



Academia Review-A Multidisciplinary Online Journal

ISSN (Online): 3070-6726

Website: <https://academia.org>

Volume 2, Issue 4, April, 2026



This work is Licenced under Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0).

South Korea's Experience In The Development Of The Creative Economy

Daminova Madinaxon Bahromjon qizi

A PhD researcher of the Department of "Econometrics", Tashkent State

University of Economics

Email: daminovamadina1992@gmail.com

Phone: +998915170309

Abstract

This article analyzes South Korea's unique experience in developing a creative economy and the impact of the "K-content" phenomenon on economic growth. The author identifies the success factors of the Korean model as targeted government support and the effectiveness of institutional mechanisms such as KOCCA. Based on statistical data, the article highlights the multiplicative effect of the creative sector on other industries, particularly tourism, food, and the global reputation of technological giants like LG and Hyundai. Furthermore, strategic conclusions are presented on utilizing South Korea's experience to diversify Uzbekistan's economy.

Key words: Creative economy, K-content, KOCCA, human capital, intellectual property, export, multiplicative effect, South Korea, digital media, cultural export.

Janubiy Koreya Kreativ Iqtisodiyot Rivojlanish Tajribasi

Daminova Madinaxon Bahromjon qizi,

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti "Ekonometrika" kafedrası tayanch

doktoranti

Elektron manzil: daminovamadina1992@gmail.com

Telefon:+998915170309



Annotatsiya

Ushbu maqolada Janubiy Koreyaning kreativ iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'ziga xos tajribasi va "K-content" (madaniy kontent) fenomenining iqtisodiy o'sishga ta'siri tahlil qilinadi. Muallif Koreya modelining muvaffaqiyat omillari sifatida davlatning maqsadli qo'llab-quvvatlashi va KOCCA kabi institutsional mexanizmlarning samaradorligini asoslab beradi. Maqolada kreativ sohaning boshqa tarmoqlar, xususan, turizm, oziq-ovqat va texnologik gigantlar (LG, Hyundai) nufuzini oshirishdagi multiplikativ samarasi statistik ma'lumotlar asosida yoritilgan. Shuningdek, Janubiy Koreya tajribasidan O'zbekiston iqtisodiyotini diversifikatsiya qilishda foydalanish bo'yicha strategik xulosalar bayon etilgan.

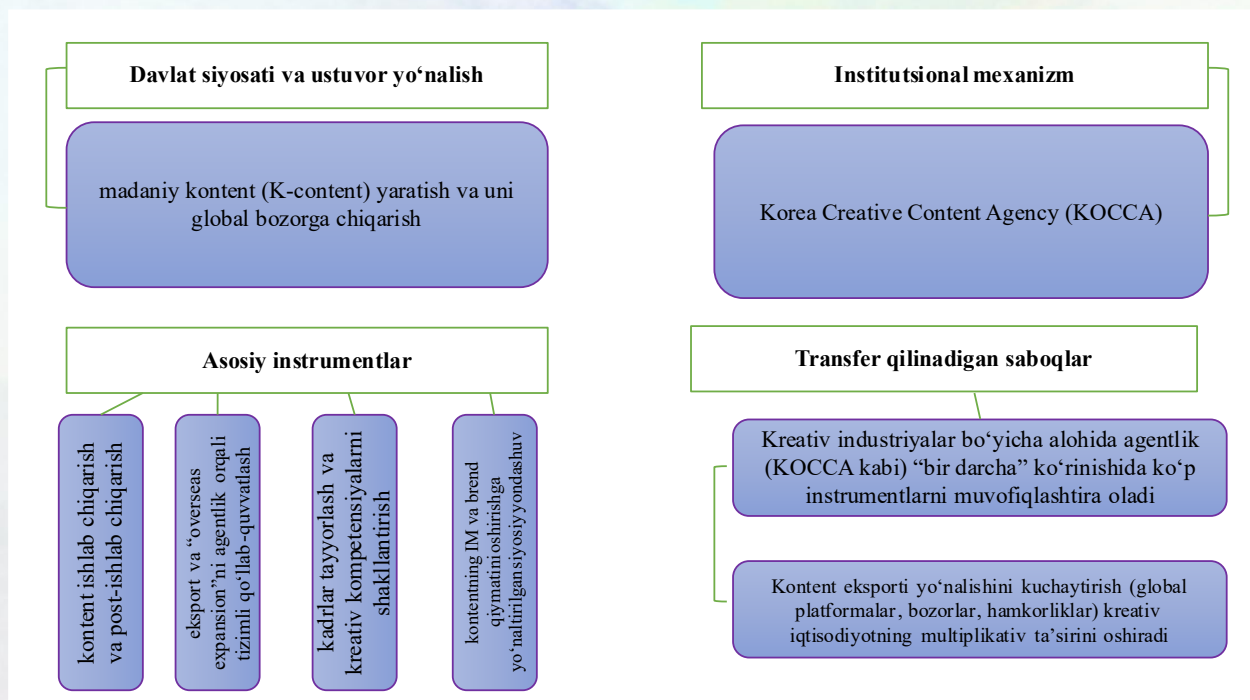
Kalit so'zlar: Kreativ iqtisodiyot, K-content, KOCCA, inson kapitali, intellektual mulk, eksport, multiplikativ samara, Janubiy Koreya, raqamli media, madaniy eksport.

