

**ЦЕНТР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ –
ФИЛИАЛ ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ КОМИТЕТА НАУКИ МНВО
РК В Г.АСТАНА
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ.Л.Н.ГУМИЛЕВА**

**ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЗЕРТТЕУЛЕР ОРТАЛЫҒЫ-ҚР
ҒЖБМ ҒЫЛЫМ КОМИТЕТІ ЭКОНОМИКА ИНСТИТУТЫНЫҢ
АСТАНА ҚАЛАСЫНДАҒЫ ФИЛИАЛЫ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**ASTANA BRANCH OF THE ECONOMICS INSTITUTE
OF COMMITTEE OF SCIENCE OF MSHE RK
L.N. GUMILEV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY**

**«ЦИФРАНДЫРУДЫ ДАМЫТУ ЖӘНЕ ЭЛЕКТРОНДЫҚ
КОММЕРЦИЯНЫҢ ИНСТИТУЦИОНАЛДЫҚ ОРТАСЫН
ҚАЛЫПТАСТЫРУ: ТРЕНДТЕР, МӘСЕЛЕЛЕРІ ЖӘНЕ ШЕШУ
ЖОЛДАРЫ»**

атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының

ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ

20 ақпан 2024 жыл

СБОРНИК ТРУДОВ

международной научно-практической конференции

**«РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ФОРМИРОВАНИЕ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ:
ТРЕНДЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ»**

20 февраля 2024 год

WORKS

of the international scientific- practical conference

**«THE DEVELOPMENT OF DIGITALIZATION AND THE
FORMATION OF THE INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF E-
COMMERCE: TRENDS, PROBLEMS AND SOLUTIONS»**

2024, February 20th

Астана 2024

УДК 33:004
ББК 65:32.973
Ц 42

Издается под общей редакцией профессора Азатбек Т.А.

Редакционная коллегия:

Азатбек Т.А. – д.э.н., профессор; Жанбозова А.Б. - PhD, Сиксимбаева Г.Т. – магистр государственного и местного управления.

Ц 42 Цифрландыруды дамыту және электрондық коммерцияның институционалдық ортасын қалыптастыру: трендтер, мәселелері және шешу жолдары = Развитие цифровизации и формирование институциональной среды электронной коммерции: тренды, проблемы и пути решения = The development of digitalization and the formation of the institutional environment of e-commerce: trends, problems and solutions. -Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция/ Международная научно-практическая конференция. – International scientific-practical conference. - Астана: Центр социально-экономических исследований – филиал Института экономики Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан, 2024. 378 с.- қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде.

ISBN 978-601-215-232-6

В сборник включены научные доклады отечественных и зарубежных экономистов-исследователей, вузовских работников, специалистов-практиков, докторантов и магистрантов, представленные на международной научно-практической конференции «Развитие цифровизации и формирование институциональной среды электронной коммерции: тренды, проблемы и пути решения». Конференция проведена в рамках реализации научных исследований по проекту грантового финансирования МНВО РК «Формирование институциональной среды рынка электронной коммерции в Казахстане, ее оценка и разработка механизма развития» (ИРН: AP14871419).

Материалы и рекомендации конференции предназначены для практического использования субъектами бизнеса, государственными органами, научными работниками, преподавателями и обучающимися высших учебных заведений.

Жинаққа «Цифрландыруды дамыту және электрондық коммерцияның институционалдық ортасын қалыптастыру: трендтер, мәселелері және шешу жолдары» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясына ұсынылған отандық және шет елдік экономист-зерттеушілердің, жоғарғы оқу орындары қызметкерлерінің, маман-практиктердің, докторанттардың және магистранттардың ғылыми баяндамалары мен ұсыныстары енгізілген. Конференция ҚР ҒЖБМ «Қазақстандағы электрондық коммерция нарығының институционалдық ортасын қалыптастыру, оны бағалау және дамыту тетігін әзірлеу» гранттық қаржыландыру жобасы бойынша (ЖТН: AP14871419) ғылыми зерттеулерді жүзеге асыру шеңберінде өткізілді.

Конференцияның материалдары мен ұсыныстары бизнес субъектілерінің, мемлекеттік органдардың, ғылыми қызметкерлердің, жоғары оқу орындарының оқытушылары мен студенттерінің тәжірибелік пайдалануына арналған.

The collection includes scientific reports by domestic and foreign economists-researchers, university employees, practitioners, PhD students and undergraduates, presented at the international scientific and practical conference «Development of digitalization and the formation of an institutional environment for e-commerce: trends, problems and solutions».

The conference was held as part of the implementation of scientific research under the grant funding project of the MSHE RK «Formation of the institutional environment of the e-commerce market in Kazakhstan, its assessment and development of a development mechanism» (IRN: AP14871419).

УДК 33:004
ББК 65:32.973

© «Институт экономики» Центр социально-экономических исследований – филиал в г. Астана, 2024

Развитие логистической деятельности в АПК предусматривает комплекс мер, направлений и инструментов по созданию общего агрологистического рынка в ЕАЭС и повышение эффективности функционирования национального агрологистического рынка, включая создание новых организаций, формирование логистических систем различного уровня; совершенствование системы обеспечения качества и безопасности продукции с учетом международных требований; расширение инструментов логистической политики, в том числе биржевой стратегии, электронной торговли и др.

