

**KAMRAN İMANOV**

**ƏQLİ MÜLKİYYƏT  
İQTİSADI KATEQORİYA  
KİMİ VƏ ONUN İQTİSADI  
İNKİŞAFDAKI ROLU**

**Bakı – 2018**

**Kamran İmanov,**

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri.

**“Əqli mülkiyyət iqtisadi kateqoriya kimi və onun iqtisadi inkişafdakı rolu”. Bakı, 2018**

Bu kitabça Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri Kamran İmanovun Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin İqtisadi Siyasət Komitəsi, Azərbaycan Respublikası Müəllif Hüquqları Agentliyi və Azərbaycan Qiymətləndiricilər Cəmiyyətinin birgə təşkilatçılığı ilə 27 may 2009-cu il tarixində keçirilən “Əqli mülkiyyət, onun iqtisadi dəyəri və qiymətləndirilməsi” mövzusunda beynəlxalq konfransda etdiyi “Əqli mülkiyyət iqtisadi kateqoriya kimi və onun iqtisadi inkişafdakı rolu” adlı təqdimat əsasında hazırlanmışdır.

© Azərbaycan Respublikasının Müəllif Hüquqları Agentliyi,  
2013, 2014, 2015, 2016, 2017

© Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyi,  
2018

## Mündəricat

I.	Əqli mülkiyyət (ƏM), əqli fəaliyyət (ƏF) və əqli fəaliyyət nəticələri (ƏFN) .....	5
II.	ƏM iqtisadi kateqoriya kimi .....	6
III.	ƏM-ə əsaslanan iqtisadiyyat və qeyri-maddi aktivlər .....	9
	Makroiqtisadi dəyişikliklər (son 15 – 20 il) .....	10
	ƏM-in iqtisadi əhəmiyyəti .....	11
	Mikroiqtisadi səviyyədə dəyişikliklər (son 15 – 20 il) .....	15
IV.	Müəlliflik hüququna əsaslanan sənayenin ÜDM-dəki payı .....	23



*Ədaləti qıraqda axtarmamaq üçün özün ədalətli ol.*  
(Atalar sözü)

## I. Əqli mülkiyyət (ƏM), əqli fəaliyyət (ƏF) və əqli fəaliyyət nəticələri (ƏFN)

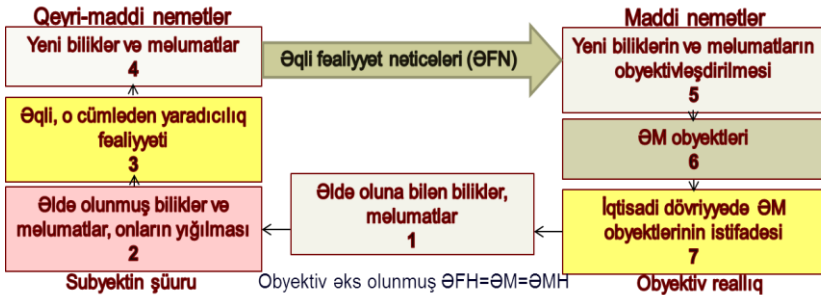
### 1. ƏM anlayışının:

- təsbit olunması (Konstitusiya, 1995, ÜƏMT-ı təsis edən Konvensiya, 1967);
- obyektiv və subyektiv tərkibi;
- mədəni, sosial-iqtisadi və informasiya-kommunikasiya təbiəti;
- məzmunu, forması və təyinatı;
- fəlsəfi, iqtisadi və hüquqi mənası.

### 2. ƏM: “Əql” və “Mülkiyyət” (ziddiyyət və ya vəhdət):

- yaradıcılıq və yenilikçilik ƏF-in ən yüksək zirvəsi, insanın universal təbii resursları, haqları və azadlıqları;
- “mülkiyyət”, ancaq “əmlak” mənasında olmayan hüququn müdaxiləsi.

### 3. ƏF nə zaman ƏM-ə çevrilir? [“Səadət gətirən əql və biliklərdir”, “Qutadqu-bilik”]

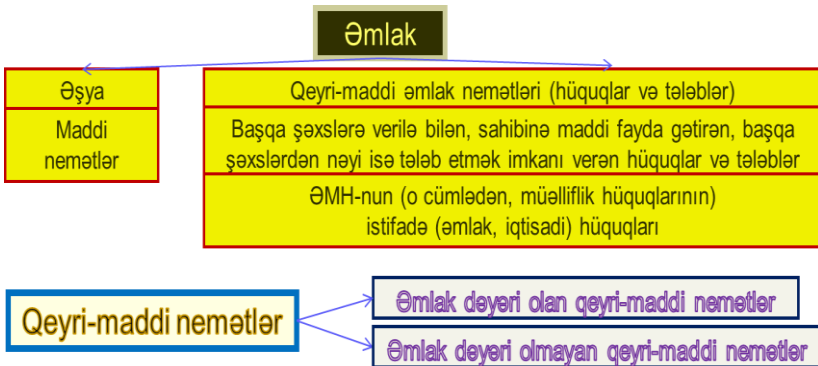


## II. ƏM iqtisadi kateqoriya kimi

### 1. Suallar:

- ✓ ƏM-in mülkiyyət kimi təyin olunması və dəyəri;
- ✓ ƏM-in xarakteristikaları, funksiyaları və iqtisadi xarakterli nəticələri;
- ✓ ƏM-in iqtisadi münasibətlərdə iştirakı;
- ✓ “Biliklərə əsaslanan iqtisadiyyatda” ƏM-in artan dəyəri.

### 2. ƏM-in dəyəri. [Mülki Məcəllədən]



- ❑ ƏM yalnız hüquqi və ya mədəni konsepsiya deyil, ƏM – dəyəri olan xüsusi mülkiyyətdir (şəxsi hüquqlar, qeyri-əmlak hüquqları istisna olmaqla).
- ❑ ƏMH müstəsna hüquqlardır, ƏM obyektı üzərində hökmdarlığı təsbit edir və maddi mülkiyyətdən az olmaya qorunmaya malikdir.

- Maddi mülkiyyət sahibi kimi ƏM sahibi hüquqlarını sata, sərbəst həyata keçirə və ya ondan imtina edə bilər (böluşdürücü funksiya), həmçinin üçüncü şəxslərin müdaxiləsindən qorunur (həvəsləndirici funksiya).

