



ЎЗБЕКИСТОН ВА ХОРИЖДА КРЕАТИВ ИҚТИСОДИЁТ СОҲАЛАРИНИ РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

PhD Дусмухамедов Ойбек Суратбекович

Ўзбекистон Миллий университети

Ўзбекистон давлат санъат ва маданият институти

OCRID: 0009-0000-8518-8572

Аннотация. Мақолада креатив иқтисодиёт тушунчаси ва унинг таркибига кирувчи тармоқлар юзасидан хорижий олимларнинг ёндашувлари баён этилган. Креатив иқтисодиётнинг асосий тармоқлари бўйича Америка ва Британия ёндашувлари қиёсланган. 1900-2008 йилларда АҚШ меҳнат синфлари таркибида креатив меҳнат синфининг ривожланиш тенденциялари ўрганилган. Буюк Британия услубиёти асосида Ўзбекистонда креатив иқтисодиётни ривожланиш ҳолати, унинг таркибига кирувчи тармоқлар ҳамда ходимлари сони кесимида таҳлил қилинган. Шунингдек, Ўзбекистонда креатив иқтисодиётни ривожлантиришга қаратилган илмий таклиф ва амалий тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: креатив иқтисодиёт, креатив индустрия, креатив соҳалар ва касблар, интеллектуал капитал, муаллифлик ҳуқуқи, патентлар, маданият ва санъат соҳаси, статистик классификатор, креатив таълим.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ И ЗА РУБЕЖОМ

PhD Дусмухамедов Ойбек Суратбекович

Национальный Университет Узбекистана

Государственный институт искусств и культуры Узбекистана

Аннотация. В статье описаны подходы зарубежных ученых к понятию креативной экономики и составляющих ее отраслей. Сравниваются американский и британский подходы к основным отраслям креативной экономики. В 1900-2008 гг. изучались тенденции развития креативного рабочего класса в структуре рабочего класса США. На основе методики Великобритании проанализировано состояние развития креативной экономики в Узбекистане с точки зрения входящих в нее отраслей и численности занятых. Также разработаны научные предложения и практические рекомендации, направленные на развитие креативной экономики в Узбекистане.

Ключевые слова: креативная экономика, креативная индустрия, креативные индустрии и профессии, интеллектуальный капитал, авторское право, патенты, культура и искусство, статистический классификатор, креативное образование.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CREATIVE ECONOMY SECTORS IN UZBEKISTAN AND ABROAD

PhD Dusmukhamedov Oybek Suratbekovich
National University of Uzbekistan
State Institute of Cultural Arts of Uzbekistan

Abstract. *The article describes the approaches of foreign scientists to the concept of the creative economy and its constituent industries. The American and British approaches to the main sectors of the creative economy are compared. In 1900-2008 trends in the development of the creative working class in the structure of the US working class were studied. Based on the UK methodology, the state of development of the creative economy in Uzbekistan is analyzed from the point of view of its constituent industries and the number of employees. Scientific proposals and practical recommendations aimed at developing the creative economy in Uzbekistan have also been developed.*

Keywords: *creative economy, creative industry, creative industries and professions, intellectual capital, copyright, patents, culture and art, statistical classifier, creative education.*

Кириш.

Жаҳон иқтисодиёти янги ижтимоий-иқтисодий воқелик жадал ривожланиши, ахборот ва рақамли технологияларнинг пайдо бўлиши, саноатнинг 3.0 ва саноат 4.0 каби янги турдаги тармоқларининг шаклланиши билан тавсифланмоқда. Агар яқин йиллар аввал ахборот иқтисодиёти муҳим аҳамият эга бўлган бўлса, бугунги кунда маданий ва ижодий капиталнинг салоҳияти ва кадр-қиммати ангилашга асосланган креатив иқтисодиёт долзарб ҳисобланмоқда. Ижодкорлик ва креативлик замонавий иқтисодий тараққиётнинг асосий омилига айланди.

