



Volume: 02 Issue: 01 | January 2021 ISSN: 2660-454X

www.centralasianstudies.org/index.php/CAJITMF

Development of creative sectors in Kazakhstan

Аманбаева Ж.¹

Сейсинбинова А.А.²

Email:

ABSTRACT: Creative industry is an industry created through artistic and scientific creativity and has production potential, ie it enters the economic cycle, is valuable, brings income to the state through taxes, creates new jobs and sources of income, contributes to regional and national development.

Received 17th November 2020,

Accepted 25th December 2020,

Online 10th January 2021

¹Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, «Мемлекеттік
және жергілікті басқару»

мамандығының 3 курс студенті

²Ғылыми жетекші: «Менеджмент»

кафедрасының аға оқытушысы

1. INTRODUCTION

Алғаш рет креативті индустрияның құндылығын 1997 жылы Ұлыбритания елінің өкілдері өлшеуге тырысып көрді. Аталмыш елдің үкіметі Creative Industries - Mapping Document 1998 құжатын жариялады, оның ішіне қызметтің 13 саласы кіргізілді. Бұл Британдық Мәдениет, бақ және спорт департаментінің моделі деп аталады және оған сәйкес келесі қызмет түрлерін креативтік индустрия саласына жатады [1]:

- Жарнамалық қызмет;
- Сәулет өнері;
- Өнер және антиквариат;
- Безендіру қолданбалы өнері;
- Дизайн;
- Сән;
- Кино- және бейне өнімдерінің өндірісі;

- Музыка;
- Өнердің орындаушылық түрлері;
- Баспагерлік қызмет;
- Бағдарламалық жасақтама;
- Теледидар және радиобағдарлар тарату;
- Бейне- және компьютерлік ойындар.

Ал 2015 жылы халықаралық экономикалық форумда: «Еуропадағы, Солтүстік және Латын Америкасындағы, Африкадағы, Таяу Шығыстағы және Азия-Тынық мұхиты аймағындағы мәдениет пен өнерге байланысты креативті салалар деп аталатын 11 секторға талдау жасау» атты зерттеу өткізілді. Бұл зерттеуде әр сектордың кірістері мен жұмыспен қамтылуы есептелген болатын және нәтижесінде шығармашылық индустрия әлемдік ЖІӨ-нің 3% құрайтындығы анықталды. Бұл сектордың кірістері телекоммуникациялық қызметтер кірістерінен асып, креативті салалардың кірісі Үндістанның жалпы ішкі өнімінен (1900 миллиард доллар) көп екендігі де атап өтілді. Ал Үндістан экономикасы бойынша әлемде ЖІӨ көлемі бойынша Қытай мен АҚШ-тан кейінгі үшінші орын алатындығы барлығымызға мәлім [2].

Шығармашылық секторлар әлемнің ЖІӨ-нің шамамен 3%-ін құраса, жаһандық қалаларда бұл сектор 10%-тен астам болуы да мүмкін. Бұл саланың ең басты ерекшелігі - орындарын машиналар мен технологиялар баса алмайтын, адам шығармашылығы мен эмоционалдық интеллектке тәуелді болатын жұмыс орындарын қалыптастыруы. Креативті индустрия жыл сайын 29,5 млн адамды жұмыспен қамтиды, бұл әлемдегі жұмыспен қамтылған халықтың 1% құрайды. Мұнда, мәселен, АҚШ, Еуропа және Жапониядағы автомобиль салаларына қарағанда көп адам жұмыс жасайды. Шығармашылық индустрия секторы бұрыннан бар, бірақ оның қамтыған ауқымын енді ғана танып, біліп жатырмыз. Шығармашылық экономикадағы жетекші ел - Ұлыбритания. 2016 жылғы мәліметтерге сәйкес, креативті индустрия жыл сайын ел экономикасына шамамен 92 миллиард фунт стерлинг әкеледі және бұл сала күннен күнге өсіп, дамып келеді. Ал салыстырмалы түрде көп пайданы IT, бағдарламалық жасақтама және компьютерлік ойындар әкеледі [2].

