

**Поддержка в разработке и реализации
политики в области образовательных
инициатив и развития креативной
экономики**

**Рекомендации по развитию
креативных индустрий в
Узбекистане**

ТОО «Counterculture Partnership»

Май 2022 год

Основные положения

С 1990-х годов правительство Узбекистана совместно с различными международными организациями и агентствами принимает меры по поддержке и развитию креативной индустрии в стране. Это касается различных направлений: туристическая индустрия, традиционные виды искусства и ремесла, «ночная экономика» и т.д.

В рамках программы поддержки роста креативных экономик в Центральной Азии, на Южном Кавказе и в некоторых частях Восточной Европы, а также с целью вклада в развитие креативной индустрии в Узбекистане и изучения областей для будущего партнерства, Британский Совет провел исследование на данную тему. Работа заключалась в предоставлении общего обзора креативных индустрий в Узбекистане, опираясь на количественные и качественные методы анализа, и взаимодействие с заинтересованными сторонами отрасли. Более того, исследование стремилось предоставить рекомендации для дальнейшего развития данного сектора.

При разработке выводов авторы опирались на официальную статистику, обзоры соответствующей литературы, серию фокус-групп с участием заинтересованных сторон и экспертов, а также на опрос предприятий в данном секторе. Исследование содержит:

- Краткий обзор существующих программ, осуществляемых правительством Узбекистана и международными организациями.
- Анализ секторов креативных индустрий, основанный на ограниченных официальных данных, доступных в настоящее время. Анализ включает сопоставление количества зарегистрированных организаций и размер данных предприятий по количеству сотрудников. Мы определили порядка 10 000 компаний, относящихся к разным креативным индустриям. Большая часть из них имеет штат менее 10 сотрудников, что также соответствует данным, полученным в других странах.
- Анализы бизнес-опросов и обсуждений фокус-групп, затрагивающие такие часто возникающие темы, как: улучшение базы данных, развитие традиционных и современных креативных секторов, региональные различия индустрии, институциональные структуры и регулирование, доступ к финансам и международным рынкам, а также приоритеты для развития аудитории.

В отчете приводится ряд рекомендаций, подчеркивающих необходимость более полного картирования индустрий и сбора данных, создания широкой стратегии развития производственных навыков и тесного сотрудничества между правительством и креативными индустриями. Подробная информация о предлагаемых путях развития описана по каждой теме в главе "Основные выводы". Краткий список рекомендаций приведен в конце документа. Ключевые области, требующие доработки:

- Принятие единого определения креативных индустрий.
- Сбор более полных данных и разработка плана по их улучшению.
- Инициативы по развитию взаимодействия некоторых традиционных секторов декоративно-прикладного искусства с цифровыми технологиями.

- Дальнейшее изучение и сбор данных о компаниях в регионах в сфере креативной индустрии для их дальнейшей поддержки.
- Создание отраслевого органа для рассмотрения вопросов регулирования бизнеса, защиты интеллектуальной собственности, налоговых стимулов и развития навыков.
- Выявление потребностей в развитии предпринимательских, креативных и технических навыков.
- Поддержка инвестиций и развития бизнеса внутри страны, а также существующих инициатив по продвижению креативных индустрий на международном уровне.
- Комплексный подход к развитию культурного туризма внутри страны и на международном уровне.
- Стратегии для расширения аудитории на международном уровне, особенно за пределами Ташкента.

Введение

Расцвет креативных индустрий

До пандемии Covid-19 креативная индустрия считалась одной из самых быстроразвивающихся в мире. Несмотря на недавний спад, данный сектор является катализатором экономического роста. Согласно данным ЮНЕСКО, сегодня на культурный и креативный секторы приходится 3,1% мирового ВВП и 6,2% всей трудовой занятости.¹

Креативная индустрия также достаточно устойчива к все более укрепляющему свои позиции искусственному интеллекту. Исследование британского инновационного фонда Nesta показало, что только 15% рабочих мест в данном секторе возможно будут автоматизированы.²

Наряду с экономическими выгодами и ростом занятости населения в креативных индустриях, отмечается ряд других преимуществ. Например, положительное влияние на образование, материальное благополучие, национальную идентичность и т.д.

Данная ценность может только возрастать и укрепляться, если подойти к поддержке творчества и культуры более согласованно и инклюзивно. Это включает в себя стимулирование креативного потенциала людей и создание необходимых условий для развития благоприятной креативной экосистемы.³

Креативные индустрии в Узбекистане

Ранее креативная экономика не была широко признана в Узбекистане, несмотря на перспективы имеющихся креативных секторов, например туризм, ремесла, текстиль и культурные направления.

С момента обретения независимости в начале 1990-х годов, наряду с программами Британского Совета и других глобальных институтов, правительство Узбекистана приняло ряд мер по поддержке бизнеса и культуры. Данные инициативы были направлены на стимулирование роста и наращивание потенциала креативных индустрий, предпринимательства, развития партнерских отношений и обмен знаниями (см. Существующую политику и программы).

На данный момент Узбекистан уделяет особое внимание развитию туризма и «ночной экономике». Креативные бизнесы в данных секторах играют большую роль в экономическом развитии страны. Благодаря богатому культурно-историческому наследию страны, данный сектор обладает огромным потенциалом.

В настоящее время среди лиц и организаций, определяющих политику (далее — полиси-мейкеры⁴) растет признание важности и потенциала креативных индустрий в Узбекистане. Однако систематического анализа количества, положения и условий креативных индустрий в Узбекистане не проводилось. Существующая информация о профиле, географическом распространении, потенциале сектора ограничена и противоречива. Например, считается, что в Ташкенте самое большое количество

¹ ЮНЕСКО (2022 год)

² LGA (Ассоциация органов местного самоуправления) (2020) Стр.6

³ Комиссия Уорика (2015)

⁴ От английского термина policy-makers

представителей креативных индустрий, причем многие работающие в этом секторе являются фрилансерами. Однако текущие доступные данные не позволяют произвести точную оценку.

О проекте

Британский Совет заказал картирование креативных индустрий в рамках своей новой трехлетней программы "Креативная экономика", которая фокусируется на разработке политики и инициатив в сферах предпринимательства и культурного лидерства в Центральной Азии, на Южном Кавказе, в Турции, на Украине и на Западных Балканах. Данная программа нацелена на поддержку Великобританией стран «с переходной экономикой» в развитии креативного сектора. Это позволит данным странам развить новые долгосрочные отношения с партнерами из Великобритании, понять суть креативной экономики и применить на практике меры по поддержке ее стимулирования.

Общая цель этого проекта состояла в составлении первого общего картирования креативных индустрий в Узбекистане, опираясь на уже имеющиеся данные, литературу и взаимодействие заинтересованных сторон с сектором.⁵ Для проведения широкого анализа текущего состояния креативных индустрий в стране и создания общих рекомендаций для дальнейшего развития сектора, мы опирались на ограниченную статистическую информацию, качественные методы анализа и интервью. Поэтому полученные результаты являются ориентировочными, и для разработки более конкретных планов реализации потребуются дальнейшие исследования и более точные данные.

Основываясь на реализованных проектах Британского совета во многих странах, результаты этого исследования призваны оказать позитивную динамику влияния на креативный бизнес и инвесторов в Узбекистане, в том числе на правительство и соответствующих полиси-мейкеров.

Следовательно, **цели** исследования заключаются в:

- Создании рекомендаций по определению креативных индустрий для Узбекистана, основанные на кодах Международной стандартной отраслевой классификации.
- Составлении предварительного национального картирования креативных индустрий, включая их вклад (уже имеющийся и ожидаемый) в экономику страны.
- Разработке рекомендаций для государственных органов для последующих шагов развития креативных индустрий в Узбекистане.

Мы надеемся, что данные цели приведут к следующим **результатам**:

- Укреплению общего понимания определения креативных индустрий как ключевого сектора экономики в Узбекистане.

⁵ Данный проект следует за более ранним исследованием Британского совета в 2018 году по проведению картирования креативных индустрий в Казахстане, которое было расценено как важная веха в развитии сектора, а в последнее время и как ориентир для Узбекистана. См. Pratt и др. (2018 год)

- Улучшению базы фактических данных для информирования полиси-мейкеров о развитии креативных индустрий и их вклада в приоритетные экономические секторы страны, включая туризм.
- Использованию в качестве основы для дальнейшего партнерства между Британским Советом и правительством Узбекистана.

Проект был реализован консультантами из «Counterculture Partnership» (Великобритания) при поддержке Фонда развития искусства и культуры в Узбекистане. Участники проекта: Джон Зефф, Джон Ньюбигин и Тара Танк. Исследование было проведено также при поддержке местного эксперта Гюнеш Ходжакули, заместителем директора Британского совета в Узбекистане - Джамилей Гулямовой, и Галиной Корецкой, главой Отдела искусств в Казахстане.

Отчет разделен на следующие разделы:

- Методология
- Существующая Политика и программы
- Картирование креативных индустрий в Узбекистане
- Основные результаты исследования
- Рекомендации и выводы
- Приложения

Методология

В мире не существует единого общепринятого определения креативных и культурных индустрий или креативной экономики. Определение отраслей или секторов экономики зависит от видов деятельности, которые они включают в себя и влияют на требования и правила, применимые к ним. Британское инновационное агентство Nesta утверждает:

*“Легко недооценить важность четких определений и надежной экономической статистики для формирования эффективной политики. Тем не менее, без этих инструментов политики-мейкеры рискуют упустить наиболее важные **источники занятости и роста**; становится гораздо труднее поддерживать **согласованную политическую структуру** и невозможно **отслеживать прогресс**”.*⁶

Политики-мейкеры используют свои собственные подходы к классификации и определению креативных индустрий, исходя из имеющихся условий и данных. Для некоторых такие определения тесно связаны с искусством и культурой (или даже ограничены ими), для других они могут включать пищевую промышленность (кулинарию), туризм, спорт, культурное наследие, образование, ИТ или «ночную экономику». Следует учитывать множество местных культурных обычаев и традиций. Например, "кукольный театр" фигурирует в классификациях некоторых стран (например, Украина, Казахстан), но отсутствует в других (например, Великобритания).

Великобритания имеет богатую историю и мировую репутацию креативной страны с хорошо налаженной нормативно-правовой базой и принципов регулирования вопросов интеллектуальной собственности. В 1990-х годах Департамент цифровых технологий, культуры, средств массовой информации и поддержки правительства Великобритании (DCMS)⁷ создал концепцию и оценил данный сектор с точки зрения масштабов и экономической ценности. Данное новаторское движение с тех пор было принято многими странами и организациями, такими как UNCTAD⁸ и UNESCO⁹, и по сей день является основой для культурологических статистик.

В данном контексте раздел излагает основные принципы для Узбекистана.

Определения: Креативные индустрии и Креативная экономика

Так как контекст, значение и приоритеты данных определений отличаются в зависимости от страны, за ориентир мы взяли развитие креативных индустрий на международном

⁶ Nesta (2013 год) Стр.26

⁷ DCMS - это правительственный департамент, отвечающий за искусство, культуру и креативные индустрии в Англии, а также за некоторые аспекты средств массовой информации по всей Великобритании (например, вещание, интернет). DCMS также работает в партнерстве с другими правительственными ведомствами Ее Величества в областях совместной ответственности в отношении культуры и креативных индустрий, например: налоговые льготы, поддержка бизнеса, торговля и инвестиции, а также образование и профессиональная подготовка.

⁸ ЮНКТАД (без даты)

⁹ ЮНЕСКО (2009 год)

уровне. Особое внимание уделялось странам, имеющим большой опыт в разработке, реализации и оценки политики в области креативных индустрий, а также экономической и социальной пользы, которые она может обеспечить .

Благодаря новаторскому подходу, созданному в 1990-х годах в Великобритании, понимание креативных индустрий во всем мире стало более ясным и глубоким. Появилось более широкое понимание культуры и творчества, простирающееся от традиционного искусства до цифровых отраслей, таких как игры и кино, и до производства, розничной торговли и ремонта изделий.

DCMS в 2001 году дал следующее определение креативным индустриям

*“Те отрасли, которые берут свое начало в индивидуальном творчестве, мастерстве и таланте, а также имеют потенциал для создания материальных ценностей и предоставления рабочих мест за счет использования интеллектуальной собственности”.*¹⁰

Таблица 1: Классификация DCMS – Креативные индустрии

Сектор Креативных Индустрий
Реклама и маркетинг
Архитектура
Ремесла
Дизайн и Дизайнерская мода
Кино, телевидение, видео, радио и фотография
ИТ, программное обеспечение и компьютерные услуги
Издательство
Музеи, галереи и библиотеки
Музыка, исполнительское и изобразительное искусство

Однако также важно отметить, что в определении DCMS существует пересечения с секторами культуры, цифровых технологий и туризма.¹¹

С тех пор сформировалось понимание креативных индустрий, основанное на идее "творческой силы". Это своего рода показатель доли рабочей силы, занимающейся творческой и креативной деятельностью. Наряду с этим, была разработана более широкая концепция "креативной экономики", которая охватывает творческую занятость в креативных и не креативных секторах экономики. и.

