

## KREATIV IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH BO‘YICHA BUYUK BRITANIYA TAJRIBASINI O‘ZBEKISTONDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI

**Daminova Madinaxon Bahromjon qizi,**

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti

Tizimli tahlil va matematik modellashtirish kafedrası o‘qituvchisi

Elektron manzil: [daminovamadina1992@gmail.com](mailto:daminovamadina1992@gmail.com)

### ANNOTATSIYA

*Jahonda iqtisodiyotni raqamlashtirish bilan birga ijodiylikni talab etuvchi sohalarni o‘z ichiga qamrab olgan kreativ iqtisodiyot atamasi o‘z ahamiyatiga ega bo‘la boshladi. Ushbu tushunchaga alohida etibor qarta boshlagan Buyuk Britaniya o‘z tajribasini shunday tezlikda ommalashtirdiki, hozirda uning 3 ta qit‘ada juda kata segmentlari vujudga keldi. Britaniya kengashi (British Council) tomonidan tashkil Kreativ Markaziy Osiyo Tarmog‘i (Creative Central Asia Network) Markaziy Osiyo davlatlarida mazkur yondashuvning keng tarqalishida akselerator vazifasini bajardi. Maqolada bu yondashuv bo‘yicha Britaniya tajribasi atroflicha o‘rganilib O‘zbekistonga takliflar berish ko‘zda tutilgan.*

**Kalit so‘zlar:** kreativ iqtisodiyot, intellectual mulk, ijodiy sanoat

## ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОПЫТА ВЕЛИКОБРИТАНИИ В РАЗВИТИИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

**Даминова Мадинахан Бахромжон кызы,**

преподаватель кафедры Системного анализа и математического  
моделирования Университета мировой экономики и дипломатии

Электронная почта: [daminovamadina1992@gmail.com](mailto:daminovamadina1992@gmail.com)

### **АННОТАЦИЯ**

*Наряду с цифровизацией мировой экономики, термин «креативная экономика», включающий в себя сферы, требующие творчества, начал приобретать все большее значение. Великобритания, которая стала уделять этой концепции особое внимание, популяризировала свой опыт с такой скоростью, что теперь имеет множество сегментов на 3 континентах. Сеть Creative Central Asia Network, организованная Британским Советом, выступила ускорителем широкого распространения этого подхода в странах Центральной Азии. В статье планируется изучить британский опыт такого подхода и внести предложения Узбекистану.*

**Ключевые слова:** *креативная экономика, интеллектуальная собственность, креативная индустрия.*

### **POSSIBILITIES OF APPLYING GREAT BRITAIN'S EXPERIENCE IN DEVELOPING THE CREATIVE ECONOMY IN UZBEKISTAN**

**Daminova Madinakhan Bahromjon kizi**

teacher of the Department of Systematic Analysis and

Mathematical Modeling of the University of World Economy and Diplomacy

Email: [daminovamadina1992@gmail.com](mailto:daminovamadina1992@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*Along with digitalization of the world economy, the term creative economy, which includes areas requiring creativity, has begun to gain its importance. Great Britain, which began to pay special attention to this concept, popularized its experience at such a speed that now it has many segments on 3 continents. The Creative Central Asia Network, organized by the British Council, acted as an accelerator in the wide spread*

*of this approach in Central Asian countries. In the article, it is planned to study the British experience of this approach and make suggestions to Uzbekistan.*

**Keywords:** *creative economy, intellectual property, creative industry*

## **Kirish**

So‘nggi vaqtlarda kreativ (ijodiy) sohalar fenomeni tadqiqotchilarda katta qiziqish uyg‘otib kelmoqda, chunki u nafaqat zamonaviy ijtimoiy-madaniy makonning, balki tadbirkorlik faoliyatining eng dinamik va ayni paytda noaniq rivojlanayotgan yo‘nalishlaridan biridir. Buning ajablanarli joyi yo‘q, "kreativ sohalar" iborasi iqtisodiydan ijtimoiy-madaniygacha bir qator ma'nolarni o‘z ichiga oladi.

