

KAMRAN İMANOV

**KREATİV İQTİSADİYYAT,
ƏQLİ MÜLKİYYƏT VƏ
İQTİSADI ARTIM**

Bakı – 2019

Kamran İmanov,

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri.

Kreativ iqtisadiyyat, əqli mülkiyyət və iqtisadi artım. Bakı, 2019

Bu kitabça Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri Kamran İmanovun 9 dekabr 2019-cu il tarixində Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyinin təşkilatçılığı ilə keçirilən "Kreativ Azərbaycan" portalının təqdimatı və "Yaradıcı sənayelər: dayanıqlı inkişaf və məşğulluq üçün yeni imkanlar" mövzusunda nazirlər panelində etdiyi giriş sözü və prezentasiyası əsasında hazırlanmışdır.

© Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyi, 2019

Mündəricat

Giriş sözü	5
I. Əqli mülkiyyət və kreativ iqtisadiyyat	7
Prezentasiya	12
II. Kreativ Azərbaycan rəqəmlərdə (tezislər)	12
III. Əlavə 1	35
IV. Əlavə 2	38

Giriş sözü

Hörmətli Forum iştirakçıları!

Kreativ Azərbaycanı görmək hər birimizin istəyidir. Qədim Azərbaycan xalqının irsi, o cümlədən ənənəvi mədəni nümunələri, ənənəvi bilikləri, ənənəvi sənətkarlığı kreativliyindən irəli gəlir. Bakı artıq “kreativ şəhər” qəbul olunub və ümidvaram ki, bu cərgəyə digər mədəni mərkəzlərimiz də daxil olacaq. Bunun üçün obyektiv əsaslar mövcuddur və ilk növbədə cənab Prezident İlham Əliyevin həyata keçirdiyi düşünülmüş, uzaqgörən siyasətidir. Bu siyasətin bəhrələridir ki, islahatçı ölkələrin avanqardına daxil olan Azərbaycan “Doing Business - 2020” hesabatında islahatçı 20 ölkə sırasına daxil edilib. Dünya İqtisadi Forumunun Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi - 2019 hesabatında Azərbaycan qanunvericiliyin effektivliyinə – 13-cü, hökumətin dəyişikliklərə olan reaksiyasına – 5-ci və hökumətin gələcəyə yönəlmiş fəaliyyətinə, uzaqgörənliyinə görə 10-cu yerləri tutur.

Azərbaycanın kreativliyinin dəstəklənməsində Birinci vitse-prezident Mehriban xanım Əliyevanın xidmətləri əvəzsizdir. Onun Azərbaycanın yaradıcı və sənətkar təbəqəsinə, kreativ sinfinə olan qayğısı, mədəniyyətə, milli mədəni dəyərlərimizə olan diqqəti və humanitar sahədə həyata keçirdiyi tədbirləri kreativ Azərbaycanın reallaşdırılmasında böyük rəğbətlə qarşılanır.

İnnovativ inkişaf yolunun tərkib hissəsi olan, kreativlikdən bəhrələnən və kreativliyi bəsləyən əqli mülkiyyət (ƏM) sahəsinin inkişafında islahatlar və yeniliklər öz əksini tapmış olur. Belə ki, son Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksinə

əsasən, Azərbaycan 141 ölkə arasında “əqli mülkiyyətin qorunması” göstəricisinə görə 30-cu yerdə qərarlaşıb. **Burada diqqəti cəlb edən odur ki, 2015-2016-cı illərdən, yəni islahatların yeni mərhələsindən başlayaraq, bu göstərici ardıcıl olaraq yaxşılaşır. Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksində 92-ci yerdən 2016-2017-ci illərdə – 71-ci, 2017-2018 – 37-ci, sonra 36-cı və nəhayət 2019-cu ildə 30-cu yerə yüksəlib.** ƏMA-nin mövcud statistika və ÜƏMT-nin təlimatı əsasında apardığı hesablamaları göstərir ki, Azərbaycanın kreativ iqtisadiyyatının ÜDM-dəki payı 5,1%-ə çataraq, bir neçə inkişaf etmiş ölkələr səviyyəsindədir.

Bütün bunlar Azərbaycan Respublikasının rəhbərliyinin islahatlarının dərinləşdirilməsinin qiymətləndirilməsidir, islahatların davamlılığına verilən beynəlxalq dəyərdir, kreativliyə, yenilikçiliyə, innovasiyalara və gələcək Azərbaycana olan töhfələrdir. Kreativliyə, innovasiyalara doğru kardinal dəyişikliklər Azərbaycanın yeniləşməsinin növbəti, dördüncü sənaye inqilabının fəal iştirakçısına çevrilməlidir.

I. Əqli mülkiyyət və kreativ iqtisadiyyat

1. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi tərəfindən “Kreativ Azərbaycan” portalının yaradılması və bu münasibətlə keçirilən Forumu uzun illərdir yaxın sahədə işləyən mütəxəssis kimi dəstəkləyirəm, iştirakçıları salamlayıram, uğurlar arzulayıram və dəvətə görə təşəkkürümü çatdırıram.

Az sonra nəzərdə tutulan prezentasiyada kreativ Azərbaycanı rəqəmlərlə təqdim edəcəyik. İndi isə məqsədim “kreativ iqtisadiyyat”da ƏM-in rolunu ifadə etməkdir.

İqtisadiyyat, elm, mədəniyyət, informasiya texnologiyaları və hüququn kəsişməsində yaranan **əqli mülkiyyət** mövcud olan biliklərdən əmələ gəlir, yeni biliklərin yaranması ilə tamamlanır və bununla “biliklər dövrünü” təşkil edir. “Əql” və “mülkiyyət” terminlərinin birləşməsi nə deməkdir? Əqli fəaliyyət nəticələrinin (ƏFN) mühümlüyünü nəzərə alaraq, cəmiyyət tərəfindən tanınmasından irəli gələn, yaradıcının mülkiyyətinə çevrilməsinin işarəsidir. Bu məqsədlə duyulmayan ƏFN obyektiv əks olunmalıdır, onların qorunması isə təqdim edilən hüquqlar vasitəsilə həyata keçirilir. ƏFN-nin, hansılar ki, ideya, zəka məhsuludur, qorunması üçün obyektiv format, yəni fiksə edilməsi, əşyaya çevrilməsi ƏM-in ikili təbiətindən irəli gəlir. Bu amil **ƏM-in mədəni və kreativ sənayelərə bağlanması** kökündə durur.

2. Mədəniyyət Nazirliyinin təqdimatında ikili adla “Yaradıcı və mədəniyyət sənayeləri” konsepti təqdim olunur və arayış-konsepsiyadan göründüyü kimi, bu sıraya həm “yaradıcı” (kreativ), həm də mədəni industriyaların

elementləri daxil edilib (musiqi, nəşrlər, qədim sənətkarlıq, mədəni irsin digər komponentləri, moda, reklam və s.).

Təqdim edilən materialdakı “yaradıcı və mədəni sənayelər” və bu gün işlədilən “Kreativ sənayelər” (industriyalar) anlayışları arasında fərqlənmə sərhədi görünür və biz bu yanaşmanın qeyri-müəyyənliyi, operasional olmaması səbəbindən mütəxəssislər tərəfindən qəbul edilmiş “Cultural industries” (“Mədəni sənayelər / industriyalar”) və “Creative industries” (“Kreativ sənayelər / industriyalar”) konseptlərini (anlayışlarını) istifadə edəcəyik.

Bu cür fərqlənmə UNESCO-nun sənədlərində (2013-cü il) və ÜƏMT-nin bütün sənədlərində təsdiqlənir. Bu iki konsept arasında demarkasiya aparmaq, onların məzmununu və həcmi müəyyən etmək üçün müvafiq meyarlar lazımdır.

Belə meyarlar hansılardır? Maraqlısı odur ki, anlayışların fərqləndirilməsində meyar qismində məhz “müəlliflik hüququ” və daha geniş mənada “əqli mülkiyyət” anlayışları çıxış edir.

3. Bunu göstərmək üçün biz “yaradıcılıq” və “ intellektual (əqli)” fəaliyyətlərin izahını müəlliflik və əqli mülkiyyət hüquqları vasitəsilə verməliyik.

