

**KAMRAN İMANOV**

**KREATİV İQTİSADİYYAT  
VƏ KİÇİK VƏ ORTA  
SAHİBKARLIĞIN  
İNNOVASİYALI İNKİŞAFI**

**Bakı – 2019**

**Kamran İmanov,**

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri.

**Kreativ iqtisadiyyat və kiçik və orta sahibkarlığın  
innovasiyalı inkişafı. Bakı, 2019**

Bu kitab Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri Kamran İmanovun ABŞ Ticarət departamenti Kommersiya Haqqında Qanun İnkişaf Proqramı (CLDP), ABŞ-ın Bakıdakı Səfirliyinin birgə təşkilatçılığı və Müəllif Hüquqları Agentliyinin əməkdaşlığı ilə 27-28 fevral 2017-ci il tarixlərində keçirilən “Kiçik və Orta Həcmli Müəssisələr üçün Əqli Mülkiyyət Hüquqları” mövzusunda seminarda etdiyi “Kreativ iqtisadiyyat və kiçik və orta sahibkarlığın innovasiyalı inkişafı” adlı prezentasiya əsasında hazırlanmışdır.

© Azərbaycan Respublikasının Müəllif Hüquqları Agentliyi,  
2017, 2018

© Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyi,  
2018, 2019

## Mündəricat

I.	Konseptual əsaslar .....	5
II.	Kreativ iqtisadiyyat və Copyright .....	11
III.	Kreativ iqtisadiyyatın ölçülməsində və hesablanması ÜƏMT metodik göstərişləri	15
IV.	Kreativ iqtisadiyyata aid milli araşdırma (2015-ci ilin nəticələri daxil olmaqla) .....	25
V.	Milli araşdırmanın nəticələrinin müqayisəli təhlili .....	28
VI.	Kreativ iqtisadiyyat və KOS fəaliyyəti .....	45
	Nəticələr .....	47



# I. Konseptual əsaslar

## 1. Kreativ industriyalar.

- Müasir dövrdə postindustrial iqtisadiyyatın mədəni resurslarını və yaradıcılığı ön plana çəkən sosial və iqtisadi inkişafın yeni konsepsiyası sürətlə formalaşır: bu innovasiya sektoru keçmişdə «mədəni industriyalar» hal-hazırda daha çox «kreativ» və ya «yaradıcılıq industriyaları» (*creative industries*) kimi tanınır.
- **Kreativ industriyalar (Kİ) konsepsiyasının açar elementləri:**
  - Kİ fərdlərin kreativ qabiliyyətlərinə əsaslanır;
  - Kİ yaradıcı şəxslərin menecerlər və texnoloqlarla iş birliyindən faydalanır;
  - Kİ iqtisadi dəyəri mədəni və ya intellektual xüsusiyyətlərinə malik olan kreativ məhsulların bazara çıxarılmasındadır.
- **Göstərilən təsnifat xüsusiyyətləri vahid bazisdən irəli gəlir və Kİ KOS formatında fəaliyyətdədir, bu isə onların maliyyə dəstəyinin identikliyinə müəyyən edir.**
- «Kreativ industriyalar»ın çoxluq mənasında istifadəsi təsadüfi deyil: burada bir neçə sahələrin birləşməsi nəzərdə tutulur və onların ilk kanonik tərfi bu istiqaməti öz iqtisadi siyasətinin hissəsi kimi qəbul edərək, Böyük Britaniya Hökuməti tərəfindən 1998-ci ildə aşağıdakı şəkildə verilmişdi:

*«Kreativ industriyalar» - elə fəaliyyətdir ki, onun əsasında fərdi yaradıcılıq başlanğıcı, vermiş və ya istedad daşınır və o özündə əqli mülkiyyətin (ƏM) istehsalı və istifadəsi yolu ilə əlavə dəyər və iş yerlərini yaratmaq potensialı daşıyır».*
- **Qısaca desək**, «kreativ industriyalar» termini məhsulun iqtisadi dəyərini onun mədəniyyətin elementi möv-

cadluğundan ayrılmaz formada təsvir etdirən sahibkarlıq fəaliyyətinin işarəsidir.

## **2. Kreativ iqtisadiyyat**

- ✓ Kreativ industriyalar «kreativ iqtisadiyyatı» (K.İq.) təşkil edir və bu anlayış ilk dəfə olaraq, John Howkins tərəfindən 2001-ci ildə «The Creative Economy» kitabında təsbit edilib və bununla informasiya və bilik resursunu hərəkətverici qüvvə kimi və ən vacib dəyəri – yaradıcılığı özündə cəmləşdirən postinformasiya dövrünün başlanması müəyyənləşib.
- ✓ Howkins tərəfindən kreativ iqtisadiyyatın operasional (*sahəvi*) tərfi verilərək, 15 kreativ industriya sahələri buraya daxil edilib, o cümlədən:
  - elmi-tədqiqat və təcrübi konstruktor işləri (*ETTK*);
  - nəşr işi;
  - proqram təminatı (softver);
  - TV və radio;
  - dizayn;
  - musiqi;
  - kino;
  - oyuncaqlar və oyunlar;
  - reklam;
  - memarlıq;
  - ifaçılıq sənəti;
  - sənətkarlıq;
  - video-oyunlar;
  - moda;
  - incəsənət.

**Beləliklə, operasional tərif əsasında kreativ iqtisadiyyat – yaradıcılıq fəaliyyəti ilə bağlı məhsul və xidmətləri yayan, istehsal və istehlak edən milli və beynəlxalq iqtisadiyyatın müvafiq sektorudur.**

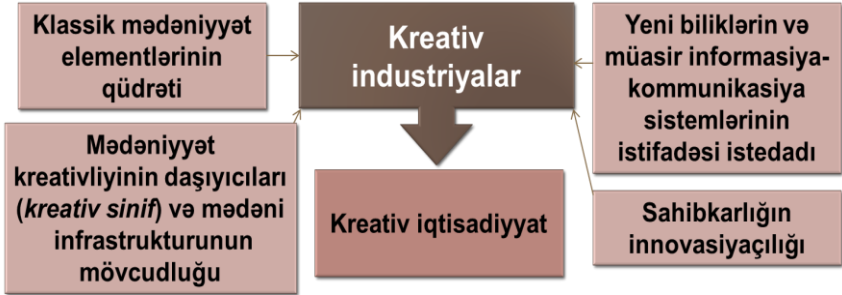
- «Kreativ iqtisadiyyat» termini **Richard Florida**nın kitabında ətraflı araşdırılıb və sonrakı dövrdə mütəxəssislər arasında geniş yayılmağa başlayıb.

**Florida kreativ iqtisadiyyatın konseptual tərifini** «Kreativ iqtisadiyyat peşə (*fəaliyyət növü*) əsasında müəyyən olunur», «iqtisadiyyatın və cəmiyyətin aparıcı qüvvəsi kreativlikdir», bilik iqtisadiyyatının bilikləri əsasında praktiki yeni formaların yaradılmasıdır». «Bilik və informasiya kreativlik üçün alət və işçi materialıdır və məhsulu isə innovasiyadır» **şəklində verib.**

Bununla yanaşı, Florida «kreativ sinif» - kreativliyin daşıyıcılarını və onların yaratdığı müvafiq mədəni infrastrukturunu müəyyən edib və göstərüb ki, kreativ sinfin bazası iqtisadiyyatdır, yeni kreativ sinif nümayəndələri yaradıcılıq fəaliyyəti nəticəsində iqtisadi dəyərlər istehsalçılarıdır.

**Beləliklə, konseptual tərif əsasında kreativ iqtisadiyyat kreativliyin daşıyıcılarını və onların fəaliyyəti nəticəsində yeni formaların (*innovasiyaların*) yaranmasını nəzərdə tutur.**

- Kreativ industriyalar siyahısını və onun iqtisadiyyata təsirini ilk formalaşdıran Britaniya hökumətindən sonra bir sıra ölkə hökumətləri öz meyarları əsasında kreativ industriyaların ölkələrinin iqtisadiyyatındakı payını araşdırmalara başlamışlar.
- **Nəticədə**, kreativ industriyaların və kreativ iqtisadiyyatın yaranma sxemi aşağıdakı kimi təsəvvür etmək mümkündür:



Göründüyü kimi, «kreativ iqtisadiyyat» bir termin kimi «bilik cəmiyyətində» kreativ fərdlərin, «kreativ sahələrin (*industriyaların*)» və «kreativ infrastrukturun» arasında yaranan münasibətlər şəbəkəsidir.

### 3. Kreativ iqtisadiyyat – dayanıqlı inkişaf amili.

- ❖ Kİ üstünlüklərini 5 kateqoriyaya ayırmaq mümkündür:
- a) **Əlavə dəyərin yaranması amillərin dəyişilməsi nəticəsində** (*əmək və kapital industrial iqtisadiyyatda, bilik və informasiya post-industrial (informasiyalı) iqtisadiyyatda, innovasiyalı texnologiyalar və kreativ ideyalarla kreativ iqtisadiyyatda əvəzlənməsi*) və **bununla Kİ ümumi iqtisadi artıma gətirdikcə artan təsiri** (*iqtisadiyyatın ümumi həcmində 5% artım inşaat sahəsinin təsiri ilə müqayisəlidir*).
- b) **Məşğulluğun artırılmasına güclü təkan** (*kreativ industriyalarda məşğulluğun artması orta statistik səviyyəni üstələyir, inkişaf etmiş ölkələrdə özünü daha qabarıq büruzə verir, məsələn, Almaniyada bu göstərici avtomobil sənayesindəki göstəricidən artıqdır*);
- c) **Kreativ industriyaların artan sektorunun iqtisadiyyatın diversifikasiyasına effektiv təsir etməsi müşahidə olunur, çünki kreativ industriyalar, adətən KOS subyektləri ilə təmsil edilir və araşdırmalar göstərir ki, KOS müəssisələrin sayı və adambaşına düşən ÜDM arasında müsbət korrelyasiya mövcud-**

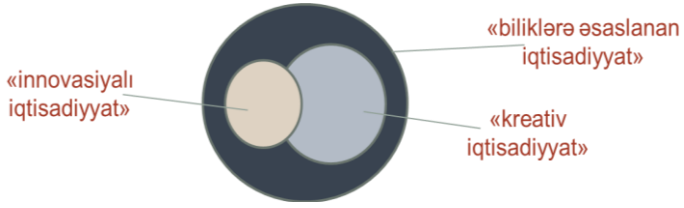


**dur. Buna görə də kreativ sektora dəstək – innovasiyalı inkişafa dəstək və rəqabətqabiliyyətliliyin artmasına dəstək deməkdir.**

- d) Kreativliyin ölkədə artması adambaşına ÜDM-in artması və dövlətin rəqabətqabiliyyətliliyinin artması deməkdir (*orijinal təsəvvür və ideya innovasiya bazarı yaradaraq, iqtisadi inkişafının yeni hərəkətverici qüvvəsinə çevrilir*) [Martin Prosperity İnstitute, 2011].
- e) Kİ və inkişaf etmiş mədəni infrastruktur regionun müsbət imicini formalaşdırır, brendinqini gücləndirir və bununla daha çox turist və yüksək bilikli mütəxəssislərin cəlb edilməsinə şərait yaradır.

#### **4. «Kreativ», «innovasiyalı» və «biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat» terminlərinin müqayisəsi**

- «Kreativ» və «innovasiyalı iqtisadiyyat» bir-biri ilə kəsişən, lakin sinonimik anlayışlar deyil.
- «İnnovasiyalı iqtisadiyyat» əsasən elmi-texnoloji işləmələrdə və onların kommersiyalaşmasında cəmləşir, «kreativ iqtisadiyyat»ın bir sıra məhsul və xidmətlərini nəzərə almır, lakin «kreativ iqtisadiyyat»a daxil olmayan təşkilati bilikləri (*təlimatlar, metodikalar, texnologiyalar, insan bilikləri və təcrübə, patentlər, müəlliflik hüququ, əmtəə nişanları, hətta lisenziya əsasında alınan ƏM obyektləri*) nəzərdə tutur. Bununla belə, kreativ iqtisadiyyat əsasən Copyright-obyektləri münasibətində qurulur.
- İstər «kreativ iqtisadiyyat», istərsə də «innovasiyalı iqtisadiyyat» daha konkret olmayan «biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat»a daxildir, çünki hər ikisi biliklərə əsaslanır.