Kreativ iqtisodiyot kengroq atama hisoblanib, uni iqtisodiyotning yangi turi sifatida tushunish kerak bo‘ladi. Shuningdek u ishlab chiqarish jarayoni an'anaviy resurslar turlariga asoslanmaganligi va yaratuvchining ijodkorligi va tasavvur tufayli mahsulot qiymatining oshishi an'anaviydan sezilarli farq qiladi. Kreativ iqtisodiyotni madaniy, san'at, innovasion tovarlar va xizmatlarni yaratuvchi iqtisodiy agentlar faoliyat yuritadigan iqtisodiyot sifatida ko‘rish mumkin. Shu bilan birga, ular o‘z mahsulotlarini yaratish uchun ishlab chiqarish fondlariga muhtoj emaslar, ular o‘z ishlarini namoyish etishlari va fikr almashishlari mumkin bo‘lgan shahar, madaniy maydonlarda yaratishlari mumkin. Kreativ iqtisod ijodiy yondashuv nuqtai nazaridan xarakterlanadi, u loyixaviy fikrlash, ijodiy tasavvur (modellashtirish), amaliy yo‘nalishga asoslangan.

## **Mavzuning o‘rganilganlik darajasi**

Kreativ iqtisodiyot atamasi turli manbalarda xar xil atamalar bilan nomlanadi. Masalan kreativ iqtisodiyot (Bloomberg, "Business week" jurnali), madaniy sanoat (T.Adorno va M.Xorkgeymer), ijodiy sanoatlar (Buyuk Britaniya Madaniyat, ommaviy axborot vositalari va sport boshqarmasi rasmiy xujjati). Mazkur tushunchalarning tag ma'nosi jahon xo‘jaligida ijodkorlikka asoslangan ishlab chiqarishni yo‘lga qo‘yish bo‘lib turibdi.

## **Tadqiqot metodologiyasi**

Mazkur maqolada Qirg'iziston kreativ iqtisodiyotini o'rganishda tarixiy va empiric metodlardan foydalanildi. O'zbekiston uchun takliflar berishda analogiya, qiyoslash va mavhumlikdan aniqlikka yo'naltirish bo'yicha metodlardan foydalanildi.

## **Tahlil va natijalar**

Buyuk Britaniya xukumatining Kreativ sanoatlar qo'mitasi a'zosi, Gonkong universiteti faxriy professori Jon Nyubiginning fikriga ko'ra, "Ijodiy sanoatlar" atamasi taxminan yigirma yil muqaddam bir qator faoliyat turlarini tavsiflash uchun qo'llanila boshlandi, ularning ba'zilari tarixdagi eng qadimiylaridan biri bo'lib, ba'zilari esa raqamli texnologiyalarning paydo bo'lishi bilan paydo bo'lgan. Tan olish kerakki, ijodiy iqtisodiyot o'z ichiga nafaqat raqamli texnologiyalar, balki teatr, raqs, musiqa, kino, tasviriy san'at kabi ijodkorlikka asoslangan sohalarni o'z ichiga oladi.

Madaniy va ijodiy sanoatlar (MIS) jahon yalpi ichki mahsulotining qariyb uch foizini tashkil qilib, dunyo axolisining deyarli 30 millionga yaqini shu soxada ish bilan band. Birlashgan Millatlar Tashkilotining 2021-yilni Barqaror rivojlanish uchun Xalqaro ijodiy iqtisodiyot yili, deb e'lon qilgan rezolyusiyasi bu sohaning jahon miqyosida roli ortib borayotganini tasdiqlaydi.