Ўзбекистонда ҳам инновацион ғоя ва технологияларни жорий этишга, фан, инновация ҳамда рақамли технологияларни жадал ривожланиши учун зарур шарт-шароитларни яратишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Жумладан Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 6 июлдаги «2022-2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида»ги ПФ-165-сон, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 11 сентябрдаги «Ўзбекистон-2030» стратегияси тўғрисида»ги ПФ-158-сонли фармонларида (Фармон, 2022; Фармон, 2022) ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2024 йил 7 февралдаги «Иқтисодиёт соҳалари учун кадрлар тайёрлаш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари» тўғрисидаги ПҚ-62 қарорида (Қарор, 2024) ушбу йўналишни ривожлантиришга қаратилган бир қатор чора-тадбирлар белгиланган.

Креатив иқтисодиётни ривожлантириш нафақат мамлакатимизда балки бутун дунёда долзарб аҳамиятга эга эканлигини Бирлашган Миллатлар ташкилоти томонидан 2021 йилни «Креатив иқтисодиёт» йили деб эълон қилиниши орқали ҳам ангилаш мумкин.

Адабиётлар шарҳи.

Бир қатор хорижлик олимларнинг илмий асарларида креатив индустрия, креатив иқтисодиёт тушунчаларига ёндашувлари баён этилган. Жумладан Америкалик олим Флорида (2005) 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 (Флорида, 2005).

Флорида (2005) 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.

Флориданинг (2005) креативлик индекси, худудларнинг креативлик даражасини баҳолашда энг муваффақиятли индекслардан бири ҳисобланади.

2001 йилда Жон Хокинс (2011) томонидан ишлаб чиқилган "креатив иқтисодиёт" концепциясининг асоси ғоя қийматини яратишда инсон ижодий тасаввуридан фойдаланишга асосланади. Муайян соҳалар билан чегараланган креатив индустриядан фарқли ўлароқ, "креатив иқтисодиёт" атамаси бутун иқтисодиёт креативлигини тавсифлайди.

Словакиялик олим Клоудова (2010) "Иқтисодий тизимнинг креатив модели илм-фан ва тадқиқот соҳалари билан бир қаторда, тадбиркорлик, санъат, маданият, дизайн соҳаларида ҳам инновациялар двигатели ва янги ёндашувлар ишлаб чиқарувчиси бўлган креатив меҳнат кучининг юқори концентрациясига асосланади.

Россиялик олим Зеленцова (2022) томонидан креатив индустрия тушунчасига қуйидагича таъриф берилган: "Креатив индустрия - мураккаб, кўп қатламли мавзу бўлиб, унда санъат, иқтисодиёт, ва шаҳарларни ривожлантириш масалалари бир- бири билан боғланади.

Заровнятных (2022), 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, инновацион маҳсулотлар ҳамда 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.

Креатив соҳалар юқори даромадли меҳнат бозорини ривожлантиришга хизмат қилади. Уларнинг яна бир ўзига хос жиҳати бандликнинг янги, мослашувчан турларини ривожлантиришдир. Бу эса ўз навбатида, ҳозирда Ўзбекистон иқтисодиёти учун долзарб аҳамиятга эга бўлган аҳолининг креатив меҳнат синфини шакллантиришда муҳим аҳамитга эга.

Тадқиқот методологияси.