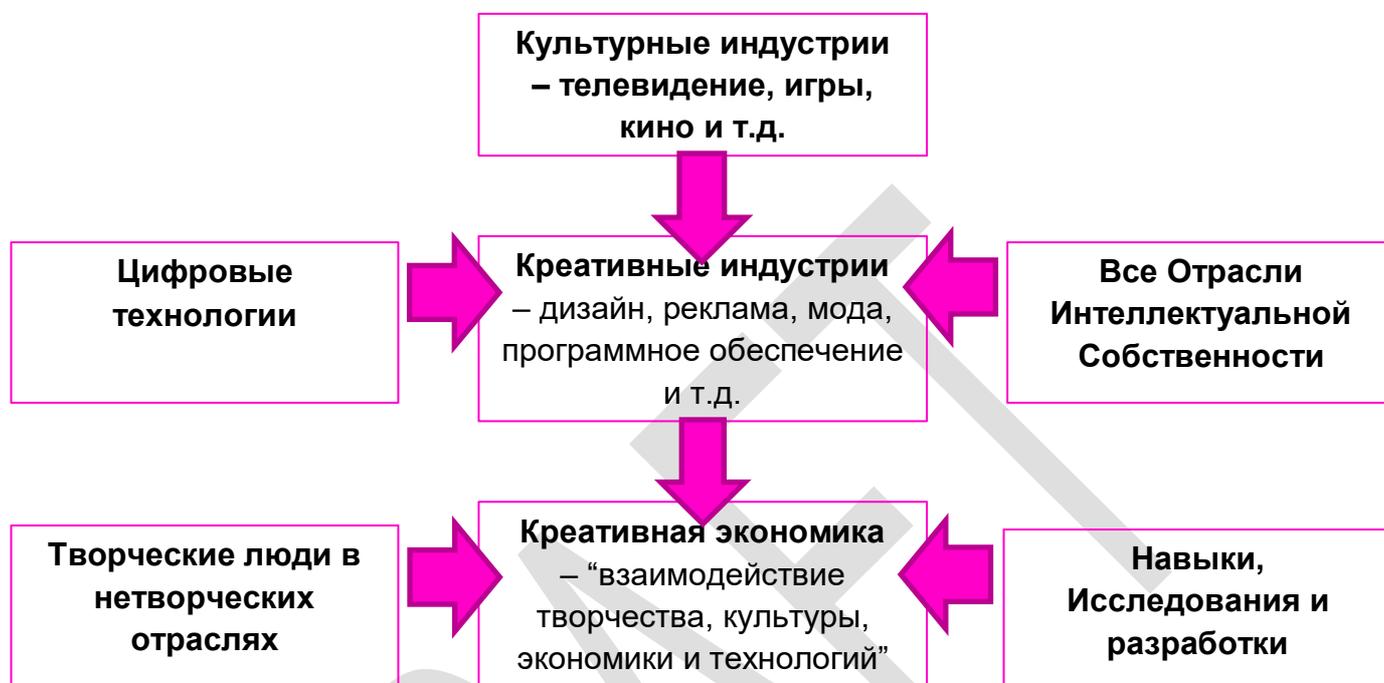
Креативная экономика была определена как:

¹⁰ DCMS (2001 год) Стр.5

¹¹ DCMS (2021 год)

“Включает вклад тех, кто занимается креативными профессиями, не входящих в креативные индустрии, а также всех тех, кто в них занят”.¹²

Рисунок 1: Эволюция Креативной Экономики. Источник: Ньюбигин, Джон (2010 г.) Креативная экономика: Вводное руководство. Онлайн по адресу <https://creativeconomy.britishcouncil.org/blog/10/03/08/creative-economy-introductory-guide/>



Данное исследование является первым и базовым в исследовании креативных индустрий в Узбекистане, поэтому стоит отметить, что эти секторы могут быть исследованы более детально и показать масштаб креативной экономики и занятости:

“Креативная экономика включает в себя тех, кто работает в самих креативных индустриях и тех, которые могут быть либо в креативных профессиях, либо работать в других областях, например, финансах”.¹³

В следующем разделе мы даем описание, как креативные индустрии были определены для целей этого проекта с использованием классификации DCMS и местного контекста.

Аналитическая основа

В 2011 году Узбекистан пересмотрел Национальный классификатор видов экономической деятельности,¹⁴ чтобы лучше отразить новые и/или важные виды деятельности. Это было связано с технологическими и организационными изменениями, а также с необходимостью подготовки и распространения статистической информации для сравнения на международном уровне.

¹² DCMS (2016 год) Стр.3

¹³ Там же. Стр.4

¹⁴ О других статистических классификаторах, принятых/измененных в Узбекистане, см. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике (2021 г.)

Система экономической статистики предназначена для классификации единиц экономической деятельности (отдельных предприятий или групп предприятий). Она нацелена на обеспечение основы для подготовки статистических данных для таких сфер, как: производство, занятость, национальные счета.

Классификатор использует 5-уровневую иерархическую классификацию. Она приведена в соответствие с международной классификацией путем прямого применения NACE Rev.2¹⁵ на четырех цифровых уровнях ("Статистическая классификация экономической деятельности в Европейском сообществе", принятая Европейской комиссией в 2006 году), включая 5-й уровень для отражения специфики национальной экономики. Внедрение международной системы позволило собирать и анализировать информацию в рамках этого проекта.

Определение креативных индустрий в Великобритании и на международном уровне в целом признает девять ключевых подсекторов. Они сопоставлены с международными классификационными кодами (ISIC) для креативных индустрий. Затем они были переведены в классификацию по NACE Rev. 2 (в соответствии с DCMS):

- Реклама и маркетинг
- Архитектура
- Ремесла
- Дизайн: дизайн продуктов, графики и одежды
- Кино, телевидение, видео, радио и фотография
- ИТ, программное обеспечение и компьютерные услуги
- Издательство
- Музеи, галереи и библиотеки
- Музыка, исполнительское и изобразительное искусство

Однако официальные массивы данных, в том числе полученные для Узбекистана используют другую классификацию для секторов экономики, которые не идентифицируют и отдельно не измеряют определенные креативные индустрии. В соответствии с этой категоризацией подсекторы креативной индустрии распределены по 5 основным секторам:

- Обрабатывающая промышленность
- Информация и связь
- Профессиональные, научные и технические услуги
- Образование
- Искусство, развлечения и отдых

¹⁵ NACE (КДЕС) — это стандартная статистическая система, используемая за пределами США.

Запрос и оценка данных

Для целей настоящего отчета мы использовали классификацию DCMS на 4-значном уровне (NACE Rev.2) с некоторыми незначительными корректировками для приведения в соответствие с определениями, принятыми в Казахстане. Это было применено к официальному статистическому отчету Государственного статистического комитета Республики Узбекистан на четырехзначном уровне. В выводах даются рекомендации по улучшению данных и уточнению определения креативных индустрий для Узбекистана. Мы рекомендуем придерживаться данного подхода для обеспечения четкого сопоставления на международном уровне. Полный список статистических кодов (на четырехзначном уровне) в Узбекистане вместе со всеми исключениями, относящихся к креативным индустриям, приведен в Приложениях.

Цель состояла в том, чтобы получить разнообразную информацию¹⁶ на национальном и субнациональном уровнях, а также по временным промежуткам. Основываясь на полученных данных, мы смогли оценить следующие показатели за 5-летний период на национальном уровне:

- Трудоустройство
- Регистрация бизнеса (Регистрация юридических лиц)
- Валовой внутренний продукт

Из анализа очевидно, что официальные доступные статистические источники неполные. Для получения точной картины масштабов и профиля сектора необходим дальнейший сбор и мониторинг данных (см. раздел "Более точные данные" в разделе "Основные результаты исследования" и "Выводы/рекомендации"). Мы подошли крайне внимательно к подготовке данного исследования и проявляем осторожность, делая дополнительные выводы из полученных данных.

Дополнительные Методологии

Аналитический обзор – анализ данных и литературы: стратегии, фактические данные, отчеты, исследования, оценки воздействия и т.д.

Взаимодействие с заинтересованными сторонами - интервью в фокус-группах с креативными лидерами и представителями в Ташкенте и Самарканде, а также с чиновниками. Ключевые темы обсуждений: возможности и проблемы, важность взаимодействия и роль правительства.

Опрос – бизнес-анкета для отобранных участников фокус-группы. Опрос позволил получить более четкое видение и понимание сектора, но стоит помнить, что это лишь отдельные случаи, но не полная картина.

¹⁶ Для справки, данные включают объем производства, численность рабочей силы, количество и размер предприятий, региональное распределение предприятий, разнообразие рабочей силы и международную торговлю.

Существующая политика и программы

В этом разделе представлен обзор ключевых исторических и современных мер, которые помогли поддержать креативные индустрии и другие сектора искусства, культуры и наследия в Узбекистане. Они были приняты как на национальном, так и на международном уровнях, а также правительствами и организациями.

В нем излагается политика Узбекистана, ее влияние на бизнес и результаты в культурном развитии. В этом разделе также освещаются созданные программы, в том числе инициативы, осуществляемые Британским советом.

Цель: предоставить оценку текущих условий и определения направления развития сектора.

Национальная политика

Таблица 2: Национальная политика (Указы) Узбекистана, касающаяся креативных индустрий

Указ	Год	Описание
<p>Меры по дальнейшему улучшению системы поддержки ремесленной деятельности¹⁷</p> <p><i>Более подробную информацию смотрите в разделе Политика ниже.</i></p>	2021	<p>Цели заключаются в использовании открытых возможностей в системе махалля ("соседства"), содействии обмену знаниями между ремесленниками, выявлении новых рынков сбыта, образовании и трудоустройстве молодежи в махаллях (в частности, через традицию 'уста-шогирд').</p> <p>Меры включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Финансирование ремесленных проектов (в рамках программ развития семейного предпринимательства) - Льготные кредиты членам ассоциации "Хунарманд" на приобретение оборудования, материалов и т.д., а также инфраструктурные проекты (центры развития, школы, дома-музеи, мастерские). - Субсидии из Фонда привлечения населения к предпринимательству для ремесленников, учеников и мастеров, покрывающие материалы, заработную плату, цифровой маркетинг (внутренний и международный). - Создание торговых павильоны для изделий ручной работы в Ташкенте, Нукусе и региональных центрах с акцентом на международный экспорт и туристические маршруты (зарубежные и внутренние).
<p>О дополнительных мерах по дальнейшему развитию ремесел и поддержке ремесленников</p>	2019	<p>Цели заключаются в сохранении национальных традиций и поддержке занятости (особенно среди молодежи, женщин и семей с низким доходом).</p> <p>Меры включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Региональную специализацию по основным ремесленным направлениям. - Визиты представителей Узбекистана за рубеж для продвижения изделий ручной работы и поддержки ремесленников в презентации и продаже их работ (включая поддержку в развитии торговых домов и магазинов).

¹⁷ Национальный центр правовой информации (2021а)

		<ul style="list-style-type: none"> - Создание Национального каталога мастеров народно-прикладного искусства и реестра ремесленников, работающих в сфере туризма (в 2021 году было зарегистрировано 1500 человек) с налоговыми льготами среди прочих льгот.
Меры по ускорению развития и поддержке гончарного дела¹⁸	2021	<p>Цели включают сохранение традиций, увеличение объемов производства, повышение международного статуса и создание условий для брендинга внутри страны и за рубежом с особой целью привлечения молодежи в этот сектор.</p> <p>Меры включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Предоставление сырья, земли, связей и оборудования, а также льготных кредитов - Создание гончарных центров, галерей и производственных центров (гончарные центры должны облагаться конкретными ставками налога на имущество и землю и владеть правами собственности). - Поддержка ремесленников и вовлечение молодежи путем улучшения деятельности школ “Уста-шогирд”. - Выдача субсидий для поддержки внутренних продаж (связанных с туризмом) и экспорта керамики (выставочные залы, цифровые платформы). - Выдача субсидий ремесленникам на обучение (материалы, заработная плата и т.д.).
Мероприятия по проведению Международного фестиваля народно-прикладного искусства¹⁹	2019	<p>Проведение первого Международного фестиваля народно-прикладного искусства под эгидой ЮНЕСКО в Коканде и поддержка развития сектора в стране, в том числе посредством образования и формирования национальной идентичности.</p> <p>Меры включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проведение фестиваля каждые два года с определенной научно-практической конференцией. - Представление программы привлечения талантов с выставками и конкурсами в преддверии фестиваля. - Продвижение бренда “Коканд – город ремесленников мира” и возможностей для туризма - Поддержку передачи знаний между поколениями, образования и карьерных путей для достижения мастерства.
О создании дополнительных условий для дальнейшего развития туризма, культуры,	2022	<p>Ускорение развития инфраструктуры, эффективное функционирование объектов и создание благоприятных условий для населения на основании раннее принятого указа.²¹</p> <p>Меры включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Гранты для поддержки молодежной предпринимательской деятельности, включая цифровой

¹⁸ Национальный центр правовой информации (2021b)

¹⁹ Национальный центр правовой информации (2019 г.)

культурного наследия и спорта²⁰		маркетинг (веб-сайты) и участие в туристических выставках (местных) и международных ярмарках.
О мерах по развитию киноискусства и киноиндустрии на качественно новый уровень и дальнейшему совершенствованию системы государственной поддержки отрасли²²	2021	<p>Цели заключаются в развитии национальной кинематографической индустрии, улучшении государственной поддержки и обеспечении эффективных каналов производства и распространения.</p> <p>Меры включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Привлечение иностранных кинокомпаний и инвесторов, а также поддержка совместного производства. - Финансовая поддержка производства национальных фильмов и сериалов, включая субсидии - Льготы для иностранных и отечественных кинокомпаний на создание аудиовизуальных работ в Узбекистане - Создание системы повышения квалификации креативных и технических работников - Обеспечение защиты авторских прав, системы распространения фильмов, а также национальный и международный маркетинг - Государственное национальное телевизионное производство с участием молодых аниматоров
О мерах по дальнейшему повышению роли и значения культуры и искусства в жизни общества²³	2020	<p>Цели заключаются в модернизации культуры и искусства, а также в обеспечении обучения, развития талантов и улучшения образовательных ресурсов (для молодежи). Кроме того, расширение культурных услуг и мероприятий, особенно в отдаленных районах.</p> <p>Меры включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мониторинг лицензирования событий через централизованный портал. - Массовые мероприятия проводимые на основе ежегодного утвержденного календаря. - Запрещение добровольного участия креативных деятелей и исполнителей в государственных мероприятиях. - Субсидии на аренду концертных программ в государственных зданиях. - Меры по поддержке защиты авторских прав включают создание специальной палаты.

²¹ Национальный центр правовой информации (2019 г.)

²⁰ Национальный центр правовой информации (2019 г.)

²² Национальный центр правовой информации (2019 г.)

²³ Национальный центр правовой информации (2019 г.)