Zamonaviy global dunyoda xomashyo va jismoniy resurslarga qaramlikdan chiqish uchun intellektual mulk hamda inson kapitaliga asoslangan kreativ iqtisodiyot tushunchasi keng yoyilmoqda. Bu borada Janubiy Koreya tajribasi o'ziga xos "fenomen" bo'lib, mamlakat madaniy kontentni (K-content) global brend darajasiga ko'tarish orqali iqtisodiy o'sishning yangi drayverini yaratdi. Janubiy Koreya modelining muvaffaqiyati shundaki, unda davlat tomonidan maqsadli qo'llab-quvvatlash tizimi va biznes manfaatlarining uyg'unligi ta'minlangan. Xususan, Koreyaning k-pop, k-drama va kino industriyasi nafaqat madaniy eksportni, balki turizm, oziq-ovqat va kosmetika kabi turdosh sohalarni ham rivojlantiruvchi katalizator vazifasini o'tamoqda.

Janubiy Koreya kreativ industriyalarda, ayniqsa madaniy kontent (K-content) yaratish va uni global bozorga chiqarishda yetakchi davlatlardan biri sifatida ko'riladi; bunda davlatning maqsadli (directed) qo'llab-quvvatlashi alohida ta'kidlanadi.¹ Quyidagi 1-rasmda Janubiy Koreyaning Kreativ iqtisodiy rivojlanish tajribasining o'ziga xos jihatlari berilgan.

¹ UN Trade and Development (UNCTAD). Creative Economy Outlook 2024 (hisobot) va unga doir metodik materiallar.

Aytib o'tganimizdek, davlatda asosiy urg'u madaniy kontent yaratishga qaratilgan. Bular: k-pop, k-drama va kino kabilarni o'z ichiga oladi. Birgina "BTS" k-pop guruhi va "Kalmar o'yini" mamlakat eksportiga 2021-yilda \$12,4 mlrd hissa qo'shgan. Kreativ sohani rivojlantirish evaziga, mamlakatning top sanoat kompaniyalari LG, Hyundai va Kia jahon bozorida o'z reputatsiyasi va pozitsiyasini saqlab turibdi. ²Koreyada ko'rib turganimizdek, k-kontent yaratishga nafaqat davlat, balki biznes vakillari ham juda katta imkoniyatlar berishadi.



1-rasm. Janubiy Koreya kreativ iqtisodiy rivojlanish tajribasining o'ziga xos jihatlari³