- Son zamanlar yeni terminin yaranması – «kreativ-innovasiyalı iqtisadiyyat».

### **I fəslin nəticələri:**

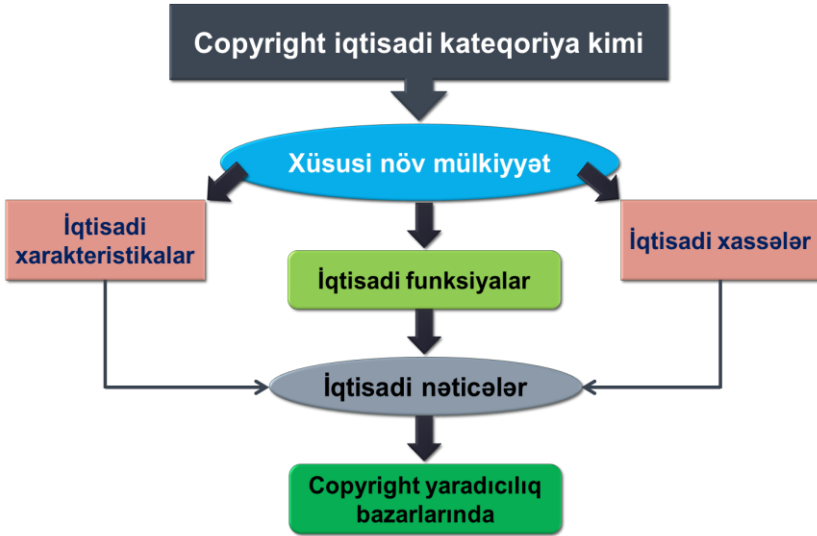
- kreativ iqtisadiyyat müasir iqtisadi qüvvə kimi yaradıcılıqla (*kreativliklə*) və kreativ mühitlə bağlanır;
- kreativ industriyalar, adətən KOS müəssisələri ilə təmsil edilir;
- kreativ industriyalar innovasiyalı inkişafın aparıcı qüvvəsidir.

## II. Kreativ iqtisadiyyat və Copyright

### 1. Copyright obyektiv əks olunmuş yaradıcılıq nəticələrini qoruyan alətdir.

- ❖ «Copyright», «müəlliflik hüququ» və onunla sıx əlaqədə olan «əlaqəli hüquqları» nəzərdə tutur, ƏM-in ən vacib hissəsidir və Copyright-obyektinin istifadəsinə aid nəzarəti həyata keçirmək hüquqlar məcmusudur.
- ❖ Copyright hüquq sahiblərinin yaradıcılığını stimullaşdırmaqla istifadəçilərin (*cəmiyyətin*) mədəni dəyərlərə, biliklərə olan ehtiyaclarını və maraqlarını nəzərə alır və tarazlıq (*balanslaşma*) prinsipinə əsaslanır.
- ❖ Copyright yaradıcıların həvəsləndirilməsi üçün maliyyə mexanizmidir.
- ❖ Copyright-ın mədəni və sosial əhəmiyyəti ilə yanaşı, böyük iqtisadi əhəmiyyəti mövcuddur, o, bir sıra böyük sənaye sahələrinin fəaliyyətində əsas kimi çıxış edir və iqtisadi kateqoriya kimi Copyright əşya hüququnu tamamlayaraq dəyərə, iqtisadi xarakteristikalara, xassələrə və funksiyalara malikdir, iqtisadi dövriyyədə iştirak edir.

## 2. Copyright-ın iqtisadi əsasları.



- ƏM xüsusi mülkiyyət kimi əmlak dəyərinə malikdir (*Mülki Məcəllə*) və ƏMH sahibinin müstəsna xarakterli hüquqları mülkiyyət kimi çıxış edərək, təkəllik, monopoliyadır.
- ƏM iqtisadi münasibətlər predmetidir, ƏM sahibkarı ƏM-i sata, başqasına verə bilər, istifadəsini müəyyən və ya qadağa edə bilər. Xüsusi mülkiyyətlə analogiya: satmaq, sərbəst realizə etmək və ya imtina etmək (*iqtisadi analizin paylaşma funksiyası*) üçüncü şəxslərin təcavüzünə qadağa qoyulma (*dəstəklənmə funksiyası*).
- **İqtisadi xarakteristikalar və xassələr:**
  - tərkibində ƏM olan mallar ənənəvi mallara oxşar xarakteristikalara malikdirlər, yayılması cəmiyyətə gəlir gətirir, bir neçə şəxslər tərəfindən eyni zamanda istifadə oluna bilər;
  - istehlak dəyərinə malikdir (*tərkibində ƏM olan malların faydalığı ictimai əməyin istehsal qüvvəsini artırır, məh-*

*sulların ictimai dəyərini azaldır, iqtisadi istehlakın effektivini yaradır);*

- dəyişmə dəyərinə malikdir (*müxtəlif nisbətdə və kəmiyyətdə digər mal (əmtəə) ilə dəyişdirilə bilər*);

- **ictimai nemət aspektində çıxış edir, ümumi gəlir ilə yanaşı çətin ölçülən «zahiri» effekte malikdirlər;**

- hər bir əmtəyə məxsus olan xassələr ilə yanaşı ( *faydalıq, nadirlik, unikalıq*), ancaq yalnız özünəməxsus xassələrə də malikdir, yəni xüsusi əmtəədir, o cümlədən:

a) istehlak zamanı onun faydalılığı bitmir, qeyri-müəyyən şəxslər dairəsi tərəfindən istifadə oluna bilər, fiziki və mənəvi qocalmağa məruz qalmır;

b) istənilən qədər dəyişdirilə bilər, «çoxalma» effektinə malikdir;

c) ilkin kopyaları (*nüsxələri*) çox bahalı, sonrakılar ucuzdur (*yüksək fiksə olunmuş xərclər və çox kiçik sərhəd xərcləri*).

➤ **İqtisadi funksiyalar:**

- ƏM üzrə qanunvericilik sahiblik hüquqlarının həcmi müəyyən edir və onun sərəncamçılığının ümumi qaydalarını müəyyən edir;

- ƏM üzrə qanunvericilik ƏM obyektlərini iqtisadi cəhətdən səmərəli istehsalını, ticarətini və istehlakını müəyyən edir;

- ƏM üzrə qanunvericilik ƏM yaradıcılarına obyektlərinin bazar qiymətini müəyyən etməyə kömək edir.

➤ **İqtisadi nəticələr:**

- yaradıcı potensialın istifadəsi hesabına rifahın yüksəlməsi, iqtisadiyyatın artımı;

- gəlirin qonorar, ödəmə və vergi sistemi vasitəsilə yəni-dən paylaşması (*bölünməsi*).

➤ **İqtisadi mahiyyəti:**

- gəliri (*faydanı*) bilavasitə deyil, dolayısı yolla gətirən re-sursdur;
- ƏM-in hüquq sahibinin icazəsi ilə istifadəsi risklərin mi-nimumunu, gəlirin isə maksimumunu təmin edir;
- ƏMH monopoliya xarakterinə baxmayaraq, rəqabətə mənfi təsir göstərmir, digərlərini yeni həllər axtarışına sövq edir («*kiçik monopoliya*»).



### 3. Copyright yaradıcılıq bazarlarında.

- **İqtisadi funksiyası** – gəlirin yaradılması və alınması (*əldə edilməsidir*), mülkiyyət hüquqlarının dəyərinin müəyyən edilməsi və onların ticarətinin təşkil edilməsi ilə bazarın strukturunun formalaşdırılması və iqtisadi ölçmələrin aparılması ilə iqtisadi təhlil üçün oriyentirlərin yaradılması.
- **Sosial funksiyası** – hüquq sahibləri və istifadəçilər (*istehlakçılar*) arasında əlçatımlıq hesabına tarazlığın yaradılması, innovasiyaların katalizatoruna çevrilməsi və milli, yerli inkişafa dəstək verilməsi.
- **Mədəni funksiyası** – mədəni müxtəlifliyin dəstəklənməsi və kontentin təqdim edilməsi.

#### II fəslin nəticələri.

ƏM iqtisadi kateqoriya olaraq, «əşya» mülkiyyət anlayışını tamamlayır, dəyərə, xarakteristikalara, xassələrə, iqtisadi funksiyalara və nəticələrə malikdir, həmçinin iqtisadi dövriyyədə iştirak edir və yaradıcılıq bazarlarında iqtisadi əhəmiyyətlə yanaşı, vacib sosial və mədəni funksiyaları daşıyır.

### III. Kreativ iqtisadiyyatın ölçülməsində və hesablanmasında ÜƏMT metodik göstərişləri

#### 1. Kreativ iqtisadiyyatın, həmçinin (*ümumi və ayrı-ayrı ölkələr üzrə*) statistik müqayisənin obyektiv çətinlikləri.

- Təhlil nəticələrinin uçota götürülən iqtisadi fəaliyyət sferalarından və hesablama metodikalarının spesifik xüsusiyyətlərindən asılılığı.
- Baxmayaraq ki, kreativ iqtisadiyyatın məşşab və dinamikası ənənəvi iqtisadi göstəricilərə əsaslanmaqdadır (*ÜDM-dəki pay, məşğulluq və məvacib kreativ sektorda, biznes konsentrasiyası, ərazi klasterizasiya və s.*), ancaq milli statistikalarda kreativ iqtisadiyyatın müəyyən sferalarının göstərilməməsi, kreativ sektorda məşğulluğun uçotunun aparılmaması, kreativ məhsulların əlavə dəyərinin nəzərə alınmasının çətinlikləri və s. problemlər yaradır.

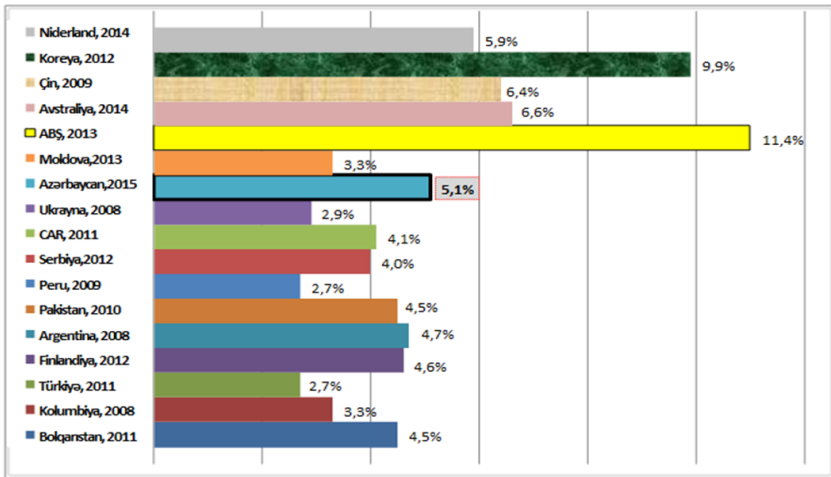
#### **Bununla belə:**

Statistika çətinliklərə və hesablama metodikalarının fərqi baxmayaraq, kreativ sektor intensiv inkişaf edir: 3-cü minilliyin ilkin illərində Copyright-Industry dünya iqtisadiyyatındakı payı 5-6% və təxminən o qədər də sənaye mülkiyyətinin payı mövcud idi (*cəmi 11%-12%*) və kreativ iqtisadiyyatın son 10 ildə illik artım payı orta hesabla 8,8% idi, bu isə dünya ÜDM-nin artımını 2 dəfə üstələyirdi.

#### 2. ÜƏMT Metodik göstərişləri

- Kreativ iqtisadiyyatın payı 4 istiqamət (*sahə kateqoriyaları*) üzrə aparılır:
  - core (*Copyright-Industry-nin əsas sahələri*);
  - independent (*birbaşa əlaqəli*);
  - partial (*dolayısı yolla əlaqəli, qismən əsaslanan*);
  - non-dedicated (*digərləri, xidmətçi*).

