



КРЕАТИВ ИҚТИСОДИЁТ МАМЛАКАТ ИҚТИСОДИЁТИ
РИВОЖЛАНИШИНИНГ МУҲИМ ОМИЛИ СИФАТИДА

Дусмухамедов Ойбек Суратбекович -

Ўзбекистон давлат санъат ва маданият институти

Маданият ва санъат менежменти кафедраси ҳамда

Ўзбекистон Миллий университети

Макроиқтисодиёт кафедраси доцент в.б., иқтисодиёт

фанлари бўйича фалсафа доктори, PhD

https://doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss4/a2

Аннотация. Мақолада креатив иқтисодиёт, индустрия ва тадбиркорлик тушунчаларининг иқтисодий моҳияти баён этилган. Ўзбекистонда креатив иқтисодиётни ривожлантириш бўйича қабул қилинган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар, Буюк Британия ҳамда Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг креатив индустрия таркибига кирувчи тармоқлари бўйича услубиятлари, иқтисодий ўсиш ҳамда аҳоли бандлигини таъминлашда креатив иқтисодиётнинг аҳамияти ва ўрни таҳлил қилинган. Ўзбекистонда креатив иқтисодиёт, индустрия ва тадбиркорликни ривожлантиришга қаратилган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калим сўзлар: креатив иқтисодиёт, креатив индустрия, креатив тадбиркорлик, интеллектуал капитал, муаллифлик ҳуқуқи, патентлар, инновацион ғоя, маданият ва санъат соҳаси, БМТ, статистик классификатор, креатив таълим.

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Дусмухамедов Ойбек Суратбекович -

и.о. доцента кафедры «Менеджмент культуры и искусств»

Государственного института искусств и культуры Узбекистана

и кафедры «Макроэкономика» Национального университета

Узбекистана, доктор философии по экономике, PhD

Аннотация. В статье раскрывается экономическая сущность понятий креативной экономики, индустрии и предпринимательства. Анализируются принятые нормативно-правовые документы по развитию креативной экономики в Узбекистане, методологии Великобритании и ООН по отраслям креативной индустрии, значение и роль креативной экономики в обеспечении экономического роста и занятости населения. Разработаны предложения и рекомендации, направленные на развитие креативной экономики, промышленности и предпринимательства в Узбекистане.

Ключевые слова: креативная экономика, креативная индустрия, креативное предпринимательство, интеллектуальный капитал, авторское право, патенты, инновационная идея, культура и искусство, ООН, статистический классификатор, креативное образование.

CREATIVE ECONOMY AS AN IMPORTANT DEVELOPMENT
FACTOR COUNTRY'S ECONOMY

Dusmuxamedov Oybek Suratbekovich -

Acting Associate Professor of the Department of Culture and Arts

Management of the State Institute of Arts and Culture of

Uzbekistan and the Department of Macroeconomics of the

National University of Uzbekistan, Doctor of Philosophy in

Economics, PhD

Annotation. The article reveals the economic essence of the concepts of creative economy, industry and entrepreneurship. The adopted legal documents on the development of the creative economy in Uzbekistan, the methodology of the UK and the UN on the branches of the creative industry, the importance and role of the creative economy in ensuring economic growth and employment are analyzed. Proposals and recommendations aimed at the development of a creative economy, industry and entrepreneurship in Uzbekistan have been developed.

Key words: creative economy, creative industry, creative entrepreneurship, intellectual capital, copyright, patents, innovative idea, culture and art, UN, statistical classifier, creative education.

Кириш. Жаҳон иқтисодиётида креатив индустрия жадал ривожланаётган глобал тармоқлардан бири ҳисобланиб, бу йўналиш ҳозирда жаҳон иқтисодий ўсишининг муҳим омили сифатида эътироф этилмоқда. ЮНЕСКО (UNESCO)

ҳалқаро ташкилотининг таҳлил натижаларига кўра, ҳозирги вақтда маданият ва креатив соҳалари жаҳон ЯИМнинг 3,1 фоизини ва барча иш ўринларининг 6,2 фоизини ташкил этмоқда [16].

