

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«GYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

различных сферах (предпринимательство, образование);

- включение инновационных самозанятых в проекты государственного, регионального и муниципального уровня;

- повышение конкурентоспособности и результативности инновационных самозанятых [2].

В современной экономике, где инновации создаются на основе новых знаний, функции и виды самозанятости демонстрируют тенденцию расширения. Использование вычислительной техники, IT-технологий, современных средств связи содействуют развитию и процветанию инновационной самозанятости [3]. При грамотном управлении данной тенденцией со стороны государства, можно добиться решения многолетней проблемы безработицы в Казахстане и любой другой стране мира.

Список использованных источников

1. Амелина С.М., Берсенева А.А. Инновационная самозанятости: критерии определения // Стратегии развития государства и экономики в условиях турбулентности. Сборник статей. Мюнхен, 2021. -С.9-14.
2. Антонова, Е.Ю. ИП и самозанятый: основные сходства и различия статусов / Е.Ю.Антонова //StudNet. 2022. Т. 5. № 7. -С.15.
3. Вахрина Э.В., Кольжанова В.С. Инновационная самозанятость в цифровом пространстве // Управление организационно-экономическими системами. -2020. -С.298-302.
4. Дубина И.Н., Байтенизов Д.Т., Кэмпбелл Д., Караянис Э., Азатбек Т.А. Фриланс как интеллектуально-креативная форма самозанятости в новой экономике: траектория новой парадигмы самозанятости // Социально-экономические явления и процессы. 2019. Т. 14. № 3 (107). -С.69-82.

ӘОЖ 338.4

КРЕАТИВТІ ЭКОНОМИКАНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕСІ ЖӘНЕ ОНЫ ҚАЗАҚСТАНДА ПАЙДАЛАНУ МҮМКІНДІГІ

Хасенова Нурбану Нурхатовна

kh.banul386@gmail.com

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ «Экономика және кәсіпкерлік» кафедрасының докторанты,

Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі - Раимбеков Ж.С.

Әлемдік жүйенің қазіргі заманғы дамуы дамыған елдердің экономикаларының білімнің, қызмет көрсету саласының, интеллектуалды еңбектің, ғылым мен мәдениеттің жетістіктерінің, инновациялардың, жаһандық ақпараттық жүйелердің және сервистік бизнестің жаңа технологияларының үстемдігіне негізделген постиндустриалды түрге көшуін куәландыратын жаңа кезеңмен сипатталады.

Қазіргі уақытта креативті даму кезеңіне өтуге Еуропалық Одақ елдері мен Қытай ұмтылуда, ал Жапония, АҚШ және Оңтүстік Корея осы кезеңде.

Кең таралған «креативтілік» термині (лат. creatio – жасау, құру) психологияда 1950 жылдары пайда болды. Креативтілік қазір «креативті экономика» жаңа терминінің пайда болуынан туындаған жеке тұлғаның сипаттамасы ғана емес, күрделі ұйымдастырылған қатынастар жүйесінің сипаты болып саналады. Бұл ұғым алғаш рет 2000 жылы Business Week журналында атап өтілген. Онда автор ХХІ ғасырдағы корпорацияның рөлін өзгерту туралы, идеялардың маңыздылығы артып, зияткерлік ресурстар өндірістің негізгі факторы болған кезде оларды жаңа экономика жағдайларына бейімдеу мүмкіндіктері туралы айтады. Креативтік экономиканың негізінде субъектілердің бәсекеге қабілеттіліктің жоғары деңгейіне қол жеткізуге және қосымша экономикалық және әлеуметтік әсерлерге қол жеткізуге

мүмкіндік беретін стандартты емес әдістер арқылы туындайтын мәселелерді шешу қабілеттері жатыр.

Бұл саладағы негізін құраушы жұмыстарға БҰҰ-ның креативтік экономика жөніндегі консультациялық кеңесінің мүшесі Дж. Хокинс және Ч. Лэндри еңбектерін жатқызуға болады.

Атап айтқанда, Джон Хокинс креативті экономиканың нәтижелерін іздеуге тырысып, патенттер, авторлық құқықтар және бренд атаулары түрінде интеллектуалды меншікті тудыратын 15 креативті индустрияны оқшаулайды [1]. Мұндай тәсіл Британдық креативті индустрия бағдарламаларын дамыту Департаментіне тән, ол креативті қызметті «жеке креативті бастамаға, шеберлікке немесе талантқа негізделген және интеллектуалды меншікті өндіру және пайдалану арқылы қосымша құн мен жұмыс орындарын құру әлеуетін көтеретін қызмет» ретінде сипаттайды [2].