- Müxtəlif illərdə ÜƏMT Göstərişlərinə əsaslanan hesablamalar:



Mənbə: ÜƏMT

- ÜƏMT-nin məlumatına əsasən, kreativ iqtisadiyyatda lider olan ABŞ-da Copyright-İndustrie-nin həcmi 2013-cü ildə 1922 mlrd. ABŞ \$ və ya ölkənin ÜDM-nin 11,44% təşkil edirdi və 2002-2013-cü illərdə orta illik artım 3,45% (*iqtisadiyyatın ümumiyyətlə illik artımı 2,25% olduğu halda*).
- Kreativ industriya daxilində ən çox töhvə verən **reklam industriyası, kabel TV üçün kontentin istehsalı, tele yayım və nəşr fəaliyyəti**.
- Kreativ industriyanın ABŞ iqtisadiyyatındakı payı **aviaqurma, poladtökmə və metal məmulatları, elektron avadanlıq, sənaye avadanlığı, qida məhsulları, kimya reaktivləri** və s. sahələrin payını üstələyir.
- Copyright-a əsaslanan sahələrdə 2013-cü ildə 11,2 mln. işçi cəlb olunurdu (*8,26% ölkə üzrə işçilərin sayına nisbətə*) və burada çalışanların sayı **aviaqurma**,



**avtomobil, poladtökmə, farmaseftik, tekstil** və s. sahələrdəki işçilərin sayından çox idi, üstəlik kreativ industriya iş yerlərini digər aparıcı sahələrlə müqayisədə daha intensiv yaratmağa qadirdir.

- İİPA-nın məlumatına əsasən, kreativ iqtisadiyyatın ixracı ABŞ-da 156,3 mlrd. \$ 2013-cü ildə təşkil edərək, kimya (147,8 mlrd. \$), aerokosmik (128,3 mlrd. \$) və kənd təsərrüfatı (68,9 mlrd. \$) sahələrinin ixracını üstələyirdi.

### **3. UNKTAD, PROON, UNESCO, ÜƏMT və DTM-in birgə hazırlanan «Kreativ iqtisadiyyat: 2010-cu ilin Hesabatından».**

- ✓ Kreativ industriya dinamik iqtisadi inkişafın mənbələrindən biridir: 2002-2008-ci illərdə kreativ industriyanın məhsullarının ixracı 2 dəfə artıb (600 mlrd.\$).
- ✓ 2008-ci ilin dünya iqtisadi böhranının mənfi təsirinə baxmayaraq, kreativ industriyanın ixracının həcmi 2002-2008-ci illərdə dinamik artım göstərərək 14% təşkil edib, halbuki dünya ticarətinin həcmi həmin müddətdə 12% azalıb.
- ✓ Kreativ industriya dayanıqlı sosial-iqtisadi inkişafı təmin edir və bu səbəbdən Hesabatda aşağıdakı tövsiyələr irəli sürülür:
  - hər bir ölkə kreativ iqtisadiyyatın səmərəli strategiyasını seçməli, o cümlədən onun ictimai, mədəni, elmi-texniki, ekoloji sahələrlə əlaqədə olmasını və qarşılıqlı əlaqələrinin koordinasiyasını nəzərə almalı;
  - kreativ iqtisadiyyatın ƏM-ə əsaslanmasını nəzərə alaraq, onun incəsənət, biznes, innovasiyalar və yeni biznes-modellərlə kəsişməsini və inteqrasiyasını əsas götürərək, kreativ iqtisadiyyatının siyasətinin formalaşmasında təhsil, mədəni identiklik, sosial bərabərsizlik,

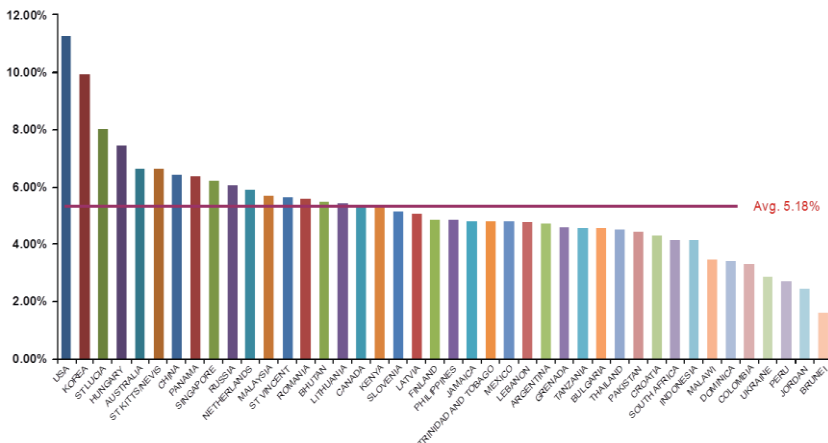
ekoloji amillər və s. tərəfindən irəli sürülən xüsusi tələblər əksini tapmalıdır.

- ✓ Kreativ industriyanın ixracının artımında inkişaf etmiş ölkələrin payı 82%, inkişafda olanların – 11%, keçid iqtisadiyyatdakıların – 1%, o cümlədən seqmentlər üzrə inkişaf etmiş ölkələr: musiqi və audiovizual sektor 90%, kitab nəşri – 80%, dizayn – 50%.

#### 4. ÜDM-tin Copyright-industriyaların iqtisadi payına aid 2014-cü ildəki araşdırması [WIPO Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries, 2014].

- ❖ Araşdırma 2013-cü ilin dekabr ayınadək aparılan 42 milli tədqiqata əsaslanır, məlumat bazası 60-dan artıq dəyişənləri istifadə edir, makroiqtisadi göstəricilər nöqtəy-nəzərindən kreativ iqtisadiyyatın həcmi və səmərəliliyini göstərir.

#### ÜDM-dəki payı

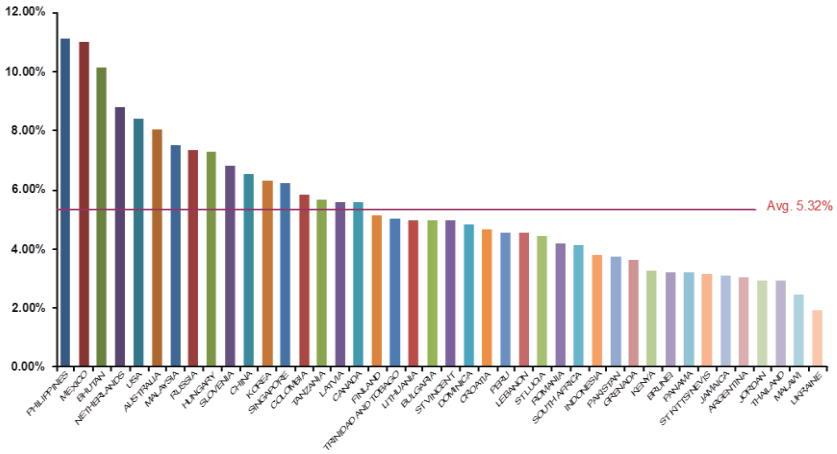


Mənbə: ÜDMT

## ❖ ÜDM-dəki pay:

- Copyright-industriyasının yaratdığı faizlə ÜDM-dən ölçülən əlavə dəyər ən vacib, mərkəzi indikatorudur;
- Araşdırma göstərir ki, kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı 11,1% artaraq (*ABŞ-da*), 2% (*Bruneydə*) isə azalaraq dəyişməkdədir, özü də 42 ölkə üzrə 5,18% orta qiymətlə;
- Orta qiyməti 5,18%-dən çox olan göstəricini sürətlə iqtisadi artımı keçmiş ölkələr nümayiş etdirir;
- 4%-dən 6,5%-ə qədər payı 75% ölkələr nümayiş etdirir.

## Məşğulluqdakı payı

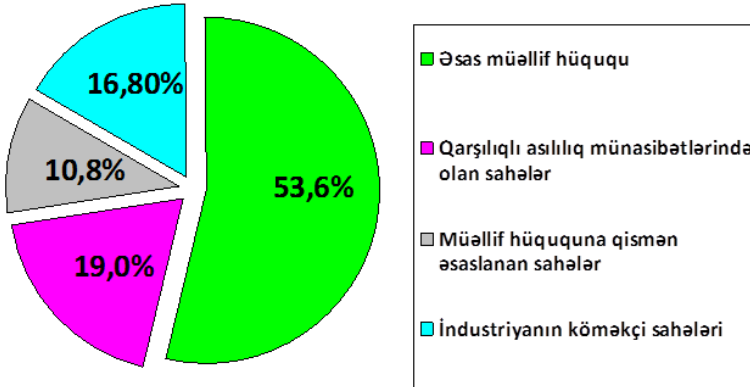


Mənbə: ÜƏMT

- Copyright-industriyada çalışanların ümumi işləyənlərə nisbətəki payı:
  - Araşdırma göstərir ki, məşğulluqdakı pay ÜDM-dəki payını üstələyir və orta qiyməti 5,32%-dir;
  - Meksikada və Filippində ən yüksək pay müşahidə olunur (7%);

- 75% ölkələr 4%-7%-ə qədər məşğulluq payını nümayiş etdirirlər;
- ÜDM-dəki payı orta səviyyədən yüksək olan əksər dövlətlər məşğulluğun payının da orta səviyyədən yüksək olduğunu nümayiş etdirirlər;
- **Yeni iş yerlərinin yaranması Copyright sektorunun əhəmiyyətinin ən vacib sosial-iqtisadi göstəricisi-dir.**
- Araşdırmada göstərilir ki, Copyright-industriyaların ÜDM-dəki payı bir neçə beynəlxalq indekslərlə müsbət əlaqəsi (*korrelyasiyası*) müşahidə olunur, o cümlədən:
  - adambaşına düşən ÜDM ilə (*müsbət, güclü*,  $R = 0,53$ );
  - qlobal innovasiya indeksi ilə (*müsbət və əhəmiyyətli*,  $R = 0,56$ );
  - qlobal rəqabətqabiliyyətlik indeksi ilə (*müsbət, güclü*,  $R = 0,43$ ).
- Kreativ iqtisadiyyatın ÜƏMT metodikasından müəyyən edilən 4 qoluna paylaşması.

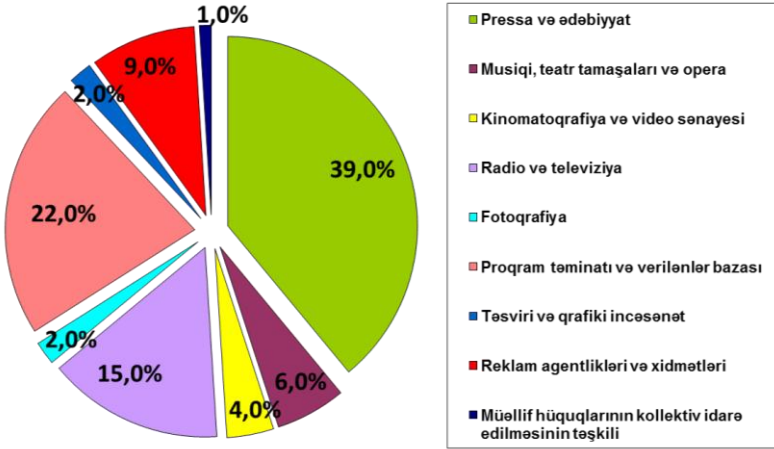
### Kreativ iqtisadiyyatın qolları arasındakı paylaşması,%



Mənbə: ÜƏMT

Göründüyü kimi, payın 53,6%-i (*yarısından çoxu*) Copyright-industriyaların əsas sahələrinin (*Core*) üzərinə düşür və bunlar kreativ iqtisadiyyatın **nüvəsini təşkil edir**.

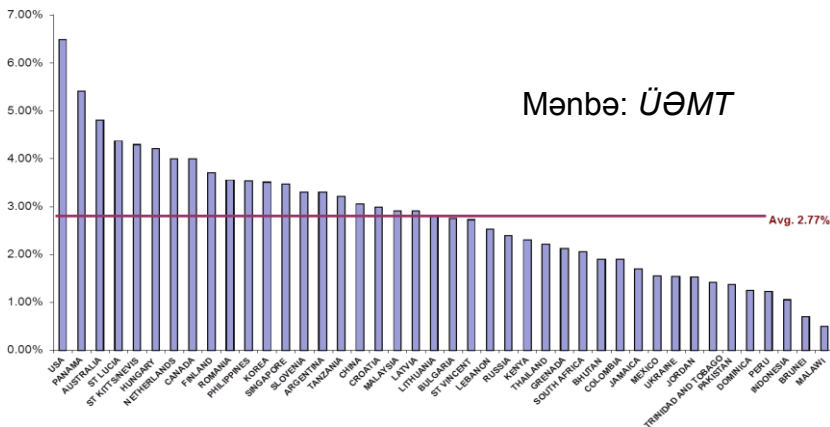
► Copyright-industriyaların nüvəsinin (*Core*) sənaye sahələri üzrə paylaşması.