В целях организационного совершенствования производственно-сбытовой системы в АПК Казахстана необходимо формирования агрологистической ассоциации, позволяющей обеспечить международное представительство на мировых продуктовых рынках, диверсификацию экспортных поставок, а также повысить конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынках.

Данное исследование реализовано за счет грантового финансирования Комитета науки Министерства образования и науки Республики Казахстан (Грант AP19677634).

Список литературы:

1. Ivanov A., Jaff T. Manufacturing lead time reduction and its effect on internal supply chain // Sustainable Design and Manufacturing. – SDM. - 2017. -p. 68.
2. Andrej Dupal', Patrik Richnák, Ľuboslav Szabo, Klaudia Gubová Porubánová. Modern trends in logistics of agricultural enterprises // [Agricultural Economics](#).- 2019.- 65(№8).- pp. 359-365. – [Электронный ресурс].-URL: DOI: [10.17221/367/2018-AGRICECON](https://doi.org/10.17221/367/2018-AGRICECON)
3. Literature Review of Application of Agricultural Distribution Systems: State of the Art and Recent Developments. 1st International Multidisciplinary Conference on Education, Technology, and Engineering // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. – IMCETE. - 2019.- vol. 410. - p.59-66
4. Киреенко Н. В. Механизм совершенствования логистической системы в АПК Беларуси в условиях региональной торгово-экономической интеграции // Вестник Нац. акад. наук Беларуси. Сер. аграр. наук. – 2019. – Т. 57, № 2. – С. 162–178.
5. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстана. – [Электронный ресурс].-URL: <https://old.stat.gov.kz> (дата обращения 15.12.2023)

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Ж.Б. Рахметулина

к.э.н., профессор

ЕНУ им.Л.Н.Гумилева, Астана

Цифровизация - уже не просто видимый горизонт, а реальность сегодняшнего дня. В рамках цифровизации страна определяет приоритеты

развития экономики, направления и дальнейшие меры. Сейчас Казахстан занимает 8 место в рейтинге ООН по предоставлению онлайн-услуг.

Применение инновационных технологий в разных сферах позволило определить имеющийся потенциал развития и масштабы функционирующих систем. Все субъекты, использующие цифровые технологии, успешно объединяются в комплексную цифровую экосистему, выполняя при этом ряд национальных задач и осуществляя переход к реализации четвертой промышленной революции. Итак, цифровизация является важным структурным элементом развития экономического потенциала стран.

Сегодня мировая индустрия развлечений и медиа переживает новый этап своего развития. Глобальные события, такие как пандемия COVID-19, привели к необходимости адаптации и трансформации многих секторов экономики, включая отрасль развлечений и медиа.

Ключевые игроки в этой сфере столкнулись с необходимостью искать новые цифровые механизмы для генерации прибыли и создания конкурентных преимуществ.

Новые поколения потребителей отличаются повышенными требованиями к персонализации и доступности информации. Такое положение предьявляет вызовы как для традиционных источников информации, так и для новых цифровых платформ.

Текущие изменения в индустрии развлечений и медиа требуют глубокого анализа и прогнозирования будущего развития. Только так можно будет успешно адаптироваться к новой реальности и оставаться конкурентоспособными на рынке.

Креативные индустрии становятся важными инновационными направлениями в экономике многих стран. Развиваясь быстрыми темпами, они не только генерируют новые источники роста собственных экономик, но и создают эксклюзивные экосистемы крупных мегаполисов, фокусируют внимание на прорывные идеи и таланты, оригинальные локации и ландшафты, способствуя тем самым их глобальной узнаваемости.

Согласно действующим подходам ООН, к креативным индустриям относятся дизайн, искусство, мода, кино, музыка, медиа, компьютерная графика, образование и другие направления, основанные на интеллектуальной деятельности. Объем рынка креативных индустрий в мире оценивается на уровне \$104,2 млрд, а капитализация креативных индустрий превышает \$2,0 трлн. При этом каждый год оборот сектора растет на 15%.

По данным ЮНЕСКО, на долю креативной экономики приходится 3% мирового ВВП. Индустрия при активном вовлечении в свою орбиту более 30 млн человек, из которых львиную долю составляет молодежь 18–25 лет, ежегодно привносит в мировую экономику \$2 трлн 250 млрд.

Мировыми лидерами в сегменте креативных индустрий по объему валовой добавленной стоимости являются США (\$ 988 млрд) и Китай (\$ 921,6 млрд). По некоторым данным, креативная экономика занимает долю в ВВП: США – 4,1%,

Канады – 3,9%, Великобритании – 3,8%, Японии – 3,3%, Франции – 3,0%, Германии – 3,0%.

В Казахстане по итогам первого полугодия 2023 года доля ВДС (валовая добавленная стоимость) креативных индустрий в ВВП составила 0,99%. Количество занятых в сфере креативных индустрий составляет порядка 133,2 тыс. человек. Количество зарегистрированных субъектов МСП - 43223 субъекта.

