KAMRAN İMANOV

KREATİV İQTİSADİYYAT VƏ AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATININ İNKİŞAFI

Bakı – 2018

Kamran İmanov,

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri.

Kreativ iqtisadiyyat və Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı. Bakı, 2018

Bu kitabça Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri Kamran İmanovun Müəllif Hüquqları Agentliyi və Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının birgə təşkilatçılığı ilə 17 mart 2016-cı il tarixində keçirilən "Kreativ sənayelərdən faydalanaq: kreativlik və milli inkişaf" mövzusunda milli seminarda etdiyi "Kreativ iqtisadiyyat və Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı" adlı prezentasiya əsasında hazırlanmışdır.

© Azərbaycan Respublikasının Müəllif Hüquqları Agentliyi. 2016, 2017, 2018

© Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyi. 2018

Mündəricat

Giriş 5

I. Kreativ iqtisadiyyat nə deməkdir? 6

II. «Kreativ», «innovasiyalı» və «biliklərə əsaslanan» iqtisadiyyat terminlərinin müqayisəsi 9

III. Kreativ iqtisadiyyatın hesablanmasında ÜƏMT Metodik Göstərişləri və beynəlxalq hesablamalar təcrübəsi 13

IV. Milli araşdırma (kreativ iqtisadiyyata aid) 20

V. Milli araşdırmanın nəticələrinin müqayisəli təhlili 29

Nəticələr 39

GİRİŞ

- «Copyright» adı altında çox vaxt «müəlliflik hüququ»nu və onunla sıx əlaqədə olan «əlaqəli hüquqlar»ı nəzərdə tuturlar.
- «Copyright» mədəni və hüquqi kateqoriyalar olmaqla yanaşı, iqtisadi kateqoriyadır, əqli mülkiyyətin ən vacib hissəsidir, əşya hüququnu tamamlayaraq, dəyərə, iqtisadi xarakteristikalara və funksiyalara malikdir və iqtisadi dövriyyədə iştirak edir.
- «Copyright»ın – XX ə. 70-ci illərinin ikinci yarısından başlayaraq iqtisadi əhəmiyyəti artır və istifadəsinin iqtisadi aspektləri ön plana çıxır.
- «Copyright»ın iqtisadi təbiətinin etirafı (*əsasında sənayenin yeni sahələrinin yaranması, iş yerlərinin və əlavə dəyərin artması, ticarət münasibətlərinin genişlənməsi*) yeni terminin «Copyright-industry» (*«Müəlliflik hüququna əsaslanan sənaye sahələri»*) yaranmasına səbəb oldu.
- «Copyright-industry» ilk mərhələlərdə «mədəni sənaye» adlandırılırdı (*Alman alimləri T.Adorno, M.Horkheimer*).
- Hal-hazırda isə «Creative Economy» (*«Kreativ (yaradıcılıq) iqtisadiyyat»*) termini işlədilir.

I. Kreativ iqtisadiyyat nə deməkdir?

1. «Kreativlik», «kreativ» terminlərinin mənası.

«Kreativlik» (*latınca «creatio», fransızca «creation», ingiliscə «creativity», rusca «креативность»*)

– yaradıcılıq, quruculuq, yeniçilik, fəaliyyət *(Ensiklopedik lüğət);*

– şəxsin prinsipial cəhətdən yeni ideyalar formalaşdırması, yaradıcı imkanları *(Psixoloji lüğət).*

«kreativ» - yaradıcı, orijinal, qeyri-adi, yeni, təkrarolunmaz, unikal.

2. «Kreativ iqtisadiyyat» ifadəsinin tarixindən.

- «Kreativ iqtisadiyyat» ilk dəfə «Business Week» jurnalı tərəfindən işlədilib (*avqust, 2000-ci il*) – 1-ci versiya;
- 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.

3. «Kreativ iqtisadiyyat» ifadəsinə J.Howkins və R.Florida yanaşmalarının fərqi.

- **Howkins**: «Kreativ iqtisadiyyat» 15 kreativ sənaye sahələrindən, 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 mülkiyyət yaradanlardır. Bu sahəvi, operasional tərifdir.

Florida:

- «Kreativ iqtisadiyyat peşə (*fəaliyyət növü*) əsasında müəyyən olunur», «iqtisadiyyatın və cəmiyyətin aparıcı qüvvəsi kreativlikdir», yəni «bilik iqtisadiyyatın bilikləri əsasında praktiki yeni formaların yaradılmasıdır».
- «Bilik və informasiya kreativlik üçün alət və işçi materialıdır və məhsulu isə innovasiyadır».
- Bu fəaliyyət növünə əsaslanan konseptual tərifdir.
- Kreativ sinif – kreativliyin daşıyıcıları iki hissəyə bolunür:

a) super kreativ nüvə (*alimlər, mühəndislər, universitet professorları, şairlər, yazıçılar, rəssamlar, aktyorlar, dizaynerlər, memarlar, publisistlər, redaktorlar, mədəniyyət xadimləri, ekspertlər və s.*);

b) biliyə əsaslanan sahələrdə çalışanlar (*yüksək texnologiyalar, maliyyə, hüquq, biznes menecmenti və s.*).

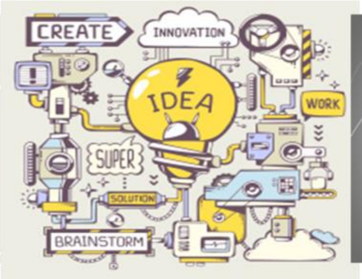
- Kreativ sinfin bazası iqtisadiyyatdır, yəni kreativ sinif nümayəndələri yaradıcılıq fəaliyyəti nəticəsində iqtisadi dəyərlər istehsalçılardır.
- «Kreativ etos – üstünlüyü təşkil edən ruh və ya mədəniyyətin xarakteri»: bunlar kreativliyin artan əhəmiyyətindən irəli gəlir.

NƏTİCƏ:

✓ **Operasional tərif əsasında kreativ iqtisadiyyat – yaradıcılıq fəaliyyəti ilə bağlı məhsul və xidmətləri**

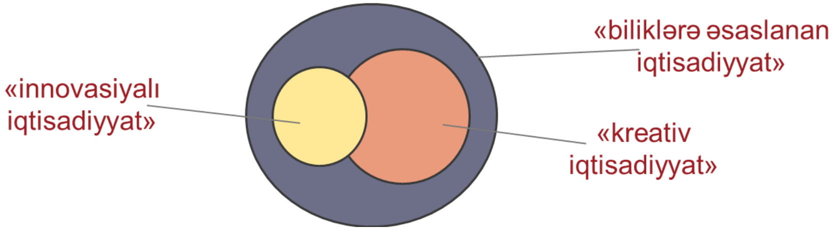
yayan, istehsal və istehlak edən milli və beynəlxalq iqtisadiyyatın müvafiq sektorudur *(Kreativ iqtisadiyyatın tərkibinə ETTK, softver, kinobiznes, kitab ticarəti, media, musiqi və artbiznes, video-oyun, reklam və dizayn və s. məhsul və xidmətləri bazarları daxil edilir).*

- ✓ Konseptual tərif əsasında kreativ iqtisadiyyat kreativliyin daşıyıcılarını və onların fəaliyyəti nəticəsində yeni formaları *(innovasiyaları)* nəzərdə tutur *(yuxarıda sadalanan kreativ peşələr və onların ƏFN).*



II. «Kreativ», «innovasiyalı» və «biliklərə əsaslanan» iqtisadiyyat terminlərinin müqayisəsi

1. «Kreativ» və «innovasiyalı iqtisadiyyat» bir-biri ilə kəsişən, lakin sinonimik anlayışlar deyil.
2. «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.
3. Bununla belə, istər «kreativ iqtisadiyyat», istərsə də «innovasiyalı iqtisadiyyat» daha konkret olmayan «biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat»a daxildir, çünki hər ikisi biliklərə əsaslanır.