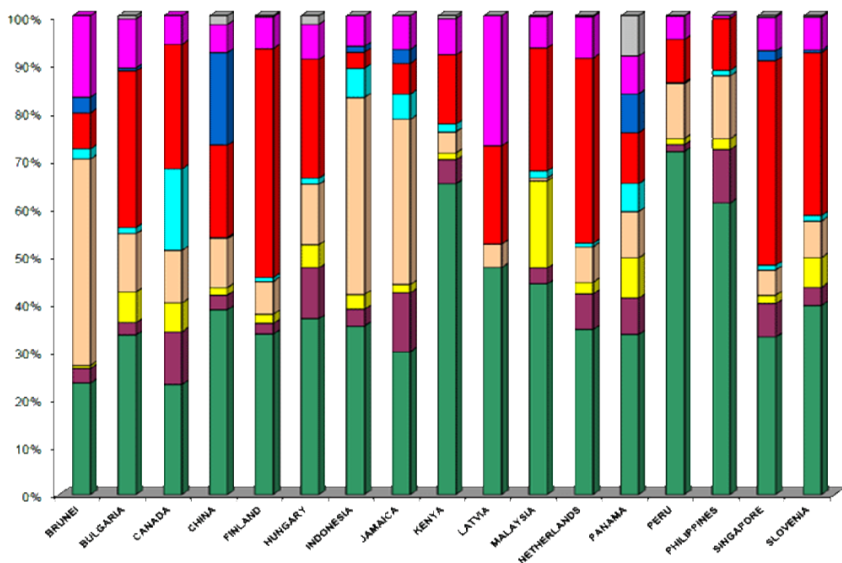
Mənbə: ÜƏMT

Göründüyü kimi, nüvənin əsasını mətbuat və ədəbiyyat sənaye sahəsi təşkil edir (39%), softver, məlumat bazaları, radio və televiziya, musiqi, teatr, reklam, kino və video birlikdə 50% artıq payı müəyyən edir və burada softver və məlumat bazalarının payı təxminən yarısıdır (22%).

► Copyright-industriyaların nüvəsinin (*Core*) ÜDM-dəki payı (*ölkələr üzrə*).



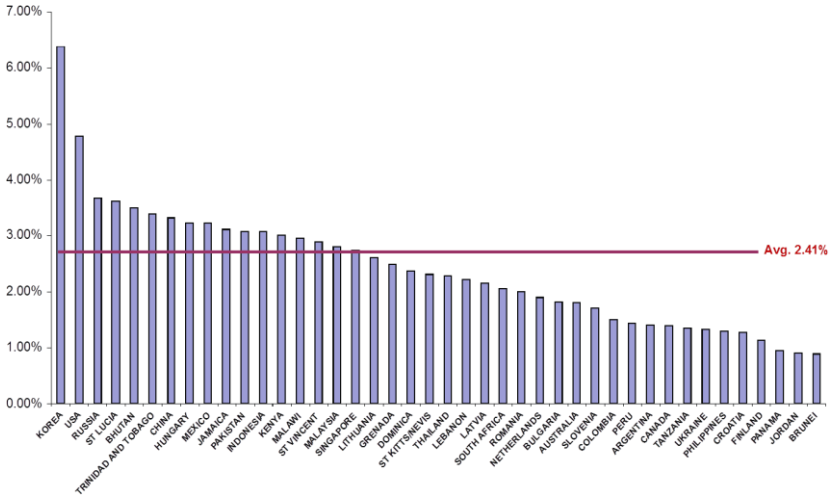
- Bir neçə müxtəlif dövlətlərdə Copyright-industriyaların nüvəsinin sənaye sahələri üzrə paylaşmasının müqayisəsi.



Mənbə: ÜƏMT

Göründüyü kimi, kreativ industriyaların nüvəsinin paylaşması coğrafi nöqteyi-nəzərdən fərqlənir və bu müxtəliflik mədəni tarixlərin və bazar imkanlarının yaratdığı fərqlərdir. Məsələn, AI üzvləri olan Bolqariya və Finlandiya kommersiya ilə bağlı olan softver sahəsində, Peru isə ənənəvi irsdə (*harada mətbuat və ədəbiyyat aparıcıdır*) güclüdür.

- Copyright-industriyaların qeyri-əsas (*Non-Core*) sənaye sahələrinin ÜDM-dəki payı (*ölkələr üzrə*).



Mənbə: ÜƏMT

### III fəslin nəticələri:

- ÜƏMT-nın metodik göstərişləri üzrə hesablamalar Copyright-industriyaların qiymətləndirilməsində Copyright hüququ ilə qorunan sahələrdə yaranan əlavə dəyərin qiymətləndirilməsinə əsaslanır. Lakin metodika məhsulun əlavə dəyərinin yaranması və istehsalı

və ya paylanması və istehlakı zamanı formalaşmasını müəyyən etmir, üstəlik qeyri-formal iqtisadiyyatı və pıratçılığı nəzərə almır;

- Bununla belə, metodika göstərir ki, yüksək səviyyəli kreativ iqtisadiyyata malik olan ölkələrdə güclü işlək müəllif-hüquq qanunvericiliyi mövcuddur;
- İnkişaf etmiş ölkələrdə kreativ iqtisadiyyatın **əsas** müəllif-hüquq sahəsinin (*istiqlamətinin*) (*Core*) payı aparıcı rola malikdir və 75% keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrini və 2 dəfə inkişafda olanların müvafiq göstəricisini üstələyir. Öz növbəsində inkişafda olan ölkələrdə ÜDM-də ən yüksək orta payı müşahidə olunur və həmçinin ən yüksək məşğulluq payı;
- Kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı bir neçə beynəlxalq indekslərlə sıx əlaqədədir (*müsbət korrelyasiya*), o cümlədən adam başına düşən ÜDM ilə, Qlobal İnnovasiya İndeksi ilə, Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi ilə, Mülkiyyət Hüququnun Qorunması Beynəlxalq İndeksi ilə və s.



## IV. Kreativ iqtisadiyyata aid milli araşdırma (2015-ci ilin nəticələri daxil olmaqla)

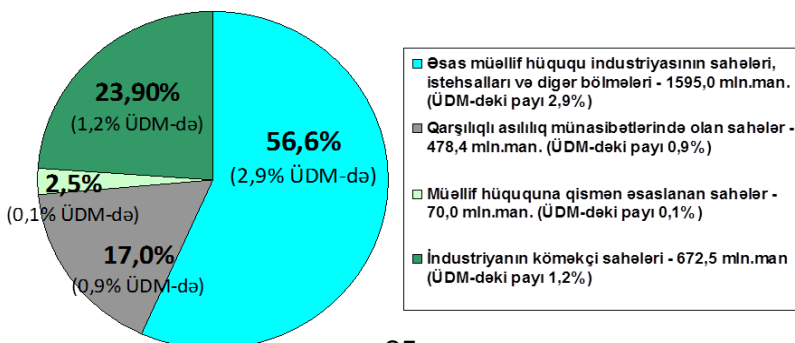
### 1. Araşdırma prinsipləri və tarixi.

- Araşdırma 2003-cü ildən başlayaraq, Müəllif Hüquqları Agentliyi tərəfindən aparılır, müvafiq hökumət strukturlarına çatdırılır, 2014-cü ilin araşdırması isə «kreativ iqtisadiyyat və Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı» kitabında dərc və beynəlxalq simpoziumlarda təqdim olunub.
- Araşdırma ÜƏMT-nin Metodik Göstərişlərinə əsaslanır və milli iqtisadiyyatın strukturu və statistikasına uyğunlaşdırılıb.
- Hesablamalar üçün dövlət statistika materialları istifadə olunur, olmadığı halda isə dövlət büdcəsinin hesab göstəriciləri və ya ekspert qiymətləndirmələri istifadə olunur.
- Kontrafakt istehsal nəzərə alınmır.

### 2. Araşdırmanın məlumatları:

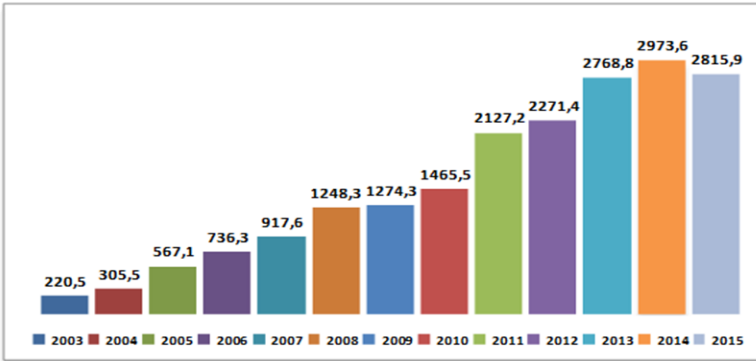
- Kreativ iqtisadiyyatın 2015-ci il üzrə ÜDM-dəki 5,1% (2815,9 mln.man.) təşkil edən 4 qrupunun və ümumi ÜDM-dəki payı aşağıdakı nəticələri verib [ÜDM – 54352,1 mln.man.]:

#### Kreativ iqtisadiyyatın qollar üzrə paylanması

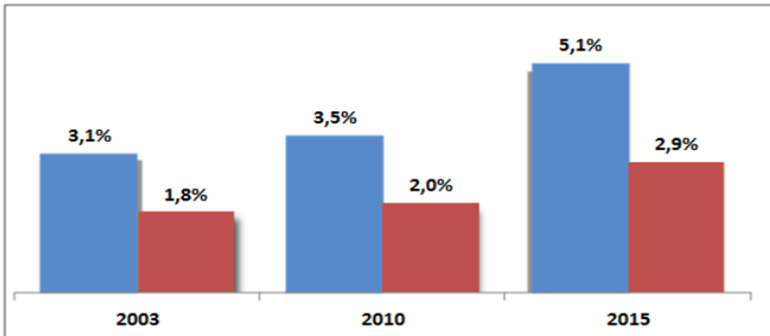


### 3. Araşdırmanın nəticələri:

- Araşdırma göstərir ki, 2003-cü ildən 2015-ci il də daxil olmaqla, kreativ industriyanın artımı 220,5 mln.man.-dan 2815,9 mln.man.-a qədər yüksəlib (*təxminən 13 dəfə*). Bununla yanaşı, əsas müəllif hüququna aid olan kreativ industriyanın həcmi 153,3 mln.man.-dan 1785,6 mln.man.-a qədər artıb (*10 dəfədən çox*). Bunlar dövlət rəhbərliyinin bu sahəyə olan diqqətinin nümayişidir.



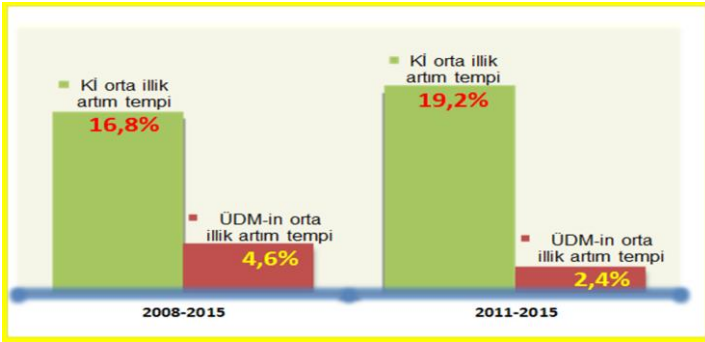
**Kreativ iqtisadiyyatın həcminin (mln. manat) illər üzrə dinamikası**



**Kreativ iqtisadiyyatın və əsas (core) hissəsinin ÜDM-dəki payının dinamikası (% ilə)**

- ✓ Kreativ industriyanı xarakterizə edən digər göstərici Copyright-industriyanın ÜDM-dəki payını göstərir: 2003-2015-ci illər ərzində bu göstəricinin artımı 3,1%-dən 5,1%-ə qədər yüksəlib (64%-dən artıq), üstəlik 1995-2000-ci illərdə göstəricinin orta qiymətini (2,1%) nəzərə alaraq, 2,4 dəfədən çox.
- ✓ Həmin müddət ərzində Azərbaycanın ÜDM-i çox yüksək templərlə artmışdır (8,2 dəfə) (hətta 2005, 2006, 2007-ci illərdə dünyada ən yüksək templərlə), lakin Copyright-industriya 13 dəfə artmışdır. Bununla belə, ÜDM-in artım tempi Copyright-industriya üçün katalizator kimi çıxış etmişdir.