### **3. ƏM-in iqtisadi xarakteristikaları:**

- Tərkibində ƏM olan mallar standart malların bir sıra xüsusiyyətlərinə uyğundur (cəmiyyətə gətirilən fayda, eyni zamanda bir neçə nəfər tərəfindən istifadə).
- Tərkibində ƏM olan malların ictimai nemət aspekti: iqtisadi gəlir ilə yanaşı dolayısı yolla gətirilən və çətin ölçülən "xarici effekti".
- Qiymət siyasətindəki aspekti: yüksək fiksə olunmuş xərclər və sıfır yaxın marginal xərclər arasındakı seçim.

### **4. ƏM-in iqtisadi funksiyaları:**

- ✓ Qanunvericilik və təsbit olunan iqtisadi mexanizm: ƏM yaradıcısının maraqları ilə cəmiyyətin tələbatı arasındakı tarazlıq prinsipi.
- ✓ ƏM-in müəyyən edilməsi, tanınması və qorunması, mülkiyyət hüquqlarının həcmi bazarda müəyyən edilməsi və sərəncamçılığın ümumi qaydaları.
- ✓ ƏM-in iqtisadi cəhətdən səmərəli istehsalının, ticarətinin və istifadəsinin şəraiti.
- ✓ ƏM yaradıcılarına obyektlərinin bazar qiymətinin dəyərləndirməsində yardım.

**Nəticədə**, ƏM qanunvericiliyi, tərkibində ƏM olan malların istehsalının həcmi və yayılması arasında tarazlıq yaradır.

#### **5. ƏM-in iqtisadi nəticələri:**

- Yaradıcı potensialın istifadəsinə əsaslanan rifahın yaxşılaşdırılması və iqtisadiyyatdakı artımı və inkişafı.
- Mükafat, ödəniş və vergilər vasitəsilə gəlirin yəni-dən bölüşdürülməsi.
- ƏM sahibinin inhisarçılığı nəticəsində sərbəst qiymətin təyin edilməsi və qiymət ayırı-seçkiliyi.

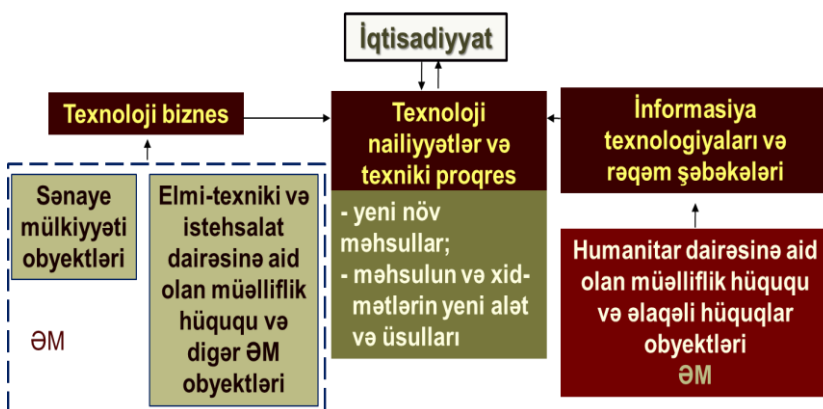
#### **6. ƏM-in iqtisadi kateqoriya kimi xassələri:**

- ƏM – təkrar olunan vəsait (resurs), bilavasitə gəlir gətirməyən, vasitəli yollarla böyük maddi gəlirin təminatçısı.
- ƏM sahibinin icazəli istifadə zamanı riskin minimal və gəlirin maksimal olması şərtlərini yaradan mənbə.
- İnhisarçılığa baxmayaraq, rəqabətə mənfi təsir göstərməyən, əksinə, digər şəxsləri, fərqlənən həlləri tapmaq yoluna həvəsləndirən “kiçik monopoliya”.



### III. ƏM-ə əsaslanan iqtisadiyyat və qeyri-maddi aktivlər

- İndustrial iqtisadiyyat”, “postindustrial iqtisadiyyat”, “yeni iqtisadiyyat” və “biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat” (BƏİ) xüsusiyyətləri.
- Texnoloji nailiyyətlərin iqtisadi artıma təsiri və nə zaman iqtisadiyyatın davamlı artımı mümkündür?



**1. Betona və dəmirə əsaslanan iqtisadiyyat ardıcıl olaraq ideya və biliklərə əsaslanan iqtisadiyyata çevrilir, belə ki, ƏM həmin iqtisadiyyatın ən başlıca dəyərlərindəndir!**

*["Biliklərin yığılımı iqtisadi artımın hərəkətverici qüvvəsidir"].*

Pol Romer

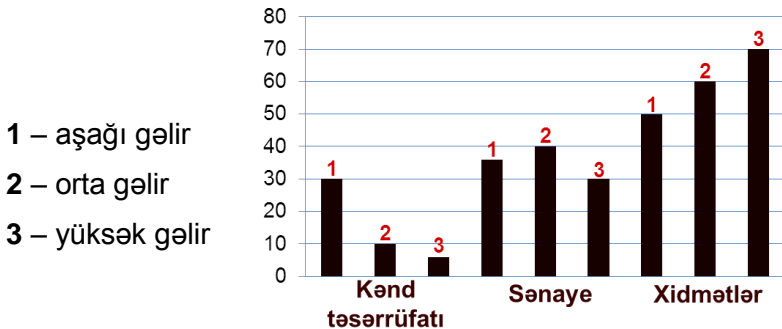
## Makroiqtisadi dəyişikliklər (son 15 – 20 il)

**Birinci:** Beynəlxalq statistika iqtisadi artım, ET (elmi tədqiqatlar: TNTP) və ƏM arasındakı korrelyasiyanı (bir-birindən asılılığı) təsdiqləyir.

### İqtisadi elmin nəticələri:

- İqtisadi artım kapital və əmək mənbələri və yeni texnologiyaların istifadəsi ilə izah olunur.
- Effektiv iqtisadi artım kapital, əmək və texnologiyalar istifadəsinin qarşılıqlı əlaqələrindən, həmçinin bir tərəfdən kapital və əməyin, digər tərəfdən isə yeni texnologiyaların mövcud nisbətindən asılıdır.
- Postulat: ƏM insan kapitalının dəyərinə, onun kəmiyyət xarakteristikalarına, həmçinin texnoloji dəyişikliklərin temp və istiqamətinə nəzərə çarpan dərəcədə təsir göstərir.