Другие исторические показатели включают:

- [1996 г.] О создании Гастрольно-концертного объединения "Узбекнаво" - креативного и производственного объединения, контролируемого правительством. Данное объединение поддерживает развитие музыкального и танцевального искусства, включая международные связи, координацию туров и надзор за финансированием.²⁴
- [1997 г.] О мерах государственной поддержки дальнейшего развития народных художественных промыслов и ремесел – Ассоциации Узбекистана "Хунарманд" (Ремесло). Члены данной ассоциации получают налоговые льготы.²⁵
- [1998 г.] О развитии театрального искусства Узбекистана – включая издание ежемесячного журнала, расширение сферы подготовки специалистов, предоставления курсов высшего образования и современного преподавания.²⁶
- [2005 г.] О создании Общественного фонда поддержки и развития независимых печатных СМИ и информационных агентств Узбекистана – для поддержки демократизации и либерализации отечественных средств массовой информации, включая создание общественного фонда для проведения мероприятий, программ, обучения и переподготовки.²⁷

Международные программы

Британский совет

- **Creative Spark:** Программа по внедрению курсов и предметов по креативному предпринимательству в вузах — это 5-летняя инициатива (2018–2023 гг.), направленная на поддержку университетских и институциональных партнерств с Великобританией. Направлена на развитие предпринимательства и предпринимательских навыков у студентов, молодых бизнесменов в семи странах, включая Узбекистан.²⁸
- **Crafting Futures:** 3-летняя программа (2019–2022 гг.) для развития ремесел и ремесленнического бизнеса посредством межкультурного обмена и совместного обучения между британскими и местными организациями. Аспекты включают навыки и инновации, освоение новых рынков, повышение качества продукции и многое другое.²⁹

²⁴ Национальный центр правовой информации (1996 г.)

²⁵ Ассоциация Хунарманд (2018 г.)

²⁶ Национальный центр правовой информации (2005 г.)

²⁷ Национальный центр правовой информации (2005 г.)

²⁸ Британский совет (2018 г.)

²⁹ Британский совет (2022 г.)

- **Creative Producers:** 3-летняя программа (2019–2022 гг.) по развитию креативного продюсерства и создание мультидисциплинарных фестивалей современного экспериментального искусства в Казахстане и Узбекистане.
- **Creative Central Asia Conference:** четырехлетний проект серии конференций, запущенный Британским Советом в 2017 году. Это площадка для лидеров в культурных и креативных индустриях Центральной Азии и Великобритании для встреч, обмена опытом, нетворкинга и обсуждения путей развития креативных индустрий в странах региона. В результате была создана сеть для креативных и культурных лидеров Центральной Азии - Creative Central Asia Network. Миссия сети - способствовать развитию креативной экономики в Центральной Азии, создать основу для отраслевых ассоциаций креативных предпринимателей в каждой из стран Центральной Азии.³⁰

Швейцарское агентство по развитию и сотрудничеству³¹

Швейцарское агентство работает в Узбекистане с 1992 года, после того как оно присоединилось к возглавляемым Швейцарией организациям во Всемирном банке, Международном валютном фонде и Европейском банке реконструкции и развития. В 2002 году в Ташкенте был открыт Швейцарский офис по сотрудничеству (ШОС), за которым последовало подписание двустороннего рамочного соглашения "О техническом и финансовом сотрудничестве и гуманитарной помощи" между Узбекистаном и Швейцарской Конфедерацией. В настоящее время ШОС поддерживает двусторонние и региональные проекты от имени Швейцарского агентства и правительства Швейцарии.³²

В них также входит Программа Центральноазиатского искусства и культуры. С 2007 года проект работает над поддержкой и созданием условий для ремесленников (отдельных лиц и групп) как в городских, так и в сельских районах для того, чтобы:

- Поощрять художественное самовыражение и культурное творчество, отражающие разнообразие и открывающие возможности для диалога.
- Предоставлять возможности для укрепления художественных и управленческих навыков и компетенций деятелей искусства и культуры.
- Охватить периферийные и культурно неблагополучные районы, обеспечить более равный доступ к культурной продукции и укрепить связи между сообществами.
- Содействовать обмену и сотрудничеству между странами, выстраивать взаимоотношения и обеспечивать обмен знаниями.

В 2016 году программа была расширена благодаря многолетним партнерским грантам и поддержке местных организаций. Целью было укрепление возможностей по предоставлению этих условий.

Проекты включали:

³⁰ Креативная Центральноазиатская сеть (2021 гг.)

³¹ Швейцарское агентство по развитию и корпорации (2019a)

³² Швейцарское агентство по развитию и корпорациям (2019b)

- Киностудия Фокус (Ташкент) – поддержка молодых кинопрофессионалов в создании первых короткометражных документальных фильмов на современные темы, с мастер-классами, ознакомительными поездками (внутри страны и за рубежом) и наставничеством международного эксперта.
- Устоз ва Шогирд (Самарканд) – для развития регионального театра, расширения аудитории в сельской местности и обучения креативных работников.

Результаты программы в Узбекистане:

- 963 участника, участвовавших в художественных постановках
- 495 профессий в области искусства и культуры с улучшенными креативными навыками и техниками
- 70 мероприятий и 58 художественных продуктов, разработанных в рамках программы
- 29 410 человек, охваченных партнерами программы и проектами

ЮНЕСКО

В 2019 году Узбекистан ратифицировал Конвенцию об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения:

*“Признавая суверенное право государств поддерживать, принимать и осуществлять политику защиты и поощрения разнообразия форм культурного самовыражения как на национальном, так и на международном уровнях, Конвенция 2005 года оказывает поддержку правительствам и гражданскому обществу в поиске политических решений возникающих проблем, обеспечивает новую основу для информированных, прозрачных и основанных на широком участии систем управления культурой”.*³³

В рамках конвенции между ЮНЕСКО и Республикой Корея установилось партнерство (Korea Funds-In-Trust) (ЮНЕСКО-KFIT), поддерживающее 21 проект ЮНЕСКО в 14 странах по трем тематическим областям. В области "Формирования навыков" она направлена на поддержку креативного предпринимательства и инициатив от стадий создания, дизайна и маркетинга до бизнеса и управления. В рамках проекта "Укрепление устойчивости киноиндустрии в Узбекистане" ЮНЕСКО-KFIT решила ключевые проблемы сектора: развитие потенциала, оценка политики и доступ к рынкам. В период с 2017 по 2018 год:

- 75 молодых специалистов прошли обучение по написанию сценариев и продюсированию фильмов и документальных фильмов, повышая свою квалификацию.
- Выпущено 8 документальных фильмов
- Развились партнерские отношения между узбекскими и польскими кино учреждениями в рамках международных обменов (гастроли и т.д.)
- Сектор был модернизирован и улучшилась международная узнаваемость.³⁴

³³ ЮНЕСКО (н.д.)

³⁴ ЮНЕСКО и Республика Корея (2021 г.)

Картирование креативных индустрий

В этом разделе представлены доступные данные о креативных индустриях в Узбекистане. Сначала мы определили количество предприятий и сотрудников креативной индустрии в каждом секторе экономики. После чего мы вывели подсекторы креативной индустрии, определенные согласно классификации DCMS (см. Методологию).

Отраслевой анализ

Таблица 3: Количество зарегистрированных креативных индустрий в разбивке по секторам экономики (2020 год)

Код	СЕКТОР/подсектор	Микро	Маленьки й	Средний	Большо й	Все	Работники
	Количество предприятий/сотрудников креативных индустрий	7931	1264	343	25	9563	84068
	ОБРАБАТЫВАЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ	874	112	10	4	1000	7645
1811	Печатание газет	106	14	0	0	120	506
1812	Прочие виды полиграфической деятельности	541	79	9	4	633	6217
1813	Изготовление печатных форм и информационная деятельность	112	13	1	0	126	651
1814	Брошюровочно-переплетная и отделочная деятельность и сопутствующие услуги	38	2	0	0	40	78
1820	Воспроизведение записей с носителя	23	0	0	0	23	26
3212	Производство ювелирных изделий и аналогичных изделий	54	4	0	0	58	167
	ИНФОРМАЦИЯ И СВЯЗЬ	3284	263	56	6	3609	19752
5811	Издание книг	179	7	0	0	186	538
5812	Издание справочников и списков	8	0	0	0	8	13
5813	Издание газет	275	46	4	0	325	2058
5814	Издание журналов и периодических публикаций	155	19	0	0	174	633
5819	Прочие виды издательской деятельности	321	17	1	0	339	1016
5821	Выпуск компьютерных игр	123	0	1	0	124	271
5829	Выпуск прочего программного обеспечения	263	37	6	0	306	1736
5911	Производство кино-видеофильмов и телевизионных программ	259	11	4	0	274	1122
5912	Постпроизводственный этап изготовления кино-видеофильмов, и телевизионных программ	51	1	0	0	52	96
5913	Распространение кинофильмов, видео и телевизионных программ	38	0	0	0	38	63
5914	Показ кинофильмов	90	5	0	0	95	251
5920	Деятельность по изданию фонограмм и музыкальных записей	77	1	0	0	78	115

6010	Радиовещание	75	6	1	1	83	685
6020	Деятельность по созданию и трансляции телевизионных программ	66	9	19	5	99	5081
6201	Деятельность в области компьютерного программирования	736	62	15	0	813	3840
6202	Консультационные услуги в области компьютерных технологий	337	20	3	0	360	1129
6312	Веб-порталы	84	3	2	0	89	285
6391	Деятельность информационных агентств	147	19	0	0	166	820
	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ, НАУЧНАЯ И ТЕХНИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	3047	393	36	9	3485	21077
7021	Деятельность по взаимоотношениям и связи с общественностью	277	27	8	2	314	2897
7111	Деятельность в области архитектуры	889	276	25	7	1197	12943
7311	Рекламные агентства	872	55	2	0	929	2808
7312	Предоставление рекламы в средствах массовой информации	117	7	0	0	124	319
7410	Специализированная дизайнерская деятельность	378	19	1	0	398	1078
7420	Деятельность в области фотографии	371	4	0	0	375	706
7430	Письменный и устный перевод	143	5	0	0	148	326
	ОБРАЗОВАНИЕ	103	174	155	0	432	17108
8552	Образование в сфере культуры	103	174	155	0	432	17108
	ИСКУССТВО, РАЗВЛЕЧЕНИЯ И ОТДЫХ	623	322	86	6	1037	18486
9001	Театральная деятельность	56	6	31	4	97	5016
9002	Техническая поддержка при показе спектаклей	101	11	0	0	112	339
9003	Деятельность в области искусства	151	6	3	0	160	572
9004	Деятельность театральных и концертных залов	90	3	10	1	104	2092
9101	Деятельность библиотек и архивов	179	244	23	0	446	7276
9102	Деятельность музеев	8	13	16	1	38	2286
9103	Деятельность по сохранению исторических мест и зданий, памятников культуры	38	39	3	0	80	905

Рисунок 2: Количество креативных компаний в разбивке по размерам (2020 год)

Количество предприятий по размерам



В 2020 году было зарегистрировано 9 563 предприятия из сферы креативных индустрий и 84 068 сотрудников, без учета самозанятых лиц (таблица 3). Как и во многих других странах, в структуре креативных предприятий во всех секторах преобладают микропредприятия (7931) (1–9 сотрудников), за которыми следуют малые предприятия (1264) (до 49 сотрудников). Следовательно, в 83% всех креативных предприятиях занято менее 10 человек, в то время как менее 4% предприятий имеют 50 или более сотрудников (полностью за счет среднего бизнеса с 50–249 сотрудниками).

Рисунок 3: Количество креативных предприятий в разбивке по секторам (2020 год)



Сектор	Количество занятых	Количество в сотрудоиков	% в занятых	сотрудоиков, в
--------	--------------------	--------------------------	-------------	----------------

	креативных отраслях	целом по сектору	креативных отраслях
Обрабатывающая промышленность	7 645	1 597 737	0,5%
Информация и связь	19752	58707	33,6%
Профессиональная, научная и техническая деятельность	21 077	131 634	16,0%
Образование	17 108	1 158 161	1,5%
Искусство, развлечения и отдых	18486	66975	27,6%

Таблица 4: Численность занятых в креативных индустриях в разбивке по секторам экономики (2020 год)

Приведенная выше таблица показывает, как креативные предприятия распределены по широким секторам экономики. В сфере информации и коммуникаций наибольшее количество креативных предприятий (3609 / 38%), а также наибольшее количество подсекторов (19) и наибольшее количество сотрудников креативной индустрии во всех секторах (33,6%) (Таблица 4). Также наблюдается большое разнообразие во всех подсекторах, с сильными сторонами в издательском деле, программном обеспечении, кино и телевидении, компьютерном программировании и услугах в области компьютерных технологий.

Образование — сектор с наименьшим количеством предприятий креативной индустрии: всего 432/5% организаций. Однако в нем сравнительно большое число сотрудников – фактически самое высокое среди всех подсекторов - и более равномерный разброс по размерам бизнеса, чем в других секторах. Но работники креативной индустрии составляют небольшую долю занятых в этом секторе экономики (1,5%).

С точки зрения подсекторов, "Деятельность в области архитектуры" (в секторе "Профессиональная, научная и техническая деятельность") имеет наибольшее количество предприятий в целом (1197 / 12,5%).

Обрабатывающая промышленность

Рисунок 4: Количество креативных предприятий в производственной промышленности (2020 год)



На рисунке 4 показано, что большинство креативных производственных предприятий являются микропредприятиями (88%), при этом средние и крупные предприятия практически отсутствуют, что соответствует тенденции, упомянутой ранее.

"Прочие виды полиграфической деятельности" является крупнейшим подсектором со значительно большим числом предприятий всех размеров (всего 633) и сотрудников (6217), чем в других подсекторах. На его долю приходится 63% всех производственных предприятий, 81% общей креативной занятости приходится обрабатывающую промышленность, и это единственный подсектор, в котором есть крупные предприятия (4).

"Воспроизведение записей с носителя" - самый маленький подсектор, в котором всего 23 микропредприятия и 26 сотрудников.

Информация и связь

Рисунок 5: Количество креативных предприятий в сфере информации и коммуникаций (2020 год)



Как и во многих других секторах, большинство предприятий составляют микропредприятия (91%), это самая высокая доля из всех секторов.

"Деятельность в области компьютерного программирования" является подсектором с наибольшим количеством предприятий для сектора (23%) и, что неудивительно, имеет наибольшее количество микро- (736) и малых (62) предприятий для сектора. "Деятельность по созданию и трансляции телевизионных программ" имеет наибольшее количество средних (19) и крупных (5) предприятий, но опять же эти предприятия составляют небольшую долю сектора.