### ÜDM-in və kreativ iqtisadiyyatın orta illik artım templəri



- ✓ Son 8 ildə (2008-2015) və 5 ildə (2011-2015) ÜDM-in və Kİ orta illik artımının təhlili göstərir ki, 8 ildə Kİ orta illik artım tempi təxminən 3,7 dəfə ÜDM-in artım tempini üstələyib (16,8% 4,6%-ə qarşı), son 5 ildə isə (2011-2015) Kİ orta illik artım tempi nisbətən azalsa da (15,2% 16,8%-ə qarşı) onun ÜDM-in orta illik artım tempini üstələməsi daha da güclənib: 6,3 dəfədən çox. Bunlar bir tərəfdən kreativ iqtisadiyyatın üstünlük təşkil edən templərlə inkişafını, digər tərəfdən isə Kİ iqtisadi tənəzzülə qarşı BMT (2010-cu il) tövsiyələrinə uyğun olaraq, davamlılığının sübutudur.

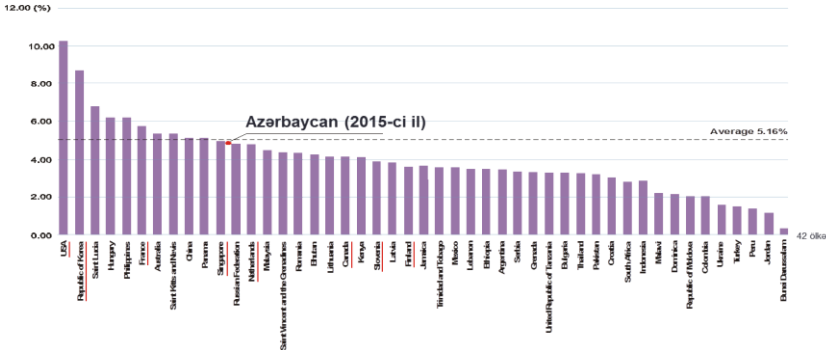
## V. Milli araşdırmanın nəticələrinin müqayisəli təhlili

### 1. Müqayisəli təhlilin prinsipləri.

- ❖ İlk mənbə kimi ÜƏMT-nin 42 ölkə nəzərə alınmaqla, Copyright-industriyanın iqtisadi payına aid 2014-cü il-dəki araşdırmaları və 30 ölkə arasındakı 2012-ci il «Copyright + Kreativlik = Yeni iş yerləri + İqtisadi artım» Hesabatları götürülür və Milli araşdırmanın nəticələri ÜƏMT göstəriciləri ilə müqayisə edilir.
- ❖ Həmin Hesabatlarda olan göstəricilərin qiymətləri və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi, Qlobal İnnovasiya İndeksi və Hüquqların Qorunması (*mühafizəsi*) Beynəlxalq İndeksinin təhlilləri nəticəsində irəli gələn tövsiyələr Milli araşdırmada alınan nəticələrlə birgə təhlil edilir və müvafiq təkliflər irəli sürülür.

### 2. Azərbaycanın kreativ industriyasının ÜDM-dəki payı digər ölkələrlə müqayisədə.

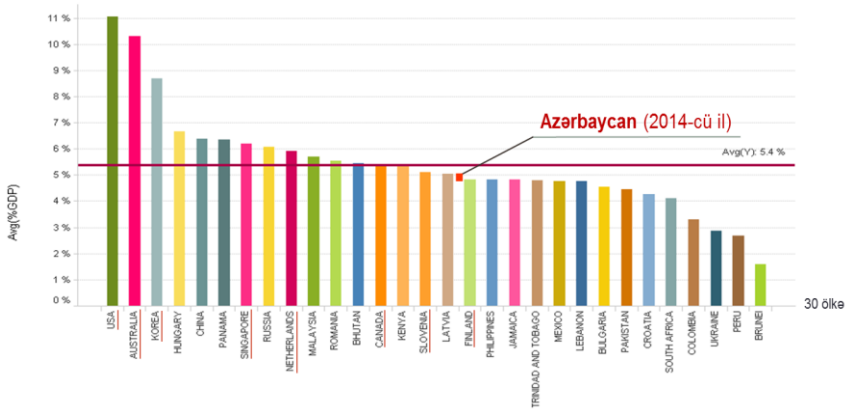
#### Kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı (2014) dünya ölkələri üzrə, %



Mənbə: ÜƏMT (2014), MHA (2015-ci il də daxil olmaqla nəticələr), altından xətt çəkilən ölkələr Dünya Valyuta Fonduna əsasən inkişaf etmiş ölkələrdir.

- ✓ Təhlil göstərir ki, Azərbaycanın kreativ iqtisadiyyatının ÜDM-dəki payının göstəricisi (2015-ci il də daxil olmaqla, ÜDM-dəki payı 5,1%) ÜƏMT tərəfindən 2014-cü ildə araşdırılan 42 ölkə sırasında 30-dan artıq ölkələri üstələyərək, orta səviyyəyə çatıb (5,16%) və bir neçə inkişaf etmiş ölkələrdən geri qalmır.

## ÜƏMT-nin 2012-ci ildəki hesablamaları ilə müqayisəli təhlili

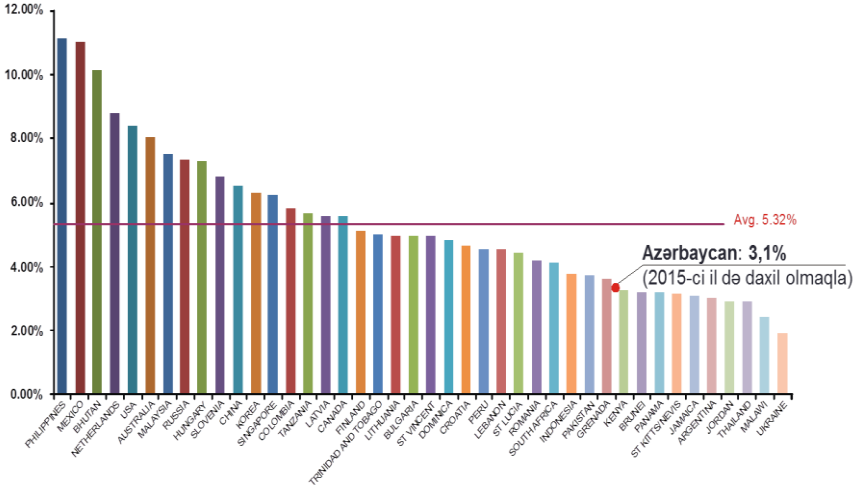


## Kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı dünya ölkələri üzrə, %

Mənbə: ÜƏMT, MHA (2014-cü il də daxil olmaqla nəticələr), altından xətt çəkilən ölkələr Dünya Valyuta Fonduna əsasən inkişaf etmiş ölkələrdir

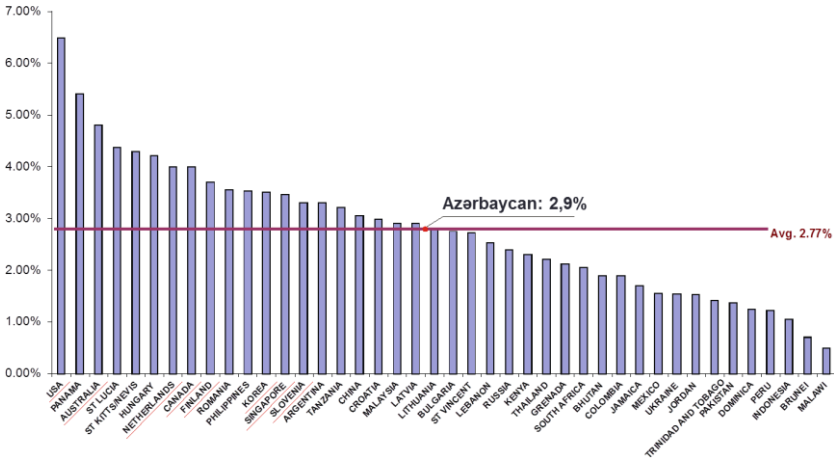
- ✓ Araşdırma göstərir ki, Azərbaycanın kreativ iqtisadiyyat göstəricisi (2014-cü ildə ÜDM-də payı 5%) ÜƏMT tərəfindən 2012-ci ildə araşdırılan 30 ölkə sırasında təxminən **orta səviyyədə idi (5,4%)** və ümumiyyətlə bir sıra inkişaf etmiş ölkələrdən geri qalmırdı.

## Copyright-industriyanın məşğullıqdakı payı



Mənbə: ÜƏMT və MHA-nin (2015-ci il də daxil olmaqla) araşdırmaları.

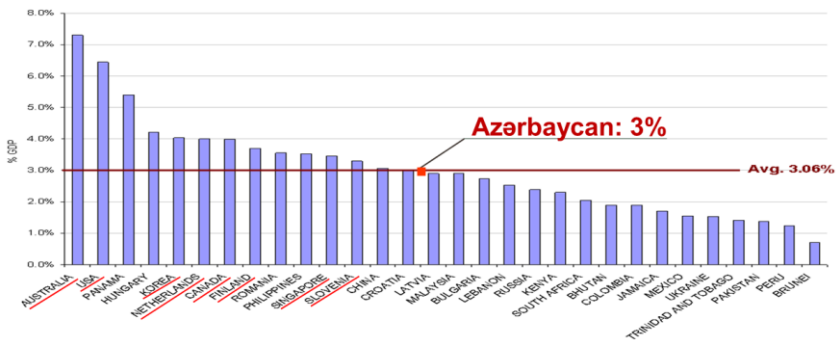
- Təhlil göstərir ki, ÜƏMT-nin 2014-cü ildəki araşdırmasında kreativ industriyaların məşğullıqdakı payının orta səviyyəsi 5,32% olduğu halda, Azərbaycanın həmin göstəricisi aşağıdır (3,1%) və bu kreativ industriyalar sahəsində çalışanların (əsasən kiçik və orta sahibkarlıq) müxtəlif istiqamətlər üzrə (xalq sənətkarlığı, sənətlər, turistlərə xidmət və s.) müvafiq ehtiyatları mövcuddur.
- Copyright-industriyaların kreativ iqtisadiyyat nüvəsinin əsas müəlliflik hüququ sahələrinin (Core) ÜDM-dəki payı.



Mənbə: ÜƏMT (2014-cü il) və MHA (2016-cı il)

- Göründüyü kimi, kreativ iqtisadiyyatın əsas (müəllif-hüquq sahələri) payı 2015-ci il də daxil olmaqla, Agentliyin araşdırmalarına görə 2,9% təşkil edir və ÜƏMT-nin 2014-cü ildəki 42 ölkə arasında aparılan hesablamasında göstərilən orta səviyyədən (2,77%) artıqdır.
- Müqayisə üçün ÜƏMT-nin 2012-ci il və Agentliyin 2014-cü il daxil olmaqla, müvafiq hesablamalar verilir.

### Kreativ iqtisadiyyatın əsas müəlliflik-hüquq sahələri

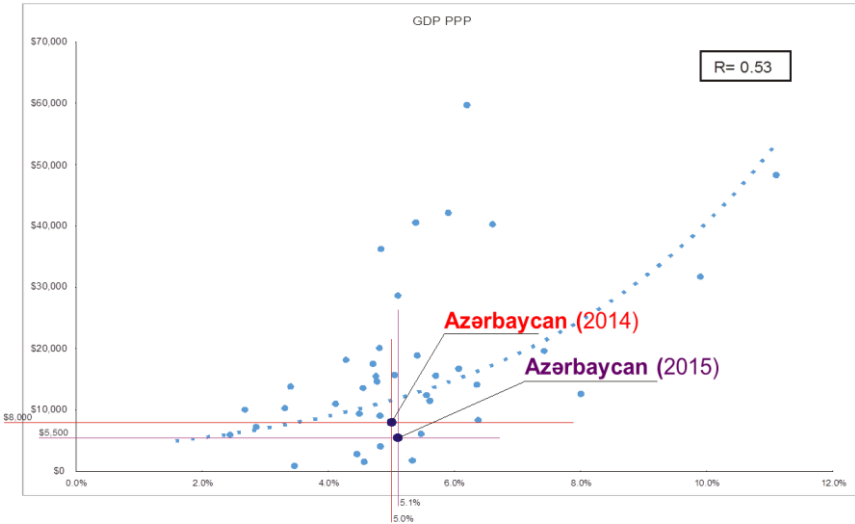


Mənbə: ÜƏMT (2012-ci il), MHA (2014-cü il)

- Göründüyü kimi, kreativ iqtisadiyyatın əsas müəlliflik-hüquq sahələrinin ÜDM-dəki payı göstəricisi (3%) orta səviyyədədir (3,06%) və inkişaf etmiş ölkələrdən geri qalmır.

