

Дусмухамедов Ойбек Суратбекович,
Ўзбекистон Миллий Университети
“Макроиқтисодиёт” кафедраси ҳамда
Ўзбекистон давлат санъат ва маданият
институти “Маданият ва санъат менежменти”
кафедраси доценти вазифасини бажарувчи,
иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори
(PhD)

КРЕАТИВ ИНДУСТРИЯНИ РИВОЖЛАНИШНИНГ ЖАҲОН ТАЖРИБАСИ

УДК: 332.1

DOI: 10.34920/EIF/VOL_2022_ISSUE_11_3

ДУСМУХАМЕДОВ О.С. КРЕАТИВ ИНДУСТРИЯНИ РИВОЖЛАНИШНИНГ ЖАҲОН ТАЖРИБАСИ

Мақолада креатив индустриянинг мамлакат иқтисодиётни ривожлантиришдаги ўрни таҳлил қилинган. Креатив индустрия ривожланишининг илғор хориж тажрибалари ўрганилган ва мамлакатлар кесимида қиёсий таққосланган. Жаҳонда креатив индустриянинг ривожланиш турли моделлари қиёсий таҳлили амалга оширилган. Ўзбекистонда креатив индустрияни ривожлантиришга қаратилган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: креатив иқтисодиёт ва индустрия, креатив кластерлар, бизнес инкубаторлар ва акселераторлар, креатив тадбиркорлар, инновация, стартап ва креатив лойиҳалар, маданият ва санъат, интеллектуал фаолият, инвестиция.

ДУСМУХАМЕДОВ О.С. МИРОВОЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

В статье анализируется роль креативной индустрии в развитии экономики страны. Изучается передовой зарубежный опыт развития креативных индустрий и сравнение между странами. Проведен сравнительный анализ различных моделей развития креативной индустрии в мире. Разработаны предложения и рекомендации, направленные на развитие креативной индустрии в Узбекистане.

Ключевые слова: креативная экономика и индустрия, креативные кластеры, бизнес-инкубаторы и акселераторы, креативные предприниматели, инновация, стартап и креативные проекты, культура и искусство, интеллектуальная деятельность, инвестиция.

DUSMUHAMEDOV O.S. WORLD EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF THE CREATIVE INDUSTRY.

In the article is analyzed the role of the creative industry in the development of the country's economy. The advanced international experience in the development of creative industries is studied and compared between countries. A comparative analysis of various models of the creative industry development in the world has been carried out. Proposals and recommendations aimed at the development of the creative industry in Uzbekistan have been developed.

Key words: creative economy and industry, creative clusters, business incubators and accelerators, creative entrepreneurs, innovation, start-up and creative projects, culture and art, intellectual activity, investment.

Кириш.

Жаҳон иқтисодиётида креатив индустрия жадал ривожланаётган глобал тармоқлардан бири ҳисобланиб, бу йўналиш халқаро даражада келажакдаги иқтисодий ўсишнинг муҳим омили сифатида эътироф этилмоқда.

Covid-19 пандемиясига қадар креатив индустрия жадал ривожланаётган глобал тармоқлардан бири бўлган ва пандемиянинг жаҳон иқтисодиётига келтирган салбий таъсирига қарамай, ушбу соҳа халқаро миқёсида келажакдаги иқтисодий ўсишнинг муҳим омили сифатида тобора кенг эътироф этилмоқда. Масалан, UNESCO ташкилоти ҳисоб-китобларига кўра, ҳозирги вақтда маданият ва креатив соҳалар жаҳон ЯИМнинг 3,1%ни ва барча иш ўринларининг 6,2% ни ташкил қилмоқда [16].

Ўзбекистон Республикасида креатив индустрияни, жумладан маданият ва санъат соҳасида креатив тадбиркорликни ривожлантиришга катта аҳамият берилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 26 майдаги «Маданият ва санъат соҳасининг жамият ҳаётидаги ўрни ва таъсирини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ-6000-сон [1], Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 6 июлдаги «2022-2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида» ПФ-165-сонли [2] фармонларида ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 26 августдаги «Ўзбекистон Республикасида маданият ва санъат соҳасини инновацион ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-3920-сонли қарорида [3] қуйидагилар мазкур соҳанинг муҳим вазибалари этиб белгиланди:

- инновацион инфратузилма субъектлари (инновация технологик парк, технологиялар трансфери маркази, инновация кластер, венчур ташкилоти, инновация маркази, стартап акселератор, инкубатор) тармоғини шакллантириш орқали стартап ташаббусларни қўллаб-қувватлаш ҳамда йирик ҳажмли ишлаб чиқаришни (капитал яратиш) ташкил этиш;

- инновацион фаолиятни давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг институционал механизмларини такомиллаштириш орқали инновацион фаол ташкилотлар улушини ошириш;

- кичик тадбиркорликнинг инновацион фаоллигини ошириш орқали ҳудудларнинг

ижтимоий-иқтисодий жадал ўсишини таъминлаш;

- янги турдаги маҳсулотлар ва инновацион технологиялар яратишнинг ғоядан якуний истеъмолчигача бўлган комплекс тизимини таъминлаш орқали инновацияларга бўлган талабни рағбатлантириш;

- таълимнинг барча босқичларида яратувчанлик, инновацион тадбиркорлик ва рационализаторлик кўникмаларини ривожлантириш орқали инновацион фаолият бошқарувида инсон капитални янада ривожлантириш;

- музей бошқаруви ва маркетингида илғор хорижий тажрибани яратиш;

- маданиятни кенгроқ ўрганиш ва олға жишида инновацион ғоялар ва технологиялардан самарали фойдаланиш;

- маданият ва санъат соҳасида миллий брендларни яратиш ва уларнинг жаҳон туризм бозорларига чиқишига комплекс равишда ёндашув;

- кино саноатига хорижий инвестицияларни жалб этиш ва ривожлантиришга йўналтирилган замонавий маркетинг тадқиқотларини ўтказиш.

Креатив индустрия - интеллектуал фаолият натижаси яратилган товар ва хизматларни сотишга асосланган иқтисодиётнинг махсус тармоғи ҳисобланади. Ушбу товарлар ва хизматларни ишлаб чиқаришда технология, инновация ва креативликнинг ривожланиши муҳим роль ўйнайди. Кўпгина Ғарб давлатлари креатив соҳасини ривожлантиришни бундан 15-20 йил аввал қўллаб-қувватлай бошлаган. Улар бунда иқтисодий ва ижтимоий ривожланишнинг манбаи сифатида кўрдилар.

Шуни алоҳида таъкидлаш мумкинки, жаҳонда креатив индустриянинг умумэтироф этилган таърифи мавжуд эмас. Креатив индустрия тушунчасига халқаро ташкилотлар ва олимлар томонидан бир қатор таърифлар берилган бўлиб, ушбу таърифларнинг асосий мазмуни инсоннинг билими, ижодкорлиги ва замонавий фикрлаши натижасида юзага келадиган интеллектуал маҳсулот ва хизматларнинг юқори иқтисодий қийматга эга эканлиги билан тавсифланади.

Илмий муаммонинг қўйилиши.

“Креатив индустрия” атамасининг илк номланиши “маданий индустриялар” атамаси бўлиб, 1947-йилда **тадқиқотчилар Т.Адорно ва М.Хогеймерлар** томонидан илмий доирага киритилган. XX асрнинг 70-йилларининг бош-

ларига келиб кино, телевидение, мусиқа саноатининг аҳамияти тобора ортиб борди [12]. 1990-йилларда эса жаҳонда компьютер технологиялари, рақамли хизматлар ва интернет фаол тарқалди. Буларнинг барчаси креатив иқтисодиётнинг ўзаги сифатида креатив индустриянинг юзага чиқишига олиб келди.

2001 йилда Жон Хокинс томонидан ишлаб чиқилган “креатив иқтисодиёт” концепциясининг асоси бу ғоя қийматини яратишда инсон ижодий тасаввуридан фойдаланишга асосланади. Муайян соҳалар билан чегараланган креатив индустриядан фарқли ўлароқ, “креатив иқтисодиёт” атамаси бутун иқтисодиёт креативлигини тавсифлайди [6].

Бир қатор хорижлик олимларнинг илмий асарларида креатив индустрия, креатив иқтисодиёт тушунчаларига ўз ёндашувлари баён этилган. Жумладан, америкалик олим **Р.Флорида ўз ишида** “креативлик техникавий ихтиролар, янги маҳсулотларни ишлаб чиқиш ва янги фирмалар яратишда, маданий креативлик ва бадий ижодда, компьютер графикасидан тортиб рақамли мусиқа ва анимациягача бўлган мутлақо янги тармоқларнинг пайдо бўлишида намоён бўлади” деб таъкидлаган [4].