Bəllidir ki, **əqli fəaliyyət – insan aktivliyinin xüsusi formasıdır və onun əsasında insanın düşünmə bacarığı durur.** Yaradıcılıq da fəlsəfədə fəaliyyət kateqoriyası vasitəsi ilə izah olunur və yeni obyektlər və keyfiyyətlər, davranış və ünsiyyət sxemləri, yeni obrazlar və biliklər yarıdan insan fəaliyyəti kimi müəyyən edilir. Başqa sözlə desək, yaradıcılıq öz – özlüyündə yaradılan nəticə vasitəsilə

yeni obyektlərə, yeni obrazlara, yeni biliklərə nisbətdə müəyyən edilən insan aktivliyinin formasıdır (həm əqli, həm də yaradıcılıq fəaliyyəti qeyri-maddi nemətlər yaradır).

Deməli, “yaradıcılıq fəaliyyəti” “əqli fəaliyyət” dən yenilik nəticələrin yaradılması ilə fərqlənir. Lakin “yaradıcılıq”ın ədəbiyyatda səliss tərifi yoxdur. Kulturoloji və fəlsəfi ədəbiyyatda “əqli fəaliyyət” və “yaradıcılıq fəaliyyəti” anlayışları arasında aşkar hədudlar olmadığından (az halda bu anlayışlar identifikasiya edilir, digər halda isə fərqləndirilir, özü də subyektiv əsaslarla) peşəkarlar müəlliflik hüququ obyektlərinə və daha geniş mənada ƏM obyektlərinə müraciət edir.

4. Hər şeydən əvvəl qeyd edək ki, ƏM obyektləri kimi qorunan ƏFN-nin bir qismi yaradıcı xarakter daşıyanlardır, digərləri isə yaradıcılıq əməyinin nəticəsi olmayanlardır. Yaradıcı əməyin nəticəsi müəllif hüquqları obyektləri (elm, ədəbiyyat və incəsənət əsərləri), əlaqəli hüquqlar obyektləri (ifalar), sənaye mülkiyyəti obyektləri (ixtira, faydalı modellər, sənaye nümunələri), seleksiya nailiyyətləri, integral sxem topologiyalarıdır.

Yaradıcılıq meyarı olan ƏM obyektlərini yaradanlara mütləq olaraq şəxsi hüquqlar verilir. Aşağıdakı ƏM obyektləri isə yaradıcı əməyin deyil, əqli fəaliyyətin məhsullarıdır:

- fonogram istehsalçısı,
- yayım və kabel yayımı təşkilatları,
- məlumat bazasının istehsalçısı (sui generis),
- istehsal sirlərinin sahibi (nou-hau),
- firma adlarına hüququn subyektləri,

- ticarət və xidmət nişanlarına hüquq sahibi,
- əmtənin mənşə yerinin adının hüquq sahibi, həmçinin coğrafi göstərici;
- kommersiya sirlərini istifadə edən hüquqi şəxslər.

Qeyd edək ki, yaradıcılıq əməyi (nəticəsi obyektiv ifadə olunduğu halda) müəlliflik hüququnun meyarıdır və buna görə də qanunvericilik normalarında istifadə edilir. Müəllifin hüquqları həm iqtisadi (əmlak), həm də şəxsi (qeyri-əmlak) hüquqlardır.

Bu hüquqlar subyektiv tərkibinə görə də fərqlənir: şəxsi qeyri-əmlak hüquqlar yalnız fiziki şəxsdə yaranır və ondan ayrılmazdır. Eyni zamanda müstəsna əmlak hüquqları isə həm fiziki, həm də hüquqi şəxslərə məxsus ola bilərlər.

Beləliklə, "yaradıcı əmək" anlayışının müəyyən edilməsində, habelə yerli və xarici hüquq normaları və elmi doktrinalar nəzərə alınmaqla, **"yaradıcılıq" kateqoriyasının şərhində müəlliflik hüququna və mənəvi (qeyri-əmlak, şəxsi) hüquqlara əsaslanaraq, yaradıcı əmək haqqında tərfi ifadə etməyə imkan yaranır. Yaradıcı əmək insanın elə bir əqli fəaliyyətidir ki, onun nəticəsi müəlliflik hüququ obyektidir, istisnalar və digər qanunla nəzərdə tutulmuş qorunan ƏM obyektləri sırasına keçirilməməsi nəzərə alınmaqla.**

Yaradıcı əməyin paralel formulu qorunan ƏFN-də mənəvi (şəxsi, qeyri-əmlak) hüquqların olmasına əsaslanan tərif olacaqdır. Başqa sözlərlə, **yaradıcı o ƏFN hesab ediləcək ki, onlara ƏM obyektləri kimi qorunma verildikdə iqtisadi (əmlak) hüquqlarla yanaşı, mənəvi (şəxsi, qeyri-əmlak) hüquqlara da malik olurlar.**

Beləliklə, yaradıcılıq (kreativlik) ya müəlliflik hüququ obyektinə, ya da şəxsi hüquqlar olan ƏM obyektlərinə bağlıdır. Deməli, köklü, prinsipial olan suala – “yaradıcı (kreativ) industriyalar” anlayışında ƏM sisteminin yeri nədən ibarətdir, qorunma mexanizmlərinin tətbiqi nədir? – cavab birmənalıdır. **Yaradıcı (kreativ) industriyalara yanaşma bilavasitə müəlliflik və əqli mülkiyyət hüquqları ilə qorunmanın mahiyyətindən irəli gəlir.**

Odur ki, dünya peşəkarlarının qəbul etdiyi yanaşma “mədəni” və “kreativ” sənayelərin açıqlamasında müəlliflik və əqli mülkiyyət hüquqlarının durmasını nəzərdə tutur. Bu da təbiidir, çünki hər iki anlayış mədəni-kultural və hüquqi mənası ilə yanaşı, böyük iqtisadi potensiala malikdir.

Prezentasiya

II. Kreativ Azərbaycan rəqəmlərdə (tezislər)

Kreativ iqtisadiyyat nə deməkdir?

II.1. «Kreativlik», «kreativ» konseptlərinin mənası.

Konseptin lüğətlərdə aşağıdakı tərcümələri və mənalari mövcuddur:

- «Kreativlik» (*latınca «creatio», fransızca «creation», ingiliscə «creativity», rusca «креативность»*) – yaradıcılıq, quruculuq, yenilik, fəaliyyət (*Ensiklopedik lüğət*);
 - şəxsin prinsipial cəhətdən yeni ideyalar formalaşdırması, yaradıcı imkanları (*Psixoloji lüğət*);
 - «kreativ» - yaradıcı, orijinal, qeyri-adi, yeni, təkrar olunmaz, unikal.
- «Kreativ iqtisadiyyat» anlayışı ilk dəfə «Business Week» jurnalı tərəfindən işlədilib (*avqust, 2000-ci il*) – 1-ci versiya və bunun davamı olaraq;
 - John Howkins «The Creative Economy», №4, «The Penguin Press», 2001-ci il;
 - Bu termin Richard Floridanın məşhur kitabında (*«The Rise of the Creative Class», 2002*) dərin işlənilib və bundan sonra öz yerini tapıb.

«Kreativ iqtisadiyyat» ifadəsinə C.Houkins və R.Floridanın əsərlərində yanaşmaları:

Hər bir alim «kreativ iqtisadiyyatlar» konseptinə özünəməxsus yanaşma əsasında mövqeyini təqdim edir.

Lakin bu yanaşmalar fərqə yox, daha çox bir-birini tamam-
lamağa xidmət edir.

Houkins: «Kreativ iqtisadiyyatları» 15 kreativ sənaye
sahələrindən ibarət olduğunu göstərir, o cümlədən:

- elmi-tədqiqat və təcrübi konstruktor işləri (*ETTK*);
- nəşr işi;
- proqram təminatı;
- TV və radio;
- dizayn;
- musiqi;
- kino;
- oyuncaqlar və oyunlar;
- reklam;
- memarlıq;
- ifaçılıq sənəti;
- sənətkarlıq;
- video-oyunlar;
- moda;
- incəsənət.