"Издание справочников и списков" - самый маленький подсектор, в котором всего 8 микропредприятий и 13 сотрудников.

Профессиональная, научная и техническая деятельность

Рисунок 6: Количество креативных предприятий в профессиональной, научной и технической деятельности

(2020 г.)

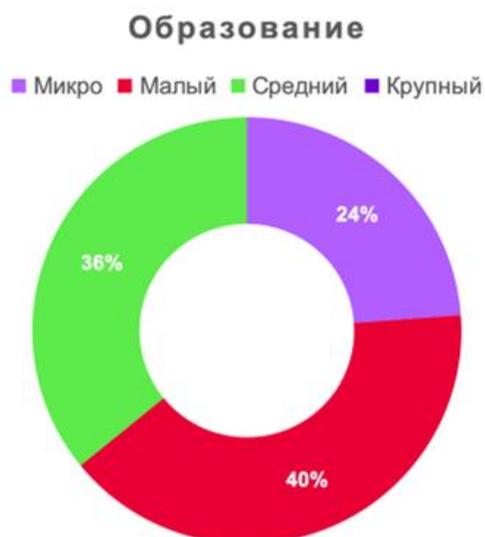
Профессиональная, научная и техническая деятельность



Как и во множестве других секторов, большинство предприятий являются микропредприятиями (88%). "Деятельность в области архитектуры" имеет наибольшее количество предприятий всех размеров, а также количество сотрудников (61% креативной занятости в секторе). Подсектор "Предоставление рекламы в средствах массовой информации" имеет наименьшее количество предприятий (124) и сотрудников (319).

Образование

Рисунок 7: Количество креативных предприятий в сфере образования (2020 год)



Образование имеет иную структуру по сравнению с другими секторами. Здесь нет крупных предприятий, а в остальном наблюдается довольно равный разброс по размерам бизнеса. Микропредприятия составляют меньшую долю сектора (24%) после малого бизнеса (40%). Однако важно помнить, что лишь небольшая часть креативных предприятий попадает в эту категорию, которая включает только один подсектор С1 - "Образование в сфере культуры".

Искусство, развлечения и отдых

Рисунок 8: Количество креативных предприятий в сфере искусства, развлечений и отдыха (2020 год)



Хотя микропредприятия составляют большинство креативных предприятий в этом секторе (60%), этот показатель ниже, чем в большинстве других секторов ("Обрабатывающая промышленность", "Информация и связь", а также "Профессиональная, научная и техническая деятельность"). Здесь также присутствует большая доля малого (31%) и среднего (8%) бизнеса.

Подсектор "Деятельность библиотек и архивов" имеет наибольшее количество предприятий в секторе (43% креативных предприятий в секторе), в то время как "Театральная деятельность" имеет относительно более равномерный разброс по размерам бизнеса и наибольшее количество сотрудников (27%).

"Деятельность музеев" имеет наименьшее количество предприятий (38), но имеет значительно большее количество сотрудников (2286) по сравнению с другими подсекторами с большим количеством предприятий, таких как "Техническая поддержка при показе спектаклей" (112 предприятий и 339 сотрудников), "Деятельность в области искусства" (160 предприятия, 572 сотрудника) и "Деятельность по сохранению исторических мест и зданий, памятников культуры" (80 предприятий и 905 сотрудников).

Изменения с течением времени

В период с 2016 по 2020 годы количество креативных предприятий выросло во всех секторах (примерно на 60%). Число сотрудников также выросло, но с некоторыми различиями по секторам/подсекторам (в среднем на 11%). Количество крупных предприятий осталось прежним, но наибольший рост наблюдается в микропредприятиях.

Валовой внутренний продукт

Валовой внутренний продукт (ВВП) Республики Узбекистан в 2021 году составил 734 587,7 млрд сумов. Приведенные ниже цифры указывают ВВП для каждого совокупного сектора в миллиардах сумов в 2021 году. Важно отметить, что пять секторов охватывают

больше, чем предприятия креативной индустрии, и без дополнительных данных невозможно сделать точные выводы о вкладе креативных индустрий в экономику. Это особенно верно для “Производства”, “Образования и профессиональной, научной и технической деятельности”, где занятость в креативных отраслях составляет меньшую долю сектора.

- **Обрабатывающая промышленность:** 146 734,1
- **Информация и связь:** 11 659,7
- **Профессиональная, научная и техническая деятельность:** 8 060,8
- **Образование:** 40 735,5
- **Искусство, развлечения и отдых:** 2 494,2
- **Всего:** 209 684,3

Субсекторальный анализ

Таблица 5: Количество зарегистрированных креативных индустрий в разбивке по секторам экономики (2020 год)

Код	СЕКТОР/подсектор	Микро	Малый	Средний	Большой	Все	Работники
	РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ	1266	89	10	2	1367	6024
7021	Деятельность по взаимоотношениям и связям с общественностью	277	27	8	2	314	2897
7311	Рекламные агентства	872	55	2	0	929	2808
7312	Предоставление рекламы в средствах массовой информации	117	7	0	0	124	319
	АРХИТЕКТУРА	889	276	25	7	1197	12943
7111	Деятельность в области архитектуры	889	276	25	7	1197	12943
	РЕМЕСЛА	54	4	0	0	58	167
3212	Производство ювелирных изделий и аналогичных изделий	54	4	0	0	58	167
	ДИЗАЙН И МОДА	378	19	1	0	398	1078
7410	Специализированная дизайнерская деятельность	378	19	1	0	398	1078
	КИНО, ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ВИДЕО, РАДИО И ФОТОГРАФИЯ	950	36	24	6	1016	8004
5911	Производство кино-видеофильмов и телевизионных программ	259	11	4	0	274	1122
5912	Постпроизводственный этап изготовления кино-видеофильмов, и телевизионных программ	51	1	0	0	52	96
5913	Распространение кинофильмов, видео и телевизионных программ	38	0	0	0	38	63

591 4	Показ кинофильмов	90	5	0	0	95	251
601 0	Радиовещание	75	6	1	1	83	685
602 0	Деятельность по созданию и трансляции телевизионных программ	66	9	19	5	99	5081
742 0	Деятельность в области фотографии	371	4	0	0	375	706
	ИТ, ПРОГРАММНОЕ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ УСЛУГИ	1690	141	27	0	1858	8081
582 1	Выпуск компьютерных игр	123	0	1	0	124	271
582 9	Выпуск прочего программного обеспечения	263	37	6	0	306	1736
620 1	Деятельность в области компьютерного программирования	736	62	15	0	813	3840
620 2	Консультационные услуги в области компьютерных технологий	337	20	3	0	360	1129
631 2	Веб-порталы	84	3	2	0	89	285
639 1	Деятельность информационных агентств	147	19	0	0	166	820
	ИЗДАТЕЛЬСТВО³⁵	1901	202	15	4	2122	12062
581 1	Издание книг	179	7	0	0	186	538
581 2	Издание справочников и списков	8	0	0	0	8	13
581 3	Издание газет	275	46	4	0	325	2058
581 4	Издание журналов и периодических публикаций	155	19	0	0	174	633
581 9	Прочие виды издательской деятельности	321	17	1	0	339	1016
743 0	Письменный и устный перевод	143	5	0	0	148	326
181 1	Печатание газет	106	14	0	0	120	506
181 2	Прочие виды полиграфической деятельности	541	79	9	4	633	6217
181 3	Изготовление печатных форм и информационная деятельность	112	13	1	0	126	651
181 4	Брошюровочно-переплетная и отделочная деятельность и сопутствующие услуги	38	2	0	0	40	78
182 0	Воспроизведение записей с носителя	23	0	0	0	23	26
	МУЗЕИ, ГАЛЕРЕИ И БИБЛИОТЕКИ	225	296	42	1	564	10467
910 1	Деятельность библиотек и архивов	179	244	23	0	446	7276
910 2	Деятельность музеев	8	13	16	1	38	2286

³⁵ Хотя мы не рассматриваем этот подсектор в приведенном ниже анализе, в нем больше предприятий, что составляет 22% от общего числа предприятий креативной индустрии.

9103	Деятельность по сохранению исторических мест и зданий, памятников культуры	38	39	3	0	80	905
	МУЗЫКА, ИСПОЛНИТЕЛЬСКОЕ И ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО	578	201	199	5	983	25242
5920	Деятельность по изданию фонограмм и музыкальных записей	77	1	0	0	78	115
8552	Образование в сфере культуры	103	174	155	0	432	17108
9001	Театральная деятельность	56	6	31	4	97	5016
9002	Техническая поддержка при показе спектаклей	101	11	0	0	112	339
9003	Деятельность в области искусства	151	6	3	0	160	572
9004	Деятельность театральных и концертных залов	90	3	10	1	104	2092

Ремесла

Рисунок 9: Количество креативных предприятий в сфере ремесел (2020 год)



Данные свидетельствуют о том, что ремесла являются самым маленьким креативным подсектором в Узбекистане, на них приходится 0,6% предприятий креативной индустрии и

0,2% работников. Здесь нет среднего или крупного бизнеса, и опять же он в основном состоит из микропредприятий (93%).

Традиционные ремесла являются важным компонентом культурного наследия и креативного сектора Узбекистана и активно поддерживаются правительством (см. Существующую политику и программы). Например, данные Ассоциации Хунанарманд гласят, что:³⁶

- Правительство Узбекистана поддержало создание 38 090 мастеров и 59 075 учеников в период с 2017 по 2020 год.
- Как в 2019, так и в 2020 годах правительство Узбекистана предоставило кредиты на сумму 50 миллионов долларов.
- В 2019 году ремесла внесли в экономику 15,2 миллиона долларов за счет экспорта (25% выставок, 45% туризма, 5% онлайн-продаж и 25% контрактов).
- Торговля на 34-й Международной ярмарке ремесел Сураджкунд и Международном рынке народного искусства принесла 120 000 и 550 000 долларов соответственно.

Но необходимо подчеркнуть, что систематизация DCMS включает только один подсектор - "Производство ювелирных изделий и аналогичных изделий", который может не охватывать все ремесленные компании и занятость в Узбекистане. Для доказательства этого понадобятся дальнейшие исследования – возможно, например, что эти предприятия могут быть отнесены к категориям наследия, туризма и производства. Согласно ключевым выводам, это может быть связано с предоставлением неполных данных, так как многие предприятия по стране официально не зарегистрированы.

Кино, телевидение, видео, радио и фотография

Рисунок 10: Количество креативных предприятий в сфере кино, телевидения, видео, радио и фотографии

(2020 г.)

³⁶ Ассоциация Хунанарманд (2021 г.)

Кино, телевидение, видео, радио и фотография



Подсектор кино, телевидения, видео, радио и фотографии составляет 10,6% всех предприятий креативных индустрий. Опять же, это обусловлено микропредприятиями (93%), но в этом секторе также наибольшее количество крупных предприятий по сравнению с другими креативными подсекторами (4% / 6). Причем большинство из них приходится на "Деятельность по созданию и трансляции телевизионных программ" (5) и только 1 - на "Радиовещание". Это несколько ожидаемо, учитывая присутствие крупной национальной вещательной компании, национальной телерадиокомпании Узбекистана, и ее сетей.

В подсекторе 9,5% сотрудников заняты в креативных отраслях, что является одним из самых высоких показателей в целом.

ИТ, программное обеспечение и компьютерные услуги

Рисунок 11: Количество креативных предприятий в сфере информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг (2020 г.)

ИТ, программное обеспечение и компьютерные услуги



Подсектор ИТ, программного обеспечения и компьютерных услуг составляет 19,4% предприятий, опять же за счет микропредприятий (91%). Здесь нет крупных предприятий.

"Деятельность в области компьютерного программирования", являются крупнейшим подсектором с наибольшим числом предприятий (813) и сотрудников (3840).

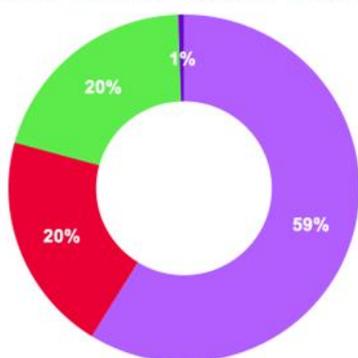
Музыка, исполнительское и изобразительное искусство

Рисунок 12: Количество креативных предприятий в сфере информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг

(2020 г.)

Музыка, исполнительское и изобразительное искусство

■ Микро ■ Малый ■ Средний ■ Крупный



Как показано на приведенной выше диаграмме, в секторе музыки, исполнительского искусства и изобразительного искусства доля микропредприятий меньше, чем в других секторах (59%), и самая высокая доля и количество средних предприятий из всех секторов (20%/ 983).

Здесь наблюдается самое большое количество сотрудников в креативных отраслях (30%), причем большинство из них работают в подсекторе "Образование в сфере культуры" (67%). Это можно объяснить важностью предоставления формального и неформального образования в Узбекистане, но необходима дальнейшая оценка.

Бизнес опросник

В дополнение к нашим исследованиям, сбору данных и сессиям фокус-групп мы попросили 20 владельцев бизнеса заполнить короткий опросник. Требовалось указать информацию об их статусе, их надеждах и амбициях, а также об основных возможностях и проблемах, с которыми они столкнулись или могут столкнуться в будущем. Это была не репрезентативная выборка, поэтому результаты носят лишь иллюстративный характер. Однако в целом, полученные данные идентичны с результатами наших более широких исследований.

Образец

В нашу выборку вошли предприятия декоративно-прикладного искусства, медиакомпаний, дизайнеры, консультанты и организаторы мероприятий, с опытом работы в бизнесе более 5 лет. Разнообразие характеристик также свидетельствовало о прочно установившейся и опытной группе предпринимателей.

Шестеро были индивидуальными предпринимателями, а четверо заявили, что нанимали персонал на нерегулярной основе, в то время как остальные десять работали полный или неполный рабочий день на постоянной основе. Половина всех предприятий заявили, что они работают не менее 10 лет, принадлежат к признанной торговой организации или ассоциации и торгуют на международном уровне и в Узбекистане. Двенадцать предприятий сообщили о годовом обороте, превышающем 10 000 долларов США (USD). Семнадцать предприятий заявили, что работают в партнерстве с другими компаниями или предпринимателями.

