



WIPO

سازمان جهانی مالکیت فکری

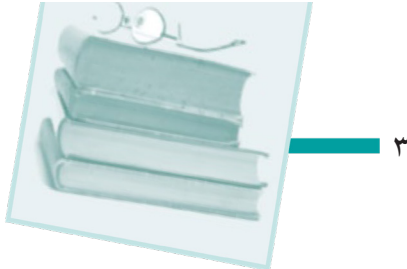
## راهنمای

# بررسی سهم اقتصادی صنایع کپی‌رایت

چاپ اصلاح‌شده ۲۰۱۵







## فهرست

۷	..... مقدمه
	<b>فصل ۱ «تجربه حاصل از اجرای روش موردنظر»</b>
۱۱	..... ۱-۱ ساختار
۱۳	..... ۲-۱ نتایج اصلی
	..... ۳-۱ مشارکت سازمانی و شرایط اجرایی، تمهیدات عملی، رویه‌های تحقیق و کاربردهای
۱۹	..... روش مورد بررسی
۲۰	..... ۴-۱ حوزه تحقیق و تأمین بودجه
	<b>فصل ۲ «مفاهیم حقوقی پایه»</b>
۲۴	..... ۱-۲ مفهوم کپی‌رایت
۲۶	..... ۲-۲ حقوق انحصاری
۲۸	..... ۳-۲ حقوق مرتبط
۲۹	..... ۴-۲ محدودیت‌های حقوق
۳۰	..... ۵-۲ چارچوب قانونی و بازارهای کپی‌رایت
	<b>فصل ۳ «مبانی اقتصادی کپی‌رایت»</b>
۳۴	..... ۱-۳ مجموعه اصطلاحات اصلی
۳۶	..... ۲-۳ ویژگی‌های اصلی اقتصادی کپی‌رایت
۳۸	..... ۳-۳ عملکردهای اقتصادی و پیامدهای قانون کپی‌رایت
۴۰	..... ۴-۳ کپی‌رایت در اقتصاد ملی
۴۰	..... ۱-۴-۳ تأثیرات متعدد بر اقتصاد
۴۱	..... ۲-۴-۳ سازمان اقتصادی و نقش دولت
۴۲	..... ۵-۳ ویژگی‌های اصلی بازار خلاق
۴۲	..... ۱-۵-۳ طرف تقاضا
۴۳	..... ۲-۵-۳ طرف عرضه
۴۴	..... ۳-۵-۳ بازارهای کار

## فصل ۴ «صنایع کپی‌رایت»

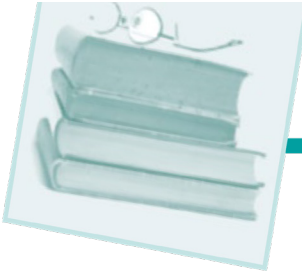
۴۷	..... ۱-۴ بررسی اجمالی
۵۲	..... ۲-۴ صنایع کپی‌رایت اصلی
۵۲	..... ۱-۲-۴ تمایزهای عملکردی
۵۴	..... ۲-۲-۴ تمایزهای آماری
۵۶	..... ۳-۲-۴ تعریف و تفکیک صنایع کپی‌رایت اصلی
۶۱	..... ۴-۲-۴ تکامل صنایع کپی‌رایت اصلی
۶۳	..... ۳-۴ صنایع کپی‌رایت وابسته
۶۳	..... ۱-۳-۴ ملاحظات کلی
۶۵	..... ۲-۳-۴ تعریف صنایع کپی‌رایت وابسته
۶۶	..... ۴-۴ صنایع کپی‌رایت نسبی
۶۸	..... ۵-۴ صنایع حمایتی غیراختصاصی

## فصل ۵ «چارچوب بررسی»

۷۱	..... ۱-۵ سازماندهی بررسی
۷۳	..... ۲-۵ اصول راهنما
۷۳	..... ۳-۵ چه چیزی باید ارزیابی شود؟
۷۶	..... ۴-۵ اندازه صنایع کپی‌رایت در اقتصادهای ملی
۷۶	..... ۱-۴-۵ شاخص‌های اقتصادی
۸۳	..... ۲-۴-۵ شاخص‌های بازار کار: سهم از اشتغال و حقوق
۸۴	..... ۳-۴-۵ تجارت خارجی
۸۶	..... ۵-۵ عملکرد صنایع کپی‌رایت در اقتصادهای ملی
۸۶	..... ۱-۵-۵ بهره‌وری کار
۸۸	..... ۲-۵-۵ تراز تجارت خارجی
۹۰	..... ۳-۵-۵ سهم صنایع کپی‌رایت از رشد اقتصادی
۹۱	..... ۶-۵ نهاده‌سازی چارچوب تحلیلی مناسب‌تر

## فصل ۶ «روند ارزیابی»

۹۳	..... ۱-۶ مرور کلی
۹۳	..... ۱-۱-۶ ایده‌های اصلی مربوط به نظام حسابداری ملی - حسابداری اقماری
۹۴	..... ۲-۱-۶ ویژگی‌های جدید



۹۹	..... ۲-۶ روند بررسی
۱۰۰	..... ۱-۲-۶ مرحله اول: شناسایی و طبقه‌بندی محصولات و صنایع کپی‌رایت
۱۰۴	..... ۲-۲-۶ مرحله دوم: جمع‌آوری داده‌های مرتبط
۱۲۵	..... ۳-۲-۶ مرحله سوم: محاسبه سهم صنایع کپی‌رایت از اقتصاد ملی
۱۳۹	..... ۴-۲-۶ مرحله چهارم: بررسی و ارائه نتایج نظرسنجی

## فصل ۷ «منابع اطلاعات»

۱۴۳	..... ۱-۷ محدوده منابع اطلاعات
۱۴۳	..... ۱-۱-۷ آمار رسمی
۱۴۸	..... ۲-۱-۷ آمار مکمل
۱۴۹	..... ۳-۱-۷ سازمان‌های ملی حرفه‌ای
۱۴۹	..... ۴-۱-۷ منابع صنایع خاص
۱۴۹	..... ۵-۱-۷ سازمان‌های غیردولتی
۱۵۰	..... ۲-۷ محدوده و ساختار آمار
۱۵۰	..... ۱-۲-۷ محدوده برآوردها
۱۵۲	..... ۲-۲-۷ مسائل مفهومی
۱۵۳	..... ۳-۲-۷ چالش‌های برگرفته از ساختار آمار
۱۵۵	..... ۳-۷ روندهای آتی
۱۵۵	..... ۱-۳-۷ اصلاح روش محاسبه دارایی‌های غیرمشهود- دارایی‌های فکری
۱۵۷	..... ۲-۳-۷ همگرایی طبقه‌بندی‌ها
۱۵۷	..... اظهارنظرات نهایی
۱۵۸	..... پیوست‌ها
۱۵۵	..... پیوست I فهرست صنایع کپی‌رایت
	..... پیوست IIA کدهای نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع سازمان ملل مشابه صنایع کپی‌رایت (ISIC Rev.4)
۱۶۱	..... پیوست IIB کدهای نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع سازمان ملل مشابه صنایع کپی‌رایت (ISIC Rev.3.1)
۱۷۵	..... پیوست III شباهت ۴، ISIC Rev. 2، CPC Rev. 2 و HS 2007
۱۸۶	..... پیوست IV کدهای طبقه‌بندی اروپایی مشابه صنایع کپی‌رایت
۱۸۸	..... پیوست V پرسشنامه نمونه
۲۰۴	.....

## نمودارها

- نمودار ۱-۱ سهم کلی صنایع کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی و اشتغال ..... ۱۳
- نمودار ۲-۱ تعیین موقعیت کشور براساس تولید ناخالص داخلی و اشتغال ..... ۱۷
- نمودار ۳-۱ سهم صنایع خلاق از تولید ناخالص داخلی و اشتغال برحسب گروه‌های متفاوت صنایع ..... ۱۸
- نمودار ۴-۱ طرح واقعی صنایع کپی‌رایت اصلی (سازمان جهانی مالکیت فکری)، صنایع فرهنگی (یونسکو، ۲۰۰۹) و صنایع خلاق (وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش انگلیس، ۲۰۱۱) ..... ۵۰
- نمودار ۵-۱ شاخص بهره‌وری نسبی کار، کشورهای مورد نظر ..... ۸۸

## نگاره‌ها

- نگاره ۳-۱ صنایع خلاق ..... ۴۶
- نگاره ۵-۱ چرخه عمر بررسی ..... ۷۱

## جدول‌ها

- جدول ۱-۱ بررسی‌های قبلی ..... ۱۵
- جدول ۱-۲ انواع آثار تحت حمایت بیشتر قوانین ملی کپی‌رایت ..... ۲۵
- جدول ۲-۲ کپی‌رایت و حوزه بازارهای مورد نظر ..... ۳۱
- جدول ۵-۱ مجموع نرخ رشد ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی ملی در صنایع کپی‌رایت، کشورهای مورد نظر ..... ۹۰
- جدول ۶-۱ نمونه‌ای از صورت‌حساب درآمد یک مؤسسه مطابق قوانین هیئت استانداردهای حسابداری بین‌المللی (IASB) ..... ۹۵
- جدول ۶-۲ دارایی‌های فکری در تشکیل سرمایه ثابت ناخالص ..... ۹۸
- جدول ۶-۳ جدول عرضه در اقتصاد کپی‌رایت ..... ۱۰۹
- جدول ۶-۴ جدول مصرف در اقتصاد کپی‌رایت ..... ۱۱۱
- جدول ۶-۵ توضیح جدول ورودی-خروجی ..... ۱۱۵
- جدول ۶-۶ تغییرات طبقه‌بندی و تأثیرات مورد نظر آن‌ها بر تولید ناخالص داخلی و درآمد ناخالص داخلی ..... ۱۲۳
- جدول ۶-۷ داده‌های مربوط به محاسبه ارزش افزوده ..... ۱۲۹
- جدول ۶-۸ شاخص‌های مؤلفه‌های درآمد ارزش افزوده ..... ۱۳۱
- جدول ۶-۹ مراحل نظرسنجی و نتایج ملموس مورد نظر ..... ۱۴۲
- جدول ۷-۱ دارایی‌های مالی و غیرمالی ..... ۱۵۶



## مقدمه

طی سال‌های اخیر، بهره‌برداری اقتصادی از کپی‌رایت و حقوق مرتبط و نقش آن‌ها به‌عنوان عوامل توسعه در صنایع مبتنی بر محتوا مورد توجه زیادی قرار گرفته است. در مباحث عمومی پیرامون دسترسی به اطلاعات، کپی‌رایت مورد توجه خاص قرار گرفته و اهمیت آن در زندگی روزمره و در عملیات تجاری توجه بسیاری از ذینفعان اقتصاد خلاق را به خود جلب کرده است. واژه «اقتصاد خلاق» خود حاکی از شناخت جدید و فراگیر نسبت به نقش خلاقیت و نوآوری است که اساس حقوق مالکیت فکری و نقش آن‌ها در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را تشکیل می‌دهد. در قرن ۲۱، نقش اطلاعات نیز تغییر پیدا کرده است: سهولت کسب اطلاعات، افزایش قابل توجه حجم آن و رشد تقاضا برای اطلاعات و شواهد در تصمیم‌گیری از جمله این تغییرات محسوب می‌شوند. هر چند کپی‌رایت نقش جدیدی ایفا کرده و باعث شده است که تقاضای بیشتری برای شواهدی وجود داشته باشد که بیانگر نقش کپی‌رایت در کارآیی اقتصادی هستند، ولی روش‌های جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به کپی‌رایت به موازات آن توسعه نیافته است.

در سال ۲۰۰۳، سازمان جهانی مالکیت فکری<sup>۱</sup> (WIPO)، کتاب راهنمای بررسی نقش اقتصادی صنایع مبتنی بر کپی‌رایت را منتشر کرد.<sup>۲</sup> در این کتاب راهنما، تجربیات موجود به‌طور خلاصه بیان شده و چارچوبی مشترک جهت اجرای تحقیقات سیاستی درباره صنایع کپی‌رایت پیشنهاد شده است. همچنین، این کتاب حاوی نظام محاسبه اندازه صنایع کپی‌رایت بوده و مقایسه‌های هدفمندی بین این صنایع با سایر بخش‌ها در هر کشور و همچنین بین کشورها صورت گرفته است. روش ارائه شده در این کتاب راهنما مورد بررسی قرار گرفته شده و سپس در بررسی‌های ملی بخش خلاق به‌طور گسترده به کار برده شده است. تا اواخر سال ۲۰۱۴، این کتاب راهنما در بیش از ۴۰ کشور با سطوح مختلف توسعه مورد استفاده قرار گرفته است و به‌عنوان یک رویکرد بین‌المللی معتبر جهت ارزیابی سهم کپی‌رایت در اقتصاد ملی از نظر ارزش افزوده، اشتغال و تجارت شناخته شده است. به‌علاوه، از این کتاب نقل قول‌های زیادی شده است و به‌عنوان ابزار مرجع برای کشورهای در حال توسعه و کشورهای توسعه‌یافته کاربرد دارد. داده‌های جمع‌آوری‌شده از طریق بررسی‌های مبتنی بر روش سازمان جهانی مالکیت فکری به‌عنوان منبع مهم اطلاعات برای تعیین میزان نقش کپی‌رایت در توسعه اقتصادی و اجتماعی در نظر گرفته می‌شود.

پس از یک دهه استفاده از این روش و همزمان با شناخت محدودیت‌ها و روش‌های بهبود و افزایش کاربرد آن در سراسر جهان، قابلیت استفاده از این روش برای سیاست‌گذاری و انجام تحقیق بیش از پیش آشکار شده است. بالغ بر ۲۰۰ محقق از سراسر جهان در اجرای این روش، گردآوری دیدگاه‌های ارزشمند، معرفی رویکردهای نوآورانه و تعیین بخش‌های مورد نظر برای بهبود بیشتر آن مشارکت کرده‌اند. با اجرای این روش، موضوعاتی مورد تأکید قرار گرفته‌اند که برای برخی از کشورها به دلیل فقدان داده‌های مناسب و یا به دلیل فقدان رویکردی واحد جهت پردازش داده‌ها،

1. World Intellectual Property Organization

2. WIPO Publication No. 923

مشکلاتی را در برداشته‌اند. به علاوه بر اساس تجربه حاصله در این زمینه، سناریوهای متعددی در اقتصادهای مختلف مطرح شده‌اند که برای انجام برآوردهای کاملاً مشابه مشکلاتی را در بر داشته‌اند. با این وجود، به مدد مشارکت فعالانه سازمان جهانی مالکیت فکری، نتایج حاصله از شباهت و انسجام زیادی برخوردارند.

روند اجرایی روش سازمان جهانی مالکیت فکری با توجه به پیشرفت‌های عمده زیر باید به‌روزرسانی شود:

- واقعیت‌های اقتصادی تغییر یافته‌اند. تعاریف خاص ارائه شده در کتاب راهنما درباره فعالیت‌های اقتصادی، پس از گذشت ده سال منسوخ شده‌اند. صنایع کپی‌رایت توسعه یافته و همگرایی رسانه و فناوری موجب تغییرات قابل توجه ویژگی‌های برخی از فعالیت‌های اقتصادی شده‌اند. این تغییرات مستلزم بررسی گروه‌بندی‌های صورت گرفته در صنایع کپی‌رایت هستند. تجربه نیز نشان می‌دهد که برخی از رویکردهایی که از میان فهرست گزینه‌های موجود توصیه شده‌اند، عملی نبوده و یا این که به طور کامل قابل اجرا نیستند.

- ضرورت بررسی نظام شاخص‌ها نیز مشهود است. اگرچه «ارزش افزوده»، «اشتغال» و «تجارت» همواره شاخص‌های اقتصادی مهم و مشابهی به شمار می‌آیند، ولی به طور کامل نمی‌توان براساس آن‌ها پویایی فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر کپی‌رایت را توصیف کرد. از این رو، نسل دوم شاخص‌ها با تأکید بر ویژگی‌های پویاتر عملکرد اقتصادی باید تعیین شوند.

- نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع<sup>۱</sup> (ISIC) که مبتنی بر چهارمین نسخه است، دستخوش تغییرات مهمی شده است، و این در حالی است که این کتاب راهنما براساس نسخه ۳-۱ تنظیم شده است. کدهای صنعتی ارائه شده در نظام طبقه‌بندی جدید با واقعیت فعلی اقتصاد خلاق تطابق بیشتری دارند.

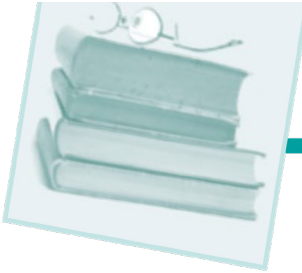
- در بررسی سطح وابستگی به کپی‌رایت در بخش‌های خاص و غیر اصلی و به اصطلاح «فاکتورهای کپی‌رایت» نیز تغییراتی مشاهده شده است و رویکرد یکپارچه‌تری مورد نیاز است.

- رویکردهایی باید اتخاذ شوند که براساس آن‌ها، کشورهایی که نظام‌های آماری آن‌ها کمتر توسعه یافته است نیز ضمن توجه به اصول تصریح شده در کتاب راهنما و بدون نیاز به بررسی‌های میدانی و پرهزینه، بتوانند نتایج معتبری کسب کنند.

از این رو، هدف اصلی این کتاب این است که چاپ اصلاح شده کتاب راهنما را ارائه دهد و پیشرفت‌های صورت گرفته در این حوزه و درس‌های عملی فراگرفته شده را منعکس نماید. این امر باعث می‌شود که کشورها بتوانند در زمینه نقش اقتصادی صنایع تحت حمایت کپی‌رایت، تحقیقات جدیدی را انجام دهند و یا این که تحقیقات موجود را روزآمد کنند. در این کتاب همچنین به موضوعات مفهومی پرداخته شده و برخی از پیچیدگی‌های مبحث فعلی درباره محاسبه عملکرد اقتصادی بخش خلاق تجزیه و تحلیل شده و رویکردهای دیگری در نظر گرفته شده است. علاوه بر آن، موضوعات فنی و شباهت طبقه‌بندی‌ها، معیارها و موضوعات آماری مورد توجه قرار گرفته است. در نهایت، در

1. International Industrial Classification System





چاپ اصلاح شده کتاب راهنما با استناد به مطالعات موردی خاص، نقش و ظرفیت استفاده از شواهد اقتصادی در زمینه محاسبه تأثیر مالکیت فکری بر توسعه نشان داده شده است.

با اجرای روش فعلی برای بررسی نقش اقتصادی صنایع کپی‌رایت، اندازه بخش خلاق مورد بررسی قرار گرفته است. در روش فعلی به بررسی‌های اثربخشی<sup>۱</sup> پرداخته نشده و هیچ رابطه علت و معلولی نشان داده نشده است. بنابراین، نتایج حاصله همیشه باید با احتیاط در ساختار ملی به کار برده شوند و صرفاً به‌عنوان شاخص‌های اندازه در نظر گرفته شوند که برای انجام مقایسه‌های بین‌المللی و برای روندهای نظارتی مفید هستند.

موضوع تهیه چاپ اصلاح شده کتاب راهنما ابتدا در جلسه گروهی کارشناسان در اکتبر ۲۰۰۸ در سنگاپور مطرح شد که روش مورد نظر ابتدا در آنجا به طور آزمایشی اجرا شده بود. جلسه با حضور کارشناسان برجسته بین‌المللی برگزار شد و موضوعات مفهومی و فنی مورد بررسی قرار گرفته شد و درباره تعاریف، کدهای طبقه‌بندی منطبق، منابع اطلاعاتی، گروه‌بندی‌های صنایع، فاکتورهای کپی‌رایت، حداقل آستانه قیاس‌پذیری، طراحی تحقیق برای کشورهای که نظام‌های آماری آن‌ها کمتر توسعه یافته است و سایر موضوعات، توافق عمومی حاصل شد. در سال‌های بعد، حجم تحقیق دو برابر شد، موضوعات جدیدی مطرح شد و راه‌حل‌های جدیدی برای مشکلات موجود ارائه گردید. دولت فنلاند که از همان ابتدای کار در سال ۲۰۰۲، جایگاه پیشتازی در اقتصادهای کپی‌رایت و تحقیقات کپی‌رایت داشته است، به پیشبرد این نسخه کتاب کمک زیادی کرده است. دستورالعمل‌های اصلاح شده توسط کارشناسان مورد بحث قرار گرفته شده و بیانگر توافق عمومی گسترده درباره راه در پیش رو هستند. تمامی روش‌ها به تدریج توسعه یافته‌اند و بدون شک همزمان با توسعه تحقیق و فناوری، در این نسخه کتاب راهنما باید اصلاحات بیشتری صورت گیرد.

سازمان جهانی مالکیت فکری از تمامی دولت‌هایی که از این بررسی تاکنون حمایت کرده‌اند، به‌ویژه دولت‌های ایالات متحده آمریکا و فنلاند که در زمینه بسیاری از مطالعات ملی کمک مالی کرده‌اند و همچنین دولت‌های ژاپن و جمهوری کره سپاسگزاری می‌نماید. از کارشناسان سراسر جهان که وقت و مهارت خود را به این فرآیند اختصاص داده‌اند و از مقامات رسمی دولت که به پیشبرد مطالعات ملی کمک کرده‌اند، نیز نهایت تشکر به عمل می‌آید. مطالعات صورت گرفته در وب‌سایت سازمان جهانی مالکیت فکری منتشر شده و توسط سیاست‌گذاران، متولیان، کاربران و جامعه مدنی مورد استفاده قرار می‌گیرند.





## فصل اول

### تجربه حاصل از اجرای روش موردنظر

#### ۱-۱ ساختار

۱- تحقیقات اقتصادی در حوزه کپی‌رایت پس از انتشار کتاب راهنما در سال ۲۰۰۳، به سرعت افزایش یافته است. جستجوی پیوسته برای عوامل رشد جدید و ضرورت تعیین میزان سهم اقتصادی بخش خلاق و بدین ترتیب، تعیین نقش آن به‌عنوان ابزاری برای تحقق اهداف توسعه ملی موجب آن شده است که تحقیقات اقتصادی درباره کپی‌رایت مورد توجه قرار گیرند. اگرچه خلاقیت مفهوم بسیار جذابی است، ولی تعیین ارتباط آن با عملکرد اقتصادی و رشد اقتصادی همچنان مستلزم تحقیق تجربی می‌باشد. از این رو، مطالعات صورت گرفته بر اساس روش مورد نظر در کتاب راهنما، در تعیین ارتباط بین کپی‌رایت و رشد اقتصادی نقش قابل توجهی ایفا کرده‌اند. بنا به گزارش سازمان جهانی مالکیت فکری، تقاضا برای تحقیقات اقتصادی پیرامون صنایع خلاق در سال‌های اخیر دو برابر افزایش یافته است که بیانگر این واقعیت است که پر کردن شکاف‌های موجود در زمینه داده‌های مربوطه و تحلیل اقتصادی در این حوزه همواره مورد توجه روزافزون قرار داشته است.

۲- بررسی‌های صورت گرفته تا حد زیادی باعث شده‌اند که کپی‌رایت به‌عنوان یک گروه حقوقی و همچنین به‌عنوان ساز و کاری قلمداد شود که به امرار معیشت پدیدآورندگان آثار هنری و ادبی کمک می‌کند و بدین ترتیب در اشتغال‌زایی، ایجاد ثروت و تجارت نقش قابل توجهی ایفا می‌کند. چنانچه در حال حاضر مشاهده می‌شود، اثرات اقتصادی کپی‌رایت در بیشتر کشورها به طور خاص مورد بررسی قرار گرفته نشده‌اند. کپی‌رایت عمدتاً از موضعی قانونی مورد توجه قرار گرفته که به وضوح ارتباط میان آن و سیاست اقتصادی نشان داده نشده است. بررسی‌های مبتنی بر روش سازمان جهانی مالکیت فکری باعث شده‌اند اهمیت اقتصادی کپی‌رایت در سراسر جهان شناخته شود و با توجه به نقش آن در توسعه اقتصادی، شناخت جامع‌تری نسبت به این مفهوم حاصل شود.

۳- بررسی اقتصادی قانون کپی‌رایت توسط اقتصاددانانی صورت گرفته است که بر ابعادی نظیر عملکردهای اقتصادی قانون و طراحی قانون کپی‌رایت تأکید دارند.<sup>۱</sup> البته در سال‌های اخیر، تحقیقات مربوط به تهیه شواهد برای سیاست‌گذاران مورد توجه زیادی قرار گرفته‌اند که عامل مؤثری برای انجام مطالعات جدید، توسعه برنامه‌های آموزشی، و به طور کلی توسعه دامنه و جهت‌گیری تحقیق در این حوزه محسوب می‌شوند. طرح‌های سیاستی به اتخاذ رویکردی عملی‌تر در تحقیقات منجر شده‌اند و نتایج مطالعات غالباً زمینه اصلاح سیاست‌های اقتصادی و رویه‌های حقوقی و

۱. اقتصاد قانون کپی‌رایت در وب‌سایت کانون تحقیقات اقتصادی پیرامون مسائل کپی‌رایت (SERCI) به آدرس [www.Serci.org](http://www.Serci.org) به‌طور جامع شرح داده شده است.

اجرای فعالانه‌تر در حمایت از بخش خلاق را فراهم آورده‌اند.