Основные причины динамичного развития креативных индустрий: отсутствию каких-либо барьеров как в производстве, так и в каналах распространения и потребления, тем более что костяк потребительской аудитории соцсетей составляет молодежь. Среди актуальных трендов развития ведущие агентства отмечают переход таких популярных индустрий, как виртуальная реальность, видео по подписке, видеоигры и киберспорт, музыка, радио и подкасты на цифру, передачу трафиков веб-сайтов через смартфоны.

В США успешно работает Программа развития креативной экономики, в Канаде – Стратегия экспорта креативных индустрий Канады, в Великобритании – Стратегия креативных индустрий, в Японии – Золотая стратегия развития, в Сингапуре – Стратегия развития креативной экономики, в Дубае – План помощи креативному сектору.

В Казахстане была принята Концепция культурной политики Республики Казахстан на 2023-2029гг., направленная на реализацию культурной политики и развитие креативных индустрий. В 2021-м принята Концепция развития креативных индустрий на 2021–2025 годы.

В ней обозначены следующие системные барьеры, препятствующие эффективному развитию креативных индустрий в Казахстане:

- отсутствие законодательно утвержденных понятий деятельности субъектов предпринимательства в креативных индустриях. Это, в свою очередь, ограничивает субъекты предпринимательства в доступе к имеющейся инфраструктурной, имущественной и нефинансовой поддержке;

- существующие меры государственного стимулирования недостаточно учитывают особенности развития креативных индустрий;

- проблема нехватки и низкого качества человеческих ресурсов, необходимых для развития креативных индустрий;

- перспективные творческие инициативы с высоким бизнес-потенциалом, возникающие на стыке культуры и других отраслей, зачастую находятся вне фокуса государства. Расходы на сферу культуры в основном ориентированы на поддержание объектов социальной сферы и проведение культурно-массовых мероприятий, а не на создание добавленной стоимости в креативных индустриях;

- отсутствие инфраструктуры развития креативного предпринимательства и формирования устойчивых креативных индустрий в стране;

- слабая инвестиционная привлекательность креативных индустрий в Казахстане. Традиционные инструменты банковского финансирования малодоступны для креативных предпринимателей ввиду высокой рискованности проектов и бизнес-модели, при которой основными активами предприятий

выступают люди и создаваемые ими объекты интеллектуальной собственности. Отсутствуют инструменты венчурного финансирования креативных индустрий в стране.

Вышеуказанная концепция предусматривает основные принципы и подходы, а также целевые индикаторы развития креативных индустрий в Казахстане.

В настоящее время Правительство РК готовит проект Закона РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам поддержки и развития креативной индустрии», в рамках которого планируется внесение изменений и дополнений в законы «О культуре», «Об образовании», «О налогах и других обязательных платежах в бюджет», «Об авторском праве и смежных правах», «О государственном имуществе», «О государственной молодежной политике», «О лотереях и лотерейной деятельности».

Основными направлениями государственной программы «Цифровой Казахстан» являются развитие креативного общества и создание до 110 тыс. новых рабочих мест, переход на проактивное государство и перевод 80% госуслуг в онлайн-формат, цифровые преобразования в отраслях экономики, что позволит достичь до 5,9% роста производительности, реализация цифрового Шелкового пути для увеличения пользователей Интернета с охватом 81,5% населения [1].

Отметим, что в 2022 году Казахстан вошел в топ-30 самых развитых в цифровом отношении стран мира. В мировом рейтинге Казахстан занимает 51-е место в Индексе развития ИКТ и 58 место - в Индексе сетевой готовности. К 2025 году правительство Казахстана планирует войти в число 20 лучших в Индексе развития электронного правительства ООН, в число 50 лучших в Индексе электронной коммерции B2C (Business to Consumers) и в число 40 лучших стран по Индексу развития информационно-коммуникационных технологий.

В Казахстане инвестиции в основной капитал в сфере искусства, развлечения и отдыха за 2023 г. составили 298,6 млрд тенге (на 11% больше, чем в 2022г.), удельный вес в общем объеме инвестиций данной отрасли - 1,7%. Более 65% инвестиций в секторе осуществлено за счет собственных средств и местного бюджета: 107,0 млрд тенге и 87,3 млрд тенге соответственно.

Инвестиции за счет республиканского бюджета составили 97,9 млрд тенге. На кредиты банков и другие заемные средства пришлось 3,5 млрд тенге и 2,6 млрд тенге соответственно [2].

Объем услуг, оказанных в Казахстане в сфере программирования, консультационных и других сопутствующих услуг, по итогам 2022 года составил 772 млрд тенге, что на 19,5% больше, чем годом ранее. Доля отрасли информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в общем объеме ВВП Казахстана в 2023 г. составила 2%. Если оценивать страны с развитой цифровой экономикой по доле экспорта ИКТ в общем объеме экспорта товаров, Казахстан сильно отстает. Объем экспорта ИТ-услуг от общего объема экспорта РК в 2022 году составил лишь 0,1%.

Тема влияния цифровых технологий на развитие креативных индустрий активно исследуется учеными и экспертами. Современные публикации освещают различные аспекты данного вопроса, начиная от конкретных технологий и заканчивая их воздействием на экономику и социальные процессы.