Результаты

Большинство (семнадцать из двадцати респондентов) видят большие перспективы в будущем. Этот вопрос получил самый единообразный ответ во всем опросе.

Тем не менее, это контрастировало с более неоднозначными ответами относительно важности креативного бизнеса в Узбекистане в будущем. В то время как некоторые также выразили позитивный настрой, другие предположили ухудшение дел без дальнейшей поддержки (от самоорганизации в секторе до правительственных инициатив) и из-за проблем с поведением потребителей (недорогое массовое производство).

Когда их спросили об их предполагаемых возможностях и проблемах в будущем, большинство предпочли интерпретировать это как возможность поговорить о препятствиях, с которыми они столкнулись. Это касалось и предсказуемого разочарования в бюрократии регулирующих органов и налоговой системе, и необходимости усиления государственной поддержки искусства, трудностей с доступом к квалифицированному персоналу, потребности в развитии аудитории и рынка, а также отсутствия формальных и неформальных институтов поддержки для сектора.

Другие наблюдаемые проблемы включали:

- Привлечение финансирования было серьезной проблемой, и только пять из них сообщили об отсутствии существенных трудностей. Только двое назвали своим основным источником финансирования банки, еще пять использовали банки, но дополняли их друзья и родственники, в то время как десять полагались исключительно на друзей и семью или свои собственные ресурсы для инвестиций. Два из них в основном зависели от государственного финансирования или грантов.
- Что касается доступа к достоверной информации о рынке, семь респондентов заявили, что это относительно легко, трое назвали это трудным, и, что неудивительно, несколько респондентов заявили, что они понимают внутренний рынок Узбекистана, но им трудно получить хорошую информацию о международных рынках.
- Относительно способности находить и нанимать персонал соответствующей квалификации. Восемь сообщили об отсутствии трудностей, в то время как остальные

двенадцать сообщили о различных уровнях сложности от “не так уж плохо” до “легче долететь до Марса”.

DRAFT

Основные результаты исследования и рекомендации:

В этом разделе представлены результаты кабинетного анализа и взаимодействия с заинтересованными сторонами. Это показывает ряд сильных сторон в креативном и культурном секторах Узбекистана, что создает прочную основу для стимулирования роста при использовании возможности и решении ряда проблем. Они носят как межотраслевой, так и отраслевой характер.

Лучшие данные

Креативные индустрии в настоящее время широко признаны важной и растущей частью мировой экономики.

Существуют данные, что до пандемии COVID-19 на долю этого сектора приходилось около 3% мирового ВВП и 30 миллионов рабочих мест по всему миру. При этом в нем было занято больше молодых людей (до 30 лет), чем в любом другом секторе. В докладе ЮНЕСКО за 2018 год также прогнозировалось, что в среднесрочной перспективе этот сектор может вырасти до 10% мирового ВВП.³⁷

В Узбекистане правительство все больше признает экономическую и культурную важность креативных секторов. Как показано в разделе "Существующие политики и программы", в последние годы был выдвинут ряд конкретных инициатив, направленных на поддержку роста и развития ключевых секторов креативного сектора в Узбекистане. Это включало конкретную поддержку ключевых секторов наследия, таких как традиционные ремесла, гончарное дело и народное искусство, а также более современных, например производство фильмов и телепрограмм.

Однако на сегодняшний день существует ограниченное признание креативных индустрий как целостного стратегического образования, как в процессе разработки политики, так и в самих креативных секторах. Конкретные данные важны для для общепромышленного подхода, обеспечивая надежную основу для планирования и отслеживания прогресса развития данного сектора. Как указано в методологии, процесс реализации этого проекта включал подачу подробного запроса данных в Государственный статистический комитет. Это позволило бы составить подробную карту креативных индустрий в Узбекистане. Как подробно описано в предыдущем разделе, мы получили некоторую информацию, в частности о количестве предприятий и сотрудников по всему сектору. Это говорит о том, что креативные индустрии имеют значительное присутствие в отечественной экономике и обладают потенциалом для дальнейшего роста. Однако, исходя из ответа, стало очевидно, что текущих данных недостаточно для точного отображения сектора и дальнейшей разработки стратегии.

³⁷ Экономист (2021 г.)

Путь дальнейшего развития

Чтобы создать более подробную и всеобъемлющую карту креативных индустрий в Узбекистане, мы рекомендуем разработать План улучшения данных, определяющий практические и реалистичные шаги, которые можно предпринять для достижения этой цели в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Это позволило бы применять более согласованный и целостный подход к развитию сектора. Мы определили три ключевые области, на которые мог бы быть направлен такой план.

- 1) **Определение:** Правительству, в консультации с промышленностью, следует принять единое определение креативных индустрий, основанное на типах предприятий, используемых на международном уровне (по кодам ISIC/NACE), которые будут учитываться при сборе данных в будущем. Как упоминалось ранее, единого глобального определения креативных индустрий не существует, но существует высокая степень согласованности статистических систем, используемых разными странами. Такие рамки классификации как DCMS Соединенного Королевства, ЮНЕСКО и ЮНКТАД, следует использовать в качестве ориентиров для обеспечения согласованности и сопоставления.
- 2) **Достоверность:** Ряд источников, участвовавших в этом проекте, сообщили нам в отдельных случаях, что официальная статистика, вероятно, значительно недооценивает истинный размер креативных индустрий в Узбекистане. Считается, что это результат того, что креативные предприятия не были официально зарегистрированы по всей стране, и было высказано предположение, что это может иметь место более чем в 50% случаев. Полученных нами данных оказалось недостаточно для проверки этого конкретного предположения, хотя число предприятий, перечисленных в некоторых областях, таких как ремесла, представляется очень низким. Также вероятно, что численность рабочей силы значительно занижена, если предположить, что, как и в других странах, значительная часть рабочей силы в этом секторе является внештатной (фриланс). Степень занижения отчетности должна стать более ясной по мере улучшения объема и детализации собираемых данных и увеличения профиля сектора, и мы рекомендуем постоянно следить за этой позицией.
- 3) **Охват:** В Плане улучшения данных должны быть определены и расставлены приоритеты ключевых наборов данных, необходимых для разработки будущей политики в области креативных индустрий. Это включает, например, политику в области высшего образования, особенно при рассмотрении финансовой автономии университетов. В соответствии с нашими более широкими выводами, содержащимися в настоящем отчете, рекомендуется, чтобы они включали как минимум:
 - i) **Экономическая производительность** – стоимость, генерируемая каждым креативным подсектором (например, ВДС).
 - ii) **География** – региональное распределение по подсекторам, стоимости и рабочим местам для получения четкой картины различий и несоответствий между регионами.
 - iii) **Международная торговля** – объем экспорта по подсекторам и определение крупнейших международных рынков для каждого из них.
 - iv) **Рабочая сила** - в дополнение к общим показателям занятости полезно понимать разнообразие рабочей силы в креативных отраслях (например, по

полу, социально-экономическому происхождению) и количество самозанятых фрилансеров и предпринимателей, работающих в креативных отраслях.

Традиционный и современный

Узбекистан имеет сильную и динамичную культурную жизнь и богатое культурное наследие. Это обеспечивает основу для туристического сектора, который обладает быстрым ростом. Более того, он рассматривается правительством в качестве приоритетного направления и влияния на будущую экономику страны. Это сочетание социальных и экономических факторов означает, что традиционные виды искусства и ремесел – особенно шелковые ткани, традиционная одежда, ковры и керамика – занимают центральное место в любом понимании креативных индустрий и активно поддерживаются государственной политикой и государственным финансированием.

Декоративно-прикладное искусство рассматривается в качестве ключевого элемента национального наследия. Данный взгляд оценивает культуру как поле для государственного финансирования и контроля и бесспорного прославления прошлого. Все это иной раз доказывает, что традиционные культурные формы не воспринимаются частью более широкой креативной индустрии. Например, разработчики игр и "креативные технари" Ташкента не считаются принадлежащими к тому же сектору, что и мастера тканых ковров Самарканда, в то время как потенциальные выгоды от наблюдения связей между ними – с любой точки зрения государственной политики или для какой-либо выгоды для национальной экономики - остаются неочевидными для правительства Узбекистана.

Во-первых, мы опросили креативных практиков в Самарканде с акцентом на туристический рынок, а во-вторых, представителей индустрии развлечений, медиа и цифрового бизнеса в Ташкенте с акцентом на молодой, хорошо образованный молодежный рынок "метро", а также международные рынки. Мы изучили два города, пытаясь охватить проблемы с обоих концов этого спектра.

Ремесленники Самарканда пользуются значительным и растущим успехом. В дополнение к сильной культурной и эмоциональной приверженности сохранению традиционных методов работы и использованию традиционных материалов, они признают добавленную стоимость производства для покупателей и, в большинстве случаев, дают им веские доказательства экологической устойчивости.

Правительство признает, что такая приверженность традиционной практике полезна для потребителя, но может оказаться не столь привлекательной для нового поколения работников, которым придется ее поддерживать, и поэтому оказывает финансовую поддержку обучению и стажировкам. Что касается экспорта, мелкие производители могут претендовать на освобождение от экспортного налога при продажах на сумму до 5 000 долларов США. Также правительство Узбекистана поручило всем своим посольствам разработать возможности для продвижения и содействия ремеслам Узбекистана, в том числе продвижения страны как туристического направления. Например, один производитель ковров, с количеством сотрудников в 200 человек, объяснил, что 90% его продукции было направлено международным клиентам и что он полностью уверен, что

этот рынок будет расти. Тем не менее, председатель Ассоциации "Хунарманд" (местных ремесленников) продолжил объяснять, что экспорту на некоторые международные рынки, в частности в США, ЕС и Японию, препятствуют сложные визовые и торговые проблемы.

В целом, фокус-группы выявили общий позитивный взгляд на сектор ремесел и его будущее, что подтверждается более ранними исследованиями Британского совета в Узбекистане. Ниже приведены две выдержки из отчета по программе Crafting Features, которые были использованы для обоснования пилотных мероприятий по развитию сектора:

О сохранении и документировании современных и прошлых знаний: "Мы стали свидетелями значительного стремления к архивированию и изучению истории и традиций ремесел Узбекистана, раскрытию истории ремесла, которая была скрыта в советскую эпоху. Это особенно касалось мастеров по керамике, которых мы посетили; у многих были библиотеки, а также образцы керамики, датированные несколькими веками, и было сильное желание определить ремесло в его историческом контексте".³⁸

Об устойчивом развитии: "Мы обнаружили, что существует довольно мало производителей текстиля, которые работают с натуральными материалами и красителями, привлекательными для западных рынков, однако эти устойчивые методы не поддерживаются должным образом бизнес-моделями или маркетинговыми стратегиями".³⁹

Беседы с креативными профессионалами в Ташкенте выявили очень разные проблемы и перспективы. Мы провели интервью с 40 креативными предпринимателями, многие из которых были членами неофициальной ассоциации организаторов мероприятий и фестивалей, в целом имели ограниченные ожидания от правительства. Были высказаны общие замечания относительно необходимости более тесного и последовательного взаимопонимания с Министерством культуры, что могло бы, например, помочь уменьшить административные трудности при лицензировании живых мероприятий, которые иногда возникали из-за отсутствия подробных знаний о характере бизнеса. Что еще более важно, промоутеры в области музыки, театра и мультимедиа столкнулись с трудностями в поиске персонала с необходимыми производственными и управленческими навыками, в том числе, были ли они достаточно высокого уровня и качества. Также им сложно найти людей, которые понимали бы потенциальные возможности и проблемы приглашения международных артистов в Узбекистан или проведения собственных выступлений за рубежом.

Тем не менее, главной заботой была необходимость развития аудитории (подробнее см. Международные рынки и туризм), и мы понимали, что, хотя это в первую очередь касалось индивидуальных потребителей, это также касалось государственных служащих в правительстве и высших учебных заведениях, которые еще не оценили, как более широкое признание креативных индустрий и их вспомогательных навыков может принести пользу экономике страны и международному имиджу. Многие из наших

³⁸ Лестерский университет и Королевский колледж искусств (2019 г.) Стр.2

³⁹ Там же. Стр. 6

респондентов отметили резкое различие между Ташкентом, крупной столицей с ее хорошо образованным, подкованным в Интернете, ориентированным на международный уровень молодежным населением, и остальной частью страны.

Что касается средств массовой информации, наша дискуссия с заинтересованными сторонами киноиндустрии показала более уверенные и продуктивные отношения с правительством, которые частично основаны на долгой и успешной истории производства, хотя в основном для внутреннего рынка. Был также упомянут потенциал Узбекистана для привлечения внутренних инвестиций, но здесь также отмечалась потребность в деловых и управленческих навыках, для высококласных цифровых навыках в таких областях, как спецэффекты, для понимания международных рынков и для разработки сценариев и концепций для кинематографистов, разработчиков телевидения и игр; все это рассматривалось как проблемы для будущего роста.

Путь дальнейшего развития

Работа с правительством над улучшением данных и картирования (обеспечение соответствия классификациям SIC (стандартная классификация отраслей промышленности) и SOC (стандартная профессиональная классификация) в сочетании с работой в секторе высшего образования по развитию предпринимательства и деловых навыков (с программой Creative Spark как ценной частью этого процесса) поможет креативным предпринимателям Узбекистана стать более эффективной и очевидной частью потенциала страны – экономического или иного.

Прежде всего, это могло бы помочь объединить эти два различных элемента в более эффективное партнерство: использование онлайн мира традиционными ремесленниками для своего маркетинга, и нахождение способов создания отчетливо узнаваемых узбекистанских историй предпринимателями в сфере цифровых технологий, которые также будут иметь значение на международных рынках. Поскольку "истории" становятся все более важными для эффективных маркетинговых кампаний, особенно в мире онлайн и социальных сетей, Узбекистан обладает богатством нерассказанных и захватывающих историй, уникальных для его собственной культуры и для более широкой культуры Центральной Азии.