۴- تحقیقات به طور گسترده برای دسترسی عمومی و افزایش شناخت به کار می‌روند که با توجه به برداشت‌های غلط متداول درباره اهداف کلی اجتماعی و اقتصادی و عملکردهای قانون کپی‌رایت، این مسأله بسیار ضروری است. ارتباط بین کپی‌رایت و خلاقیت از طریق تحقیقات پیرامون صنایع خلاق بهتر نشان داده می‌شود. در این بررسی‌ها، خلاقیت به عنوان عامل رشد در نظر گرفته می‌شود و به علاوه، این بررسی‌ها به پیشبرد مباحث مربوط به نقش کپی‌رایت کمک می‌کنند و به موجب آن‌ها، کپی‌رایت به عنوان شاخص توسعه و به عنوان عاملی در نظر گرفته می‌شود که باید هنگام اتخاذ تصمیمات مربوط به سیاست اقتصادی لحاظ شود. در این ارتباط، تحقیقات اقتصادی صورت گرفته مطابق دستورالعمل‌های سازمان جهانی مالکیت فکری حاوی داده‌های تجربی درباره کپی‌رایت هستند.<sup>۱</sup>

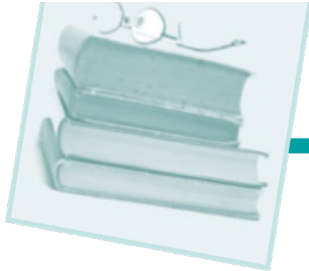
۵- علاوه بر اهداف کلی تحقیقات اقتصادی پیرامون صنایع کپی‌رایت، این تحقیقات اهداف خاص‌تری را به شرح زیر دنبال می‌کنند:

۱. تعیین دقیق وضعیت تجارت محصولات خلاق در چارچوب قراردادهای اصلی و جدید بین‌المللی نظیر پیوستن به اتحادیه اروپا (بلغارستان، رومانی، کرواسی) یا قراردادهای تجارت آزاد (سنگاپور، مکزیک، چین)؛
۲. تطبیق میراث فرهنگی غنی با عملکرد اقتصادی بخش خلاق (کلمبیا، پرو، اندونزی)؛
۳. مقایسه عملکرد بخش خلاق با رقبا و شرکای تجاری اصلی (اتحادیه کشورهای جنوب شرقی آسیا (آسه‌آن)، اقتصادهای در حال گذار، هلند، فنلاند)؛
۴. اولویت‌بخشی به بخش‌هایی که مبتنی بر منابع طبیعی نیستند (برونئی، بوتان)؛
۵. مقایسه مطالعات صنایع کپی‌رایت با مطالعات فرهنگ یا خلاقیت (کلمبیا، اندونزی، کنیا، لبنان، تایلند)؛ و
۶. بهبود داده‌های مربوط به بخش خلاق در یک کشور و در چارچوب اهداف خاص کشور دیگر؛

۶- تعیین میزان سهم صنایع کپی‌رایت در اقتصادهای ملی در سراسر جهان مورد توجه قرار گرفته است. هنگام انتشار اولین نسخه کتاب راهنما، فقط کشورهای پیشرفته در این حوزه فعالیت داشتند. از آن پس، شرایط تغییر قابل توجهی یافته است. در کشورهای کمتر توسعه یافته (بوتان، مالاوی و تانزانیا)، کشورهای در حال توسعه (آرژانتین، چین، کلمبیا، جامائیکا، اردن، کنیا، اندونزی، لبنان، مالزی، سازمان ایالات شرق کارائیب<sup>۲</sup> (OECS)، پاناما، پاکستان، فیلیپین، پرو، سنگاپور، آفریقای جنوبی، تایلند و ترینیداد و توباگو)، اقتصادهای در حال گذار (بلغارستان، کرواسی، مجارستان، لتونی، لیتوانی، رومانی، روسیه، اسلوانی و اوکراین) و در اقتصادهای پیشرفته (استرالیا، کانادا، فنلاند، هلند، جمهوری کره و ایالات متحده آمریکا) بررسی‌های متعددی در این زمینه صورت گرفته است. این بررسی‌ها در کشورهای متعدد

۱. واژه‌های صنایع خلاق و کپی‌رایت در کل متن به جای یکدیگر به کار برده شده‌اند و دارای یک معنی هستند.

2. Organization of Eastern Caribbean States



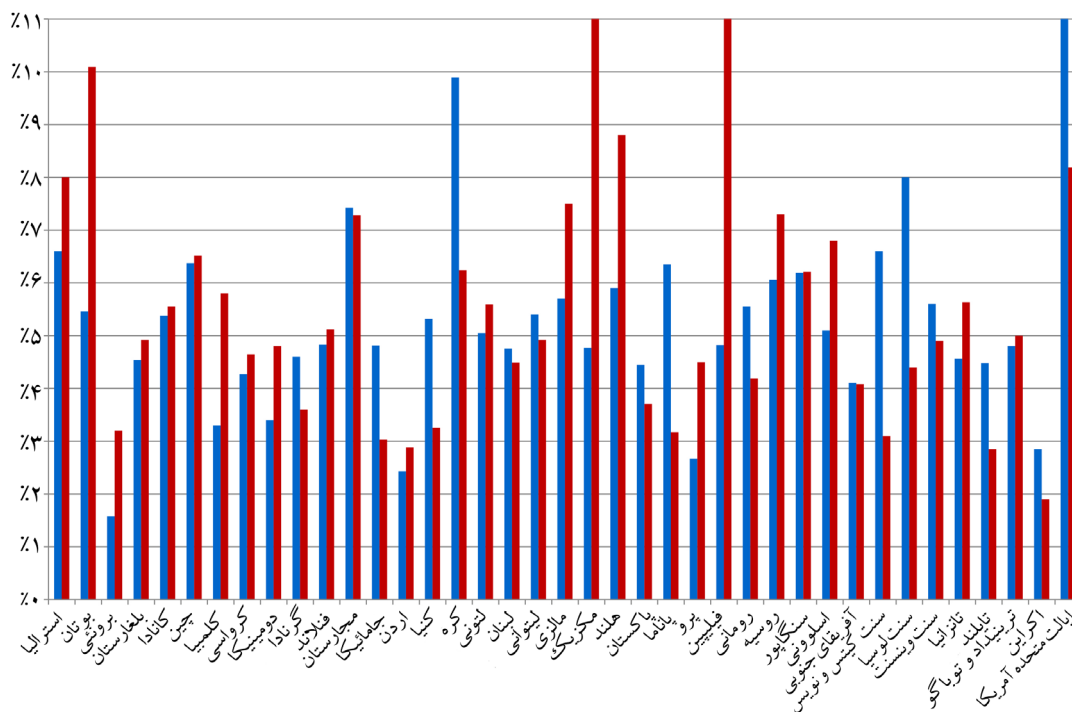
جهان در دست اقدام است و درخواست‌های متعددی جهت کمک به انجام این گونه مطالعات به سازمان جهانی مالکیت فکری شده است. بررسی‌های ملی در کشورهای با سطوح مختلف توسعه بر قابلیت اجرای کتاب راهنمای سازمان جهانی مالکیت فکری و تبعیت بسیاری از کشورها از اصول آن دلالت دارند.

۷- کشورهای مختلفی از جمله استرالیا، بلغارستان، کانادا، چین، فنلاند، مجارستان، هلند، سنگاپور و ایالات متحده آمریکا، بررسی‌های نظام‌مندی را پس از آزمایش دستورالعمل‌ها انجام داده‌اند. در نتیجه، بُعد جدیدی به تحقیق با ارائه سری‌های زمانی و نظارت دقیق بر روندها افزوده شده است که قابلیت اعتبار داده‌ها را افزایش داده و در نهایت، امکان بررسی دقیق‌تر بخش خلاق را فراهم می‌آورد. گزارشات صنعت کپی رایت به‌عنوان مجموعه داده‌های معتبری برای حوزه‌های سیاست‌گذاری، صنعت، مالکان کپی رایت و به طور کلی جامعه مدنی محسوب می‌شوند.

### ۲-۱ نتایج اصلی

۸- نتایج اصلی این بررسی‌ها به طور خلاصه در نمودارهای زیر ارائه شده‌اند. بررسی مستقیم داده براساس دو شاخص اصلی صورت می‌گیرد که جهت محاسبه کارآیی صنایع کپی رایت به کار می‌روند: سهم صنایع کپی رایت از تولید ناخالص داخلی (%) و سهم صنایع کپی رایت از اشتغال (%).

#### نمودار ۱-۱ سهم کلی صنایع کپی رایت از تولید ناخالص داخلی و اشتغال<sup>۱</sup>



منبع: سازمان جهانی مالکیت فکری  
 سهم تولید ناخالص داخلی %  
 سهم اشتغال %

۱. واژه‌های صنایع خلاق و کپی رایت در کل متن به جای یکدیگر به کار برده شده‌اند و دارای یک معنی هستند.

۹- در کشورهای مورد بررسی، صنایع کپی‌رایت بخش نسبتاً بزرگی به شمار می‌آیند و در بیشتر کشورها اندازه آن بیش از حد انتظار است. در این بررسی نشان داده می‌شود که صنایع کپی‌رایت، سهم اقتصادی قابل توجهی دارند و در بیشتر موارد در مقایسه با صنایع سنتی نظیر کشاورزی و خدمات اجتماعی، نقش بیشتری در اقتصاد ایفا می‌کنند.

۱۰- سهم صنایع کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی در کشورهای مختلف تفاوت قابل توجهی دارد و از بیش از ۱۰ درصد در ایالات متحده آمریکا تا کمتر از ۲ درصد در برونئی متغیر است. با مقادیر میانگین و میانه به ترتیب ۵/۴۸ و ۴/۸۳ درصدی، سهم سه چهارم کشورها بین ۴ و ۶/۵ درصد است. در کشورهایی که موفق به رشد سریع اقتصادی خود شده‌اند، سهم صنایع کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی معمولاً بیش از سهم میانگین است.

۱۱- سهم صنایع کپی‌رایت از اشتغال ملی کمی بالاتر از سهم آن از تولید ناخالص داخلی بوده و مقادیر میانگین و میانه آن به ترتیب برابر با ۵/۳۴ و ۴/۹۱ درصد می‌باشد. در تقریباً سه چهارم کشورها، سهم صنایع کپی‌رایت در اشتغال ملی بین ۴ و ۷ درصد است. صنایع کپی‌رایت در مکزیک و فیلیپین تاکنون بالاترین درصد از اشتغال را به خود اختصاص داده‌اند. در بیشتر کشورهایی که سهم صنایع خلاق آن‌ها<sup>۱</sup> از تولید ناخالص داخلی بیش از سطح میانگین است، سهم این صنایع از اشتغال هم بالاتر از سطح میانگین است.

۱۲- شایان ذکر است که در برخی از کشورها با توجه به تعاریف آن‌ها و یا به دلیل توجه ویژه آن‌ها به حوزه‌های خاص، فقط مجموعه‌ای از صنایع کپی‌رایت/خلاق مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این بررسی‌ها دقیقاً مطابق رویکرد توصیه شده در کتاب راهنما انجام نشده‌اند و از این رو، مقایسه نتایج آن‌ها با بررسی‌های سازمان جهانی مالکیت فکری مناسب نیست. این بررسی‌ها در جدول زیر لحاظ نشده‌اند.<sup>۲</sup> تعدادی از کشورها هم نسبت به به‌روزرسانی بررسی‌های خود اقدام کرده‌اند و بنابراین آمار و ارقام آن‌ها ممکن است با بررسی‌های ارائه شده در جدول ۱-۱ تفاوت داشته باشد.<sup>۳</sup>

۱. برای کسب آمار جامع درباره سهم صنایع کپی‌رایت در هر کشور به آدرس زیر مراجعه شود:

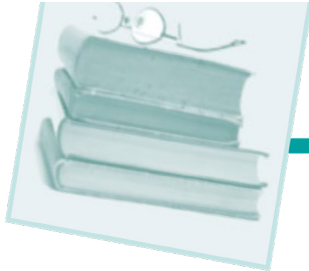
[http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic\\_contribution\\_analysis\\_2012.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic_contribution_analysis_2012.pdf)

۲. همان منبع

۳. برای کسب نتایج به‌روزشده به پیوست I از گزارش WIPO Studies on the Economic Contribution of Copyright Industries: An

Overview به آدرس زیر مراجعه شود:

[http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic\\_contribution\\_analysis\\_2012.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic_contribution_analysis_2012.pdf)



جدول ۱-۱ بررسی‌های قبلی

شماره	کشور	سال انتشار	سهم از تولید ناخالص داخلی (%)	سهم از اشتغال (%)
۱	آرژانتین	۲۰۱۳	۴/۷۰	۳
۲	استرالیا	۲۰۱۱	۶/۶۰	۸
۳	بوتان	۲۰۱۱	۵/۴۶	۱۰/۰۹
۴	برونئی دارالسلام	۲۰۱۱	۱/۵۸	۳/۲۰
۵	بلغارستان	۲۰۱۱	۴/۵۴	۴/۹۲
۶	کانادا	۲۰۰۴	۵/۳۸	۵/۵۵
۷	چین	۲۰۰۹	۶/۳۷	۶/۵۲
۸	کلمبیا	۲۰۰۸	۳/۳۰	۵/۸۰
۹	کرواسی	۲۰۰۷	۴/۲۷	۴/۶۵
۱۰	دومینیکا	۲۰۱۲	۳/۴۰	۴/۸۰
۱۱	فنلاند	۲۰۱۰	۴/۶۰	۳/۶۰
۱۲	گرنادا	۲۰۱۲	۴/۸۳	۵/۱۲
۱۳	مجارستان	۲۰۱۰	۷/۴۲	۷/۲۸
۱۴	اندونزی	۲۰۱۳	۴/۱۱	۳/۷۵
۱۵	جامائیکا	۲۰۰۷	۴/۸۱	۳/۰۳
۱۶	اردن	۲۰۱۲	۲/۴۳	۲/۸۸
۱۷	کنیا	۲۰۰۹	۵/۳۲	۳/۲۶
۱۸	لتونی	۲۰۰۴	۵/۰۵	۵/۵۹
۱۹	لبنان	۲۰۰۷	۴/۷۵	۴/۴۹
۲۰	لیتوانی	۲۰۱۲	۵/۴۰	۴/۹۲
۲۱	مالاوی	۲۰۱۳	۳/۴۶	۳/۳۵
۲۲	مالزی	۲۰۰۸	۵/۷۰	۷/۵۰
۲۳	مکزیک	۲۰۰۶	۴/۷۷	۱۱/۰۱
۲۴	هلند	۲۰۰۹	۵/۹۰	۸/۸۰
۲۵	پاکستان	۲۰۱۰	۴/۴۵	۳/۷۱
۲۶	پاناما	۲۰۰۹	۶/۳۵	۳/۱۷
۲۷	پرو	۲۰۰۹	۲/۶۷	۴/۵۰

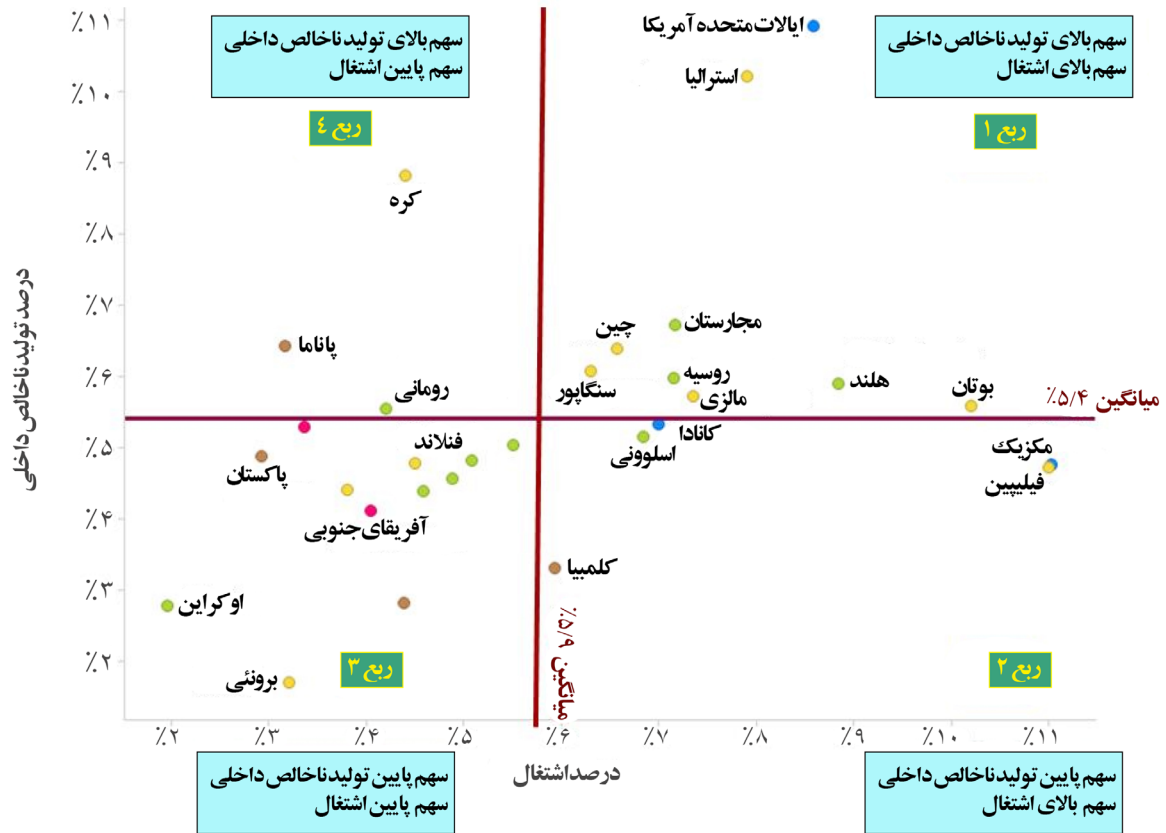
۱۱/۱۰	۴/۸۲	۲۰۰۶	فیلیپین	۲۸
۶/۲۴	۹/۸۹	۲۰۱۲	جمهوری کره	۲۹
۴/۱۹	۵/۵۵	۲۰۰۸	رومانی	۳۰
۷/۳۰	۶/۰۶	۲۰۰۷	فدراسیون روسیه	۳۱
۶/۲۱	۶/۱۹	۲۰۰۷	سنگاپور	۳۲
۶/۸۰	۵/۱۰	۲۰۱۰	اسلوانی	۳۳
۴/۰۸	۴/۱۱	۲۰۱۱	آفریقای جنوبی	۳۴
۳/۱۰	۶/۶۰	۲۰۱۲	سنت کیتس و نویس	۳۵
۴/۴۰	۸	۲۰۱۲	سنت لوسیا	۳۶
۴/۹۰	۵/۶۰	۲۰۱۲	سنت وینسنت و گرنادین‌ها	۳۷
۵/۶۳	۴/۵۶	۲۰۱۲	تانزانیا	۳۸
۲/۸۵	۴/۴۸	۲۰۱۲	تایلند	۳۹
۵	۴/۸۰	۲۰۱۱	ترینیداد و توباگو	۴۰
۱/۹۰	۲/۸۵	۲۰۰۸	اوکراین	۴۱
۸/۳۵	۱۱/۲۵	۲۰۱۳	ایالات متحده آمریکا	۴۲

۱۳- با توجه به موقعیت کشورها بر اساس دو شاخص سهم تولید ناخالص داخلی و سهم اشتغال، موقعیت آن‌ها در نموداری چهاربخشی مشخص شده است. بر اساس این بررسی می‌توان روند توسعه یک کشور در طول زمان را تعیین کرده و بر روند عملکرد آن نظارت کرد.





نمودار ۱-۲ تعیین موقعیت کشور براساس تولید ناخالص داخلی و اشتغال



۱۴- بیشتر کشورها در ربع بالا و سمت راست (ربع ۱: سهم بالای تولید ناخالص داخلی و سهم بالای اشتغال) یا در ربع پایین و سمت چپ (ربع ۳: سهم پایین تولید ناخالص داخلی و سهم پایین اشتغال) طبقه‌بندی می‌شوند. طبقه‌بندی صورت گرفته متناسب با سهم میانگین صنایع کپی‌رایت بوده و الگوهای بالقوه مهم در توسعه صنایع کپی‌رایت طی زمان را نشان می‌دهد.

۱۵- بررسی‌های ملی نشان می‌دهند که برخی از عواملی که بیانگر موقعیت کشورها در نمودار هستند را می‌توان به شرح زیر خلاصه نمود:

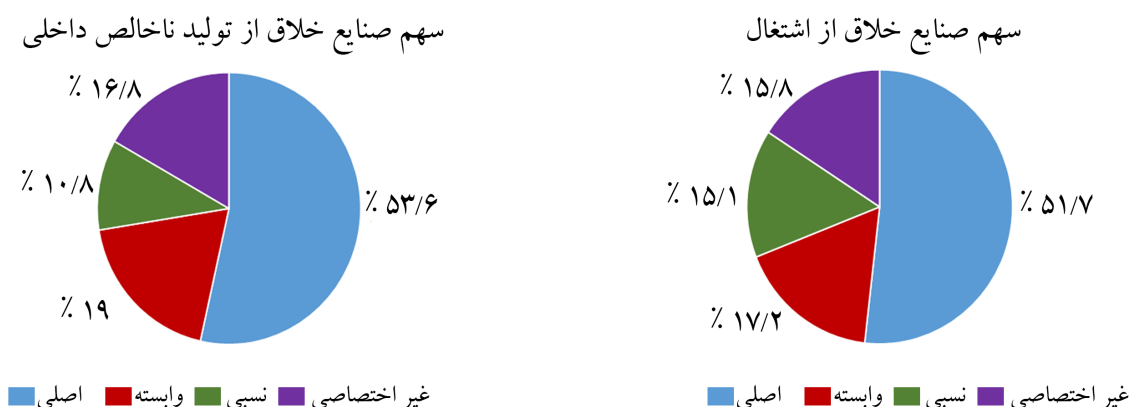
- موقعیت صنایع کپی‌رایت در بازارهای داخلی و جهانی؛
- ارزش پولی وابسته به محصولات خلاق؛
- سیاست‌های ملی که از این بخش اقتصاد حمایت می‌کنند؛ و

• ویژگی‌های فرهنگی و رسوم ملی.<sup>۱</sup>

با بررسی رابطه داده‌ها می‌توان روابط آماری مهم بین سهم صنایع کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی و سایر شاخص‌های موجود و شاخص‌های عملکرد اقتصادی را تعیین کرد. بررسی که هر ساله در وب‌سایت سازمان جهانی مالکیت فکری ارائه می‌شود، نشان می‌دهد که ارتباط آماری مثبت قابل توجهی بین عملکرد صنایع کپی‌رایت و شاخص‌هایی نظیر سرانه تولید ناخالص داخلی، نوآوری جهانی، رقابت‌پذیری جهانی، حقوق مالکیت فکری و آزادی اقتصادی وجود دارد.<sup>۲</sup>

۱۶- با اجرای این روش می‌توان سهم هر صنعت کپی‌رایت را به طور مجزا و به طور دقیق مورد بررسی قرار داد. توزیع کلی سهم چهار گروه اصلی صنعت کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی و اشتغال بر اساس این روش در نمودار زیر (به فصل ۴ رجوع شود) نشان داده شده است. با اجرای این نوع بررسی می‌توان تصویر کلی از سهم واقعی هر بخش را ترسیم نمود. در واقع، نمودار فوق عملکرد بخش‌های خاص را نشان می‌دهد و کشور اجراکننده تحقیق بسته به اولویت‌ها و اهداف خود، اقدامات سیاستی خود را بر اساس آن تعیین می‌کند.

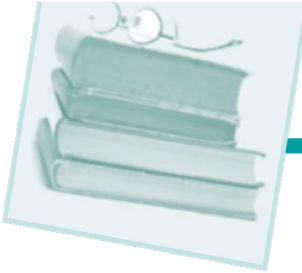
**نمودار ۱-۳ سهم صنایع خلاق از تولید ناخالص داخلی و اشتغال برحسب گروه‌های متفاوت صنایع**



۱. به صفحه ۵ از وب‌سایت زیر مراجعه شود:

[http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic\\_contribution\\_analysis\\_2012.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic_contribution_analysis_2012.pdf)

۲. همان منبع



### ۳-۱ مشارکت سازمانی و شرایط اجرایی، تمهیدات عملی، رویه‌های تحقیق و کاربردهای روش

#### مورد بررسی

۱۷- مشارکت سازمانی در بررسی‌های ملی شامل مشارکت طیف گسترده‌ای از دانشگاهیان مستقل تا مؤسسات تحقیقاتی است که از کارمندان حرفه‌ای، تأسیسات و تجهیزات تحقیقاتی برخوردارند. سازمان جهانی مالکیت فکری با دولت‌های کشورهای عضو که مایل به اجرای این بررسی‌ها بوده‌اند، همکاری کرده است. اگرچه این روش در کشورهای مورد نظر همراه با تعهد و حمایت دولت اجرا شده است، ولی این روش فی‌نفسه به صورت نظری و دانشگاهی باقی مانده است تا نشان داده شود که بی‌طرفانه و معتبر است. با این وجود، بررسی‌های مورد نظر در برخی موارد به سفارش انجمن‌های صنایع و با حمایت آن‌ها انجام شده‌اند.

۱۸- این بررسی‌ها مورد توجه و حمایت زیاد مؤسسات دانشگاهی و اجرایی و همچنین مؤسسات کپی‌رایت که نماینده صنایع کپی‌رایت هستند، قرار گرفته‌اند. توجه روزافزون مؤسسات دولتی حاکی از افزایش آگاهی سیاست‌گذاران درباره نقش کپی‌رایت در توسعه اجتماعی و اقتصادی است.

۱۹- در واقع، سازمان جهانی مالکیت فکری با اجرای این روش تأیید می‌کند کارشناسانی در این فرایند مشارکت کرده‌اند که به طور کامل با آن آشنایی داشته‌اند (در بیشتر موارد، اعضای کارگروه کارشناسی سازمان جهانی مالکیت فکری که دستورالعمل‌هایی را در سال ۲۰۰۲ تدوین کرده بودند). سازمان جهانی مالکیت فکری، تخصص و توصیه‌های مربوطه را در طول اجرای فرآیند ارائه کرده است. در واقع، مطالعات ملی توسط گروه‌های پژوهشی انجام شده است که در حین کار، موفق به کسب دانش و مهارت شده‌اند. از این رو، اجرای کتاب راهنما تا حدی به منزله اجرای عملکرد ظرفیت‌سازی محسوب می‌شود. کشورهایایی که در آن‌ها تحقیق قبلاً تکمیل شده است، از این پتانسیل برخوردارند که نشان دهند از طریق اجرای این تحقیق می‌توان نسبت به تهیه مجموعه داده‌های منظم و در نتیجه نظارت دقیق بر روند توسعه در بخش خلاق اقدام کرد.

۲۰- گروه‌های پژوهشی ملی به طور کلی مشتمل بر اقتصاددانان، آمارشناسان، کارشناسان کپی‌رایت، تحلیل‌گران، جامعه‌شناسان و مشاوران سیاستی است. حوزه فعالیت این گروه‌ها منوط به وظایف خاص هر پروژه تحقیقاتی، بودجه موجود و تخصص موجود در کشور است.

۲۱- از نتایج این بررسی‌ها به طور گسترده در سیاست‌گذاری ملی استفاده شده است (جامائیکا، کرواسی، کنیا، مالزی، کلمبیا، ترینیداد و توباگو ...). به طور کلی، این بررسی‌ها در مراسم افتتاحیه ملی ارائه شده و حاوی مباحث پیرامون کپی‌رایت و پتانسیل بخش‌های خلاق ملی هستند. افزایش آگاهی میان سیاست‌گذاران، صنایع، پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری، و به طور کلی جامعه، هدف اصلی این گونه مراسم افتتاحیه محسوب می‌شود. البته تعهدات ملی متفاوت بوده و مراسم افتتاحیه و نشریه‌ها، مباحث ملی، درخواست انجام بررسی‌های بیشتر در حوزه‌های دارای اولویت خاص بر اساس شواهد جمع‌آوری شده و در واقع استفاده از این بررسی‌ها جهت تبیین سیاست‌های مربوط به صنایع

خلاق ملی یا مالکیت فکری را در برمی گیرد.