Креативті экономиканы кең мағынада жүйелі түрде қарастыру керек. Бұл жағдайда ол келесідей бағыттарды қамтиды:

- постиндустриалды экономика, өйткені өндіріс саласы емес, қызмет көрсету саласының үлесі артып, үстемдік ете бастайды;

- ақпараттық экономика, өйткені ақпарат (білім, ғылым) өндіріс факторы ретінде жетекші рөл атқарады және шығармашылық жұмыстың рөлі басым болады;

- инновациялық экономика, өйткені білім динамикалық өзгеретін қажеттіліктердің талаптарына сәйкес келетін және оларды қалыптастыратын инновациялардың үздіксіз ағынын тудыруға мүмкіндік береді. Креативті экономика мен инновацияның түбегейлі айырмашылығы-бұл негізі ретінде қарастырылатын экономиканың креативті секторы тарапынан инновациялар индустриясын дамытуға қосқан негізгі үлесті атап өту (креативтілік инновацияның сипаттамасы ретінде әрекет етеді);

- жаһандық желілік экономика, өйткені креативті экономикада "идея" тасымалдаушылары арасындағы өзара іс-қимыл әлемдік масштабтағы кең желілік байланыстар арқылы жүзеге асырылады (Интернет желісінің экономиканың жаңа инфрақұрылымы ретінде пайда болуы);

- білім экономикасы, өйткені онда адами капитал мен білім беру мен кадрларды даярлауға инвестициялардың маңызы артып келеді [3].

Шығармашылық экономика мен дәстүрлі экономикалық құрылымның басты айырмашылығы – ондағы негізгі құрал-білім, ресурс – ақпарат, ал өнім-инновация. Осылайша, креативті экономика тұжырымдамасы «ақпараттық экономика», «білім экономикасы» және «инновациялық экономика» сияқты әртүрлі ұғымдарды біріктіреді [4].

Креативті экономиканың шикізаты-жаңа, ерекше идеяларды тудыру және идеяларды экономикалық капиталға және сатылатын өнімдерге айналдыру таланты.

Креативті экономиканың тиімді қалыптасуының, өсуі мен дамуының негізгі факторлары адами капитал, ішкі сұраныс, инновациялар, инвестициялар, технологиялық, ұйымдастырушылық және институционалдық жаңғырту, сондай-ақ нарықтың барлық субъектілерінің жасампаз қызметі болып табылады. Қамтамасыз ететін факторлар-тиімді, креативті, инновациялық, инвестициялық, өндірістік және әлеуметтік менеджмент.

Креативті экономика венчурлық капиталдың дамыған жүйесіне сүйенеді. Шығармашылық экономиканың өнімі тек жаңа тауарлар ғана емес, сонымен қатар жаңа институттар мен өндіріс жүйелерін қалыптастыру болып табылады.

Экономикадағы креативтіліктің нәтижелеріне аутсорсингті (келісімшарттық өндірісті) және «виртуалды компанияларды» дамыту жатады, олар қосалқы мердігерлерге іс жүзінде әкімшілердің, маркетинг мамандарының және әзірлеушілердің аз ғана штатын сақтай отырып өндірісті, логистиканы, жарнаманы, бухгалтерияны береді. Мұндай фирмалар тек интеллектуалды меншікті өндіруге, шығармашылық әзірлемелерге немесе бренд атауына байланысты функцияларды сақтайды.

Креативті қоғамда технополистер, технопарктер және технологиялық орталықтар желілері құрылады, онда шектеулі аумақта инновациялық технологиялар әзірленеді және ғылымды қажетсінетін өндірістер дамиды.

Мемлекет креативті қоғамда орталық рөл атқарады. Мемлекеттің креативті қоғамдағы негізгі функциялары бостандықты, жеке тұлғаны және меншікті қорғау; кәсіпкерлікті белсенді қолдау; инновацияларды қалыптастыруға ықпал ететін институционалдық ортаны қалыптастыру болып табылады. Еуропа елдерінің орталық бюджеттері мәдениет пен өнер саласын қолдау үшін бірнеше қаржыландыру арналарын пайдаланады: тікелей қаржыландыру түрінде; бюджетаралық жалпы және мақсатты трансферттер жүйесінің көмегімен; әртүрлі деңгейдегі билік органдарын қаржыландыруға бірлескен қатысу негізінде; тәуелсіз делдалдық құрылымдар арқылы; аралас мемлекеттік-жекешелік қаржыландыру негізінде әріптестік тетіктерін пайдалана отырып.