**Müxtəlif ölkələrdə ƏM-in rolu** (adam başı gəlir səviyyəsindən asılı olan çıxış məhsulun strukturunun fərqləri):



**Mənbə:** Dünya Bankı: Dünya inkişafının tendensiyaları

### **Beləliklə:**

a) İnkişafda olan ölkələr ƏM-in xeyrini götürmək üçün müxtəlif texnologiyalardan istifadə edə bilirlər.

b) Ən kasıb ölkələr (<1\$ ABŞ) istehsalat sahəsində <5% iqtisadi fəaliyyətdədirlər. Lakin sənaye sektorunda ƏM-in əsas təsiri avadanlığın və istehsalat üsullarının yeniləşdirilməsindədir.

c) ƏM-in artan rolu ölkənin iqtisadi prioritetlərinə uyğun olmalıdır.

**NƏTİCƏ 1: İqtisadi siyasətdə köklü dəyişikliklər aparıldı, biliklərin yığılımı və onların yaranmasına yeni üsulların yolu açıldı.**

**İkinci: Müəlliflik hüququ ilə qorunan mallar sənayesi (kreativ sənaye) sürətlə inkişaf etdi.**

## **ƏM-in iqtisadi əhəmiyyəti**

### **Economic Importance of the Intellectual Property**

1. Dünya iqtisadiyyatında müəlliflik hüququna əsaslanan sənayenin payı: 7,3% (2,2 trln. \$) illik artım 5%

**Shares of spheres based on copyrights in a world economy: 7.3 % (2.2 trillion \$) of yearly growth 5 %**

2. Dünya iqtisadiyyatında sənaye mülkiyyətinə əsaslanan sahələrin payı: 5%.

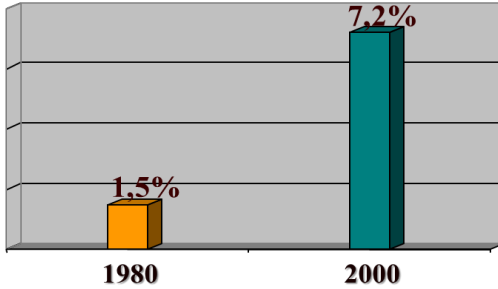
**Cəmi: 12,3%**

**Shares of spheres based to the industrial property in world economy: 5 %.**

**Total: 12.3 %**

### 3. ABŞ ÜDM-də müəlliflik hüququna əsaslanan sənayenin payı.

#### Share of copyright industry in GDP USA.



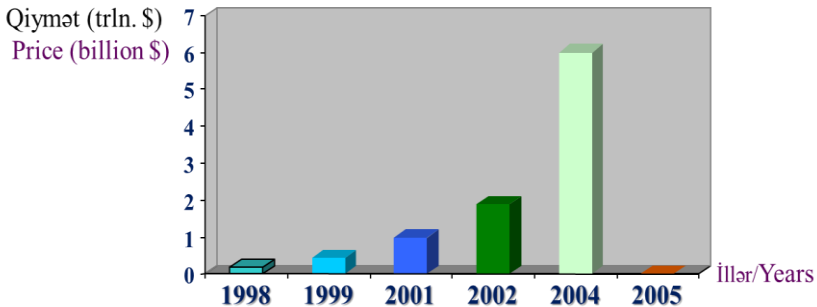
Artım: 460% - 20 illik  
Growth: 460% - in 20  
Son illər artım:  
10,5% - ildə  
Last year's growth:  
10.5% - a year

**NƏTİCƏ 2: ƏM-ə əsaslanan sənaye diqqət mərkəzinə çevrildi.**

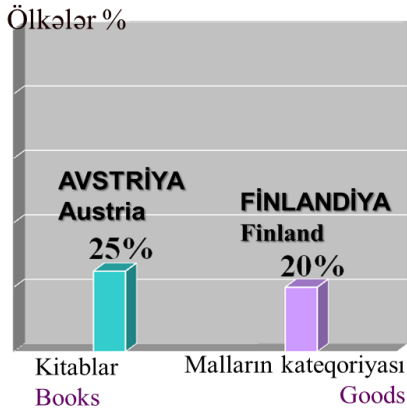
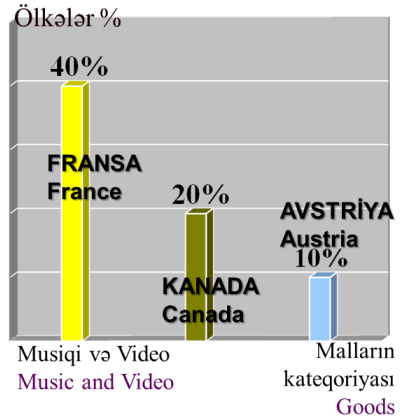
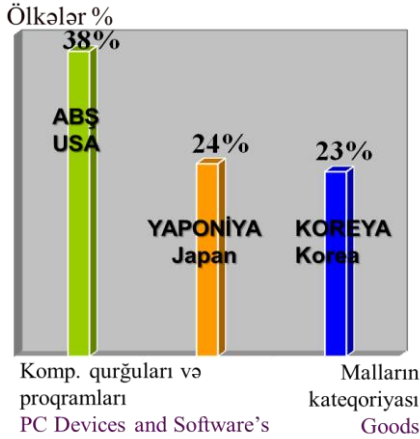
**Üçüncü:** İT obyektləri rəqabət nəticəsində ƏMH ilə qorunmağa başlandı və İnternet ƏM obyektlərinin virtual bazarına çevrildi.

### ABŞ-ın İnternetdəki Kommersiya tranzaksiyalarının (B2B) qiyməti

#### Value of commercial transactions in Internet B2B (USA)



## a) İnternet vasitəsilə alınan malların növləri



Mənbə: *OECD İnformasiya texnologiyaları icmalı, 2002*

Satışın əsas obyektləri: komp. malları və proqramları, rəqəmsal məhsullar (musiqi, video, kitab)

Source: *OECD Review of information technologies, 2002*

Main goods for sale: computer software and programs, digital products (music, video, books)

**Dördüncü: ƏM qorunması ilə bağlı dünya ticarətinin yeni modeli meydana gəldi.**

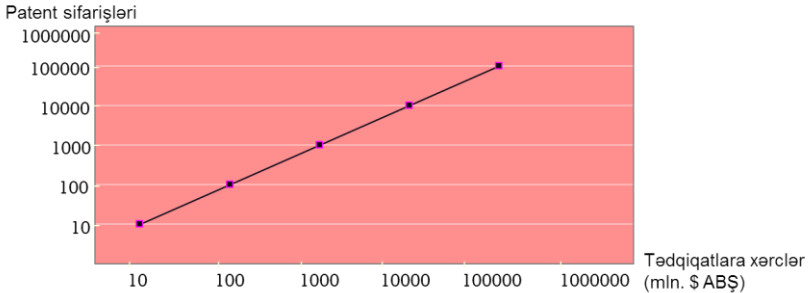
a) ÜTT – TRİPS Sazişi.

b) ABŞ – Ticarət qanunvericiliyində 301 Proqram.

