н.Гарнхэм, Дж. Хартли, Дж. О'Конора және басқалар. [1; 4; 5]. Осы салаға бет бұрған отандық ғалымдардың ішінде е. В.Зеленцова, Н. Гладких, сондай-ақ Н.Ю. Замятин, В. М. Гнедовский, А. Пилясов, В. В. Криштаносов А. Я. Флиер, С. Г. Галаганова хоркгеймер мен Адорно идеяларының жақтаушылары ретінде [6; 7]. Креативті индустрия тұжырымдамасының белсенді дамуы көбінесе саяси деңгейде мәдени капиталдың экономикалық өсудегі рөлін біртіндеп түсінумен, әлеуметтанушылар мен философтардың мәдениет пен экономика салаларын «саралау» мәселесіне назар аударуымен байланыстын.

Аталған мәселелер бойынша соңғы жарияланымдарды талдау және жалпылау шығармашылық экономиканың жаһандық трендтерінің ішінде авторлардың пікірімен келісуге мүмкіндік береді:

- бұл экономикадағы қосылған құнның едәуір үлесін қамтамасыз ететін интеллектуалды, жасампаз қызмет және бұл салаға креативті индустриялар мен инвесторлар мен кәсіпкерлерді тартады;
- шындығында, цифрлық технологиялар адамды барлық жерде алмастыратын болса, шығармашылық индустриялар автоматтандырылмайтын жұмыс түрлеріне назар аударады және соның арқасында жұмыс орындарын құру мен сақтау үшін әсіресе перспективалы болады;
- қашықтағы форматтағы жұмыс жаңа тауарлар мен қызметтерді әзірлеу кезінде оның нәтижелерінің қолжетімділігін арттыра отырып, шығармашылық жұмыспен қамтуда белсенді түрде таралуда;
- тауарлар мен қызметтердің кең ассортименті цифрлық кеңістікте құрылады және бөлінеді, нарықтардың жаһандануына көлік-логистикалық жүйелер мен технологиялардың дамуы және тауарлар өндірісін біріздендіру әсер етті;
- пандемия, дағдарыс жағдайында жеделдетілген цифрландыру және жұмыспен қамту құрылымының өзгеруі шығармашылық салалардың кеңеюін ынталандырады, олардың экономикадағы салмағын арттырады;



– шығармашылық индустриялар секторы басқа салалардан жастарды, мүгедектерді, әйелдерді, шағын қалалар мен ауылдардың тұрғындарын жұмысқа орналастырудың кең мүмкіндіктерімен ерекшеленеді, бұл дағдарыс жағдайында адами капиталды сақтауға және аумақтардың үйлесімді дамуына ықпал етеді.

Креативті экономиканың аталған трендтерінің ішінде олардың қайсысы қалыптаспаған есепке алу жүйесіне байланысты өзгермелі қазақстандық экономика жағдайында әлсіз немесе күшті көрінетінін бағалау қиын. Бұл ретте осы сектордан қосылған құнның үлесі онлайн-тауар айналымы сияқты Еуропаның көптеген елдеріне қарағанда әзірге айтарлықтай төмен. Біздің ойымызша, жұмыс орындарының айтарлықтай қысқару қаупі бар еңбек процестерін кеңінен автоматтандыру перспективасы да қазақстандық жағдайлар үшін жетекші тренд болып табылмайды.

Қазақстанда креативті индустриялар тақырыбына жақында ғана жүгінді. Мүмкін, бұл отандық нарықтың дамуындағы артта қалумен байланысты. «Шығармашылық индустриялар» ұғымы алғаш рет «креативті индустрияларды дамытудың 2021 - 2025 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы» Мемлекеттік құжатта тіркелген: «Шығармашылық индустриялар-шығармашылық қызмет, сондай-ақ мәдени өнімдерді капиталдандыру және оларды нарықта ұсыну жөніндегі қызмет процесінде экономикалық құндылықтарды өндіретін компаниялар, ұйымдар мен бірлестіктер».

Қазақстандағы креативті индустриялар көбінесе «шығармашылық индустриялар» деп аударылады, осылайша бұл ұғымды орыс тілінде «тамырлауға» тырысады.