Көптеген елдерде қарсы қаржыландыру шарттары бар гранттар кеңінен қолданылды [5]. Еуропада бұл механизм алғаш рет Ұлыбританияда, кейінірек континентальды Еуропа елдерінде қолданыла бастады. Мұндай гранттардың міндеті мәдениет ұйымдарының қаржылық жағдайын жақсарту ғана емес, сонымен қатар олардың нарықтық ортаға бейімделуіне ықпал ету болып табылады. Олар оларды басқарудың корпоративтік әдістерін енгізуге, коммерциялық қызметті дамыту арқылы өзін-өзі қамтамасыз ету деңгейін арттыруға, сондай-ақ мемлекеттік емес қаржы көздерін тартуға ынталандырады.

«Креативті индустриялар» ұғымының анықтамасына келетін болсақ, мұнда да жалпыға бірдей қабылданған пікір жоқ. Көптеген дамыған елдер бұл тұжырымдаманы өзінше анықтайды. Мысалы, АҚШ-та креативті салаларға тек «өнерге қатысты өнімдерді» өндіретін және тарататындар кіреді. Осылайша, АҚШ-тағы креативті индустриялар ең алдымен кәсіби және әуесқой бизнес болып табылады. Еуропада бұл ұғым кеңірек анықталады.

Бұрын айтылғандай, креативті экономикаға қатысты көптеген терминдер туралы бірыңғай түсінік жоқ. Әлемдік деңгейдегі креативті экономиканы зерттеуді бүгінде БҰҰ-ның сауда және даму жөніндегі конференциясы (ЮНКТАД) жүргізеді, ол креативті экономика туралы баяндамалар жариялайды.

2022 жылғы 7 қазандағы халықаралық креативті экономика жылының нәтижелері бойынша ЮНКТАД баяндамасына сәйкес, креативті тауарлар экспортының көлемі бойынша жетекші орындарды дамушы елдер алады, ал дамыған елдер креативті қызметтер экспортының көрсеткіші бойынша 4 есеге жоғары деңгейде (2020 жылы креативті тауарлар мен қызметтер тауарлар мен қызметтер экспортының жалпы көлемінің 3% және 21% құрады тиісінше).

Мәдени және шығармашылық салалар әлемдегі барлық жұмыс орындарының 6,2% - (шамамен 50 млн) қамтамасыз етеді. Бұл ретте экономиканың басқа секторларымен салыстырғанда жұмыспен қамтылғандардың саны 15-29 жас аралығындағы жастарды құрайды. Шығармашылық тауарлар саудасында дизайн өнімдері басым (шығармашылық тауарлар экспортының жалпы көлемінің 62,9%), одан кейін жаңа медиа-технологиялар тауарлары (13,4%), көркем қолөнер бұйымдары (8%), бейнелеу өнері туындылары (6,2%), баспа өнімдері (5,4%), аудиовизуалды материалдар (3,1%) және орындаушылық өнер өнімдері (1%). Дизайн тауарларының ішінде негізгі экспортталатын тауарлар интерьер дизайн тауарлары (жалпы шығармашылық экспорттың 20,1%), сәнді киім (15,9%), зергерлік бұйымдар (15,3%) және ойыншықтар (11,4%) болып табылады.

Креативті өнімдер экспортының үлесі бойынша көрсеткіш жаһандық инновациялар индексіне ұсынылған. Ол ЮНКТАД, ДСҰ және ЮНЕСКО-ның статистикалық деректері негізінде елдің жиынтық экспортындағы креативті тауарлар экспортының үлесі ретінде есептеледі.

2022 жылғы рейтингте Қазақстан 0,2% көрсеткішімен 131 елдің ішінде 79 орынға жайғасты. ЕАЭО елдерімен салыстырғанда еліміз Армениядан (0,8%), Беларусьтен (0,7%), Ресейден (0,4%) артта қалып, олар тиісінше 52, 53 және 67 орындарда орналасқан, бірақ Қырғызстаннан (0,1%) озып тұр, ол рейтингте 88-орынға ие болды. Рейтингің алғашқы бестігін Қытай (13,1%), Гонконг (12,7%), Чехия (12,5%), Мексика (11,9%) және Малайзия (9,3%) құрайды.