Тадқиқот жараёнида креатив иқтисодиёт ва индустрия тушунчаларига АҚШ, Буюк Британия, Европа ва Россия олимлари томонидан билдирилган таърифлар келтирилган. Креатив иқтисодиётнинг асосий тармоқларини белгилаш бўйича Америка ва Британия тажрибалари қиёсий таҳлил этилди. Ўзбекистондаги креатив соҳаларга оид мавжуд маълумотлар таҳлили тақдим этилди. Бунда иқтисодиётнинг тегишли йўналишлари бўйича жами ходимлар сони ҳамда Буюк Британия ҳукуматининг Рақамли, Маданият, Оммавий ахборот воситалари ва қўллаб-қувватлаш департаменти (DCMS) услугиётига асосланган ҳолда Ўзбекистондаги креатив индустрияга тегишли бўлган тармоқлар кўрсаткичлари таҳлил этилди.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Креатив иқтисодиёт атамаси биринчи марта 2000 йилда Business Week журналида илмий муомалага киритилган. 2001 йилда Жон Хокинс (2000) ўзининг "Креатив иқтисодиёт" асарида унинг глобал миқёсидаги таъсирини таҳлил қилади (Howkins, 2001). Креатив иқтисодиётнинг таърифи сифатида Хокинс (2001) муаллифлик

хуқуқлари, патентлар, савдо белгилари ва оригинал ишланмалар кўринишида интеллектуал мулкни яратадиган ўн бешта креатив индустрия соҳаларини ажратади.

Ҳозирги босқичда жаҳон миқёсида рақобатбардош устунликларини оширишга интилаётган кўплаб давлатларнинг устувор йўналишларидан бири бу креатив индустрияни ривожлантиришдир.

Буюк Британия ижтимоий-иқтисодий ривожланишида креатив индустриянинг устуворлигини тан олган ва ҳукумат даражасида катта эътибор берган биринчи мамлакатлардан бири бўлиб, бунинг натижасида 1998 йилда Маданият, оммавий ахборот воситалари ва спорт вазирлиги ҳузурида Ижодий саноат дастурларини ривожлантириш департаменти ташкил этилган.

Иқтисодиётнинг креатив секторига кирувчи тармоқлар рўйхати ва креатив соҳалар фаолиятининг расман белгиланган таърифи Департаментнинг биринчи натижаси бўлди: "Бунга индивидуал ижодкорлик, маҳорат ёки истеъдодга асосланган ва интеллектуал мулкни ишлаб чиқариш ва эксплуатация қилиш орқали қўшимча қиймат ва иш ўринларини яратиш имкониятига эга бўлган фаолиятлар киритилди".

Креатив соҳаларни аниқлашда Британия ёндашуви Американикидан бир оз фарқ қилади, умумлаштирилган кўринишда ушбу икки ёндашув 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал

Креатив соҳаларни аниқлашнинг Британия ва Америка ёндашувлари (Howkins, 2001)

Америка ёндашуви	Британия ёндашуви
Тадқиқот ва технологик ишланмалар, нашриёт, дастурий таъминот, телевидение ва радио, дизайн, мусиқа, кино, ўйинчоқлар ва ўйинлар, реклама, архитектура, ижро санъати, хунармандчи-лик, видео ўйинлар, мода ва санъат.	Реклама, архитектура, хунармандчилик, мебел дизайни, мода дизайни, кино ва видео, график дизайн, кўнгилочар дастурлий таъминотлар (компьютер ўйинлари), жонли ва ёзиб олинган мусиқа, сахна санъати, телевидение, радио ва интернет, тасвирий санъат ва антиқа буюмлар, ёзма ва нашриёт ишлари, музейлар ва мерос.

Америкалик олим Флорида (2007) Хокинсдан (2001) фарқли равишда, касбларга асосланган креатив иқтисодиётни белгилайди. Натижада, икки услубий ёндашув шаклланди: касбий ва тармоқ.

Тармоқ ёндашувига асосланиб, Хокинс (2001) креатив иқтисодиёт соҳасида АҚШнинг жаҳон бозоридаги улушини 40% дан ортиқ эканлигини ҳисоблаб чиқди. Флориданинг (2007) касбий креатив синф ёндашуви икки кичик синфга асосланади: суперкреатив ядро ва креатив профессионаллар.