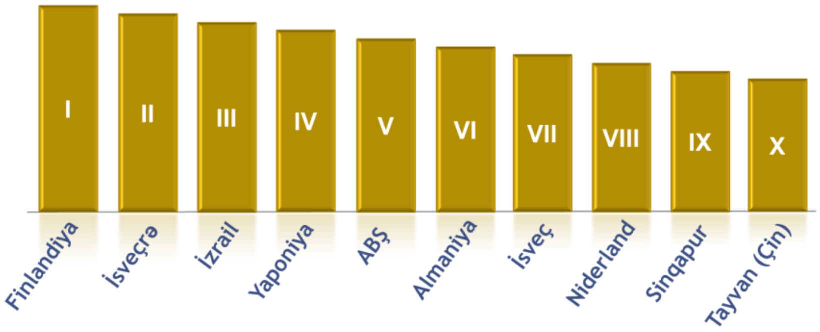
4. Son zamanlar yeni terminin yaranması – «kreativ-innovasiyalı iqtisadiyyat».
5. Davos İqtisadi Forumunun hesabatına əsasən, «innovasiyalı» və «kreativ» iqtisadiyyatdan bir neçə misal.

The Global Competitiveness Index (2013-2014), (2014-2015) and (2015-2016) Rankings

Dünya İqtisadi Forumunun (Davos) 2015-2016-cı illər üçün «Qlobal Rəqabətlilik Hesabatından»
(Azərbaycanın rəqabətqabiliyyəti 140 ölkə sırasında 40-cı yer – MDB lideri)

The Global Competitiveness Index: 2014-2015-ci illər

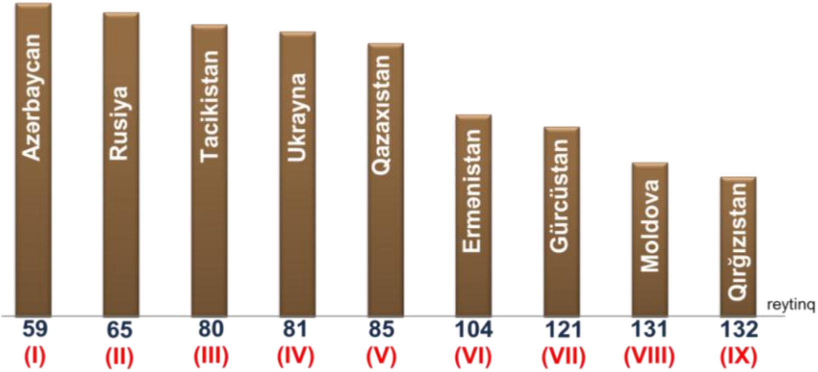
I. İnnovasiya (sütun-göstəricisinə görə)
dünyada 10 ilk dövlətlər



Qeyd. *Araşdırma 113 göstərici-parametr, 12 sütun-göstəriciləri üzrə aparılıb.*

The Global Competitiveness Index: 2014-2015-ci illər

II. İnnovasiya (sütun-göstəricisinə görə)
MDB məkanında dövlətlərin yeri
(9 dövlət üçün aparılan hesabat)



The Global Competitiveness Index: 2015-2016-cı illər

III. İnnovasiya (sütun-göstəricisini) təşkil edən parametrlər üzrə Azərbaycanın reytinqi

1. Qabaqcıl texnoloji məhsulların hökumət tərəfindən alqı-satqısı:	18
2. İnnovasiya (texnoloji) səviyyə:	43
3. İnnovasiya-biznes kompaniyaları:	60
4. Elmi işçilərin və mühəndislərin mövcudluğu:	63
5. PCT patent sifarişləri:	75
6. Elmi-tədqiqat təsisatların keyfiyyəti:	87
7. Universitet-sənaye əməkdaşlığı:	104

The Global Competitiveness Index: 2013-2014-cü illər

III. Kreativ iqtisadiyyatın hesablanmasında ÜƏMT Metodik Göstərişləri və beynəlxalq hesablamalar təcrübəsi

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 masştab və dinamikası ənənəvi iqtisadi göstəricilərə əsaslanmaqdadır (*ÜDM-dəki pay, məşğulluq və məvacib kreativ sektorda, biznes konsentrasiyası, ərazi klasterizasiya və s.*), bununla belə, 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:

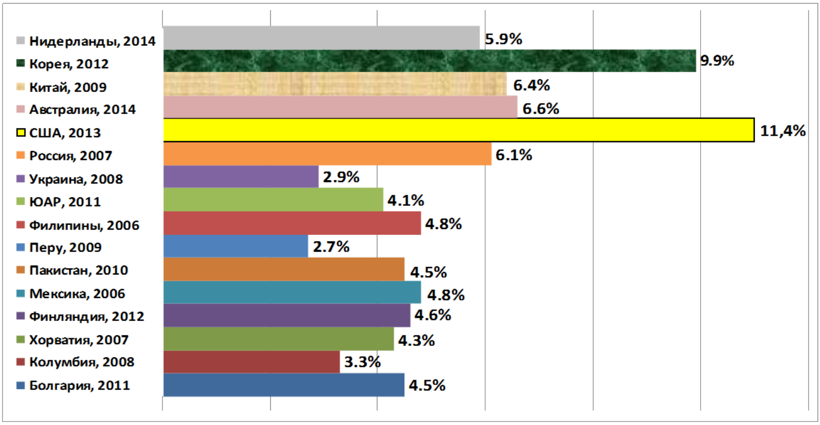
Statistika çətinliklərə və hesablama metodikalarının fərqinə baxmayaraq, kreativ sektor intensiv inkişaf edir: 3-cü minilliyin ilkin illərində Copyright-İndustrie dünya iqtisadiyyatındakı payı 5-6% və təxminən o qədər də sənaye mülkiyyətinin payı mövcud idi (*cəm: 11%-12%*) və kreativ iqtisadiyyatın 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-İndustie-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-nın məlumatına əsasən, kreativ iqtisadiyyatda lider olan ABŞ-da Copyright-İndustie-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, teleyayım 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 sayı-*

na nisbətdə) 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 tövsiyyələr irəli sürülür:

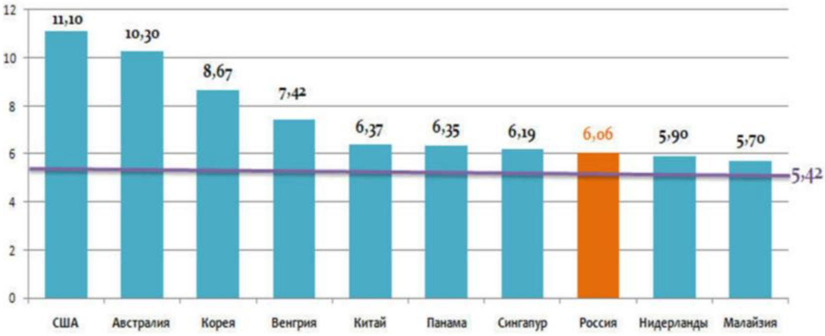
- hər bir ölkə kreativ iqtisadiyyatın səmərəli strategiyasını seçməli, o cümlədən onun ictimai, mədəni, elmi-texniki, ekoloji sahələrlə əlaqədə olmasını və qarşılıqlı əlaqələrinin koordinasiyasını nəzərə almalı;

- 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%.

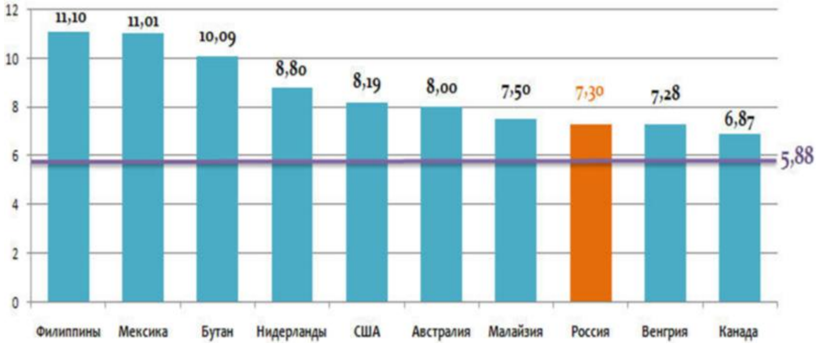
4. ÜƏMT-nın 2012-ci ildəki «Copyright + Kreativlik potensialı = Yeni iş yerləri + İqtisadi artım» (30 ölkə)

- Araşdırılan 30 ölkə bütün dünya kontinentlərindən olan inkişaf etmiş və inkişafda olanları əhatə edirdi.
- Araşdırılan 2 əsas göstərici: kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı və cəlb olunan işçilərin payı.
- Araşdırmanın ÜƏMT Metodik Göstərişləri və sahələrin bölgüsü əsasında aparılması.



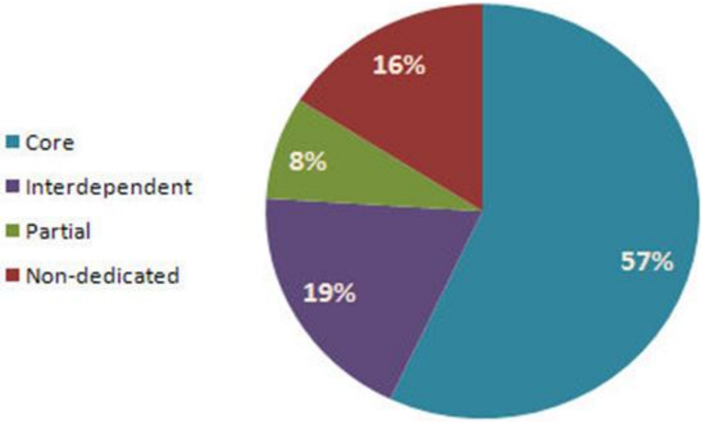
Kreativ iqtisadiyyatın ölkələrin ÜDM-dəki payı, %
(*mənbə: ÜƏMT*) (ilk onluq)

- Araşdırma göstərir ki, kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı 11,1% (*ABŞ*), 1,58% (*Bruney*) qədər dəyişməkdədir, özü də 30 ölkə üzrə 5,42% orta qiymətlə.
- Orta qiyməti 5,42%-dən çox olan göstəricini güclü iqtisadi inkişafı keçmiş ölkələr nümayiş edir.



Kreativ iqtisadiyyatdakı çalışanların ümumi işləyənlərə nisbətdəki payı, %
(*mənbə: ÜƏMT*) (ilk onluq)

- Araşdırma göstərir ki, kreativ industriyada çalışanların payı 11,1% (*Filippin*), 1,90% (*Ukrayna*) qədər dəyişməkdədir, özü də 30 ölkə üzrə 5,88% orta qiymətlə.
- Araşdırma göstərir ki, böyük ÜDM-dəki payı olan və böyük işçi payı olan ölkələr arasında **korrelyasiya** mövcuddur.
- ÜƏMT-nın bölgü üzrə sahələrinin kreativ iqtisadiyyatdakı payı:



Kreativ iqtisadiyyatın sahələr arasındakı paylaşması, % (*mənbə: ÜƏMT*)

- Araşdırma göstərir ki, ən böyük pay əsas istiqamətə düşür (57%).

Kreativ industriyanın əsas istiqamətinin paylaşması, % (*mənbə: ÜƏMT*)

- Araşdırma göstərir ki, kreativ industriyanın ən böyük payı mətbuat və ədəbiyyata, o cümlədən elmi və tədris ədəbiyyatına (*40,46%*), proqram təminatına (softver) – (*23,19%*), radio və televiziyaya (*12,18%*) düşür.
- ÜƏMT-araşdırmanın ən mühüm nəticələri:

- kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı və adam başına düşən ÜDM-in arasında **müsbət əlaqə mövcuddur**;

- kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi arasında güclü müsbət əlaqə mövcuddur, özü də ölkədə yaradılan rəqabət mühiti kreativ sahələr üçün katalizator simasında çıxış edir;

- kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı və Qlobal İnnovasiya İndeksi arasında müsbət korrelyasiya mövcuddur;

- kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı və Mülkiyyət hüququnun qorunması (*mühafizəsi)* İndeksi arasında güclü müsbət əlaqə mövcuddur, özü də yüksək səviyyəli kreativ iqtisadiyyata malik olan ölkələrdə güclü işlək müəllif-hüquq qanunvericiliyi mövcuddur;

- inkişaf etmiş ölkələrdə kreativ iqtisadiyyatın **əsas** müəllif-hüquq sahəsinin (*istiqamətinin*) payı aparıcı rola malikdir və 75% keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrin və 2 dəfə inkişafda olanların müvafiq göstəricisini üstələyir.