Однако могут возникнуть некоторые культурные проблемы, которые необходимо выявить и решить, прежде чем такой подход станет общепринятым. Нам сказали, что музей ремесел в Ташкенте разместил традиционных гончаров и ювелиров для работы в юрте на территории музея, и хотя это оказалось более популярным среди туристов, чем большая часть музейного контента, новый директор музея посчитал, что это не придало стране достаточно современного образа, и юрта была закрыта.

Вопросы географии

Выше мы ссылались на заметные различия между креативным сектором Ташкента, столицы Узбекистана и Самаркандом. Есть и другие значимые регионы или города с сильными традициями декоративно-прикладного искусства, такие как Ферганская долина и растущие туристические центры, такие как Бухара, Хива и Нукус. Нам сообщили, что некоторые региональные администрации оказывают экспортную помощь ремесленникам

предприятиям, ориентированным на туризм. Но, насколько нам удалось выяснить, и учитывая ограниченные официальные данные, похоже, что нет значительных центров для более "современных" элементов креативного производства – игр, кино и телевидения, музыкальных записей, современной моды, маркетинга и рекламы – за пределами Ташкента. Один из организаторов фестиваля полагал, что только 5% населения за пределами Ташкента посещают художественные или культурные мероприятия.

Однако ситуация меняется, отчасти благодаря спонсируемым государством инициативам, направленным на поддержку технологий и инноваций. Это включает в себя тринадцать региональных ИТ парков, которые открыты или находятся в процессе подготовки, и призваны стать бизнес-инкубаторами и акселераторами. Наши исследования также выявили по меньшей мере сотню ежегодных ярмарок, фестивалей, рынков и других мероприятий, посвященных искусству и творчеству по всей стране. Частный креативный центр в Ташкенте также предлагает курсы по музыке, моде, маркетингу и брендингу, а также лекции и семинары по креативным дисциплинам.

Что еще более важно, онлайн-доступ расширяется по всей стране. В январе 2021 года, по оценкам, 55,2% домохозяйств были подключены к Интернету, а 69,2% имели доступ к мобильным устройствам. Число пользователей социальных сетей выросло на впечатляющие 44% в период с 2020 по конец 2021 года, и этот сдвиг, естественно, ускорился из-за пандемии и связанных с ней карантинных мер. 40% населения Узбекистана моложе 25 лет, и по мере роста уровня образования и проникновения Интернета, несомненно, будет расти число молодых людей, заинтересованных и амбициозных в креативных индустриях. Во время сессий фокус-групп мы услышали о художественной выставке, проходившей в том, что было описано как "отдаленный и горный регион", которая вызвала большой интерес у местной молодежи. В Узбекистане, как и в других странах, кажется, что таланты есть везде, но возможностей нет, и особенно в сельской местности.

Путь дальнейшего развития

Как упоминалось ранее, более четкое и всеобъемлющее определение креативных индустрий в сочетании с улучшенным сбором данных позволило бы выявить неожиданные кластеры креативных предприятий и креативных предпринимателей (как официальных, так и неофициальных). Это могло бы облегчить правительству или другим учреждениям оказание соответствующей поддержки.

Из-за ограниченности информации и времени мы не смогли составить достаточно четкое представление о взаимоотношениях между местным, региональным и национальным уровнями управления, чтобы сделать какие-либо обоснованные замечания относительно дальнейших действий. Тем не менее, разумно предположить, что более активное участие правительства в этой области и на всех уровнях могло бы помочь стимулировать рост сетей креативных работников, будь то неформальные профессиональные ассоциации, как в индустрии мероприятий Ташкента, или более формальные, через такие агентства, как Фонд искусств и культуры с его тесными связями с Министерством культуры.

Еще одним важным фактором географического неравенства является доступ к навыкам и профессиональной подготовке, описанный в других разделах данного отчета.

Государственная поддержка обучения и стажировок в ремесленном секторе уже оказывает влияние, снимая опасения многих ремесленников по поводу будущего их бизнеса и более широких ремесленных традиций. Со временем этот процесс сам по себе может способствовать росту специализированных центров и кластеров в ремесленных секторах. Однако отсутствие официальных курсов, посвященных вопросам предпринимательства, деловых навыков, управленческих и производственных навыков, конкретных областей цифровых технологий и развития аудитории, в сочетании с относительно низкой оценкой ценности интеллектуальной собственности и способов ее защиты сдерживает рост креативных индустрий по всей стране, но особенно за пределами Ташкента.

Необходимость развития навыков связана с вопросом амбиций. Мы не смогли выяснить, в какой степени креативные и культурные дисциплины являются общепринятой частью школьной программы на начальном или среднем уровне. Но более широкое признание правительством значимости креативного и культурного сектора в сочетании с растущим доступом к онлайн-миру, вероятно, побудит больше молодых людей рассматривать креативные индустрии как вариант для будущей карьеры. Наряду с программой формального образования, фестивали, выставки, торговые ассоциации и общественные средства массовой информации могут сыграть свою роль в ускорении этой тенденции.

Институциональные структуры и регулирование

Правительство Узбекистана поддержало ряд организаций, которые работают над развитием ключевых секторов креативных индустрий. Примеры включают:

- Фонд развития искусства и культуры, который финансирует и продвигает мероприятия и учреждения в культурном секторе, включая исполнительское искусство, музеи и галереи.
- Национальное агентство "Узбеккино", которое поддерживает развитие киноиндустрии, финансирует местное кинопроизводство и выдает разрешения на съемки в Узбекистане иностранным компаниям.
- Ассоциация "Хунарманд" – это общественный орган, который работает над поддержкой и развитием традиционного декоративно-прикладного искусства Узбекистана путем координации действий ремесленников и мастеров, продвижения их продукции и поддержки обучения навыкам и знаниям, необходимым для поддержания этой деятельности.

Как было описано ранее, было выдвинуто несколько конкретных инициатив по поддержке аспектов развития отрасли. Они часто проводятся в партнерстве с международными организациями, такими как Британский совет и Швейцарское агентство по развитию и сотрудничеству. Эти формы поддержки высоко ценятся профессионалами в этом секторе, которые получают выгоду и, как правило, представляют важную роль в поддержании и развитии креативных индустрий в Узбекистане. Однако заинтересованные стороны также определили ряд областей, в которых действующее регулирование воспринимается как создающее барьеры для развития и/или где существуют потенциальные возможности для реформ, которые могли бы облегчить предприятиям

реализацию их коммерческого и креативного потенциала. Также определили потенциальное проведение реформ облегчающих реализацию коммерческих и креативных возможностей. Некоторые из них уже были признаны правительством.

Ключевые вопросы для рассмотрения включают следующие аспекты:

- **Бюрократия:** хоть правительство поддерживает креативные индустрии, все равно сохраняются опасения по поводу административных процедур, необходимых для получения поддержки или получения разрешений. Они воспринимаются как сложные и трудные для навигации, что приводит к задержкам, а иногда, и к отмене запланированных проектов. Например, получение необходимых лицензий и разрешений для организации живых мероприятий и/или сложность заявок на финансирование и систем принятия решений. Участие нескольких органов власти, иногда как на региональном, так и на национальном уровне, было общей причиной. Однако заинтересованные стороны также отметили, что в последнее время произошли некоторые улучшения (например, требования к безопасности для мероприятий), но есть возможности для дальнейшего пересмотра и упрощения.
- **Защита интеллектуальной собственности:** создание и использование интеллектуальной собственности (ИС), в частности авторского права, имеет основополагающее значение для коммерческого развития и успеха креативных предприятий во всем секторе. Существует правовая база для защиты интеллектуальной собственности, которая постепенно укрепляется – например, благодаря присоединению Узбекистана к договорам Всемирной организации интеллектуальной собственности –, определенная конкретная поддержка в области защиты интеллектуальной собственности оказывается продюсерам кино и телевидения, а также общественному объединению, которое действует как общество по сбору авторских отчислений для правообладателей. Однако было высказано предположение о том, что по-прежнему существуют значительные возможности для совершенствования системы защиты ИС в целях соответствия международным стандартам наилучшей практики. Заинтересованные стороны были обеспокоены как правоприменением, так и самими правилами. Они утверждали, что действующие законы в некоторых областях не соблюдаются последовательно, и более эффективное применение существующего законодательства может принести значительные улучшения и выгоды для креативных индустрий.
- **Финансовые стимулы и транспарентность:** правительство ввело ряд важных фискальных мер, чтобы помочь креативным предприятиям и предпринимателям достичь устойчивого роста. Это включает в себя специальные налоговые льготы для тех, кто занимается традиционными ремеслами в качестве членов ассоциации "Хунардманд", и скидку в размере 20%, чтобы побудить международных кинематографистов размещать производственную деятельность в Узбекистане. Заинтересованные стороны предположили, что более широкая система стимулов могла бы сыграть ключевую роль в развитии других частей сектора и креативных индустрий. Существует ряд международных моделей, которые можно было бы изучить, включая, например, стимулы в Великобритании для поощрения устойчивого

роста отечественных предприятий по производству фильмов, телевидения и видеопроизводству.

Помимо этих мер, механизмы финансовой поддержки креативного сектора обычно принимают форму прямых грантов. Нам сообщили, что новички и начинающие компании часто с трудом находят способы коммерческой монетизации своего продукта, что отчасти связано с проблемами, связанными с навыками (см. Развитие навыков ниже), но также является результатом предполагаемого отсутствия ясности в правовых и договорных рамках, регулирующих деловые операции. Например, о том, как следует оценивать креативные продукты и механизмы обеспечения того, чтобы создатели могли получать справедливое вознаграждение за коммерческое использование своих творений, особенно в тех случаях, когда создатели контента хотят распространить свои продукты онлайн.

Путь дальнейшего развития

Креативные индустрии состоят из широкого спектра подсекторов с различными профилями, задачами и интересами. Однако существует много общих проблем, описанных выше и в других частях этого отчета. Основываясь на наших обширных обсуждениях с теми, кто работает в креативных секторах Узбекистана и сотрудничает с ними, мы видим большой потенциал для сотрудничества отрасли и правительства в целях изучения и решения широких возможностей и проблем для креативных индустрий в целом.

Поэтому мы рекомендуем рассмотреть возможность создания совместного форума правительства и креативной индустрии, объединяющего лидеров отрасли и высокопоставленных политиков для разработки общей стратегии будущего сектора. Существует ряд моделей, которые были приняты в других странах, включая, например, Совет креативных индустрий в Великобритании, который, среди прочего, привел к заключению знаковой "Отраслевой сделки" ("Sector Deal") для креативных индустрий в 2018 году; и недавно созданная Федерация креативных индустрий в Азербайджане.

Развитие навыков

Все подсекторы креативной индустрии в значительной степени зависят от креативных навыков и талантов специалистов. Меры, направленные на обеспечение устойчивого потока талантов, вероятно, станут ключевой частью любой стратегии развития данного сектора в Узбекистане или в любой другой стране мира. Правительство Узбекистана оказывает индивидуальную поддержку в развитии навыков в конкретных областях, в том числе в обучении традиционным ремеслам, а также в обучении креативных и технических работников киноиндустрии. Это осуществляется наряду с несколькими инициативами, разработанными и реализованными с международными партнерами, такими как программа Creative Spark Британского Совета, которая поддержала 10 новых партнерских отношений между университетами Великобритании и учреждениями Узбекистана, с особым акцентом на развитие предпринимательства и предпринимательских навыков.

Взаимодействия и исследования, проведенные в рамках этого проекта, выявили две конкретные области возможностей с потенциалом для дальнейшего развития:

- **Пути входа:** Заинтересованные стороны объяснили, что пути входа во многие сферы креативных индустрий в настоящее время неясны. Это означает, что молодые люди, в частности, не обязательно осведомлены о возможностях карьерного роста, которые могут предложить креативные индустрии, или о том, как ими воспользоваться. В традиционных ремесленных секторах может потребоваться много лет, чтобы развить узкоспециализированные навыки, необходимые ремесленникам, и, как указано в отчете *Crafting Features*, основное внимание по-прежнему уделяется “передаче ремесленных знаний между поколениями” через ученичество, при этом в последнее время наблюдался незначительный рост в предоставлении формального образования.⁴⁰ Далее в отчете *Crafting Features* была выявлена напряженность между экономическим давлением, вынуждающим перейти к более быстрым методам обучения, и необходимостью избегать ослабления экспертных знаний. Нам сообщили, что исторически существовала нехватка стажеров, поступающих в этот сектор, и что были введены стимулы в виде финансовых стипендий для стажеров и субсидий для магистров для набора групп студентов.

Существует мнение, что вхождение в креативные индустрии часто проходят “неформальными” путями – например, через друзей и семью, - что может ограничить возможности и равный доступ для тех, у кого нет существующих связей в секторе. Заинтересованные стороны также подчеркнули недостаточную осведомленность о широте ролей, необходимых для обеспечения максимального успеха. Это может привести к тому, что сектор будет упущен из виду профессионалами с критическими навыками, выходящими за рамки классических креативных профессий; например, контент-бизнес требует бизнес-аналитиков, менеджеров проектов и специалистов по финансам, а также креаторов.

- **Деловые навыки:** понималось, что будущее развитие сектора зависит от развития деловых навыков и возможностей. Узбекистан выпускает талантливых молодых людей с сильными креативными навыками, но поиск способов монетизации креативных продуктов по-прежнему остается сложной задачей. Как и во многих других странах, креативные индустрии в основном состоят из микро/малых предприятий, включая индивидуальных создателей, которым может быть особенно трудно обеспечить достаточный доход, чтобы зарабатывать на жизнь. Эта проблема, вероятно, является результатом уровня поддержки бизнеса и источников инвестиций, отмеченных в других разделах данного отчета.

Заинтересованные стороны также заявили о необходимости улучшения интеграции деловых, маркетинговых и управленческих навыков в образовательные и учебные курсы, которые способствуют развитию креативных индустрий. Это гарантировало бы, что новые участники рынка, особенно те, кто хочет создать свои собственные компании, будут лучше подготовлены к разработке и реализации коммерческих бизнес-планов и привлечению инвестиций.