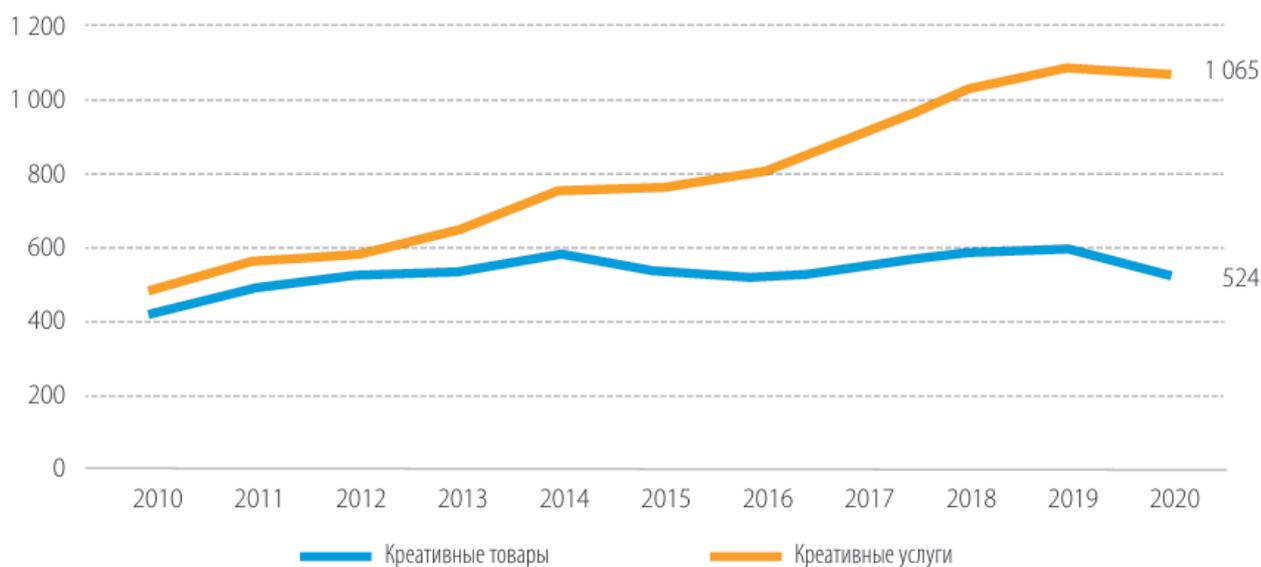
За последние 10 лет в Казахстане объем инвестиций в отрасль креативной индустрии увеличился более чем в 4 раза. В данной сфере работают 3,5% от общей занятости населения страны, или 310 тысяч казахстанцев. На сегодняшний день вклад креативных индустрий в глобальном масштабе в Казахстане составляет 2,7%. Сфера искусства, развлечений и отдыха в креативной индустрии претерпевает значительные изменения под воздействием технологического развития, социокультурных тенденций и изменения потребительского поведения. Анализируя развитие искусства, развлечений и отдыха в креативных тенденциях, в некоторой степени формирует взгляды, аудитория взаимодействует с разнообразными культурными и творческими проявлениями. Эти изменения оказывают влияние на процессы создания, распространения и потребления контента, а также создают новые возможности для творчества и бизнеса.

Город Алматы традиционно считается центром креативных индустрий в рамках страны, и поэтому 7% всех инвестиций в основной капитал направляется в креативные отрасли. Креативные индустрии в г.Алматы находятся на развивающейся стадии. Сегодня увеличивается число молодых предпринимателей и стартапов в сферах дизайна, моды, искусства и мультимедийных технологий. Развитие отрасли креативных индустрий способствует экономическому росту, привлекая инвестиции и создавая новые рабочие места. Развитие креативных индустрий стимулирует инновации и технологический прогресс, что может привести к созданию новых творческих форматов и инструментов. Развитие культурных мероприятий и развлечений делает города и страны более привлекательными для туристов и жителей, что позволит повысить индекс привлекательности г.Алматы. Одним из приоритетных направлений креативных индустрий является развитие образования и творческих способностей, что способствует интеллектуальному и культурному развитию общества. Пример г.Алматы может оказать мультипликативный эффект на другие города Казахстана. Культурные и развлекательные мероприятия способствуют укреплению мягкой силы страны, привлекая к себе внимание и интерес мирового сообщества. Город Алматы может стать одним из ведущих в данной индустрии наряду с Кореей, Японией, Китаем, Великобританией и США.

Признавая растущее социальное, политическое и экономическое значение креативной экономики, страны применяют разные подходы к ее развитию.

Отдельные страны определили конкретные сектора в качестве приоритетных для международной торговли.

Торговля креативными товарами и услугами приносит странам растущие доходы, но экспорт креативных услуг значительно превышает экспорт креативных товаров (рисунок 1).