**NƏTİCƏ:** Ticarət ƏM-in qorunması səviyyəsinə bağlandı və bununla ƏM iqtisadiyyatın vacib amilinə çevrildi.

**Beşinci: ƏM təşkilati-hüquqi infrastrukturun vacib elementi olması özəl investisiyaların tədqiqatlara qoyuluşunun cəlb etməsi (yatırımlar) mühüm amil kimi etiraf edildi.**

**Misal:** Tədqiqatlara qoyulan investisiyalar və ƏM qorunması arasındakı asılılıq pozitiv və əhəmiyyətlidir.



Mənbə: *OESD*

**Misal:** Bir çox ÜƏMT-nin tədqiqatlarında birbaşa xarici investisiyaların (BXİ) cəlb olunmasında ƏM rolu qabarıq göstərilir: “ƏM-in qorunmasında nailiyyətlər, BXİ və idxal arasındakı əlaqələr müsbət və əhəmiyyətlidir”.

(V.Lesser, Kornel Universiteti), (Hindistan (1990 il), Braziliya (1996))

## Mikroiqtisadi səviyyədə dəyişikliklər (son 15 – 20 il)

**Birinci: ƏM-in qeyri-maddi aktivlərin başlıca elementinə çevrilməsi.**

**Yaponiya:** 284 firmasının ƏM 45,2% ümumi korporativ biliklərinin payıdır.

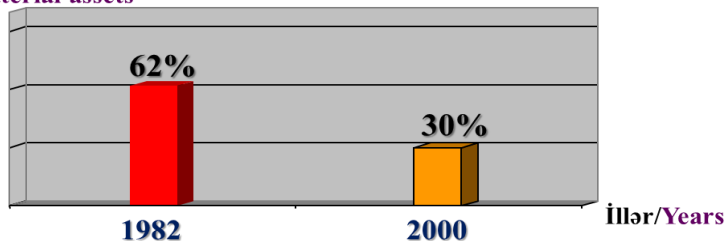
**Son axtarışlar:** ƏM qeyri-maddi aktivlərin 60-65% hissəsidir.

**İkinci: Qeyri-maddi aktivlər maddi aktivləri üstələyir, iqtisadi subyektlərin oriyentasiyasını və kommersiya əqdlərinin aparılmasını dəyişdirir, şirkət və firmaların davamlıq göstəricisinə çevrilir.**

### ABŞ-in korporativ aktivlərindəki qeyri-maddi aktivlərin artması

#### Increasing of nonmaterial shares of corporative assets on USA

Maddi aktivlər  
Material assets



**Avropa:** 90-cı illərin əvvəlləri. Qeyri-maddi aktivlər ümumi aktivlərin 1/3 hissəsidir.

**Mənbə:** “ИС - мощный инструмент экономического роста”. K.Idris, WIPO, 2003

**Europe:** beginning of the 90<sup>th</sup>. Nonmaterial assets were 1/3 of total assets.

**Source:** “IP- a power tool for economic growth” K.Idris, WIPO, 2003.

Aparıcı firmaların maddi – qeyri-maddi aktivlərinin nisbəti:

“Coca-cola” – 4:46

“BP” – 29:71

“Walt Disney” – 20:80

“P&G” – 21:79

“Microsoft”: mühasib hesabatlarına əsasən qiymət - 90 mlrd. \$ ABŞ;

bazar kapitalizasiya qiyməti - 270 mlrd. \$ ABŞ.

Üstəlik 180 mlrd. \$ ABŞ – ƏM-dir (əmtəə nişanları, patentlər, müəlliflik hüququ, kommersiya sirləri və nou-xau).

**Nəticədə** əmtəə nişanları firmanın kapitalizasiyasında ən vacib amilə çevrilir.

Əmtəə nişanı:

“Coca-cola” – 61% (69 mlrd. \$ ABŞ),

“Disney” – 54% (32,5 mlrd. \$ABŞ),

“Ford” – 66% (30 mlrd. \$ ABŞ)

(Mənbə: *Beynəlxalq Assosiasiya İnterbrand*)

**Üçüncü: Qeyri-maddi aktivlərin dəyərləndirməsinin çətinlikləri səbəbinə görə ƏM bu günədək “gizli” qalır.**

**Misal:** Böyük Britaniyanın 350 ən iri firmalarının hesabatlarının təhlili göstərdi ki, ümumi bazar qiyməti 2167 mlrd. \$ ABŞ olduğu halda, balans hesabatlarında ümumi 603 mlrd., qeyri-maddi aktivlər isə 38,9 mlrd. (fərq: 1500 mlrd., 72%).

**Ümumiyyətlə:** 40% - “gizli dəyərdir”.

**Dördüncü: ƏM-in “gizli dəyərinin” müəyyənləşdirilməsi aşağıdakıları aydınlaşdırdı:**



a) ƏM müəlliflik hüququ, patentlər yalnız intellektual oğurluqlara qarşı müdafiə tədbirləri kimi yox, həm də güclü rəqabət aparmaq vasitələridir;

b) Səhmlərin sahibləri ƏM dəyərlərinə gətdikcə daha çox şirkətlərin potensial mənfəət əldə etmək imkanları kimi baxırlar.

c) Firmalar üçün ƏM təsiri nəticəsində yaradıcı, yenilikçilik düşüncə - peşəkar hazırlıq dəyərində bərabərdir.

**Beşinci: ƏM hesabına firmaların marketing və menecment strategiyaları dəyişib, ƏM korporativ idarəetmənin vacib elementinə çevrilib.**

a) ƏM “çantaları” yaradılır.

b) ƏM obyektləri özü-özlüyündə lisenziyalar vasitəsi-lə ticarət obyektlərinə çevrilir, on-line ƏM dəyərləndirmə, alqı-satqı və lisenziya birjalrı yaradılır.

