

РАЗВИТИЕ ПРОЕКТОВ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Закирова Наргиза Владимировна

Магистрант Банковско-финансовой академии Республики Узбекистан.

nargizazakirova1999@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15906814>

Аннотация. В последние годы креативная экономика стала одним из важнейших факторов устойчивого экономического роста и инновационного развития во всем мире. В статье анализируется состояние развития проектов креативной экономики в Узбекистане, существующие проблемы, инфраструктурные и институциональные недостатки, а также перспективные подходы, основанные на зарубежном опыте. В рамках креативной экономики проекты в таких областях, как дизайн, IT-технологии, искусство, культура, реклама, медиа, кинематограф, мода и цифровой контент, рассматриваются как одна из новых точек роста в структуре экономики Узбекистана.

В статье представлены научные предложения по разработке современной, адаптированной модели креативной экономики в Узбекистане, основанной на рекомендациях и статистических данных международных организаций, таких как ООН, ЮНКТАД, ЮНЕСКО и Всемирный банк по креативной экономике. Также, на основе опыта таких стран, как Южная Корея, Великобритания, Китай и Малайзия, разработаны концептуальные основы создания национальных креативных стратегий.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные проекты, культурная индустрия, цифровая трансформация, инновационное развитие, интеллектуальная собственность, стартапы, дизайн и искусство, креативные кластеры, креативная инфраструктура, молодежные инновации, медиаиндустрия, креативный экспорт, информационные технологии, экономическая диверсификация.

Annotatsiya. So‘nggi yillarda kreativ iqtisodiyot jahon miqyosida barqaror iqtisodiy o‘shish va innovatsion taraqqiyotning muhim omillaridan biriga aylanib bormoqda. Ushbu maqolada O‘zbekistonda kreativ iqtisodiyot loyihalarini rivojlantirish holati, mavjud muammolar, infratuzilmaviy va institutsional kamchiliklar, shuningdek, xorijiy tajribalar asosida istiqbolli yondashuvlar tahlil qilinadi. Kreativ iqtisodiyot doirasida dizayn, IT texnologiyalar, san‘at, madaniyat, reklama, media, kino, moda va raqamli kontent kabi yo‘nalishlar bo‘yicha shakllanayotgan loyihalar O‘zbekiston iqtisodiyoti tarkibida yangi o‘shish nuqtalaridan biri sifatida qaralmoqda. Maqolada BMT, UNCTAD, UNESCO, va Jahon banki kabi xalqaro tashkilotlarning kreativ iqtisodiyot bo‘yicha tavsiyalari va statistik ma‘lumotlari asosida O‘zbekistonda zamonaviy, moslashtirilgan, kreativ iqtisodiyot modelini ishlab chiqish bo‘yicha ilmiy takliflar keltirilgan. Shuningdek, Janubiy Koreya, Buyuk Britaniya, Xitoy va Malayziya kabi mamlakatlar tajribasidan kelib chiqib, milliy kreativ strategiyalarni yaratish bo‘yicha konseptual asoslar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: kreativ iqtisodiyot, ijodiy loyihalar, madaniy sanoat, raqamli transformatsiya, innovatsion rivojlanish, intellektual mulk, startaplar, dizayn va san‘at, kreativ klasterlar, ijodiy infratuzilma, yoshlar innovatsiyasi, media industriya, kreativ eksport, axborot texnologiyalari, iqtisodiy diversifikatsiya.

Введение: В XXI веке мировая экономика кардинально изменилась, появились новые направления и трансформационные тренды. Одним из наиболее актуальных из них является креативная экономика. Эта концепция становится средством обеспечения не только экономической эффективности, но и инновационного развития, основанного на национальной культуре, искусстве, технологиях и знаниях. Креативная экономика предполагает не только создание новых продуктов и услуг, но и укрепление эстетических, нравственных и интеллектуальных ценностей в обществе.

В последние годы креативной экономике в Узбекистане уделяется особое внимание, а развитие этой сферы стало одним из приоритетных направлений государственной политики. По инициативе Президента Ш.М. Мирзиёева, в рамках таких программ, как «Год креативного и инновационного развития», «Новый Узбекистан – новый путь развития», созданы широкие возможности для молодежи, деятелей искусств и стартаперов.