⁴⁰ Лестерский университет и Королевский колледж искусств (2019 г.) Стр.4

Путь дальнейшего развития

Возможные варианты решения проблемы путей входа могут включать более четкое отображение каждого из креативных секторов и диапазона потенциальных возможностей, связанных с этим. Это можно было бы превратить в полезный и доступный ресурс для школьников и студентов наряду с совместной программой коммуникаций между индустрией и правительством для информирования и вдохновения молодежи о возможностях в креативных секторах. Можно было бы также рассмотреть возможность распространения финансовых стимулов на другие части креативных индустрий, которые, как считается, подвержены риску потенциальной нехватки навыков и талантов.

Что касается деловых навыков, то более сильные и широкие сети коллег по всему сектору также могли бы помочь в распространении опыта и передовой практики. Международные партнерства, созданные в рамках программы Creative Spark, были сосредоточены конкретно на развитии предпринимательства и предпринимательских навыков. Поэтому промышленности и правительству может быть полезно подумать о том, как наилучшим образом использовать опыт и информацию, полученные в рамках этой программы.

Финансы и инвестиции

Инвестициям в креативные индустрии Узбекистана как помогает, так и препятствует советское наследие значительных государственных субсидий и контроля за культурной деятельностью. Следовательно, значительная часть культурной деятельности не рассматривается как часть креативных индустрий, и многие креативные предприятия, работающие на коммерческой основе, не рассматриваются как полноправная культурная деятельность. Смешанные государственные/частные инициативы не являются характерной чертой условий финансирования, и есть подозрения о сокрытии коррупции. Это резкое различие между коммерческим и некоммерческим порождает очевидные проблемы, особенно для сектора, который практически не вписывается ни в одну из традиционных систем ведомственного мышления в правительстве.

Как отмечалось в другой части этого отчета, существует государственное финансирование некоторых традиционных предприятий декоративно-прикладного искусства, таких как субсидии на обучение и налоговые льготы. Существует также Национальный фонд кинематографии и недавно созданный Фонд кино, финансируемый государством на 100%, который поддерживает разработку, производство и распространение художественных и некоторых документальных фильмов. Однако эта поддержка, похоже, исходит из предполагаемых художественных достоинств и амбиций, а не как инвестиции в потенциально коммерчески успешный продукт. Как описано в другой части отчета, существует также целый ряд международных фондов поддержки развития сектора, при этом заинтересованные стороны часто ссылаются на Швейцарскую международную корпорацию.

Существуют значительные средства для поддержки исследований, разработок и стартапов через Министерство инноваций, хотя наши беседы с креативными предпринимателями показали, что эти средства в основном ориентированы на

технологические предприятия, а не на креативные предприятия, со значительными бюрократическими административными процессами. Тем не менее, фонд существует и поддерживает инновационные цифровые и технологические предприятия с дальнейшей поддержкой в виде ИТ-парков (см. Географические вопросы) и финансируемых государством инкубаторов и бизнес-акселераторов. Хотя это невозможно проверить, нам сообщили, что китайские инвестиции в ИТ-бизнес в Ферганской долине растут в ответ на наличие относительно дешевой, но квалифицированной рабочей силы. Однако это может оказаться переходным этапом в развитии цифрового сектора, он может оказаться недолговечным и принести ограниченную пользу, поскольку другие страны региона стремятся привлечь иностранные инвестиции на аналогичной основе.

Эти инициативы по поддержке ценны, но почти полностью ограничиваются грантами, субсидиями, налоговыми льготами и, в случае международных учреждений, поддержкой обучения и повышения квалификации. По-видимому, между коммерческим финансовым сектором и креативным сектором внутри страны существует слабая взаимосвязь, и, хотя существует естественный и широко распространенный интерес к привлечению иностранных инвестиций. Отсутствие данных, а также деловых и маркетинговых навыков в креативном секторе мешает Узбекистану стать очевидным рынком для международных инвесторов в области искусства, сектора развлечений или ремесел.

Почти все респонденты, участвовавшие в нашем бизнес-опросе, выразили оптимизм в отношении будущего, причем около половины из них ведут международную торговлю. Тем не менее, они также указали на ограничения, характерные для креативных компаний в других странах; только пять заявили, что обратились за финансированием в банки, шесть сообщили о трудностях с привлечением финансирования, а восемь заявили, что у них возникли трудности с доступом к надежной рыночной информации. Несколько респондентов в наших фокус-группах также говорили о необходимости льготных кредитов и долгосрочной стратегической перспективы со стороны потенциальных инвесторов.

Путь дальнейшего развития

Что касается многих других аспектов креативного сектора, то более качественные данные, более высокий уровень деловых навыков, более легкий доступ к информации о международном рынке и деловой практике — все это поможет создать более благоприятную и безопасную среду для коммерческих инвестиций.

Существуют также дополнительные возможности для изучения с учреждениями ООН, такими как ПРООН, которые поддерживают различные инициативы, а также несколько государственных субсидий или программ обмена и развития навыков в области ИТ и связанных с технологиями навыков. Статус Самарканда как города наследия ЮНЕСКО придает ему определенный авторитет среди международных инвесторов и спонсоров.

Более конкретные рекомендации в отношении будущих действий заключаются в следующем:

- **Стимулирование внутренних инвестиций:** с его долгой историей государственной поддержки культуры и с существующими инициативами, такими как Институт искусств и культуры в Ташкенте, простым шагом для правительства было бы создание промежуточной организации со специальными навыками для направления государственных денег креативному бизнесу в форме льготных кредитов или

инвестиции в акционерный капитал. Это придало бы уверенности коммерческим инвесторам, помогло бы повысить уровень деловых навыков, связав инвестиции с поддержкой бизнеса. Также это дало бы правительству лучшее представление о возможностях и проблемах, с которыми сталкивается сектор в целом. Есть существующие успешные модели для таких государственных учреждений в ряде стран Азии, Африки и Европы.

- **Стимулирование международного бизнеса:** несмотря на то, что уже проводится множество фестивалей, ярмарок и существует требование от посольств Узбекистана по поддержке международной торговли, существуют и другие способы побудить узбекских креативных предпринимателей осваивать зарубежные рынки. Например, путем поддержки поездок на международные рынки, поддержки участия/проведения международных конкурсов и продвижения узбекских брендов за рубежом. Иностранные инвестиции в креативный сектор также можно было бы увеличить, объединив стратегии в области декоративно-прикладного искусства с развитием туристического сектора, используя полезные модели других стран, где ответственность за туризм и креативные индустрии объединены в одном департаменте и министерстве.

Международные рынки и туризм

Ташкент - является крупнейшим городом Центральной Азии, а в Узбекистане проживает самое большое население среди всех республик региона. Эти факторы способствуют региональному, а не узко национальному взгляду на многие рынки, что является еще одним наследием советской эпохи с ее свободным доступом между государствами-членами. Совсем недавно правительство и бизнес-сообщество осознали потенциал неиспользованного международного туристического рынка, вытекающую из этого необходимость создания особого имиджа страны на международном уровне, а также стремление учиться и взаимодействовать с международными рынками за пределами бывшего Советского Союза. Узбекистан не одинок в том, что видит этот потенциал, что делает его точкой усиления конкуренции во всем регионе. Как отмечается в отчете голландского исследования:

“Культурный туризм сыграл важную роль в социально-экономическом развитии региона. Исследование, проведенное в 2012 году, показало, что туристические секторы Азербайджана, Кыргызстана, Казахстана, Узбекистана и Беларуси входят в топ-10 самых быстрорастущих в мире.”⁴¹

Как отмечалось в другом месте в этом отчете, государственная поддержка креативного сектора сосредоточена на рынке традиционного декоративно-прикладного искусства (в основном товары), но также и живые выступления, такие как музыка, и некоторые другие мероприятия, связанные с культурой, такие как полет хищных птиц (чрезвычайно популярные у посетителей с Ближнего Востока), которые являются ключом к привлечению иностранных гостей. Однако это стремление сопряжено со многими трудностями. Приверженность традиционным материалам и методам работы означает,

⁴¹ ЮНЕСКО (2016 год)

что объемы производства часто невелики. Ковровщик из Самарканда подчеркнул этот момент, сказав нам, что на изготовление некоторых ковров уходят годы. Увеличение скорости производства поставило бы под угрозу качество, о чем также говорилось в отчете Crafting Features.

О балансе между наследием и туризмом: “Ряд мастерских, которые мы посетили, открыли свои двери для туризма, функционируя как полностью функционирующие ремесленные производственные помещения. Многие из тех, кто задействован в этом, сообщили, что они могли бы легко заполнить свои журналы большим количеством туристов, но были обеспокоены тем, что они должны экономить время, чтобы сосредоточиться на своем ремесле. В более широком масштабе эта дискуссия разыгралась между министерствами, которые мы посетили, причем чиновники по туризму / мэрия были хорошо осведомлены о потенциале расширения туризма, основанного на ремеслах (особенно в Бухаре и Коканде), в то время как Министерство культуры и Академия искусств были обеспокоены потенциальным влиянием на качество. Существует также очень сильное чувство связи между едой как культурным наследием и ремеслом, которое еще не использовалось ни в туристических предложениях, ни в исследовательской практике. Пилотный проект: работа с устойчивыми бизнес-моделями для развития туризма и создание сетевой системы, интегрирующей устойчивое развитие этногастрономического туризма и ремесел.”⁴²

С вопросом качества тесно связан вопрос дизайна. Должны ли традиционные ремесленники стремиться адаптировать дизайн, который мог бы быть более приемлемым и популярным у международных покупателей, или это уменьшит уникальность и, следовательно, коммерческую ценность продукции? Другой вопрос касается продвижения мелких производителей на глобальных рынках. А также были рассмотрены новые способы брендинга и маркетинговой работы, в том числе требования посольств и торговых домов Узбекистана, упомянутые ранее.

Идея международной пропаганды выходит за рамки традиционных ремесел. Один предприниматель рассказал нам о частном фестивале, который предоставил модельерам, музыкантам и шеф-поварам платформу для продвижения себя перед международной аудиторией. В связи с недавно введенными налоговыми и таможенными льготами для традиционных видов искусства и ремесел растет спрос на распространение этих льгот на более широкий круг креативных профессионалов, включая отдельных художников. Как отмечалось в другом месте, региональные администрации предложили поддержку экспорта, в то время как рекламный журнал “Visit Uzbekistan” за последние четыре года вышел более чем в 30 выпусках, причем последний вышел на китайском языке в преддверии зимних Олимпийских игр, а также на других языках.

Все эти инициативы, независимо от их эффективности, в последнее время будут омрачены затяжными последствиями пандемии, ростом цен на топливо, вторжением России в Украину и тем, в какой степени глобальные обязательства по сокращению выбросов углерода окажут постоянное воздействие на туристический рынок.

⁴² Лестерский университет и Королевский колледж искусств (2019 г.) Стр.7-8.

Развитие бизнеса и аудитории

Наряду с необходимостью развития деловых навыков в креативных отраслях, несколько заинтересованных сторон подняли вопрос о необходимости уделять больше внимания развитию аудитории и, в частности, необходимости генерировать спрос и расширять охват креативного контента аудиторией за пределами Ташкента. Эта проблема была актуальна для тех, кто управляет новыми предприятиями, создающими современный контент, включая аудиовизуальные и музыкальные материалы. Было высказано предположение, что уровень аудитории для контента отечественного производства и современного искусства является низким, и что для повышения вовлеченности потребуется больше поддержки и координации в продвижении этих продуктов. Правительство оказывает существенную поддержку разработке программ и исполнительскому искусству, такому как театр, которое считается культурно значимым. Однако существует также мнение, что государственное финансирование влечет за собой ряд требований, включая редакционные ограничения, и что обеспечение роста и устойчивости производственных предприятий, независимых от государственного финансирования, жизненно важно для развития ассортимента и разнообразия контента, необходимого для охвата всех аудиторий в Узбекистане и для международной конкуренции.

Наряду с живыми мероприятиями, онлайн-продвижение и розничная торговля были признаны важным способом привлечения потребителей для всех креативных секторов, особенно в связи с расширением доступа к Интернету через широкополосную связь и мобильную связь по всей стране (см. Географические вопросы). В будущем станет все более важным обеспечение поступления в креативные индустрии людей, обладающих необходимыми знаниями и навыками для создания онлайн-присутствия, способного эффективно охватывать и привлекать аудиторию. В частности, отрасли, основанные на контенте, такие как телевидение, кино, игры и музыка, видят, как их бизнес-модели постоянно разрушаются и трансформируются во всем мире из-за роста онлайн-потребления по запросу. Но онлайн-пространство также становится все более важным путем выхода на рынок традиционного искусства, как для продвижения, так и для прямых продаж. В этих секторах есть что рассказать – например, о своих методах, материалах и экологически чистых продуктах, и практиках, - которые могут стать важным элементом в продвижении и имидже креативных индустрий Узбекистана на международном уровне. У всех частей креативного сектора должны быть возможности для совместной работы, особенно с теми, кто уже работает в цифровом пространстве, чтобы помочь создать онлайн-присутствие и профиль, возможно, за счет использования существующих центров и сетей, таких как региональные ИТ-парки, упомянутые ранее.

Государственная поддержка креативных индустрий приветствуется, и мы описали выше аргументы в пользу постоянного форума между правительством и промышленностью. Однако заинтересованные стороны также предложили, чтобы креативные индустрии развивали свои собственные сети для сотрудничества и партнерства в областях, представляющих взаимный интерес. Существует ряд групп в таких областях, как архитектура и операторы живых мероприятий, но мы понимаем, что это в основном неформальные сети, основанные на сообществах в социальных сетях, и поэтому им не хватает формальных полномочий или структур. Можно было бы рассмотреть

возможность поддержки развития отраслевых органов, которые могли бы поощрять и координировать действия и взаимную помощь в некоторых областях, представляющих общий интерес, определенных в ходе наших обсуждений. Такие организации могли бы также способствовать развитию международных связей с аналогичными отраслевыми организациями в других странах, помогая повысить международный авторитет креативных индустрий Узбекистана и стимулировать торговлю и сотрудничество на ключевых международных рынках.