Р.Флорида ўз тадқиқотида креатив макон ва креативлик жуғрофиясини ўрганиш катта ўрин тутди. Минтақалар бўйича креативлик даражасини баҳолаш учун Р. Флорида тўртта тенг даражада муҳим омилни бирлаштирган қуйидаги креативлик индексларидан фойдаланишни таклиф қилди:

1) ижодкорлар синфининг банд аҳоли таркибидаги улуши;

2) инновационлик (аҳоли жон бошига патентлар сони);

3) юқори технологияли индустрия (индекс TechPole - «юқори технологиялар индекси»);

4) хилма-хиллик, минтақанинг креатив инсонлар ва ғоялар учун очиқлиги.

Р. Флориданинг креативлик индекси, ҳудудларнинг креативлик даражасини баҳолашда энг муваффақиятли индекслардан бири ҳисобланади.

Россиялик олим Гнедовский М. креатив индустрия ва иқтисодиёт тушунчаларига қуйидагича таъриф берган: “Креатив ёки ижодий индустрия – бу индивидуал ижодкорлик, маҳорат ёки истеъдодга асосланган ва интеллектуал мулкни ишлаб чиқариш ва эксплуатация қилиш асо-

сида қўшимча қиймат ва иш ўринларини яратиши мумкин бўлган фаолиятдир”. Креатив иқтисодиёт эса, янги постиндустриал иқтисодиёт ёки билимлар иқтисодиёти - бу иқтисодиётнинг интеллектуал фаолиятга асосланган тармоғи ҳисобланади. Креатив иқтисодиётнинг асосий жиҳатлари: янги билимлар генерацияси, лойиҳавий фикрлаш, креатив тасаввур, янги технологиялар ва кашфиётларнинг юқори аҳамиятлигида намоён бўлади [14].

Е.В. Зеленцова томонидан креатив индустрия тушунчасига қуйидагича таъриф берилган: “Креатив индустрия - мураккаб, кўп қатламли мавзу бўлиб, унда санъат, иқтисодиёт, ва шаҳарларни ривожлантириш масалалари билан боғланади. Шунингдек ижодий (креатив) индустрия тушунчаси тўғридан-тўғри минтақавий ва миллий хусусиятлар билан боғлиқ бўлиб, мамлакатларда ушбу тушунчага турлича таърифлар шакллانган” [10].

О. А. Заровнятных эса, ушбу тушунчага “креатив индустрия – бу иқтисодиётнинг интеллектуал фаолият билан боғлиқ бўлган тармоғи бўлиб, асосан ғоялар ва технологиялар асосида ривожланади. Бу атаманинг синонимлари “креатив иқтисодиёт” ва “маданий индустрия”дир. “Креатив иқтисодиёт” тушунчаси эса маданий, санъат ва инновацион маҳсулотлар ва хизматларни яратувчи шахслар ва корхоналар мажмуи сифатида таърифланади. Ушбу тизим шунингдек, ижодкорлар ғоялар алмашиши мумкин бўлган стартап ва креатив марказларни ҳам ўз ичига олади” деб таъкидлайди [11].

Ушбу тушунчага давлатлар ва халқаро ташкилотлар томонидан ҳам таърифлар берилган. Жумладан, Буюк Британия креатив давлат сифатида жаҳон миқёсида шуҳрат қозонган бўлиб, интеллектуал мулк объектларини муҳофаза қилиш ва муаллифлик ҳуқуқини ҳимоя қилиш тизимига эга. 1990 йилларда **Буюк Британия ҳукуматининг Рақамли, маданият, медиа ва спорт департаменти (DCMS)** томонидан концепция яратилди. Ушбу концепцияга асосан креатив индустрияга тааллуқли соҳалар рўйхати ва уларнинг иқтисодий қийматини баҳолаш услугиёти ишлаб чиқилди. Мазкур новаторлик ҳаракати кўплаб мамлакатлар ва ташкилотлар, жумладан Бирлашган миллатлар ташкилотининг савдо ва ривожланиш конференцияси (UNCTAD) ва UNESCO каби халқаро ташкилотлар томонидан креатив индустрияга алоқадор статистикани юритишда асо-