Bu sahələr Copyright, patent, əmtəə nişanları və orijinal
işləmələri şəklində əqli mülkiyyəti yaradanlardır. **Bu növ
tərif sahəvi, operasional tərifdir.**

**Florida «kreativ iqtisadiyyatlar»a aşağıdakıları əsas
götürürdü:**

- ✓ «Kreativ iqtisadiyyat peşə (*fəaliyyət növü*) əsasında
müəyyən olunur», «iqtisadiyyatın və cəmiyyətin apar-
ıcı qüvvəsi kreativlikdir», yəni «bilik iqtisadiyyatın bi-
likləri əsasında praktiki yeni formaların yaradılması-
dır».

- ✓ «Bilik və informasiya kreativlik üçün alət və işçi materialıdır və məhsulu isə innovasiyadır».
- ✓ Kreativ sinfin bazası iqtisadiyyatdır, yəni kreativ sinif nümayəndələri yaradıcılıq fəaliyyəti nəticəsində iqtisadi dəyərlər istehsalçılarıdır.
- ✓ Bu tərif isə fəaliyyət növünə əsaslanan **konseptual tərifdir**.

«Kreativ iqtisadiyyatlar»ın verilmiş tərifləri aşağıdakılardan bəhs edir:

- **Operasional tərif əsasında kreativ iqtisadiyyat – yaradıcılıq fəaliyyəti ilə bağlı məhsul və xidmətləri yayan, istehsal və istehlak edən milli və beynəlxalq iqtisadiyyatın müvafiq sektorudur** (Kreativ iqtisadiyyatın tərkibinə ETTK, softver, kinobiznes, kitab ticarəti, media, musiqi və artbiznes, video-oyun, reklam və dizayn və s. məhsul və xidmətləri bazarları daxil edilir).
- **Konseptual tərif əsasında kreativ iqtisadiyyat kreativliyin daşıyıcılarını və onların fəaliyyəti nəticəsində yeni formaları (innovasiyaları) nəzərdə tutur.**

«Kreativ iqtisadiyyatlar»a verilən operasional və konseptual təriflərlə yanaşı, «Kreativ iqtisadiyyat» anlayışını ilk dəfə işlədən və hazırda lider olan Böyük Britaniyanın Mədəniyyət, media və idman Departamentinin verdiyi təriflə tanış



>> GUIDE
ON
SURVEYING THE ECONOMIC CONTRIBUTION
OF THE COPYRIGHT INDUSTRIES
2015 REVISED EDITION



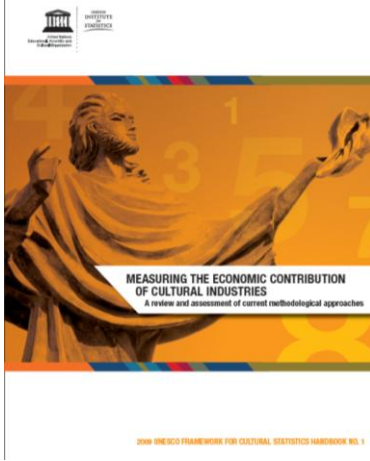
olaq: «*Kreativ iqtisadiyyatlar – əsasında fərdi yaradıcılıq başlanğıcı, vərdiş və ya istedad duran və əqli mülkiyyətin istehsalı və istismarı yolu ilə əlavə dəyər və iş yerlərini yarada bilən fəaliyyətdir.*».

- **UNESCO-nun «kreativ iqtisadiyyatlar»a** verdiyi tərifdir: «*Kreativ iqtisadiyyatlar – qeyri-maddi və mədəni xarakterli yaradıcı məzmunununun yaradılmasını, istehsalını və kommersionlaşmasını özündə cəmləşdirən iqtisadiyyat sahələridir.*».
- Qeyd etdiyimiz kimi, «kreativ industriyalar» və «mədəni industriyalar» anlayışları hazırda bir-birindən ayrılmış şəkildə verilir. Bunlar BMT, UNESCO, ÜƏMT və digər təşkilatların və Avropa İttifaqının sənədlərində öz əksini tapır.

UNCTAD-in «Creative Report» (2010-cu il) sənədinə «mədəni industriyalar» yaradıcı fəaliyyətin məhsullarının yaranmasını, istehsalını və kommersionlaşmasını nəzərdə tutan iqtisadiyyat sektorudur. Bu məhsullar əmtəə və ya xidmət formasını ala bilər və adətən müəlliflik hüququ obyektləridir.

Avropa Komissiyasının «Unlocking the potential of cultural and creative industries» «Yaşıl kitab»ında mədəni industriyalar kommersioniya qiymətindən asılı olmayan müəyyən mədəni dəyərləri təcəssüm etdirən əmtəə və xidmətlərin istehsalı və yayılması ilə məşğul olan sahələrdir.

- Beləliklə, «mədəni» və «kreativ» industriyalar anlayışları fərqlidir və «mədəni industriyalar» anlayışı məhz sektorun sosial əhəmiyyətini və qeyri-kommersioniya olduğunu qabarıq göstərmək məqsədilə istifadə olunur.
- **Təhlil göstərir ki:**



- Kreativ iqtisadiyyatın sahəvi məxsusluğu əsasən – iqtisadiyyatın müasir qoludur (Bu səbəbdən İqtisadiyyat Nazirliyi aparıcı rola malikdir);
- Kreativ iqtisadiyyatın formalaşmasının amilləri və nüvəsinin təşkilliyinə əsasən – müəlliflik hüququ və ümumiyyətə əqli mülkiyyət hüquqları (Bu səbəbdən Əqli Mülkiyyət

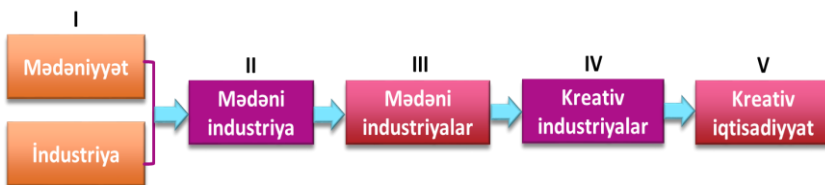
Agentliyinin iştirakı danılmazdır);

- Kreativ iqtisadiyyatın daşıyıcıları kreativ sinif olduğuna görə – mədəniyyət (Bu səbəbdən Mədəniyyət Nazirliyinin iştirakı vacibdir).

Kreativ iqtisadiyyatın inkişafında bu əsas aktorlarla yanaşı, Təhsil, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar, Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirlikləri və Dövlət Şəhərsalma və Arxitektura Komitəsi mühüm rol oynamalıdırlar.

II.2. Konseptlərin inkişafının xronologiyası

Qarşımızdakı sxem «mədəniyyət» və «industriya» terminlərinin birləşməsi və təkəmmüllüyünü göstərir. Mədəniyyətin iqtisadi vacibliyinin artması ilə bağlı öncə mədəni industriyaya, ardınca çoxlu mədəni industriyalara və sonda kreativ industriyalara və kreativ iqtisadiyyata çevrilməsi ilə nəticələnir.



Qeydlər:

I. Mədəniyyət iqtisadi fəaliyyətin orta, sonrakı mərhələsidir: industrial istehsalat isə kütləvi əməyin sahəsidir. Mədəniyyət insanın özünü ifadəsinin sahəsidir, iqtisadiyyatın xərcləyəcəyi, istehsalatçı komponenti deyil.

II. Xorkmayer, Adorno: mədəni industriyanın strukturu, təhlili, mədəniyyətin industriyası.

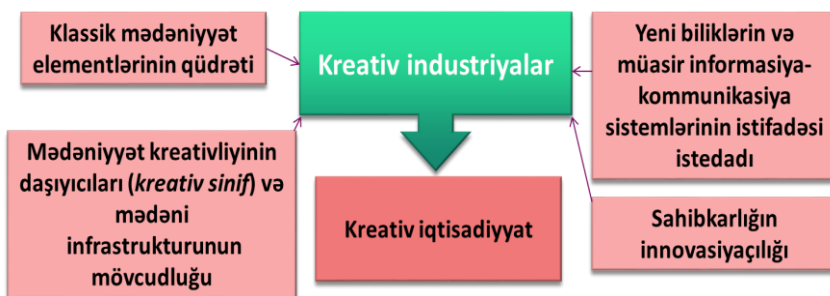
III. Myej: «mədəni industriyalar mədəni nemətlərin istehsalı və yayılması üçün geniş auditoriyaya yeni, kommersiya imkanlarını yaradır.