Примечание: Составлено на основе источника [3]

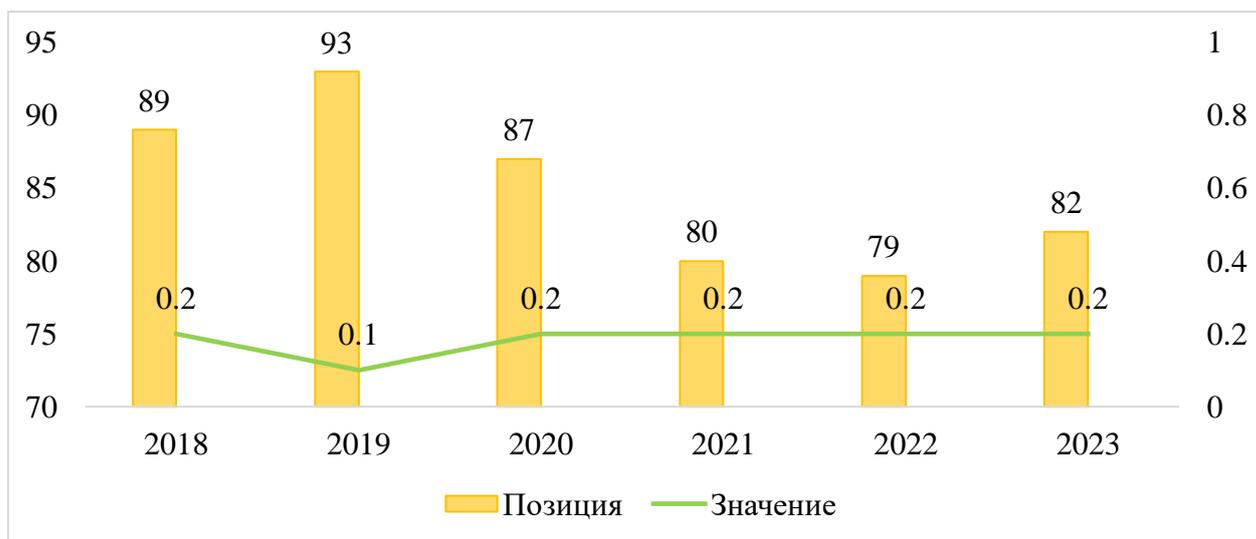
Рисунок 1 – Мировой экспорт креативных товаров и услуг в 2010–2020 гг. (млрд долл. США)

Мировой экспорт креативных товаров увеличился с 419 млн долл. США в 2010 г. до 524 млн долл. США в 2020 г., а мировой экспорт креативных услуг увеличился за тот же период с 487 млрд долл. США до почти 1,1 трлн долл. США [3]. Экспорт креативных товаров и услуг за последние несколько лет показал взрывной рост, обусловленный высокой динамикой экспорта программного обеспечения и услуг в области исследований и разработок, а также так называемой дематериализацией некоторых креативных товаров, когда из-за цифровизации не которые товары все больше становятся креативными услугами. Еще один фактор заключается в том, что в последние годы подкатегории услуг гораздо лучше учитываются в статистике.

Динамика позиций Казахстана по доле экспорта креативных товаров в Глобальном индексе инноваций отражена на рисунке 2.

С 2018 года страна поднялась с 89 места на 82, но при этом доля экспорта креативных товаров осталась на прежнем уровне- 0,2%.

Одним из основных факторов, повлиявших на низкие доли экспорта креативных товаров в Казахстане в течение последних лет, является отсутствие институциональных основ. Отсутствие утвержденного перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии, не позволяло вести точный статистический учет основных показателей в отрасли и проводить эффективную политику по развитию креативной индустрии.



Примечание – составлено автором по данным [4]

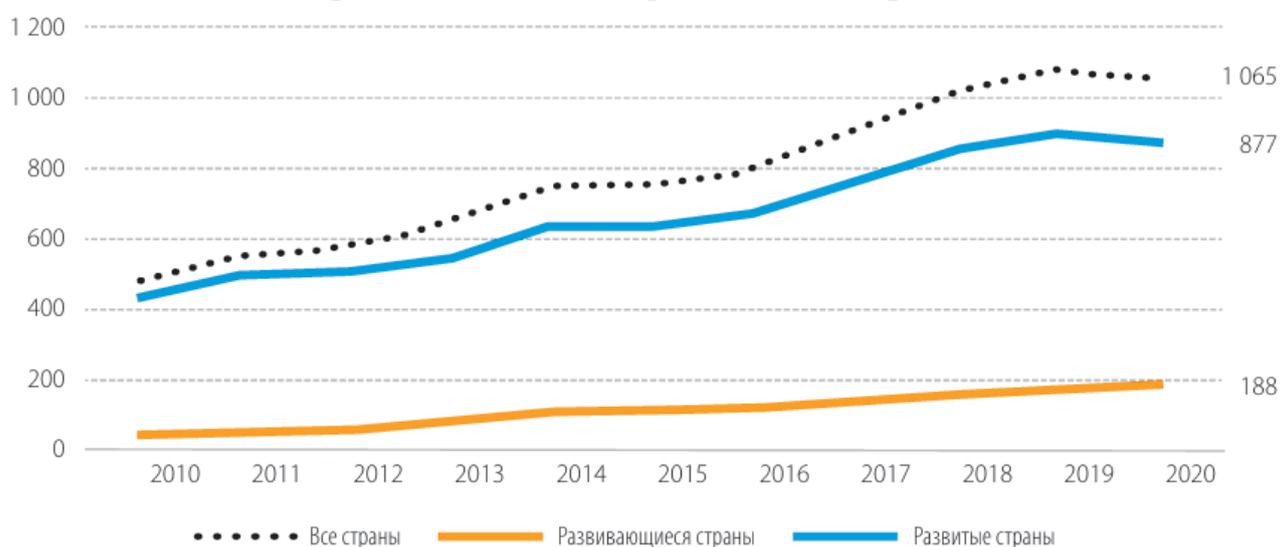
Рисунок 2- Динамика позиций Казахстана по доле экспорта креативных товаров в Глобальном индексе инноваций