1-жадвал. Мамлакатлар бўйича креатив индустрияда банд бўлганларнинг сони, 2019 [9]

| Мамлакатлар | Минг. киши | Банд бўлганларнинг умумий сонидаги улуши,%да |
|---------------|------------|--|
| АҚШ | 5200 | 3,3 |
| Россия | 2700 | 3,8 |
| Буюк Британия | 2100 | 6,3 |
| Германия | 1696 | 4,1 |
| Италия | 1550 | 6,1 |
| Франция | 1342 | 5,0 |
| Ҳиндистон | 1103 | 0,2 |
| Бразилия | 837 | 0,9 |
| Канада | 655 | 3,5 |
| Австралия | 403 | 3,8 |
| Гонконг | 217 | 5,5 |

сифатида фойдаланилмоқда. 2001 йилда **Буюк Британия ҳукуматининг Рақамли, маданият, медиа ва спорт департаменти (DCMS) креатив индустрия тушунчасига қуйидаги таърифни ишлаб чиқди:** «Креатив индустрия бу - индивидуал ижодкорлик, маҳорат, истеъдод ва интеллектуал мулкдан фойдаланиш асосида моддий қиймат ҳамда ишчи ўрин яратиш потенциалига эга бўлган соҳалардир» [15].

Шуни таъкидлаш керакки, Ўзбекистон Республикаси меъёрий ҳужжатларида креатив иқтисодиёт ёки креатив индустрия сўзлари мамлакатимиз учун нисбатан янги тушунча ҳисобланиб, креатив иқтисодиёт, асосан, "стартап"лар, яъни янгича бизнес-лойиҳалар, оригинал ғояларни қўллаб-қувватлаш орқали фуқароларнинг ишлаб чиқаришдаги фаол иштироки кўзда тутилади. Бир қатор креатив тармоқлар мавжудлигига қарамасдан, Ўзбекистонда креатив иқтисодиёт ва креатив индустрия изчил иқтисодий сиёсат концепция сифатида кенг эътироф этилмаган. Бу айниқса, туризм, ҳунармандчилик, тўқимачилик, ҳамда томошабинларга йўналтирилган музей ва театрлар каби креатив тармоқларда намоён бўлмоқда. Шунинг учун ҳам мазкур йўналишда амалга оширилаётган тадқиқотлар илмий ва методик нуқтаи назардан муҳим аҳамият касб этади.

Тадқиқот методологияси.

Тадқиқот жараёнида креатив индустрия ва креатив иқтисодиёт тушунчаларига олимлар томонидан берилган таърифларнинг иқтисодий мазмуни қиёсий таҳлил этилган. Шунингдек, кре-

атив индустрияни ривожлантиришнинг турли моделлари ва методлари ўрганилиб, таҳлил этилган. Бунда рақамли, креатив, инновацион иқтисодиётни ривожлантириш даврига мос бўлган диалектик, тизимли ёндашув, киёслаш, таҳлил усули ҳамда гуруҳлаш усуллари тадқиқот методологиясини ташкил этади. Моделлаштириш усулида тадқиқот объектининг асосий хоссалари баён этилган.

Асосий қисм.

Креатив индустриянинг мамлакат иқтисодиётидаги улушини ҳисоблашнинг умум-этироф этилган ягона ёндашуви мавжуд эмас. Аниқ ҳисоб-китобларни амалга ошириш учун креатив индустрияга тааллуқли бўлган соҳалар турларини аниқлаб олиш талаб этилади. Халқаро амалиётда креатив индустрияга икки мингдан ортиқ соҳалар киради. Креатив индустриянинг бир қатор соҳаларида анъанавий тармоқларда ишлаш имкониятига эга бўлмаган ёш ёки кекса фуқаролар, уй бекалари ва пенсионерлар фаолият юритади. Креатив соҳаларда иш ўринлари сони тўғрисидаги маълумотлар кўпайиб бораётган бўлса-да, бу иш ўринларининг сифати ҳақидаги маълумотлар етарли эмас. Россиянинг Миллий тадқиқотлар университети (Олий иқтисодиёт мактаби) экспертлари томонидан ўтказилган тадқиқот натижаларига кўра бир қатор мамлакатларда креатив тармоқларда банд бўлганларнинг сони ўрганилди (1-жадвал).