Мамлакатимиз раҳбари ҳам ушбу йўналишга алоҳида эътибор қаратиб, «Агар буюк келажакимизни қуришни бугун бошласак, уни энг аввало инновацион ғоялар, инновацион ёндашув асосида амалга оширишимиз керак» деб таъкидлаган. Президент таърифига кўра, «Фаол тадбиркорлик иқтисодиётдаги шундай йўналишки, унда тадбиркорлик фаолияти инновацион, креатив, замонавий ёндашувлар, илғор технологиялар ва бошқарув усуллари асосида ташкил этилади»[5]. Ўз навбатида, креатив тадбиркорлик мамлакатнинг бой тарихий-маданий меросини, этник хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, ўзига хос тарзда, иқтисодиётнинг бошқа муҳим тармоқларини ривожлантиришга ҳисса қўшишда улкан салоҳиятга эга.

Креатив ёндашув мамлакатда ишлаб чиқарилаётган товар ва кўрсатилаётган хизматларнинг қийматини ошириш асосида бозорда талабгор бўлишини таъминлайди.

Ҳозирда тадбиркорлик фаолиятининг кўплаб жараёнлари олдида айтиш мумкин бўлган маълум бир қолипларга асосланиб қолиши ҳамда серияли ишлаб чиқарилиши оммалашган. Ушбу ҳолат инсонларнинг ижодий фикрлашлари, доимий равишда янги ёндашувларни излашлари ҳамда бизнес фаолиятига креатив ёндашишларига, доимий янги ечимларни излашга бўлган қизиқишларини камайтирмоқда. Ушбу вазият ҳудудлар иқтисодиётида креатив ва инновацион соҳаларнинг ривожланишини сезиларли даражада секинлаштиради. Ушбу ҳолат эса хилма-хилликка интилувчи, ҳар доим креатив маҳсулот ва хизматларга талаби бўлган замонавий истеъмолчиларнинг иқтисодий фаолиятига салбий таъсир кўрсатади.

Нима учун иқтисодиётда креативликни ривожлантириш керак? Иқтисодиётнинг барча тармоқларини креатив ғоялар асосида ривожлантириш, шубҳасиз, кўплаб ижобий натижаларни тақдим этади. Сабаби креатив иқтисодиёт ялпи ички маҳсулотнинг асосий манбаи ҳисобланади. Иқтисодий ўсиш ва фаровонликнинг асосий сабабларидан бири креатив иқтисод эканлиги сабабли бутун дунёда ушбу йўналиш кенгайиб ва ривожланиб бормоқда.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.

Сўнгги йилларда Ўзбекистонда ҳам креатив ва инновацион соҳаларда, айниқса, маданият ва санъат соҳасида креатив тадбиркорликни ривожлантиришга уларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш, инновацион ғоялар ва технологияларни жорий этиш, ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий салоҳиятини ҳамда аҳолининг турмуш даражаси ва фаровонлигини оширишга қаратилган бир қатор аниқ чоратадбирлар амалга оширилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида маданият ва санъ-

ат соҳасини инновацион ривожлантириш чоратадбирлари тўғрисида»ги 2018 йил 26 августдаги ПҚ-3920-сонли, «Ўзбекистон Республикасида миллий маданиятни янада ривожлантириш тўғрисида»ги 2018 йил 28 ноябрдаги ПҚ-4038-сонли қарорларида ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 26 майдаги «Маданият ва санъат соҳасининг жамият ҳаётидаги ўрни ва таъсирини янада ошириш чоратадбирлари тўғрисида»ги ПФ-6000-сонли ҳамда 2022 йил 6 июлдаги «2022-2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида»ги ПФ-165-сонли фармонларида қуйидагилар креатив ва инновацион тадбиркорлик олдида турган муҳим вазифалар этиб белгиланди [1], [2], [3], [4]:

✓ «тубдан янгиловчи» инновацияларга асосланган кичик ва ўрта бизнес компаниялари ва стартаплар сонини кўпайтириш;

✓ «самарадор» инновация салоҳиятига эга илмий ишланмалар ва стартап ташаббусларни тижоратлаштириш даражасини ошириш;

✓ жаҳон андозалари асосида стартап ва кичик инновацион ташкилотларни бирлаштириш орқали инновацион кластерларни ва йирик ташкилотларни ташкил этиш, мавжудларини модернизация қилиш, илмий-техник ва методологик қўллаб-қувватлаш ҳамда иқтисодиёт тармоқлари бўйича диверсификациялаш;