۲۲- سازمان جهانی مالکیت فکری، بررسی‌های صورت گرفته در زمینه مجموعه‌های صنایع خلاق خود را منتشر کرده است.<sup>۱</sup> این بررسی‌ها تاکنون در اختیار بازدیدکنندگان قرار داده شده است. در تعدادی از موارد، بررسی‌های صورت گرفته در سطح ملی نیز در نشریه‌های مجزا منتشر شده‌اند. به علاوه، تمامی بررسی‌ها به زبان‌های ملی کشورهای مورد نظر ارائه شده‌اند. این طرح‌ها به شناخت بیشتر کپی‌رایت در جوامع محلی و به طور کلی، شناخت کشورهای دیگر نسبت به نتایج بررسی و متعاقباً ایجاد علاقه و تقاضا بین آن‌ها کمک می‌کند.

#### ۴-۱ حوزه تحقیق و تأمین بودجه

۲۳- در بسیاری از موارد، مقایسه بین‌المللی به‌ویژه با توجه به افزایش تعداد بررسی‌های صورت گرفته، هدف مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از این بررسی‌ها حاوی مقایسه‌های ارزشمند با مطالعات کشورهای دیگر و حتی مقایسه با بررسی اجمالی مطالعات کشورهای دیگر در راستای گسترش چشم‌انداز خوانندگان کشور می‌باشند. ماهیت این روش نشان می‌دهد که با توجه به حوزه و دامنه شمول متفاوت قوانین ملی کپی‌رایت که مبنای تعیین صنایع خلاق ملی به شمار می‌آیند، حوزه بررسی‌های ملی متفاوت است. چنین نشان داده شده است که تفاوت در دامنه شمول تأثیرات جزئی دارد و بر مقایسه‌های بین‌المللی تأثیری نمی‌گذارد. البته بررسی‌های صورت گرفته از نظر صحت اطلاعات آماری و فراوانی و اهمیت آن تا حدی متفاوت هستند.

۲۴- ساختار بررسی‌های ملی طی سال‌ها تغییری نکرده است. البته در ارتباط با حوزه بررسی بخشی صنایع کپی‌رایت خاص، نوع و ماهیت توصیه‌های مربوطه و پیچیدگی بررسی‌های اقتصادی و آماری صورت گرفته، تغییراتی را می‌توان مشاهده کرد. گروه‌های پژوهشی ملی می‌توانند از تجربیات حاصله طی بررسی‌های قبلی بهره‌مند شوند. به علاوه، تعداد شبکه‌های کارشناسی که در این زمینه می‌توان با آن‌ها مشورت نمود، طی این سال‌ها افزایش قابل توجهی یافته‌اند.

۲۵- بر اساس بخش اصلی تحقیق، پایگاه داده‌ای حاوی اطلاعات ارزشمند به طور مؤثری ایجاد شده است که به روزرسانی می‌شود و سالانه تجزیه و تحلیل شده و توسط سازمان جهانی مالکیت فکری منتشر می‌شود.<sup>۲</sup>

۲۶- بودجه این بررسی‌ها از بخش‌های متفاوت تأمین شده است. بودجه در اصل توسط دولت‌های ملی تأمین شده است، هرچند سازمان جهانی مالکیت فکری نیز در چارچوب برنامه و منابع بودجه خود، از این تحقیقات حمایت کرده است. از دولت‌هایی که بودجه خاصی را در اختیار سازمان جهانی مالکیت فکری گذاشته‌اند و امکان اجرای این تحقیقات را از طریق وجوه امانی (ایالات متحده آمریکا، فنلاند، ژاپن و جمهوری کره) یا از طریق بودجه هدفمند (هلند و فنلاند) فراهم آورده‌اند، سپاسگزاری می‌شود. سازمان‌ها و انجمن‌های صنایع کپی‌رایت نیز به اجرای بررسی‌های

1. [http://www.wipo.int/copyright/en/performance/country\\_studies.html](http://www.wipo.int/copyright/en/performance/country_studies.html).

۲. به پیوست ۱ از سند حاوی خلاصه نتایج مطالعات سازمان جهانی مالکیت فکری به آدرس زیر رجوع شود:  
[http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic\\_contribution\\_analysis\\_2012.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic_contribution_analysis_2012.pdf)



خاصی در مقیاس ملی یا حتی در کشورهای دیگر (اتحادیه بین‌المللی مالکیت فکری<sup>۱</sup> (IIPA) در ایالات متحده آمریکا، بوما / استمرا<sup>۲</sup> در هلند، انجمن کپی‌رایت فنلاند<sup>۳</sup>...) کمک کرده‌اند. شایان ذکر است بدون حمایت آن‌ها، امکان اجرای این بررسی‌ها وجود نداشت.

---

1. International Intellectual Property Alliance.  
2. Buma/Stemra  
3. Finish Copyright Society





## فصل ۲

### مفاهیم حقوقی پایه

۲۷- در نظام بین‌المللی کپی‌رایت، حقوق متعددی تصریح شده است. بررسی صنایع کپی‌رایت مستلزم بررسی فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با اجرای این حقوق خاص است. از یک فعالیت که تحت حمایت قوانین مختلفی قرار دارد، مطابق قوانین ملی ممکن است حمایت خاص تری به عمل آید و یا این که رویکردهای مختلفی در ارتباط با آن فعالیت اتخاذ شود. به‌عنوان مثال، طراحی ممکن است به‌عنوان یک بیان هنری مطابق اصول کلی کپی‌رایت تحت حمایت باشد، ولی در برخی کشورها ممکن است قوانین خاصی درباره طراحی جاری باشد که حاوی شرایط خاصی هستند. به‌عنوان مثال، در استرالیا قانون طراحی‌ها (۲۰۰۳)<sup>۱</sup> اجرا می‌شود، در حالی که در باهاما، قانون کلی مالکیت صنعتی (۲۰۰۴)<sup>۲</sup> اجرا می‌شود.

۲۸- دامنه حمایت ارائه شده در نظام‌های ملی متفاوت است. تجربیات حاصله از اجرای روش سازمان مالکیت فکری نشان می‌دهد که تفاوت موجود در دامنه حمایت به‌گونه‌ای است که الزاماً بر قابلیت مقایسه نتایج میان کشورها تأثیری ندارد. دلیل آن این است که ماهیت فعالیت‌های اقتصادی مربوط به اعمال حقوق تا حدودی در سراسر جهان با یکدیگر شباهت دارند و در مواردی که در عملکرد کپی‌رایت تفاوت‌هایی وجود دارد، همیشه نمی‌توان در سطح آماری تمایزی قائل شد.

۲۹- این نکته مهم است که چارچوب قانونی که اساس عملکرد صنایع کپی‌رایت را شکل می‌دهد، به‌گونه‌ای قیاس‌پذیر شرح داده شود.<sup>۳</sup> تجربه حاصله نشان می‌دهد که صنایع کپی‌رایت مبتنی بر اصول مشابهی هستند، زیرا بیشتر کشورها به کنوانسیون بین‌المللی اصلی در حوزه کپی‌رایت و حقوق مرتبط تحت نظارت سازمان جهانی مالکیت فکری ملحق شده و آن را اجرا کرده‌اند. ۱۶۷ کشور مقید به شرایط و حقوق قانونی هستند که توسط کنوانسیون برن برای حمایت از آثار ادبی و هنری<sup>۴</sup> (کنوانسیون برن) - به‌عنوان مبنای نظام حقوقی بین‌المللی کپی‌رایت - به رسمیت شناخته شده‌اند.<sup>۵</sup> معاهده کپی‌رایت وایپو<sup>۶</sup> (WCT)، معاهده فونوگرام‌ها و اجرای برنامه وایپو<sup>۷</sup> (WPPT)، کنوانسیون رم برای حفاظت از هنرمندان مجری و تولیدکنندگان فونوگرام‌ها و سازمان‌های خبرگزاری<sup>۸</sup> (کنوانسیون رم) توسط تقریباً صد کشور اجرا شده است.

1. Designs Act (2003)

2. General Industrial Property Act

۳. عبارت «چارچوب قانونی کپی‌رایت» حقوق مرتبط را نیز در برمی‌گیرد.

4. Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works

5. [www.wipo.int/treaties/documents/english/word/e-berne.doc](http://www.wipo.int/treaties/documents/english/word/e-berne.doc)

6. WIPO Copyright Treaty (WCT)

7. WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT)

8. Rome Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcasting Organizations (the Rome Convention)

۳۰- به منظور پیشبرد تحقیقات مربوط به صنایع کپی‌رایت، گروه پژوهشی باید یک چارچوب قانونی را برای بررسی تعیین کند. مفهوم کپی‌رایت در ارتباط با حقوق اختصاصی می‌باشد و حمایت از این حقوق، مبنای اصلی برای ایجاد کل صنایع و فعالیت‌های مرتبط را تشکیل می‌دهد. حمایت از کپی‌رایت لازمه ایجاد و توسعه صنایع کپی‌رایت در طول زمان است. عملکرد صنایع کپی‌رایت متفاوت از صنایع سنتی است. ارزش طی فرآیندهای متفاوت و مجزایی ایجاد می‌شود و غالباً در مورد محصولات ناملموس لحاظ می‌شود و بنابراین مفاهیم سنتی را همیشه نمی‌توان به طور مستقیم به کار برد. شناخت مفاهیم حقوقی پایه در ارتباط با حمایت از کپی‌رایت کمک می‌کند تا بتوان درباره این که کدام یک از فعالیت‌های اقتصادی باید مورد بررسی قرار گیرند، نتیجه‌گیری بهتری داشته باشیم.

براساس رویکرد کپی‌رایت، چارچوب مفهومی مناسبی برای تعیین موضوع مورد بررسی و همچنین برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل آمار ارائه می‌شود.

## ۱-۲ مفهوم کپی‌رایت

۳۱- مفهوم کپی‌رایت و حقوق مرتبط در قوانین ملی تصریح شده است. در بیشتر کشورها، مفاهیم پایه با شرایط قراردادهای تحت نظارت سازمان جهانی مالکیت فکری تطابق دارند. کنوانسیون برن، معاهده کپی‌رایت وایپو، معاهده فونوگرام‌ها و اجرای برنامه وایپو و کنوانسیون رم به‌علاوه موافقت‌نامه جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری (موافقت‌نامه TRIPS)<sup>۱</sup> و سایر کنوانسیون‌های بین‌المللی مرتبط<sup>۲</sup> از جمله این قراردادها به شمار می‌آیند.

۳۲- کپی‌رایت یکی از شاخه‌های اصلی مالکیت فکری محسوب می‌شود و در مورد «هرگونه تولید در حوزه ادبی، علمی و هنری، صرف‌نظر از نوع یا اشکال بیان آن»، اعمال می‌شود.<sup>۳</sup> به منظور حمایت از کپی‌رایت، «آثار ادبی و هنری» باید به‌عنوان اثر اصلی تألیف - صرف‌نظر از مزیت ادبی یا هنری آن - در نظر گرفته شوند. انواع یا اشکال بیان هنری که تحت حمایت قانون کپی‌رایت قرار دارند، به موجب کنوانسیون‌های بین‌المللی محدود نمی‌شوند. کتاب، موسیقی، نمایشنامه، طراحی رقص، عکاسی، فیلم، نقاشی، مجسمه‌سازی، برنامه‌های کامپیوتری و پایگاه‌های داده به‌عنوان آثار ادبی و هنری برشمرده می‌شوند. جدول ۱-۲ حاوی فهرست غیرجامعی از انواع آثاری است که تحت حمایت بیشتر قوانین ملی کپی‌رایت قرار دارند.

۳۳- برخلاف حمایت از ابداعات (که تحت پوشش قوانین پتنت قرار دارند)، صرفاً نوع بیان ایده‌ها - و نه خود ایده‌ها - تحت حمایت قانون کپی‌رایت قرار دارند. خلاقیتی که تحت حمایت قانون کپی‌رایت قرار دارد، در واقع شامل

1. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (the TRIPS Agreement)

۲. سایر اسناد مرتبط عبارتند از: معاهده حفاظت از تولیدکنندگان در برابر تکثیر غیرمجاز آن‌ها - کنوانسیون فونوگرام (ژنو، ۱۹۷۱)، معاهده توزیع سیگنال‌های حامل برنامه ارسال شده از طریق ماهواره (۱۹۷۳)، و معاهده اجراهای صوتی - تصویری در بیجینگ (۲۰۱۲)،

<http://www.wipo.int/treaties/en/ip/beijing>

۳. ماده ۲، کنوانسیون برن برای حمایت از آثار ادبی و هنری





خلاقیت در انتخاب و چیدمان لغات، نوت‌های موسیقی، رنگ‌ها، اشکال و حرکات است. مطابق قانون کپی‌رایت از مالک حقوق مالکیت آثار ادبی و هنری در برابر افرادی حفاظت می‌شود که آثار آن‌ها را «کپی» می‌کنند و یا این که از آثار آن‌ها به همان فرم اصلی که توسط مؤلف ارائه می‌شود، استفاده می‌کنند.<sup>۱</sup>

### جدول ۱-۲ انواع آثار تحت حمایت بیشتر قوانین ملی کپی‌رایت

آثار ادبی	رمان، داستان‌های کوتاه، اشعار، آثار نمایشی و سایر انواع نویسندگی، صرف نظر از محتوای آن‌ها (افسانه‌ای یا غیر افسانه‌ای)، طول، هدف (سرگرمی، آموزشی، اطلاعات، تبلیغات، آگهی ...)، فرم (به صورت دست‌نویس، تایپی، چاپی، کتاب، جزوه، صفحات تکی، روزنامه، مجله) اعم از چاپی و غیر چاپی؛ در بیشتر کشورها «آثار شفاهی» و به بیان دقیق‌تر آثاری که به صورت کتبی ارائه نشده‌اند، نیز تحت حمایت قانون کپی‌رایت قرار دارند؛ و ترجمه‌ها ...
آثار موسیقی	اعم از موسیقی جدی یا لایت؛ <sup>۲</sup> آواز، هم‌سرایی‌ها، اپرا، موزیکال‌ها، اپرت‌ها، <sup>۳</sup> اعم از این که آموزشی باشند و اعم از این که برای یک آلت (سولو)، <sup>۴</sup> چند آلت (سوناتا)، <sup>۵</sup> موسیقی مجلسی <sup>۶</sup> (... یا تعداد زیادی آلت (گروه موسیقی، ارکستر) باشند.
آثار هنری	اعم از این که دو بعدی (طراحی، نقاشی، قلم‌زنی، لیتوگرافی ...) یا سه بعدی (مجسمه‌سازی، آثار معماری) باشند، صرف نظر از محتوا (تجسمی یا انتزاعی) و مقصد (هنر «محض»، برای تبلیغات ...).
نقشه‌ها و ترسیم فنی	آثار کارتوگرافی نظیر مدل‌های نقشه برجسته یا نقشه سه بعدی <sup>۷</sup> ، نقشه‌ها، طرح‌ها، نمودارها، رسم فنی برق
آثار عکاسی	صرف نظر از موضوع (پرتره، دورنما، رویدادهای فعلی ...) و هدف از تولید آن‌ها
فیلم سینمایی یا آثار سینمایی	اعم از این که صامت یا موسیقی متن باشند و صرف نظر از هدف آن‌ها (نمایش تئاتر، پخش تلویزیونی ...)، ژانر آن‌ها (فیلم، درام، مستند، فیلم اخبار جاری روز ...)، طول و روش مورد استفاده (فیلمبرداری «زنده»، کارتون ...) یا روند فنی مورد استفاده (تصاویر روی فیلم شفاف، روی نوار ویدئوهای الکترونیکی ...)
برنامه‌ها و پایگاه داده‌های کامپیوتری	به ترتیب به‌عنوان آثار ادبی یا به‌عنوان گردآوری داده‌ها

۱. مفاهیم پایه کپی‌رایت و حقوق مرتبط، WIPO/CNR/KTM/97/1

2. Serious or light
3. Operettas
4. Solos
5. Sonatas
6. Chamber music
7. Globes and relief models

۳۴. مطابق بسیاری از قوانین کپی‌رایت از آثار «هنر کاربردی» (جواهر آلات هنری، لامپ‌ها، کاغذ دیواری، اسباب و اثاثیه...) حمایت می‌شود. دستگاه ضبط صدا، نوارها و رادیو و تلویزیون نیز مطابق قانون تعدادی از کشورها به‌عنوان آثار در نظر گرفته می‌شوند.<sup>۱</sup>

## ۲-۲ حقوق انحصاری

۳۵- حقوق انحصاری مطابق قانون به مالک کپی‌رایت اثر تحت حمایت اعطا می‌شود و به موجب آن، استفاده از اثر توسط دیگران مجاز می‌شود. از آنجا که مطابق این حقوق، مالک آن‌ها در ازای استفاده از آثار خود توسط دیگران، مجاز به اخذ دستمزد است، این حقوق تحت‌عنوان حقوق اقتصادی تلقی می‌شوند.<sup>۲</sup> حقوق اقتصادی را می‌توان انتقال داد یا واگذار کرد؛ این حقوق با عملکرد آن‌ها به‌عنوان حقوق مالکیت ارتباط دارند. عملکردهای اقتصادی قانون کپی‌رایت در فصل ۳ با جزئیات بیشتری شرح داده می‌شود.

۳۶- حقوق اقتصادی انحصاری اصلی که به مؤلفان در معاهده‌های بین‌المللی اعطا شده است (یا توسط آن‌ها واگذار شده است)، به شرح زیر می‌باشد.<sup>۳</sup>

۳۷- حق تکثیر<sup>۴</sup>: به معنی حق مالک کپی‌رایت مبنی بر جلوگیری از کپی آثار وی توسط دیگران است. حق تکثیر، مهم‌ترین حقوق تحت کپی‌رایت محسوب می‌شود و تمامی گروه‌های آثار را در برمی‌گیرد. این حقوق صرف‌نظر از نوع کپی (چاپی، رسانه دیجیتال یا انواع دیگر) اعمال می‌شوند. حق کنترل تکثیر آثار، مبنای حقوقی بسیاری از انواع بهره‌برداری از آثار تحت حمایت محسوب می‌شود. دامنه شمول حق تکثیر از یک حوزه قضایی به حوزه قضایی دیگر متفاوت است و در برخی موارد، حقوق توزیع، اجاره یا اقتباس اثر را نیز در برمی‌گیرد و در برخی از موارد، این حقوق به‌عنوان حقوقی کاملاً مجزا در نظر گرفته می‌شوند.

۳۸- حق ترجمه<sup>۵</sup>: به معنی بیان یک اثر به زبانی غیر از زبان نسخه اصلی است. به منظور تکثیر و انتشار یک ترجمه باید از مالک کپی‌رایت اثر اصلی و مالک کپی‌رایت ترجمه یا اقتباس، مجوز کسب کرد.

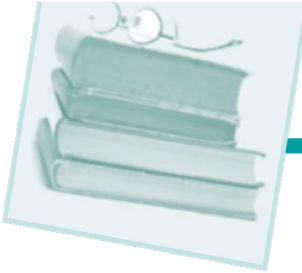
1. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use, WIPO Publication No. 489 (E), ISBN 92-05-1004-8, Geneva, WIPO 2001, P. 43

۲. جدا از حقوق اقتصادی، «حقوق اخلاقی» نیز توسط کنوانسیون‌های بین‌المللی مطرح شده است که به موجب آن، مؤلف مجاز به انجام اقدامات خاصی جهت حفظ رابطه شخصی بین خود و اثر می‌باشد. اگرچه این حقوق بنا به تعریف اقتصادی نیستند، ولی در برخی کشورها ارزش خاصی حاصل می‌کنند که امکان‌الغای چنین حقوقی را فراهم می‌آورند. در این مرحله، برای محاسبه تأثیرات اقتصادی حقوق اخلاقی روش‌های کلی اجرا نمی‌شود و از این رو در کتاب راهنما لحاظ نمی‌شوند.

۳. فهرست ارائه شده در اینجا با شرایط کنوانسیون برن و معاهده کپی‌رایت سازمان جهانی مالکیت فکری تطابق دارد. مطابق قوانین ملی، حقوق در بسیاری از موارد به طریقی دیگر طبقه‌بندی می‌شوند. گاهی اوقات مطابق قانون ملی حتی حمایت بیشتری به عمل می‌آید.

4. Right of reproduction

5. Right of translation



۳۹- حق اقتباس، تنظیم و سایر انواع اصلاح اثر<sup>۱</sup>: «اقتباس» به طور کلی به اصلاح یک اثر جهت تولید اثر دیگر برمی‌گردد. به عنوان مثال اقتباس از یک رمان به منظور تولید فیلم سینمایی یا اصلاح یک اثر به طوری که برای بهره‌برداری از آن در شرایط متفاوت مناسب باشد. یک نمونه از مثال دوم به اقتباس از یک کتاب آموزشی برمی‌گردد که در اصل برای آموزش عالی تهیه شده است، ولی از آن برای تهیه یک کتاب آموزشی ویژه دانش‌آموزان در مقطع پایین‌تر استفاده می‌شود. در سال‌های اخیر با توجه به احتمال روزافزون اقتباس و تغییر آثار به کار برده شده در قالب دیجیتال، مبحث مربوط به دامنه شمول حق اقتباس مطرح شده است. امروزه با استفاده از فناوری دیجیتال کاربران به راحتی و به سرعت قادر به دستکاری متن، صوت و تصاویر می‌باشند. موضوع ایجاد تعادل مناسب بین حقوق مؤلف مبنی بر کنترل درستی و صحت اثر پس از دستکاری و اصلاح مجاز آن و حقوق کاربران مبنی بر ایجاد تغییراتی که به نظر می‌رسد بخشی از کاربرد معمولی آثار در قالب دیجیتال باشد، مورد تأکید قرار گرفته است.

۴۰- حق اجرای عمومی<sup>۲</sup>: به معنی اجرای اثر در مکانی است که در آن امکان حضور عموم مردم یا امکان حضور تعداد قابل توجهی از افراد - فراتر از چرخه خانوادگی معمولی و نزدیک‌ترین آشنایان اجتماعی - وجود دارد. بر این اساس، به مؤلف یا مالک کپی‌رایت ممکن است مجوز اجرای زنده یک اثر را بدهند. حق اجرای عمومی همچنین شامل اجرا از طریق دستگاه‌های ضبط صوت می‌باشد و از این رو، آثار موسیقی به کار برده شده در فونوگرام‌ها در زمانی که فونوگرام‌ها به وسیله دستگاه‌های آمپلی‌فایر در هتل‌ها، دیسکوها، هواپیماها، فروشگاه‌ها ... پخش می‌شوند، تحت عنوان «اجرای عمومی اثر» تلقی می‌شوند.

۴۱- حق پخش رادیو تلویزیونی<sup>۳</sup>: به معنی ارسال صدا یا تصاویر و صدا از طریق وسایل بی‌سیم اعم از رادیو، تلویزیون یا ماهواره برای دریافت عمومی تعریف شده است. این حقوق گاهی اوقات به عنوان نمونه خاصی از عرضه عمومی اثر در نظر گرفته می‌شود. افرادی که دارای تجهیزات مورد نیاز برای دریافت آن و در صورت لزوم رمزگشایی سیگنال هستند، می‌توانند زمان پخش یک اثر، سیگنالی که به صورت بی‌سیم پخش می‌شود را انتخاب نمایند. مطابق برخی از قوانین ملی، پخش کابلی همانند پخش رادیو تلویزیونی است. پخش کابلی شامل انتقال کابلی است که به منزله انتقال مجدد همزمان و بدون تغییر پخش‌های رادیو تلویزیونی نیست.

۴۲- حق عرضه عمومی<sup>۴</sup>: محدوده گسترده‌ای از فعالیت‌ها را در برمی‌گیرد. به طور سنتی، حق عرضه عمومی به تمامی انواع عملیاتی برمی‌گردد که باعث می‌شوند یک اثر در مکانی به غیر از مکانی که در آن عرضه می‌شود، به‌ویژه از طریق انتقال کابلی توسط عموم شناخته شود. امروزه، حق عرضه عمومی به معنی در دسترس قرار دادن آثار به صورت آنلاین و بنا به تقاضا می‌باشد، به طوری که هر یک از اعضای عموم می‌توانند از مکان و زمان مورد نظر خود به آثار دسترسی پیدا کنند. بنابراین، اهمیت این حقوق برای انتقال در شبکه‌های دیجیتال نیز مشهود است. در سطح ملی، حق

1. Right of adaptation, arrangement, and other alteration  
2. Right of public performance  
3. Right of broadcasting  
4. Right of communication to the public

عرضه عمومی گاهی اوقات به طور کلی تعریف می‌شود و ممکن است پخش برنامه رادیو تلویزیونی و اجرای عمومی را نیز دربرگیرد.

۴۳- حق توزیع<sup>۱</sup>: به معنی توزیع نسخه‌های کپی آثار تحت حمایت است. هدف از حق توزیع این است که اطمینان حاصل شود حق اصلی تکثیر و نسخه‌برداری رعایت می‌شود و به لحاظ اقتصادی می‌توان آن را اعمال کرد. به طور کلی، حق توزیع برای انتشار کپی‌های ملموس آثار محفوظ است و معمولاً اولین فروش یا واگذاری مالکیت کپی خاص موجب زوال حق می‌شود. این امر بدان معناست که پس از این که مالک کپی‌رایت (یا فردی که با مجوز وی فعالیت می‌کند)، مالکیت کپی خاص یک اثر را فروخت و یا این که به طریقی دیگر آن را واگذار کرد، مالک آن کپی ممکن است بدون مجوز مالک کپی‌رایت، به‌عنوان مثال از طریق اهدای کپی یا حتی فروش مجدد کپی، آن را واگذار کند. در این ارتباط، یک جنبه مهم حق توزیع این است که در زمانی که مؤلف مجوز فروش کپی در کشور دیگر را صادر کرده است (واردات موازی)، زوال حق توزیع تا چه حد در آن کشور صورت می‌گیرد. حق توزیع کلی در برخی از حوزه‌های قضایی شامل اعطای وام، اجاره، فروش، فروش مجدد و حتی واردات می‌شود. البته، این امر در مورد قراردادهای بین‌المللی صدق نمی‌کند.