Қазіргі уақытта креативті экономика инновациялардың дамуына септігін тигізетін құрал және әлемдік экономиканың ең жылдам өсіп жатқан салаларының бірі болып табылады. Себебі ол салалар мен мамандықтардың кең ауқымына көмек көрсетеді. Сондықтан ол әрбір ел стратегиясының маңызды бөлігіне айналуы тиіс.

2018 жылы British Council Нархоз университетімен бірге Қазақстандағы шығармашылық индустрияға зерттеу жүргізді. Шығармашылық индустрияны экономикалық талдау үшін бүкіл әлемде қолданылатын алты сектор мен 40 кіші сектор таңдалды. Зерттеу барысында экономикалық қызметке арналған халықаралық жіктеу жүйесі де (OKED) қолданылды [3].

Зерттеу нәтижесінде еліміздегі заңды тұлғаларды тіркеу, жұмыспен қамту, жалақы, кірістер туралы статистикалық деректерді өңделіп, 2018 жылдың қаңтарындағы жағдай бойынша Қазақстанның шығармашылық индустриясына жатқызуға болатын 17,5 мың кәсіпорын бар екендігі анықталды (барлық кәсіпорындардың ішіндегі 3,8% құрайды). Алматыда тіркелген 100%-дың 6,3% (7868), ал Нұр-Сұлтанда 4,5% (3053) осы салада қызмет атқарады.

Жалпы шығармашылық индустрия тек ойын-сауық, өнер және демалыс деп қабылданады, бірақ іс жүзінде бұл небары 9% құрайды. Ірі сала - ғылыми-техникалық қызмет. Мұнда барлық жеке кәсіпкерлер, дизайнерлер, сәулетшілер, бейне және аудио өнімдер отыруы мүмкін.

Дамыған елдер креативті индустрия өнімдерін экспорттаудың арқасында табыс тауып, экономикасын дамытып, мемлекеттің атын шығаруда. Ең танымал және қарапайым мысал деп - АҚШ-тағы Голливудты айта аламыз. Алайда, алғашында Голливуд (HOLLYWOOD) белгісі әлемдік армандар фабрикасы емес, жай ғана Лос-Анджелестың тұрғындар қалашығының жарнамасы ретінде 1923 жылы ойлап табылып, орнатылған болатын. Жоспар бойынша бұл маңдайша бір жарым жылдан соң шешілуі керек еді, алайда киноиндустрияның сол ауданда қарқынды дамуының нәтижесінде бұл ерекше белгіні қалдыруды жөн көрген. Голливудты АҚШ киноөндірісімен байланыстырады және қазіргі таңда армандар фабрикасы деп те атайды. Себебі бұл жерде неше түрлі киностудиялар бар және көптеген танымал киноактерлер тұрады. Осыған байланысты Голливудқа келіп көруді армандайтын адамдар саны жыл сайын тек көбейіп жатыр. Сонымен қоса Голливуд кинокомпанияларының әрбір фильмі әлем бойынша миллиондаған АҚШ долларларын жинап, экспортталған өнімдер, туризм, музыкамен қосқанда жыл сайын бірнеше миллиардтаған табыс әкеліп отыр [2].



Оңтүстік Корея медиа-ойын-сауық нарығының көлемі бойынша әлемде жетінші орынға шықты. Қазіргі дүниежүзін жаулап, қызықтырып жатқан корейлік толқын Оңтүстік Корея еліне өткен жылдың өзінде 12 миллиард доллар табыс әкелді. Ал «Grammy»-ға номинацияланған BTS тобы жыл сайын Оңтүстік Кореяға 4 миллиард шамасында кіріс әкеледі екен.