✓ мунтазам равишда ўз эҳтиёжлари ва муаммолари ечимига қаратилган «тубдан янгиловчи» инновацияларга сармоя киритиш маданиятига эга инновацион фаол ва ташаббускор жамиятни шакллантириш;

✓ маданият ва санъатни муқобил манбалар ҳисобидан молиялаштириш;

✓ давлат мулкани маданият ва санъат соҳасидаги инвесторларга беришни ташкил этиш;

✓ музей бошқаруви ва маркетингида илғор хорижий тажрибаларни татбиқ этиш;

✓ ўзини ўзи таъминлаш тамойилларига асосланиб, музейларни молиялаштириш моделини жорий этиш, бунда музейлар бюджетининг камида 30 фоизи тадбиркорлик фаолиятдан, шу жумладан, давлат-хусусий шериклик асосида тадбиркорлик субъектларини жалб этиш йўли билан, бюджетнинг камида 15 фоизи – хайрия маблағлари ҳисобидан шакллантирилишига босқичма-босқич ўтиш;

✓ маданиятни кенгроқ ўрганиш ва олға силжишида инновацион ғоялар ва технологиялардан самарали фойдаланиш;

✓ маданият ва санъат соҳасида миллий брендларни яратиш ва уларнинг жаҳон туризм бозорларига чиқишига комплекс равишда ёндашувини амалга ошириш;

✓ кино саноатига хорижий инвестицияларни жалб этиш ва ривожлантиришга йўналтирилган замонавий маркетинг тадқиқотларини ўтказиш;

✓ санъат соҳаси ходимлари, ижодкор арбоблар ва ижрочиларнинг муаллифлик ҳуқуқларини ҳимоя қилиш палатасини ташкил этиш.

Ушбу вазибаларнинг амалга оширилиши Ўзбекистонда креатив иқтисодиёт тармоқларининг ривожланишига, аҳолига кўрсатиладиган маданий хизматлар кўламини кенгайтиришга ҳамда минтақада креатив тадбиркорлик фаолиятининг янада ривожланишига катта таъсир кўрсатади.

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 [6].

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 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 шаклланган" [13].

О.А.Заровнятных фикрига кўра, "креатив индустрия иқтисодиётнинг интеллектуал фаолият билан боғлиқ бўлган тармоғи бўлиб, асосан, ғоялар ва технологиялар асосида ривожла-

нади. 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 [14].

2001 йилда Жон Хокинс 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 [8].

Креатив соҳалар меҳнат бозорини ривожлантиришга хизмат қилади. Уларнинг ўзига хос жиҳати бандликнинг янги, мослашувчан шакллари-ни ривожлантиришдир. Бу эса ўз навбатида, аҳолининг, айниқса, ижтимоий ҳимояга муҳтож қатламлари, жумладан, ёшлар, болали аёллар, баъзан пенсия ёшидаги инсонларни ҳам жалб этиб, мамлакатда бандлик даражасини оширишга катта ҳисса қўшади.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот жараёнида креатив иқтисодиёт, индустрия ва тадбиркорлик тушунчаларига таърифлар келтирилган. Буюк Британия ҳукуматининг Рақамли, маданият, медиа ва спорт департаменти (DCMS) ҳамда Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Савдо ва Тараққиёт Конференцияси (UNCTAD) томонидан креатив индустрия таркибига кирувчи тармоқлари ва унинг мамлакат иқтисодиёти ривожланишига таъсири таҳлил этилган. Бунда креатив иқтисодиёт, индустрия ва тадбиркорлик тушунчаларини ва уларнинг моҳиятини ўрганишда диалектик, тизимли ёндашув, киёслаш, таҳлил усули ҳамда гуруҳлаш усуллари тадқиқот методологиясини ташкил этади. Моделлаштириш усулида тадқиқот объектининг асосий хоссалари баён этилган.