### 3. Azərbaycanın kreativ iqtisadiyyatının ÜDM-dəki payı ilə beynəlxalq indekslərlə müqayisəsi (GDP per capita və GCI).

#### Copyright industriyaların ÜDM-dəki payı və adambaşına düşən ÜDM-lə əlaqəsi



Mənbə: ÜƏMT, Dünya Bankı

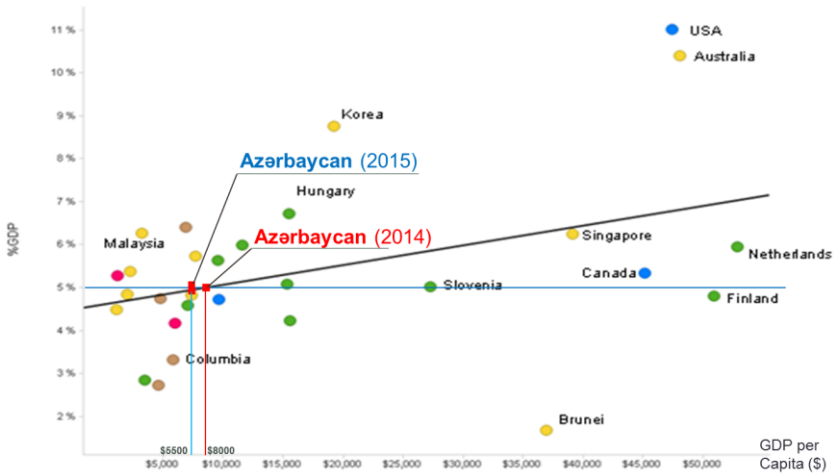
- ❖ Təhlil göstərir ki, ÜDM-dəki kreativ iqtisadiyyatın payı və 2014-cü ildəki Azərbaycanın adambaşına düşən ÜDM-in arasındakı reqressiya (*stoxastik asılılıq*) arasındakı koordinatlar yaxınlığı müşahidə olunur. Bu yaxınlıq 2015-ci ildəki adambaşına düşən ÜDM-in (5500 \$) və 2015-ci ilin kreativ iqtisadiyyat göstəricisi (5,1%)



olduğu halda nisbətən zəifləyir, lakin hər iki halda stoxastik asılılıq əyrisini formalaşdıran nöqtələrin dağılıma çərçivəsindədir.

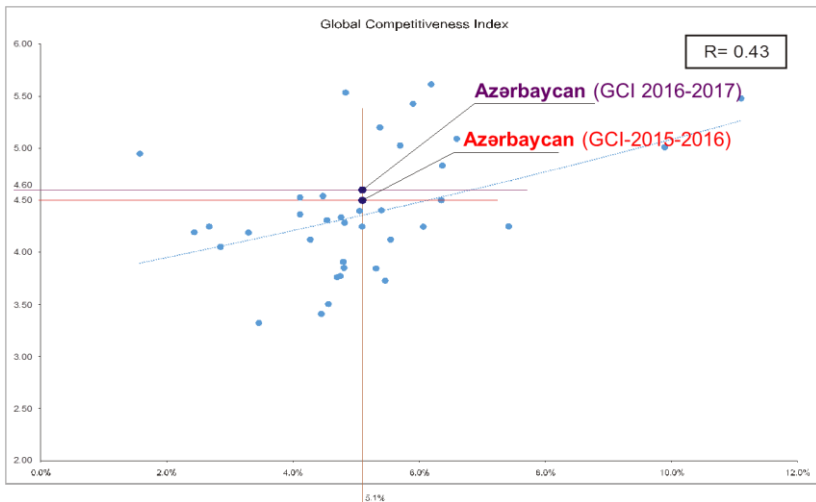
- ❖ Müqayisə üçün kreativ industriyadan ÜDM-dəki payının adambaşına düşən ÜDM ilə ÜƏMT tərəfindən 2012-ci ildə təqdim olunan asılılıq verilərək, göstərilir ki, hər iki halda koordinatların uyğunluğu çox yüksəkdir (demək olar ki, rəqressiya xəttinə düşür və bu milli araşdırmanın yüksək reprezentativliyinin təzahürüdür).

### Kreativ industriyanın ÜDM-dəki payının adambaşına düşən ÜDM-lə əlaqəsi



Mənbə: ÜƏMT, Agentlik, Dünya Bankı

## Kreativ industriyaların ÜDM-dəki payı və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi (2013) arasındakı əlaqə



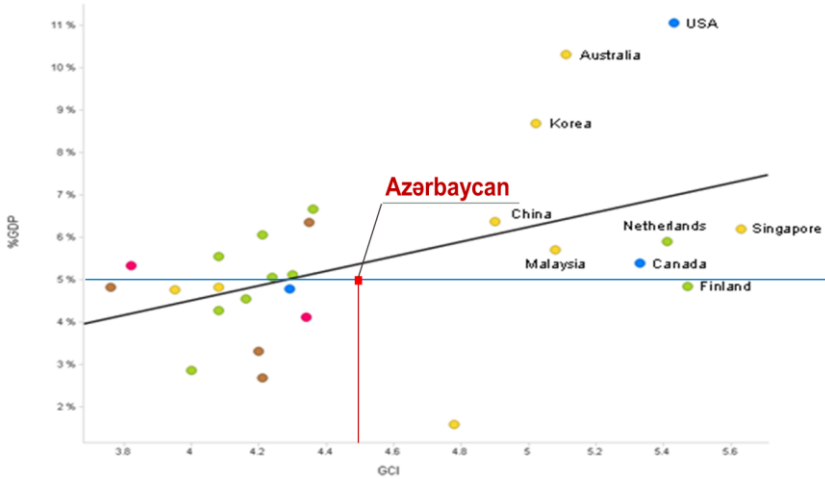
Mənbə: *Dünya İqtisadi Forumu, ÜƏMT, MHA*

- Azərbaycanın 2016-2017-ci illər üçün Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi (GCI) 4,6 reytinglə dünyada 138 ölkə sırasında 37-ci yeri tutaraq, **MDB məkanında liderdir və bir sıra inkişaf etmiş ölkələri üstələyir.**
- Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksinin hesablanmasında «ƏMH-nin qorunması» altindeksindəki (*sütun*) və buradakı «Təsisatlar (*İnstitutlar*)» göstəricisi vacib rola malikdir. Təhlil göstərir ki, Azərbaycan bu sahədə **Cənubi Qafqazın lideridir, MDB ölkələri sırasında ilk 3-lüyə daxildir.**
- Kreativ industriyaların ÜDM-dəki payı və GCI arasındakı əlaqə (*ÜƏMT 2014-cü ilin araşdırmasına əsasən*) göstərir ki, yaranan rəqressiya (*korrelyasiya*) xəttinə Azərbaycanın göstəricilərinin koordinatları istər GCI reytingi 4,6 olduğu halda (2016-2017), istərsə də 4,5

olduğu halda (40-cı yer, 2015-2016-cı il) çox yaxındır, sıx korrelyasiyadadır və bu kreativ iqtisadiyyat üzrə milli araşdırmanın reprezentativliyinin əlavə nümayişi-  
dir.

- Nümunə kimi ÜƏMT-nin 2012-ci ildəki hesabatında olan kreativ industriyaların ÜDM-dəki payı və GCI arasındakı əlaqə verilir və bu şəkildə Azərbaycanın 2014-cü ildəki kreativ iqtisadiyyatının payı (5,0%) və GCI (4,5 bal) göstərilməsi ilə bir daha aralarındakı sıx əlaqə göstərilir.

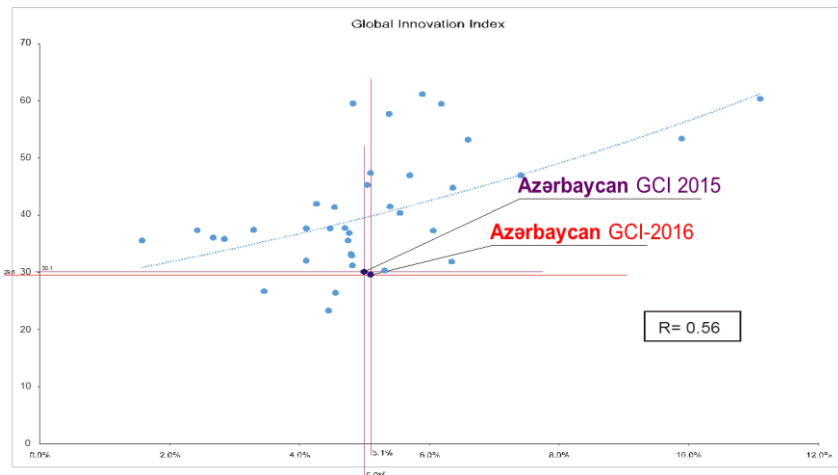
## Kreativ industriyanın ÜDM-dəki payının Qlobal Rəqəbətqabiliyyətlik İndeksi arasındakı əlaqə



Mənbə: Dünya İqtisadi Forumu, ÜƏMT, MHA

#### 4. Azərbaycanın kreativ iqtisadiyyatının beynəlxalq indekslərlə müqayisəsi (GII və IPRP).

##### Kreativ industriyaların ÜDM-dəki payı və Qlobal İnnovasiya İndeksi arasındakı əlaqə



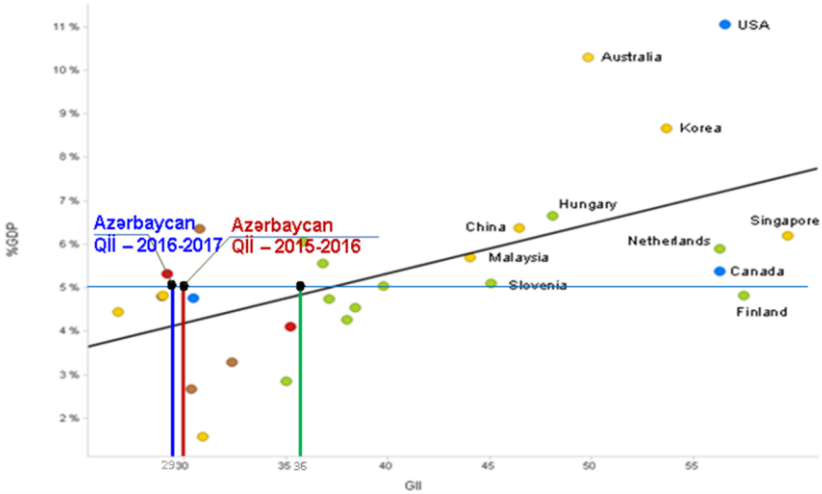
Mənbə: *Kornell Universiteti, INSEAD və ÜƏMT*

- ✓ Kreativ industriyaların ÜDM-dəki payı və Qlobal İnnovasiya İndeksi arasındakı əlaqə ÜƏMT-nin 2014-cü il-dəki hesablamalarından verilir və qeyd olunur ki, GCI araşdırması Kornell Universiteti və Fransa Tədqiqat Mərkəzi **ÜƏMT-nin iştirakı ilə aparılır**.
- ✓ Göründüyü kimi, kreativ iqtisadiyyatın payı və Qlobal İnnovasiya İndeksi arasındakı müsbət əlaqə mövcuddur və bu asılılıq müvafiq reqressiya xətti ilə ifadə olunur.
- ✓ 2016-2017-ci illərdə Azərbaycanın GCI-nin rəqəmi 128 ölkə arasında 29,6 bal idi və 85-ci yerdə yerləşdirildi, 2015-2016-cı illərdə isə Azərbaycan Qlobal İnnovasiya

İndeksinin rəqəmi 30,10 bal ilə 144 ölkə arasında 93-cü yerdə göstərilmişdi.