Хорижий мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, креатив индустрия шаҳарлар ва бутун мамлакат иқтисодий ривожланишининг драйверига яъни ҳаракатлантирувчи

кучига айланмоқда. Британиялик олим Ч.Ландри раҳбарлигида дунё бўйлаб креатив шаҳарлар лойиҳалари амалга оширилиши натижасида «креатив шаҳар» концепциясини шакллантирди. Натижада ҳозирда креатив индустрия шаҳарлар ялпи ички маҳсулотининг 20 фоизигача бўлган қисмини яратиши кузатилмоқда [5].

Креатив индустрия қатор Европа шаҳарларининг янги иқтисодий ривожланиш сиёсатлари ва стратегиялари марказида туради. Креатив тармоқлари фаол ўсиши Лондон, Берлин, Барселона шаҳарларида кузатилмоқда. Жумладан Лондонда 386 000 дан ортиқ креатив тадбиркорлар мавжуд бўлиб, улар 19 миллиард фунт стерлингга яқин даромад келтиради, бу Британия пойтахти иқтисодиётининг 16 фоизини ташкил қилади. GLA Economics маълумотларига асосан, реклама, архитектура, ахборот технологиялари ва нашриёт каби ижодий соҳалар Лондондаги умумий иш ўринларининг 16,3% ни ташкил этади [13].

Креатив индустриянинг яна бир ўсиш ҳудуди бу Берлин бўлиб, у турли халқаро тадбирлар ўтказиладиган жойга айланди: Мисол учун Берлинале, German film awards, Media Convention, Gamesweek, Deutscher Computerspielpreis шулар жумласидандир. Берлинда лойиҳа-майдонлари (project spaces) кенг тарқалган, ушбу ҳудудларда жиҳозланган бинолар бўлиб, уларда маълум бир лойиҳани амалга ошириш, бизнес моделларини ва турли ғояларни тажрибада ўтказиш асосида синаб кўриш мумкин. Берлинда 170 минг ходимга эга бўлган 24 мингдан ортиқ креатив корхоналар фаолият юритмоқда.

Барселона шаҳри креатив индустриянинг энг йирик кластерига киради. Бу ердаги креатив тармоқларга қуйидагилар киради: дастурлаш, видео-индустрия, илмий-тадқиқот ишлари, босмахона, мода, заргарлик буюмлари ва мусиқа саноати. Барселонада креатив индустрия доимий ўсишда ва янги иш ўринлари билан таъминлаш, рақобатбардошликни ошириш ва фаровонликни оширишнинг кучли воситаси ҳисобланади.

«The Catalan Institute of Cultural Enterprises» ташкилоти Каталонияда фаолият юритаётган 140 мингдан ортиқ креатив тадбиркорлар фаолиятини мувофиқлаштиради [13]. Креатив индустрия йилига 5,7 миллиард евро миқдорида даромад келтириб, бу Барселонада ишлаб чиқарилган барча маҳсулотлар қўшилган қийматининг 3,2 фоизини ташкил этади. Испания ҳукумати

Барселонада таълим, илмий-тадқиқот ишларини олиб бориш, креатив соҳаларда бизнес лойиҳаларини йўлга қўйишга кўмаклашмоқда. Креатив лойиҳаларга инвесторларни жалб этиш мақсадида савдо ярмаркалари, иқтисодий тадбирлар ва ғоялар танловлари ташкил этилади.

Хорижий мамлакатлар амалиётда креатив индустрияни ривожлантириш бўйича ҳукуматлар, вазирликлар даражасида амалга ошириладиган ҳамда давлат томонидан молиялаштириладиган турли дастурларни амалга ошириш амалиёти йўлга қўйилган. Европада креатив тармоқларни қўллаб-қувватлаш бир вақтнинг ўзида тўртта инфратузилма компонентларини ривожлантиришга асосланади:

- 1) профессионал тармоқлар ва уюшмалар;
- 2) махсус таълим дастурлари;
- 3) бизнес инкубаторлар ва акселераторлар;
- 4) ижодий кластерлар.

Буюк Британияда креатив индустрия вакилларига биноларни имтиёзли шартлар асосида тақдим этиш ва грантлар асосида қўллаб қувватлаш амалиёти кенг тарқалган. Ҳозирда Буюк Британияда креатив индустрияда мамлакат иқтисодиётидаги улуши 77 миллиард фунт стерлингга ташкил этиб, ушбу тармоқда 1,7 миллиондан ортиқ ишчи ўринлари яратилган.