Суперкреатив ядро қуйидаги соҳалардаги касбларни ўз ичига олади:

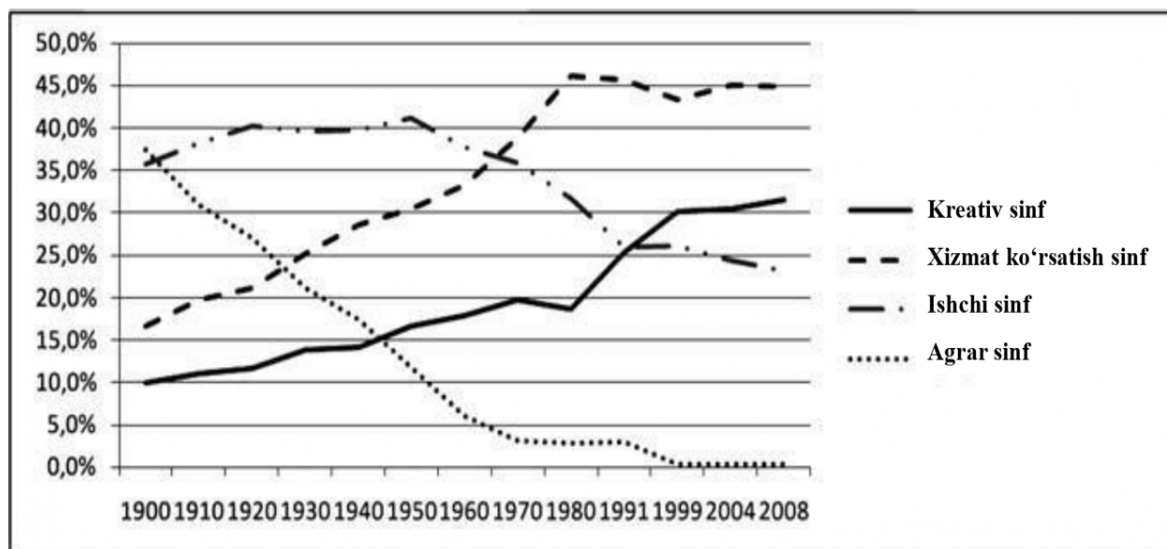
- Архитектура ва муҳандислик иши;
- Табиий ва ижтимоий фанлар;
- Таълим, тарбия ва кутубхонашунослик иши;
- Санъат, дизайн, спорт, оммавий ахборот воситалари

Креатив профессионаллар кичик тоифасига қуйидагилар киради:

- Бошқарув касблари;
- Бизнес ва молия соҳасидаги касблар;
- Юридик соҳадаги касблар;
- Соғлиқни сақлаш касблари (шифокорлар ва техниклар);
- Савдо ва сотишни бошқариш билан боғлиқ раҳбарлик касблари.

Флориданинг (2007) ҳисоб-китобларига кўра, АҚШнинг креатив синфи меҳнатга лаёқатли аҳолининг 30% дан ортигини ташкил этиб, бу мамлакат ишчи ва қишлоқ хўжалиги синфи вакиллари кўшганда ҳам кўпроқдир.

АҚШ жамиятида энг катта табақа бу хизмат кўрсатувчи синфидир, лекин 1980-йиллардан бошлаб, креатив синфи жадал кенгая бошлаган даврда, хизмат кўрсатиш синфининг ўсиши сезиларли даражада секинлашди ва унинг умумий ишчи кучидаги улуши пасая бошлади. 1990-йиллар охирида креатив синф сонининг умумий улуши бўйича ишчилар синфини ортда қолдирди, ҳозирда АҚШда креатив синф хизмат кўрсатиш синфидан кейин иккинчи ўринда туради. Ушбу синф вакилларининг даромад даражасига кўра, креатив синф етакчи ўринни эгаллайди, чунки даромаднинг энг катта қисми ушбу секторда жамланган бўлиб, унинг миқдори хизмат кўрсатиш синфининг даромадидан икки баравар кўпдир. Қуйидаги расмдаги маълумотларда АҚШ ижтимоий синфлар улушини ўзгариш динамикаси келтирилган (1-расмга қаранг).