Осылайша, Хоркгеймер мен Адорно ұсынған проблемалар әр түрлі сала мамандарының – экономика, философия, әлеуметтану, мәдениеттану, өнертану, психология, саясаттану, менеджмент, урбанистика мамандарының мәдени салалар құбылысын одан әрі түсінуге негіз болды, осы құбылысты зерттеудің шекараларын кеңейтті, бұл шығармашылық салалардың рөлін анықтауда өзара бәсекелес екі теориялық тәсіл туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. қоғам үшін индустриялар.

Сондай-ақ, отандық шығармашылық нарықтың біршама баяулаған дамуына қарамастан, Қазақстанда бұл құбылысты зерттеуге неғұрлым терең теориялық көзқарас бар екенін атап өткен жөн. Бұл болашақта жаңа технологияларды әзірлеуге және енгізуге, сондай-ақ елдің барлық өңірлерінде экономиканың осы секторын неғұрлым жоспарлы және тиімді дамытуға ықпал етуі мүмкін.

Бүгінгі таңда экономикалық, мәдени және әлеуметтік өзара іс-қимыл арқылы ұлттық экономиканы дамытудың құқықтық базасын, стратегиялық және саяси құжаттарын әзірлеген және әзірлеуді жалғастырған Ұлыбритания (креативті салада жұмыс істейтін адамдар мен компаниялардың санына, экономикадағы мемлекеттік бағытқа, креапродукциялардан түсетін елеулі пайдаға қарағанда) креативті экономикадағы айтылмаған көшбасшы болып саналады.

Қазақстандық зерттеушілердің бағалауы бойынша, Қазақстан экономикасындағы креативті экономика секторының жалпы қосылған құны 2022 жылы 2,4 трлн теңгеге немесе ЖІӨ-нің 2,4% - ға жетті.

Германияда, Нидерландыда және Ұлыбританияда бұл көрсеткіш 3% – дан сәл жоғары, АҚШ пен Италияда 7% – ға жуық, ал Индонезияда ең жоғары өсім 9% болды. Жалпы әлемде осы сектордың жыл сайынғы өсімі шамамен 8% - ға құрайды.

Қазіргі уақытта шығармашылық индустрияның әлемдік нарығының үш ірі сегменті бар: Азия-Тынық Мұхиты, Еуропалық, Солтүстік Америка. АТР-тұтынушылардың максималды шоғырлануы, газеттер мен бейне ойындарға жоғары сұраныс, креативті индустрияның бірқатар көшбасшылары үшін «үй» бар әлемдегі ең ірі креативті



индустрия нарығы. Үнді кітап индустриясы - бұл кітап сатудан түсетін кірістің ең жоғары өсу қарқыны бар әлемдегі 10-шы ірі кітап нарығы. 1990 жылдары Сеулде басталды. Медиа технологиялардың дамуын ынталандыру бүгінде әлемдегі ең технологиялық тізімнің шыңына шығарды. Киберспортқа үлкен инвестициялар қаланы осы саладағы экспорттың көшбасшысына айналдырды.

Еуропалық шығармашылық индустрия нарығы тарихи мұра, өнер және сәнге қатысты ұйымдардың бірегей шоғырлануына негізделген.

Мысалы, әлемдегі ең көп баратын 10 мұражайдың 7-і Еуропалық. 69 креативті қаланың 30-ы еуропалық. Ұлыбритания - өнер нарығында көшбасшы (әсіресе қазіргі заманғы өнер саласында). АҚШ пен Канададағы креативті индустрия нарығының дамуы креативті қызметтер мен аудиовизуалды медиа – теледидар, кино түсіру және радио нарығымен байланысты.

Мұнда цифрлық мәдени контентті тұтынушылардың ең көп саны шоғырланған – 47 %, бұл Азия (25 %) мен Еуропаға (24%) қарағанда көбірек. АҚШ 2006 жылдан бастап негізінен дизайнерлік өнімдерді, баспа және аудиовизуалды өнімдерді экспорттай отырып, креативті индустрия өнімдерінің таза экспорттаушысы болып табылады.