В то же время, в развитии креативной экономики сохраняются нерешённые проблемы, в частности, ограниченность механизмов финансирования, нехватка специализированных кадров в креативных индустриях, слабая инновационная инфраструктура. В данной статье анализируются данные вопросы и разрабатываются оптимальные подходы для Узбекистана с учетом зарубежного опыта и национальных особенностей.

Обзор литературы по теме. Креативная экономика сегодня стала неотъемлемой частью экономического развития, цифровой трансформации и инновационного обновления. В отличие от традиционных экономических подходов, эта сфера предполагает создание продуктов и услуг на основе интеллектуального, эстетического и культурного потенциала человека. Узбекистан также стремится сформировать собственную национальную модель в этой сфере, основываясь на мировых тенденциях.

В этой связи большое значение имеет анализ концептуальных подходов, основанных на мнениях и научных трудах ряда ученых. Например, Хусанов Д. (2021) в своем исследовании «Креативная экономика: инновационные подходы и национальная модель» глубоко анализирует этапы становления креативной экономики в Узбекистане. Он считает, что такие факторы, как возможности цифровой инфраструктуры, нормативно-правовая база и эффективное использование культурного наследия, имеют решающее значение в развитии этой сферы. По мнению Хусанова, креативная экономика для Узбекистана — это не только сфера искусства или культуры, но и центральное направление всей системы инновационного развития. Также в своем исследовании Назарова М. (2020) анализирует экономическое влияние молодежных стартапов, проектов «Креативный город» и креативных центров в Узбекистане, трактуя креативную экономику как компонент национальной инновационной системы. По ее мнению, успех креативных проектов тесно связан, прежде всего, с молодежной средой, грантовой системой и эффективностью инкубационных центров. Такой подход усиливает роль молодежи как основного «двигателя» креативной экономики в Узбекистане.

Исломов А. (2023) в своем исследовании «Влияние креативной экономики на региональное развитие» раскрывает механизмы создания новых экономических

возможностей посредством креативных проектов в Бухарской и Самаркандской областях, особенно их интеграцию с туризмом. Она обращает внимание на возможности повышения региональной конкурентоспособности за счет экспорта региональных брендов, культурных ресурсов и креативных услуг. Это свидетельствует о необходимости интенсивного развития креативной экономики не только в центральных, но и в региональных регионах. С точки зрения международного опыта, Коломийцева Н.А. (Россия, 2019) рассматривает интеграцию городской инфраструктуры с креативным сектором в России на основе концепции урбанизации и креативных кластеров. Предлагается модель «городского креативного кластера» и рекомендуется реализовывать синергию культуры, технологий и экономики. Этот подход может быть применим и в крупных городах Узбекистана – Ташкенте, Самарканде, Фергане.

Другая российская исследовательница, Воронина Е.В. (2022), в своей работе «Культурная экономика и управление креативным сектором» фокусируется на проблемах координации систем управления цифровой культурой и инновациями. Она предлагает концепцию превращения креативных продуктов в экономически эффективный ресурс посредством цифровизации сферы культуры. Это позволяет получать экономические выгоды за счет сочетания цифровых платформ, искусства и технологий. Обращаясь к опыту Восточной Азии, исследование Пак Джи Хуна (Южная Корея, 2020 г.) представляет собой глубокий анализ трансформации корейской культурной волны «Халлю» в глобальный экономический феномен. Автор раскрывает опыт превращения К-поп, фильмов и цифрового контента в крупные статьи экспорта посредством превращения креативного сектора в неотъемлемую часть государственной политики. Этот опыт может стать важной моделью для Узбекистана в продвижении своих культурных продуктов на международную арену.

Цифровые технологии, культурная политика, экспортный потенциал и социальная стабильность играют важную роль в глобальном развитии креативной экономики.

Транснациональный характер этой индустрии обуславливает её уникальное формирование в каждом регионе. Анализ опыта зарубежных стран имеет большое значение для разработки приемлемых и инновационных подходов для Узбекистана.