В этой связи, сравнительно недавнее закрепление понятий «креативные индустрии» и «креативная деятельность» на законодательном уровне (30 декабря 2022 года приняты законодательные поправки в Закон Республики Казахстан «О культуре» и Предпринимательский кодекс РК), а также утверждение перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии (Постановление Правительства РК от 6.06.2023г. №448) окажет положительный эффект на развитие отрасли, определив креативную индустрию в качестве отдельного сектора экономики, на который будут распространяться меры государственной поддержки, что в свою очередь должно способствовать развитию и увеличению объема экспорта в сфере креативной индустрии.

Из-за развития технологий значительные изменения в последние два десятилетия претерпела структура экспорта креативных товаров. Сократился экспорт компакт-дисков, DVD, кассет, газет и других печатных материалов, в то время как резко вырос экспорт записанных носителей информации и видеоигр. В торговле креативными товарами доминирует продукция дизайна. На товары дизайна приходится 62,9% общего объема экспорта креативных товаров, на товары новых медиатехнологий -13,4%, изделия художественных промыслов - 8%, произведения изобразительного искусства -6,2%, издательскую продукцию- 5,4%, аудиовизуальные материалы -3,1% и продукцию исполнительского искусства -1%. Среди дизайнерских товаров основными экспортируемыми товарами являются товары для дизайна интерьера (20,1% от общего объема креативного экспорта), модная одежда (15,9%), ювелирные изделия (15,3%) и игрушки (11,4%).

Торговля креативными услугами. Развитые страны экспортируют значительно больше креативных услуг, чем развивающиеся страны (рисунок 3), на долю которых в 2020г. приходилось 82,3% всего экспорта креативных услуг. Разрыв между развитыми и развивающимися странами за последнее десятилетие

медленно сокращался. В 2020г. Соединенные Штаты Америки и Ирландия были крупнейшими экспортерами креативных услуг, соответственно 206 млрд и 174 млрд долл. США. В Ирландии многонациональные компании вносят значительный вклад в экспорт креативных услуг, особенно компьютерных услуг. Следующие крупнейшие экспортеры креативных услуг – Германия (75 млрд долл. США), Китай (59 млрд долл.) и Великобритания (57 млрд долл.).



Примечание – составлено автором по данным [3]

Рисунок 3 – Экспорт креативных услуг развивающимися и развитыми странами в 2010–2020 гг. (млрд долл. США)

Удельный вес экспорта креативных услуг растет. Доля всех креативных услуг в общем экспорте услуг увеличилась с 12,3% в 2010г. до 21,4% в 2020г. Услуги в области программного обеспечения (на долю которых в 2020г. приходилось 39,3% общего экспорта креативных услуг) и исследования и разработки (33,2%) – креативные услуги с наибольшей экспортной квотой. За ними следуют услуги рекламы, исследований рынка и архитектурные услуги (14,8%), аудиовизуальные (8,6%) и информационные услуги (3,5%) и услуги в области культуры, отдыха и наследия (0,5%).

Развитые страны доминируют в экспорте услуг всех категорий и в отличие от развивающихся стран экспортируют услуги разных категорий. Так, на развитые страны приходится более 90% мирового экспорта услуг исследований и разработок и аудиовизуальных услуг, связанного со значительными экспортными доходами от продаж и лицензий. Креативные услуги оказались более устойчивыми во время пандемии COVID-19, чем другие сектора услуг [5].

Экспорт креативных услуг сократился в 2020г. всего на 1,8%, в то время как экспорт всех услуг упал на 20%. Во время пандемии COVID-19 некоторое сокращение экспорта произошло по всем категориям креативных услуг, за исключением услуг в области программного обеспечения (выросших за год на 5,6%).

Развивающиеся страны сталкиваются с рядом препятствий, мешающих их участию в торговле услугами, в том числе креативными услугами.

Во-первых, стать конкурентоспособными игроками в сфере креативных услуг развивающимся странам может помешать нехватка необходимых кадров и инфраструктуры. Крупнейшие в мире экспортеры креативных услуг, как развитые, так и развивающиеся страны, имеют высокие показатели человеческого капитала и обеспеченности физической и цифровой инфраструктурой [6].

Во-вторых, развивающиеся страны сталкиваются с ограничениями на торговлю услугами, а доступ к наиболее важным рынкам креативных услуг по-прежнему регулируется обязательствами, предусмотренными в Генеральном соглашении о торговле услугами (ГАТС) Всемирной торговой организации (ВТО).