АҚШ-тың креативті экспорт «Глокализация» стратегиясы болып табылады, өйткені ол шетелдік тұтынушыларға бейімделген өнімдер мен қызметтерден тұрады. АҚШ-та креативті және мәдени салаларды дамытудың бірыңғай федералды саясаты жоқ. Осыған қарамастан, АҚШ-та креативті индустриялар аясында 2019 жылы 30 миллионнан астам жұмыс орны құрылды.

Қазіргі уақытта АТР елдеріндегі креативті индустриялардың орташа жылдық табысы нарықтың 33% - немесе 743 млрд.долл., Еуропада - 32% немесе 709 млрд.долл. Солтүстік Америкада – нарықтың 28% немесе 620 миллиард доллар. Қазақстандық шығармашылық индустрияның кірісін шамамен 127 миллиард долларға бағалауға болады., бұл нарықтың 6 % құрайды.

Осыған қарамастан, жоғарыда аталған креативті салалардың алуан түрлілігіне қарамастан, бүгінде креативті индустрияның отандық салалары арасында бірінші жол ақпараттық технологиялар, бағдарламалық қамтамасыз ету және компьютерлік қызметтер саласына, екіншісі – жарнама мен маркетингке тиесілі, ал кірістілік бойынша үштікті «баспа қызметі» саласы жабады.

Дамыған елдермен салыстырғанда «креативті индустрия», «креативті қала» ұғымдары Қазақстан үшін салыстырмалы түрде жаңа. Алайда соңғы жылдары біздің еліміз экономиканың осы секторын дамыту проблемаларына және оны дамыту үшін инфрақұрылым құруға көбірек көңіл бөлуде.

Креативті инфрақұрылымды құру орталығы бұрынғысынша Алматы қаласы болып қала беретініне қарамастан, онда бір жерде креативті мамандар, көреген инвесторлар мен адал басқарушылар жиналған, елорда Қазақстанның өңірлік орталықтары үшін экономикалық және мәдени трансформацияның оң мысалдарын ұсынады.

Халықаралық тәжірибе көрсеткендей, барлық елдерде шығармашылық индустрияларды дамыту мемлекеттік қолдаудың бағдарламалық шараларына сүйенеді.

Қазақстан бұл бағытта әзірге артта қалып отыр, көптеген қалаларда жекелеген шаралар қабылдануда, бірақ заңнамаға креативті индустриялар ұғымын енгізуді, оларды әр өңірде дамыту стратегиясын әзірлеуді, креативті кластерлерді, сондай-ақ ұлттық жоғары оқу орындары жанындағы бизнес-инкубаторларды құруды, білім беру саласын тиісті қайта құруды, жеңілдікті кредиттеуді, танымал етуді және қолдауды қамтитын жүйелі мемлекеттік қолдау қажет мәдени индустриялар экспортының.

Креативті экономиканың дамуына ықпал ететін факторлардың бірі Қазақстанның



басқа өңірлерімен салыстырғанда, негізінен креативті индустрия секторларына тартылатын шағын және орта бизнес кәсіпорындарының үлесі жоғары болып табылады. Алайда, бірнеше жылдар ішінде елде тіркелген жеке кәсіпкерлер мен шағын бизнестің саны азайып келеді. Сонымен қатар, соңғы тенденциялар аясында шығармашылық сектордың өкілдері өз қызметін өзін-өзі жұмыспен қамтығандар ретінде рәсімдей алады деп үміттенуге болады.

Қазақстанда кәсіпкерлікті, оның ішінде экономиканың креативті секторында шешуші рөл атқаратын шағын және орта бизнес субъектілерін қолдаудың және олардың дамуына жәрдемдесудің экожүйесінің дамуын жеке атап өту қажет.