**Misal:** *ƏM-in dünya lisenziya bazarı son 10 ildə 100 mlrd. \$ ABŞ (1999-cu il) təşkil edir.*  
(Mənbə: “Price Water house Coopers”)

Bununla belə, ƏM kommersiya potensialının yalnız 3% istifadə olunub (3 trillion \$ ABŞ).  
(Mənbə: *British Technology Group, BTG*).

**Misal:** *IBM firması öz ƏM hesabına lisenziya vasitə-silə 1,25 mlrd. Royalti qazanır.*

v) Firma və korporasiyaların birləşməsi və alqı-satqı-sında iqtisadi əlaqələrin genişlənməsindən sonrakı səbəb ƏM-in axtarışıdır.

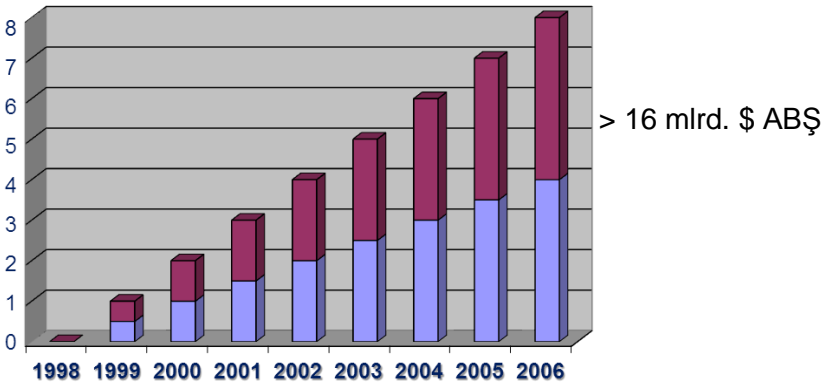
**Misal:** *Birləşmə və alqı-satqının həcmi son 20 il 42% təşkil edərək, 2000-ci ildə 2,3 trillion \$ ABŞ bərabərdir.*  
(Mənbə: UNCTAD).

q) ƏM yüksək qorunması firmaların işçilərinin təlim və ixtisasartmaya investisiyalarını stimullaşdırır.

d) Vençur kapitalın inkişafında ƏM qorunması güvənlik yaradaraq açıq tərəfdaşlıq danışıqlarına dəstək verir.

c) İnternet və elektron kommersiyası inkişafı nəticəsində ƏM virtual bazarı əmələ gəlib və burada yerləşən obyektlərin 50%-dən çoxu ƏM obyektləridir və hər 4 satılan obyektlərdən 3-ü müəlliflik hüququ ilə qorunur.

### Elektron ticarətin artımı

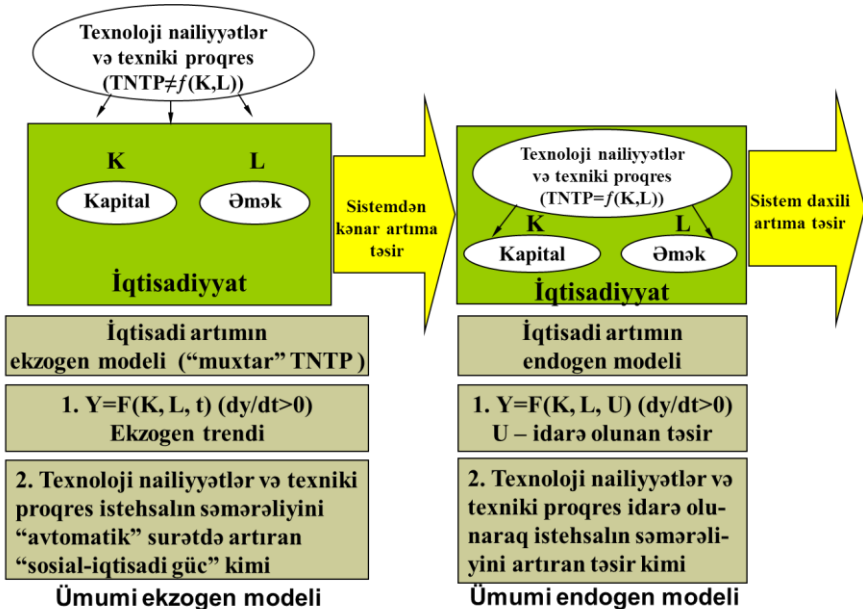


Mənbə: *Gartner, Inc.*, <http://www4.gartner.com>

## Elektron ticarətin ƏM qanunvericiliyinə və bu sahədəki siyasətə təsiri

Xarakteristikalar	Təsiri	ƏM əlaqəli məsələlər
Qloballıq	Dövlətlərarası	ƏM sahədə qanunvericiliyin uyğunlaşdırılması
Sahəarası xarakter	Yeni vasitəçilərin emələ gəlməsi	Hüquqların pozulması ilə bağlı provayderlərin məsuliyyəti
Rəqəm texnologiyası	Rəqəm nüsxələrin mükəmməl keyfiyyəti	"Nüsxə" anlayışının yeni redaksiyası
Müəyyən edilmə çətinlikləri, anonim və özəl xarakteri	Kiberpiratçılıq və ədalətli istifadə	Hüquqların müdafiəsi üstünlükləri, müəlliflik hüququ ilə qorunan obyektlərə münasibətdə yeni müdafiə nişanları
İşiq sürəti	Qanunvericilik və texniki dəyişiklər arasındakı artan fərq, effektiv məhkəmə sisteminin olmaması	Yeni beynəlxalq siyasətinin formalaşdırılması məqsədilə internetdəki məsləhətləşmələr və münaqişələrin alternativ həlli üsullarının axtarışı

## 2. İqtisadi artım modelləri, texnoloji nailiyyətlər, texniki tərəqqi və ƏM



## TNTP təkmilləşdirilmiş ekzogen modelləri



Neytral TNTP əmsalı olan multiplikativ istehsalat funksiyası

$$Y_t = A_t F(K_t, L_t) = A_t \cdot K_t^\alpha \cdot L_t^\beta = A_0 e^{\lambda t} K_t^\alpha \cdot L_t^\beta$$

$$A_t = (1+\lambda)^t = e^{\lambda t} : e^{\lambda t} - \text{Timberqen}, \quad \lambda - \text{TNTP ölçüsü}$$