- ✓ **Təhlil göstərir ki, Azərbaycanın bu mövqeyi hər iki halda repressiya asılılığı ilə çox zəif əlaqədədir, koordinatların yaranan fərqi böyükdür və üstəlik, 2016-cı ildə ziddiyyət daha da qabarıq görünür.**
- ✓ Məsələyə müəyyən aydınlıq gətirmək məqsədilə Azərbaycanın öncə göstərdiyimiz kreativ iqtisadiyyatı və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi arasındakı sıx əlaqəyə əsaslanaraq. Belə ki, Azərbaycan GCI görə innovasiyalarla bağlı olan 4,2 balla «Property Rights Protection» altindeksi üzrə 71-ci yeri tutmuşdur və «IPR Protection» indeksinin yerləşdiyi «Institutions» sütununda 4,2 balla 48-ci yerdədir. Həmçinin «Innovation and sophistication factors» subindeksində 3,8 balla 49-cu yeri tutaraq, «İnnovasiyalar» hissəsi üzrə 3,6 balla 44-cü yerdədir və bu göstəriciyə görə MDB məkanında liderdir.
- ✓ Qeyd edilməlidir ki, GCI – 2015-2016-a əsasən, Azərbaycan «İnnovasiyalar» üzrə 3,3 balla 61-ci yeri tutmuşdur və beləliklə, GCI – 2016-2017 üzrə öz vəziyyətini 0,3 bal və 15 pillə yüksəltmişdir və 44-ci yerdə 3,6 balla qərarlaşmışdır. Halbuki GII – 2016-2017 GII – 2015-2016 ilə müqayisədə Azərbaycanın yeri 8 pillə yaxşılaşsa da balları 30,10-dan 29,64-ə düşüb.
- ✓ **Bu ziddiyyətə cavab axtarılmalıdır.**
- ✓ ÜƏMT-nin 2012-ci ildə apardığı hesablamaların nəticəsində kreativ industriyanın ÜDM-dəki payı və Qİİ arasındakı müəyyən etdiyi asılılığı da əsas götürsək, qurulan Azərbaycanın göstəriciləri (*5% kreativ iqtisadiyyat – 2014-cü il və müvafiq olaraq, Qİİ-nin son illərdə verilən 29 və 30 balları*) öncə qeyd etdiyimiz ziddiyyəti təsdiqləyir.

## Kreativ industriyanın payı və Qlobal İnnovasiya İndeksi arasındakı əlaqə

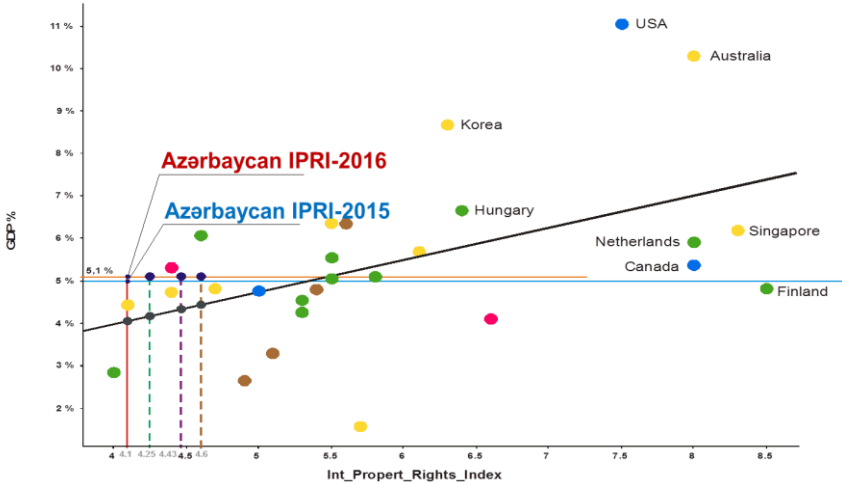


Mənbə: ÜƏMT, Kornell Universiteti, INSEAD, MHA

- Aydın görünür ki, Azərbaycanın rəqəmi 36 civarında olduğu halda reğressiya xəttindən fərqi onda bir faiz səviyyəsində olacaqdır. Bu isə Qlobal İnnovasiya İndeksi üzrə 60-70-ci yerlərə uyğun gəlir (*burada rəqəmi 37-35 arasındadır*). Bu vəziyyətdə Azərbaycanın Qlobal İnnovasiya İndeksi istər ÜƏMT-nin kreativ industriya üzrə, istərsə də Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksinə uyğun olardı (*Bu məlumat 2016-cı ildə ÜƏMT ilə keçirilən beynəlxalq konfransda açıqlanmışdır*).

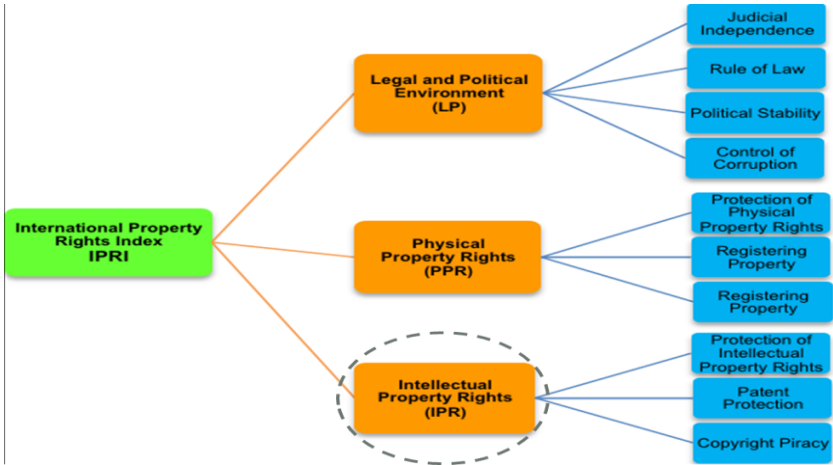
Bu ziddiyyətlər Qİİ-2016-2017-də açıqlanmış statistika-dakı Azərbaycan haqqında məlumatlara müvafiq ehtiyatla yanaşmaya zərurət yaradır.

## Azərbaycanın ÜDM-də kreativ industriyanın payı, Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi və Beynəlxalq Mülkiyyət Hüquqları İndeksi arasındakı əlaqə



Mənbə: ÜƏMT, Mülkiyyət Hüquqları Alyansı, MHA

- ▶ ÜƏMT-nin 30 ölkə arasında keçirilmiş 2012-ci ilin «Copyright + Kreativlik = Yeni iş yerləri + İqtisadi artım» adlı Hesabatında göstərilir ki, kreativ iqtisadiyyat və Mülkiyyət hüquqlarının qorunması beynəlxalq İndeksi (IPRI) arasında güclü asılılıq mövcuddur. 2014-cü ilin hesablamalarında ÜƏMT asılılığı verilməyindən ÜƏMT-nin 2012-ci ilin nəticələri istifadə olunur.
- ▶ Mülkiyyət Hüquqlarının Qorunması Beynəlxalq İndeksi (*International Rights Property Index*) Mülkiyyət Hüquqlarının Alyansı (*Property Rights Alliance*) tərəfindən aparılır və 2015-ci ildə Azərbaycan ilk dəfə olaraq araşdırılan ölkələr çərçivəsinə daxil edilib.



$$IPRI = \frac{LP + PPR + IPR}{3}$$

- Alyansın Hesabatında göstəriləndiyi kimi, burada istifadə olunan materiallar İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, Dünya Bankı, ÜTT, **ABŞ Ticarət Nümayəndəliyinin İdarəsi** və müxtəlif beynəlxalq və Milli Tədqiqat Mərkəzlərinin verilənləri əsasında aparılıb və 2015-ci ildə 129 ölkəni və 2016-cı ildə 128 ölkəni əhatə edib.
- IPRI-də göstərilir ki, Azərbaycanın 2015-ci ildə IPRI indeksi yalnız 4,1 balla 103-cü yerdə, 2016-cı ildə isə 4,1 balla 109-cu yerdədir.
- Azərbaycan üçün kreativ iqtisadiyyat 5,1%, IPRI - 4,1 bal, asılılıq özünü zəif biruzə verir (*koordinatların reqressiya xəttindən uzaqlığı*).
- Səbəblərini araşdırmaq üçün bir tərəfdən ən mötəbər və peşəkar ÜƏMT-nin kreativ iqtisadiyyat ilə bağlı 2012-ci il Hesabatı və orta kreativ industriyanın ÜDM-dəki payı və Hüquqların Qorunması (*mühafizəsi*) Beynəlxalq İndeksi arasındakı asılılıq, digər tərəfdən isə Azərbaycan IPRI indeksinin detalları ilə nəzərdən keçirilir.



- 2016-cı ilin hesabatı imkan verir ki, «əqli mülkiyyət hüquqlarının qorunması» altindeksinə diqqət yetirək və Azərbaycanın «Əqli mülkiyyət hüquqları» (IPR) altindeksi 2015 və 2016-cı illərdə 2,8 bal təşkil edərək (122-ci yer), iki komponentdən - «əqli mülkiyyət hüquqlarının qorunması» (4,2 balla 86-cı yer) və «piratçılıq səviyyəsi»ndən (1,5 balla 96-cı yer) ibarətdir. Birinci komponent 2015-ci ildə 73-cü yerdə (129 ölkə), ikinci komponent isə 95-ci yerdə (105 ölkə). 2015 və 2016-cı illərdəki hesabatlarda göstərilir ki, 3-cü komponent – «patent qorunması» üzrə Azərbaycandan məlumat yoxdur.
- Beləliklə, Azərbaycan üçün IPR subindeksinin (2,8 bal, 122-ci yer) formalaşması 2 ən az olandan, yəni 96-cı yerdən də aşağıda yerləşir.
- Bunun səbəbi, zənnimizcə, ondadır ki, Azərbaycan “Patent Protect” göstəricisi nəzərə alınmayan 19 ölkə sırasındadır. Qalan 111 ölkənin “Patent Protect” göstəricisi nəzərə alınır, özü də orta q yüksək balla (*təxmini* 6.9 bal). Bu isə müqayisə zamanı ölkələri qeyribərabər vəziyyətə salır, belə ki, 19 ölkənin İPR subindeksi 2 göstərici əsasında, 111-nin isə 3 göstərici əsasında hesablanır ki, bu da riyazi cəhətdən metodik səhvə gətirmək riski yaradır.
- Patent haqqında Azərbaycana aid məlumatların olmaması təəccüb doğurur, çünki bu məlumatlar 2 beynəlxalq sənəddə öz əksini tapıb.
- Qeyd edək ki, Azərbaycanın “Patent Protect” göstəricisi Davos İqtisadi Forumunun 2016-2017-ci illərə görə açıqladığı Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik Hesabatında Azərbaycan 138 dövlət arasında bu göstəriciyə görə 80-ci yeri tutur. ÜƏMT-nin Qlobal İnnovasiya İndeksi Hesabatında isə 128 dövlət arasında 94-cü yerdədir. Bu vəziyyətdə Azərbaycanın “Patent Protect” göstərici-

si nəzərə alınsaydı, Azərbaycanın İPR subindeksi, hətta bizi qane etməyən “Copyright Piracy” göstəricisindən (1.5 bal) aşağı düşə bilməzdi.