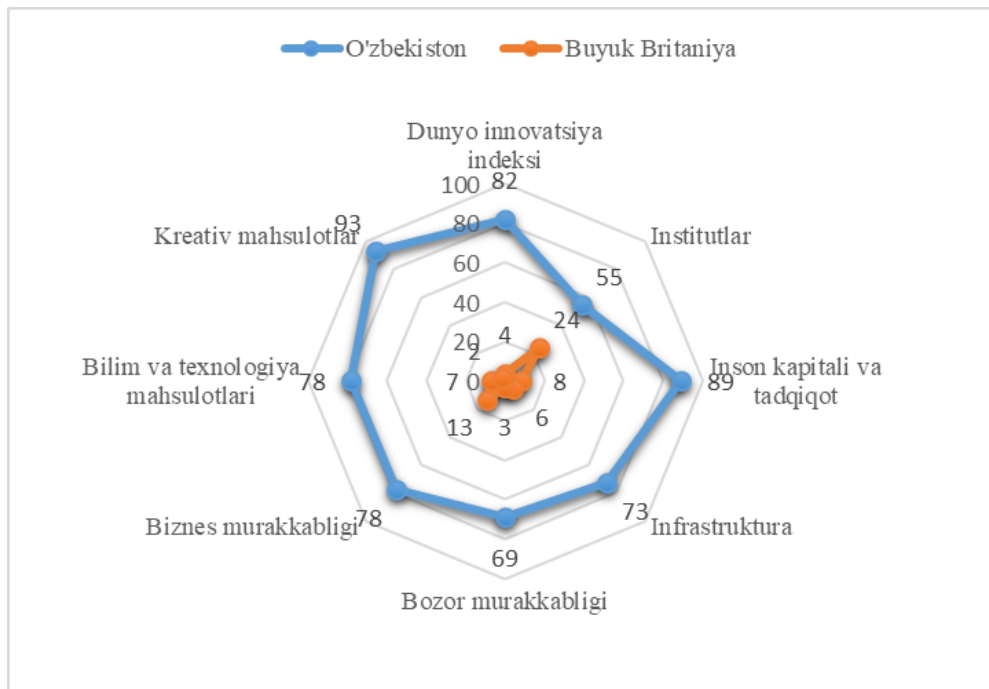
Ayni kunlarda Jahon bozorida 3 ta yirik kreativ sanoat segmenti mavjud: Oisyo-Tinch okeani (OTO), Yevropa va Shimoliy Amerika segmentlari. Jaxonda OTO segmenti iste'molchilarga maksimal yo'naltirilgan, gazeta va videoo'yinlarga talab yuqori bo'lgan kreativ liderlar uchun boshpana xisoblanadi. Hindistonda kitob bozori juda rivojlangan bo'lib, kitob savdosidan daromad olishda dunyoda 10-o'rinda turadi. 1990 yildan boshlab Seulda axborot va media texnologiyalarni rivojlantirishga bo'lgan e'tibor bugungi kunda uni dunyoda yirik kibersport eksporteri sifatida tanitdi.

Yevropa bozori esa tarixiy meros, san'at va modaga asoslangan bo'lib, dunyoda eng ko'p tashrif buyuriladigan 10 ta muzeyning 7 tasi xam shu xududda joylashganligi fikrimizni isbotlaydi. Dunyodagi 69 ta kreativ shaxarlarning 30 tasi Yevropada joylashgan. Britaniya san'at bozorida yetakchi xisoblansa, AQSh va Kanada kreativ xizmatlar va audivizualmedia: TV, kino ishlab chiqarish va radio soxalarida

mashxurlikka erishgan. Bu yerlarda 47% axoliraqamli madaniy kontentning iste'molchisi xisoblanadi. Yevropa va Osiyoda bu ko'rsatkich mos ravishda 25% va 24% ni tashkil etadi.