Мексика креативті тауарларды экспорттау бойынша көшбасшы бола отырып, осы саладағы негізгі салалардың ішінде дизайн, музыка, жаңа медиа және халық қолөнерін ерекше

атап өтеді. Бұл елдегі креативті индустрия саласындағы экспорттың қарқынды дамуы мен өсуіне бірқатар факторлар әсер етеді:

- * саланы мемлекеттік қолдау;
- * зияткерлік меншікті белсенді құқықтық реттеу;

* технологияның жоғары деңгейі және өндіріс шығындарының салыстырмалы түрде төмен құны (Джалиско штаты it сегментінің креативті тұлғаларын тартудың маңызды орталығы болып табылады).

Сондай-ақ, бұл елде креативті индустрияны, атап айтқанда кинематография саласында дамыту үшін бағдарламалар белсенді әзірленуде, мемлекеттік деңгейде нишаларды дамыту үшін шетелдік өндірушілерді тарту бойынша іс-шаралар өткізілуде [6].

Креативтік экономика Индонезия үшін де маңызды секторға айналууда. 2009 жылғы Индонезиялық кәсіпорын классификациясы (KBLI) және экономикалық қызметтің барлық түрлерінің халықаралық салалық жіктемесінің (МСОК) негізінде бұл ел 16 креативтік саланы анықтады: сәулет; интерьер дизайны; визуалды коммуникация дизайны; тауарлар дизайны; кино, анимация және бейне; фотосурет; қолөнер; гастрономия; музыка; сән; ойындар; баспа ісі; жарнама; теледидар және радио; орындаушылық өнер; бейнелеу өнері [7].

2022 жылы Оңтүстік Африка өз креативтік экономикасының әлеуметтік-экономикалық аспектілерін талдаудың үшінші жобасын өткізді. Оңтүстік Африканың тәсілі ЮНЕСКО ның мәдениет салаларын айқындаудың тұжырымдамалары мен әдістеріне және елдің статистикалық жүйесіне бейімделген халықаралық сауданы сандық бағалау үшін ЮНКТАД тауарларының тізбесіне негізделген.

Креативтік экономика туралы жаңа мәліметтер арқылы Оңтүстік Африка

COVID-19-ң салаға және креативті тауарлар мен қызметтердің халықаралық саудасына әсерін бақылай алды [8].

Бүгінгі таңда Ұлыбритания креативті экономиканың ұлттық дамуындағы маңызды әлемдік көшбасшылардың бірі болып танылды (креативтік салада жұмыс істейтін адамдар мен компаниялардың көлемі, экономикадағы мемлекеттік бағыт, креа-өнімдерін, қызметтерін әзірлеу мен сатудан түскен пайда көлемі негізінде). Осы елде құқықтық база, экономикалық, мәдени және әлеуметтік өзара ықпалдасу арқылы креативтік экономиканы дамытудың стратегиялық және саяси құжаттары, құқықтық базасы жасақталып, әрі қарай да әзірленуде [9].

Қазақстанда креативтік экономика сала ретінде жаңадан қалыптасуына және креативті тауарлар экспортының төмен үлесіне әсер еткен негізгі факторлардың бірі институционалдық негіздердің болмауы болып табылады.

Осылайша, креативті индустрияға жататын экономикалық қызмет түрлерінің бекітілген тізбесінің болмауы саладағы негізгі көрсеткіштердің нақты статистикалық есебін жүргізуге (саланың экономикаға, жұмыспен қамтуға және саладағы ШОБ субъектілерінің санына қосқан үлесі) және сәйкесінше креативті индустрияны дамыту бойынша тиімді саясат жүргізуге мүмкіндік бермеді.

Осыған байланысты, "креативті индустриялар" және "креативті қызмет" ұғымдарының заңнамалық деңгейде жақында бекітілуі (2022 жылғы 30 желтоқсанда "Мәдениет туралы" Қазақстан Республикасының Заңына және ҚР Кәсіпкерлік кодексіне заңнамалық түзетулер қабылданды), сондай-ақ креативті индустрияға жататын экономикалық қызмет түрлерінің тізбесін бекіту (Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 6 маусымда № 448 Қаулысы) экономиканың жекелеген секторы ретінде креативті индустрияны айқындай отырып, саланы дамытуға оң әсер етеді, оған мемлекеттік қолдау шаралары қолданылатын болады, бұл өз кезегінде креативті индустрия саласындағы экспорттың дамуына және көлемін ұлғайтуға ықпал етуі тиіс деп есептейміз.