IV. 90-cı illər, Böyük Britaniya: ilk kreativ industriyaların tərfi, kreativliyin aparıcı amili - əqli mülkiyyət hüquqlarının menecmenti. **Kreativ industriyaların 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, vərdiş və ya istedad dayanır və o özündə əqli mülkiyyətin istehsalı və istifadəsi yolu ilə əlavə dəyər və iş yerlərini yaratmaq potensialı daşıyır»*. Qısaca desək, «kreativ industriyalar» termini məhsulun iqtisadi dəyərini onun mədəniyyətin elementi mövcudluğundan ayrılmaz formada təsvir etdirən sahibkarlıq fəaliyyətinin işarəsidir.

V. Kreativ industriyaların cəmi – kreativ iqtisadiyyat; Konseptual nəzəriyyələr:

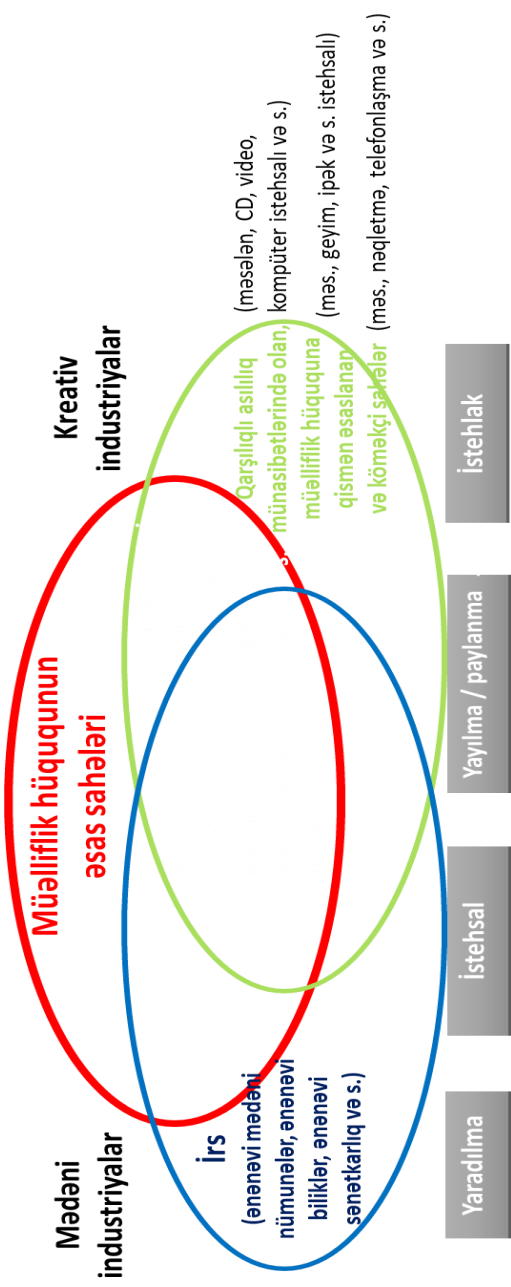
- «Postindustrial cəmiyyətin nəzəriyyəsi» (D.Bell);
- «Şəbəkə informasiya cəmiyyətinin nəzəriyyəsi» (M.Kastels);
- «Kreativ sinif nəzəriyyəsi» (R.Florida);
- «Kreativ iqtisadiyyat nəzəriyyəsi» (C.Houkins)

Kreativ industriyaların və kreativ iqtisadiyyatı yaranma sxemi



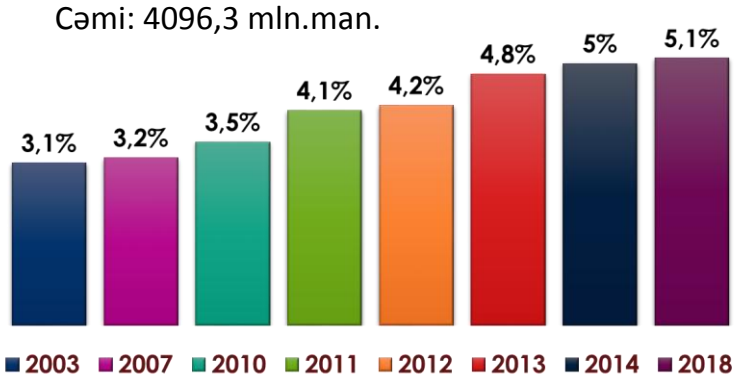
Bu sxemdə kreativ iqtisadiyyatı formalaşdıran amillərin təsiri göstərilir.

3 müxtəlif rəngli elliplərdən ibarət olan aşağıdakı sxem «müəlliflik hüququnun əsas sahələrini», mədəni industriyaların və kreativ industriyaların tərkib elementlərini və həmin 3 anlayışın genişlənməsini göstərir.



Buradan vacib nəticə çıxır: mədəni industriyaların payını hesablammaq üçün «müəlliflik hüququnun əsas sahələri» istifadə olunaraq, irs ilə bağlı elementlər əlavə olunmalıdır, həmçinin kreativ industriyalar hesablandığı halda qarşılıqlı asılılıq münasibətlərində olan, müəlliflik hüququna qismən əsaslanan və köməkçi sahələr nəzərə alınmalıdır.

II.3. Azərbaycanın Creative (Copyrigh)-Industries (müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlara əsaslanan sənayelərin) dinamikası (2003-2018-ci illər)



Mənbə: MHA və ƏMA, PROON, UNCTAD, ÜƏMT

ÜƏMT-nin metodikası ilə hesablanır və bununla bağlı son 10 ildə 5 beynəlxalq konfrans keçirilmiş, onlarla kitablar buraxılmış və hər il Hökumətin hesabatlarında qeyd olunmuşdur.

Creative (Copyrigh)-Industries-in ÜDM-dəki payı müəllif-hüquq sisteminin mühüm integrativ (cəm) göstəricisidir. Bu göstərici qanunvericilik bazasının təkmilliyini, əqli mülkiyyət təsisatının fəaliyyətinin aktivliyini, əqli mülkiyyət mədəniyyətinin cəmiyyətdə formalaşmasını və s. göstərir.

Qeyd: 2003-cü ildən (ÜDM – 7,15 mlrd.man.) 2018-ci ilə qədər (ÜDM – 79,8 mlrd.man.) ÜDM 11,2 dəfə artıb (real artım 3,3 dəfə), kreativ industriya isə 18,6 dəfə artmışdır (real artım 5,5 dəfə).

Azərbaycanın kreativ industriyalarının göstəriciləri (2018-ci il)

Müəlliflik hüququnun əsas sahələri – 2359,8 mln. man.

- Nəşriyyat; informasiya agentlikləri; kitabxanalar; arxivlər.
- Teatr və opera tamaşaları; artistik və ədəbi əsərlər və interpretasiyalar, musiqi istehsalı və digər mədəniyyət xidmətləri.
- Film, video, kliplərin və s. istehsalı.
- Radio və televiziya.
- Fotoqrafiya.
- Elm; təhsil; proqram təminatı və məlumat topluları, video oyunlar.
- Vizual və qrafika sənəti; rəssamlıq qalereyaları; muzeylər; memarlıq işləmələri; layihə işləri; dizayn.
- Reklam xidmətləri.
- Müəllif hüququ sahəsində cəmiyyətlər və dövlət siyasəti.
- Sənaye mülkiyyətinin (ixtira, faydalı model, sənaye nümunəsi) menecmenti.

Qarşılıqlı asılılıq münasibətlərində olan sahələr – 611,2 mln. man.

- Televizor, radio, video, maqnitofonlar, CD, DVD və b., audio-yazı cihazları, elektron oyun və bənzər avadanlıqların istehsalı.
- Əmtəə nişanı, coğrafi göstəricilər menecmenti.
- Kompüter, elektron və optik məhsulların istehsalı.
- Musiqi alətlərinin və zərgərlik məhsullarının istehsalı.

- Kağız istehsalı.
- İnternet.