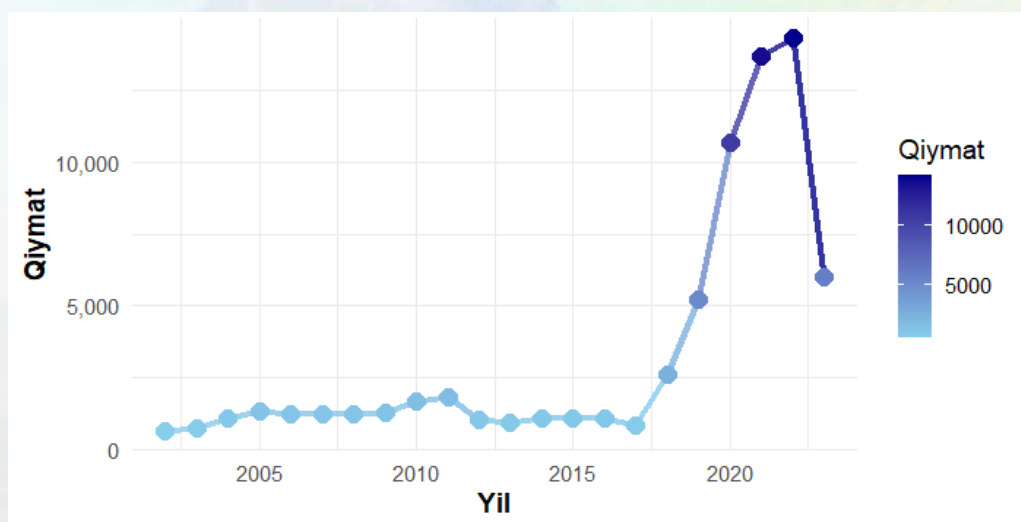
Mamlakatda kreativ soha shu darajada rivojlanib ketdiki, turizm, go'zallik industriyasi va oziq-ovqat eksportini rivojlanishiga asosiy katalizator bo'lib xizmat qildi. AQSH yangilik va jahon hisoboti (US.News&World report)ga ko'ra, 2023-yilda Janubiy Koreya AQSh, Rossiya, Xitoy, Buyuk Britaniya va Germaniyadan keyin 6-o'rinni egallagan eng kuchli mamlakatlar qatoriga kirdi. ⁴

² <https://unctad.org/news/k-pop-blueprint-drawing-inspiration-south-koreas-creative-industries>

³ Korea Creative Content Agency (KOCCA). Rasmiy ma'lumotlar va dasturlar (kocca.kr). materiallari asosida muallif tomonidan tuzildi.

⁴ <https://www.usnews.com/news/best-countries/rankings/power>

Dunyodagi eng kuchli davlatlar – bu doimiy ravishda yangiliklar sarlavhalarini egallaydigan, siyosatchilarni o‘ylantiradigan va global iqtisodiy tendensiyalarni shakllantiradigan mamlakatlardir. Ushbu reyting bir mamlakatning boshqalar ustidagi nazorati, vakolati yoki ta’sirini baholaydi va buning uchun iqtisodiy, texnologik, harbiy va madaniy kuchning turli sohalarini umumiy tarzda hisobga oladi. Aytishimiz mumkinki, Kreativ industriyalar bo‘yicha alohida agentlik (KOCCA kabi) “bir darcha” ko‘rinishida ko‘p instrumentlarni muvofiqlashtira olarkan va kontent eksporti yo‘nalishini kuchaytirish (global platformalar, bozorlar, hamkorliklar) kreativ iqtisodiyotning multiplikativ ta’sirini oshiradi.⁵



2-rasm. Janubiy Koreyada dasturiy ta’minot, videoo’yinlar va media sohalari bo‘yicha eksport ning yillar boylab o‘zgarish dinamikasi , 2002-2023 yillar⁶

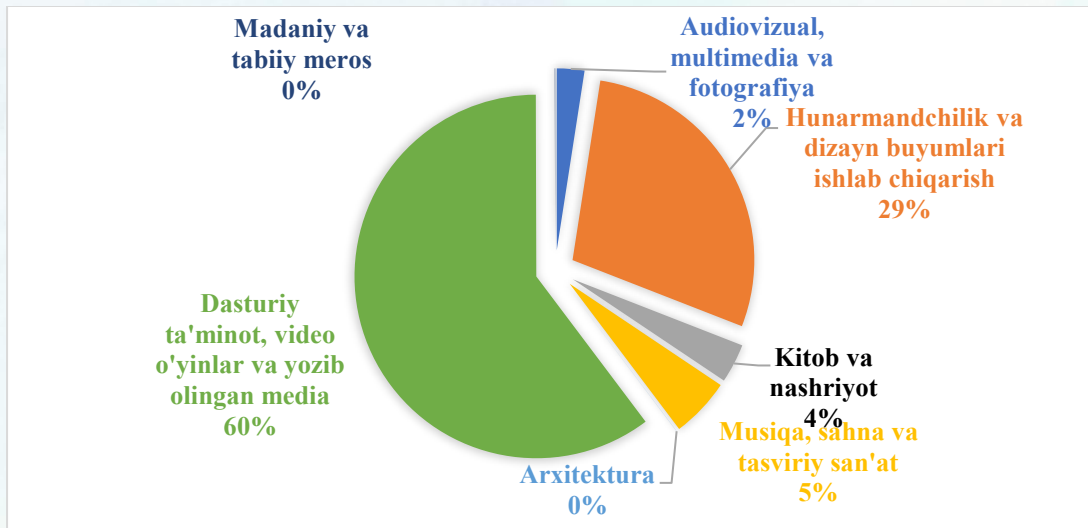
Yuqoridagi 2-rasmdan ko‘rinib turibdiki, kreativ sohaga davlat tomonidan 2009-yildan boshlab (KOCCA tashkil etilgan) alohida e’tibor berilayotgan bo’lsa, qariyb 10 yilda harakat o‘z mevasini berganini ko‘rishimiz mumkin. Ya’ni soha bo‘yicha dasturiy ta’minot, video-o’yinlar va media sohasi bo‘yicha eksport