Таҳлил ва натижалар. Ҳозирги вақтда креатив индустрия 15 ёшдан 29 ёшгача бўлган ёшларни жалб қилишда энг юқори кўрсаткичга эга бўлиб, бу ушбу йўналишда фаолият юритаётган ёшларнинг тахминан 20 фоизини ташкил этмоқда [10]. Ўзини ўзи банд қилган ва меҳнат унумдорлигининг юқори суръатларини намоён этаётган кичик ва ўрта бизнес субъектларининг улуши бундан ҳам юқори бўлиб, у 30 фоиздан ортиғини ташкил этмоқда. Ушбу тадбиркорлик субъектлари менежерлари масалага янги ғоя ва ижодий ёндаша оладиган ҳамда креатив фикрлай олиш қобилиятига эга бўлган инсонлар меҳнатига таянади, чунки уларнинг ёндашувлари тадбиркорга ўз соҳасида етакчи бўлишига имкон беради. Креатив иқтисодиёт,

индустрия ва тадбиркорлик тушунчалари нималарни англатади? Ушбу тушунчаларнинг иқтисодий мазмуни ҳақида қуйида тўхталиб ўтамиз.

Креатив иқтисодиёт иқтисодиётнинг барча тармоқларида «ғоялардан пул топадиган» инсонлар фаолият юритадиган иқтисодиётдир. Жамиятнинг асосий ресурси инсоннинг ижодкорлик фаолиятидир. Креативликка йўналтирилган ҳар қандай иқтисодий товарларни ишлаб чиқаришда бозорнинг барча иштирокчилари ўртасида эркин, самарали ва аниқ бир мақсадга йўналтирилган ижодий энергия алмашишуви таъминланади [9].

Креатив индустрия эса креатив иқтисодиётнинг бир йўналиши бўлиб, фақат ижодий соҳаларда фаолият юритадиган йўналишларнинг мажмуини ўз ичига олади. Креатив индустриянинг асосий вазифаси «креатив маҳсулотлар»ни яратиш ва сотишдир. Креатив индустрия қуйидагиларга имкон беради [12]:

- фойда олиш;
- янги иш ўринлари, янги индустрия тармоқларини яратиш;
- креатив маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш;
- саноат жараёнларини модернизация қилиш;
- ишлаб чиқаришни қайта қуришга кўмаклашиш;
- маданий туризм учун янги бозорлар ва инфратузилмаларни яратиш;
- саноат инфратузилма ва инвестиция муҳитини яхшилаш;
- оғир аҳволга тушган шаҳар ҳудудларини жонлантиришга кўмаклашиш;
- рақобатни кучайтириш ва инновацион ривожланишга туртки бериш;
- савдонинг ўсишини таъминлаш;
- меҳнат унумдорлигини ва юқори малакали инсон ресурслари сонини ошириш.

Креатив иқтисодиётнинг муҳим таркибий қисми креатив тадбиркорликдир. Креатив тадбиркорлик (инглиз т. Creative entrepreneurship) нисбатан янги тушунчадир. Тор маънода «креатив тадбиркорлик» атамаси маданий ва ижодий соҳаларда фаолият юритувчи тадбиркорликни англатади. Бу соҳалар турли мамлакатларда турлича таърифларга эга, лекин энг муҳими, креатив тадбиркорлик маданий ижодкорликка асосланган ва интеллектуал мулкни капиталлаштирувчи соҳаларни ўз ичига олади.

Креатив тадбиркорлик – интеллектуал фаолият натижаси яратилган товар ва хизматларни сотишга асосланган иқтисодиётнинг маҳсул тармоғи. Ушбу товарлар ва хизматларни ишлаб чиқаришда технология, инновация ва креативликнинг ривожланиши муҳим роль ўйнайди.

Креатив тадбиркорликка дизайн ва мода, архитектура, аудиовизуал сектор (саноат,

радиоэшиттирув), нашриёт, оммавий ахборот воситалари, визуал санъат, мусиқа саноати, ижодий мерос (музейлар, кутубхоналар, архивлар), реклама ва компьютер кўнгилочар ўйинлари соҳаси (ўйинлар, мобил иловалар) киради.

Кенгроқ мазмунда креатив тадбиркорлик маданият ва санъат соҳаларининг бошқа ишлаб чиқариш ҳамда хизмат кўрсатиш тармоқлари билан ўзаро боғланган ҳолда фойда келтиради. Масалан, маданий туризм ҳар доим ҳам сайёҳларнинг қайсидир мамлакатга ташриф буюришига сабаб бўлибгина қолмай, балки бошқа бир қатор туташ тармоқлар (савдо, логистика, меҳмонхона бизнеси, умумий овқатланиш ва ҳоказо)га иқтисодий таъсир кўрсатади.