Müəllif hüququna qismən əsaslanan sahələr – 350,1 mln. man.

- Geyim, parça və ayaqqabı istehsalı.
- Dəridən məmulatlar.
- Mebel və furnitura istehsalı.
- Toxuculuq sənayesi və xalılardan istehsalı.

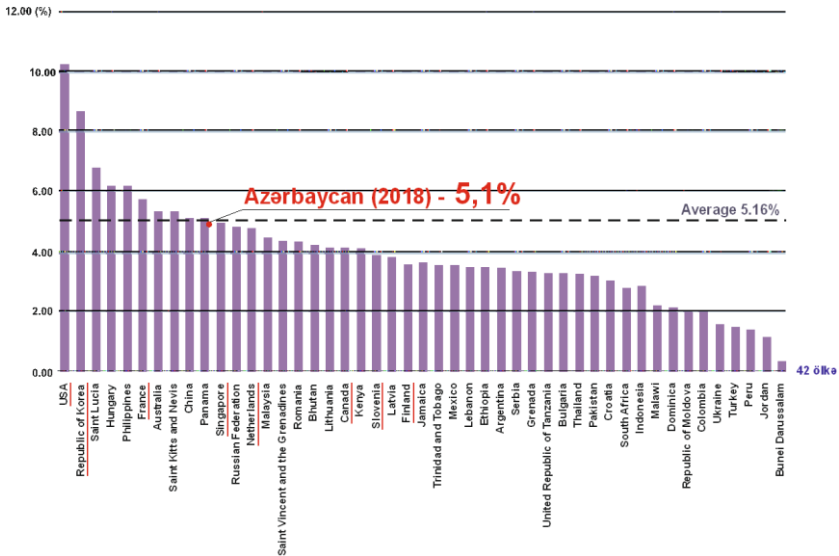
Köməkçi sahələri – 775,2 mln.man.

- Ticarət.
- Nəqlətmə.
- *Telefonlaşma.*

Cəmi: 4096,3 mln. man. – ÜDM-in 5,1%-i

II.4. Müqayisəli təhlil

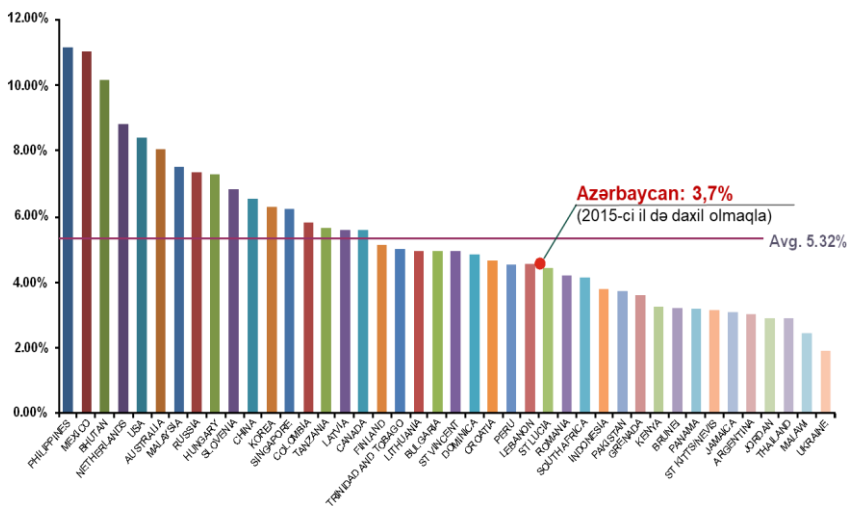
Kreativ industriyaların ÜDM-dəki payı (2014-cü il təhlili) Azərbaycan (2018-ci il) digər ölkələrlə müqayisədə



Mənbə: *ÜƏMT (2014), ƏMA (2018-ci il də daxil olmaqla nəticələr), altından xətt çəkilən ölkələr Dünya Valyuta Fonduna əsasən inkişaf etmiş ölkələrdir.*

Göründüyü kimi, Azərbaycanın göstəricisi orta səviyyədir və bir neçə inkişaf etmiş ölkələrin göstəricilərini üstələyir.

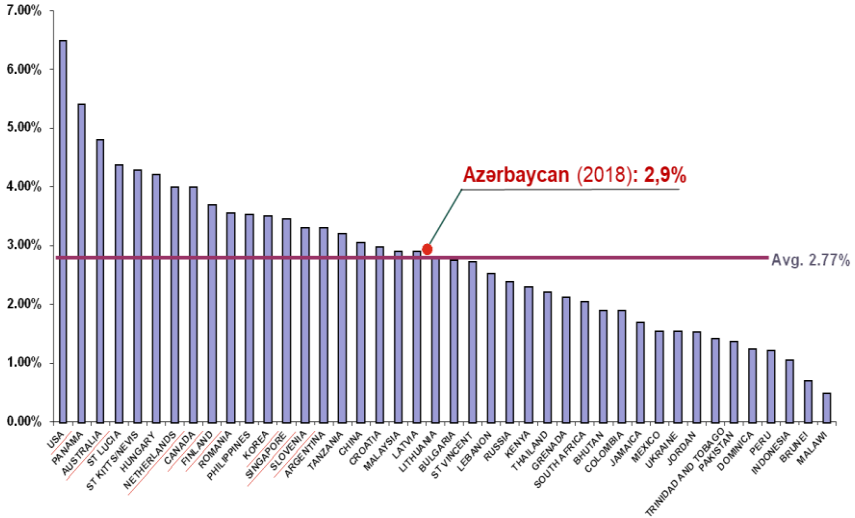
Azərbaycanın kreativ industriyalarının məşğulluqdakı payı (2018-ci il) digər ölkələrlə (2014-cü il) müqayisədə



Mənbə: *ÜƏMT və ƏMA-nin (2015-ci il də daxil olmaqla)
araşdırmaları*

Göründüyü kimi, Azərbaycanın göstəricisi orta səviyyədən aşağıdır. Bu istiqamətdə çalışmaq üçün ehtiyatlarımız vardır.

Azərbaycanın kreativ industriyaların müəlliflik hüququnun əsas sahələrinin ÜDM-dəki payı (Core) (2018-ci il) digər ölkələrlə müqayisədə (2014-cü il)



Mənbə: ÜƏMT (2014-cü il) və ƏMA (2018-ci il)

Sxemdən göründüyü kimi, Azərbaycanın bilavasitə müəllif-hüquq obyektlərinə əsaslanan industriyaları orta səviyyəni üstələyir. Xatırladaq ki, bu hesablamalar «mədəni sənayelərin» hesablanması üçün əsas götürülə bilər.

Nəticələr.

Kreativ iqtisadiyyatlar iqtisadi inkişafda qüdrətli gücə malikdir və mütəxəssislərin fikrinə əsasən, iqtisadi artımın həqiqi drayveridirlər. Beynəlxalq iqtisadiyyat kreativ iqtisadiyyatın inkişafına dəstək verir, bu sektorda dünya üzrə ildəki artım hazırda 15%-dir. Gətirilən araşdırmalar bunu təsdiqləyir.

UNKTAD, PROON, YUNESKO, ÜƏMT və DTM-in birgə hazırlanan «Kreativ iqtisadiyyat: 2010-cu ilin Hesabatı»nda göstərilmişdir ki:

- ✓ Kreativ industriya dinamik iqtisadi inkişafın mənbələrindən biridir: 2002-2008-ci illərdə kreativ industriyanın məhsullarının ixracı 2 dəfə artıb (*600 mlrd.Ş*).
- ✓ 2008-ci ilin dünya iqtisadi böhranının mənfə 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 kəşiməsini 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 üz-

rə inkişaf etmiş ölkələr: musiqi və audiovizual sektor 90%, kitab nəşri – 80%, dizayn – 50%.