Пандемия даврида яъни 2020 йилда креатив индустрия вакиллари ҳукуматдан грантлар ва кредитлар кўринишида 157 миллиард фунт стерлинг миқдорида ёрдам пакетини олди. Буюк Британияда биринчи марта креатив тармоқларнинг иқтисодиётдаги улушини баҳолаш учун махсус статистик кодлар қўлланила бошланди. Ушбу тажрибадан кўпгина Европа Иттифоқи давлатлари ҳам ўз амалиётларида фойдаланмоқдалар.

Хорижий мамлакатлар тажрибасини ўрганиш жараёнида креатив индустрияни ривожлантиришнинг дунё бўйича тўртта гуруҳ моделлари аниқланди. Булар: Америка, Скандинавия, Европа ва Осиё.

Европадаги креатив соҳалар фаолияти маданий қадриятларга, индивидуал ёки жамоавий ижодий фаолиятнинг бадиий шакллари асосланган бўлиб, “Креатив Европа” дастурида белгиланган тармоқлардан иборат. Креатив индустриянинг ривожлантиришнинг Европа модели халқаро ҳамкорликни қўллаб-қувватлаш, креатив индустрияларнинг тармоқ фаолиятлари ва муҳим таркибий қисмларини биргаликда ҳамда кластерлар тизими орқали молиялаштиришга

2-жадвал. Жаҳонда креатив индустриянинг ривожланиш моделлари [12]

| Модель | Мамлакатлар | Ўзига хос жиҳатлари | Креатив индустрия соҳалари |
|--------------------|---|---|--|
| Америка модели | АҚШ, Канада, Лотин Америкаси | Глокализация стратегияси, “муаллифлик ҳуқуқлари” индустрияси, хокимият даражасида маданий сиёсат. | Дизайнерлик, аудиовизуал маҳсулот, нашриёт. |
| Скандинавия модели | Швеция, Дания, Финляндия | Тадбиркорлик фаолиятида креатив кўникмаларни ривожлантириш, грантлар ёрдамида қўллаб-қувватлаш, инновацияларни рағбатлантириш ва ижодкорликка инвестиция киритиш. | Медиа, аудиовизуал маҳсулотлар, театр постновкалари, музей, адабиёт, реклама. |
| Европа модели | Буюк Британия, Германия, Испания, Италия, Франция | Лойиҳа-майдонлари (project spaces), иждодий кластерлар, қўллаб-қувватлаш агентликлари. | Архитектура, кино ва аудиовизуал маҳсулотлар, реклама, видео ўйинлар, ахборот технологиялари, нашриёт. |
| Осиё модели | Япония, Жанубий Корея, Хитой, Гонконг, Сингапур, Тайвань. | Киноиндустрияни қўллаб-қувватлаш, креатив фанларни, индивидуал иждодни, рақамли технологияларни ривожлантириш, креатив ҳудудларни ташкил этиш. | Аудиовизуал маҳсулот, видео ўйинлар, архитектура, оператив хабар алмашиш хизматлари. |

асосланади. Креатив кластерлар бу креатив маҳсулот яратувчиларининг маълум бир ҳудудда концентрациялашуви бўлиб, ушбу йўналишда фаолият юритувчи тадбиркорлар ва истеъмолчилар учун иждодий куч ва илҳом берувчи марказ ҳисобланади. Европа мамлакатларида креатив кластерлар ўз иштирокчиларининг бадаллари, шунингдек, олинган грантлар ҳисобига фаолият юритадилар. Ҳозирда креатив сектор ва тармоқларни молиялаштириш долзарб масала бўлганлиги сабабли, Европада самарали молиявий экотизимни яратиш устида иш олиб борилмоқда.

Америка модели замирида тадбиркорлик ташаббусларини рағбатлантириш, иждодий қобилият ва яратувчанликни ривожлантириш сиёсати асосланади. Америка Қўшма Штатларда «глокализация» стратегияси кенг қўлланилади. Глокализация бу иқтисодий, ижтимоий, маданий ривожланиш жараёни бўлиб, бу кўп йўналишли тенденцияларнинг биргаликда мавжудлиги ва хорижлик истеъмолчиларнинг эҳтиёжларига мослаштирилган маҳсулот ва хизматларни яратишга йўналтирилганлиги билан тавсифланади [7].

Америка Қўшма Штатларида федерал даражада креатив соҳалар учун ягона сиёсат мавжуд эмас. Ушбу жараён барча тармоқлар,

штат ва муниципалитет даражасида қўллаб-қувватланади.