IV. Milli araşdırma
(kreativ iqtisadiyyata aid)

1. Araşdrma prinsipləri və tarixi.

- Araşdırma 2003-cü ildən başlayaraq, Müəllif Hüquqları Agentliyi tərəfindən aparılır.
- Araşdırma ÜƏMT-nın Metodik Göstərişlərinə əsaslanır və milli iqtisadiyyatın strukturu və statistikasına uyğunlaşdırılıb.
- Hesablamalar üçün dövlət statistika materialları istifadə olunur, olmadığı halda isə dövlət büdcəsinin hesabat göstəriciləri və ya ekspert qiymətləndirmələri istifadə olunur.
- Kontrafakt istehsal nəzərə alınmır.

2. Milli araşdırmanın təfərrüatları (2014-cü il).

Milli araşdırmanın təfərrüatları (2014)

Kreativ industriyaya daxil olan sahələrin tipi	Sahələrin əsas qrupları	Altqruplar
Əsas Copyright industiriyasının sahələri, istehsalları və digər bölmələri (1:1) - 1785,6 mln.man. Bu sahələr tam Copyright-a əsaslanır və əsas məhsulları müəllif-hüquq materiallarıdır. Bura daxildir: - kitab (musiqi) nəşriyyatları; - teatrlar, tele-film istehsalı, softver istehsalı, reklam	Nəşriyyat və poliqrafiya istehsalı; informasiya agentlikləri; kitabxanalar - 105,4 mln.man.	Jurnal və qəzetlərin (digər dövri mətbuatın) nəşri; kitab, xəritə və təsvirlər, məlumat kitabların və diqər dərc olunmuş materialların nəşri - (poliqrafiya 30,5+nəşr 29,2) 59,7 mln. man. İnformasiya agentliklərinin məhsulu- 6,3 mln.man. Özəl informasiya agentliklərinin məhsulu - 5,2 mln.man. Kitabxanalar - 34,2 mln.man.

və foto agentlikləri, memarlıq təşkilatları və s.	Teatr və opera tamaşaları; musiqi istehsalı və digər mədəniyyət xidmətləri – 131,4 mln. man.	Artistik və ədəbi əsərlər və interpre-tasiyalar (konsertlər və başqa müsiqili tamaşalar) – 83,3 mln.man. Musiqi məhsullarının (yazılmış musi-qinin) istehsalı - 1,2 mln. man. Digər mədəniyyət xidmətləri – 46,9 mln. man.
	Radio və televiziya; film istehsalı, – 292,2 mln. man.	Milli radio və televiziya yayımları – 53,4 mln.man. Müstəqil radio və televiziya (kabel televiziya) yayimları və istehsalçılar –76,2 mln.man. Radiorabitə, radio və televiziya verilişlərinin ötürülməsi və digər xidmətlər– (60,5+75,1) 135,6 mln. man. Film, kliplərin və s. istehsalı – 27,0 mln. man.

	Fotoqrafiya - 2,9 mln.man.	Fotostudiya və kommersiya fotoqra-fiyası – 2,9 mln.man.
	Elm, təhsil, proqram təminatı və məlumat topluları, layihə işləri, – 1162,0 mln. man.	Elm – 124,2 mln.man. Təhsil (dövlət 310,0 və özəl 218,0 sek-toru) – 528,0 mln.man. Proqramlaşdırma və proqram təminatı (işquzar proqramlar, video oyunlar, təhsil proqramları və s.) - 69,5 mln.man. Məlumat topluların yaradılması, işlənməsi və nəşri – 18,3 mln. man. Memarlıq işləmələri, layihə işləri, dizayn (8439,8 -5 %) – 422,0 mln. man.
	Vizual və qrafika sənəti – 18,2 mln. man.	Rəssamlıq qalereyaları, muzeylər - 18,2 mln.man.
	Reklam xidmətləri – 72,5 mln. man.	Reklam agentlikləri, reklam istehsalı- 72,5 mln.man.

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Qarşılıqlı asılılıq münasibətlərində olan sahələr (1:1 – 1:10) – 483,9 mln. man.

Bu sahələrdə yaradılan məhsulların müəyyən hissəsi Copyright ilə qorunan obyektlərin yayılması, surətçıxartması, tirajlanması və istifadəsi ilə bağlıdır. Bura Copyright ilə bağlı avadanlığın istehsalı və s. daxildir.</td>
<td>Müəllif hüququ sahəsində dövlət siyasəti – 1,0 mln.man.</td>
<td>Müəllif hüquqları üzrə cəmiyyətlər- 0,1 mln.man.
Müəlliif hüquqları üzrə cəmiyyətlə-rin dəstəklənməsi və tənzimlənməsi – 0,9 mln.man.</td>
</tr>
<tr>
<td>Televizor, radio, video – maqnitofonlar, SD, DVD və b., audio-yazı cihazları, elektron oyun və b. bənzər avadanlıqların istehsalı – 360,4 mln. man.</td>
<td>Kompüter, elektron və optik məhsul-ların istehsalı – 63,4 mln. man. (1:1) – 63,4
Musiqi alətlərinin və zərgərlik məhsulları istehsalı – 8,9 mln.man. (1:1) – 8,9
Maşın və avadanlığların istehsalı – 347,9 mln. man. (1:3) – 116,0
Elektrik maşinları və elektrik avadanlığlarının istehsalı – 162,2 mln. man. (1:2) - 81,1
Maşın və avadanlığların quraşdıril-ması və təmiri – 249,9 mln.man. (1:10) – 25,0
Hazır metal məmulatlarının istehsalı 107,9</td>
</tr>
</table>

		mln.man. (1:5) – 21,6 Tikinti məmulatlarının istehsalı – 444,4 mln.man. (1:10) – 44,4
		Fotoqrarafiya və kinematoqrafiya instrumentariyasının, fotosurətçıxarma cihazlarının istehsalı
		Yazılma materiallarının istehsalı
	Kağız istehsalı – 12,6 mln.man.	Sellüloz-kağız istehsalı – 25,2 mln. man. (1:2) – 12,6
	İnternet – 110,9 mln. man.	İnternet – 110,9 mln. man. (1:1) - 110,9
Copyright-a qismən əsaslanan sahələr (1:1 – 1:5) – 76,3 mln. man. Bu sahələr qismən Copyright-a əsaslanır və intellektual yaradıcılıq elementləri ilə bağlı	Geyim, parça və ayaqqabı istehsalı; mebel və furnitura istehsalı; toxuçuluq sənayesi və xalıların istehsalı – 76,3 mln. man.	Geyim istehsalı, xəzin bəzədilməsi və rənglənməsi – 31,8 mln. man. (1:2) – 15,9 Toxuçuluq sənayesi – 47,0 mln. man. (1:1) - 47,0 Dəri, dəridən məmulatlar və ayaq-qabı istehsalı – 18,9 mln. man. (1:3) – 6,3

istehsalatlardır. Bura modelyerlər, rəssamların fəaliyyəti və s. daxildir.		**Mebel istehsalı – 35,4 mln. man. (1:5) – 7,1 Sikkələrin istehsalı; Oyuncaqlar və oyunların istehsalı; Başqa sənətlər;**
Copyright-industriyasının köməkçi sahələri (1:4 – 1:80) - <u>627,8 mln.man</u>. Bura fəaliyyəti müəllif-hüquq məhsullarının istehsalı, yayılması, qorunub-saxlanması və realizə edilməsinə dəstək verən sahələr daxildir.	**Ticarət, nəqletmə, telefonlaşma - 627,8 mln.man.**	**Topdan satış və pərakəndə ticarəti (maqazinlər, anbarlar, köşklər) – 22001,7 mln.man. (1:80) – 275,0 Müxtəlif nəqliyyat növləri və müxtəlif nəqliyyat təşkilatları – 2653,0 mln. man. (1:80) – 33,2 Telefonlaşma – 1278,4 mln.man. (1:4) – 319,6**