Креатив тадбиркорлик одатий тадбиркорлик фаолиятидан нимаси билан фарқ қилади? Нима учун янги тушунчаларни киритиш керак эди? Гап шундаки, креатив тадбиркорлик одатий ишлаш меъёрларидан тубдан фарқ қилиб, у катта маҳорат, ҳаракатчанлик ва доимий излаш, ўрганиш қобилиятини талаб қилади.

Креатив тадбиркорлик келажак корхонасидир. Креатив компанияларнинг кўпчилиги – кичик ёки микрокорхоналар юқори фаол бўлган лойиҳаларга асосланган. Улар мажбурий 8 соатлик иш кунига асосланган ишлаб чиқаришнинг эски моделидан сезиларли даражада фарқ қилади. Креатив тадбиркорлик турлича иш услубларидан фойдаланишни ва турли хил кўникмаларни талаб қилади. Бундай тадбиркорликнинг асоси интеллектуал капитал ҳисобланади. Ҳозирда бундай интеллектуал капиталнинг ҳақиқий қийматини баҳолаш имкониятини берувчи самарали моделлар ишлаб чиқилмаганлиги жиддий муаммолардан бири ҳисобланади. Бу эса инвесторларни излашни сезиларли даражада мураккаблаштиради.

Аслида креатив тадбиркор бўлиб фаолият юритиш оддий тадбиркор бўлишдан қийин эмас, лекин бунда тадбиркор алоҳида ёндашувга муҳтож бўлган креатив одамлар билан ишлашга тўғри келади. Истеъдод ва креативлик бундай бизнеснинг муваффақият калитидир. Бироқ креатив ва иқтидорли ходимлар профессионал менежер бўла олмаслиги ҳам мумкин. Шунинг учун ҳам креативликдан бошқарувгача бўлган барча жараёнларни амалга ошириши мумкин бўлган функциялар ва технологияларни ўзида мужассам этган ажойиб жамоани бирлаштириш муваффақиятнинг асоси бўлиб хизмат қилади.

Ҳозирги кунда истеъдод ва индивидуал ижодкорлик тобора кўпроқ янги турдаги товарлар ва хизматларни яратиш учун асос бўлиб келмоқда. Мисол учун, бадиий истеъдодга эга бўлган инсон иллюстрация яратади, кейин эса ҳамфикрловчилар жамоасини тўплайди ва дизайн студиясига асос солади. Кийимлар

дизайнери эса ўзининг шахсий брендини ташкил этади. Ушбу мисолларнинг ҳар бирида креатив фаолият қўшимча қиймат ва янги иш ўринларини яратишга туртки бўлди.

Креатив иқтисодиёт, жумладан, креатив индустриянинг айнан қайси тармоқлари маданий ва креатив соҳаларни шакллантириши қуйидаги расмда кўрсатилган.



1-расм. Маданий ва креатив индустрия тармоқларининг тузилмаси [17]

Буюк Британия ҳукуматининг Рақамли, маданият, медиа ва спорт департаменти (DCMS) томонидан ишлаб чиқилган услубиётга асосан креатив индустрия таркибига мусиқа, кинематография, дизайн, тасвирий ва амалий санъат, китоб нашр этиш, бадиий галереялар каби анъанавий соҳалар, шунингдек, IT, медиа ва видео ўйинлар яратиш каби кўпроқ технологик соҳалар кириди.

Мутахассислар маданият ва креатив соҳаларнинг жаҳон ялпи ички маҳсулотидagi улушини йиллик 10 %га ўсишини прогноз қилмоқдалар [16]. Бу ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларининг ривожланиш суръатларига қараганда тезроқдир. Бундай статистик маълумотлардан сўнг маданият ва креативлик нафақат юксак материя, балки мамлакатларнинг тадбиркорлик фаолияти ва иқтисодиётига қўшган ҳиссаси юқори аҳамиятга эга.