1-расм. 1900-2008 йилларда АҚШ меҳнат синфлари таркибининг улуши (%да)¹²¹

АҚШ креатив меҳнат синфнинг барқарор кенгайиши фонида хизмат кўрсатиш синфи улушининг ва ўсиш суръатларининг камайиши бизга хизмат кўрсатиш даврининг жадал ривожланиши ва кейинчалик пасайиши фактини намоён қилади.

Бу жараён узоқ трансформация даврига эга:

1. 1920-1950 йиллар ишчилар синфи ривожланишининг энг юқори даври ҳамда хизмат кўрсатиш синфи улушининг тез ўсиши билан намоён бўлди.

2. 1950-1970 йиллар ишчилар синфи улушининг камайиши ҳамда 1970 йилга келиб, хизмат кўрсатиш синфини миқдорий устунликка эга бўлиши кузатилди.

3. 1970-1990 йилларда хизмат кўрсатиш синфининг қатъий ўсиш босқичи кузатилди, 90-йиллардан эса креатив меҳнат синфнинг тез суръатларда ўсиши босқичига ўтди;

4. 2000 йилдан бошлаб саноатдан ишчи кучини бўшаши шаклида деиндустриализация бошланди, ушбу ҳолат сўзсиз АҚШ жамиятининг синфий тузилишининг ўзгаришига олиб келди.

5. 2008-2009 йиллардаги жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози хизмат кўрсатиш ва креатив меҳнат синфларининг ижтимоий шаклланиш ҳаракатида кўпроқ бурилиш нуқтаси бўлди.

Юқоридаги маълумотларга асосан шуни таъкидлаш лозимки 1900-2008 йилларда АҚШ иқтисодиётининг тармоқларида юзага келган таркибий ўзгаришлар, мамлакат меҳнат синфлари таркибининг ўзгаришига ҳам бевосита таъсир кўрсатган.

¹²¹ Bureau of Labor Statistics, Occupation and Employment Statistics, 1999, 2004, 2008. [Электронный ресурс] / – Режим доступа: http://www.bls.gov/oes/oes_dl.htm, свободный; Florida R. The rise of the creative class. NY.: "Basic Books", 2002. P. 332.

Сўнги йилларда Ўзбекистонда ҳам креатив ва инновацион соҳаларда фаолият юритадиган аҳолини ҳамда тадбиркорликни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш, креатив, инновацион ғоялар ҳамда технологияларни жорий этиш, худудларнинг ижтимоий-иқтисодий салоҳиятини ошириш, аҳолининг турмуш даражаси ва фаровонлигини оширишга қаратилган бир қатор аниқ чора-тадбирлар амалга оширилди.

Ўзбекистонда креатив иқтисодиёт таркибига кирувчи соҳаларнинг рўйхати ва уларнинг статистик калассификаторлари мавжуд эмаслиги сабабли, ушбу йўналишдаги иқтисодий фаолият турлари миллий таснифларини қайта кўриб чиқиш долзарб масала ҳисобланади.

2-жадвал

Ўзбекистонда иқтисодиёт тармоқлари бўйича креатив индустрия корхоналари ва ходимлари сони бўйича маълумот (2020)¹²²