۴۴- حق اجاره<sup>۲</sup>: به معنی مجوز اجاره بازرگانی کپی‌ها می‌باشد. حق اجاره معمولاً محدود به گروه‌های خاصی از آثار نظیر آثار موسیقی ارائه شده در فونوگرام‌ها، آثار صوتی تصویری و برنامه‌های کامپیوتری است.<sup>۳</sup> حق اجاره از آن جهت قابل قبول است که باعث می‌شود بازار بالقوه مؤلف در اثر اجاره کپی‌ها صدمه نبیند. اجاره به معنی فروش از دست رفته یا دستمزد مؤلف است. به‌علاوه، یک کپی اجاره‌ای واحد را می‌توان بارها تکثیر کرد. این مسأله به‌ویژه در ارتباط با فناوری دیجیتال حائز اهمیت خاصی است، چرا که با استفاده از این فناوری می‌توان تعداد نامحدودی از کپی‌ها را بدون از بین رفتن کیفیت آن‌ها به سرعت و با قیمت ارزان توزیع کرد.<sup>۴</sup>

## ۳-۲ حقوق مرتبط

۴۵- حقوق مرتبط در ارتباط با حمایت از افرادی هستند که به پدیدآورندگان مالکیت فکری در زمینه انتقال و انتشار آثار خود برای عموم کمک می‌کنند.<sup>۵</sup> این حقوق مشابه حقوق کپی‌رایت هستند، ولی دامنه شمول آن‌ها غالباً محدودتر است. حقوق مرتبط اصلی به شرح زیر می‌باشند.

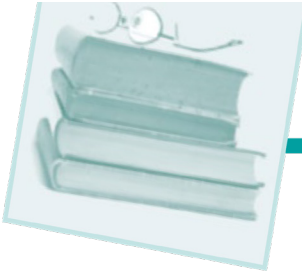
1. Right of distribution

2. Right of rental

3. Art. 7 WCT and Arts. 9 and 13 WPPT

4. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use, WIPO Publication No. 489 (E), ISBN 92-05-1004-8, Geneva, WIPO 2001.

۵. واژه‌های «حقوق مرتبط» و «حقوق همسایه» به جای یکدیگر به کار می‌روند و دارای یک معنی هستند.



۴۶- حقوق هنرمندان مجری جهت اعطای مجوز پخش و عرضه اجراهای ضبط نشده<sup>۱</sup> برای عموم، ضبط اجراهای ضبط نشده، تکثیر اجراهای ضبط شده در فونوگرامها، توزیع اجراهای ارائه شده در فونوگرامها، اجاره اجراهای ارائه شده در فونوگرامها به عموم، در دسترس قرار دادن اجراهای ضبط شده در فونوگرامها، و حقوق دستمزد منصفانه برای پخش و عرضه اجراهای ارائه شده در فونوگرامهای تجاری منتشر شده برای عموم.

۴۷- حقوق تولیدکنندگان فونوگرام جهت اعطای مجوز تکثیر فونوگرامهای آنها، توزیع فونوگرامهای آنها، اجاره فونوگرامها و در دسترس قرار دادن فونوگرامها و همچنین حقوق دستمزد منصفانه برای پخش و عرضه فونوگرامهای تجاری منتشر شده برای عموم.

۴۸- حقوق سازمانهای پخش رادیو تلویزیونی جهت اعطای مجوز و ممنوعیت پخش مجدد رادیو تلویزیونی، ضبط<sup>۲</sup>، یا تکثیر برنامه‌های رادیو تلویزیونی آنها. در برخی کشورها، از سازمانهای پخش رادیو تلویزیونی حمایت بیشتری می‌شود و می‌توانند هر سینگال حامل برنامه که توسط توزیع کننده از طریق ماهواره برای افرادی منتشر شده و یا ارسال شده است که سینگال برای آنها ساخته نشده است، را در قلمرو خود توزیع کنند و یا این که نسبت به توزیع آن از قلمرو خود اقدام کنند.

## ۲-۴ محدودیت‌های حقوق

۴۹- شرایط و محدودیت‌های خاصی برای حقوق فوق‌الذکر وجود دارند. اولین گروه محدودیت‌ها این است که گروه‌های خاصی از آثار مشمول حمایت کپی‌رایت نیستند. در برخی کشورها، آثار در صورتی که به صورت ملموس ضبط نشده باشند، تحت حمایت کپی‌رایت قرار نمی‌گیرند؛ به‌عنوان مثال، یک اثر رقص آرایشی تنها زمانی مورد حمایت است که حرکات به صورت نماد رقص (نت رقص) نوشته شده باشند و یا این که به صورت نوار ویدئویی ضبط شده باشند. به‌علاوه، در برخی (و نه تمام) کشورها، در مفاد قوانین و احکام قضایی و اجرایی از حمایت کپی‌رایت صرف‌نظر شده است.

۵۰- دومین گروه محدودیت‌های مربوط به حقوق مؤلفان و سایر مالکان کپی‌رایت راجع به اقدامات خاص بهره‌برداری است که معمولاً نیازمند کسب مجوز از مالک حقوق هستند ولی بنا به شرایط تصریح شده در قانون ممکن است بدون مجوز بهره‌برداری شوند. دو نوع اصلی محدودیت در این گروه وجود دارد: ۱) «استفاده اختیاری<sup>۳</sup>» - بهره‌برداری از آثار بدون مجوز و بدون تعهد به پرداخت دستمزد به مالک حقوق در ازای استفاده از آثار؛ و ۲) «مجوزهای غیراختیاری<sup>۴</sup>» - بهره‌برداری بدون کسب مجوز ولی با تعهد به پرداخت دستمزد به مالک حقوق.

1. Unfixed performances  
2. Fixation  
3. Free uses  
4. Non-voluntary licenses

۵۱- نقل قول از یک اثر تحت حمایت به شرطی که منبع نقل قول از جمله نام مؤلف ذکر شده باشد و محدوده نقل قول با رویه منصفانه<sup>۱</sup> تطابق داشته باشد؛ استفاده از آثار از طریق تصاویر برای اهداف آموزشی؛ و استفاده از آثار با هدف گزارش اخبار از جمله نمونه‌های استفاده اختیاری از اثر به شمار می‌آیند. چنانچه در بالا گفته شد، تعدادی از قوانین حاوی شرایطی هستند که به موجب آن‌ها، امکان تکثیر انحصاری اثر برای استفاده شخصی، خصوصی و غیر بازرگانی افراد میسر است. البته، سهولت و کیفیت کپی‌های مجزا از طریق فناوری جدید باعث شده است برخی کشورها دامنه شمول چنین شرایطی را محدود سازند که از جمله می‌توان به استفاده از سیستم‌هایی اشاره کرد که امکان کپی خاصی را فراهم می‌آورند ولی ساز و کاری را برای پرداخت به مالکان حقوق اعمال می‌کنند تا منافع اقتصادی آن‌ها به دلیل کپی آثارشان به خطر نیفتد. اخیراً در قوانین بین‌المللی، نتیجه قرارداد جدیدی در مراکش لحاظ شده است که به معرفی محدودیت‌ها و استثنائات برای افراد نابینا پرداخته است.<sup>۲</sup>

۵۲- علاوه بر موارد خاص استفاده اختیاری از آثار که در قوانین ملی برشمرده شده است، در قوانین برخی کشورها، مفهومی تحت عنوان «کاربرد منصفانه» یا «معامله منصفانه»<sup>۳</sup> به رسمیت شناخته شده است که به موجب آن امکان استفاده از آثار بدون مجوز مالک حقوق میسر است و در این ارتباط، عواملی نظیر ماهیت و هدف کاربرد از جمله این که آثار برای اهداف بازرگانی است یا خیر، ماهیت آثار مورد استفاده، میزان یا حجم اثر مورد استفاده نسبت به حجم کلی اثر و تأثیر احتمالی کاربرد اثر بر ارزش بازرگانی بالقوه آن در نظر گرفته شده است.

## ۲-۵ چارچوب قانونی و بازارهای کپی‌رایت

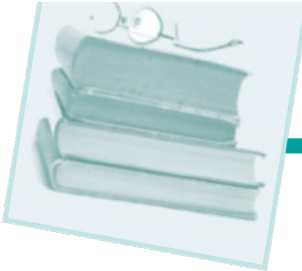
۵۳- مطابق حقوق متعددی که تاکنون توصیف شده‌اند، یک چارچوب قانونی به‌عنوان مبنای معاملات اقتصادی ارائه شده است. معمولاً یک معامله اقتصادی، انواع متعدد حقوقی را دربرمی‌گیرد که ارزش‌های آن‌ها براساس عوامل بازار متفاوت تعیین می‌شوند. حقوق ممکن است در بازارهای متفاوت به روش‌های متفاوتی اعمال شوند. به منظور تعیین موقعیت حقوق نسبت به حوزه بازارهایی که در آن‌ها عمل می‌کنند، استفاده از جدول زیر مفید است.

۵۴- شایان ذکر است که در بیشتر معاملات اقتصادی مربوط به آثار تحت حمایت کپی‌رایت، مالکیت فکری معامله نمی‌شود، بلکه فقط حقوق مبنی بر دسترسی به آثار تحت حمایت (به‌عنوان مثال در قالب استفاده یا اجاره) معامله می‌شود.

1. Fair Practice

۲. معاهده مراکش در خصوص تسهیل دسترسی نابینایان و کم‌بینایان و افراد ناتوان در خواندن متون نوشتاری (نوشته) به آثار منتشر شده؛ به وب‌سایت [www.wipo.int](http://www.wipo.int) رجوع شود.

3. «Fair use» or «fair dealing»



### جدول ۲-۲ کپی‌رایت و حوزه بازارهای مورد نظر

حوزه بازار	حقوق
تکثیر آثار به صورت مادی یا غیرمادی. همچنین این حقوق، اقتباس از آثار را نیز در برمی‌گیرند.	حق تکثیر
انتشار، فروش مجدد، فروش و اجاره کپی‌های فیزیکی و حتی عاریه کپی‌های گروه‌های آثاری از قبیل آثار موسیقی ارائه شده در فونوگرام‌ها، آثار صوتی - تصویری و برنامه‌های کامپیوتری. همچنین حق توزیع، واردات کپی‌ها را نیز در برمی‌گیرد.	حق توزیع
بازپخش آثار از طریق هرگونه ابزار ارتباطات راه دور یا ابزار ارتباطات تعاملی. حق عرضه عمومی طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها را در برمی‌گیرد. از جمله بازپخش اجرا برای اعضای عمومی در مکانی به غیر از مکانی که در آن اجرا صورت می‌گیرد، انتقال با کابل، و در دسترس قرار دادن آثار در شبکه‌های دیجیتال به طوری که عموم اعضا بتوانند در مکان و زمان مورد نظر خود به این آثار دسترسی پیدا کنند.	حق عرضه عمومی
اجرای زنده آثار در حضور عموم (از جمله از طریق دستگاه‌های ضبط صدا و فونوگرام‌ها)	حق اجرای عمومی
انتقال آثار با وسایل بی‌سیم و غیرتعاملی برای دریافت عمومی. این امر همچنین انتقال ماهواره‌ای آثار برای دریافت عمومی را نیز در برمی‌گیرد.	حق پخش رادیو تلویزیونی







## فصل ۳

### مبانی اقتصادی کپی‌رایت

**۵۵-** در ارتباط با بهره‌برداری از آثار تحت حمایت کپی‌رایت، کپی‌رایت بیانگر عملکردهای اقتصادی آن و نحوه تأثیرگذاری متعدد آن بر اقتصاد است. در این فصل، مفاهیم پایه اقتصاد کپی‌رایت معرفی می‌شود که در ارتباط با بررسی اقتصادی است. باید بر این نکته تأکید داشت که این روش بر محاسبه اندازه صنایع کپی‌رایت در شرایط اقتصادی تأکید دارد. این روش به محاسبه تأثیر مستقیم نپرداخته و درصدد ایجاد روابط علی و معلولی نیست. این موارد مستلزم رویکرد روش‌شناسی متفاوتی هستند.<sup>۱</sup> «تأثیر» اقتصادی کپی‌رایت با این هدف برآورد می‌شود که مشخص شود این صنایع با کپی‌رایت و یا بدون کپی‌رایت چقدر بزرگ‌تر یا کوچک‌تر خواهند بود. بررسی این موضوع بسیار دشوار است. در بررسی اندازه صنایع - با وجود اندازه صعودی آن‌ها- تأثیر محاسبه نمی‌شود و بنابراین این واژه تا حدودی غلط‌انداز است و به عمد از کاربرد آن اجتناب می‌شود.

**۵۶-** با توجه به این که تحقیقات اقتصادی نسبتاً کمی جهت تجزیه و تحلیل کلی اقتصاد کپی‌رایت صورت گرفته است، اقتصاددانان در بیشتر تصمیم‌گیری‌های مربوط به سیاست کپی‌رایت نفوذی ندارند.<sup>۲</sup> در بررسی موجود درباره اقتصاد کپی‌رایت، رویکردهای متفاوتی اتخاذ شده است و در بیشتر موارد بر حوزه خاصی از کپی‌رایت تأکید شده است.<sup>۳</sup> اتخاذ فرضیات خاص یکی از مهم‌ترین نکات انحرافی در بررسی سهم اقتصادی صنایع کپی‌رایت محسوب می‌شود. به منظور بررسی ویژگی‌های قابل سنجش فعالیت‌های تحت حمایت کپی‌رایت، باید چنین فرض شود که حمایت کپی‌رایت اعمال شده است و فعالیت‌های اقتصادی مطابق با قانون صورت می‌گیرند.

**۵۷-** تحقیقات قابل توجهی درباره اثرات پتنت بر رشد اقتصادی صورت گرفته است؛ البته چنین بررسی درباره کپی‌رایت نسبتاً تازه‌گی دارد. بررسی اندازه صنایع کپی‌رایت وظیفه اقتصاددانان کاربردی است که در مورد ضرورت یک چارچوب مفهومی و روش‌شناسی واضح به‌علاوه شناخت دقیق مفاهیم قانونی و اقتصادی به اتفاق نظر رسیده‌اند.

**۵۸-** در این فصل، فعالیت‌های پیچیده‌ای شرح داده می‌شوند که مبتنی بر بهره‌برداری از کپی‌رایت هستند. این فعالیت‌ها باید در بررسی‌ها مورد توجه کافی قرار گیرند. به منظور برآورد ارزش افزوده، اشتغال و تجارت صناعی که

۱. دستورالعمل‌های مربوط به محاسبه تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کپی‌رایت بر صنایع خلاق توسط سازمان جهانی مالکیت فکری تدوین شده است. در زمان اتمام این کتاب، این دستورالعمل‌ها در پروژه‌ای آزمایشی مورد بررسی قرار گرفتند.

2. Samuelson, Pamela 'Should Economics Play a Role in Copyright Law and Policy?' in Lisa N. Takeyama, Wendy J. Gordon and Ruth Towse (ed.), *Developments in the Economics of Copyright* (2005), ISBN:1-84376-930-1.

3. Handke, Christian, Stephan, Paul, and Towse, Ruth, 'Development of Economics of Copyright' in Drexl J. (ed.), *Research Handbook on Intellectual Property and Competition Law* (2008), ISBN:978-1845420475.

در آن‌ها کپی‌رایت نقش مهمی ایفا می‌کند، باید موضوعات مفهومی و عملی مورد توجه قرار گیرد. در این فصل به مفاهیم مرتبط پرداخته شده است.

### ۳-۱ مجموعه اصطلاحات اصلی

۵۹- تحقیقات پیرامون این موضوع حاوی طیف گسترده‌ای از اصطلاحات از جمله کپی‌رایت، محصولات فرهنگی، آثار، صنایع کپی‌رایت، صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، صنایع محتوا و اقتصاد خلاق است. توضیح ارتباط بین این واژه‌ها مفید است.

۶۰- «محصولات فرهنگی» و «آثار» در متن به عنوان مترادف یکدیگر به کار برده می‌شوند، هر چند مفهوم واژه «کپی‌رایت» باید با توجه به کنوانسیون برن تعریف شود که در فصل ۲ شرح داده شد.

۶۱- صنایع «کپی‌رایت»، «خلاق» و «فرهنگی» در متن غالباً به عنوان مترادف یکدیگر به کار برده می‌شوند و به فعالیت‌ها یا صنایعی اشاره دارند که در آن‌ها کپی‌رایت نقش قابل توجهی ایفا می‌کند. با این وجود، بین آن‌ها تفاوت‌هایی وجود دارد. «صنایع کپی‌رایت» صنایعی هستند که تحت حمایت کپی‌رایت و حقوق مرتبط قرار دارند. میزان وابستگی به کپی‌رایت در صنایع کپی‌رایت متعدد که به طور مفصل در فصل ۴ شرح داده می‌شود، معیار اصلی جهت تعیین مرز آن‌هاست و امکان بررسی صنایع کپی‌رایت را براساس دامنه حمایت ارائه شده مطابق قانون هر کشور فراهم می‌آورد. «صنایع فرهنگی» صنایعی هستند که محصولات آن‌ها دارای محتوای فرهنگی قابل توجهی هستند که در مقیاس صنعتی تکثیر می‌شوند. صنایع فرهنگی در برخی از تحقیقات به این صورت تعریف می‌شوند: «[...] صنایعی که کالاها یا خدماتی را تولید و توزیع می‌کنند که در زمانی که تولید می‌شوند، اینطور به نظر می‌رسد که دارای ویژگی، کاربرد یا هدف خاصی هستند که صرف‌نظر از ارزش تجاری خود، قابلیت ارائه و یا انتقال بیان‌های فرهنگی را دارا هستند. علاوه بر بخش‌های هنرهای سنتی (هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی، میراث فرهنگی - از جمله بخش دولتی)، این صنایع شامل فیلم، دی‌وی‌دی و ویدئو، تلویزیون و رادیو، بازی‌های ویدئویی، رسانه جدید، موسیقی، کتاب و مطبوعات هستند». این مفهوم در ارتباط با بیان‌های فرهنگی براساس کنوانسیون حفظ و ارتقای تنوع بیان‌های فرهنگی<sup>۱</sup> (یونسکو ۲۰۰۵) تعریف می‌شود.<sup>۲</sup>

۶۲- واژه «صنایع خلاق» معمولاً مفهوم گسترده‌تری دارد و علاوه بر کپی‌رایت و صنایع فرهنگی، تمامی تولیدات فرهنگی یا هنری اعم از محصولات زنده یا محصولات تولیدشده به‌عنوان یک واحد مجزا را دربر می‌گیرند. صنایع خلاق گاهی اوقات به‌عنوان صنایعی تعریف می‌شوند که «[...] از فرهنگ به‌عنوان یک ورودی استفاده می‌کنند و دارای بعد فرهنگی هستند، هر چند ورودی‌های آن‌ها اصولاً عملکردی بوده و شامل معماری و طراحی هستند که عناصر خلاق را با فرآیندهای گسترده‌تری تلفیق می‌کنند و همچنین بخش‌های فرعی نظیر طراحی گرافیک، طراحی مد و تبلیغات را

1. The 2005 UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions  
2. See the European Commission's Green Paper, Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries.



نیز در برمی‌گیرند.<sup>۱</sup> صنایعی را که می‌توان تحت صنایع فرهنگی یا خلاق نام برد، غالباً تا حد زیادی همپوشانی دارند. واژه‌های صنایع فرهنگی و خلاق غالباً با یکدیگر به کار می‌روند و عملاً تمایز بسیار ظریفی بین این دو واژه وجود دارد. مباحث مربوط به حوزه تعریف صنایع خلاق همچنان ادامه دارد. رویکردهای متعددی درباره تعریف این منابع وجود دارد که از یک رویکرد کلی که خلاقیت را مرتبط با تقریباً تمامی ابعاد فعالیت انسان قلمداد می‌کند تا رویکردی ظریف‌تر که صنایع خلاق را از طریق یک حوزه سیاستی خاص (نظیر فرهنگ یا کپی‌رایت) تعریف می‌کند، متغیر است. جستجو برای تعریف بهینه صنایع خلاق همچنین مستلزم رویکردهای چندرشته‌ای است که صنایع خلاق را از طریق سایر اصول سازماندهی نظیر نوآوری تعریف می‌کنند.<sup>۲</sup>

۶۳- اقتصاد فرهنگی به بررسی ارتباط ارزش فرهنگی و اقتصادی و تأثیر آن بر صنایع خلاق می‌پردازد. اقتصاد فرهنگی به تجزیه و تحلیل اهمیت کالاها و خدمات فرهنگی برای توسعه جامعه پرداخته و کیفیت و سایر ویژگی‌های آن‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد. دومین مورد شامل سیاست‌های دولتی مرتبط، تعیین هزینه-فایده برای اندازه‌گیری منافع اصلی کپی‌رایت، استفاده از کالاهای فرهنگی توسط مصرف‌کنندگان و اهمیت عادات مصرف‌کننده می‌شود.

۶۴- واژه «صنایع خلاق» بیانگر کل سیستم روابط در اقتصاد پسا صنعتی و دانش‌بنیان است که در آن خلاقیت نقش کلیدی ایفا کرده و عامل اصلی رقابت‌پذیری و رشد اقتصادی محسوب می‌شود. در گزارش اقتصاد خلاق سازمان ملل<sup>۳</sup> که با هماهنگی آنکتابد تهیه شده است، رویکرد توصیفی زیر در ارتباط با اقتصاد خلاق اتخاذ شده است.

۶۵- «اقتصاد خلاق مفهومی در حال رشد و مبتنی بر دارایی‌های خلاق است که به طور بالقوه موجب رشد اقتصادی و توسعه می‌شوند».

- اقتصاد خلاق موجب درآمدزایی، اشتغال‌زایی و کسب درآمد صادراتی ضمن ارتقای شمول اجتماعی، تنوع فرهنگی و توسعه انسانی می‌شود.
- اقتصاد خلاق دارای ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است که با فناوری، مالکیت فکری و اهداف گردشگری ارتباط دارد.
- اقتصاد خلاق مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی دانش‌بنیان است که دارای بعد توسعه‌ای و روابط متقابل با اقتصاد کل در سطح خرد و کلان است.
- اقتصاد خلاق یک روش عملی توسعه است که واکنش‌های سیاستی چندرشته‌ای و نوآورانه و فعالیت درون‌وزارتخانه‌ای را ایجاب می‌کند.
- صنایع خلاق در بطن اقتصاد خلاق قرار دارند.<sup>۴</sup>

1. [http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper\\_creative\\_industries\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_en.pdf).

2. See Hartley, John, Defining the Creative Industries.

3. UN Creative Economy Report

4. Creative Economy Report 2010: [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf).

## ۲-۳ ویژگی‌های اصلی اقتصادی کپی‌رایت

۶۶- جهت بررسی اصول اقتصادی کپی‌رایت باید ویژگی‌های کپی‌رایت به شرح زیر مورد توجه قرار گیرد:

### کپی‌رایت به منزله حقوق مالکیت است

۶۷- نکته اصلی در بررسی سهم اقتصادی کپی‌رایت این است که کپی‌رایت به‌عنوان حقوق مالکیت خصوصی در نظر گرفته شود.<sup>۱</sup> برای اهداف این بررسی، کپی‌رایت به‌عنوان حقوق مالکیتی مورد بررسی قرار می‌گیرد که به آثار ادبی یا هنری اطلاق می‌شود. حقوق مالکیت به‌عنوان «توانایی افراد جهت مالکیت، خرید، فروش و استفاده از دارایی خود در اقتصاد بازار» تعریف می‌شوند.<sup>۲</sup> در مورد کپی‌رایت، این حقوق به‌ویژه در ارتباط با احتمال ممانعت دیگران از استفاده از دارایی حائز اهمیت هستند. حقوق مالکیت باعث می‌شوند که کپی‌رایت یک اثر، ارزشی را کسب کند که بتوان آن را محاسبه کرد. همچنین این حقوق امکان تجارت کپی‌رایت را فراهم می‌آورند و باعث می‌شوند کپی‌رایت به‌عنوان مؤلفه کامل عمر مفید<sup>۳</sup> محسوب شود. همانند سایر حقوق مالکیت، پذیرش اجتماعی مالکیت خصوصی پیش‌نیاز موجودیت آن از طریق اجرای کپی‌رایت و همچنین لازمه فعالیت‌های مبتنی بر آن می‌باشد. لازم به ذکر است اجرای کپی‌رایت در مقایسه با سایر حقوق مالکیت مستلزم هزینه بیشتری است.

۶۸- از آنجا که کپی‌رایت به‌عنوان یک گروهی است که مجموعه‌های متعدد حقوق مالکیت خصوصی را در بر می‌گیرد، آن را می‌توان به بخش‌های جزء تقسیم‌بندی کرد و به‌عنوان هدف معاملات بازار مجزا در نظر گرفت. در نتیجه، سطح دسترسی به کپی‌رایت اصلی در هر معامله متفاوت است.<sup>۴</sup>

### کپی‌رایت متفاوت از «روش‌های تحویل» است

۶۹- بین اثری که تحت حمایت کپی‌رایت قرار دارد و «روش‌های تحویل» که اثر از طریق آن‌ها در بازار عرضه می‌شود و برای مصرف در دسترس قرار می‌گیرد، باید تمایز قائل شد. به‌عنوان مثال، یک داستان تحت حمایت کپی‌رایت است، ولی روش تحویل آن این است که به صورت کتاب ارائه می‌شود. یک ترانه تحت حمایت کپی‌رایت است، ولی روش تحویل آن این است که به صورت یک فایل صوتی یا سی دی موسیقی عرضه می‌شود. تفاوت اصلی بین اثر تحت حمایت و روش تحویل این است که اثر تحت حمایت از ویژگی‌های یک کالای عمومی برخوردار است ولی

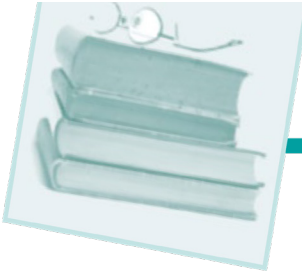
1. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement) 1994, WIPO, Geneva, 1997 WIPO, Publication No. 223 (E), ISBN 92-805-0640-4, p. 14.

2. Samuelson, Paul A. and Nordhus, William D., Economics, Fourteenth Edition, 1992, ISBN 0-07-054879-X, p. 31.

3. Economic Life

۴. در ارتباط با رقابت‌پذیری، در اینجا باید به این نکته توجه داشت که این مبحث دانشگاهی همچنان درباره این مسأله در جریان است که اصول اعمال شده در معاملات حقوق مالکیت اشیاء فیزیکی را تاچه حد می‌توان به طور مستقیم در مورد مالکیت فکری و یا به‌ویژه در مورد کپی‌رایت اعمال کرد. با این وجود، باید همچنین توجه داشت که تاکنون روش‌های کاملاً واضحی درباره این رویکرد مشخص نشده‌اند. به منبع زیر رجوع شود:

Granstrand, Ove, The Economics and Management of Intellectual Property: Towards Intellectual Capitalism, Edwar Elgar Publishing, Limited, UK, 1999, ISBN 1-85898-967-1, p. 21.