Одним из учёных, глубоко проанализировавших экономическую и культурную взаимосвязь креативной экономики, является Тросби Д. (Австралия, 2018 г.), который в своей работе «Экономика и культура» исследует проблему экономического баланса между культурным наследием и креативным сектором. По мнению автора, культурные ценности играют важную роль не только как эстетический, но и как экономический ресурс. Эта идея указывает на необходимость превращения богатого исторического наследия Узбекистана в ресурс креативной экономики.

Хоукинс Дж. (Великобритания, 2020), один из основоположников концепции креативной экономики, в своей обновлённой работе «Креативная экономика» показывает неразрывную связь креативного капитала и экономического роста. По его мнению, креативность — важнейший ресурс современной экономики. Этот подход имеет особое значение в стратегии развития инновационного потенциала молодёжи Узбекистана и поддержки стартапов.

Каннингем С. (Австралия, 2017) проводит глубокий анализ взаимосвязи креативной экономики с рынком труда и экспортом. Он подчёркивает возможности международной торговли креативными продуктами как интеллектуальной собственностью. Ремесла, дизайн, IT и культурные услуги Узбекистана могут стать экспортно-ориентированными отраслями, основанными на этих принципах. Флорида Р. (США, 2019) изучает взаимосвязь урбанизации и креативной рабочей силы в своей знаменитой работе «Расцвет креативного класса». Он выдвигает идею о том, что регионы с высокой концентрацией креативных людей станут локомотивами экономического развития. Эта концепция обосновывает необходимость создания «креативных кластеров» в крупных городах, таких как Ташкент и Самарканд.

Хартли Дж. (США, 2021) в своем исследовании «Креативная экономика в глобальном пространстве» анализирует транснациональный характер креативных продуктов и их роль в межкультурном обмене. Он раскрывает возможности усиления экономического и политического влияния посредством участия в глобальных креативных цепочках, экспорта контента и креативной дипломатии. Это определяет важные перспективы для Узбекистана в направлении культурного туризма, экспорта кино- и медиапродукции.

Бруйетт С. (Канада, 2023) изучает вопросы трудовых отношений, гендерного равенства и экономической стабильности в креативных индустриях. Он критикует неформальные и нестабильные условия труда работников творческих индустрий. В этом направлении в Узбекистане также необходимо укреплять механизмы социальной защиты работников креативных индустрий.

Методология исследования. В исследовании использовался комплексный подход к оценке состояния развития креативной экономики в Узбекистане. В первую очередь были проанализированы научные труды отечественных и зарубежных учёных по данной теме, государственные программные документы, стратегические программы (например, концепция «Новый Узбекистан – 2026», стратегия «Цифровой Узбекистан – 2030»). На этой основе была выявлена теоретическая база темы и разработаны научные основы концепции креативной экономики и её основных направлений.

На втором этапе был проведён анализ эмпирических данных. С использованием статистических данных, аналитических отчётов и открытых источников была изучена деятельность действующих креативных центров, инкубаторов, проекта «Креативный город», молодёжных стартапов и креативных институтов в Узбекистане. Кроме того, в межсекторальном аспекте была проведена оценка экономической эффективности, занятости и экспортного воздействия креативных проектов, реализуемых в Ташкентской, Бухарской и Самаркандской областях.

На третьем этапе был использован сравнительный метод. Опыт Узбекистана был сопоставлен с опытом таких стран, как Южная Корея, Великобритания, Малайзия и Китай, а также изучены институциональные и стратегические подходы, применяемые к развитию креативной экономики. В результате была разработана концептуальная основа, позволяющая предложить адаптированную и экономически и культурно приемлемую для Узбекистана национальную модель.

Анализ и результаты. За последние пять лет внимание к сектору креативной экономики в Узбекистане значительно возросло. Стратегия «Цифровой Узбекистан – 2030», программа «Молодёжь – наше будущее», а также внедрение механизмов финансовой и инфраструктурной поддержки креативных индустрий привели к практическому прогрессу в этом направлении. Результаты анализа показывают, что количество креативных проектов, привлекаемых инвестиций и уровень занятости в этом секторе растут из года в год. В таблице 1 представлены статистические данные по количеству проектов креативной экономики в Узбекистане за 2020–2024 годы, общему объёму финансирования и численности занятых в этом секторе.