Путь дальнейшего развития

У правительства и креативного сектора есть потенциал для совместной разработки способа рассказать историю Узбекистана на международном уровне. Как отмечалось ранее о противоречии между традиционными проявлениями творчества в декоративно-прикладном искусстве и более современными проявлениями в кино, исполнительском искусстве и средствах массовой информации, "истории" становятся все более мощным элементом любого маркетинга, и Узбекистан может поведать уникальные рассказы о своей истории, своем материальном наследии в форме архитектуры, искусства и ремесел и его нематериального наследия в форме спорта, музыки и мероприятий. Стратегии корейского правительства за последние 20 лет продемонстрировали, насколько эффективным это может быть в продвижении национальной экономики и международного авторитета, независимо от его влияния на количество туристов.

Выводы и рекомендации

Учитывая ограниченность данных, наши выводы неизбежно носят предварительный характер. Тем не менее, из наших обсуждений и анализа сложилась четкая картина страны с огромным ресурсом креативных талантов, богатым культурным наследием и правительством, которое использует потенциал креативного сектора как движущую силу будущего роста. Если бы мы определили три основные рекомендации для будущих действий, они были бы следующими:

- Необходимость более полного картирования креативной деловой активности по всей стране и данных, которые будут лежать в ее основе.
- Потребность в деловых навыках, включая предпринимательство, производство, посредничество, маркетинг и развитие бизнеса.
- Необходимость более систематического сотрудничества между производством и правительством.

Более подробно мы разделяем наши выводы на три компонента.

Вопросы политики

- Определение того, что подразумевается под "креативными индустриями", согласованное/принятое правительством Узбекистана, которое отражает реальность деятельности и приоритеты страны. И насколько это возможно, соответствует согласованным международным определениям.
- Более полные данные для учета деятельности в различных отраслях, составляющих креативный сектор: вклад в ВВП, региональное распределение, международный профиль, состав рабочей силы и ее навыки.
- Форум, на котором правительство и представители креативных индустрий могут обсудить текущие проблемы и перспективы развития. Существует множество примеров передовой практики со всего мира, которые могут послужить образцом для такой инициативы.
- Лучший анализ важнейших потребностей в навыках в секторе в будущем и лучшее информирование о карьере для молодых людей, которых может привлечь карьера в креативных индустриях.
- Лучшая интеграция между национальными, региональными и местными административными структурами для содействия росту отличительных центров и кластеров, отражающих силу и традиции различных регионов и городов.

Деловые вопросы

- Увеличение инвестиций в бизнес и предпринимательские навыки.

- Более целенаправленные налоговые стимулы для креативного бизнеса, особенно для микро, малых и средних предприятий.
- Развитие коммерческих инвестиций, будь то за счет заемного или акционерного финансирования, вместо нынешней чрезмерной зависимости от государственных грантов и субсидий. В этом контексте финансируемая государством "посредническая организация", направляющая инвестиции в независимые креативные предприятия и предлагающая поддержку бизнесу, оказалась бесценным активом в развитии сектора во многих странах.
- Совершенствование и укрепление системы ИС и содействие лучшему пониманию важности ИС в креативном деловом сообществе.
- Поддержка предпринимателей и предприятий, стремящихся получить доступ к международным рынкам и выставкам, в сочетании со вспомогательными услугами и информацией, необходимыми для стимулирования притока инвестиций в креативный сектор.
- Акцент на развитии аудитории, рассматривая спрос со стороны креативных индустрий, а не только со стороны предложения.

Для индустрии

- Развивать торговые ассоциации и сети поддержки, которые могут оказывать взаимную помощь креативным профессионалам и способны представлять конкретные отрасли, регионы или подотрасли (например, фрилансеров, микропредприятия) перед правительством на местном, региональном и национальном уровнях.
- Сотрудничество с правительством и международными агентствами в сфере поддержки креативных предпринимателей и предприятий. Это необходимо для лучшего понимания возможностей международного рынка и налаживания связи с инвесторами в других странах Центральной Азии и во всем мире.
- Поощрение производителей традиционных изделий декоративно-прикладного искусства. Использование цифровизации в качестве инструмента для маркетинга, например привлечения международного интереса к культурному наследию Узбекистана.

Приложения

Ссылки

Британский совет (2018 г.) "Creative Spark": Предпринимательская программа высшего образования. Онлайн по адресу https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/3667_bc_creative_enterprise_education_report_03_red2.pdf Дата просмотра 03.03.22.

Британский совет (2022 г.) Crafting Futures | [Британский совет](#). Дата просмотра 03.03.22.

Креативная Центральноазиатская сеть (2021) [Креативная Центральноазиатская сеть](#). Дата просмотра 03.03.22.

DCMS (2001) [Картирование креативных индустрий 2001 – Предисловие](#). Дата просмотра 28.04.22.

DCMS (2016 г.) [Фокус на занятости](#). Дата просмотра 28.04.22.

DCMS (2021) [Методология экономических оценок сектора DCMS](#). Дата просмотра: 08.04.22.

Домашняя страница Ассоциации "Хунарманд" (2018 г.). Онлайн по адресу <https://hunar.uz/?&lang=en> . Дата 03.03.22

Ассоциация "Хунарманд" (2021) [Ремесленное производство в Узбекистане](#). Дата 06.03.22.

LGA (2020) [Креативные места - поддержка вашей местной креативной экономики | Ассоциация местных органов власти](#) Дата 03.11.21

Указ Национального центра правовой информации (2021а) - Меры по дальнейшему совершенствованию Системы поддержки ремесленной деятельности. Онлайн по адресу <https://lex.uz/docs/5807576> . Дата просмотра 03.03.22.

Неста (2013) [Манифест креативной экономики](#). Дата 03.11.21. П

Пратт и др. (2018) Картирование [креативных индустрий в Казахстане](#). Дата 02.03.22

Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике (2021) [Статистические классификаторы](#). Дата: 06.04.22.

Швейцарское агентство по развитию и Корпорации (2019а) Этап IV Центральноазиатской программы в области искусства и культуры (2016-2019). Дата 06.03.22

[Стратегия Швейцарского агентства по развитию и корпорации \(2019b\) – Узбекистан](#). Дата 06.03.22.

The Economist (2021) [Проблемы и возможности торговли в креативных отраслях после пандемии](#). Дата 20.04.22

Указ Национального центра правовой информации (1996) - О создании Гастрольно-концертного объединения "Узбекнаво". Онлайн по адресу <https://lex.uz/en/docs/175425> . Дата просмотра 03.03.22.

Указ Национального центра правовой информации (2005) - О развитии театрального искусства Узбекистана. Онлайн по адресу <https://lex.uz/en/docs/212031> . Дата просмотра 03.03.22.

Указ Национального центра правовой информации (2005) - О создании Общественного фонда поддержки и развития независимых печатных СМИ и информационных агентств Узбекистана. Онлайн по адресу <https://lex.uz/ru/docs/1159190> . Дата просмотра 03.03.22.

Постановление Национального центра правовой информации (2019) - Меры по проведению Международного фестиваля народно-прикладного искусства. Онлайн по адресу <https://lex.uz/docs/5339494> . Дата просмотра 03.03.22.

Указ Национального центра правовой информации (2019) - Организация деятельности Министерства туризма и спорта. Онлайн по адресу <https://lex.uz/en/docs/5356617> . Дата просмотра 03.03.22.

Указ Национального Центра правовой информации (2019) - О создании дополнительных условий для дальнейшего развития туризма, культуры, культурного наследия и спорта. Онлайн по адресу <https://lex.uz/en/docs/5825010> . Дата просмотра 03.03.22.

Указ Национального центра правовой информации (2019) - О мерах по поднятию киноискусства и киноиндустрии на качественно новый уровень и дальнейшему совершенствованию системы государственной поддержки отрасли. Онлайн по адресу <https://lex.uz/en/docs/5374442> . Дата 03.03.22

Указ Национального центра правовой информации (2019) - О мерах по дальнейшему повышению роли и значения культуры и искусства в жизни общества. Онлайн по адресу <https://lex.uz/en/docs/4829338> . Дата просмотра 03.03.22.

Указ Национального центра правовой информации (2021b) - Меры по ускорению развития и поддержки гончарного дела. Онлайн по адресу <https://lex.uz/docs/5339494> . Дата просмотра 03.03.22.

Комиссия Уорика. (2015) [Обогащение Британии: культура, творчество и рост](#). Дата 03.11.21

[Статистика ЮНКТАД \(н.д.\) | ЮНКТАД](#). Дата 01.04.22

ЮНЕСКО и Республика Корея (2021) креативное будущее. Онлайн по адресу <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/kfit-en-new2021.pdf> . Дата просмотра 03.03.22.

ЮНЕСКО (2009) [Рамочная программа ЮНЕСКО по статистике культуры](#). Дата 01.04.22

ЮНЕСКО (2016) [Культура городского будущего: Глобальный доклад о культуре в интересах устойчивого городского развития](#). Дата 20.04.22

ЮНЕСКО (2022) [Изменение политики в области творчества: обращение к культуре как к глобальному общественному благу - Цифровая библиотека ЮНЕСКО](#). Дата 01.04.22

ЮНЕСКО (н.д.) [Конвенция об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения | Разнообразие форм культурного самовыражения](#). Дата 06.03.22.

Университет Лестера и Королевский колледж искусств (2019) [Отчеты о посещениях и предложения по пилотным проектам в Узбекистане, Казахстане и Кыргызстане](#). Дата 25.03.22

Статистические коды креативных Индустрий Узбекистана

В таблице приведены статистические коды, относящиеся к креативным индустриям в Узбекистане, основанные на классификации DCMS. Коды, выделенные желтым цветом, исключены из анализа из-за опасений неточной отчетности (т.е. когда учитываются другие отрасли, не имеющие отношения к креативным индустриям).

Таблица 2 Классификаторы видов экономической деятельности (коды ОКЭД REV.2 / SIC)

Раздел	Группа	Класс	Наименование
СЕКЦИЯ С: ОБРАБАТЫВАЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ			
18			Печать и воспроизведение записанных материалов
	18.1		Полиграфия и связанные с ней услуги
		18.11	Печатание газет
		18.12	Прочие виды полиграфической деятельности
		18.13	Изготовление печатных форм и информационная деятельность
		18.14	Брошюровочно-переплетная и отделочная деятельность и сопутствующие услуги
	18.2		Воспроизведение записей с носителей
		18.20	Воспроизведение записей с носителей
СЕКЦИЯ J: ИНФОРМАЦИЯ И СВЯЗЬ			
32			Производство прочих готовых изделий
	32.1		Производство ювелирных изделий, бижутерии и аналогичных изделий
		32.12	Производство ювелирных изделий и аналогичных изделий
58			Издательская деятельность
	58.1		Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности
		58.11	Издание книг
		58.12	Издание справочников и списков
		58.13	Издание газет
		58.14	Издание журналов и периодических публикаций
		58.19	Прочие виды издательской деятельности
		58.21	Выпуск компьютерных игр
		58.29	Выпуск прочего программного обеспечения
59			Производство кино- видеофильмов, телевизионных программ, фонограмм и музыкальных записей
	59.1		Производство кино- видеофильмов и телевизионных программ
		59.11	Производство кино- видеофильмов и телевизионных программ
		59.12	Постпроизводственный этап изготовления кино- видеофильмов, и телевизионных программ
		59.13	Распространение кинофильмов, видео и телевизионных программ

		59.14	Показ кинофильмов
	59.2		Деятельность по изданию фонограмм и музыкальных записей
		59.20	Деятельность по изданию фонограмм и музыкальных записей
60			Деятельность по созданию программ и телерадиовещание
	60.1		Радиовещание
		60.10	Радиовещание
	60.2		Деятельность по созданию и трансляции телевизионных программ
		60.20	Деятельность по созданию и трансляции телевизионных программ
62			Компьютерное программирование, консультации и другие сопутствующие услуги
	62.0		Компьютерное программирование, консультации и другие сопутствующие услуги
		62.01	Деятельность в области компьютерного программирования
		62.02	Консультационные услуги в области компьютерных технологий
63			Деятельность в области информационного обслуживания
	63.1		Услуги по размещению и обработке данных, веб-порталы
		63.12	Веб-порталы
	63.9		Прочие виды информационных услуг
		63.91	Деятельность информационных агентств
		63.99	Прочая деятельность по информационному обслуживанию, не включенная в другие категории
СЕКЦИЯ М: ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ, НАУЧНАЯ И ТЕХНИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ			
70			Деятельность головных компаний; Консультации по вопросам управления
	70.2		Консультации по вопросам управления
		70.21	Деятельность по взаимоотношениям и связью с общественностью
71			Деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа
	71.1		Деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий и предоставление технических консультаций в этих областях
		71.11	Деятельность в области архитектуры
73			РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ИЗУЧЕНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА
	73.1		Рекламная деятельность
		73.11	Рекламные агентства

		73.12	Предоставление рекламы в средствах массовой информации
74			Прочая профессиональная, научная и техническая деятельность
	74.1		Специализированная дизайнерская деятельность
		74.10	Специализированная дизайнерская деятельность
	74.2		Деятельность в области фотографии
		74.20	Деятельность в области фотографии
СЕКЦИЯ P: ОБРАЗОВАНИЕ			
85			Образование
	85.5		Прочие виды образования
		85.52	Образование в сфере культуры
СЕКЦИЯ R: ИСКУССТВО, РАЗВЛЕЧЕНИЯ И ОТДЫХ			
90			Деятельность в области творчества, искусства и развлечений
	90.0		Деятельность в области творчества, искусства и развлечений
		90.01	Театральная деятельность
		90.02	Техническая поддержка при показе спектаклей
		90.03	Деятельность с области искусства
		90.04	Деятельность театральных и концертных залов
91			Деятельность библиотек, архивов, музеев и других учреждений культуры
	91.0		Деятельность библиотек, архивов, музеев и других учреждений культуры
		91.01	Деятельность библиотек и архивов
		91.02	Деятельность музеев
		91.03	Деятельность по сохранению исторических мест и зданий, памятников культуры
		91.04	Деятельность ботанических садов, зоопарков и заповедников
93			Деятельность в области спорта, организации отдыха и развлечений
	93.2		Деятельность по организации отдыха и развлечений
		93.21	Деятельность парков отдыха и тематических парков
		93.29	Прочая деятельность по организации отдыха и развлечений