روش تحویل معمولاً کالایی خصوصی است.<sup>۱</sup> کپی‌رایت فقط به بعد مالکیت معنوی و نه روش‌های تحویل برمی‌گردد. باید به این نکته توجه داشت که روش‌های تحویل به‌عنوان واسطه بین کپی‌رایت اصلی و بازار عمل می‌کنند. از این رو، فعالیت‌های مربوط به تولید و تجارت روش‌های تحویل ارتباط نزدیکی با هدف فرآیند دارند. بازارهای روش‌های تحویل معمولاً مشخص هستند. البته، واردات موازی نیز باید با توجه به تأثیر آن‌ها بر توزیع و قیمت محصولات تحت حمایت کپی‌رایت در یک کشور معین، مورد بررسی قرار گیرند.<sup>۲</sup>

۷۰- در اینجا باید به دو تفاوت مفهومی دیگر بین کالا به مفهوم اقتصادی (روش‌های تحویل) و آثار به مفهوم کپی‌رایت اشاره کرد. اولین تفاوت این است که اگرچه کپی‌رایت از دوره قانونی طولانی‌تری برخوردار است، ولی چرخه عمر کالاهایی که حاوی یک اثر تحت حمایت هستند، معمولاً مدت زیادی قبل از انقضای کپی‌رایت به پایان می‌رسد. از این رو، نشان داده شده است که فقط ۵ درصد از کتاب‌ها تا زمان انقضای کپی‌رایت آن‌ها همچنان به صورت چاپی موجود هستند.<sup>۳</sup> نکته دوم این است که روش‌های تحویل غالباً آثار متعددی را در برمی‌گیرند. به‌عنوان مثال، در یک سی‌دی، آهنگساز (آهنگسازان)، شاعر (شاعران)، هنرمندان مجری و شرکت ضبط همگی با هم آثاری را تولید کرده که حقوق متفاوتی دارند و این حقوق در بازارهای مختلف، ارزش‌های متفاوتی دارند. از این رو، به راحتی نمی‌توان ارزش افزوده دقیق را از طریق هر یک از حقوق مرتبط برآورد کرد. روابط عملکردی بین اثر کپی‌رایت (محتوا) و روش‌های تحویل، یک مورد از وابستگی متقابل محسوب می‌شود: به عبارتی آن‌ها ارزش یکدیگر را افزایش می‌دهند و به طور متقابل مکمل یکدیگر هستند و از این رو باید با یکدیگر مورد بررسی قرار گیرند.<sup>۴</sup>

۱. به این معنا که مصرف توسط یک مصرف‌کننده مانع مصرف همزمان توسط دیگران می‌شود. البته استثنایی در مورد این قانون کلی وجود دارد. به‌عنوان مثال، زمانی که ترانه‌ای از طریق کنسرت عمومی عرضه می‌شود، به کالایی عمومی برای مخاطبان حاضر در کنسرت تبدیل می‌شود. البته این روش تحویل همچنان کالایی «شبه خصوصی» محسوب می‌شود، زیرا تعداد بی‌شماری از افراد امکان حضور در کنسرت را ندارند و همچنین بسیار راحت می‌توان از ورود مفت سواران (افرادی که بدون پرداخت استفاده می‌کنند) جلوگیری کرد.

2. See Watt, Richard, Handbook on the Economics of Copyright, Edward Elgar, 2014, ISBN 9781849808521, Chapter XVI, pp. 287-310.

3. Towse, Ruth and Holzhauser, Rudi (ed.) (2002), Economics of Intellectual Property Rights, 4 Vols. in the Edward Elgar International Library of Critical Writings in Economics. Vol. 1 on Copyright.

۴. این مفهوم را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

۱. کپی‌رایت به‌عنوان منبعی که ارزش کالای تحویلی را افزایش می‌دهد و بیانگر عامل تولید کالای نهایی تحویلی است؛
۲. از آنجا که تنها ارزش کالای تحویلی این است که کپی‌رایت را قابل مصرف بسازد، کالای تحویلی به نوبه خود باعث افزایش ارزش کپی‌رایت می‌شود. کالای تحویلی به نوعی، عامل تولید محسوب می‌شود و کپی‌رایت، محصول نهایی است؛ و
۳. از آنجا که هیچ یک از کپی‌رایت و کالای تحویلی نمی‌توانند بدون یکدیگر وجود داشته باشند، کالاهای مکمل محسوب می‌شوند؛ درست به همان شیوه که یک شیشه به دلیل این که باعث می‌شود آب آشامیدنی به راحتی قابل مصرف شود، باعث افزایش ارزش آب آشامیدنی می‌شود و آب به دلیل این که باعث می‌شود شیشه کاربرد منطقی داشته باشد، باعث افزایش ارزش شیشه می‌شود. به منظور کسب اطلاعات جامع‌تر به منبع زیر رجوع شود:

Watt, Richard, Copyright and Economic Theory – Friends or Foes, Edward Elgar Publishing Limited, Printed in Great Britain, 2000, ISBN 1-84064-312-9, p. 5.

### کپی‌رایت دارای برخی از ابعاد «کالای عمومی» است

۷۱- محصولات فرهنگی دارای ویژگی‌های کالای عمومی هستند و به عبارتی به طور اجتناب‌ناپذیری مزایای زیادی را برای جامعه دربردارند.<sup>۱</sup> این محصولات دارای مزایای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی هستند و نوعی هویت را ایجاد کرده و ارزش‌های اجتماعی را تعیین می‌کنند. همزمان، این آثار توسط بسیاری از مردم مورد استفاده قرار می‌گیرند. این فرآیند بر مصرف فردی تأثیری ندارد، زیرا زمانی که کاربران جدید شروع به مصرف اثر می‌کنند، میزان مصرف هیچ‌یک از کاربران فعلی کمتر نمی‌شود. به علاوه، نمی‌توان مانع مفت‌سواران<sup>۲</sup> شد، مگر این که هزینه این کار پرداخت شود. این ویژگی به نوعی در مفهوم استثنائات و محدودیت‌های کپی‌رایت نمایان می‌شود که حاکی از ضرورت این مسأله است که بخش خاصی از کپی‌رایت با توجه به اهمیت عمومی یا اجتماعی آن بدون هزینه در دسترس قرار گیرد.<sup>۳</sup>

### ۳-۳ عملکردهای اقتصادی و پیامدهای قانون کپی‌رایت

۷۲- قانون کپی‌رایت جهت ایجاد تعادل مناسب بین تأثیرات متعدد اقتصادی، اختصاص زمان مورد نیاز به محصولات فرهنگی، توزیع مناسب آن‌ها و حمایت و اجرای حقوق مربوطه طراحی شده است. این تعادل از طریق عملکردها و پیامدهای اصلی قانون نمایان می‌شود.

۷۳- اولین و مهم‌ترین نکته این است که مطابق قانون کپی‌رایت، کپی‌رایت آثار اصلی مشخص شده و از آن حمایت می‌شود. مطابق این قانون، حوزه کالاهای مورد نظر جهت بازاریابی و قوانین کلی برای تجارت آن‌ها مشخص می‌شود. بدین ترتیب، قانون کپی‌رایت از این جهت لازمه معاملات بازار است که امکان تجارت را با ارائه دسترسی به مالکیت فکری اصلی فراهم می‌آورد. بدون کپی‌رایت، محصولات فرهنگی ویژگی‌های کالاهای اقتصادی را پیدا نمی‌کنند و از این رو، تجارت آن‌ها سود کمتری را در بر دارد.<sup>۴</sup>

۷۴- دومین نکته این است که کپی‌رایت سعی دارد کارایی بهره‌وری را با کارایی توزیع متعادل کند. برای این که محصولات فرهنگی ارزش اقتصادی داشته باشند، این محصولات باید به روشی تولید و توزیع شوند که تولید و توزیع مستمر آن‌ها به لحاظ اقتصادی پایدار باشد و از این رو، برای پدیدآوردن‌گان آن‌ها درآمدزایی داشته باشند.<sup>۵</sup>

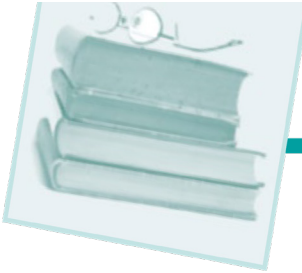
1. Samuelson, Paul A. and Nordhus, William D., Economics, 14th edition, 1992, ISBN 0-07-054879-X, p. 311.

۲. مفهوم مجانی استفاده کردن (free-riders)

3. See Wendy Gordon, Chapter 4 in Handbook on the Economics of Copyright, Edward Elgar (ed.), 2014, ISBN 9781849808521, pp. 7-92

۴. کالای اقتصادی به معنی کالایی است که نسبت به میزان کل مورد نظر آن، نادر است. بنابراین باید معمولاً از طریق مطالبه یک قیمت مثبت جیره‌بندی شود (Samuelson and Nordhaus, p. 735). براساس کپی‌رایت، مشوقی برای تولید کالای مصرفی ایجاد می‌شود که به معنی توازن بین قیمت بالاتر و خروجی کالاست.

5. See Novos, Ian E. and Waldman, Michael, 'The Effects of Increased Copyright Protection: An Analytic Approach', Journal of Political Economy, Vol.92, No2, April 1984, pp. 236-246.



**۷۵-** در نتیجه، کپی‌رایت به پدیدآورندگان آثار هنری و ادبی کمک می‌کند تا ارزش بازاری آثار خود را کسب کنند. فقط بازار می‌تواند ارزش اقتصادی اثر را تعیین کند و این امکان را فراهم آورد که مالکان آن به مزایایی دسترسی داشته باشند که مطابق قانون واجد شرایط دریافت آن هستند. ارزش اقتصادی کالاهای فرهنگی همیشه ارتباط نزدیکی با ارزش اصلی مالکیت فکری آن‌ها دارد.<sup>۱</sup> این که این عملکردها تا چه حدی به طور موفقیت‌آمیز تحقق پیدا می‌کنند، بیانگر بازده قانون کپی‌رایت است.

**۷۶-** قانون کپی‌رایت نیز پیامدهای اقتصادی مهمی را دربردارد. حمایت از کپی‌رایت از طریق حداقل دو روش باعث می‌شود امکان به‌حداکثر رساندن موقعیت بازار کپی‌رایت (تأمین‌کننده) افزایش یابد. اول این که مطابق قانون کپی‌رایت، تأمین‌کننده می‌تواند قیمت بازار را به جای این که در سطح رقابتی تعیین کند، در سطح «انحصاری» تعیین کند (هرچند در اینجا، نوع خاصی از حق انحصاری مد نظر است)<sup>۲</sup> و دوم این که مطابق قانون کپی‌رایت، تأمین‌کننده می‌تواند با توجه به سایر شرکت‌کنندگان در بازار مطابق سطوح متفاوت دسترسی، از روش تبعیض قیمت استفاده کند.

**۷۷-** کپی‌رایت باعث می‌شود اثرات جانبی ناشی از بُعد «کالای عمومی» کپی‌رایت تأثیرات منفی کمتری در بر داشته باشند.<sup>۳</sup> این امر از طریق مفهوم استثنائات و محدودیت‌های قانون کپی‌رایت محقق می‌شود. وجود بازارهای سیاه و خاکستری برای محصولات کپی‌رایت، یک نقطه ضعف اجتناب‌ناپذیر است که با عدم توانایی جهت کنترل کامل روند اجرایی کپی‌رایت ارتباط دارد.

**۷۸-** در شرایط کلی، قانون کپی‌رایت با ترغیب خلاقیت و پیشرفت اجتماعی و فناوری باعث افزایش رفاه، رشد و توسعه می‌شود. به‌علاوه، تا زمانی که قانون کپی‌رایت امکان تجارتي را فراهم آورد که در غیر این صورت ممکن نخواهد بود، این قانون باعث بهبود رفاه ملی و بین‌المللی می‌شود.

**۷۹-** نتیجه دیگر این است که کپی‌رایت باعث توزیع مجدد درآمد و هزینه‌ها بین ذی‌نفعان نظیر مالکان کپی‌رایت، کاربران و مصرف‌کنندگان می‌شود، زیرا تغییرات صورت گرفته در قانون بر سطح درآمد تأثیر می‌گذارد. کل صنایع جدید مانند صنعت نرم‌افزار براساس نظام‌های جدید یا قدیمی حمایت از کپی‌رایت پدیدار شده‌اند. این صنایع در تحقیقات قبلی غالباً مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. بنابراین وضعیت قانون کپی‌رایت و تغییرات آن باید به طور کامل هنگام بررسی رشد صنایع خلاق در چارچوب زمانی مشخص در نظر گرفته شود.

۱. محصولات فرهنگی شامل محصولات مصرفی هستند که بیانگر ایده‌ها، نمادها و روش‌های زندگی می‌باشند. محصولات فرهنگی موجب اطلاع‌رسانی یا سرگرمی می‌شوند و به ایجاد هویت جمعی کمک می‌کنند و بر شیوه‌های فرهنگی تأثیرگذار هستند. این محصولات حاصل خلاقیت فردی یا گروهی هستند و از طریق فرآیندهای صنعتی و توزیع جهانی تکثیر و تقویت می‌شوند. به منبع زیر رجوع شود:  
[www.unesco.org/culture/industries](http://www.unesco.org/culture/industries)

۲. حق انحصاری در این مورد از نوع سنتی نیست. در برخی تحقیقات، حق انحصاری ناشی از کپی‌رایت به صورت متفاوت از حق انحصاری‌ای ارزیابی نمی‌شود که یک کارگر در قبال تلاش‌های خود کسب می‌کند. این امر همچنین علت اصلی محدودیت کپی‌رایت در طول زمان محسوب می‌شود تا مالک کپی‌رایت نتواند برای مدت زمان نامعلوم دارنده حق انحصاری باشد و به‌عنوان عامل تبعیض قیمت عمل کند.

۳. پیامدهای خارجی زمانی روی می‌دهند که هزینه‌ها و مزایای خصوصی برابر با هزینه‌ها یا مزایای اجتماعی نباشند. به منبع زیر رجوع شود:  
Samuelson, Paul A. and Nordhus, William D., Economics, Fourteenth Edition, 1992, ISBN 0-07-054879-X, p. 737.

۸۰- شرایط متعددی باید برای کپی‌رایت لحاظ شود تا عملکردهای مناسب خود را اجرا نماید. نظارت و کنترل مناسب سوءاستفاده از اثر توسط مصرف‌کنندگان باید مورد توجه خاص قرار گیرد. نکته درخور توجه دیگر، ارزیابی مناسب کپی‌رایت است که باید بین هزینه واقعی تولید و حمایت مؤثر تعادل ایجاد کند.

۸۱- به طور خلاصه، قانون کپی‌رایت برای این طراحی شده است تا امکان ایجاد میزان بهینه دارایی‌های فرهنگی و همچنین امکان توزیع موثر از طریق معاملات بازار مالکیت فکری اصلی را به گونه‌ای فراهم آورد که توسط افرادی مصرف شوند که بیشترین ارزش را برای آن قائل هستند. برای این که مالکیت فکری به وجود آید و محتوا ایجاد شود، به پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری باید دستمزد کافی پرداخت شود و یا این که آن‌ها شغل دیگری را پیدا خواهند کرد. محصول بیانگر هزینه ثابت اولیه پدیدآورنده آثار ادبی و هنری (فرصت، هزینه‌ها، تلاش و غیره) است و تولید حاکی از هزینه متغیر در هر زمانی است که مالکیت فکری اصلی به کالاهای تحویلی مورد نظر اطلاق می‌شود و یک واحد از کالاهای تحویلی، تولیدشده و در بازار عرضه می‌شود. چنانچه از مالکیت فکری حمایت نشود، به راحتی تکثیر می‌شود و سایر محصولات تحویلی با محصول اصلی در بازار رقابت می‌کنند. این امر باعث کاهش سود شده و دستمزد کافی به پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری پرداخت نمی‌شود. مطابق نظام حمایت قانونی، هزینه حاشیه‌ای تکثیر افزایش می‌یابد و قیمت بازار تا زمانی که نسخه‌های اصلی و کپی رقابت می‌کنند، کاهش پیدا نمی‌کند. از این رو، پدیدآورندگان آثار هنری و ادبی می‌توانند از دستمزد بهره ببرند.<sup>۱</sup>

### ۳-۴ کپی‌رایت در اقتصاد ملی

#### ۳-۴-۱ تأثیرات متعدد بر اقتصاد

۸۲- فرآیند خلاق خود از این جهت بیانگر فعالیت اقتصادی است که طی آن، «ارزش افزوده»<sup>۲</sup> ایجاد می‌شود. البته، تأثیر اقتصادی علاوه بر این که با تولید اثر ارتباط دارد، با توزیع و مصرف آن و به عبارتی با مشارکت آن در فرآیند بازار نیز ارتباط دارد. تأثیرات متعدد بر اقتصاد کل در مراحل متفاوتی محقق می‌شوند: ایجاد، تولید، توزیع و مصرف. لازم به ذکر است که این تأثیرات بسته به گروه‌های متفاوت اثر تفاوت قابل توجهی دارند. به عنوان مثال، در ارتباط با یک کتاب یا ترانه، از مواد متفاوتی استفاده می‌شود، فرمت‌های متفاوتی به کار برده می‌شود و ابزار متفاوتی جهت استفاده از اثر مورد نیاز هستند. آثار متفاوت تأثیرات مختلفی دارند و در این کتاب راهنما تنها تأثیراتی مورد تأکید قرار گرفته‌اند که باروری اقتصادی مستقیمی دارند. حمایت قانونی که تحت کپی‌رایت در یک کشور معین اعطا می‌شود، عامل مهمی

1. Watt, Richard, Copyright and Economic Theory - Friends or Foes, Edward Elgar Publishing Limited, Printed in Great Britain, 2000, ISBN 1-84064-312-9, p. 2.

۲. «ارزش افزوده» به عنوان تفاوت بین ارزش کالاهای تولیدی و هزینه مواد و منابع مورد استفاده در تولید آن‌ها در نظر گرفته می‌شود. به منبع زیر رجوع شود:

Samuelson, Paul A. and Nordhus, William D., Economics, 14th edition, 1992, ISBN 0-07-054879-X, p. 748.





در تعیین گروه‌های آثاری است که در این بررسی مورد توجه قرار گرفته‌اند.

**۸۳-** بررسی سهم اقتصادی محصول کپی‌رایت مستلزم بررسی فعالیت‌های ناشی از تأثیرات متعدد کپی‌رایت بر اقتصاد و به عبارتی تأثیرات کپی‌رایت بر پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری، مالکان حقوق، توزیع‌کنندگان، کاربران، تولیدکنندگان تجهیزات، تبلیغ‌کنندگان و غیره است. برای این که اطمینان حاصل شود بررسی حتی‌الامکان جامع است، باید تمامی ارزش‌های اقتصادی مرتبط با آثار و سایر موارد تحت حمایتی که به لحاظ اقتصادی قابل قبول هستند، مورد بررسی قرار گیرند. تأثیرات متعدد کپی‌رایت در صنایع خلاق بر اساس تجربه حاصله در هنرهای نمایشی در نمودار ۱ در اواخر این فصل ارائه شده است.

### ۳-۴-۲ سازمان اقتصادی و نقش دولت

**۸۴-** براساس کپی‌رایت، مالکان حقوق قادر به کنترل استفاده از آثار خود و در نتیجه بهره‌گیری از مزایای اقتصادی ناشی از انتشار آن می‌شوند. البته صرفاً برخورداری از حقوق، متضمن ارزش اقتصادی نیست و این امر به عرضه و تقاضا در بازار بستگی دارد. چنانچه هزینه‌های مربوط به انتشار آن‌ها بسیار زیاد باشد یا تقاضا خیلی محدود باشد، کپی‌رایت فاقد ارزش اقتصادی است. بسیاری از آثار باید با برخی از روش‌های تحویل ارائه شده از طریق صنایع خلاق تلفیق شوند و پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری باید درباره شرایط با این صنایع مذاکره کنند. ساختار اقتصادی صنایع خلاق (از جمله نوع رابطه قراردادی) در تسهیل روند مشارکت کالاهای فرهنگی در معاملات بازار نقش قابل توجهی ایفا می‌کند و بر توانمندی پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری جهت کسب پاداش (حق امتیاز، دستمزد یا هزینه‌ها) تأثیر می‌گذارد. همچنین دولت‌ها نقش مهمی ایفا می‌کنند. اول این که، دولت‌ها عملکرد مربوطه را سازماندهی و اجرا می‌کنند که برای موفقیت نظام کپی‌رایت از هر چیز دیگری مهم‌تر است. دوم این که دولت‌ها از طریق اعمال قانون رقابت، بر صنعت نظارت داشته و تضمین می‌کنند که پدیدآورندگان آثار هنری و ادبی بخش منصفانه‌ای از درآمد را از طریق کپی‌رایت کسب کنند. انجمن‌های وصول کپی‌رایت<sup>۱</sup> که دولت‌های ملی در بسیاری از کشورها به این مراکز یک امتیاز انحصاری واقعی اعطا می‌کنند و بر آن‌ها نظارت دارند، نیز تحت این نوع نظارت دولت هستند. انجمن‌های وصول کپی‌رایت به آثاری که در ازای آن‌ها حقوق را از مالکان حقوق دریافت کرده‌اند، برای اهداف خاصی مجوز می‌دهند: (۱) آن‌ها بر استفاده و وصول درآمدهای مربوط به چنین کاربردی نظارت دارند؛ و (۲) آن‌ها درآمد را به‌عنوان حق امتیاز مالکان حقوقی که نماینده آن‌ها هستند، توزیع می‌کنند. ارتباط بین پدیدآورندگان آثار هنری و ادبی و انجمن‌های کپی‌رایت مبتنی بر وجود هزینه‌های بالای معامله در مدیریت کپی‌رایت، مزایای نسبی ناشی از تخصیص‌سازی و مزایای اقدام جمعی می‌باشد.<sup>۲</sup>

1. Copyright collecting societies

2. See Olson, Mancur (1965), *The Logic of Collective Action, Public Goods and the Theory of Groups*, Cambridge, Harvard University Press, (Seventeenth printing, 1998), pp. 5-6.

### ۳-۵ ویژگی‌های اصلی بازار خلاق

۸۵- بازارهای خلاق بسیار متنوع هستند و این امر به تفاوت‌های قابل توجهی در صنایع متعدد و انواع فعالیت کپی‌رایت مورد بررسی منجر می‌شود. صنایع متفاوت دارای روش‌های متفاوتی برای توزیع هستند، بر فناوری‌های متفاوت اتکا می‌کنند، مستلزم مواد مختلفی هستند و به طور کلی به میزان متفاوتی از سرمایه‌گذاری نیاز دارند. آنها غالباً مخاطبان متفاوتی را هدف قرار داده و فعالیت‌های خود را بر مبنای حقوق مختلف یا مجموعه‌های حقوق مختلف قرار می‌دهند. چنانچه در بالا ذکر شد، معاملات عملی شامل حقوق زیادی هستند. تأمین بودجه مربوطه بعد مهمی از بازار خلاق محسوب می‌شود. در مقایسه با هنرهای نمایشی، صنایع رسانه‌ای که مخاطب گسترده‌ای دارند، نیازمند سرمایه‌گذاری بیشتری هستند. میزان تأمین بودجه نیز بر پویایی صنایع کپی‌رایت متعدد تأثیر دارد. کپی‌رایت بیانگر هزینه متفاوت برای شرکت‌های فعال در بخش‌های متعدد است. ضروری است که این تفاوت در بررسی به گونه‌ای مورد توجه قرار گیرد که بتوان دریافت که هزینه‌های کپی‌رایت، بر حسب اهمیت، در کجا متناسب با این صنایع و فعالیت‌های مربوطه هستند. در بررسی سهم اقتصادی صنایع کپی‌رایت می‌توان مشخصات و روندهای اصلی در صنایع و فعالیت‌های مورد بررسی را به اختصار توصیف کرد.

### ۳-۵-۱ طرف تقاضا

۸۶- تاکنون بررسی جامعی در راستای ترسیم تصویر کلی تقاضا در تمامی صنایع فرهنگی صورت نگرفته است. بررسی‌های متعددی در زمینه الگوهای مصرف برای صنایع خاص یا گروه‌های صنایع صورت گرفته است.

۸۷- نتایج بررسی‌های قبلی در زمینه هنرهای نمایشی حاکی از کشش‌ناپذیری قیمت و کشش‌پذیری در آمد تقاضا<sup>۱</sup> می‌باشد. بررسی‌های مربوط به تقاضا برای عناوین ضبط و فیلم نشان می‌دهند که اگرچه تقاضا برای فیلم سینمایی نسبتاً ثابت است، ولی برای عناوین مجزا بسیار غیرقابل پیش‌بینی است.<sup>۲</sup> کیفیت محصول و اطلاعات موجود درباره آن از عوامل اصلی تردید مصرف‌کننده محسوب می‌شوند. در ارتباط با تقاضا، گرایش قابل توجهی به تأکید بر «سوپرستارها»<sup>۳</sup> وجود دارد؛ شرایطی که به عنوان گرایش مصرف‌کنندگان به صرفه‌جویی در هزینه‌های جستجو و اطلاعات تعریف می‌شود.

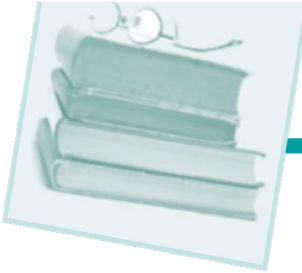
۸۸- همچنین می‌توان بین تقاضای مستقیم و تقاضای غیرمستقیم تمایز قائل شد.<sup>۴</sup> تقاضای مستقیم زمانی است که اثر را بتوان به همان صورتی که ایجاد شده است، مصرف کرد و تقاضای غیرمستقیم زمانی است که مصرف‌کننده از اثر به شکل پیچیده‌تری - مثلاً از اثر دستکاری‌شده - استفاده می‌کند. این امر با دو نوع بازار خلاق که به موازات یکدیگر عمل می‌کنند و به عبارتی با بازارهای اصلی و فرعی ارتباط نزدیکی دارد. بازار اصلی بیانگر فروش چیزی نظیر سی‌دی‌ها

1. Price-inelastic and income-elastic

2. Caves, Richard (2000), Creative Industries, Cambridge, Harvard University Press.

3. Superstars

4. Economic Importance of Copyright Industries in Finland, Finnish Copyright Industries in 1997, Final Report, 2000, The Finnish Copyright Society and The Finnish Copyright Institute, ISBN 952-9855-19-6, Publication No. 20 (2000), Frenckell Printing Works Ltd, Helsinki, p. 5.