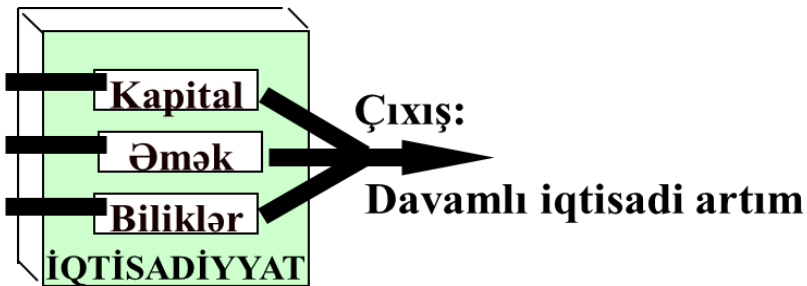
$$Y_t = F(K_t, L_t) = F(K_t, A_L(t) \cdot L_t) - \text{əmək artıran neytral TNTP} - \text{Xarrod}$$

$$Y_t = F(K_t, L_t) = F(A_K(t) \cdot K_t, L_t) - \text{kapital artıran neytral TNTP} - \text{Solou}$$

$$Y_t = F(K_t, L_t) = F(A_K(t) \cdot K_t, A_L(t) \cdot L_t) - \text{resurs artıran neytral TNTP} - \text{Xixs}$$

$$Y_t = A_K \cdot F(K_t, L_t) - \text{məhsul artıran neytral TNTP} - \text{Xixs}$$

## Davamlı iqtisadi artım (TNTP-nin tempini nəzərə alan) Solou modeli



$$1. Y = A \cdot F(K, L) = A \cdot K^\alpha \cdot L^\beta; \quad A - \text{TNTP əmsalı.}$$

$$2. \text{Solou parçalanması: } \Delta Y/Y = \Delta A/A + \alpha \Delta K/K + \beta \Delta L/L \quad (\alpha + \beta = 1).$$

3. İqtisadi artımın tempi = TNTP tempi + kapital yığımının tempi + əmək məsrəflərinin artma tempi.

4. Solou (ekzoqen model): iqtisadi artım  $\Delta L/L$  və  $\Delta A/A$  hesabına.

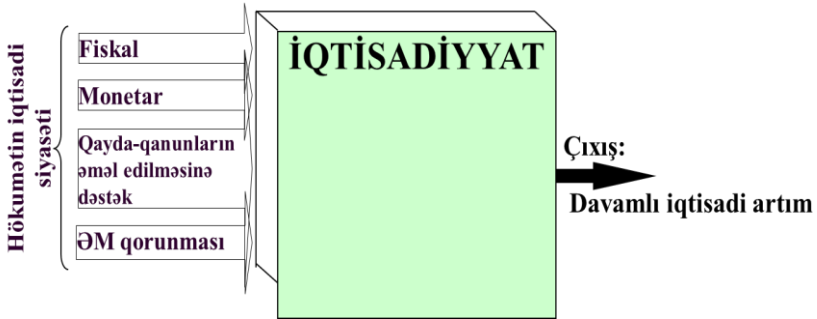
5. Parçalanmayan “qalıq”:  $\Delta A/A$  ( $\frac{1}{3}$  -  $\frac{1}{2}$ ) qədər iqtisadi artımı verir.

6. Texnoloji biliklər – cəmiyyətin istehsalat prosesləri haqqında təsvirlər.

### Davamlı iqtisadi artım: Romer və Lukas modeli

$$Y = A \cdot F(K, L, H) = A \cdot K^\alpha \cdot L^\beta \cdot H^\lambda$$

$$\Delta Y/Y = \Delta A/A + \alpha \Delta K/K + \beta \Delta L/L + \lambda \Delta H/H$$



1. İnsan kapitalı H (texnoloji biliklərin əmək vərdişlərinə çevrilməsi ilə bağlı məsrəflər) və onun dəyişməsi  $\Delta H/H$  Romer modelində.

2. İnvestisiyaların rolu, kənar effektlər,  $\Delta K/K$  artımı, endogen modelə keçid Lukas modelində.

3. İqtisadi artıma siyasi institutların təsiri.
4. Hökumət siyasətinin iqtisadi artıma müsbət və ya mənfi təsiri.
5. ƏM qorunmasının iqtisadi artıma təsiri.

### **3. Milli iqtisadiyyat inkişafının Solou modeli ilə dəyərləndirilməsi (2000 – 2004-cü illər)**

$$\Delta Y / Y = \Delta A / A + \alpha \Delta K / K + \beta \Delta L / L$$

A – TNTP hesabına artım

K – kapital

L – əmək

Y – ÜDM

$$\Delta K / K = 0,09$$

$$\Delta L / L = 0,006 \quad \Delta A / A = 0,07 \text{ (ÜDM-in 7\%)}$$

$$\Delta Y / Y = 0,12$$

## IV. Müəlliflik hüququna əsaslanan sənayenin ÜDM-dəki payı

[mədəni (kreativ) industriyanın inkişafı]

### Milli araşdırma

- a) 2005-2006-cı illər.
- b) 2009-cu il.

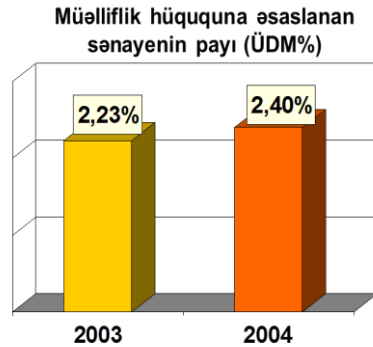
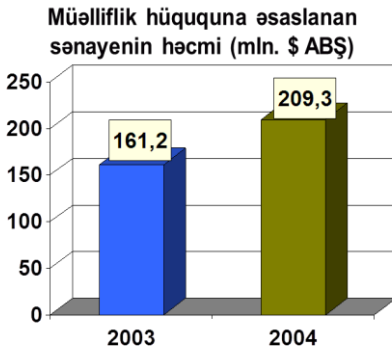
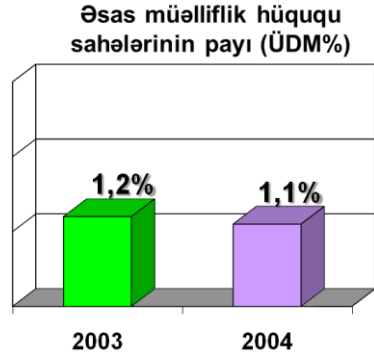
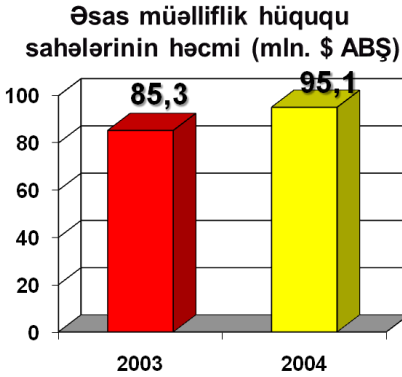
#### 1. İlkin araşdırma (2003 – 2004-cü illər üzrə) 2005 – 2006-cı illərdə aparılıb