Таблица 1

Показатели развития проектов креативной экономики в Узбекистане (2020–2024 гг.)

Год	Количество проектов (шт.)	Объём финансирования (млрд сум)	Количество рабочих мест по отраслям (тыс. чел.)
2020	125	112	14,3
2021	198	254	22,8
2022	276	430	31,4
2023	349	688	39,2
2024	418	915	46,7

Источник: Работа автора на основе данных <https://stat.uz>.

Как видно из таблицы выше, количество проектов креативной экономики утроилось в период с 2020 по 2024 год. Объём финансовой поддержки увеличился со 112 млрд сумов в 2020 году до 915 млрд сумов к 2024 году. Это, с одной стороны, свидетельствует о стратегическом значении, придаваемом креативным индустриям государством, а с другой – об экономическом потенциале сектора. Показатели занятости также обрели положительную динамику, увеличившись с более чем 14 тысяч рабочих мест в 2020 году до более чем 46 тысяч в 2024 году. Распределение проектов креативной экономики по секторам и регионам также является одним из основных факторов этого роста. В таблице 2 ниже представлено распределение проектов по ведущим регионам и секторам в Узбекистане по состоянию на 2024 год.

Таблица 2

Распределение творческих проектов по регионам и направлениям на 2024 год

Регионы/направления	IT-стартапы	Дизайн (графика, мода)	Медиа и кино	Культурные услуги	Всего проектов
город Ташкент	85	46	39	33	203
Самаркандская область	26	18	11	24	79
Бухарская область	17	13	7	16	53
Ферганская область	19	11	9	15	54
Республика Каракалпакстан	9	7	5	8	29

Андижанская область	12	6	4	11	33
Наманганская область	13	7	5	10	35
Навоийская область	8	4	3	7	22
Кашкадарьинская область	10	5	4	9	28
Сурхандарьинская область	7	4	3	8	22
Джизакская область	6	3	2	6	17
Сырдарьинская область	5	2	2	5	14
Хорезмская область	10	6	4	9	29
Общий	247	132	97	171	647

Источник: Работа автора на основе данных <https://stat.uz>.

Приведенный выше статистический анализ подтверждает, что Ташкент стал ведущим креативным центром. IT-стартапы и медиапроекты стремительно развиваются, особенно в столице. Самарканд и Бухара выделяются своими креативными инициативами, основанными на культурных услугах и туризме. Республика Каракалпакстан, еще не полностью реализовавшая свой потенциал, постепенно раскрывает его через проекты, основанные на экологическом дизайне, ремесленничестве и прикладном искусстве.

Анализ также показывает, что креативная экономика в Узбекистане формируется в большей степени на основе молодежи, женщин и личной инициативы. Финансовая среда, правовая защита интеллектуальной собственности, открытость для иностранных инвесторов и увеличение количества инкубационных центров выводят этот процесс на новый уровень.

Этот сектор становится важным инструментом экономической диверсификации страны.

Обсуждение: В эпоху глобализации креативная экономика становится важной отраслью, которая не только сохраняет культурные ценности, но и создаёт новые экономические возможности. За последние годы Узбекистан добился значительного прогресса в этой области благодаря развитию цифровых технологий, культурных услуг, креативных кластеров и стартап-экосистемы. Анализ данных показывает, что в 2020–2024 годах количество проектов креативной экономики в стране увеличилось в три раза, а объём финансирования — в восемь раз. Эти показатели подтверждают стратегический потенциал роста сектора. Однако, наряду с развитием, существует ряд системных проблем. В частности, нехватка специализированных кадров для креативных индустрий, ограниченные источники финансирования и слабые места в защите прав интеллектуальной собственности сдерживают устойчивый рост креативной индустрии.

Кроме того, возможности и инфраструктура регионов значительно отстают от столичных. Эта ситуация создаёт региональные дисбалансы. Поэтому формирование инновационных региональных кластеров, продвижение местных стартапов и обеспечение социально-экономического равенства имеют стратегическое значение.