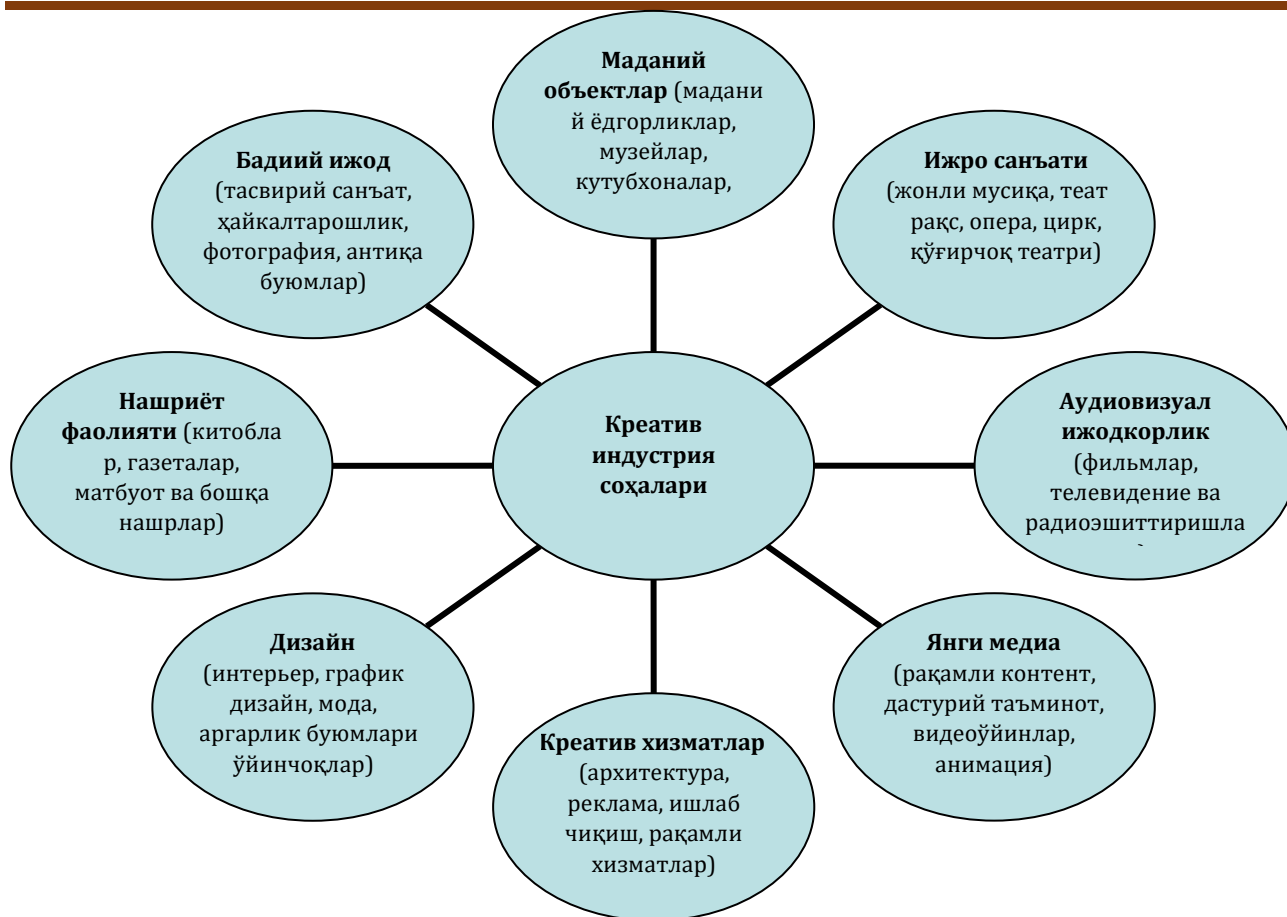
Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг креатив иқтисодиёт бўйича Консультацион кенгаши аъзоси Джон Хокинс ва шаҳарларни ривожлантириш бўйича британиялик етакчи мутахассис Чарлз Лэндрининг тадқиқотлари бу соҳадаги энг муҳим ишлардан бири ҳисобланади [7]. Улар креативликни замонавий турмуш тарзини яратишнинг асосий омили ва янги иқтисодиётни самарали ривожлантиришнинг зарур атрибути сифатида қабул қиладилар. Жумладан, Дж.Хокинс креатив иқтисодиётнинг натижаларини кузатишга ҳаракат қилиб, патентлар, муаллифлик ҳуқуқлари ва савдо

белгилари кўринишида интеллектуал мулкни яратадиган 15 та креатив индустрия соҳаларини ажратади [8].

Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Савдо ва Тараққиёт Конференцияси (UNCTAD) томонидан креатив индустрия қуйидагича таснифланади.