### Müəlliflik hüququna əsaslanan sənayenin göstəriciləri

#### The economic contribution of branches of national economy based on the copyright of Azerbaijan

<b>Göstəricilər</b> Type of Copyright Industry	İstehsalatın həcmi trillion \$		ÜDM payı % Contribution in GDP	
	2003	2004	2003	2004
Əsas sahələr Core Copyright	85,3	95,1	1,2	1,1
Qarşılıqlı asılılıq münasibətlərində olan sahələr Interdependent Industries	2,0	4,1	0,03	0,1
Müəlliflik hüququna qismən əsaslanan sahələr Partial Copyright Industries	48,1	66,9	0,6	0,7
Köməkçi sahələr Non-dedicated Support Industries	25,8	43,2	0,4	0,5
Ümumi Total:	161,2	209,3	2,23	2,4

## 2. Nəticələr



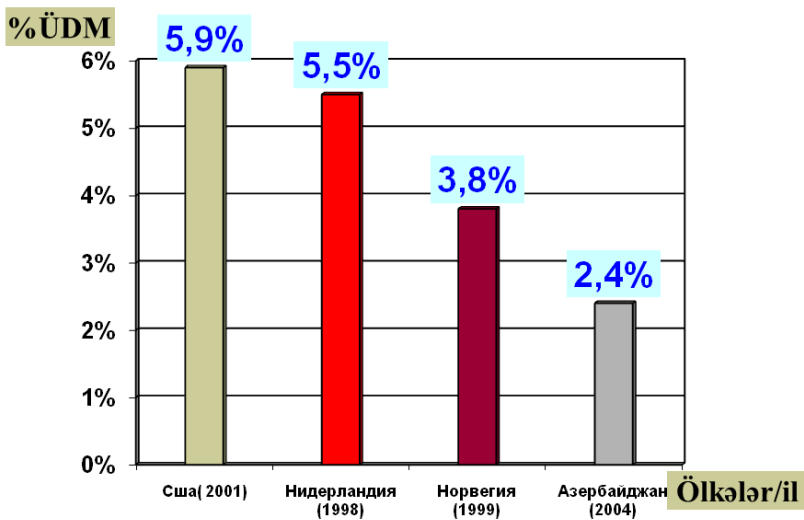
## 3. 2005 – 2006-cı illərdə milli araşdırmanın təhlili

Dövlət statistikasını, dövlət büdcəsinin icrası göstəriciləri və ekspert dəyərləndirmələr istifadə olunur.

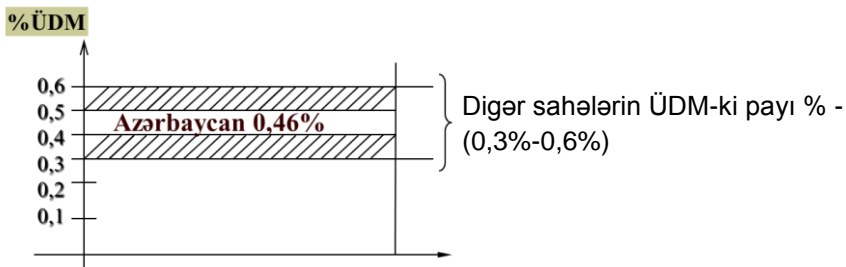
I qrup (1:1), II qrup (1:5), III qrup (1:10), IV qrup 1:10 (Rabitə və internet), 1:100 (ticarət və nəqliyyat)



## Digər ölkələrlə müqayisəli təhlil



## Digər sahələrin payı



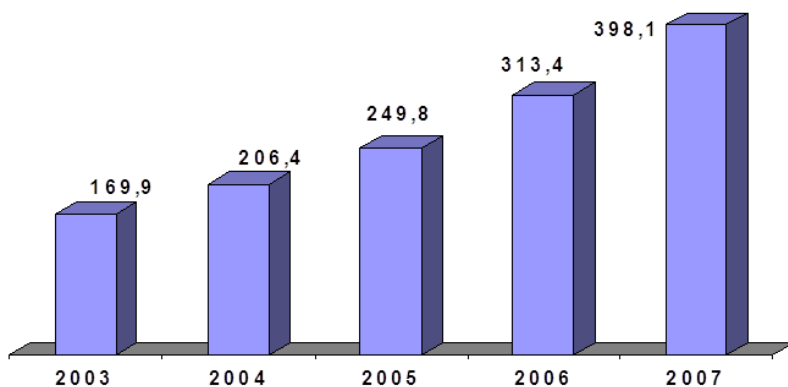
## 2009-cu ilin təkmilləşmiş araşdırması