است که ظاهراً کالاهای مصرفی هستند. بازار فرعی جهت استفاده از این کالاها در مجموعه‌های دیگری است: اجرای عمومی ضبط صدا و فیلم و فتوکپی اطلاعات چاپی، تصاویر و از این قبیل موارد. هرچند فروش اصلی برخی اقلام در حال کاهش است، ولی درآمد ناشی از استفاده ثانوی در حال افزایش است.<sup>۱</sup>

۸۹- تقاضا تحت تأثیر منفی تخلف از کپی‌رایت قرار دارد و غالباً باعث می‌شود هنرمندان محلی به دلیل ترس از سرقت آثار خود و نقض حقوق اقتصادی‌شان، از عرضه اثر خود امتناع کنند. تمایل به تأکید بر نام‌های مشهور به‌مثابه راهبردی که مستلزم به حداقل رساندن خطرات احتمالی سرمایه‌گذاری در محتوای خلاق جدید است، مصداق این مسأله است. تقاضای محلی تعامل مستقیمی با تقاضای جهانی برای محصولات خلاق دارد. روندهای موجود در صناعی نظیر موسیقی در بازار جهانی بلافاصله در بازارهای محلی انعکاس داده می‌شوند.

۹۰- در ساختار دیجیتال، برخی از ویژگی‌های معمولی تقاضا در حال تغییر هستند. به‌عنوان مثال، میزان ارتباط بین تأمین‌کنندگان و مصرف‌کنندگان تقریباً مشهود است: مصرف‌کنندگان به محصول واکنش نشان می‌دهند و تقاضای بعدی در مقایسه با تقاضای قبلی به میزان بیشتری قابل پیش‌بینی است. ظاهراً بررسی‌های مربوط به الگوهای تقاضا در شبکه‌های دیجیتال نشان می‌دهد که تقاضا کمتر از آنچه قبلاً به نظر می‌رسید، تحت تأثیر کیفیت قرار دارد. کیفیت، مقوله‌ای نظری است و حاکی از این است که نمی‌توان درباره آنچه که بیانگر کیفیت بالاست، داوری کرد. در واقع، تقاضا برای محصولات خلاق غالباً تحت تأثیر تبلیغات هدفمند، مد، فرمت‌ها، سایر محصولات یا خدمات گروهی دیگر و غیره قرار دارد. در نهایت، این احتمال وجود دارد که مصرف‌کنندگان (که تحت عنوان توصرف‌کننده قلمداد می‌شوند) به‌عنوان تولیدکنندگانی نیز عمل کنند که بر تقاضا تأثیر می‌گذارند. بنابراین در ساختار دیجیتال، تقاضا توسط بازیگرانی شکل می‌گیرد که متفاوت از افرادی هستند که بر دنیای آنالوگ تأثیر می‌گذارند.

### ۳-۵-۲ طرف عرضه

۹۱- هزینه‌های زیاد راه‌اندازی محتوا و هزینه‌های پایین یا ناچیز تحویل از جمله ویژگی‌های مشترک تمامی صنایع اطلاعات محسوب می‌شوند<sup>۲</sup> و در واقع، ویژگی‌های اقتصادی بارز صرفه اقتصادی ناشی از وسعت یا محدوده<sup>۳</sup> به شمار می‌آیند که امکان تسلط و تمرکز تعداد محدودی از شرکت‌ها را در برخی بازارها فراهم می‌آورند.<sup>۴</sup> همزمان تحمل‌پذیری شرکت‌های کوچک و مستقل در این صنایع نیز حائز اهمیت است. این شرکت‌ها به‌عنوان منبع تحقیق

۱. در ارتباط با استفاده ثانوی، سولاتی راجع به این موضوع مطرح می‌شود که چگونه این کالاها در حساب‌های درآمد ملی لحاظ می‌شوند. زیرا این کالاها شامل هر دو نوع کالاهای مصرفی و کالاهای مصرفی با دوام طولانی هستند و از نقطه نظر شرکت‌ها، کپی‌رایت‌ها نیز دارایی‌های سرمایه‌ای قلمداد می‌شوند.

۲. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به منبع زیر رجوع شود:

C. Shapiro, and H. Varian, (1999), Information Rules, Harvard Business School Press, Boston.

3. Economies of scope

۴. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به منبع زیر رجوع شود:

Bettig, R. (1996), Copyrighting Culture, Westview Press, Boulder

و توسعه هنری، تحقیق و توسعه (که در کسب و کارهای موسیقی تحت عنوان هنرمندان و رپرتوار<sup>۱</sup> (A&R) شناخته می‌شوند) برای شرکت‌های بزرگ از این جهت ضروری هستند که سازمان‌های بزرگ در کشف استعداد در مرحله اولیه مشکل بیشتری دارند.

۹۲- ویژگی دیگر صنایع خلاق شامل جستجوی بی‌وقفه برای تازگی است که باعث می‌شود چنین صناعی پرمخاطره شوند. البته در این ارتباط، عدم تقارن ذاتی بین پدیدآورندگان آثار هنری و ادبی و شرکت‌ها وجود دارد. شرکت‌ها با مالکیت سبب دارایی‌های کمی‌رایت- از دوره‌های مختلف و با ریسک‌های متفاوت- می‌توانند در خطرات احتمالی شریک شوند؛ آن‌ها همچنین به بازارهای سرمایه دسترسی دارند. پدیدآورندگان فردی به ندرت دارای این مزایا هستند.

۹۳- سومین ویژگی صنایع خلاق این است که ریسک‌پذیری بین شرکت‌ها و پدیدآورندگان آثار هنری و ادبی فردی مشترک است؛ پدیدآورنده آثار هنری و ادبی معمولاً هزینه‌های ثابت ایجاد محتوای اصلی (نوشتن کتاب یا موسیقی، کسب سرمایه انسانی مورد نیاز و ...) را متحمل می‌شود.<sup>۲</sup> البته، اگرچه هزینه‌های ثابت ایجاد محتوا نسبتاً زیاد است، ولی اکثر هنرمندان به راحتی نمی‌توانند درآمد کافی کسب کنند. اشتغال کوتاه‌مدت و عرضه بیش از حد، ویژگی بارز بازار کار هنرمندان به شمار می‌آید.

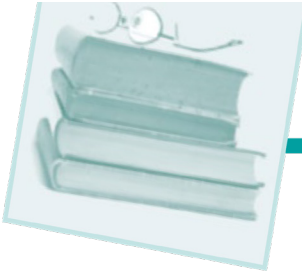
۹۴- در نهایت، هنگام بررسی منبع خلاقیت، همیشه باید به این نکته توجه داشت که محصولات خلاق، محصولاتی متفاوت هستند. این محصولات، محصولاتی جایگزین نیستند، زیرا خلاقیت با تجربه و اولویت برای یک محصول خلاق خاصی ارتباط دارد که به طور مستقیم نمی‌توان آن را جایگزین محصول خلاق دیگر نمود. این ویژگی باعث می‌شود که بخش خلاق در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصاد، دارای ویژگی‌های محصول خاص‌تری باشد.

### ۳-۵-۳ بازارهای کار

۹۵- صنایع خلاق وابستگی زیادی به ورودی‌های خلاق دارند. در صنایع خلاق، خلاقیت نقش نوآوری در سایر بخش‌های اقتصاد را ایفا می‌کند. دقیقاً همانطور که شرکت‌های تولیدی در زمینه تحقیق و توسعه هزینه می‌کنند، شرکت‌های فعال در صنایع خلاق به دنبال ایده‌های جدید و کارگران مستعد برای عرضه آن‌ها می‌باشند و در ارتباط با نوآوری به همان شیوه سایر صنایع، می‌توان بین نوآوری محصول و نوآوری فرآیند تمایز قائل شد. محصولات جدید در صنایع فرهنگی بسیار حائز اهمیت هستند و تقاضای زیادی برای تازگی وجود دارد. البته این نکته گمراه‌کننده است که فقط بر نوآوری محصول تأکید شود، زیرا نوآوری فرآیند در صنایع خلاق نیز به وفور مشاهده می‌شود. پیشرفت‌های فنی نظیر ضبط صدا، فیلم، ویدئو، تلویزیون و در حال حاضر اینترنت و دیجیتال‌سازی تأثیر قابل توجهی بر بازار کار هنرمندان داشته‌اند. همانند سایر انقلاب‌های فناورانه، این تغییرات موجب تغییر الگوی تقاضا برای کارگران، کاهش

1. Artists and repertoire

2. See Watt, Richard, 'Licensing and Royalty Contracts for Copyright: Review of Economic Research on Copyright Issues' (2006), Vol. 3(1), pp. 1-27, ISSN 1698-1359.



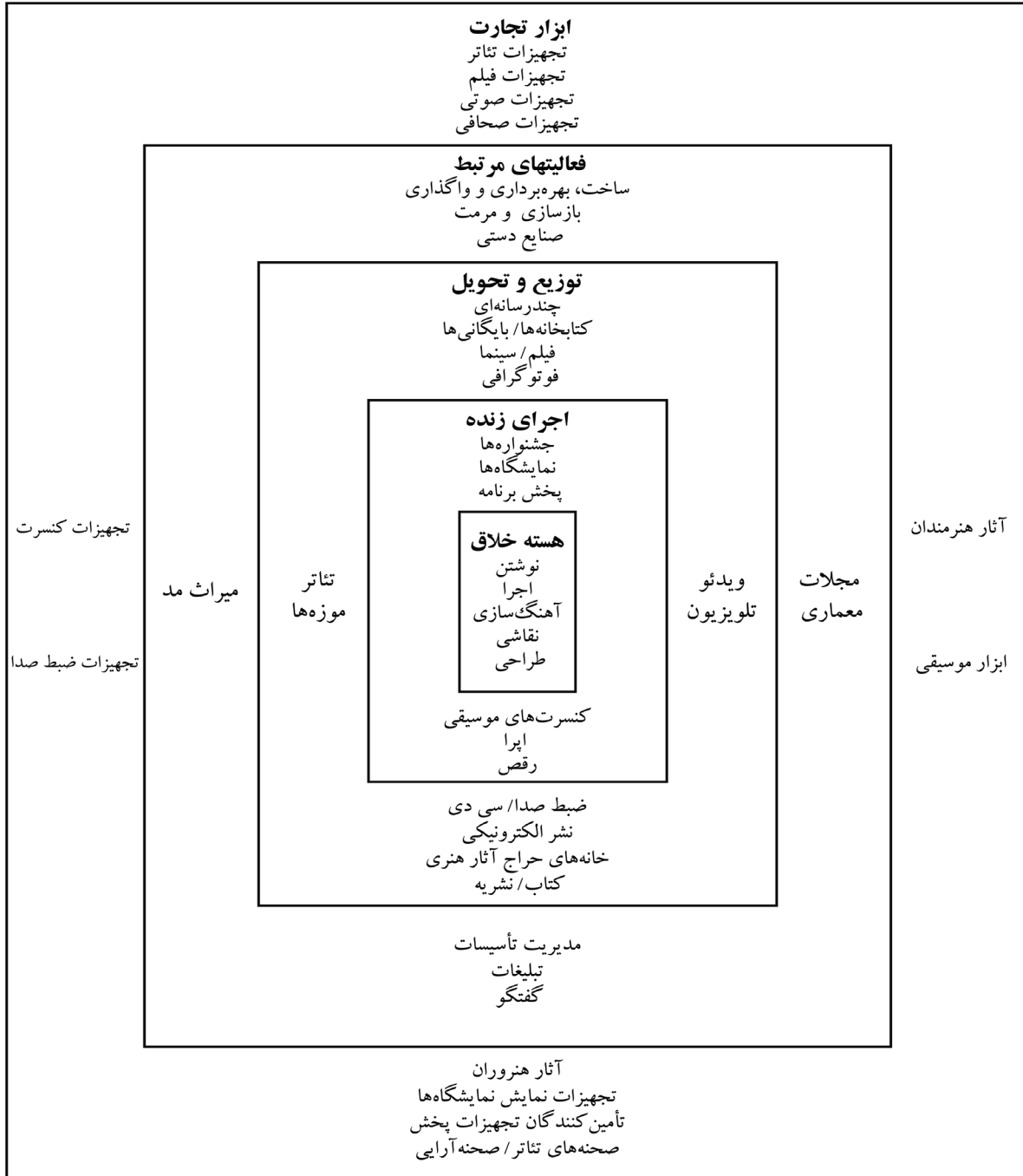
اشتغال در بخش فرهنگی برای برخی از هنرمندان و افزایش آن برای برخی دیگر از هنرمندان شده‌اند. به‌علاوه، این پیشرفت‌ها پیامدهایی را در ارتباط با موقعیت صنایع و در نتیجه وضعیت اشتغال در برداشته‌اند.

**۹۶-** براساس تحقیقات موجود می‌توان به نتایج کلی درباره روند و رویدادهای بازار کار هنرمندان اشاره کرد.<sup>۱</sup> به دلیل وجود سوپرستارهای معدودی که قادر به کسب درآمدهای بالایی از دستمزد، فروش، و امتیازات انحصاری هستند، درآمدهای هنرمندان به صورت بسیار نامتوازنی توزیع می‌شود. تحقیقات صورت گرفته در تعدادی از کشورها نشان داده است که هنرمندان «معمولی» (به عبارتی غیرستاره) به‌عنوان کارمندان چندشغلی هستند که بیش از میانگین ساعات کاری در زمینه‌های هنری و زمینه‌های غیر هنری و با قراردادهای کوتاه‌مدت و بدون هیچ ساختار شغلی کار می‌کنند و برخلاف این که بسیار فرهیخته و تحصیلکرده هستند، درآمد آن‌ها متغیر و کمتر از حد متوسط است. در ارتباط با روند عرضه، هنرمندان با اختصاص زمان بیشتر به نوع هنر انتخابی خود، به افزایش درآمد ناشی از هر دو نوع کارهای هنری و غیرهنری واکنش نشان می‌دهند.

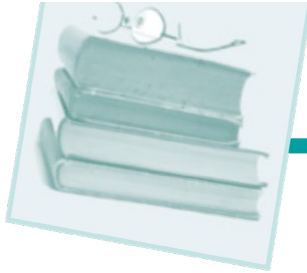
**۹۷-** یکی از یافته‌های کلی تحقیق مربوط به بازار کار هنرمندان این است که قدرت چانه‌زنی هنرمندان با تداوم عرضه بیش از حد کارگران خلاق در صنایع خلاق کاهش قابل توجهی می‌یابد. همانطور که در مورد درآمدهای هنرمندان از سایر منابع هنری صدق می‌کند، توزیع فردی درآمدهای کپی‌رایت نیز به طور نامتوازنی صورت می‌گیرد که علت آن این است که فقط تعداد معدودی از ستارگان برتر مبالغ قابل توجهی کسب می‌کنند و مؤلفان متوسط یا «معمولی» (هنرمندان، هنرمندان مجری و ...) فقط مبالغ جزئی از حقوق متعدد خود کسب می‌کنند.

1. See Towse, Ruth (2001), *Creativity, Incentive and Reward: An Economic Analysis of Copyright and Culture in the Information Age*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.

نگاره ۳-۱ صنایع خلاق<sup>۱</sup>



1. See Towse, Ruth, Cultural Economics, Copyright and the Cultural Industries, proceedings from the conference The Long Run at Erasmus University, Rotterdam, February 2000, p. 113.



## فصل ۴

## صنایع کپی‌رایت

## ۴-۱ بررسی اجمالی

۹۸- طی دهه گذشته، در ارتباط با تعیین سهم فعالیت‌های اقتصادی متعددی که به‌عنوان فعالیت‌های خلاق، فرهنگی و یا فعالیت‌های مبتنی بر کپی‌رایت تعریف می‌شوند، پیشنهادات زیادی مطرح شده است. از آنجا که تعیین صنایع خاصی که باید مورد بررسی قرار گیرند و همچنین طبقه‌بندی آن‌ها در گروه‌های مناسب به‌عنوان هدف نهایی محسوب می‌شوند، این تعاریف اصولاً سودمند هستند. از این رو، توصیف این صنایع هدف اصلی محسوب می‌شود.

۹۹- در این چارچوب و با وجود توجه روزافزون به این موضوع، به راحتی نمی‌توان پیشنهادات ارائه شده توسط سازمان‌های دولتی بسیاری از کشورهای مختلف و همچنین پیشنهادات ارائه شده توسط سازمان‌های فراملیتی را مورد بررسی قرار داد. در سطح ملی، کشورهای اسکاندیناوی و آنگلوساکسون در زمینه اجرای این بررسی‌ها در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ پیشتاز بوده‌اند و به تعاریفی بسنده کرده‌اند که بر خلاقیت، مهارت و استعداد فردی و پتانسیل رفاه و اشتغال‌زایی از طریق ایجاد و بهره‌برداری از مالکیت فکری تأکید داشته‌اند.<sup>۱</sup> بعدها در دهه ۱۹۹۰ و اوایل قرن بیست و یکم، بسیاری از کشورهای دیگر از اروپای قاره‌ای، آسیا و آمریکای لاتین نسبت به انجام بررسی‌های خود اقدام کرده‌اند. در برخی از این بررسی‌ها بر بعد اجتماعی فرهنگ تأکید داشته‌اند؛ ایده‌ای که به طور کلی فعالیت‌های مربوط به دانش، عقاید، هنر، اخلاق، قوانین، رسوم و سایر توانمندی‌ها و ویژگی‌های اکتسابی توسط افراد به‌عنوان اعضای جامعه را دربرمی‌گیرد. مطابق این رویکرد، مبنای متفاوتی برای بعد اقتصادی فرهنگ براساس رشد، توسعه و انگیزه‌های مالی فعالیت‌های خلاق ارائه می‌شود.<sup>۲</sup>

۱۰۰- در قرن بیست و یکم در سطح فراملیتی اقداماتی مبنی بر طراحی روشی صورت گرفته است که امکان مقایسه‌های بین‌المللی و مستمر را فراهم آورد. مطابق اولین نسخه این کتاب راهنما در سال ۲۰۰۳، سازمان‌ها و نهادهای

۱. واژه «صنایع خلاق» ابتدا توسط وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش بریتانیا مطرح شد. در اولین نسخه کتاب راهنما، بررسی‌های اولیه در این زمینه به طور کامل مورد بررسی قرار گرفته است، سازمان جهانی مالکیت فکری (۲۰۰۳:۱۰).

۲. همواره مبحث علمی درباره تمایزهای بین این دو مفهوم‌سازی مطرح بوده است که به‌عنوان نمونه می‌توان به (Flew, T. and Cunningham, S., (2010) 'Creative Industries after the First Decade of Debate,' the Information Society, 26(2) اشاره کرد. به‌ویژه، تمایزی بین «صنایع فرهنگی» سنتی (به عبارتی بخش‌های مرتبط با فرهنگ متعالی و عامه: هنر، موسیقی، تئاتر و فیلم (از جمله تولید انبوه آن‌ها)) و گروه گسترده‌تر «صنایع خلاق» شامل به‌عنوان مثال تبلیغات و توسعه نرم‌افزار ایجاد شده است که ارتباط کمتری را با تعریف سنتی هنر یا «فرهنگ متعالی» نشان می‌دهد. در بررسی صورت گرفته توسط KEA (۲۰۰۶) تحت عنوان 'The Economy of Culture in Europe, Belgium'، «بخش فرهنگی» به فعالیت‌های غیرصنعتی مشتمل بر تولید کالاها و خدمات غیر قابل تکثیر و «بخش صنعتی» مشتمل بر تولید محصولات فرهنگی با هدف تکثیر انبوه، تقسیم‌بندی شده است.

تخصصی در چارچوب نظام سازمان ملل (نظیر یونسکو و آنکتاد)<sup>۱</sup> و فراتر از آن‌ها (اتحادیه اروپا و سازمان کشورهای آمریکایی)<sup>۲</sup> نسبت به انجام چنین مقایسه‌های بین‌المللی مبادرت ورزیده‌اند. بسته به حوزه فعالیت خاص خود، هریک از این نهادها بر چشم‌انداز خاصی از فعالیت‌های اقتصادی خلاق تأکید دارند. آمار غالباً مبتنی بر این چشم‌اندازها هستند، چرا که امکان شناسایی و بررسی فعالیت‌های خلاق را فراهم می‌آورند.

۱۰۱- نسخه فعلی کتاب راهنما تطابق بیشتری با اصول و رویکردهای مفهومی نظام حسابداری ملی<sup>۳</sup> (SNA) دارد و حاوی توصیه‌های جامع، یکپارچه و قابل قبول در سطح بین‌المللی برای محاسبه و بررسی فعالیت اقتصادی است. مجموعه نظام‌های طبقه‌بندی از جمله نسخه چهارم نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع برای بررسی فعالیت‌های اقتصادی، نسخه دوم طبقه‌بندی محوری محصولات (CPC2) برای طبقه‌بندی کالا و طبقه‌بندی‌های کارکردی متعدد برای معاملات مصرف‌کنندگان، دولت و مؤسسات غیرانتفاعی، بر اساس نظام حسابداری کاربرد بیشتری پیدا کرده‌اند.

۱۰۲- مبنای این طبقه‌بندی‌ها متفاوت بوده و شامل موارد زیر است:

۱. فرآیند و فناوری تولید؛
۲. ویژگی‌های خروجی‌ها؛
۳. ورودی‌ها،
۴. استفاده از خروجی‌ها؛ و
۵. عملکرد یا هدف معاملات.

جمع‌آوری آمار در واحدهای مشابه که امکان کاربرد منسجم آن‌ها در طول زمان را فراهم آورد، هدف مورد نظر محسوب می‌شود. به هر صورت، تلفیقی از معیارها ممکن است مورد استفاده قرار گیرد تا در مواردی که شباهت محض وجود ندارد، بتوان طبقه‌بندی کرد. معیارهای موجود مطابق سلسله‌مراتب از قبل تعیین شده مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۱۰۳- سازمان جهانی مالکیت فکری هرچند به موازات سیر تکاملی روش‌های بررسی پیش می‌رود، ولی به بازده رویکرد نظام ملی حسابداری پی برده است. مطابق نظام طبقه‌بندی سازمان جهانی مالکیت فکری، ویژگی‌های خروجی‌ها در تعریف صنایع کپی‌رایت اصلی، ویژگی‌ها و استفاده از خروجی‌ها در تعریف فعالیت‌های وابسته به آن و هدف معامله در تعریف فعالیت‌های غیراختصاصی آن مورد تأکید قرار دارد. سازمان‌دهی صنایع کپی‌رایت در چنین طبقه‌بندی‌هایی برای بررسی آماری امکان کاربرد خلاق دستورالعمل‌های طبقه‌بندی توسط متخصصان کشور را ضمن انطباق با توصیه‌های سازمان جهانی مالکیت فکری فراهم می‌آورد. با اجرای یک روش اختصاصی برای تطبیق طبقه‌بندی‌های سازمان جهانی مالکیت فکری با طبقه‌بندی‌های مبتنی بر نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع

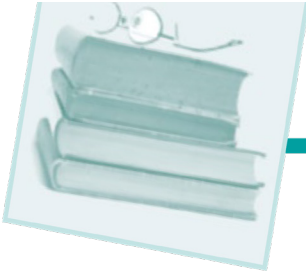
۱. به‌عنوان مثال به منابع زیر رجوع شود:

UNESCO's Convention on the Protection and the Promotion of Cultural Expressions, 2005 (articles 4.4. and 4.5), Paris; UNESCO's The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), 2009, Paris; and UNCTAD's Creative Economy Report 2010, Geneva.

2. Organization of American States

3. System for National Accounting



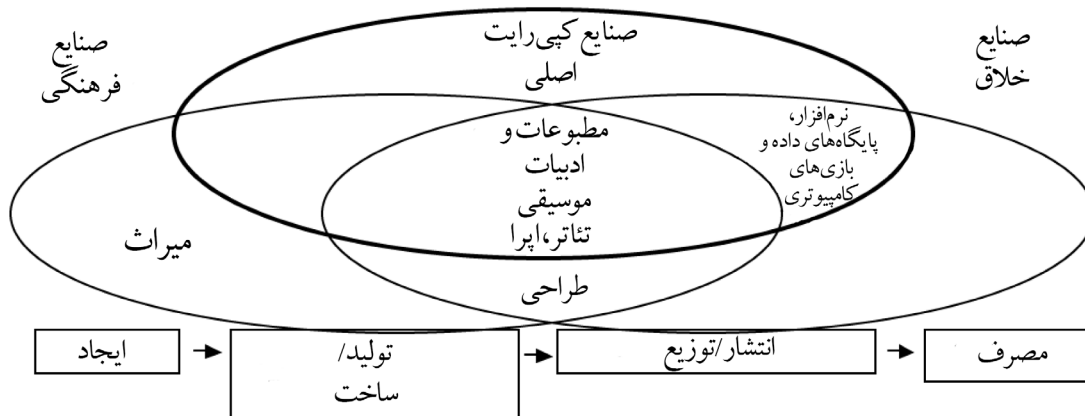


می‌توان یک نظام واضح و منسجم طبقه‌بندی را ایجاد کرد که در سطح بین‌المللی به صورت یکپارچه مورد استفاده قرار گیرد و علاوه بر آن می‌توان مواردی را مشخص کرد که باید مورد توجه خاص متولیان طبقه‌بندی کپی‌رایت قرار گیرند. این امر به توسعه بیشتر این روش کمک می‌کند.

۱۰۴- صرف‌نظر از رویکرد مفهومی مورد نظر جهت ارائه مبنایی ثابت برای تعریف صنایع خلاق، از دیدگاه عملی باید مجموعه جامعی از فعالیت‌ها و گروه‌بندی آن‌ها را در صنایع خاص و طبقه‌بندی‌ها مطابق با موقعیت- عملکرد آن‌ها در تولید و زنجیره ارزش را لحاظ کرد. مسلماً با اینکه بسیاری از فعالیت‌های خلاق ویژگی‌های متفاوتی دارند، ولی هنگامی که ویژگی صنعتی آن‌ها مشخص شد، همه آن‌ها هدف اقتصادی را دنبال می‌کنند. به‌ویژه اینکه از مهارت‌های خلاق نیروی کار خود و بهره‌برداری اقتصادی از کپی‌رایت و حقوق مرتبط سود کسب می‌کنند.