\$620 mln.ni tashkil qilgan bo’lsa, 2022-yilda \$14302 mln.ni tashkil etgan. Bunga

⁵ Korea Creative Content Agency (KOCCA). Rasmiy ma’lumotlar va dasturlar (kocca.kr).

⁶ Creative Economy Outlook 2024 materiallari asosida muallif tomonidan tuzildi.

asosan aytishimiz mumkinki, kreativ soha juda sekin rivojlanadi, lekin shunga yarasha juda katta foyda keltiradigan sohadir.



3-rasm. Janubiy Koreya kreativ tovarlar eksportining sohalari bo'yicha ulushi, 2023-yil⁷

Kreativ iqtisodiy 2024- yil uchun hisobot (Creative Economy Outlook, 2024) ma'lumotlariga ko'ra, Janubiy Koreya kreativ tovarlari eksporti 2023-yilda 9965 million dollarni tashkil etgan. Yuqoridagi 3-rasmda, mazkur eksportni sohalari bo'yicha foiz ulushini tahlil qilib chiqamiz. Yuqoridagi rasmdan ko'rinib turibdiki, dasturiy ta'minot, video-o'yinlar va yozilgan medianing kreativ eksportdagi ulushi 60% ni tashkil etadi. Hunarmandchilik va dizayn buyumlari ishlab chiqarish 29%, musiqa, sahna va tasviriy san'at 5%, kitob va nashriyot 4% hamda audiovizual multimedia va fotografiya 2%ni tashkil etadi. Madaniy va tabiiy meros hamda arxitektura juda kam miqdorda bo'lgani uchun pie-chartimizda 0% ni tashkil etgan.

Janubiy Koreya tajribasini tahlil qilish natijasida quyidagi asosiy xulosalarga kelish mumkin:

- Institutsional yondashuvning ahamiyati: Koreyada KOCCA kabi maxsus agentlikning tashkil etilishi "bir darcha" tamoyili asosida barcha kreativ instrumentlarni koordinatsiya hamda nazorat qilish, shuningdek sohani tizimli rivojlantirish imkonini berdi.

⁷ Creative Economy Outlook 2024 materiallari asosida muallif tomonidan tuzildi.



- Multiplikativ samaradorlik: Kreativ industriya nafaqat mustaqil soha, balki LG, Hyundai va Kia kabi texnologik gigantlarning jahon bozorida nufuzini saqlashda va milliy brendingni kuchaytirishda muhim rol o'ynaydi.
- Eksport tarkibidagi ustuvorlik: Koreya kreativ eksportining qariyb 60 foizini dasturiy ta'minot, videoo'yinlar va raqamli media tashkil etishi ushbu yo'nalishlarning iqtisodiy rentabelligi yuqori ekanligidan dalolat beradi.
- Strategik saboqlar: Kreativ iqtisodiyot uzoq muddatli investitsiya va kutishni talab qiladigan sohadir. Koreya misolida 2009-yilda boshlangan tizimli harakatlar oradan o'n yil o'tib o'zining yuqori mevasini bera boshladi.

O'zbekiston uchun Janubiy Koreya modelidan asosan davlat tomonidan eksportni qo'llab-quvvatlash, kadrlar tayyorlash va intellektual mulk qiymatini oshirishga qaratilgan maqsadli siyosat yuritishni namuna qilib olishi mumkin. Bu strategiyani mahalliyashtirish mamlakatning global iqtisodiy reytinglardagi o'rnini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. UN Trade and Development (UNCTAD). Creative Economy Outlook 2024 (hisobot) va unga doir metodik materiallar.
2. Korea Creative Content Agency (KOCCA). Rasmiy ma'lumotlar va dasturlar (kocca.kr).
3. <https://unctad.org/news/k-pop-blueprint-drawing-inspiration-south-koreas-creative-industries>
4. <https://www.usnews.com/news/best-countries/rankings/power>