№	Соҳалар	Креатив индустрия корхоналари сони	Креатив индустрияда ишчи ходимлар сони	Соҳадаги умумий ходимлар сони	Креатив индустрияда ходимларнинг улуши %да
1.	Ишлаб чиқариш (Газета нашр этиш, матбаа, матбуот ва фаолияти, заргарлик буюмларини ишлаб чиқариш)	1 000	7 645	1 597 737	0,5%
2.	Ахборот-коммуникация технологиялари (Китоб нашриёти, газета нашр этиш, журналларни нашр этиш, босма нашриёти, компьютер ўйинлари, дастурий таъминот, кино, теледастурлар ишлаб чиқариш, филмлар, видеолар, теледастурларни ишлаб чиқариш, фонограмма ва мусиқа, радио эштириш, телевизион дастурларни яратиш ва тақдим этиш, компьютер технологиялари ва дастурлаш соҳаси, ахборот агентликлари фаолияти).	3 609	19 752	58 707	33,6%
3.	Профессионал илмий-техник фаолият. (Жамоатчилик билан ҳамкорлик, архитектура реклама фаолияти, махсус дизайн фаолияти, суратга олиш фаолияти, ёзма ва оғзаки таржима).	3 485	21 077	1 316 34	16%
4.	Таълим (Маданият ва санъат соҳасидаги таълим)	432	17 108	1 158 161	1,5%
5.	Санъат ва маданий кўнгилочар бизнес (Театр соҳаси, концерт заллари фаолияти, кутубхоналар, музей, тарихий обидалар, бинолар, маданий, ёдгорликларни сақлаш ва асраб авайлаш фаолияти)	1 037	18 486	66 975	27,6%
	Жами	9 563	84 068		

¹²² “Ўзбекистонда креатив саноат бирлашмаларини ривожлантириш ва такомиллаштириш бўйича тавсиялар. Британия кенгашининг Ўзбекистондаги ваколатхонаси ҳамда Ўзбекистон республикаси маданият ва санъатни ривожлантириш жамғармаси билан ҳамкорликда таёрланган. Тошкент. Май, 2022й.

2020 йилда Британия кенгашининг Ўзбекистондаги ваколатхонаси ҳамда Ўзбекистон республикаси маданият ва санъатни ривожлантириш жамғармаси билан ҳамкорликда “Ўзбекистонда креатив саноат бирлашмаларини ривожлантириш ва такомиллаштириш бўйича тавсиялар” номли тадқиқот эълон қилинди. Ушбу тадқиқотда Буюк Британия модели асосида, Ўзбекистонда креатив индустрия соҳалари таҳлили амалга оширилди. Жумладан Ўзбекистонда креатив индустрия 5 та асосий соҳалар бўйича тақсимланади:

- ✓ Ишлаб чиқариш;
- ✓ Ахборот- коммуникация технологиялари ва алоқа соҳаси;
- ✓ Профессional илмий-техник хизматлар;
- ✓ Таълим;
- ✓ Санъат ва маданий - кўнгилочар бизнеси.

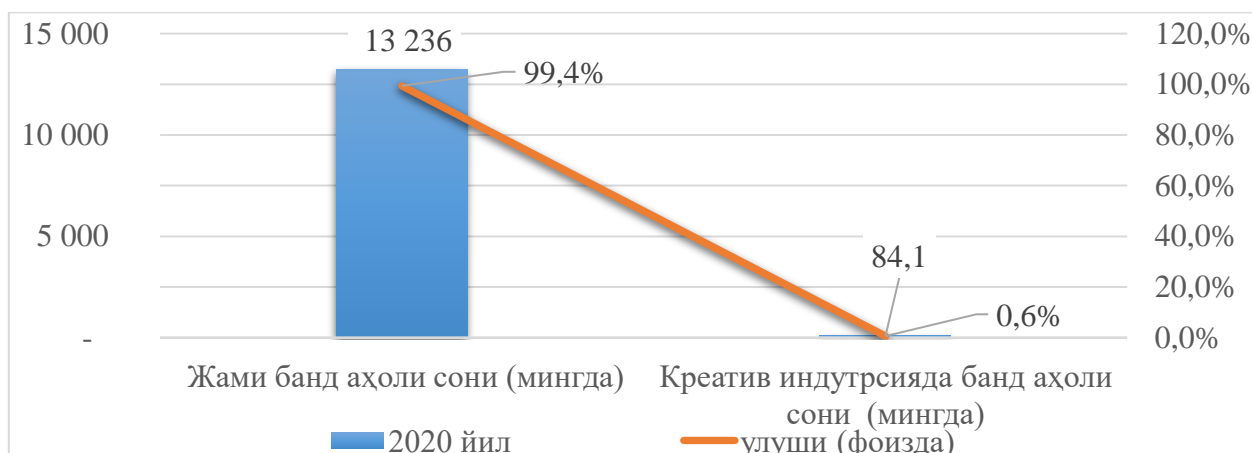
2-жадвалда Ўзбекистондаги креатив соҳаларга оид мавжуд маълумотлар таҳлили тақдим этилган. Бунда иқтисодиётнинг тегишли йўналишлари бўйича жами ходимлар сони ҳамда Буюк Британия ҳукуматининг Рақамли, Маданият, Оммавий ахборот воситалари ва қўллаб-қувватлаш департаменти (DCMS) услубиётига асосланган ҳолда Ўзбекистондаги креатив индустрияга тегишли бўлган тармоқлар кўрсаткичлари келтирилган. Жадвалда келтирилган тақсимотларда мамлакатимизда иқтисодиётнинг кенг тармоқлари бўйича креатив индустрия қандай тақсимланганлиги кўрсатилган. Ахборот ва коммуникация соҳасида энг кўп креатив корхоналар (3 609 та) ҳамда ходимлар (33,6%) мавжуд.