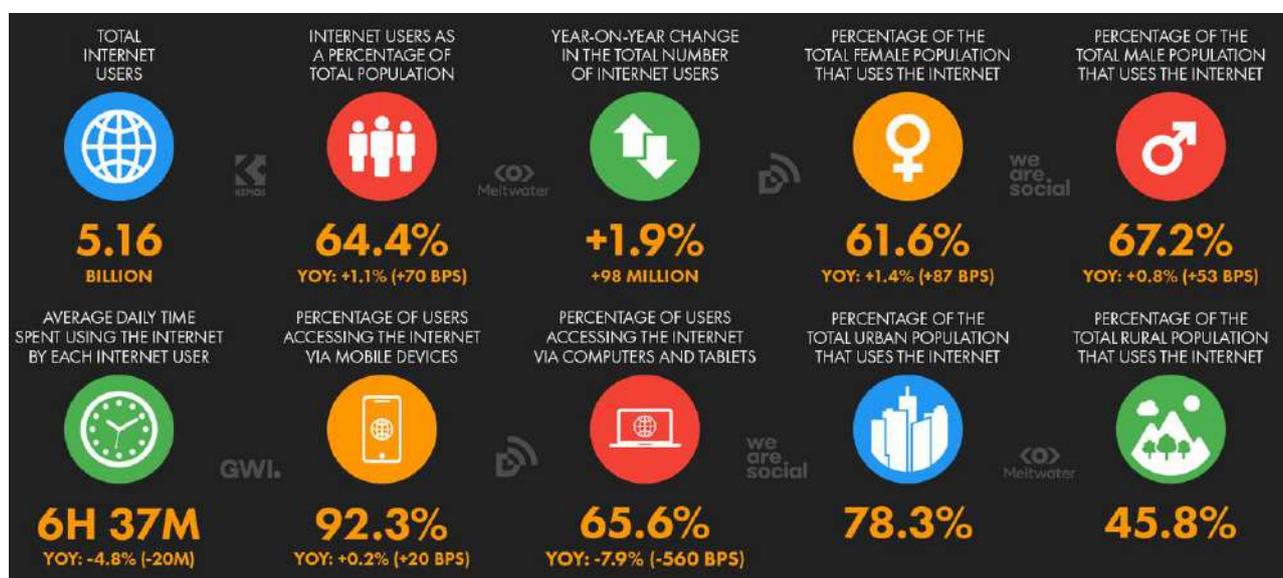
Отсутствие согласованных определений и методик, а также данных остается проблемой для количественной оценки креативной экономики. Имеется несколько методов количественной оценки креативной экономики с использованием моделей общих отраслей и охватываемых товаров (т.е. произведений искусства, аудиовизуальной и издательской продукции, музыкальных произведений, произведений исполнительского искусства и фотографии), а также с учетом различий в классификациях между странами и охвате сектора или выпуска, методиках и рекомендациях, а также охвате видов деятельности и товаров (таких как культурные и сходные товары, креативные, дополнительные и взаимосвязанные товары) [7].

Наиболее часто используемыми руководящими принципами являются Система статистики культуры ЮНЕСКО 2009г., Руководство ВОИС по обследованию экономического вклада отраслей, основанных на авторском праве, 2015 г., руководство по составлению вспомогательных счетов культуры Соглашения Организации им. Андреса Бельо (широко используемое в странах Латинской Америки) и Руководство по статистике культуры Евростата. Учитывая мандат ЮНКТАД как координационного центра системы ООН по комплексному рассмотрению вопросов торговли и развития, что касается и количественного анализа, ЮНКТАД уделяет основное внимание международной торговле и собирает данные о международной торговле креативными товарами и услугами.

Использование технологий индустрии 4.0 открывает новые возможности для креативной экономики. Трехмерная печать, искусственный интеллект, дополненная и виртуальная реальность, блокчейн, облачные вычисления, дроны и Интернет вещей служат основой четвертой промышленной революции. Они создали новые возможности производства, сбыта и потребления креативных товаров и услуг (такие как электронная торговля и потоковая передача), охватывая более широкий круг потребителей во всем мире. Так, интернет-платформы используют искусственный интеллект для персонализации предпочтений в музыке и фильмах. Аддитивное производство, или трехмерную печать можно использовать для изготовления изделий художественных промыслов. Дополненная реальность позволяет проводить модные показы невидимых моделей. Технология блокчейн (например, незаменимые токены) может помочь удостовериться оригинальность и право собственности на

уникальные произведения искусства. Технология беспилотников существенно влияет на производство массовой информации, включая рекламу, радиовещание и фотожурналистику, телевидение и кинопроизводство. Виртуальная реальность может создать эффект присутствия, используемый в компьютерных играх и исполнительском искусстве.

Пандемия COVID-19 ускорила переход к электронной торговле и цифровым платформам, а также усилила масштабы трансформации креативной экономики. Тем не менее глобальные цифровые разрывы сохраняются, что сказывается на креативной экономике. По последним данным ITU и GSMA Intelligence, количество пользователей интернета в мире по состоянию на 2023 год составляет 5,16 млрд. Это значит, что 64,4% мирового населения имеют доступ в интернет. За год количество интернет-пользователей выросло на 1,9% [8] (рисунок 4).