UNCTAD классификацияси креатив соҳаларни тўртта асосий гуруҳга бўлган: мерос, санъат, медиа ва функционал гуруҳлар. Бу гуруҳлар, ўз навбатида, тўққизта қуйи гуруҳларга бўлинган. UNCTAD ҳисоботидаги маълумотларга асосланиб, биз креатив соҳаларнинг содда-лаштирилган таснифини тайёрладик (2-расм). Мазкур таснифнинг асоси шундаки, аксарият мамлакатлар ва халқаро ташкилотлар турли тармоқларни «креатив индустрия» таркибига киритади, бироқ бу тармоқларни соҳалар, гуруҳлар ва тоифаларга ажратишга уринишлар кам учрайди. UNCTAD томонидан таклиф қилинган таснифдан мамлакатлар ўз креатив индустрия соҳаларини ишлаб чиқишда миқдорий ва сифат жиҳатидан фойдаланиши мумкин [11].

Янги шаклланаётган креатив индустрия иқтисодиёти энг ривожланган мамлакатларда иқтисодий ўсиш, бандлик, савдо, инновациялар ва ижтимоий ҳамжиҳатликнинг асосий таркибий қисмига айланиб бормоқда, айни пайтда иқтисодий ўсиш, рақобатбардошлик ва бандликнинг асосий манбаи маданият ва ишлаб чиқариш тармоқлари ўртасидаги муносабатлардир.



2-расм. UNCTAD таснифи бўйича креатив соҳаларнинг таснифи [15]

Креативлик ва тадбиркорликнинг интеграцияси инновацион ҳамда креатив бизнес ғояларини яратади. Креатив индустрияларнинг услуб ва дизайнни ривожлантириш қобилияти, маркетинг кўникмалари билан биргаликда, жаҳон иқтисодиётида тобора кучайиб бораётган рақобат шароитида йирик тармоқлар фаолиятини ўзгартирмоқда.

Ўзбекистон Республикасида креатив тадбиркорликни ривожлантиришнинг асосий вазифаларидан бири “креатив иқтисодиёт”, “креатив индустрия” ҳамда “креатив тадбиркорлик” тусунчаларини белгилашнинг назарий ва услубий асосларини ишлаб чиқиш ва бу борадаги йўналишларни аниқлашдан иборат. Бу вазифаларни рўёбга чиқарган ҳолда Ўзбекистонда креатив тадбиркорликнинг ривожланиш динамикасини таҳлил этиш ва баҳолаш имкони бўлади.

Хулоса ва таклифлар. Ушбу мақолада келтирилган маълумотларни умумлаштириш асосида Ўзбекистонда ушбу соҳани ривожлантириш учун қуйидаги ислохотларни амалга ошириш муҳим ҳисобланади:

➤ креатив иқтисодиёт йўналишида фаолият юритадиган корхоналар ва ташкилотларнинг ягона давлат регистрини юритиш, статистика ишларини ташкил этиш мақсадида ушбу

йўналишдаги иқтисодий-статистик классификациялар тизимини ишлаб чиқиш ҳамда жорий этиш;

➤ ўрта махсус касб-хунар таълими ҳамда олий таълим муассасаларида креатив иқтисодиёт ва тадбиркорлик фанлари ўқитилишини амалиётга жорий этиш;

➤ креатив иқтисодиёт ва тадбиркорлик таълим йўналишлари бўйича олий таълим йўналишлари ва мутахассисликлари классификаторларини ишлаб чиқиш;

➤ ҳудудларда креатив индустрия таркибига кирувчи соҳалар вакиллари учун креатив лойиҳаларни амалга ошириш майдонлари ва кластерларини ташкил этиш;

➤ Ўзбекистонда креатив индустрияни ривожлантириш бўйича халқаро лойиҳаларни жалб этишни кучайтириш лозим. Жумладан, Британия Кенгаши ҳамда Швейцария Тараққиёт ва ҳамкорлик агентлиги ушбу йўналишда катта тажрибага эга;