### Müəllif hüququna əsaslanan industriyanın sahələri, istehsalları və digər bölmələrinin siyahısı

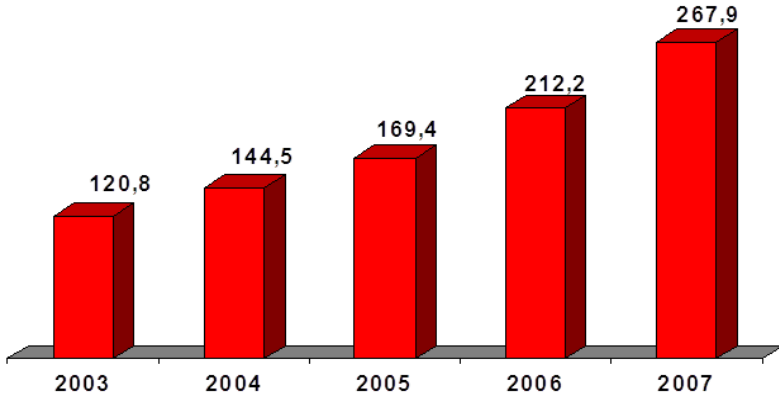
Müəllif hüquqlarının industriya tipi	İndustriya sahələrinin əsas qrupları	Altqruplar
Əsas müəllif hüququ industriyasının sahələri, istehsalları və digər bölmələri	Nəşriyyat və poliqrafiya istehsalı	Jurnal və qəzetlərin və s. nəşri; Kitab, xəritə və təsvirlər, məlumat kitablarının və dig. dərc ol.ş mater.in nəşri; İnformasiya agentliklərinin məhsulu; Kitabxanalar
	Teatr və opera tamaşaları, musiqi istehsalı	Artistik və ədəbi əsərlər və interpretasiyalar; Musiqi məhsullarının (yazılmış musiqinin) istehsalı.
	Film istehsalı, radio və televiziya	Film, kliplərin və s. istehsalı; Milli radio və televiziya yayımları; Müstəqil radio və televiziya yayımları və istehsalçılar; Kabel televiziyası (sistem və kanallar); Peyk televiziyası; Əlaqəli xidmətlər.
	Elmi tədqiqatlar, proqram təminatı və məlumat topluları	Proqramlaşdırma və proq. təminatı (işgüzar proq. lar, video oyunlar, təhsil proq. rı və s.); Məlumat topl.ın yarad. s. işlənməsi və nəşri.
	Vizual və qrafika sənəti	Rəssamlıq qalereyaları; Muzeylər; Qrafik layihələndirmə.
	Reklam xidmətləri	Reklam agentlikləri; Reklam istehsalı.
	Müəllif hüq. üz. cəmiyyətlər Müə. hüq. sah. də döv. sıy. ti	Müəllif hüq. lar üz. cəmiyyətlər; Müə. hüq. ı üz. cəmiy. in dəstək. si və tənzimlənməsi.

Qarşılıqlı asılılıq münasibətlərində olan sahələr	Televizor, radio, video-maqnitafonlar, CD, DVD və b. audio-yazı cihazları, elektron oyun və b. bənzər avadanlıqların istehsalı	
	Kompüter və müvafiq avadanlığın istehsalı	
	Musiqi alətlərin istehsalı	
	Fotografiya və kinematografiya instrumentariyasının fotosürətçixarma cihazlarının istehsalı	
	Yazılma materiallarının istehsalı	
Müəllif hüququna qismən əsaslanan sahələr	Geyim, parça və ayaqqabı istehsalı; Zərgərlik məhsulları və sikkələrin istehsalı; Mebel furniturunun istehsalı; Ev əşyaları və şüşə məmulatları; Divar örtükləri və xalqların istehsalı; Oyuncaqlar və oyunların istehsalı; Başqa sənətlər; Memarlıq işləmələri, layihə işləri, dizayn.	
İndustriyanın köməkçi sahələri	Ticarət; Nəqliyyat; Telefonlaşma və internet.	Topdan satış və pərakəndə ticarəti; Müxtəlif nəqliyyat növləri və müxtəlif nəqliyyat təşkilatları; Rabitə müəssisələri.

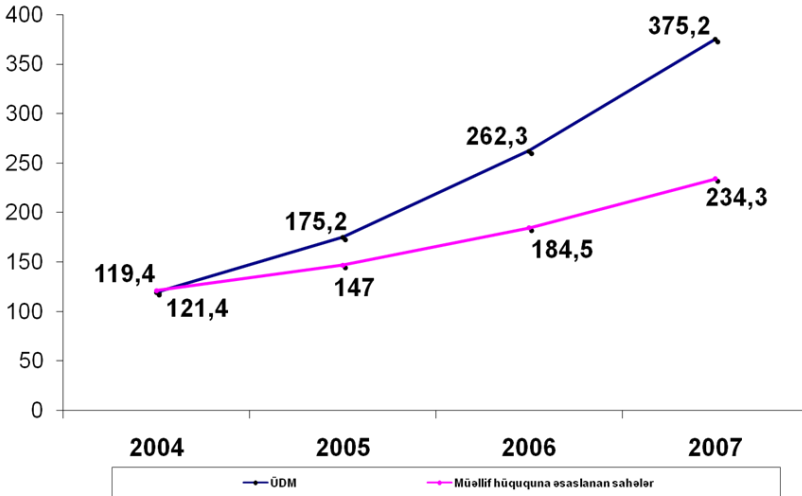
## 1. Müəllif hüququna əsaslanan industriya sahələri, cəmi (mln. man.)



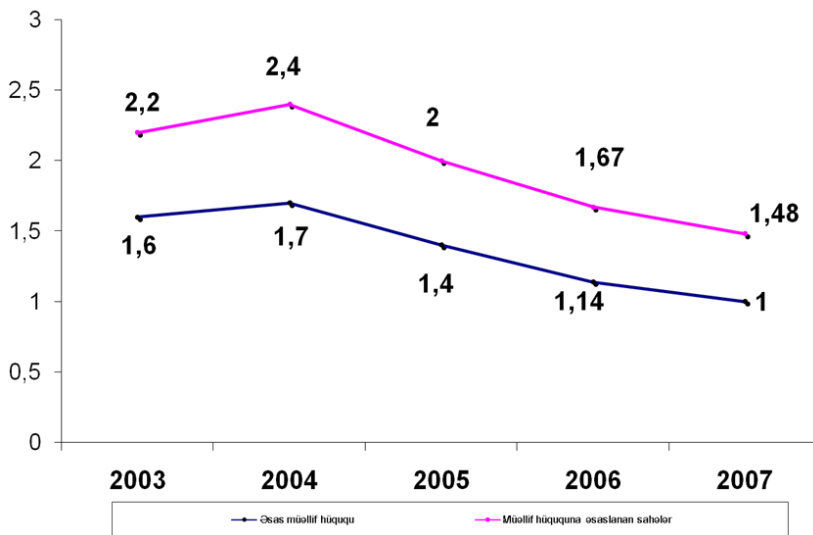
## 2. Əsas müəllif hüququ industriyasının sahələri, istehsalları və digər bölmələri (mln. man)



## Müəllif hüququna əsaslanan industriya sahələrinin artımı (2003 = 100%)



## Müəllif hüququna əsaslanan industriya sahələri ölkə ÜDM-də payı (%)



Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyində hazırlanmışdır.