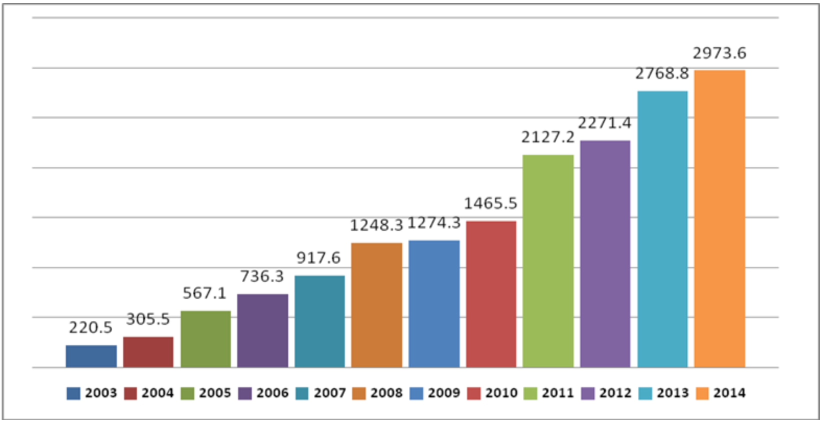
Əsas müəllif hüququ industiriyasının sahələri, istehsalları və d. bölmələri – 1785,6 mln.man. (3,0%)
Qarşılıqlı asılılıq münasibətlərində olan sahələr – 483,9 mln. man. (0,8 %)
Müəllif hüququna qismən əsaslanan sahələr – 76,3 mln. man. (0,1%)
İndustriyanın köməkçi sahələri – 627,8 mln.man. (1,1 %)

2973,6 mln.man. (5,0 %)

ÜDM – 58977,8 mln.man.
Dollar – 0,78
Dollar – 75188,4

3. Araşdırmanın nəticələri

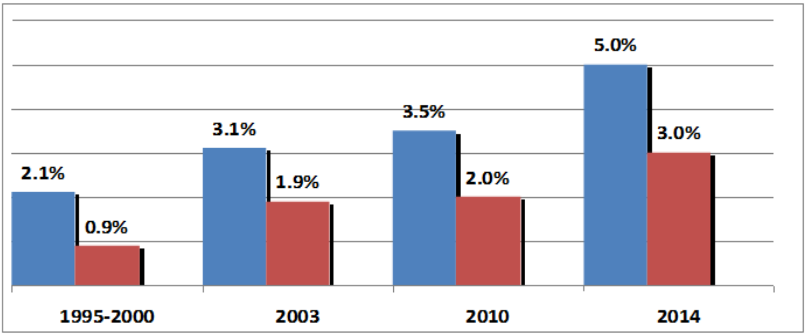
- Araşdırma göstərir ki, 2003-cü ildən 2014-cü il də daxil olmaqla, kreativ industriyanın artımı 220,5 mln.man.-dan 2973,6 mln.man.-a qədər yüksəlib (*13 dəfədən çox*). Bununla yanaşı, əsas müəllif hüququna aid olan kreativ industriyanın həcmi 153,3 mln.man.-dan 1785,6 mln.man.-a qədər artıb (*11,6 dəfə*). Bunlar dövlət rəhbərliyinin bu sahəyə olan diqqətinin nümayişidir.



Kreativ industriyanın həcmi (*mln. man*)

- Kreativ industriyanı xarakterizə edən digər göstərici Copyright-industriyanın ÜDM-dəki payını göstərir: 2003-2014-cü illər ərzində bu göstəricinin artımı 3,1%-dən 5%-ə qədər yüksəlib (60%-dan artıq), üstəlik 1995-2000-ci illərdə göstəricinin orta qiymətini (*2,1%*) nəzərə alaraq, 2,4 dəfə.
- Həmin müddət ərzində Azərbaycanın ÜDM-i çox yüksək templərlə artmışdır (*8,2 dəfə*) (*hətta 2005, 2006, 2007-ci illərdə ən yüksək templərlə*), lakin Copyright-industriya 13 dəfə artmışdır.

- Bununla belə ÜDM-in artım tempi Copyright-industriya üçün katalizator kimi çıxış etmişdir.



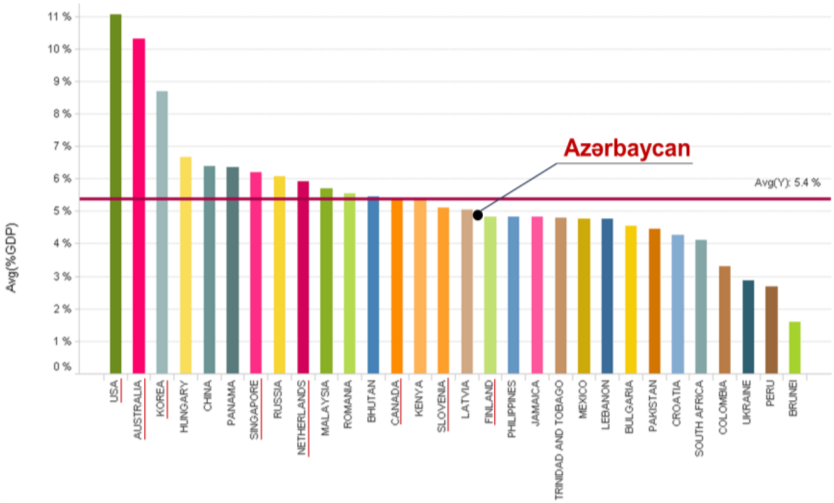
Kreativ industriyanın və onun əsas Copyright-a əsaslanan hissəsinin ÜDM-dəki payı