- **ÜƏMT-nin 2012-ci ildəki «Copyright + Kreativlik potensialı = Yeni iş yerləri + İqtisadi artım» Hesabatında** göstərilir ki, araşdırılan 30 ölkə bütün dünya kontinentlərindən olan inkişaf etmiş və inkişafda olanları əhatə etdiyi halda yuxarıda qeyd olunan nəticələri təsdiqləmişdi.
- **ÜƏMT-nin Copyright-industriyaların iqtisadi payına aid 2014-cü ildəki araşdırmasında** [WIPO Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries, 2014] göstərildiyi kimi, araşdırma 2013-cü ilin dekabr ayınadək aparılan 42 milli tədqiqata əsaslanır, məlumat bazası 60-dan artıq dəyişənləri istifadə edir, makroiqtisadi göstəricilər nöqtəyi-nəzərindən kreativ iqtisadiyyatın artan həcmi və səmərəliliyini nümayiş edir.
- **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 töhfə verən **reklam industriyası, kabel TV üçün kontentin istehsalı, tele yayım və nəşr fəaliyyəti**.

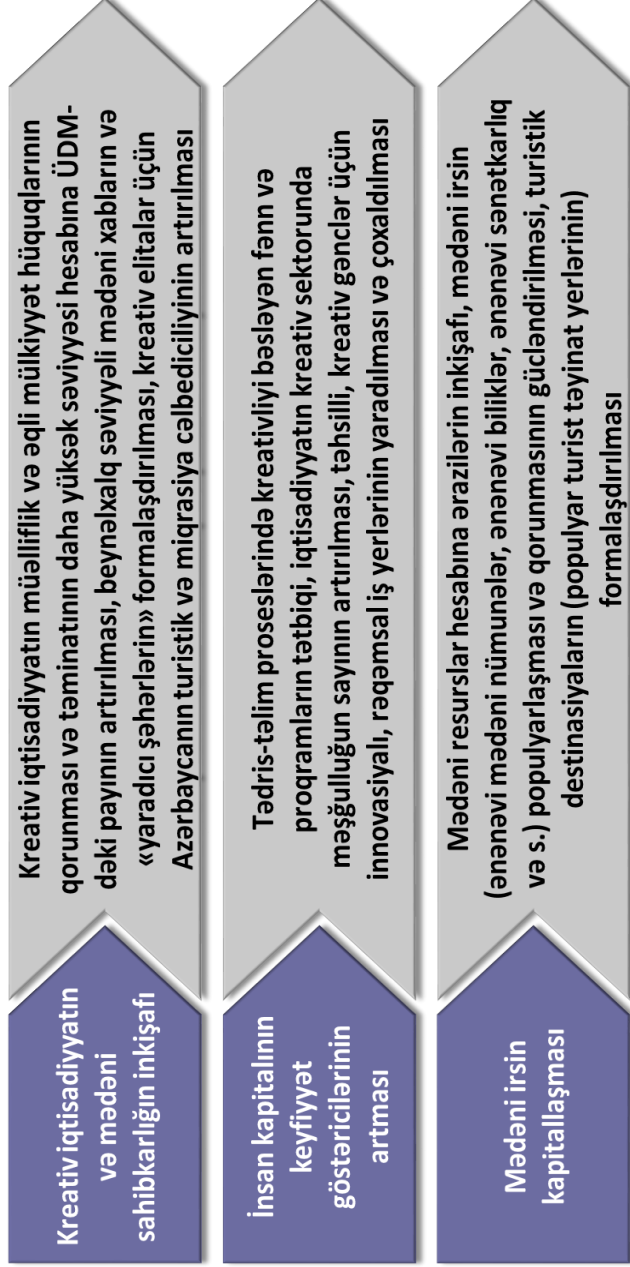
Kreativ industriyanın ABŞ iqtisadiyyatındakı payı **aviaqurma, poladtökmə və metal məmulatları, elektron avadanlıq, sənaye avadanlığı, qida məhsulları, kimya reaktivləri** və s. sahələrin payını üstələyir.

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, farmasevtik, 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.

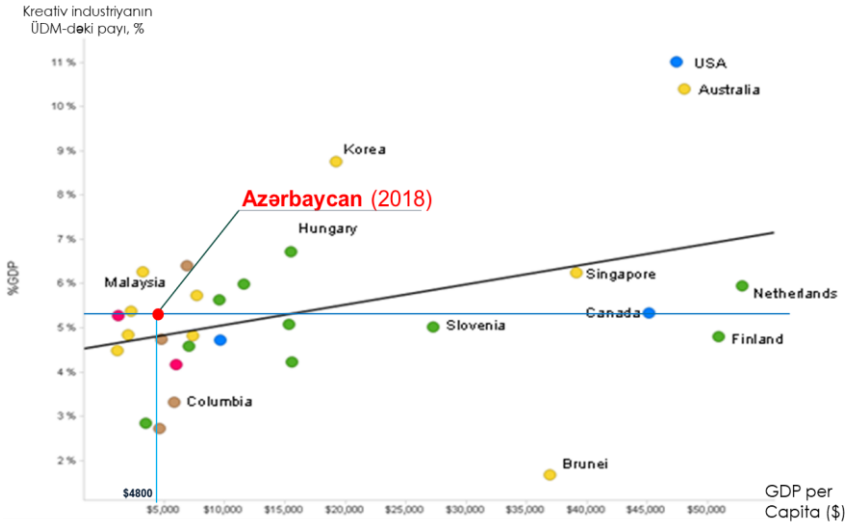
Dünya İqtisadi Forumunun ekspertlərinin son 10 ildəki rəylərinə əsasən, kreativ iqtisadiyyatın «yumşaq infrastruktura» qoyulan nisbətən kiçik ilkin investisiyaları özündə yeni iqtisadi artım modelini təsvir edir. «Soft infrastructure», yəni ilk növbədə bilik infrastrukturu və ya insan kapitalı, o cümlədən təsisatlar, ideyalar, mədəni normalar, konseptlər və həllər deməkdir. Şübhəsiz, «kreativ iqtisadiyyatı» yaradan imkanlardan Azərbaycanda istifadə etməliyik.

Kreativ və mədəni industriyaların iqtisadi artımdakı töhfəsinin əsas istiqamətləri



II.5. Hesablamaların güvənliyi və representativliyi

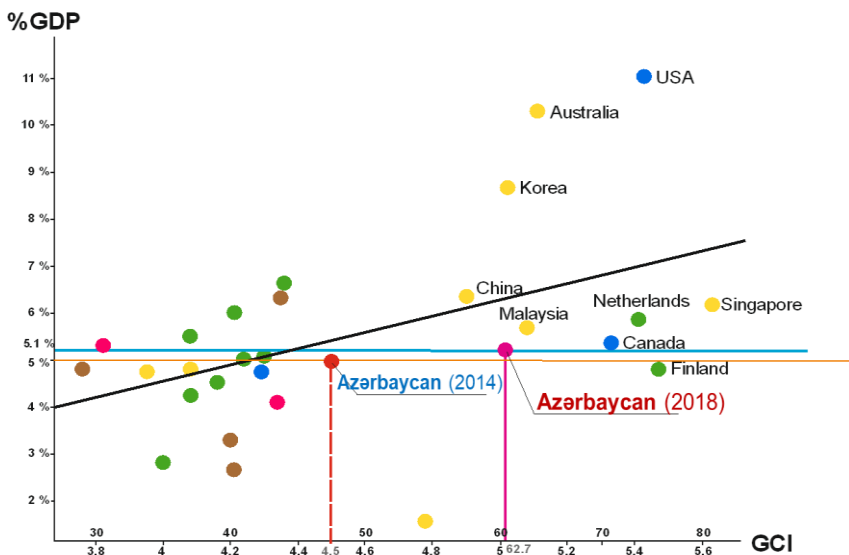
Azərbaycanın kreativ industriyalarının ÜDM-dəki payının (2018-ci il) adambaşına düşən ÜDM-lə əlaqəsi (2014-cü il)



Mənbə: ÜƏMT, ƏMA, Dünya Bankı

Kreativ industriyaların ÜDM-dəki payının hesablanması məşhur beynəlxalq indekslərlə müqayisəsi nəticələrin güvənliyini və representativliyini yoxlamağa imkan yaradır. Sxemdən görüldüyü kimi, Azərbaycanın göstəricisi reqressiya xəttinə yaxın yerləşir.