Креативтік индустрияға жататын экономикалық қызмет түрлерінің тізіміне экономикалық қызметтің 43 негізгі түрі кірді, олардың ішінде кино және анимация, кітапханалар мен мұражайлар, зергерлік бұйымдар, мәдени-демалыс мекемелері, мәдени мұра, музыка, сәулет және сән, телевизиялық бағдарламалар, фотография, халықтық қолөнер, IT

және ойын дамыту.

Әлемдік тәжірибені зерттей отырып және сала ретінде айқындалғаннан кейінгі креативтік экономиканы дамытудың келесідей қадамдарын ұсынуға болады:

Бірінші қадам- креативті экономика жөніндегі Министрлік аралық басқару комитетін құру. Креативті экономика жөніндегі Министрлік аралық басқару комитетін құру мемлекеттік саясатты қалыптастыруда шешуші рөл атқаратын және барлық тиісті министрліктердің мемлекеттік шенеуніктерін тартатын тұрақты институт ретінде қарастырылуы мүмкін. Мұндай комитет шығармашылық саланың негізгі кәсіби қауымдастықтарымен және мекемелерімен диалог орнатуға көмектеседі, бұл шығармашылық мамандардың талаптары мен үміттерін жақсырақ қанағаттандыруға мүмкіндік береді.

Келесі қадам - желілік өзара іс - қимыл мен ынтымақтастықты, тәжірибе алмасуды, ақпаратты, зерттеулер мен саясатты жинауды және таратуды жеңілдететін және креативті бизнес, жеке сектор және оқу орындары арасындағы өзара іс-қимылды жеңілдететін платформа ретінде креативті экономика орталығын (ұлттық, облыстық және аймақтық деңгейлерде) құру. Бұл шығармашылық тәжірибешілер үшін кездесу орны болар еді, онда семинарлар өткізіліп, шығармашылық пен инновацияны ынталандыру ретінде әлеуетті арттыратын іс-шаралар өткізілуі мүмкін.

Үшіншіден әлемде кең таралған C-ITET моделі (Creative – Innovation, Technology, Entrepreneurship, Trade) креативті инвестициялар, технологиялар, кәсіпкерлер мен сауда арасындағы байланысты нығайтуы тиіс. Тиімді мемлекеттік саясат технологияларды тарту арқылы жеке сектордың инвестицияларын ынталандырады, сондықтан экспортқа негізделген стратегияны креативті индустриялық фирмаларға әкеледі. Инвестициялар инновациялық білімді немесе озық технологияларды, әсіресе ақпараттық байланыс құралдарын пайдалануды ынталандырады, бұл шығармашылық өнімдер нарығына енуді жеңілдетеді.

Соңында, креативті экономика дәстүрлі тауарлар мен қызметтерді өндіру мүмкіндіктерін едәуір кеңейтетінін атап өткен жөн. Шығармашылық мамандықтағы адамдар экономикадан оқшаулануды тоқтатады. Креативті индустриялар тиімді дамып дәстүрлі экономика салаларына сәйкес келеді.

Қолданылған дебиеттер тізімі

1. Хокинс Дж. Креативная экономика. - М.: Классика-XXI век, 2011. -310 с.
2. Creative Industries Programme. Creative Industries Mapping Document. London. 2001
3. UNCTAD The Creative Economy Report. London, 2010. -38p.
4. Дацык А.А. Исследование тенденций креативной экономики в России и за рубежом // Проблемы развития инновационно-креативной экономики. Сборник докладов. М.: Креативная экономик. 2010. -С.20-21.
5. Абанкина Т.В. Многоканальное финансирование культуры и искусства: зарубежный опыт // Журнал новой экономической ассоциации. № 2 (14). 2012. -С.139-141.
6. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Cuenta satélite de cultura. Metodología de estimación del valor agregado bruto, comercio exterior cultural generación del ingreso y consumo privado cultural. Metodología INDEC, 2018.
7. Badan Pusat Statistik and Badan Ekonomi Kreatif (2017). Ekspor ekonomi kreatif 2010–2016. URL: <https://www.bps.go.id/publication/2018/04/09/74b5c165025132e98a36c8f0/ekspor-ekonomi-kreatif-2010-2016.html>
8. South African Cultural Observatory (2022). The Economic Mapping of the Cultural and Creative Industries in South Africa 2022. URL: <https://www.gtac.gov.za/wp-content/uploads/2022/03/sacoreportfinal.pdf>
9. Гасимова К. В. Различные подходы к изучению понятия креативности // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. №12. 2010. -С.66–68. – URL: <http://www.jurnal.org/articles/2010/psih18.html> (дата обращения: 14.01.2020)