V. Milli araşdırmanın nəticələrinin müqayisəli təhlili

1. Müqayisəli təhlilin prinsipləri.

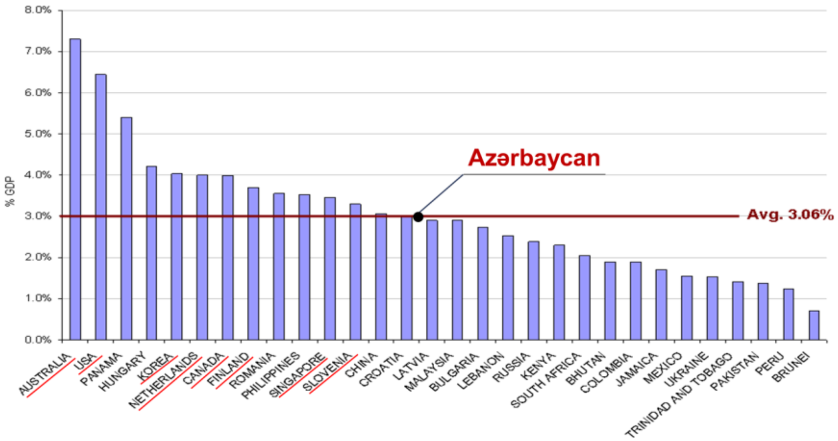
- ✓ İlkin mənbə kimi ÜƏMT-nın 30 ölkə arasındakı 2012-ci il «Copyright + Kreativlik = Yeni iş yerləri + İqtisadi artım» Hesabatı götürülür və Milli araşdırmanın nəticələri ÜƏMT göstəriciləri ilə müqayisə edilir.
- ✓ Həmin Hesabatda olan göstəricilərin qiymətləri və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi, 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



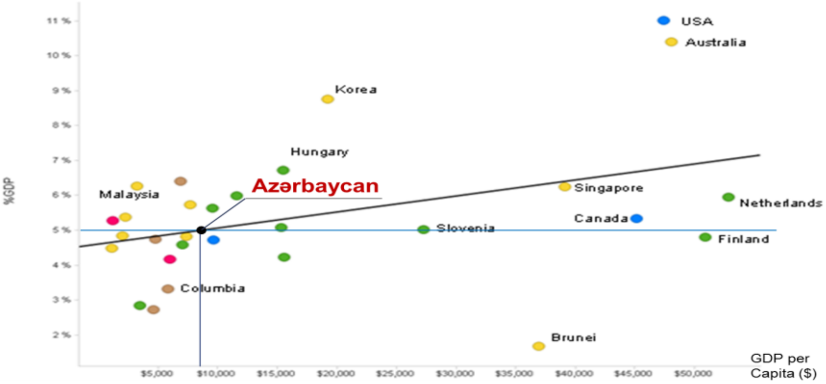
Kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı dünya ölkələri üzrə,%
(Mənbə: ÜƏMT, Agentlik, altından xətt çəkilən ölkələr Dünya Valyuta Fonduna əsasən inkişaf etmiş ölkələrdir)

- ✓ Araşdırma göstərir ki, Azərbaycanın kreativ iqtisadiyyat göstəricisi (*ÜDM-də payı 5%*) ÜƏMT tərəfindən araşdırılan 30 ölkə sırasında **orta səviyyədədir** (*5,4%*) və ümumiyyətlə bir sıra inkişaf etmiş ölkələrdən geri qalmır.



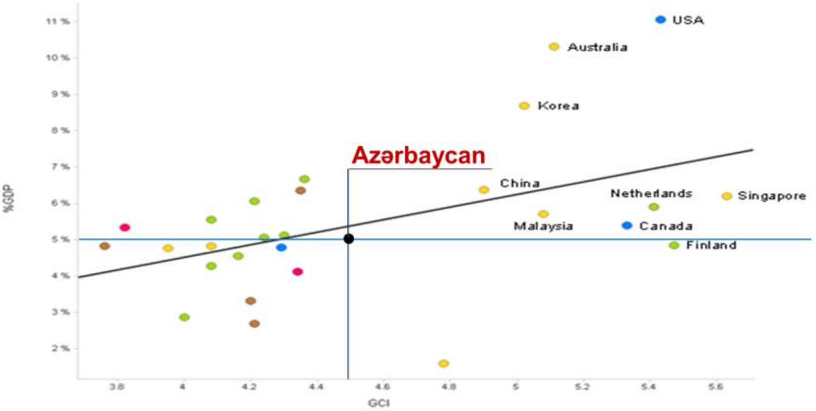
Kreativ iqtisadiyyatın əsas müəlliflik-hüquq sahələri, %
(Mənbə: ÜƏMT, Agentlik, altından xətt çəkilən ölkələr Dünya Valyuta Fonduna əsasən inkişaf etmiş ölkələrdir)

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



Kreativ industriyanın ÜDM-dəki payının adambaşına düşən ÜDM-lə əlaqəsi
(Mənbə: ÜƏMT, Agentlik, Dünya Bankı)

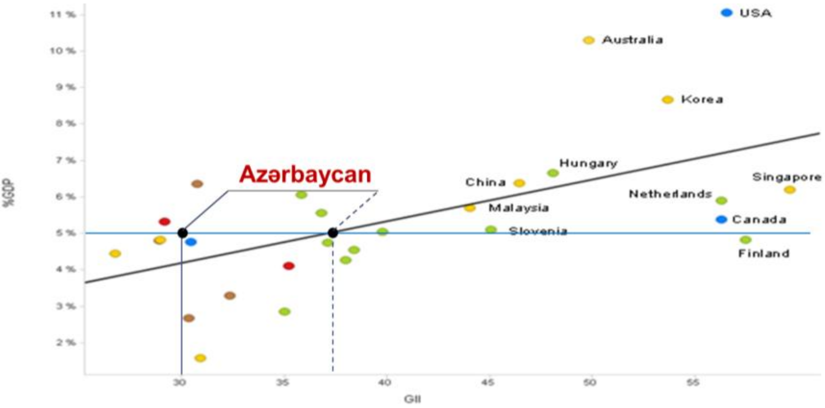
✓ Araşdırma göstərir ki, ÜDM-dəki payın və adambaşına düşən ÜDM-in arasındakı reqressiya (*stoxastik asılılıq*) xətti Azərbaycanın kreativ iqtisadiyyat göstəricisi (*5,0%*) və adambaşına düşən ÜDM-in (*8000$, 2014-cü il*) koordinatları ilə tam uyğun gəlir. Burada yaranan fərq təxminən 0,01% civarındadır (*demək olar ki, reqressiya xəttinin üstünə düşür*). **Bu isə Milli araşdırmanın yüksək dəqiqliyinin (reprezentativliyinin) təzahürüdür**.



Kreativ industriyanın ÜDM-dəki payı və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi arasındakı əlaqə
(Mənbə: Dünya İqtisadi Forumu, Agentlik)

- Təhlildən göründüyü kimi, reqressiya xətti və Azərbaycanın göstəricilərinin koordinatları arasındakı fərq çox azdır (*təxminən 0,1% səviyyəsində*).
- Azərbaycanın 2015-2016-cı illərədək Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi **4,5 reytinqlə dünyada 140 ölkə sırasında 40-cı yeri tutur, MDB məkanında liderdir və bir sıra inkişaf etmiş ölkələri üstələyir**.
- Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksinin hesablanmasında «ƏMH-nın qorunması» altindeksindəki (*sütun*)

və buradakı «Təsisatlar (*institutlar*)» göstəricisi vacib rola malikdir. Təhlil göstərir ki, Azərbaycan bu sahədə **Cənubi Qafqazın lideridir**, **MDB ölkələri sırasında ilk 3-lüyə daxildir, Rusiya və Ukraynanı** (*müvafiq olaraq, 124 və 120-ci yerlər*) üstələyir.