Креатив индустриянинг ишлаб чиқариш соҳасида фақатгина 7 645 та ходим ёки умумий ишлаб чиқариш соҳасида фаолият юритаётганларнинг фақатгина 0,5% ташкил этмоқда.

Шунингдек таълим соҳасининг креатив йўналишида 432 та таълим муассасалари фаолият юритаётган бўлиб, ушбу муассасаларда фаолият юритаётганлар жами таълим соҳасида фаолият юритаётганларнинг фақатгина 1.5% ини ташкил этмоқда.

Санъат ва маданий кўнгилочар бизнес соҳасида 1 000 дан ортиқ корхоналар фаолият юритаётган бўлиб, ушбу корхоналарда 18 000 дан ортиқ ходимлар фаолият юритаёпти. Таҳлил натижаларига асосан ушбу йўналишда фаолият юритаётган 1 та корхонада ўртача 17,8 та ходим фаолият юритаёпти. Ушбу кўрсаткич таълим (39.6 та ходим) йўналишидан кейин 2-ўринни эгаллади.

2020 йилда Ўзбекистонда креатив индустрияда банд бўлганларнинг сони иқтисодиётда жами банд бўлган аҳоли сонига улуши таҳлил этилганда қуйидагилар аниқланди:



2-расм Ўзбекистонда креатив индустрияда банд аҳолининг жами банд аҳоли сонига улуши¹²³

¹²³ <https://siat.stat.uz/reports-filed/1315/table-data>

2-расм маълумотларига асосан 2020 йилда креатив индустрияда жами 84.1 минг аҳоли банд бўлиб, Ўзбекистон иқтисодиётида жами банд бўлган аҳолининг фақатгина 0.6 фоизини ташкил этди. Хорижий мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, креатив меҳнат синфида банд бўлганларнинг даромади хизмат кўрсатиш соҳасидагиларга нисбатан 2 баробар кўпдир. Шу сабабли мамлакатимизда аҳоли ўртасида креатив соҳаларга ўқитиш, креатив соҳаларни давлат томонидан қўллаб қувватлаш долзарб масала ҳисобланади.

Хулоса ва таклифлар.

Юқоридагиларга асосан мамлакатимизда креатив иқтисодиётни ривожлантириш учун қуйидагиларни амалга ошириш муҳим ҳисобланади:

✓ Халқаро тажрибани, мамлакатимизнинг миллий хусусиятларини, маданий ҳамда миллий кадриятларини инобатга олган ҳолда “креатив иқтисодиёт” ва “креатив индустрия” тушунчаларининг услубиётини ишлаб чиқиш ва айнан қайси соҳалар ушбу йўналишларнинг таркибий қисми эканлигини аниқ белгилаб олиш;