Біздің елімізге де қазіргі уақыт талаптарына сай болу керек. Әрине, соңғы уақыттағы ішкі нарықтағы оң өзгерістерді жоққа шығаруға болмайды. Қазақстандықтар бірте-бірте отандық кино тамашалап, өзіміздің орындаушыларды тыңдай бастады. Бірақ мұнымен шектеліп қалмай, креативті өнімдерді экспорттау туралы да ойлану керек. Ол үшін біздің отандық өнімдеріміздің халықаралық кино және музыка фестивальдеріне қатысуын қамтамасыз ету шарт. Сонымен қоса отандық таланттарды дәріптеуге және оларға сыртқы нарыққа шығуға, шетелде жанкүйерлер табуға көмектесу керек деп ойлаймын. Жалпы креативті индустрия өкілдері үшін қаржыға қолжетімділік мәселесін жолға қою қажет. Мұны субсидиялар, төмен пайыздық несиелер, гранттар арқылы жеңілдетуге болады. Жаңадан бастаушы кәсіпкерлердің креативті идеяларын жүзеге асыруға көмектесетін венчурлық қорлар ашу керек.

Қазақстандық кинематограф пен анимацияның болашағы зор. Олар – локомотив ретінде бүкіл елдің креативті экономикасын ілгерілетуші негіз. Бұл сала кино әдебиет, сурет, музыка, сән, заманауи орындаушылық және қолөнер сияқты шығармашылық салаларды біріктіреді. Отандық кино және анимация индустриясының дамуы IT-саласына да оң әсерін тигізуде.



Туризм барлық шығармашылық саламен тығыз байланысты. Қарапайым мысал келтірсек, кино саласы дұрыс дамып, экспортқа шығарылып, басқа елдербіздің халқымыз, тарихымыз, мәдениетіміз туралы білетін болса, елімізге туристік ағындар едәуір артып, экономиканың көркеюіне әсер ететін еді. Дәл солай өнердің де дамуы елімізге көптеген туристерді алып келетініне көзіміз жетіп отыр. Мәселен, Димаш Құдайбергеннің әлемнің түкпір-тікпіріндегі жанкүйерлері Қазақстан туралы, Димаштың туылған жері Ақтөбе қаласы туралы біліп, оқып және өз көзімен көру үшін келіп те жатыр. Біздің Нурлан Сабуров, Назима, Бахтияр Мамедов, Тимур Бекмамбетов, Адиль Жалелов және Айсултан Сеитов сияқты жерлестеріміз еліміздің атын шығарып, халықаралық аренада Қазақстанға деген қызығушылық тудырып жүр.

Қорытындылай келгенде, қазіргі заман ағынына байланысты шығармашылық салаларды дамыту және қолдау - өте маңызды мәселе. Күн сайын шет елдер креативті индустриядағы жетістіктерімен бөлісіп, жария етіп, мақтан тұтып отыр. Біз де өз өнімімізді, отандық кино және музыка салаларын қолдап, көмек көрсетуіміз қажет. Сонда ғана Қазақстандағы креативті экономика дамып, жақсы нәтижелер көрсете бастайды. Ал ол өз кезегінде еліміздің әрбір саласына оң әсер тигізетініне сенім мол.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Cultural Industries In Kazakhstan: Models, Challenges, And Strategies. Christiaan De Beukelaer Galina Koretskaya. [Электронный ресурс] [.https://www.britishcouncil.kz/sites/default/files/123_report_design_a4_v10_web.pdf](https://www.britishcouncil.kz/sites/default/files/123_report_design_a4_v10_web.pdf)
2. Что такое креативная экономика и чем она полезна для Казахстана? Эмиль Шамсутдинов. [Электронный ресурс]. <https://informburo.kz/stati/chto-takoe-kreativnaya-ekonomika-i-chem-ona-polezna-dlya-kazahstana.html>
3. В Казахстане 17,5 тысячи компаний заняты в сфере креативной индустрии. Мария Галушко. [Электронный ресурс] <https://kapital.kz/economic/77600/v-kazahstane-17-5-tysyachi-kompaniy-zanyaty-v-sfere-kreativnoy-industrii.html>