۱۰۵- مفاهیم دیگر خلاقیت و عملکردهایی که معمولاً به فعالیت‌های اقتصادی نسبت داده می‌شوند، در نمودار ۴-۱ نشان داده شده‌اند. مناسب‌ترین طرح‌های مرتبط و همچنین بخش‌های مشترک بین فعالیت‌هایی که معمولاً در روش‌ها و بررسی‌ها در نظر گرفته می‌شوند، به اختصار در این نمودار نشان داده شده است. فعالیت‌های موردنظر به صنایع کپی‌رایت اصلی و خاصی در این کتاب راهنما اشاره دارند که درباره آن‌ها موافقت عمومی بیشتری وجود دارد؛ برخی از فعالیت‌های مذکور در بخش‌های فرهنگی و خلاق در گروه‌های فرعی لحاظ می‌شوند (نظیر موزه‌ها و معماری که در گروه صنایع کپی‌رایت نسبی قرار می‌گیرند، در حالی که طراحی در نساجی، صنایع دستی و غیره قرار می‌گیرد). بدیهی است که از دیدگاه عملی، تقریباً تمام گروه‌های «اصلی» بین رویکردهای موجود مشترک هستند. طرح پیشنهاد شده در این کتاب راهنما از این جهت فراگیر است که طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها را به طور کامل و یا به طور نسبی بسته به محتوای کپی‌رایت تخمینی آن‌ها دربرمی‌گیرد.

نمودار ۴-۱ طرح واقعی صنایع کپی‌رایت اصلی (سازمان جهانی مالکیت فکری)، صنایع فرهنگی (یونسکو، ۲۰۰۹)<sup>۱</sup> و صنایع خلاق (وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش بریتانیا، ۲۰۱۱)<sup>۲</sup>



۱۰۶- تفاوت‌های جزئی بین گروه‌های صنایع خاص که در چارچوب آمار فرهنگی یونسکو ۲۰۰۹ (FCS)<sup>۴</sup> لحاظ شده‌اند و کتاب راهنمای فعلی، نمونه‌ای از تطابق رویکردهای موجود نسبت به فعالیت‌های اصلی است. گستره صنایع فرهنگی مولد که در نمودار ۴-۱ نشان داده شده است، توسط یونسکو به‌عنوان «حداقل مجموعه حوزه‌های فرهنگی اصلی» تعریف می‌شود و یونسکو کشورها را ترغیب می‌کند تا داده‌های قیاسی را در ارتباط با آن جمع‌آوری نمایند.<sup>۵</sup> با بررسی کدهای صنعت 4 ISIC-Rev. در سطح اصلی، فقط چهار کد بین دو چارچوب موردنظر، مشترک نیستند: کد ۹۱۰۲ شامل فعالیت‌های موزه و حفاظت از مکان‌ها و بناهای تاریخی (که مطابق طبقه‌بندی سازمان جهانی مالکیت فکری، در گروه صنایع کپی‌رایت نسبی قرار دارند)؛ کد ۹۱۰۳ با عنوان گیاه‌شناسی و باغ وحش‌ها و فعالیت‌های حفاظت از طبیعت؛ کد ۴۷۷۴ شامل خرده‌فروشی کالاهای دست دوم که در گروه میراث فرهنگی و طبیعی یونسکو قرار دارند؛ و کد ۷۲۲۰ شامل تحقیق و توسعه آزمایشی درباره علوم اجتماعی و علوم انسانی که در گروه هنرهای تجسمی و صنایع دستی قرار دارند. روش‌های مشابهی را می‌توان برای تعیین زیرگروه «اصلی» فعالیت‌ها و همچنین جهت تعیین تناقض جزئی موجود به کار برد.

1. UNESCO, the 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), 2009, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Montreal.

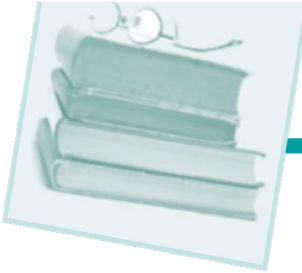
تاریخ اولین چارچوب آمار فرهنگی به ۱۹۸۶ برمی‌گردد و بارها اصلاح شده است و بیانگر ماهیت متغیر گستره بخش فرهنگی است. به‌عنوان مثال، پیش‌نویس نسخه نهایی ۲۰۰۹ که در دسامبر ۲۰۰۷ تهیه شد، شامل خدمات خلاق و طراحی (معماری و تبلیغات) در حوزه فرهنگی اصلی نبوده است.

2. Department for Culture, Media and Sport

3. DCMS, Creative Industries Economic Estimates. Full statistical Report, 2011, Department for Culture, Media, and Sport, London.

4. 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, FCS 2009, op.cit., p. 24.

5. UNESCO, 2009, p. 23



۱۰۷- هنگامی که شباهت زیادی بین رویکردهای موجود در ارتباط با فعالیت‌های اصلی تعیین می‌شود و این موضوع بسط پیدا کرده و سایر طرح‌ها یا چارچوب‌های کشورهای معجزا یا سازمان‌های فراملیتی را نیز دربر می‌گیرد، این نکته حائز اهمیت است که تفاوت بیشتری در ارتباط با فعالیت‌هایی نظیر نرم‌افزار، رسانه تعاملی، رویدادهای فرهنگی، میراث فرهنگی ناملموس و طبیعی و فعالیت‌های اوقات فراغت نظیر قماربازی، ورزش و گردشگری تعیین شود. چنانچه قبلاً گفته شد، این تفاوت به چارچوب خاص بررسی‌هایی پاسخ می‌دهد که بر فرهنگ، خلاقیت و مالکیت فکری تأکید می‌کنند.

۱۰۸- مفهوم «صنایع» در این روش‌ها به گروه‌های فعالیت‌هایی اشاره دارد که می‌توان آن‌ها را شناسایی کرد و به لحاظ آماری محاسبه کرد و علاوه بر آن، «فعالیت‌هایی» که دارای مقیاس و ساختار خاصی هستند را نیز دربرمی‌گیرد.<sup>۱</sup> فعالیت‌ها معمولاً مطابق عملکرد آن‌ها در فرآیندهای تولید و مصرف طبقه‌بندی می‌شوند. در نمودار ۴-۱ این عملکردها در مراحل متوالی نشان داده شده‌اند: ایجاد، تولید و ساخت، انتشار و توزیع و مصرف. در این چارچوب، براساس معیارهای نظام حسابداری ملی که قبلاً ارائه شده‌اند، فعالیت‌های کپی‌رایت در کتاب راهنما در چهار گروه به شرح زیر طبقه‌بندی شده‌اند: اصلی، وابسته، نسبی و غیراختصاصی.<sup>۲</sup>

۱۰۹- طی اولین جلسه اولین کارگروه کارشناسان در ژولای ۲۰۰۲ در هلسنکی در مورد طبقه‌بندی صنایع کپی‌رایت در چهار گروه اصلی موافقت شد. این چهار گروه عبارتند از: صنایع کپی‌رایت اصلی، صنایع کپی‌رایت وابسته، صنایع کپی‌رایت نسبی و صنایع حمایتی غیراختصاصی. در این طبقه‌بندی، «صنایع» با «فعالیت‌ها» براساس یک رویکرد روش‌شناسی تلفیق شده‌اند که با نظام‌های حسابداری ملی تفاوت دارند. ویژگی جدید روش مورد نظر در این کتاب راهنما این است که در طبقه‌بندی کپی‌رایت اصلی، هر دو صنایع و فرآیندها به‌عنوان فهرست واحدی از فعالیت‌ها در نظر گرفته می‌شوند که از مرحله ایجاد تا توزیع از جمله تولید و ساخت و غیره را در بر می‌گیرند.

۱۱۰- این رویکرد که در اولین نسخه کتاب راهنما توصیه شده است، طی دهه گذشته عملکرد بسیار موفقی داشته است. در نتیجه چنانچه در فصل یک بیان شد، ساختار اصلی در زمانی که در بررسی‌های کشور با حمایت سازمان جهانی مالکیت فکری از سال ۲۰۰۳ آزمایش شد، بحث‌برانگیز نبود. همچنین، در دومین جلسه کارگروه کارشناسان در اکتبر ۲۰۰۸ در سنگاپور نیز این مسأله تصدیق شد و این روش مورد تأیید قرار گرفت.

۱۱۱- در سال ۲۰۰۳، طبقه‌بندی اولیه فعالیت‌ها در هر گروه صنایع کپی‌رایت مستلزم استدلال و توجیه فوق بود. پس از یک دهه، گروه‌های صنایع متفاوت عمدتاً یکسان باقی مانده‌اند، هر چند کدهای خاصی از فعالیت مطابق چهارمین نسخه نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع در سال ۲۰۰۸ (ISIC Rev. 4) تغییر یافته‌اند. در این نسخه جدید، جزئیات جدید و بیشتری در ارتباط با بخش‌ها، گروه‌ها و طبقات متفاوت ارائه شده است. به‌عنوان مثال، بخش جدید J درباره اطلاعات و ارتباطات حاوی بخش‌های J۵۸ شامل انتشارات و J۵۹ شامل فیلم سینمایی، ویدئو و تلویزیون است.

۱. تعریف ارائه شده در مورد صنعت در این کتاب راهنما به وضوح مشابه تعریف ارائه شده در طبقه‌بندی‌های ملی حسابداری و آماری است: «یک صنعت مشتمل بر گروهی از مؤسسه‌ای است که حوزه فعالیت آن‌ها یکسان یا مشابه است». نظام ملی حسابداری ۲۰۰۸، سازمان ملل، نیویورک، ۲۰۰۹.

2. Core, interdependent, partial and non-dedicated

بسیاری از محصولات دارای حق کپی‌رایت (محصولات صوتی، ویدئو، کتاب، موسیقی، فروش کتاب و غیره) نیز در بخش G4V شامل خرده‌فروشی لحاظ شده‌اند. این بدین معناست که در حال حاضر هنگام جمع‌آوری و گروه‌بندی داده‌ها مطابق طبقه‌بندی‌های جدید، جزئیات بیشتری درباره صنایع کپی‌رایت موجود است.

۱۱۲- به‌علاوه، طبقه‌بندی فعالیت‌های خاص در صنایع به رویکردی محتاطانه و محافظه‌کارانه منجر شده است. به منظور انسجام فضایی و موقتی مقایسه بررسی‌ها در سطح کشور و بین کشورها، در این نسخه جدید گسترش فهرست جامع صنایع که قبلاً براساس آن چهار گروه صنایع تعیین شده است، مورد تأکید قرار نگرفته است. با این وجود، هنگام اجرای بررسی‌ها مشخص شد که برخی صنایع را می‌توان از گروه صنایع وابسته به گروه اصلی انتقال داد. به‌عنوان نمونه می‌توان به معماری و طراحی داخلی اشاره کرد که معمولاً با مراجعه به انجمن‌های صنایع می‌توان محتوای کپی‌رایت آن‌ها را ارزیابی کرد (به‌عنوان مثال، در معماری، مراحل طراحی و نقشه‌کشی معمولاً بیانگر درصد قابل توجهی از کل بودجه ساخت پروژه است) (به نمودار ۴-۱ رجوع شود که در آن معماری و طراحی در ابتدا جزء صنایع کپی‌رایت اصلی در نظر گرفته نشده‌اند).

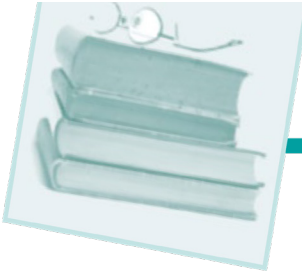
۱۱۳- از آنجا که طبقه‌بندی و فهرست صنایع در هر گروه ممکن است تکامل بیشتری یابد، کمی انعطاف‌پذیری ویژگی ضروری و مطلوبی محسوب می‌شود. در هر بررسی خاص، گروه پژوهشی کشور می‌تواند تصمیمات مربوط به طبقه‌بندی را بسته به اطلاعات موجود اتخاذ نماید. چنین رویکردی باعث تغییر سهم کلی صنایع کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی و اشتغال ملی نمی‌شود. به بیان دقیق‌تر، این رویکرد معمولاً باعث تغییر توزیع در چهار گروه صنعت می‌شود. بدیهی است که در صورت وجود اطلاعات آماری بسیار جامع می‌توان فعالیت‌ها به‌ویژه گروه‌های صنایع را به طور دقیق در چارچوب تصریح شده در این کتاب راهنما و براساس توصیه‌ها و تعاریف کلی شرح داد.

## ۲-۴ صنایع کپی‌رایت اصلی

### ۱-۲-۴ تمایزهای عملکردی

۱۱۴- پس از طبقه‌بندی صنعتی و عملکردی فعالیت‌ها که در نمودار ۴-۱ نشان داده شد، به طور کلی مشخص شد که صنایع خاص با کپی‌رایت نسبت به موارد دیگر، ارتباط نزدیک‌تری دارند. برخی از صنایع اصولاً به منظور تولید مطالب کپی‌رایت<sup>۱</sup> برای مصرف نهایی در اقتصادهای محلی، ملی و جهانی فعالیت دارند. تعدادی دیگر از صنایع اصولاً جهت توزیع مطالب کپی‌رایت بین کسب و کارها، مصرف‌کنندگان و یا هر دوی آن‌ها فعالیت دارند. در نهایت، صنایع خاصی نیز در هر دو زمینه تولید و توزیع مطالب کپی‌رایت فعالیت دارند. از زمان برگزاری اولین جلسه کارگروه کارشناسان در ژوئیه ۲۰۰۲ در هلستینکی، به طور کلی چنین موافقت شده است که صنایع و فعالیت‌های حاوی کالاها و خدمات قابل کپی‌رایت صنایع به اصطلاح کپی‌رایت «اصلی» را تشکیل می‌دهند.

۱. اصطلاح «مطالب کپی‌رایت» به آثار یا سایر موضوعات تحت حمایت کپی‌رایت یا حقوق مرتبط بر می‌گردد.



۱۱۵- در صنایع خاصی ممکن است بین تولید و توزیع مطالب کپی‌رایت تمایز قابل توجهی وجود نداشته باشد، زیرا این تمایز شامل تفکیک وظایفی است که در یک نهاد مشخص شده و اجرا می‌شود. به عنوان نمونه می‌توان به صنعت روزنامه اشاره کرد. یک روزنامه معمولی دارای کارمندان متعددی به شرح زیر است: کارمندان گزارشگر و ویراستار که اخبار واقعی را «تهیه می‌کنند»؛ کارمندان تبلیغات که مسئولیت فروش و چاپ مجدد تبلیغات را برعهده دارند؛ کارمندان تولید که روزنامه را چاپ می‌کنند؛ کارمندان توزیع که روزنامه را به نمایندگی‌های پخش یا مستقیماً به خوانندگان تحویل می‌دهند. در صنعت روزنامه، هر دو وظیفه تولید و توزیع به طور کلی در یک نهاد مشترک اجرا می‌شود. در نتیجه، هرگونه اقدام جهت تفکیک وظیفه «تولید» کپی‌رایت از وظیفه «توزیع» کپی‌رایت ناشران روزنامه به منزله تفکیک داده‌های حسابداری هر شرکت بر حسب وظیفه و تخصیص هزینه‌های سربار مشترک شرکت بین این دو وظیفه می‌باشد. هرچند امکان این نوع بررسی حسابداری وجود دارد، ولی هزینه‌های چنین کاری بیشتر از مزایای آن است و از این رو، چنین رویکردی توصیه نمی‌شود.<sup>۱</sup>

۱۱۶- وظایف تولید و توزیع ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند. در واقع، وظایف تولید و توزیع در بسیاری از صنایع کپی‌رایت اصولاً به خاطر بازده اقتصادی، وابسته به یکدیگر و جدایی‌ناپذیر هستند. این امر غالباً در مورد صنعت فیلم سینمایی در کشورهای پیشرفته صدق می‌کند که در آنها فیلم سینمایی توسط استودیوهای مشابهی تولید و توزیع می‌شود. استودیوها با همکاری شرکت‌های تولیدی مجزا، در هر دو زمینه سرمایه‌گذاری و تهیه فیلم سینمایی اصلی مشارکت می‌کنند. سرمایه‌گذاری و تأمین بودجه تولید به طور مستقیم به میزان پیش‌بینی شده توزیع فیلم در رسانه‌های متفاوت (به عبارتی تئاتر، ویدئو خانگی، تلویزیون کابلی، پخش زنده، نمایشی) و در بازارهای جغرافیایی متفاوت در سراسر جهان بستگی دارد. از این رو، نگرانی‌ها و محدودیت‌های مربوط به توزیع در فیلم‌سازی در نهایت بر کمیت و کیفیت تولید فیلم‌ها تأثیر می‌گذارد و حتی باعث کاهش آن‌ها می‌شود. بنابراین، تولید و توزیع عملاً وابسته به یکدیگر هستند. تفکیک وظایف مشترک عملاً نتایج معتبری را در برنخواهد داشت، زیرا کسب و کار به منظور ایجاد بازده بهینه این فعالیت‌های اصلی سازماندهی می‌شود و چنانچه به طریق دیگری سازماندهی شود، مسأله به این صورت نخواهد بود.<sup>۲</sup>

۱. در اقتصاد، این امر همانند صنعتی است که به صورت عمودی ادغام شده است. نکته جالب این است که در نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع قبلی و به عبارتی نسخه ISIC Rev-3.1، برخی از فعالیت‌ها با استفاده از این معیار طبقه‌بندی شده‌اند، در حالی که در نسخه به‌روزرسانی شده آن در سال ۲۰۰۸ و به عبارتی در نسخه چهارم ISIC Rev-4، قوانین اجرایی (روش طبقه‌بندی) مورد بررسی قرار گرفته است و ارزش افزوده به عنوان معیار اصلی طبقه‌بندی در نظر گرفته شده که به طور کلی در تمامی موارد اعمال می‌شود؛ به بیان دقیق‌تر، مورد استثنا برای فعالیت‌هایی که به صورت عمودی ادغام شده‌اند، حذف شده بود. البته، از آنجا که تمامی فعالیت‌ها را می‌توان به طور مجزا شناسایی کرد و در صنعت مرتبط طبقه‌بندی کرد، این مسأله بر طبقه‌بندی‌های صنعت و کدهای مشابه ارائه شده در پیوست‌ها تأثیر قابل توجهی ندارد.

۲. چنین نشان داده شده است که ادغام عمودی فعالیت‌های تولید و توزیع باعث افزایش سود شرکت واحدی که وظایف را انجام می‌دهد، و همچنین کاهش قیمت‌های بازار می‌شود. به عبارت دیگر، این موضوع همزمان با رفع مشکل به اصطلاح «حاشیه‌سازی مضاعف» که به موجب آن شرکت‌های مستقل در هر دو مرحله به دنبال انحصاری کردن تقاضاهای مورد نظر خود هستند، باعث افزایش رفاه اجتماعی می‌شود.

۱۱۷- آخرین تمایز کارکردی در محصولات کپی‌رایت در ارتباط با این واقعیت است که محصولات کپی‌رایت جدید ممکن است مستقیماً با محصولات کپی‌رایت موجود رقابت کنند و در اغلب موارد نیز این امر صادق است. از این رو، یک ایستگاه یا شبکه پخش تلویزیون ممکن است تصمیم بگیرد که فیلم‌ها یا برنامه‌های تلویزیونی جدید یا تکراری را در اسلات‌های زمانی خاص یا در طول فصل‌های خاص پخش کند. این استودیو یا شبکه تلویزیونی ممکن است در زمینه تولید برنامه اصلی سرمایه‌گذاری کرده باشد و یا این که سرمایه‌گذاری نکرده باشد. بنابراین ایستگاه یا شبکه ممکن است در زمان خاصی، تولیدکننده و توزیع‌کننده برنامه‌های تلویزیونی باشد و یا این که فقط توزیع‌کننده باشد. بدین معنا که به طور همزمان مطالب دارای حق کپی‌رایت را تولید و توزیع کند. با این وجود، در هر یک از این مثال‌ها، شبکه تلویزیونی اعم از این که تولیدکننده یا توزیع‌کننده باشد یا خیر، بخشی از صنایع کپی‌رایت اصلی است. مجدداً این مسأله نمونه‌ای از سیالیت تمایز بین تولیدکننده و توزیع‌کننده آثار تحت حمایت کپی‌رایت می‌باشد.

۱۱۸- به طور خلاصه، در اینجا تمایز کارکردی بین تولید و توزیع توصیه نمی‌شود. زیرا در بسیاری از صنایع، سازمان‌دهی مشترک به گونه‌ای صورت می‌گیرد که این وظایف به خاطر بازده اقتصادی وابسته به یکدیگر هستند و هر دو وظایف به طور همزمان یا به صورت جدایی‌ناپذیر اجرا می‌شوند.

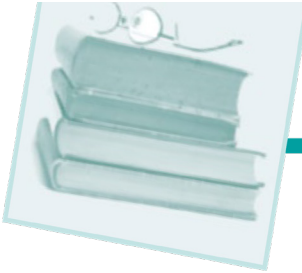
#### ۲-۲-۴ تمایزهای آماری

۱۱۹- تمایزهای آماری دو جنبه دارند: نحوه طبقه‌بندی صنایع و منبع داده‌های مربوط به آن‌ها.

۱۲۰- تمایزهای آماری در اغلب موارد به پیگیری تمایزهای کارکردی گرایش دارند. در آمارهای دولت تعمداً بین وظایف تولید و توزیع تمایزی قائل نمی‌شوند. روند کلی این است که فرم از وظیفه تبعیت می‌کند و آمارشناسان دولت آنچه که مطابق ساختارهای سازمان‌های صنعتی پیشنهاد می‌شود را دنبال می‌کنند. در سطح مشترک، آمارها غالباً بدون تمایز بین تولید و توزیع جمع‌آوری می‌شوند. در نتیجه، صورت حساب‌های تلفیقی بیانگر این مسأله هستند و به راحتی نمی‌توان بین دو وظیفه از نظر آماری تمایز قائل شد. چنانچه آمار به این صورت گزارش شوند، در مورد سازماندهی مجدد، جداسازی یا تفکیک آن‌ها اختلاف نظری وجود ندارد.

۱۲۱- در ارتباط با اولین جنبه و به عبارتی نحوه طبقه‌بندی صنایع، واحدهای آماری دولت به طور سنتی صنایع را بر اساس محصولات و یا خدماتی که در آن صنایع تولید و یا عرضه می‌شود، طبقه‌بندی می‌کنند. به همین علت، انتخاب طبقه‌بندی‌های استاندارد صنایع که به بهترین نحو صنایع کپی‌رایت «اصلی» را توصیف می‌کنند، به طور کلی با فهرستی از محصولاتی شروع می‌شوند که بیش از همه منوط به حمایت از کپی‌رایت هستند.

۱۲۲- در بسیاری از بررسی‌های موجود که رویکرد خلاق، کپی‌رایت یا فرهنگی را اتخاذ می‌کنند، صنایع اصلی به همین ترتیب شناسایی می‌شوند، زیرا تمامی آن‌ها به طور کامل مبتنی بر مطالبی هستند که معمولاً تحت حمایت کپی‌رایت هستند.



۱۲۳- براساس مقایسه بین بررسی‌ها و رویکردهای متعددی که در نمودار ۴-۱ نشان داده شده است و تجربه حاصله طی دهه گذشته در گزارشات کشور که به سفارش سازمان جهانی مالکیت فکری مطابق دستورالعمل‌های ۲۰۰۳ تهیه شده‌اند، توصیه شده است ۹ گروه از صنایع کپی رایت اصلی مطابق محصولات یا خدمات در هر بررسی لحاظ شوند:

- الف) مطبوعات و ادبیات؛
- ب) موسیقی، محصولات تئاتر، اپرا؛
- پ) فیلم سینمایی و ویدئو؛
- ت) رادیو و تلویزیون؛
- ث) عکاسی؛
- ج) نرم‌افزار، پایگاه داده، و بازی‌های کامپیوتری؛
- ح) هنرهای تجسمی و هنرهای ترسیمی؛
- خ) خدمات تبلیغات؛ و
- انجمن‌های مدیریت جمعی کپی رایت.

۱۲۴- بدیهی است تعداد قابل توجهی از صنایع دیگر که خروجی آن‌ها فقط تا حدودی به حمایت کپی رایت بستگی دارد، جزء این صنایع محسوب نمی‌شوند (به طور مثال، ویژگی فوق در ارتباط با معماری و طراحی را ملاحظه نمایید). همچنین، برآوردهای بخش زیرساخت کشور از جمله صنایع خرده‌فروشی و عمده‌فروشی کلی، صنایع حمل و نقل و فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات که خروجی آن‌ها تا حدودی مبتنی بر توزیع کالاهای تحت حمایت کپی رایت است نیز در این گروه صنایع قرار نمی‌گیرند. به علاوه، صنایع اصلی معمولاً نشریه‌های خاص و اطلاعات پژوهشی که تنها در مؤسسات آموزشی حاصل می‌شوند را نیز در بر نمی‌گیرند.<sup>۱</sup>

۱۲۵- نظام طبقه‌بندی ملی صنایع و نظام حسابداری ملی احتمالاً بهترین منابع آمار صنایع کپی رایت محسوب می‌شوند. موضوع آمار مناسب در فصل ۶ بیشتر شرح داده می‌شود و فهرست جامعی از فعالیت‌های کپی رایت اصلی در پیوست II و IV ارائه شده است. گروه‌های خاص صنایع در هر صنعت اصلی که قبلاً ذکر شده است، بر اساس این فهرست از قبل تعیین می‌شود. سازمان آمار ملی بر بررسی‌های موجود تأثیر قابل توجهی داشته است.

۱۲۶- نظام‌های آماری ثابت باقی نمی‌مانند و گاهی اوقات به طور ناگهانی تغییر می‌یابند. به روزرسانی طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنایع از ISIC Rev. 3.1 2002 به ISIC Rev. 4 2008 مثال جالبی است که به صورت پنج رقمی توسط طبقه‌بندی آماری فعالیت‌های اقتصادی اتحادیه اروپا<sup>۲</sup> (NACE 2) منعکس شده و گسترش یافته است. این نسخه از این جهت که تمامی کدها و توضیحات آنها تغییر یافته است، نسخه اصلی را تشکیل می‌دهد (چنانچه با مقایسه

۱. کار تحقیقاتی را می‌توان تحت حوزه کارکردی خاصی که به آن می‌پردازد، انجام داد. به عنوان مثال، برخی از محققان شامل مؤلفان هستند و برخی دیگر از آن‌ها در مؤسسات آموزشی کار می‌کنند و تعدادی هم در زمینه تبلیغات یا تحقیقات شرکت فعالیت دارند.