Креатив индустрия инновацияларни рағбатлантиради, АҚШнинг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини кучайтиради ва иқтисодий фаолликни қўллаб-қувватлашда муҳим роль ўйнайди. АҚШда креатив индустрия тушунчасини аниқлашда консерватив ёндашувни қўлланади, фақат санъат асарларини ишлаб чиқарадиган ёки тарқатувчи корхоналарга (нотижорат музейлардан, симфоник оркестрлар ва театрлардан тортиб, тижорат кино, архитектура ва реклама компанияларигача) эътибор қаратилади. Креатив сектор улушини баҳолашда компьютер дастурлаш ва илмий тадқиқотлар каби соҳалар эътиборга олинмайди.

Скандинавия модели ушбу ҳудудда жойлашган мамлакатлардаги креатив индустрия модели тадбиркорлик фаолиятида креатив кўникмаларни амалий қўллашга ўргатувчи касб-хунар таълими тизимига ихтисослашган. Креатив индустриясини ривожлантиришнинг Скандинавия модели грант ёрдамида қўллаб-қувватлаш, инновацияларни рағбатлантириш ва ижодкорликка инвестиция киритишга асосланади [8].

Креатив индустрияни ривожлантиришнинг **Осиё модели** иждодий маҳсулотнинг инновация таркибий қисмини яратишга қаратилган.

Бунда анъанавий маданият элементларидан жаҳон бозорида миллий манфаатларни илгари суриш сиёсати сифатида фойдаланади. Жанубий Кореяда “Корея ижодий контент агентлиги (КОССА)”, мамлакат креатив индустриясидаги фаолиятни мувофиқлаштириш ва корейс товарларини халқаро бозорга олиб чиқиш сиёсати билан шуғулланади.

Хитойнинг креатив индустрияси эса иқтисодийнинг хусусий сектор сармояларига таянади ва Европанинг ижодий соҳалари каби глобал бозорларга йўналтирилган.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, шуни таъкидлаш лозимки, бугунги кунда хорижий мамлакатларнинг креатив индустрияда дуч келаётган бир қатор муаммоларни алоҳида таъкидлаш лозим. Жумладан:

- креатив индустрияда фаолият юритаётган тадбиркорларнинг ижодий таълимнинг паст даражаси ва янги технологиялар билан ишлаш кўникмаларининг етишмаслиги;
- соҳа ходимларини тайёрлаш ва уларнинг касбий сифатларини ривожлантиришга, ушбу мамлакатлар салоҳиятига нисбатан, инвестициялар етарли даражада эмаслиги;
- бир қатор ижодий соҳаларда иш ҳақининг пастлиги шулар жумласидандир.

Методологик нуқтаи назардан, ижодий, маданий ва креатив индустрияга тааллуқли бўлган соҳаларни ажратиш муаммоси хориж ҳамда Ўзбекистон амалиётида очиқлигича қолмоқда. Мамлакатимиз иқтисодий ривожланишида креатив индустрия улушини баҳолаш ҳамда уни ривожланиш тенденцияларини таҳлил этиш мақсадида Ўзбекистонда креатив индустрияга тааллуқли соҳаларни аниқлаш методологиясини ишлаб чиқиш муҳим масаладир.

Мамлакатимиз ижтимоий-иқтисодий ривожланишида аҳолини иш билан таъминлаш, ижодий қобилиятга эга бўлган истеъодларни ҳамда креатив тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш зарурати ортиб бормоқда. Бутун дунёда, жумладан бизнинг мамлакатимизда, креатив индустрияни юқори ривожланиш даражасига олиб чиқиш мақсадида мактабдан креатив тадбиркорлик кўникмаларини ўргатиш бўйича таълим дастурларини кенгайтириш шубҳасиз устувор вазифалардан бири ҳисобланади [17]. Креатив индустрияни молиялаштиришда қўлланиладиган краудфандинг ва фандрайзинг усулларидан ташқари ижодий соҳа вакилларининг фаолиятини давлат

томонидан қўллаб-қувватлаш ва самарали молиявий инфратузилмани яратилиши Ўзбекистон иқтисодий тармоқларини диверсификациялашнинг устувор вазифалардан бири ҳисобланади.

Хулоса ва таклифлар.

Ривожланган мамлакатлар ялпи ички маҳсулотига креатив соҳаларнинг улуши юқори бўлиб, бу инвесторларни эътиборини жалб қилиш омили бўлиб хизмат қилмоқда.