Примечание – составлено автором по данным [8]

Рисунок 4 – Выводы отчета Global Digital 2023

Производители творческой продукции, особенно малые и средние предприятия (МСП), сталкиваются с рядом трудностей, препятствующих их выходу на глобальные рынки. В их числе ограниченный доступ к решениям онлайн-платежей, высокие затраты на логистику, отсутствие надежных компаний в области информационных технологий, которым МСП могли бы передать разработку веб-сайтов, ограниченная доступность региональных и международных торговых платформ, плохая связь в сельской местности, а также отсутствие специалистов по исследованиям рынка, цифровому маркетингу и брендингу, разработке веб-сайтов и торговых платформ, логистике, платежам и обслуживанию клиентов.

Объем и применение прав интеллектуальной собственности (ПИС) в цифровой среде неясны. ПИС защищают творческое содержание оригинальных произведений. Но система ПИС была разработана для аналоговой среды.

Цифровое воспроизведение, массовое тиражирование и новые бизнес-модели, такие как потоковая передача данных, создают ценность в цифровой сфере, но они же представляют собой проблему для экспертов по авторским правам и разработчиков политики в этой области.

Решающее значение для цифровой трансформации креативной экономики имеют знания людей. Раскрытие способностей людей требует вложений в систему образования, включая школы, университеты, специальные и иные учебные заведения. При всей важности цифровых знаний для большинства профессий в цифровизированных креативных отраслях также необходимы общеобразовательные и дополнительные знания, такие как грамотность и умение считать и навыки в областях дизайна, маркетинга и предпринимательства. Особая черта креативного сектора заключается в том, что некоторые люди творческих профессий могут негативно относиться к бизнесу, концепциям маркетинга или новым технологиям. Политика может создавать такие места, как «производственные лаборатории» (или «фаблабы»), где художники и дизайнеры могут опробовать новые технологии и экспериментировать с ними. С развитием электронной торговли опыт работы в цифровой торговле необходим креативным специалистам и работникам малых и средних предприятий. Политика образования должна обеспечивать возможность получения образования всеми людьми разных возрастных групп.

Экономика с гибкой обработкой данных и ее огромный трансформационный потенциал повлияют на всех нас, и мировая экономика готова в полной мере использовать преимущества, которые она принесет. Координация усилий между странами, регионами, гражданским обществом и частным сектором является ключом к достижению диджитализации экономики.

Цифровизация в Казахстане продолжается, и страна активно работает над созданием инновационной и конкурентоспособной экосистемы, способствующей росту экономики и технологического прогресса. В последние годы в Казахстане также начинает уделяться внимание устойчивому развитию и ответственности в секторе информационных технологий. Казахстан разрабатывает и реализует стратегию развития информационных и коммуникационных технологий, в которой фиксируются приоритетные направления и цели для ИТ-отрасли. Безусловно, развитие отрасли ИКТ, их влияние на развитие креативных индустрий с каждым годом будет расти.

Креативные индустрии — это не только креативное публичное пространство, творческие продукты и богатство территорий, а еще и важный механизм для привлечения творческих людей. Креативный кластер начинает занимать все более значимую нишу в современной российской и мировой экономике.

Увеличение объемов экспорта творческих продуктов и услуг свидетельствует о наращивании темпов и расширении их потребителей. Важным аспектом для эффективного продвижения товаров и выход на новые рынки является необходимость в создании сети социальных институтов, которые осуществляют поддержку креативных индустрий.

Участие бизнеса в жизни креативного сектора проявляется не только в финансовой поддержке, но и позволяет обустраивать и развивать территории, формировать инфраструктуру поселений, создавать новые арт-объекты. Благодаря развитию креативных индустрий происходит формирование туристического имиджа региона, развивается мелкий и средний бизнес, повышается востребованность культурных, спортивных организаций, растет востребованность услуг ресторанного и гостиничного сектора, происходит решение социальных проблем, увеличивается прибыль в местный бюджет.

Данное исследование подготовлено в рамках грантового финансирования при поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования РК (грант ИРН АР19680192).

Список литературы:

1. Государственная программа «Цифровой Казахстан». Постановление Правительства Республики Казахстан от 17 мая 2022 года № 311.
2. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстана. URL: <https://old.stat.gov.kz>
3. UNCTAD. Creative Industry 4.0: Towards a new globalized creative economy. - Электронный ресурс. - URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf
4. Global Innovation Index 2023. Innovation in the face of uncertainty. URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf>
5. Электронный ресурс. - Measuring digital development. Facts and Figures 2021. URL: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2021/>.
6. Bridging the gender divide URL: <https://www.itu.int/en/mediacentre/backgrounders/Pages/bridgingthe-gender-divide.aspx>.
7. Серікқызы А., Бактымбет Ә.С., Бактымбет С.С., Дадабаева Д.М. Цифровые технологии и развитие креативных индустрий // Вестник университета «Туран». 2023. №.4. P.188-199. URL: <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2023-1-4-188-199>
8. Электронный ресурс.- URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>

ТРАНСГРАНИЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ф.Р. Рахымбай
Магистрант

Т.А. Азатбек

д.э.н., профессор

ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана

Трансграничная электронная коммерция, или возможность покупки и продажи товаров и услуг через интернет между различными странами, является