Әлемдегі креативті индустрияларды дамыту трендтерін, қазақстандық ерекшеліктер мен жергілікті ерекшеліктерді шолу негізінде Қазақстанда осы секторды үйлесімді қалыптастыру үшін мынадай іс-шаралар ұсынылуы мүмкін:

- осы салада қабылданатын шаралардың тиімділігіне мониторинг жүргізу және бағалау үшін Қазақстан экономикасының креативті секторы бойынша статистикалық деректерді жинау және өңдеу әдістемелерін өзгерту;

- өңір аумағында тіркелген шығармашылық сектор ұйымдарын дамытудың өңірлік бағдарламаларын іске асыруға қатысуды жандандыру;

- Өңірлік даму бағдарламаларын әзірлеу кезінде креативті индустрияға баса назар аударатын отырып, өңіраралық және өңірішілік кооперация міндеттерін шешу;

- нақты әдістер мен көрсеткіштерді қолдана отырып, жергілікті өндірушілердің өнімдерін әкелу-әкетуді терең талдау (материалдық ағынды талдау (MFA), көлік-экономикалық тепе-теңдік, логистикалық қызмет көрсетудің өзара байланысты аймақтарын модельдеу және т. б.);

- жергілікті ұйымдардың өңірге сырттан әкелінетін сияқты бәсекеге қабілетті өнім шығару, өңірлік брендтер құру әлеуетін бағалау;

- демалыс маусымына тәуелді емес шығармашылық қызмет түрлерін дамыту және қолдау үшін мүмкіндіктерді іздеу және шығармашылық индустриялардың маусымдық және маусымнан тыс түрлерінің кооперациясы;

- өңірдің шағын кәсіпорындары мен кәсіпкерлерін креативті индустрияға баса назар аударатын отырып, кооперациялық қатынастарды жандандыруға тарту;

- шығармашылық индустрияға баса назар аударатын отырып, кооперацияға қызмет көрсету үшін банк капиталын тарту тетіктерін әзірлеу.

Қозғалған проблематика айтарлықтай ауқымды екені анық, ал Қазақстан экономикасы мен креативті индустрия секторы дамитын жағдайлар тұрақты өзгерістерге ұшырайды, сондықтан осы мақала оның неғұрлым тар аспектілерін одан әрі зерттеу үшін перспектива ашады.

Әдебиеттер тізімі

1. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. – М. : ВШЭ, 2014. – 456 с.
2. Криштаносов В. В. Современные культурные индустрии: теоретический аспект / В. В. Криштаносов // Вестник Белорусского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 2 (26). – С. 33–39.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. – М.: Академия, 1999. – 783 с.
4. Ю. И. Червакова, Д. Д. Черных. Оценка влияния «креативного класса» на социально-экономическое развитие в России // Конкурс научных, конструкторских и технологических работ студентов Волгоградского государственного технического университета (г.Волгоград, 13–17 мая 2019 г.): тез. докл. – Волгоград : Изд-во ВолГТУ, 2019. – 213 с.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI, 2007. – 421 с.



6. Галаганова С. Г. Мифология креативного класса [Электронный ресурс] // Гуманитарный вестник. – 2014. – Вып. 3. – Режим доступа: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/hum/socio/186.html> (дата обращения: 17.02.2023).

7. Gushchina E. G. Factors, Criteria, and Determinants of the Increase in the Effectiveness of University Education in Russia // *International Journal of Educational Management*. – 2017. – Vol.31, iss.4. – P. 485–496.

References

1. Khezhmondalsh D. *Kulturnye industrii* [Cultural industries]. Moscow, VShE, 2014, 456 p. (in Russian).
2. Krishtanov V. V. *Sovremennye kulturnye industrii: teoreticheskii aspekt* [Modern cultural industries: theoretical aspect]. *Vestnik Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv*, 2016, 2 (26), pp. 33–39 (in Russian).
3. Bell D. *Griadushchee postindustrialnoe obshchestvo: opyt sotsialnogo prognozirovaniia*. Moscow, Akademiia, 1999. – 783 p. (in Russian).
4. Iu.I. Chervakova, D.D. Chernykh. *Otsenka vliianiia «kreativnogo klassa» na sotsialno-ekonomicheskoe razvitie v Rossii. Konkurs nauchnyh, konstruktorskih i tehnologicheskikh rabot studentov Volgogradskogo gosudarstvennogo tehnikeskogo universiteta* [Competition of scientific, design and technological works of students of Volgograd State Technical University]. Volgograd, VolGTU, 2019, p. 213 (in Russian).
5. Florida R. *Kreativnyi klass: liudi, kotorye meniaiut budushchee* [Creative class, people who change the future]. Moscow, Klassika XXI, 2007. 421 p. (in Russian).
6. Galaganova S. G. *Mifologiya kreativnogo klassa* [Mythology of the creative class]. *Gumanitarnyi vestnik*, 2014, 3. Available at: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/hum/socio/186.html>. Zasl. s ekrana (data obrashheniya: 17.02.2023) (in Russian).
7. Gushchina E.G. Factors, Criteria, and Determinants of the Increase in the Effectiveness of University Education in Russia // *International Journal of Educational Management*, 2017, V.31, 4, pp. 485–496.

ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ «КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ» НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ТРЕНДОВ

А.Е. Қалымбек, Д.А. Куланова*

НАО Южно-Казахстанский университет им. М. Ауезова, Шымкент, Казахстан

Резюме. В данной научной публикации рассматриваются вопрос о важнейшей составляющей стратегии модернизации экономики на современном этапе как переход от сырьевой модели развития к креативной, превращение Казахстана в технологически динамичную страну, способную разрабатывать, производить и применять высокие технологии, инновации для крупномасштабного производства конкурентоспособных товаров и услуг. В статье анализируется понятие «креативная экономика» и «креативная индустрия», его основные характеристики и принципы. В заключении приводятся основные направления становления и развития креативной экономики в целом и индустрий в частности.

Ключевые слова: креативті индустрия, креативті экономика, іс-шараларды іске асыру, креативті секторлар.

STUDY OF THE DEVELOPMENT OF THE «CREATIVE INDUSTRY» BASED ON THE USE OF MODERN INNOVATIVE TRENDS

A. Kalymbek, D. Kulanova*

JSC M. Auezov South Kazakhstan University, Shymkent, Kazakhstan

Summary. This scientific publication examines the issue of the most important component of the strategy of modernization of the economy at the present stage as a transition from a raw material model of development to a creative one, the transformation of Kazakhstan into a technologically dynamic country capable of developing, producing and applying high technologies, innovations for large-scale production of competitive goods and services. The article analyzes the concept of «creative economy» and «creative industry», its main characteristics and principles. In conclusion, the main directions of the formation and development of the creative economy in general and industries in particular are given.

Keywords: Creative industry, creative economy, event implementation, creative sectors.



Авторлар туралы ақпарат:

Д.А. Куланова* – э.ғ.к., М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университетінің «Маркетинг және менеджмент» кафедрасының доценті, Тауке хан көш. 5, Шымкент қ., Қазақстан, e-mail: k_dana_a@mail.ru

А.Е. Қалымбек – ОП 7М04120 бакалавриаты – М.Әуезов атындағы «Оңтүстік Қазақстан университеті» НАО «Менеджмент және маркетинг» кафедрасының меңгерушісі, Тауке хан көш. 5, Шымкент, Қазақстан, e-mail: Aruzhan.Kalymbek@gmail.com

Сведения об авторах:

Д.А. Куланова* - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и менеджмент» Южно-Казахстанского университета имени М. Ауэзова, ул. Тауке хана 5, г. Шымкент, Казахстан, e-mail: k_dana_a@mail.ru

А.Е. Қалымбек - магистрант ОП 7М04120 - Менеджмент кафедрасы «Менеджмент и маркетинг» НАО «Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова», ул. Тауке хана 5, г. Шымкент, Казахстан, e-mail: Aruzhan.Kalymbek@gmail.com

Information about authors:

D. Kulanova* - Candidate of Economic Sciences, docent of the Department of «Marketing and Management» of JSC M.Auezov South Kazakhstan University, st. Tauke khan 5, Shymkent, Kazakhstan, e-mail: k_dana_a@mail.ru

A. Kalymbek - Master's student EP 7M04120 - Management of the Department «Management and Marketing» of JSC M.Auezov South Kazakhstan University, st. Tauke khan 5, Shymkent, Kazakhstan, e-mail: Aruzhan.Kalymbek@gmail.com

Алынды: 14.05.2023

Қарауға қабылданды: 25.05.2023

Онлайн қолжетімді: 30.06.2023