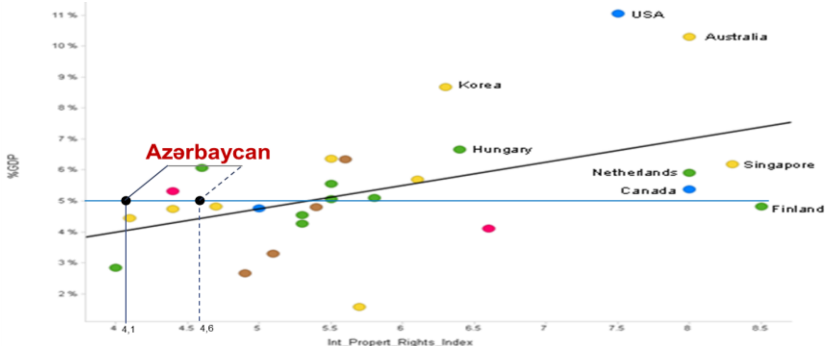
Kreativ industriyanın payı və Qlobal İnnovasiya İndeksi arasındakı əlaqə

(Mənbə: ÜƏMT, Kornell Universiteti, İNSEAD, Agentlik)

- Qlobal İnnovasiya İndeksinin araşdırılması Kornell Universiteti və Fransa Tədqiqat Mərkəzi **ÜƏMT-nın iştirakı ilə aparılır**.
- Göründüyü kimi, kreativ iqtisadiyyatın payı və Qlobal İnnovasiya İndeksi arasındakı müsbət əlaqə mövcuddur.
- 2015-ci ildə Azərbaycan Qlobal İnnovasiya İndeksinin ranqı 30,10 bal ilə 144 ölkə arasında 93-cü yerdə göstərilir.
- Lakin Azərbaycanın bu mövqeyi reqressiya asılılığı ilə çox zəif əlaqədədir, çünki yaranan fərq təxminən 1% artıqdır. Üstəlik, göstərilən rəqəmlər Qlobal Rəqabət-

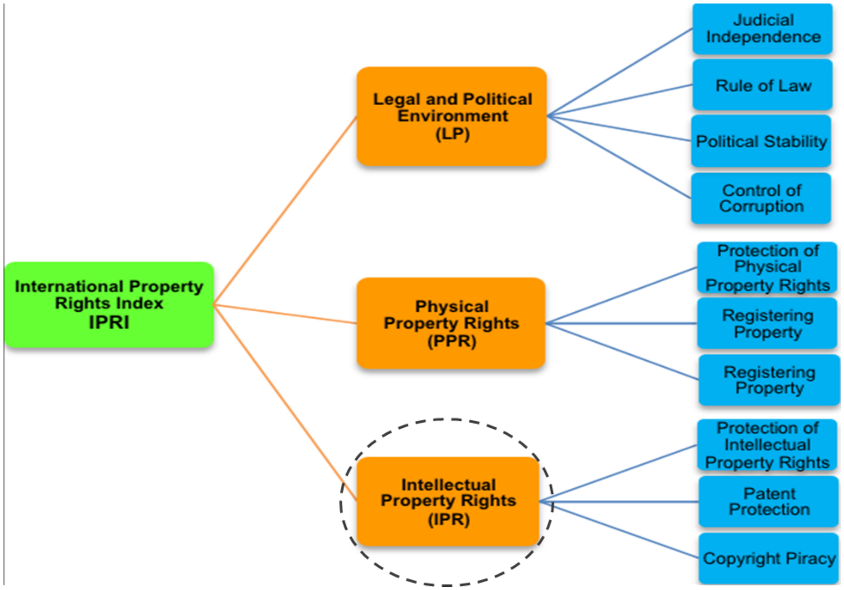
qabiliyyətlilik İndeksinin göstəriciləri ilə ziddiyyətdədir. Belə ki, Dünya İqtisadi Forumunun Hesabatında «İnnovasiyalar» altindeksində (*sütun*) Azərbaycan daha yüksək 61-ci yeri tutur və bununla Cənubi Qafqazın lideridir, MDB məkanında isə yalnız Ukraynadan geri qalır (*54-cü yer*). Bundan əlavə, Azərbaycanın 93-cü yeri Qlobal İnnovasiya İndeksinin kreativ industriyanın əsasını təşkil edən «Kreativ məhsullar və xidmətlər» hissəsində (*bu ən vacib Copyright-ın qorunması indikatoru*) ziddiyyətə düşür. Belə ki, bu indikator üzrə Azərbaycan 144 ölkə arasında 68-ci yeri tutur və bununla, MDB liderlərindən biridir, 10 sıra Rusiyanı, 18 sıra Qazağıstanı və 19 sıra Ukraynanı üstələyir.

- Aydın görünür ki, Azərbaycanın ranqı 36 civarında olduğu halda reqressiya xəttindən fərqi onda bir faiz səviyyəsində olacaqdır. Bu isə Qlobal İnnovasiya İndeksi üzrə 60-70-ci yerlərə uyğun gəlir (*burada ranq 37-35 arasındadır*). Bu vəziyyətdə Azərbaycanın Qlobal İnnovasiya İndeksi istər ÜƏMT-nın kreativ industriya üzrə, istərsə də Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksinə uyğun olardı.



Kreativ industriyanın ÜDM-dəki payı və Mülkiyyət Hüquqlarının Qorunması (mühafizəsi) **Beynəlxalq İndeksi arasındakı əlaqə**

- Mülkiyyət Hüquqlarının Qorunması Beynəlxalq İndeksi (*İnternational Rights Property Index*) Mülkiyyət Hüquqlarının Alyansı (*Property Rights Alliance*) tərəfindən aparılır və 2015-ci ildə Azərbaycan ilk dəfə olaraq araşdırılan ölkələr çərçivəsinə daxil edilib.
- Alyansın Hesabatında göstərildiyi kimi, burada istifadə olunan materiallar İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, Dünya Bankı, ÜTT, **ABŞ Prezidentinin Ticarət Nümayəndəliyinin İdarəsi** və müxtəlif beynəlxalq və Milli Tədqiqat Mərkəzlərinin verilənləri əsasında aparılıb və 129 ölkəni əhatə edib.
- Reytinqin hesablanması aşağıda göstərilən qayda üzrə aparılır:



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

- Azərbaycan həmin reytinq cədvəlində **yalnız** 4,1 balla 103-cü yerdə göstərilir.
- Bununla yanaşı, «əqli mülkiyyət hüquqları» (*IPR*) altindeksində Azərbaycan 2,8 balla daha geriyə salınır (*119-cu yer*). Baxmayaraq ki, Cənubi Qafqazda bu rəqəmlərlə Azərbaycan liderdir (*Gürcüstan 2,2 balla 125-ci yerdə, Ermənistan 2,7 balla 120-ci yerdə*), bu vəziyyət bizi qane etmir.
- Əlavə araşdırma aparmaq üçün bir tərəfdən ən mötəbər və peşəkar ÜƏMT-nın 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.