Креатив тармоқлар шаҳарлар қиёфасини шакллантираётгани ва бу нафақат инвестицияларни жалб қилиш, балки туризмни ривожлантиришга ҳам хизмат қилаётганини алоҳида таъкидлаш лозим.

Хулоса сифатида шуни айтиш мумкинки, замонавий шаҳарлар иқтисодий тараққиётнинг етакчиси ва инновацияларни яратиш учун синов майдонларига айланмоқда. Креатив индустрияга тааллуқли бўлган соҳалар ва фаолият турларининг хилма-хиллиги ушбу соҳаларни ривожлантириш дастурларини ва қонунчилик базасини доимий равишда янгилаб боришни тақозо этади. Ўзбекистонда креатив индустрияни ривожлантиришда қуйидаги йўналишларни амалга ошириш муҳим деб баҳолашни лозим. Бунда:

1. Мамлакатимизнинг иқтисодий ривожланишининг устувор йўналишлари ҳамда миллий маданият қадриятларини инobatга олган ҳолда креатив индустрия таркибига кирувчи соҳаларни белгилаш ва расман тасдиқлаш;
2. Давлат статистикасида “Креатив индустрия” йўналиши бўйича статистик таснифлагич ишлаб чиқиш ва шу асосида соҳани ривожланиш тенденцияларини мониторинг қилиш;
3. Ўрта таълимнинг юқори синф ўқувчилари, ўрта махсус ва олий таълим тизимида креатив иқтисодий, креатив индустрия ва креатив тадбиркорлик фанлари бўйича назарий билим ва амалий кўникмалар бериш бўйича таълим дастурларини жорий этиш;
4. Худудларда креатив индустрия таркибига кирувчи соҳалар вакиллари учун креатив лойиҳаларни амалга ошириш майдонлари ва кластерларини ташкил этиш;
5. Ҳамкор давлат ва халқаро ташкилотларни жалб этган ҳолда “Ўзбекистонда креатив индустриясини ривожлантириш миллий стратегияси”ни ишлаб чиқиш.

Фойдаланилган адабиёт рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 26 майдаги «Маданият ва санъат соҳасининг жамият ҳаётидаги ўрни ва таъсирини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ-6000-сонли Фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 6 июлдаги «2022-2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида»ги ПФ-165-сонли Фармони.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 26 августдаги «Ўзбекистон Республикасида маданият ва санъат соҳасини инновацион ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-3920-сон қарори.
4. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее/ Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2005.430 с;
5. Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2006. 399 с.
6. Хокинс Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. пер. с англ. Перевод И. Щербакова. Издательство: Классика XXI, 2011 г..
7. Хестанов Р.З. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17. № 3. С. 173–196.
8. Благова И.Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий // Проблемы современных социокультурных исследований: сб. науч. трудов по материалам Междунар. науч.-практич. конф. 27 октября 2020г. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. С. 45–48.
9. Бредихин С.В., Власова В.В. и др. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы [Эл.ресурс]. URL:www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital_NCMU_Digest%201_Creative%20Industries_2021.pdf.
10. Е.В.Зеленцова. Творческие (креативные) индустрии. Справочник. – Москва: 2022. – С.13.
11. О.А.Заровнятных. Креативные индустрии:тематический свод/ Департамент культуры Тюменской области. Тюмень : ГАУК ТОНБ, 2022. – 54 с..
12. Э.Байкова. Опыт развития креативных индустрий за рубежом. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ, № 1 (163), 2022.
13. Скиба Н. Креативная экономика в Европе: 5 шагов для взлета [Элек. ресурс].URL:<https://www.culturepartnership.eu/article/creative-economy-steps-to-rise>.
14. Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России // www.strana-oz.ru («Отечественные записки»).
15. <https://www.gov.uk/government/publications/dcms-sectors-economic-estimates-methodology/dcms-sector-economic-estimates-methodology>.
16. UNESCO.org (2022).
17. Nozim G. Muminov, Ramziddin X. Abdusatarov, Anastas A. Ambartsumyan and Diyor M. Karimov (2022) Peculiarities of Manufacturing Policy in Uzbekistan in the Conditions of Modernization of the Economy. Webology, Volume 19, Number 1, Pages: 2945-2963. DOI: 10.14704/WEB/V19I1/WEB19195. <https://www.webology.org/data-cms/articles/20220123080923amWEB19195.pdf>.