➤ Ўзбекистонда креатив индустрияни ривожлантиришнинг умумий стратегиясини ишлаб чиқиш учун давлат масъул органлари ҳамда креатив соҳа вакиллари бирлаштирган креатив индустрия форумларини ташкил этиш ва ҳ.к.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Маданият ва санъат соҳасининг жамият ҳаётидаги ўрни ва таъсири янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2020 йил 26 майдаги ПФ-6000-сонли фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «2022-2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида»ги 2022 йил 6 июлдаги ПФ-165-сонли фармони.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида маданият ва санъат соҳасини инновацион ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2018 йил 26 августдаги ПҚ-3920-сонли қарори.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида миллий маданиятни янада ривожлантириш тўғрисида»ги 2018 йил 28 ноябрдаги ПҚ-4038-сонли қарори.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2017-yil 22-dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi. Manba: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy sayti: prezident.uz/ru/
6. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее. / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2005. – 430 с.
7. Лэндри Ч. Креативный город. / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2006. – 399 с.
8. Хокинс Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. Пер. с англ. Перевод И.Щербакова. Издательство: Классика XXI, 2011 г.
9. Креативная экономика: сущность и проблемы развития. Степанов А.А. и Савина М.В. Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2013, issue 12 (60), 104.
10. Амосова А.И., Кузнецова Е.А. Креативная экономика и ее значение. Иркутский государственный университет, г. Иркутск, 2022.
11. Егоров Е.В., д.э.н., профессор; Мешек Е.А., МГУ им. М.В. Ломоносова. "Место культуры и искусства в креативной экономики". Журнал. Аудит и финансовый анализ. 4. 2015.
12. Белокрылова О.С., Дубская Е.С. Б, 2022. – 54 с.
13. Классификация творческих Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России. // Terra Economicus. 2013. Том 11. № 4, часть 2.
14. Зеленцова Е.В. Творческие (креативные) индустрии. Справочник. – М., 2022. С. 13.
15. Заровнятных О.А. Креативные индустрии: тематический свод. / Департамент культуры Тюменской области. – Тюмень: ГАУК ТОН
16. индустрий в соответствии с классификацией ЮНКТАД (UNCTAD, 2010. P. 38) DC.
17. UNESCO.org (2022).
18. <https://www.culturepartnership.eu/publishing/advocacy-course>



 https://doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss4/a3

**ИНФЛЯЦИОН ТАРГЕТЛАШГА ЎТИШНИНГ ЯНГИ ЗЕЛАНДИЯ
ТАЖРИБАСИ ВА УНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ**

Дускобилов Умиджон Шарофиддинович -
PhD, Тошкент давлат иқтисодиёт университети
докторанти

Аннотация. Мақолада инфляцион таргетлашга ўтишнинг Янги Зеландия тажрибаси ўрганилган. Хусусан, Янги Зеландиянинг мазкур режимга ўтиш зарурати ва сабаблари таҳлил қилинган. Инфляцион қутилмаларни тартибга солишда Захира банкнинг ҳуқумат билан ҳамкорликдаги фаолияти кўриб чиқилган. Шунингдек, расмий пул ставкасининг бозор ставкаларига таъсири ўрганилган. Бундан ташқари валюта сиёсати доирасида «Қулай ҳудуд» курси, «Савдо оғирлиги индекси» ҳамда очиқ бозордаги операциялар доирасида Захира банкнинг «Миқдорий юмшатиш» инструментлари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: монетар сиёсат, инфляцион таргетлаш, инфляцион қутилмалар, расмий пул ставкаси, «Савдо оғирлиги индекси», «Активларни кенг миқёсда сотиб олиш», «Муддатли кредитлаш амалиёти».

**НОВОЗЕЛАНДСКОГО ОПЫТА ПЕРЕХОДА К РЕЖИМУ ИНФЛЯЦИОННОГО
ТАРГЕТИРОВАНИЯ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ**

Дускобилов Умиджон Шарофиддинович -
Докторант Ташкентского государственного
экономического университета

Аннотация. В статье исследуется новозеландский опыт перехода к таргетированию инфляции. В частности, были проанализированы необходимость и причины перехода Новой Зеландии к этому режиму. При регулировании инфляционных ожиданий учитывалась деятельность Резервного банка в сотрудничестве с правительством. Также было изучено влияние официального денежного курса на рыночные ставки. Кроме того, в рамках валютной политики были изучены курс «Зоны благоприятствования» и «Индекс торгового веса». В рамках операций на открытом рынке были проанализированы инструменты Резервного банка по «Количественному смягчению».

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, таргетирование инфляции, инфляционные ожидания, официальный денежный курс, «Индекс торгового веса», «Крупномасштабные покупки активов», «Практика срочного кредитования».