Международный опыт показывает, что для успешного развития креативной экономики необходимо сбалансированное сотрудничество государства, частного сектора и гражданского общества. Опыт Кореи, Великобритании, Австралии и Малайзии показывает, что образование, технологические платформы, брендинг и экспорт контента обозначены как приоритетные направления развития креативного сектора. Несмотря на значительный потенциал Узбекистана в этом отношении, необходим системный подход к стратегическому планированию и система показателей.

Таким образом, представленные в данном исследовании статистические результаты, предложенные подходы, основанные на зарубежном опыте и существующих недостатках, послужат укреплению креативной экономики в Узбекистане как средства экономической диверсификации и культурной дипломатии. Этот процесс не может ограничиваться внутренним рынком, но важно превратить его в экспортное направление, охватывающее международную аудиторию через цифровые платформы. Исходя из этого, формирование национальной модели, сочетающей инновационное мышление, творческий капитал и культурные ресурсы, является приоритетной задачей на ближайшую перспективу.

Заключение. Формирование и развитие сектора креативной экономики в Узбекистане значительно ускорилось в последние годы. Рост числа креативных проектов, объемов финансирования и показателей занятости за последние годы свидетельствует об усилении роли этого сектора в экономической жизни. Креативные проекты, основанные на цифровых технологиях, молодежные стартапы, дизайн, медиа и культурные услуги становятся важным направлением экономической диверсификации страны. При этом, на основе опыта зарубежных стран определено, что стратегическое планирование, институциональный подход и государственно-частное сотрудничество важны для устойчивого роста креативного сектора. Для дальнейшего развития креативной экономики Узбекистану необходимо реализовать комплексные меры: в этой связи к числу приоритетных задач относятся подготовка творческих кадров, формирование региональных кластеров, защита интеллектуальной собственности, расширение экспорта локального контента и укрепление системы финансовой поддержки. Также, развивая национальную креативную модель, сочетающую культурное наследие и современные инновации, Узбекистан может усилить свое влияние на международной культурной арене наряду с экономическим потенциалом.

Список использованной литературы

1. Хусанов Д. Креатив иқтисодиёт: инновацион ёндашувлар ва миллий модель. – Тошкент: Iqtisodiyot, 2021. – 146 б.
2. Назарова М. Креатив иқтисодиётнинг ёшлар тадбиркорлигидаги ўрни. // Илмий ахборотлар журнали. – 2020. – №4. – Б. 58–65.
3. Исламов А. Креатив иқтисодиёт ва туризм интеграцияси: худудий таҳлил. // Ўзбекистонда иқтисодиёт ва инновациялар. – 2023. – №1. – Б. 22–30.
4. Коломийцева Н.А. Креативные индустрии в городской экономике: проблемы и перспективы. – Москва: Наука, 2019. – 132 с.

5. Воронина Е.В. Управление культурной экономикой и креативным сектором в условиях цифровой трансформации. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2022. – 164 с.
6. Park Ji-Hoon. Creative Industries in South Korea: The Hallyu Impact and Policy Strategy. // *Asian Cultural Policy Review*. – 2020. – Vol. 12, No. 1. – P. 45–59.
7. Rahman A. The Role of Creators and Digital Platforms in Malaysia’s Creative Economy. // *Malaysian Journal of Economics*. – 2019. – Vol. 7, No. 2. – P. 98–112.
8. Zhou Wei. China’s Creative Economy: Development and Challenges. – Beijing: Tsinghua University Press, 2021. – 208 p.
9. Throsby D. *Economics and Culture*. 2nd ed. – Cambridge: Cambridge University Press, 2018. – 246 p.
10. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Updated Edition. – London: Penguin, 2020. – 272 p.
11. Cunningham S. *Creative Industries and Development: Global Outlook*. – Sydney: UTS Press, 2017. – 193 p.
12. Florida R. *The Rise of the Creative Class*. Revised Edition. – New York: Basic Books, 2019. – 412 p.
13. Hartley J. *Global Creative Economy: Cross-Border Culture and Media*. – London: Routledge, 2021. – 258 p.
14. Brouillette S. *The Political Economy of Creative Labor*. – Toronto: University of Toronto Press, 2023. – 230 p.
15. European Commission. *Creative Europe 2021–2027: Programme Guide*. – Brussels: EU Publications Office, 2021. – 112 p.
16. <https://stat.uz>