✓ Hesabat imkan verir ki, «əqli mülkiyyət hüquqlarının qorunması» altindeksinə diqqət yetirək və Azərbaycanın «Əqli mülkiyyət hüquqları» (*IPR*) altindeksi 2,8 bal təşkil edərək, iki komponentdən - «əqli mülkiyyət hüquqlarının qorunması» və «piratçılıq» səviyyəsindən (*1,5 bal*) ibarətdir. Birinci komponent 73-cü yerdə (*129 ölkə*), ikinci komponent 95-ci yerdə (*105 ölkə*).

Qeyd: Hesabatda göstərilir ki, 3-cü komponent – «patent qorunması» üzrə Azərbaycandan məlumat yoxdur.

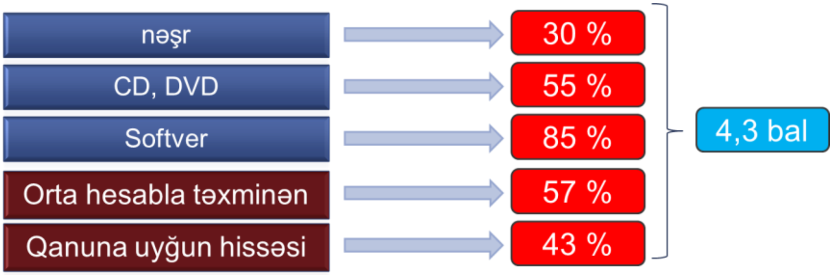
- Göründüyü kimi, «piratçılıq» göstəricisi aşağı olduğuna görə, IPR altindeksinə öz təsirini göstərir. Şübhəsiz, piratçılıqla mübarizə vacib məsələdir və Azərbaycanda buna diqqət yetirilir və yetiriləcək. Hesabatda göstərilir ki, piratçılığın səviyyəsi yalnız BSA-in məlumatına əsaslanır. Bu göstərici son 10 ildə Azərbaycanda 96%-dən 85%-ə qədər azalsa da, hələ də yüksəkdir (*Səbəbi 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.

- ➢ Müxtəlif seqmentlər üzrə Azərbaycanda piratçılıq:



Bu isə təxminən 74-cü yerə uyğundur. IPR altindeksi isə (4,2 + 4,3) / 2 = 4,25 ≈ 4,3 bal, təxminən 80-ci yer, IPRI indeksi isə öz növbəsində (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 reqressiya xəttindən fərqi təxminən 2 dəfə azaldır və ÜƏMT, İqtisadi Forumun Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksinə daha uyğunlaşır.
- ➢ **Lakin məsələ bununla bitmir**. Azərbaycanın IPR indeksi 2,8 bal və «piratçılıq» indeksi 1,5 bal müəyyən ölkələrlə müqayisədə **paradoksal nəticələrə** gətirir. Belə ki, IPRI Hesabatında istinad edildiyi ABŞ Ticarət Nümayəndəsinin hər il hazırlanan əqli mülkiyyət hü-

quqlarını pozan (*qısaca «pirat»*) ölkələrinin siyahısına baxaq.

Azərbaycan 10 ildir ki, bu siyahıya düşmür. 2015-ci ildə elan olunan siyahıda (*Priority Watch List*) kobud şəkildə ƏMH pozan (*pirat*) ölkələrin sayı 13-dür, o cümlədən Çili, Çin, Hindistan, Rusiya, Tayland, Argentina, Küveyt, İndoneziya, Ukrayna, Əlcəzair, Pakistan, Venesuela, Ekvador. Bunlardan Ekvador IPRI indeksinə düşməyib və yalnız Venesueladan 2,6 bal mövcuddur.

11 ölkənin indeksi isə 6,1 baldan 3,0 bala qədərdir.

Deməli, 11 ölkə, hansılarının ki, IPR indeksi Azərbaycandan yüksəkdir, ƏMH zəif qoruyan və ciddi pozandır, bu isə 90%-dən çoxdur.

✓ Bundan savayı, 24 ölkə Watch List-ə daxildir və ƏMH-nı kifayət qədər qorumayan, piratçılıq yüksək olan sayılır, o cümlədən Kanada, Yunanıstan, Yamayka, Trinidad və Tobaqo, Türkiyə, Meksika, Braziliya, Rumıniya, Kolumbiya, Kosta-Rika, Bolqarıstan, Peru, Misir, Qvatemala, Vyetnam, Livan, Barbados, Belarusiya, Tacikistan, Türkmənistan, Özbəkistan.

Bu ölkələrdən IPRI araşdırmasına düşməyən son 5 ölkədir və yalnız Livanın IPR indeksi (*2,5*) Azərbaycandan aşağıdır. Beləliklə, araşdırılan 24 ölkədən yalnız biri (*Livan*) istisna olmaqla, 18-nin IPR indeksi Azərbaycanın indeksindən yüksəkdir və bu 95% təşkil edir.

Beləliklə, 30 ölkədə IPR indeksi Azərbaycandan yüksəkdir, yəni ƏMH daha yaxşı qorunur, lakin bu və ya digər səviyyədə pirat, hüquqları pozan ölkələr hesab olunurlar, halbuki Azərbaycan «qara siyahıya» düşmür. Bunu nə cür izah etmək olar? Bu sualla ÜƏMT-nın rəsmi nümayəndələrinə müraciət edirəm.

P.S. Azərbaycanın qeyd olunan indeksləri daha dəqiq ifadə olunsaydı, ümumi

$$IPRI = (LP + PPR + IPR) / 3 =$$
$$= (3{,}7 + 5{,}8 + 4{,}3) / 3 = 4{,}6 \text{ bal}$$

və bu daha layiq 77-ci yerə uyğun idi (*26 pillə yüksəliş olardı*).

NƏTİCƏLƏR

1. Kreativ iqtisadiyyat üzrə ÜƏMT-nın beynəlxalq tədqiqatları göstərir ki, bu sahə inkişaf etmiş və bir sıra inkişafda olan ölkələrdə aparıcı rola malikdir və iqtisadi böhran şəraitində digər sahələr üçün stimullaşdırma gücünə malikdir.
2. Cənab Prezident İlham Əliyevin «Azərbaycan modeli» ölkənin intensiv dayanıqlı sosial-iqtisadi inkişafını təmin edərək, əqli mülkiyyət sahəsində qanunverici və idarəedici tədbirlərin möhkəmləndirilməsinə qulluq edir, son 10-12 ildə Copyright-a əsaslanan kreativ iqtisadiyyatın həcminin 13 dəfə artmasına gətirib çıxarıb.
3. IPRI Beynəlxalq indeksinin hesablamalarına daha ehtiyatlı yanaşma və daha dəqiq metodoloji və verilənlər bazasından istifadə etmək məqsədə müvafiqdir.

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyində hazırlanmışdır.