AQSH iqtisodiyotida kreativ soha allaqachon katta rol o'ynay boshlagan bo'lsada, dunyoda Buyuk Britaniya mazkur sohaga alohida urg'u bera boshlagan yetakchi davlatlardan biriga aylandi. 1997 yilda Buyuk Britaniyada yangi saylangan Mexnat (Labour) hukumati ularning Britaniya iqtisodiyotiga bevosita ta'sirini aniqlashga va baholashga qaror qildi. 1994-yildagi maxsus taklif etilgan yetakchi ijodiy tadbirkorlar guruhining maslahati asosida Avstraliya hukumati, Ijodkor Millat (Creative Nation) tomonidan chop etilgan tadqiqotga asoslanib, Britaniya hukumatning yangi Madaniyat, ommaviy axborot vositalari va sport boshqarmasi 1998-yilda "Ijodiy sanoatlar – xarita xujjati" ("Creative Industries – Mapping Document")ni nashr etdi. Mazkur xujjatda kreativ sanoatning 13 ta asosiy sohalari ro'yxati keltirilgan. Bular reklama, arxitektura, san'at va antiqa buyumlar bozori, hunarmandchilik, dizayn, dizaynerlik modasi, kino, dam olish uchun interaktiv dasturiy ta'minot, musiqa, sahna san'ati, nashriyot, dasturiy ta'minot, televidenie va radio soxalarini o'z ichiga oladi. Ularning umumiy jihati shundaki, ular individual ijodkorlik, mahorat va iste'doddan kelib chiqadi va intellektual mulkni ro'yxatdan o'tkazish orqali boylik yaratish imkoniyatiga ega. Intellektual mulk tushunchasi (boshqacha qilib aytganda, mualliflik huquqi, patentlar, tovar belgilari yoki boshqa huquqiy va tartibga soluvchi mexanizmlar bilan himoyalaniishi mumkin bo'lgan g'oyaning qiymati, uning g'oyasi kimning ruxsatisiz ko'chirilishi yoki tijorat foydasiga aylantirilishini to'xtatish uchun) ijodiy industriyalarni har qanday tushuntirishda asosiy o'rinni egallagan va haliu hamon shunday davom etayotgan tushunchalardan bo'lib qolmoqda.[1]

Quyida Global innovatsiya indeksi tarkibiy qismlari bo'yicha O'zbekiston va Buyuk Britaniyaning erishgan yutuqlarini kesilgan piyozni eslatuvchi diagrammada qarab chiqamiz.



**1-rasm. O'zbekiston va Buyuk Britaniya davlatlari Global innovatsiya indeksi tarmoqlari bo'yicha jahondagi tutgan o'rni qiyosiy grafigi[1]**

Mazkur grafikdan ko'rinib turibdiki, nuqtalar markazga qancha yaqin joylashsa, davlatlar shuncha yaxshi natijalarga egaligini ko'rsatib turibdi. Buyuk Britaniya berilgan ko'rsatkichlar bo'yicha deyarli markazda va birinchi 10 talikda o'z o'rnini saqlab turipti. Albatta biznes murakkabligi va institutlar faoliyatiga ko'ra jahonda mos ravishda 13 va 24-o'rinlarda turipti. O'zbekiston esa Institutlar, Bozor murakkabligi, Infrastruktura kabi ko'rsatkichlarda markazga yaqinlashishga harakat qilgan. Shunday bo'lsa ham, ko'p sohalarda jahonda 60-90 o'rinlarni qayd etgan.

Savol beramiz, Britaniya nima uchun kreativ mahsulotlar ishlab chiqarish bo'yicha jahonda 2-o'rinda turibdi? Buning sababi Buyuk Britaniya Madaniyat, ommaviy axborot vositalari va sport boshqarmasining yuqoridagi 13 ta soha bo'yicha natijalarni raqmlashtirishga juda tez kirishgani bo'ldi. Ya'ni, har bir davlat o'z milliy hisobini tuzishda Standart sanoat kodlari(SSK) va Standart bandlik kodlari (SBK)dan foydalanadi. Mazkur kodlar bo'yicha kreativ sohalarning natijalarini sonda ko'rsatila boshlanishi, ularning iqtisodiy profilida o'zgarish bo'layotganining yaqqol tasvirini berdi. Biroq mazkur statistika bir qancha chalkashliklarni ham keltirib chiqardi. Bular:

1. Ko'rsatkichlar kreativlik va intellektual mulk o'rtasida nega ayrim sohalarni o'z ichiga olish kerak yoki kerak emasligi bo'yicha yakuni yo'q baxslarni keltirib chiqardi.