✓ Профессional коллежларда ҳамда олий ўқув юртларида креатив фикрлаш, креатив лойиҳаларни ишлаб чиқиш фанларини ўқитилишини жорий этиш;

✓ Интеллектуал мулк тизимини такомиллаштириш ва мустаҳкамлаш. Креатив бизнес ҳамжамиятида интеллектуал мулк аҳамиятини яхшироқ тушунишга кўмаклашиш;

✓ Мамлакатимиз ҳудудларининг ижодий ресурсларини ҳариталаш тартибини такомиллаштириш ва улардан самарали фойдаланиш асосида ҳудуднинг жаҳон туризм бозоридаги рақобатбардошлигини ошириш;

✓ Маданият ва санъат муассасаларида креатив дастурлар ва лойиҳаларни жорий этиш асосида ушбу муассасаларга ташриф буюрувчилар сонини ошириш.

Хулоса сифатида шуни таъкидлаш лозимки, креатив иқтисодиётнинг анъанавий иқтисодий концепциядан ўзига хос фарқли жиҳати шундаки, унинг асосий кучи - билим, ресурси - ахборот, маҳсулоти эса - инновация ҳисобланади. Шундай қилиб, креатив иқтисодиёт концепцияси бир-биридан фарқ қилувчи “ахборот иқтисодиёти”, “билимлар иқтисодиёти” ва “инновацион иқтисодиёт” тушунчаларини бирлаштиради.

Ўзбекистонда кучли креатив салоҳиятга эга иқтидорли ёшлар етишиб чиқмоқда, уларнинг ижодий имкониятларини иқтисодиёт ва жамият учун фойдали бўлган креатив маҳмулот ва хизматларни ишлаб чиқаришга ҳамда уларни монетизация қилишга йўналтириш долзарб масала ҳисобланади. Ушбу билдирилган фикрлар иқтисодиётнинг креатив соҳалари фаолиятига, жумладан маданият ва санъат соҳаси, ахборот технологиялари, таълим соҳалари ҳамда психология ва педагогика фанлари бўйича янги илмий тадқиқотларга туртки бўлишига умид киламиз.

Адабиётлар / Литература/ Reference:

Howkins J. (2000) «The Creative Economy». *Business Week (Special double issue: The 21st century corporation), august 28, P.1-5.*

Howkins J. (2001) *The Creative Economy. NY.: The penguin press, – 288 p.*

Howkins J. (2001) *The Creative Economy. NY.: The penguin press, – 288 p.*

Howkins J. (2001) *The Creative Economy. NY.: The penguin press, p. 116; Department for Culture, Media and Sport. Creative Industries Programme. Creative Industries Mapping Document. London, 2001.*

Заровнятных О.А. (2022) *Креативные индустрии: тематический свод. / Департамент культуры Тюменской области. – Тюмень: ГАУК ТОН*

Зеленцова Е.В. (2022) *Творческие (креативные) индустрии. Справочник. – М., С. 13.*

Клоудова Й. (2010) *Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы // Журн. новой эконом. ассоциации. – № 5. – С. 109–125.*

Қарор (2024) Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2024 йил 7 февралдаги “Иқтисодиёт соҳалари учун кадрлар тайёрлаш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари” тўғрисидаги ПҚ-62 қарори 2 б.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 11 сентябрдаги “Ўзбекистон-2030” стратегияси тўғрисида”ги ПФ-158-сонли фармони, 14,144 б.

Фармон (2022) Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 6 июлдаги «2022-2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида»ги ПФ-165

Флорида Р. (2005) Креативный класс. Люди, которые меняют будущее. / Пер. с англ. –М.: Классика-XXI, –430 с.

Флорида Р. (2007) Креативный класс: люди, которые меняют будущее – Пер. с англ. –М.: Издательский дом «Классика-XXI», с. 355. с. 90. с. 10.

Хокинс Джон. (2011) Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. Пер. с англ. Перевод И.Щербакова. Издательство: Классика XXI.