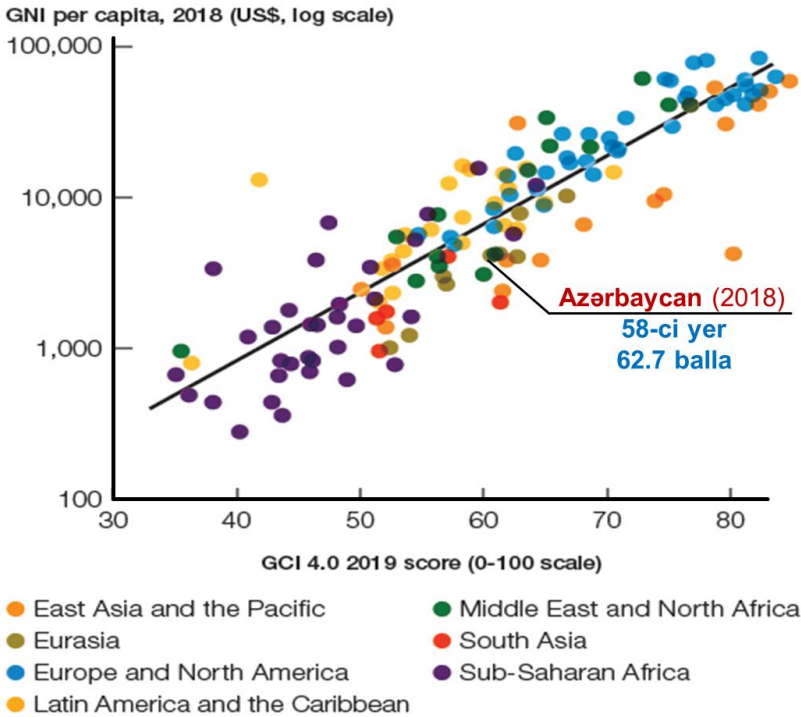
Azərbaycanın kreativ industriyalarının ÜDM-dəki payının (2018 və 2014-cü illər) Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi arasındakı əlaqə



Mənbə: *Dünya İqtisadi Forumu, ÜƏMT, ƏMA*

Burada adambaşına düşən gəlir üzrə Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi absis oxunda köhnə və yeni metodika üzrə ölçülür. Göründüyü kimi, Azərbaycanın göstəricisi həm 2014-cü ildə, həm də 2018-ci ildə asılılıq regressiya xəttinin çərçivəsindədir.

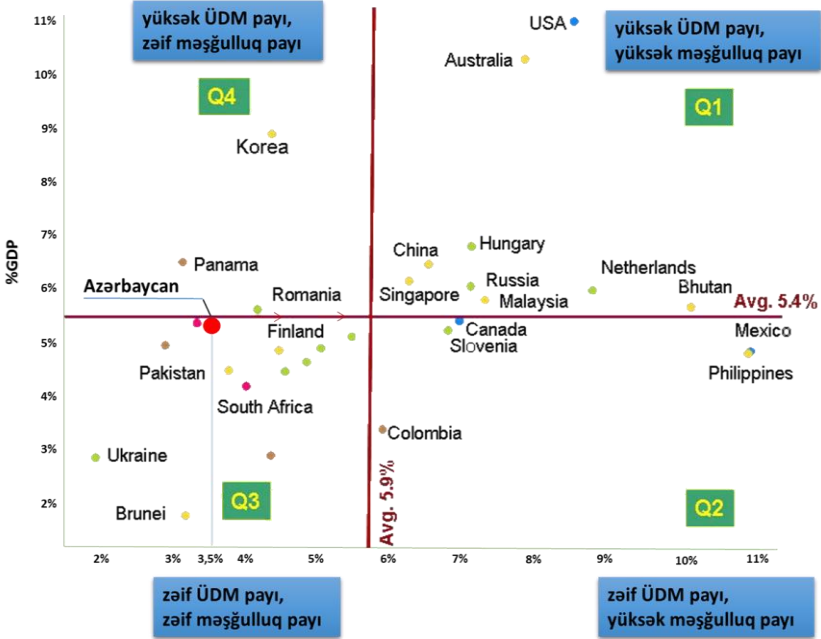
Adambaşına düşən gəlir və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksinin (2019-cu il) qiyməti arasındakı əlaqə



Mənbə: *Dünya İqtisadi Forumu*

Sxemdən göründüyü kimi, adambaşına düşən gəlir və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi arasında güclü xətti asılılıq mövcuddur. Sxemdə Azərbaycanın göstəricisi DİF tərəfindən asılılıq qurularaq, ölkələr sırasına daxil edilib.

Azərbaycanın kreativ industriyalarının məşğulluqdakı payı



Mənbə: ÜƏMT, ƏMA

Bu sahədə yeni iş yerlərinin açılması kreativ sinfin artırılmasına gətirilməlidir. Kreativ industriyaların məşğulluqdakı payının 5%-ə (orta rəqəmə) gətirilməsi iqtisadi artım üçün daha əlverişli şərait yaradılması deməkdir. Bununla Azərbaycanın göstəricisinin Q3 kvadratından Q4 kvadratına (yüksək ÜDM payı, zəif məşğulluq payı) və ardınca Q1 kvadratına (yüksək ÜDM payı, yüksək məşğulluq payı) keçməsi mümkündür.

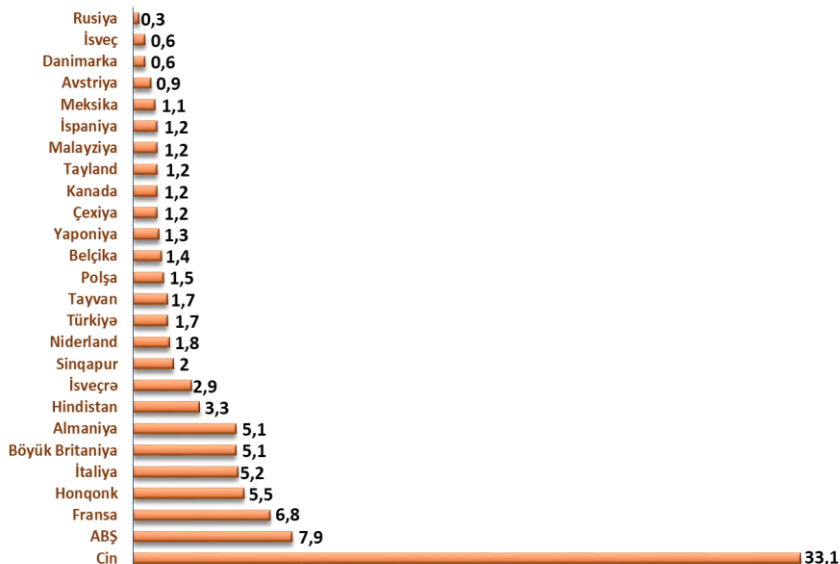
Hörmətli Forum iştirakçıları!

Bu kiçik məruzə-təqdimatdan görüldüyü kimi, kreativ iqtisadiyyatın iqtisadi artımda, ölkəmizin inkişafında böyük potensialı mövcuddur. Odur ki, oktyabr ayında Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin yanında keçirilən iqtisadi müşavirədə dövlət başçısının bir fikrini xatırlatmaq istəyirəm. Cənab Prezident İ.Əliyev iqtisadi artımın təmin edilməsini müsbət hal kimi qeyd edərək, qarşımıza vacib məsələ qoyub: *«Əlbəttə biz istərdik ki, artım daha yüksək olsun. Hesab edirəm ki, buna nail olmaq üçün kifayət qədər imkanlar, potensial var. Sadəcə olaraq, biz bu potensialdan maksimum səmərə ilə istifadə etməliyik...»*.

«Kreativ Azərbaycan» layihəsində potensialımızdan daha səmərəli istifadə edərək, dövlət başçımızın tapşırığının yerinə yetirilməsində hamıya uğurlar arzulayıram.