2. Boshqarmaning madaniy sohalar uchun alohida baza yuritishni istamasligi ijodiy va madaniy sohaning bir biriga mos tushishini keltirib chiqardi.

3. Qaysi sohalarni kreativ soha, qaysilarini esa kreativ emas deb tasniflash bo'cha aniq to'xtam yo'qligini aniqlab berdi. Masalan kreativ sohada ishlaydigan bugalter yoki texnik hodimlar kreativ soha vakili bo'la olmasligi aytilsa, zavod yoki fabrikada dizaynga javob beruvchi kadrlar kreativ soha vakili deb ko'rsatilishi kerak bo'ldi.

Shundan so'ng Britaniya Madaniyat, ommaviy axborot vositalari va sport boshqarmasi mazkur xolatni hal etishda sohada band ishchilarning ichidagi kreativ soha vakillarning ulushini foizlarda ajratib ko'rsatish lozim degan qarorga keldi.

Britaniyada mazkur sohalarning rivojlanishini bosh sababi, keng geografik joylashuv va doimiy potensial iste'molchining mavjudligi aytiladi. Kreativ sohalar vakillari esa quyidagilarni ham asosiy sabab deb ko'rsatadi. Bular:

- Kutilmagan imkoniyatga reaksiya bildirish, masalan, mijozning so'rovi yoki potensial inqirozga munosabat qila olish
- “Yonayotgan g'oya” yoki innovatsiyaga intilish va uni haqiqatga aylantirishga intilish
- Ijodiy sohada yuksak muvaffaqiyatlarga erishish istagi
- Raqobatbardoshlikni saqlab qolish
- Shaxsiy intilishlar, masalan, ma'lum turmush tarzi yoki muayyan uslubda yoki muhitda ishlay olish qobiliyati
- Yoqtirgan kasb bilan shug'ullanishga doim motivatsiya topish
- Barqaror daromad olishga intilish.[1]

### **Xulosa va takliflar**

Bilamizki, iqtisodiyotda ishlab chiqarish doim cheklangan resurslarga bog'liq: yer, kapital, mehnat va xomashyo. Kreativ iqtisodiyotda esa inson omili cheklamagan

resurs ya'ni ijod va qobiliyatdan foyda olishi mumkin. Bu esa mazkur sohaning naqadar keng imkoniyatlarga ega ekanligini tasavvur qilish imkonini beradi. Oddiy taom tayyorlab, foyda olish mumkin. Mazkur biznesga ozgina ijodiy yondashib, Mishlen yulduziga ega bo'lib esa, yanada ko'proq natijaga erishsa bo'ladi.

O'zbekiston qadimdan hunarmandlar yurti bo'lib kelgan. Boshqa madaniy sohalar va shuningdek innovatsiyaga berilayotgan e'tibor natijasida axborot texnologiyalari sohasi ham jadal rivojlanmoqda. Britaniya tajribasi shuni ko'rsatib turibdiki, mazkur sohaga yetarli sharoit yaratilsa YaIM da ulushi ortib boorish imkoniyati mavjud. Bundan tashqari sohada aholining ishsiz qismini band qilishga erishish ham iqtisodiy farovonlikni oshirishga yordam beradi. Shunday ekan ijodiy sohani davlat darajasida qo'llab quvvatlash, davlat hodimlari va fuqarolik jamiyati vakillari hamda ijodkor aholining o'zaro hamkorlikda ishlashi buni yana tezlashitirish imkonini beradi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Creative industries: What creative enterprises need to thrive and grow. Creative Industries Federation, 2018.
2. <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>
3. <https://www.wipo.int/gii-ranking/en/compare?country1=uzbekistan&country2=united-kingdom>
4. <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/measuring-creative-industries/>
5. <https://www.britishcouncil.org/research-insight/champion-emerging-creative-economies>
6. <https://www.wearecreative.uk/>