- **Xüsusilə qeyd edilməlidir ki, «Copyright Piracy» göstəricisində Azərbaycan üçün 1.5 bal götürüldüyü hal ziddiyyətli nəticələrə gətirib çıxarır.** Belə ki, ABŞ Dövlət Departamentinin 2016-cı ilə görə 301-ci Hesabatının pirat ölkələr siyahısına (*Priority watch List* və *Watch List*) daxil edilmiş 34 ölkədən yalnız 3-nün «Copyright Piracy» göstəricisi üzrə balı 1.5 və ya ondan aşağıdır. Qalan 31 ölkədə Azərbaycandan yüksəkdir. Paradoksal haldır ki, bu ölkələrin 90%-dən çoxu, təqdim etdiyiniz materiallardan göründüyü kimi, 1.5 baldan daha yaxşı nəticələr əldə etmələrinə baxmayaraq, pirat ölkələr siyahısına düşüblər. Halbuki Azərbaycanın piratçılıqla mübarizədə göstəricisi daha pis olsa da pirat ölkələr siyahısında yoxdur.
- Həmin paradoksal vəziyyətin davamı kimi, təhlillərdən aydın olur ki, pirat ölkələr siyahısına düşmüş ölkələrin təxminən 97%-i (*Türkmənistan və Özbəkistana dair göstəricilər olmadığına görə onlar istisna olmaqla*) İPR subindeksi üzrə Azərbaycandan daha yüksək nəticəyə malikdir.
- ▶ Göründüyü kimi, «Piratçılıq səviyyəsi» (1,5 bal) çox aşağı olduğuna görə İPR altindeksinə təsirini göstərir. Şübhəsiz, piratçılıqla mübarizə vacib məsələdir və Azərbaycanda buna diqqət yetirilir və yetiriləcək. Hesabatda göstərilir ki, piratçılığın səviyyəsi yalnız BSA-in məlumatına əsaslanır. Bu göstərici son 10 ildə Azərbaycanda 96%-dən 75%-ə qədər azalsa da (*BSA 84% verir*), hələ də yüksəkdir (*Səbəbi əsasən qeyri-leqal, Microsoft-un lisenziyası olmayan proqram təminatının istifadəsindədir*).

**Qeyd:** 85% softver piratçılığı olduğu halda, yalnız 15% proqram təminatı «təmizdir», qanunidir, bu da 1,5 balı təşkil edir.

► Lakin burada bir neçə problem özünü büruzə verir:

Birincisi, piratçılıq yalnız softver seqmenti ilə bağlı deyil, o özünü nəşrdə (*çap məhsulları*) və musiqi və audiovizual seqmentində (*CD, DVD*) göstərir.

İkincisi, səhvən Hesabatda bir yerdə «Piratçılıq» (*Copyright Piracy*) «Müəllif hüququ» (*Copyright*) kimi təqdim olunur.

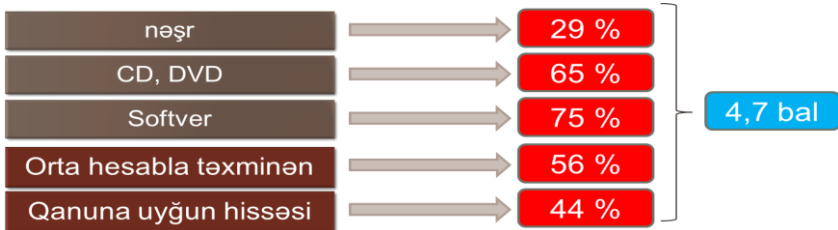
Üçüncüsü, BSA-nın verdiyi 84% softver piratçılığı IPRI hesabatında 1,6 bal ilə götürülməli idi.

❖ Piratçılığı yalnız softver üzrə hesablasaq da (*halbuki bu metodik cəhətdən səhvdir*) görürük ki, rəsmi aşığılanmış statistikaya görə ölkədə mövcud olan kompüterlərin 67.5%-i evlərin, 17.1%-i idarə və təşkilatlarının (*əsasən dövlət*), 8.1%-i təhsil müəssisələrinin, 3.5%-i internet klubların, 0.5%-i kitabxanaların və 3.3%-i digərlərinin (*əsasən özəl*) payına düşür.

❖ Beləliklə, idarə və təşkilatlar və təhsil müəssisələrində olan kompüterlərin cəmi sayı 25.2% təşkil edir. Xüsusi olaraq bildiririk ki, Müəllif Hüquqları Agentliyi, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi və Təhsil Nazirliyinin dəstəyi ilə və "Microsoft" Şirkəti ilə əməkdaşlıq çərçivəsində müvafiq işlər aparılıb və nəticə etibarilə dövlət idarə və təşkilatları, təhsil müəssisələri və müəyyən banklar lisenziyalı proqram təminatı ilə işləyirlər. Deməli, ölkədə lisenziyalı proqram təminatı ilə işləyən kompüterlərin sayı 25%-dən artıq olmalıdır. Bizim apardığımız müşahidələr də göstərir ki, kompüter piratçılığının səviyyəsi təxminən bu civardadır. Belə halda hətta fərdi komyuter istifadəçilərinin, həmçinin şirkət və birliklərin və digər istifadəçilərin hamısında proqram təminatının lisenziyasız olduğu qəbul edilsə

belə, bu sahədə piratçılığın səviyyəsi ən çoxu 75% təşkil edəcəkdir. Bu da “Copyright Piracy” göstəricisi üzrə 2.5 bal deməkdir.

- ❖ Hesabatda “**Intellectual property protection**” göstəricisi üzrə qiymətləndirilmiş 4,2 balla razılaşısaq, belə halda “**Copyright Piracy**” göstəricisi (**2.5 bal**) ilə birlikdə Azərbaycanın **IPR subindeksi** üzrə ümumi balı  $(4.2+2.5):2 = 3.35$  bala bərabər olacaqdır.
- ❖ Belə halda Hesabatda göstərilən digər iki subindekslərin qiymətləri ilə də razılaşısaq, Azərbaycanın ümumi İPRİ İndeksi  $(LP+PPR+İPR) = (3.636+5.756 + 3.35):3 = 4.25$  bal təşkil edəcəkdir.
- ❖ Belə şəraitdə İPR subindeksi 2016-cı ildə daha yuxarı qalxır, ümumi İPRİ indeksi isə 25 pillə yüksəlir və təxminən 80-ci yerlərdə qərarlaşır.
- Lakin əsas problem bununla bitmir: müxtəlif seqmentlər üzrə Azərbaycanın 2016-cı ildə göstəriciləri aşağıdakılardır:



- Bu isə təxminən 2016-cı ilin hesabatına görə 70-ci yerlərə uyğundur. İPR altindeksi isə  $\frac{4,2+4,4}{2} \approx 4,3$  bal, təxminən 80-ci yerlər, İPRİ indeksi isə öz növbəsində  $\frac{3,7+5,8+4,3}{3} = 4,6$  bal olmalıdır.
- 4,6 bal (*sxemə bax*) təxminən 77-ci yerə uyğundur, bu isə mövcud olan 1%-ə qədər regressiya xəttindən fərqi təxminən 2 dəfə azaldır və ÜƏMT, İqtisadi Forumun Rəqabətqabiliyyətlik İndeksinə daha uyğunlaşır.

## VI. Kreativ iqtisadiyyat və KOS fəaliyyəti

- ❖ Azərbaycanda KOS sahibkarlığa aid 2016-cı ilin əvvəlinə əşğıdakilə meyarlar mövcuddur:
  - kiçik sahibkarlar: 25 nəfərədək, 200 min man. illik gəlir;
  - orta sahibkarlar: 25 nəfərdən 125 nəfərədək, 200 min manatdan 1250 min manatədək gəlir və buna uyğun olaraq, sahibkarların 97%-i kiçik və 2%-i orta hesab olunur.
- ❖ 2015-ci ildə qeyri-neft sektorunda kiçik sahibkarlıq subyektlərinin payı əlavə dəyərdə 5,8%, ümumi mənfəətdə 0,7%, işçilərinin illik orta sayında 6,5% təşkil etmişdir.
- ❖ Bunlardan 2015-ci ildə ölkədə fəaliyyətdə olan kiçik sahibkarlıq subyektləri (*fiziki və hüquqi şəxslər*) 83017 vahid idi (79,7%).

Sahələr	Fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayı		Onlarda işləyənlərin sayı, nəfər		Məhsulun (işin və xidmətin) həcmi, min man.	
<b>2015</b>						
Cəmi	100%	17847	100%	87626	100%	959094,6
Sənaye	6,9%	1241	7,6%	6667	4,8%	46197,3
Tikinti	8,1%	1445	4,5%	3953	13,6%	130296,4
Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və baliqçılıq	9,2%	1659	5,4%	4734	3,8%	36411,4
Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	38,1%	6781	40,1%	35144	29,7%	285098,2
Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	1,7%	312	3,4%	2999	4,7%	44709,2
<b>İnformasiya və rabitə</b>	<b>2,8%</b>	<b>491</b>	<b>3,0%</b>	<b>2619</b>	<b>4,6%</b>	<b>44094,3</b>
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai işə	<b>2,9%</b>	<b>524</b>	<b>4,0%</b>	<b>3479</b>	<b>2,0%</b>	<b>19041,9</b>
Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	1,6%	295	2,6%	2278	1,6%	15365,1
<b>İstirahət, əyləncə və incəsənət sahəsində fəaliyyət</b>	<b>1,8%</b>	<b>318</b>	<b>2,9%</b>	<b>2522</b>	<b>2,7%</b>	<b>26338,4</b>
Təhsil	1,3%	234	3,2%	2824	7,3%	69909,4
<b>Peşə, elmi və texniki fəaliyyət</b>	<b>7,5%</b>	<b>1339</b>	<b>7,1%</b>	<b>6188</b>	<b>13,0%</b>	<b>124878,6</b>
Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	1,7%	313	4,0%	3528	1,3%	12761,5
İnzibati və yardımçı xidmətlərin göstərilməsi	4,2%	732	4,4%	3871	7,6%	72599
Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi	12,2%	2163	7,8%	6820	3,3%	31393,9

- ❖ Cədvəldən göründüyü kimi, 2015-ci ildə 17847 kiçik müəssisə idi və bunların məhsulunun həcmi 959094,6 min man., işləyənlərin sayı isə 87626 nəfər idi və kiçik müəssisələr öz fəaliyyətini bir sıra istiqamətlər üzrə qurmuşdular (*sənaye, tikinti, kənd təsərrüfatı, nəqliyyat və s.*).
- ❖ **Göründüyü kimi, potensial cəhətdən kreativ industriyalar sahəsində kiçik müəssisələrin (*altında xətt çəkilmiş*) payı aşağıdakı kimidir:**

Müəssisələrin sayı, %	İşləyənlərin sayı, %	Məhsulun həcmi, %
16,3	20,2	29,6

- ❖ Nəzərə alsaq ki, kreativ industriyalar KOS-lıq üçün əlverişli sahələrdir, mövcud ehtiyatların olduğunu görürük.

## NƏTİCƏLƏR

1. Kreativ iqtisadiyyat üzrə ÜƏMT-nin beynəlxalq tədqiqatları göstərir ki, bu sahə rəqabətqabiliyyətliliyin və iqtisadi inkişafın hərəkətverici qüvvəsinə çevrilib, inkişaf etmiş və bir sıra inkişafda olan ölkələrdə aparıcı rola malikdir və iqtisadi böhran şəraitində digər sahələr üçün stimullaşdırma gücünə malikdir.
2. Kreativ iqtisadiyyatın xüsusi əhəmiyyəti onun yaradıcılıq və innovasiyaların rolu haqqında qlobal məlumatlanmanın təşkili və əqli mülkiyyət hüquqlarının iqtisadi, sosial və mədəni inkişafdakı danılmaz əhəmiyyətindən ibarətdir.
3. Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar ÜƏMT-nin və Milli araşdırmaların nəticələrinə əsasən, kreativ iqtisadiyyatın əsasını təşkil edir.
4. Dövlət başçısının yürütdüyü siyasət və onun əsasında qurulan «Azərbaycan modeli» ölkənin intensiv dayanıqlı sosial-iqtisadi inkişafını təmin edir, həyata keçirilən islahatlar biznes mühitini yaxşılaşdırır və ƏM sahəsində qanunverici və idarəedici tədbirlərin möhkəmləndirilməsinə qulluq edir, bununla da son 10-12 ildə Copyright-a əsaslanan kreativ iqtisadiyyatın həcmnin 13 dəfə artmasına gətirib çıxarıb və hal-hazırda ÜDM-in 5,1%-ni təşkil edir.
5. Qİİ və İPRI Beynəlxalq indekslərinin Azərbaycan üzrə hesablamalarına ehtiyatlı yanaşma və daha dəqiq metodoloji və verilənlər bazasından istifadə etmək məqsədə müvafiqdir.
6. KOS-ların innovasiyalı fəaliyyət və kreativ iqtisadiyyata cəlb edilməsi aktual problemlərdən biridir.

---

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyində  
hazırlanmışdır.