III. Əlavə 1

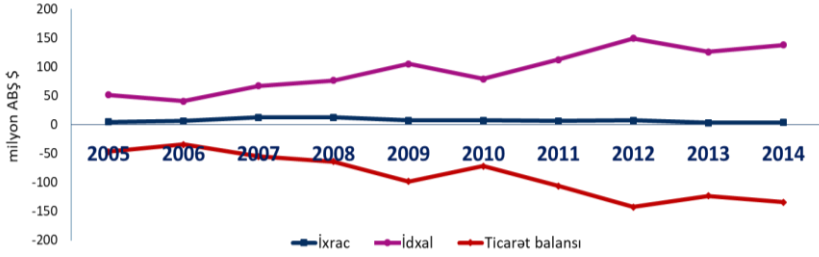
Kreativ industriyaların məhsullarının dünya ixracatında ölkələrin payı (2015-ci il, %)



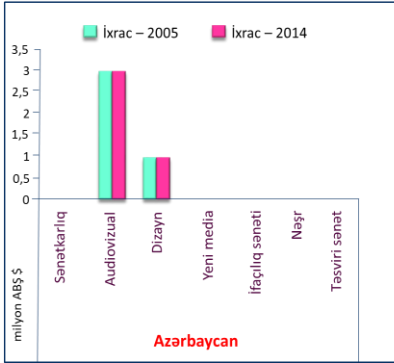
Mənbə: BMT (UNCTAD, 2016-cı il)

Azərbaycan										
Kreativ industriyaların ticarət göstəricisi (2005-2014)					Milyon ABŞ dolları dəyərində					
İllər	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
İxrac	4,94	6,31	12,53	12,53	7,41	7,26	6,30	7,47	3,13	3,95
İdxal	51,77	40,49	67,43	76,44	105,43	78,99	112,36	149,65	126,22	138,04
Ticarət balansı	-46,83	-34,18	-54,90	-63,91	-98,02	-71,73	-106,06	-142,18	-123,09	-134,09

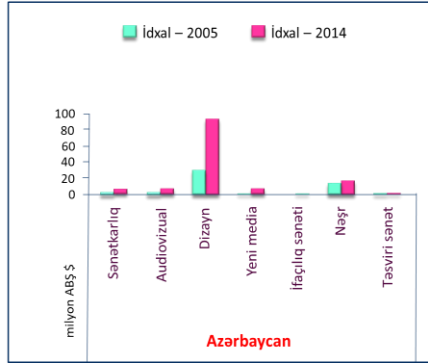
Kreativ industriyaların ticarət göstəricisi (2005-2014)



Kreativ məhsulların kateqoriyalarına görə ixracı (2005 və 2014-cü illər üzrə)



Kreativ məhsulların kateqoriyalarına görə idxalı (2005 və 2014-cü illər üzrə)



KREATİV MƏHSULLARIN İXRACAT TƏRƏFƏDLƏRİNİN İLK ONLUĞU (2005 və 2014-cü illər üzrə)

Reytingdə	2005						2014					
	Milyon ABŞ dolları dəyərində						Milyon ABŞ dolları dəyərində					
	Tərəfdaş	İxrac	İdxal	Balans	Tərəfdaş	Balans	Tərəfdaş	İxrac	İdxal	Balans		
1	Norveç	1,53	0,03	1,50	ABŞ	2,19	2,27	-0,08				
2	Böyük Britaniya	1,01	4,90	-3,90	Qazaxıstan	0,66	0,01	0,65				
3	Qazaxıstan	0,93	0,02	0,91	Fransa	0,37	3,08	-2,71				
4	Gürcüstan	0,48	0,02	0,46	Rusiya	0,22	6,69	-6,48				
5	ABŞ	0,42	0,54	-0,12	Gürcüstan	0,10	0,40	-0,30				
6	Rusiya	0,34	6,20	-5,86	Tacikistan	0,05	0,00	0,05				
7	İtaliya	0,09	1,43	-1,34	Böyük Britaniya	0,04	3,84	-3,80				
8	Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri	0,03	1,75	-1,71	Türkiyə	0,04	55,23	-55,19				
9	Türkiyə	0,02	17,16	-17,14	İran	0,03	4,82	-4,79				
10	İran	0,02	0,83	-0,81	Ukrayna	0,02	5,00	-4,99				

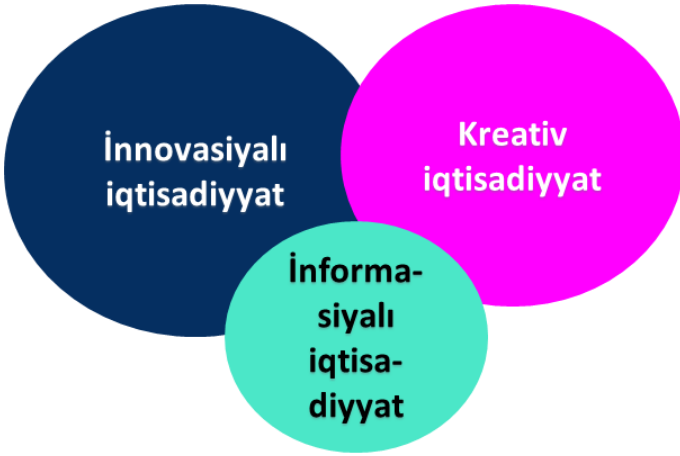
IV. Əlavə 2

«Kreativ, informasiyalı və innovasiyalı iqtisadiyyat» terminlərinin müqayisəsi

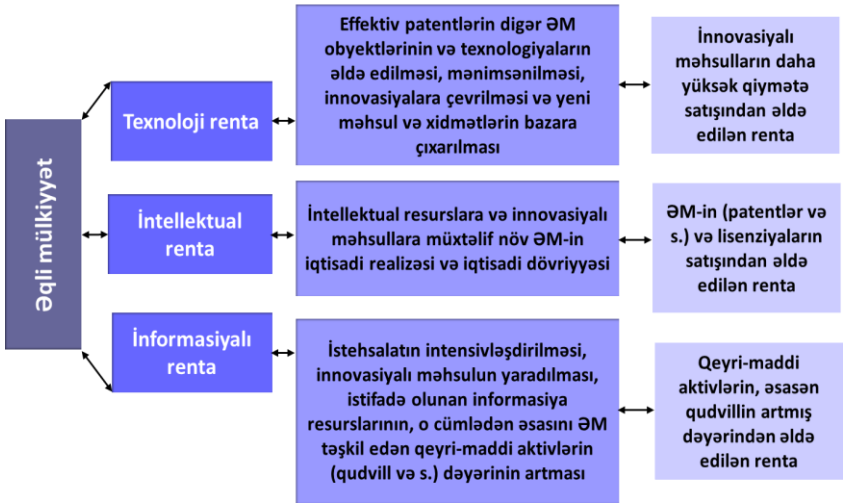
Amillər / «növlər»	Kreativ iqtisadiyyat	İnformasiyalı (rəqəmsal) iqtisadiyyat	İnnovasiyalı iqtisadiyyat
İstehsalatın əsas faktoru	Kreativ potensial	İnformasiya	İnnovasiyalar
Əsas iqtisadi resurs	Kreativ kapital	İnformasiyalı kapital	İntellektual kapital
Zənginliyin mənbəyi	İntellektual renta	İnformasiyalı, intellektual renta	Texnoloji, intellektual, informasiyalı renta

Cədvəldə göstərilən kreativ, informasiyalı və innovasiyalı iqtisadiyyatları istehsalatın əsas faktoru, əsas iqtisadi resursu və yaranan renta mənbələri ilə fərqlənir. Anlayışların kəsişməsinə baxmayaraq, üç növ iqtisadiyyatlar fərqlənir.

- göründüyü kimi, bütün «növ» iqtisadiyyatlar üçün ortaq və inkişafı, istifadəsi prioritet olan insan kapitalının etirafıdır;
- bununla yanaşı, sadalanan iqtisadiyyatların hər bir «növü» müxtəlif iqtisadi resurslara əsaslanır;
- sadalanan iqtisadiyyatların genezisi fərqlənsə də texnologiyaların, bazarların, ixtisasların və s. inkişafı, həmin iqtisadiyyatların bir-biri ilə kəsişməsinə və zənginləşməsinə gətirir və innovasiyaların, biliklərin, informasiyanın və kreativ potensialın ayrılıqda inkişafının mümkünsüzlüyünü göstərməkdədir.



Əqli mülkiyyətin və innovasiyalı iqtisadiyyatın qarşılıqlı təsiri



Gətirilən sxem müxtəlif növ rentaları əqli mülkiyyət obyektlərinə bağlayır.

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyində
hazırlanmışdır.