2. The Statistical Classification of Economic Activities in the European Union

پیوست‌های II.a و II.b که به ترتیب همانند ISIC Rev.4 در ISIC Rev. 3.1 هستند، می‌توان به این مسأله پی برد). بنابراین، هنگام تعیین موارد معادل ISIC Rev. 3.1 در ISIC Rev-4، لازم بود مواردی انتخاب شوند که از نظر محتوا بیشترین شباهت را با توضیحات جامع و یادداشت‌های توضیحی ارائه شده در مدرک اصلی داشتند. تغییرات سریع طبقه‌بندی‌های آماری در نظام طبقه‌بندی صنعتی آمریکای شمالی<sup>۲</sup> (NAICS) نیز مشهود است. در گزارش مربوط به صنایع کپی‌رایت در اقتصاد ایالات متحده (۲۰۱۴)<sup>۳</sup>، نظام طبقه‌بندی صنعتی آمریکای شمالی در (۲۰۰۷) به‌طور کامل در کل پایگاه آماری آن اتخاذ شده است (از سال ۲۰۰۴، گزارش‌ها مطابق روش بیان شده در اولین چاپ این کتاب راهنما تهیه شده‌اند). در نسخه جدید نظام طبقه‌بندی صنعتی آمریکای شمالی (۲۰۱۲)، طبقه‌بندی صنایع براساس فرآیندهای تولید مشابه از جمله بخش اطلاعات صورت می‌گیرد که متشکل از چهار زیربخش هستند:

۱. صنایع نشر؛
۲. صنایع فیلم سینمایی و ضبط صدا؛
۳. پخش و ارتباطات؛ و
۴. اطلاعات و خدمات پردازش داده.

البته حتی در صورتی که نظام طبقه‌بندی صنعتی آمریکای شمالی با طبقه‌بندی صنایع کپی‌رایت اصلی که در نمودار ۴-۱ نمایش داده شده است، بیشترین شباهت را داشته باشد، ولی صنایع خاصی نظیر ارتباطات از راه دور سیمی و بی‌سیم را در برمی‌گیرد که هیچ‌وقت در این طبقه‌بندی لحاظ نشده‌اند و در نتیجه، به منظور برآورد واقعی ارزش اقتصادی این صنایع، بررسی بیشتری باید صورت گیرد. به‌طور خلاصه، طبقه‌بندی مجدد صنایع از این جهت باید مورد توجه قرار گیرد که بر بررسی‌ها تأثیر می‌گذارد و به‌ویژه احتمال دارد که هنگام اعمال طبقه‌بندی‌های صنعتی منطقه‌ای متفاوت (نظیر ISIC در سطح جهانی، NACE در کشورهای اتحادیه اروپا و NAICS در کشورهای آمریکای شمالی) بر قابلیت قیاس آن‌ها در طول زمان برای یک کشور و بین کشورهای تأثیرگذار باشد.

#### ۴-۲-۳ تعریف و تفکیک صنایع کپی‌رایت اصلی

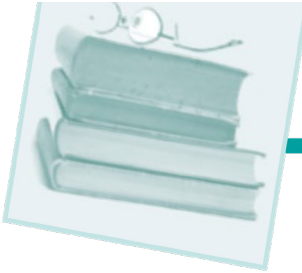
۱۲۷- صنایع کپی‌رایت اصلی، صنایعی هستند که به‌طور کامل در ایجاد، تولید و ساخت، اجرا، پخش، ارتباطات و نمایش، یا توزیع و فروش آثار و سایر موضوعات تحت حمایت کاربرد دارند.

1. International Standard Industrial Classification of All Economic Activities Revision 4, 2008 (Statistical Papers Series M No. 4, Rev.4), published by the Statistics Division of the Department of Economic and Social Affairs, United Nations, New York.

2. The North American Industry Classification System

3. Copyright Industries in the US Economy: The 2011 Report, 2011, by Siwek, Stephen E., Economists Incorporated, prepared for the International Intellectual Property Alliance, Washington. ISBN 978-0-615-56025-0.





۱۲۸- نکات متعددی باید در ارتباط با این تعریف خاطر نشان شود. مطابق روند نشان داده شده در نمودار ۴-۱، این تعریف بیانگر پیچیدگی کارکردی خدمات و کالاهای کپی‌رایت می‌باشد: الف) ایجاد؛ ب) تولید و ساخت (به بیان دیگر، تولید)؛ و پ) توزیع، فروش و خدمات (توزیع یا نشر ملموس<sup>۱</sup>) و اجرا، پخش، ارتباطات و نمایش (انواع ناملموس توزیع یا نشر).

الف) هر سه وظیفه فوق‌الذکر در ارتباط با افراد و شرکت‌هایی هستند که فعالیت‌های آن‌ها به طور کامل مرتبط با آثار و سایر موضوعات تحت حمایت کپی‌رایت است.

ب) صنایع کپی‌رایت اصلی به‌عنوان یک گروه نمی‌تواند بدون حق کپی‌رایت آثار یا سایر موضوعات نمی‌تواند موجودیت داشته باشند و یا این که تفاوت قابل توجهی دارند. بنابراین، در ارتباط با صنایع این گروه، ۱۰۰ درصد از ارزش افزوده به‌عنوان سهم کپی‌رایت از اقتصاد ملی در نظر گرفته می‌شود.

پ) فقط آن بخش از ایجاد، تولید و توزیع صنایع که به طور کامل به مطالب قابل کپی‌رایت اختصاص داده می‌شود، در صنایع کپی‌رایت اصلی لحاظ می‌شود.

۱۲۹- فعالیت‌های متعددی که می‌توان آن‌ها را در ۹ زیرگروه ذکر شده در پاراگراف ۱۲۳ لحاظ کرد، به شرح زیر تفکیک می‌شوند. براساس این فهرست و نظام ملی طبقه‌بندی، اصلاحات مناسبی می‌توان هنگام اجرای بررسی ملی اعمال نمود؛ بدین معنا که فعالیت‌های خاصی ممکن است در طبقه‌بندی یک کشور موجود نباشند و یا این که اسامی متفاوتی داشته باشند و همچنین مطابق قوانین ملی ممکن است گروه‌های خاصی از فعالیت تحت حمایت قرار نداشته باشند که در نتیجه باید از آن‌ها چشم‌پوشی کرد. چنین در نظر گرفته شده است که براساس رویکرد صرفاً آماری نمی‌توان تمایز دیگری بین اقلام متعدد پیدا کرد.

الف) مطبوعات و ادبیات

- مؤلفان، نویسندگان، مترجمان؛<sup>۲</sup>
- روزنامه‌ها، آژانس‌های خبری و آژانس‌های پیشگام برای افراد حرفه‌ای در بخش خلاق<sup>۳</sup>؛
- مجلات و نشریات ادواری؛
- نشر کتاب؛
- کارت‌ها<sup>۴</sup> و نقشه‌ها؛
- فهرست‌های راهنما و سایر مطالب انتشار یافته؛
- مراحل پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، مطالب تبلیغاتی؛

1. Tangible dissemination

۲. این گروه‌ها در برخی موارد در آمار ملی تقسیم‌بندی می‌شوند.

3. Feature Agencies

۴. کارت تبریک

- عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مطبوعات و ادبیات (کتابفروشی‌ها، دکه‌های روزنامه‌فروشی)؛<sup>۱</sup> و کتابخانه‌ها.<sup>۲</sup>

(ب) موسیقی، محصولات تئاتر، اپرا

- آهنگسازان، ترانه‌سرایان، تنظیم‌کنندگان موسیقی، طراحان رقص، کارگردانان، هنرمندان مجری و سایر کارکنان؛
- چاپ و انتشار موسیقی؛
- تولید و ساخت موسیقی ضبط شده؛
- عمده‌فروشی و خرده‌فروشی موسیقی ضبط شده (فروشی و اجاره‌ای)؛
- خلق آثار هنری و ادبی و تعبیر و تفسیر آن؛
- اجرای برنامه‌ها و دفاتر نمایندگی وابسته (دفاتر نمایندگی رزرو و فروش بلیط).

(پ) فیلم سینمایی و ویدئویی

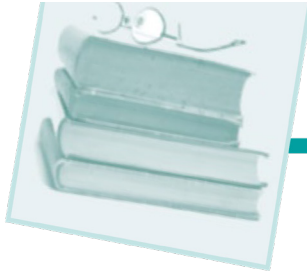
- نویسندگان، کارگردانان ویدئویی، بازیگران و غیره؛
- تولید و توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی؛
- نمایش فیلم سینمایی<sup>۳</sup>؛
- فروش و اجاره ویدئو<sup>۴</sup> از جمله ویدئو برحسب تقاضا؛ و خدمات وابسته.<sup>۵</sup>

(ت) رادیو و تلویزیون

- شرکت‌های ملی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی؛
- سایر پخش‌کننده‌های برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی؛
- تولیدکنندگان مستقل؛
- تلویزیون کابلی (سیستم‌ها و کانال‌ها)؛
- تلویزیون ماهواره‌ای؛ و خدمات وابسته.<sup>۶</sup>

---

۱. رسانه‌ها بالاخص در زمینه توزیع روزنامه‌ها، مجلات و غیره فعالیت دارند.  
 ۲. کتابخانه‌ها بیانگر ارزش افزوده در توزیع هستند. البته چنانچه جزء مصرف‌کنندگان باشند، جزء درآمدهای پرداخت شده در گروه‌های دیگر محسوب می‌شوند.  
 ۳. به معنی توزیع نمایشی هست.  
 ۴. این امر به فروشگاه‌های تخصصی اجاره ویدئو برمی‌گردد که مانع اجاره یا فروش ویدئوها در فروشگاه‌های اصلی می‌شود.  
 ۵. غالباً تحت عنوان خدمات وابسته به فعالیت‌هایی اشاره دارد که تحت پوشش حقوق مرتبط هستند؛ نظیر زیرنویس، دوبله ...  
 ۶. خدماتی که به ویژه در ارتباط با رادیو و تلویزیون هستند.



### ث) عکاسی<sup>۱</sup>

- استودیوها و عکاسی تجاری؛ و
- نمایندگی‌ها و کتابخانه‌های عکس (آزمایشگاه‌های پردازش عکس<sup>۲</sup> نباید در نظر گرفته شوند).

### ج) نرم افزار، پایگاه داده‌ها و بازی‌های کامپیوتری

- برنامه‌نویسی، توسعه و طراحی؛
- تولید، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی نرم‌افزارهای از پیش بسته‌بندی‌شده (برنامه‌های کسب‌وکار، بازی‌های ویدئویی، برنامه‌های آموزشی و غیره)؛ و
- پردازش و انتشار پایگاه داده<sup>۳</sup>.

### چ) هنرهای تجسمی و ترسیمی

- هنرمندان؛
- گالری‌های هنری و سایر انواع عمده‌فروشی و خرده‌فروشی؛
- کادربندی تصویر و سایر خدمات وابسته؛ و
- طراحی گرافیک.

### ح) خدمات تبلیغاتی

- دفاتر نمایندگی، خدمات خرید (قیمت تبلیغات نباید در نظر گرفته شود)؛
- انجمن‌های مدیریت جمعی کپی‌رایت (گردش مالی نباید در نظر گرفته شود)<sup>۴</sup>.

۱۳۰- گروه‌های فوق، گروه‌هایی هستند که باید در جمع‌آوری آمار مناسب در نظر گرفته شوند. چنانچه قبلاً گفته شد، این گروه‌ها ممکن است در آمار ملی به طور متفاوتی سازماندهی شوند و سطح تقسیم‌بندی آن‌ها متفاوت باشد. به‌عنوان مثال، اگرچه در ISIC Rev.4 بازی‌های کامپیوتری به طور مستقل کدگذاری نشده‌اند، ولی در نسخه جدید کتاب راهنما، بازی‌های کامپیوتری در حال حاضر به‌عنوان بخشی از صنایع اصلی فهرست شده و در گروه اصلی صنعت

---

۱. صرفاً طرف بازرگانی عکاسی. در اینجا موضوع کلی مصرف بازرگانی و خصوصی مطرح است. داده‌های مربوط به بخش غیربازرگانی معمولاً در بررسی‌ها مورد توجه قرار نمی‌گیرند. به‌عنوان مثال در عکاسی، تکثیر عکس برای استفاده شخصی با تکثیر عکس برای استفاده بازرگانی یکسان نیست. عکاسی دارای بعد غیر بازرگانی و خصوصی است و نمی‌توان آن را به طور کامل به‌عنوان یک صنعت اصلی در نظر گرفت.

2. Photo-finishing labs

۳. در سال ۲۰۰۲، سازمان جهانی مالکیت فکری شش بررسی را در زمینه تأثیر اقتصادی حمایت از پایگاه داده‌های غیراصولی در کشورهای در حال توسعه انجام داد که در وب سایت <http://www.wipo.int/copyright/en/activities/databases.html> در دسترس هستند. موضوع حمایت بین‌المللی از پایگاه داده‌های غیراصولی در حال حاضر توسط کمیته دائمی کپی‌رایت و حقوق مرتبط (وابسته به سازمان جهانی مالکیت فکری) مطرح شده است.

۴. این انجمن‌ها به ندرت در آمار تفکیک می‌شوند. ارزش افزوده توزیع شده از طریق آن‌ها را می‌توان در زیربخش‌های موضوعی متعدد صنعت تعیین کرد. در اینجا به ارزش افزوده این انجمن‌ها به صورت حقوق افرادی که در آنجا شاغل هستند، اشاره دارد.

نرم افزار و پایگاه داده قرار گرفته‌اند.<sup>۱</sup> البته بازی‌های کامپیوتری در برخی طبقه‌بندی‌ها نظیر NACE 2 (به پیوست IV رجوع شود) و NAICS به طور مستقل کد گذاری شده‌اند، هر چند تا به حال در ISIC Rev.4 (پیوست II) در نظر گرفته نشده‌اند.

۱۳۱- در نتیجه، سطح تقسیم‌بندی آماری از این جهت حائز اهمیت است که فقدان اطلاعات منجر به تحریف داده‌های جمع‌آوری شده می‌شود و بنابراین ویژگی‌های مهم، ضروری هستند. در پیوست‌های II و IV فهرست جامع فعالیت‌های موجود در هر صنعت در سطح چهاررقمی ارائه شده است. ممکن است یکی از شرایط زیر ایجاد شوند.

الف) برخی از گروه‌های صنایع شامل فعالیت‌هایی هستند که مرتبط با کپی‌رایت نیستند و بنابراین باید از بررسی حذف شوند (چنین مواردی حتی در گروه اصلی نیز یافت می‌شود). به‌عنوان مثال در ISIC Rev.4، گروه صنعت «۹۴۱۲، فعالیت‌های سازمان‌های حرفه‌ای دارای عضویت» شامل انجمن‌های کارشناسان فعال در زمینه فعالیت‌های فرهنگی نظیر «انجمن‌های وصول کپی‌رایت» می‌شود و علاوه بر این، انجمن‌های پزشکی، حقوقی و حسابداری را نیز در برمی‌گیرد. در پیوست‌ها، کدهای چهاررقمی که شامل هر دو فعالیت‌های مرتبط با کپی‌رایت و فعالیت‌های مرتبط بدون کپی‌رایت می‌شوند با (m) شناسایی می‌شوند که بیانگر کدهای «مختلط آ» هستند. در این گونه موارد که ممکن است اطلاعات جامع‌تری موجود باشند ولی این اطلاعات در دسترس عموم قرار نداشته باشند، محققان باید با سازمان‌های ملی آمار مشورت کنند. دومین گزینه شامل جمع‌آوری اطلاعات بیشتر بر اساس نظرسنجی‌ها یا سرشماری‌های مکمل صنعت است که مبتنی بر دستورالعمل‌های آماری می‌باشند. در اینجا، براساس قانون چارچوبی کلی نظام ملی حسابداری که در آن تصریح شده است تخصیص شرکت یا مؤسسه باید براساس فعالیت اصلی آن صورت گیرد<sup>۲</sup>، می‌توان تخصیص نهایی را انجام داد. به هر حال، توصیه می‌شود محاسبه مجموعه‌ای از «ضرایب مختلط» براساس معیارهایی که تلفیقی از اطلاعات معتبر و فرضیات درست هستند، صورت گیرد.

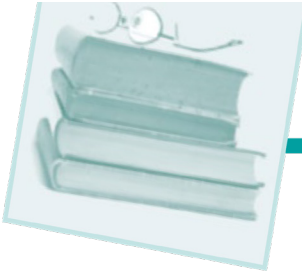
ب) برخی از گروه‌های صنایع بین صنایع اصلی متفاوت و حتی بین گروه‌های متفاوت صنایع، مشترک هستند. در پیوست‌ها، در چنین مواردی بلافاصله پس از گروه صنعت خاص، حرف «S» قرار داده شده است و بدین ترتیب مشخص شده است که یک کد «مشترک» است. به عنوان مثال در ISIC Rev.4، کد «۵۹۱۱ شامل فعالیت‌های تولید فیلم سینمایی، ویدئو و برنامه تلویزیونی» بین «فیلم سینمایی و ویدئو» و «رادیو و تلویزیون» مشترک است. همانند مورد «ضرایب مختلط» فوق، در اینجا نیز توصیه می‌شود که به اداره آمار رجوع شود و از اطلاعات مکمل حاصل از نظرسنجی‌های صنعت استفاده شود. به‌عنوان مثال، سایر معیارهایی نظیر درآمد که به راحتی در دسترس

۱. اندازه بازی‌های کامپیوتری، به‌ویژه بازی‌های ویدئویی به اندازه‌ای افزایش یافته است که گفته می‌شود با صنعت فیلم سینمایی برابری می‌کند و از صنعت موسیقی از نظر درآمد کلی پیشی گرفته‌اند. جهت کسب اطلاعات بیشتر به این گزارش رجوع شود:

WIPO publication *Mastering the Game: Business and Legal Issues for Video Game Developers*, available at: [http://www.wipo.int/copyright/en/creative\\_industries/video\\_games.html](http://www.wipo.int/copyright/en/creative_industries/video_games.html).

2. "Mixed" codes

3. Section 5.8, 2008 SNA Chapter 5: 'Enterprises, establishments and industries.'



قرار دارند را می‌توان به‌عنوان نماینده استفاده کرد. به‌علاوه، زمانی که صنعتی بین دو یا تعداد بیشتری از صنایع کپی‌رایت مشترک است، یک معیار ساده این است که ارزش‌های صنعت مشترک مطابق با اندازه نسبی صنایع کپی‌رایت (بدون صنعت مشترک) توزیع شود. به‌عنوان مثال، فرض کنید که نسبت ارزش افزوده «فیلم سینمایی و ویدئو» و «رادیو و تلویزیون»، به استثنای کد ۵۹۱۱، برابر با ۶:۴ است و از این رو، ۴۰ درصد از این کد به «فیلم سینمایی و ویدئو» و ۶۰ درصد از آن به «رادیو و تلویزیون» اختصاص داده می‌شود.

پ) در نهایت، هر دو شرایط ممکن است به‌طور هم‌زمان رخ دهند. برای ساده‌سازی و به منظور توضیح چنین شرایط پیچیده‌ای، کد «۴۶۴۹» شامل عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی را در گروه صنعت ISIC Rev.4 در نظر بگیرید. در صورت عدم وجود طبقه‌بندی جامع پنج یا شش رقمی که معمولاً در مورد طبقه‌بندی‌های آماری در بیشتر کشورها هم‌صدق می‌کند، این گروه شامل موارد زیر است: (۱) عمده‌فروشی کالاهای خانگی نظیر لوازم خانگی (یخچال، اجاق گاز، بخاری ...) و تجهیزات روشنایی که باید از بررسی حذف شوند؛ و (۲) این گروه بین «مطبوعات و ادبیات»، «موسیقی»، محصولات تئاتر و اپرا» و «فیلم سینمایی و ویدئو» مشترک است. در این صورت، مطابق فرآیند توصیه‌شده ابتدا باید محتوایی تعیین شود که در بررسی با اعمال «ضرایب مختلط» لحاظ می‌شود و سپس باید ارزش حاصله کپی‌رایت بین صنایع را از طریق «ضرایب مشترک» اختصاص داد. مجدداً همانند دو مورد قبلی، بررسی تجربی مبتنی بر هر کشور مورد نیاز است تا بتوان براساس آن روش صحیح‌تر برای تعیین محتوای کپی‌رایت یک گروه صنعت و همچنین توزیع آن در صنایع کپی‌رایت را انتخاب کرد. به عبارتی، گروه‌های محلی باید به استفاده از پروتکل‌های مورد نیاز (روش‌ها و رویه‌های آماری) به‌عنوان یک هدف کلی توجه داشته باشند تا در نهایت بتوانند داده‌هایی را تولید کنند که امکان تقسیم‌بندی گروه‌های صنایع در سطح پنج رقمی را فراهم آورند.

#### ۴-۲-۴ تکامل صنایع کپی‌رایت اصلی

۱۳۲- توسعه اقتصاد دیجیتال بر صنایع کپی‌رایت اصلی تأثیر قابل توجهی داشته است. هم‌زمان با سیر تکامل تحول‌آفرین جامعه از آنالوگ به فناوری دیجیتال، دسترسی به بخش اطلاعات و ارتباطات بیانگر رقابت‌پذیری اقتصاد ملی خواهد بود. تقریباً در همه جا اتصال بدون درز<sup>۱</sup> برای افراد میسر است. افراد به کتابخانه‌های جیبی و شخصی موسیقی، محتوای صوتی-تصویری و ادبیات الکترونیکی در مقیاسی دسترسی دارند که در زمان انتشار اولین نسخه این کتاب راهنما غیرممکن بوده است؛ پهنای باند ارزان و سریع‌تر امکان الگوهای کاری مؤثر و کاربردوست را در بخش دانش اقتصاد فراهم آورده و دسترسی به طیف روزافزونی از شبکه‌های اجتماعی را میسر ساخته و کاربران را قادر به ایجاد محتوا، تبادل آن و به‌اشتراک‌گذاری تجربیات خود ساخته است.

1. Seamless connectivity

۱۳۳- در برخی از شرکت‌ها، اقتصاد دیجیتال پناهگاهی امن را برای مدل‌های کسب و کار مبتنی بر صنایع کپی‌رایت فراهم آورده است. بحران جهانی در سال ۲۰۰۸ موجب تغییر فاحش رتبه صد شرکت از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان، مطابق سرمایه‌گذاری بازار، شده است. طی پنج سال اخیر، رهبری<sup>۱</sup> دستخوش تغییر شده است: مشهورترین برند فناورانه با موفق‌ترین انبار محتوای آنلاین برای اولین بار جایگزین یک شرکت دارویی شده است. به علاوه، در سال ۲۰۱۳ شش برند از ده برند برتر دنیا از نظر ارزش، به بخش دیجیتال تعلق داشته‌اند.<sup>۲</sup>

۱۳۴- البته اگرچه در حوزه دیجیتال فرصت‌های کسب و کار ایجاد شده است، ولی این حوزه همچنان خطرات قابل توجهی را در بردارد: بسیار سریع‌تر از آنچه که مدل‌های جدید کسب و کار می‌توانند جایگزین مدل‌های قدیمی کسب و کار شوند، امکان حذف مدل‌های قدیمی کسب و کار از طریق انتقال به دیجیتال وجود دارد. مدل‌های قدیمی کسب و کار از این جهت دیگر معتبر نیستند که اندازه، دیگر آنقدر اهمیت ندارد. شرکت‌های فعلی رسانه و سرگرمی نظیر کارخانه‌های چاپ روزنامه و استودیوهای تلویزیونی بدون تردید توانسته‌اند قدرت بازار را به دلیل هزینه‌های ثابت بالا حفظ کنند. این شرکت‌ها همچنین با بهره‌گیری از سیاست‌های تنظیمی مربوط به منابع نادر نظیر طیف پخش رادیو تلویزیونی محدود<sup>۳</sup> توانسته‌اند موانع زیادی را برای ورود رقبای جدید ایجاد کنند. این گونه موارد قدرت و مزایا از این جهت به چالش کشیده می‌شوند که در حال حاضر، روش‌های دیگری نیز برای دسترسی به محتوا موجود است.

۱۳۵- در نتیجه، صنعت محتوا با مشکلات قابل توجهی مواجه است. علاوه بر توضیح فوق، دیدگاه‌های بسیاری درباره علت شکست مدل وجود دارند، ولی واقعیت مسلم این است که نسبت قابل توجهی از مصرف‌کنندگان به محتوای دیجیتال از طریق به اشتراک‌گذاری غیرقانونی و نظیر به نظیر فایل دسترسی پیدا می‌کنند. صرف نظر از آمار و ارقام خاص<sup>۴</sup>، بدیهی است که صنایع خلاق متحمل خسارات قابل توجهی در اثر پخش و دانلود غیرقانونی می‌شوند. این مسئله برای دولت‌ها نیز که باید در چارچوبی عادلانه، پاداشی برای خلاقیت در دنیای دیجیتال مقرر کنند تا بتوانند منافع پدیدآورندگان، گردآورندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان را محقق نمایند، چالش برانگیز است.<sup>۵</sup>

۱۳۶- دولت‌ها وظیفه دارند که بر ایجاد بازار آنلاین و مؤثر دانلود و پخش نظارت داشته باشند و محتوایی را ایجاد کنند که مقرون به صرفه بوده و به راحتی برای مصرف‌کنندگان قابل دسترس باشد.

۱۳۷- از نقطه نظر آماری، همگرایی خدمات مستلزم توجه دقیق‌تر به محصولاتی است که از طریق اینترنت توزیع می‌شوند. هرچند این اشکال جدید دسترسی مصرف‌کننده هنوز به عنوان صنایع تولید کپی‌رایت تعریف نشده‌اند، ولی به وضوح به نظر می‌رسد که حداقل تا حدی به عنوان صنایع توزیع کپی‌رایت ظاهر شده‌اند (از این رو، در گروه

1. Leadership

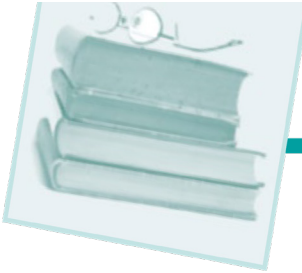
2. <http://www.rankingthebrands.com/>. See also WIPO (2013), Brands – Reputation and Image in the Global Marketplace, Geneva.

3. Limited broadcast spectra

4. Olsen, K. (2005), Counterfeiting and Piracy: Measurement Issues, OECD/WIPO. Background report for the Expert Meeting on Measurement and Statistical Issues, October, Geneva.

۵. به عنوان مثال به گزارش زیر رجوع شود:

Digital Britain (2009), Department of Culture, Media, and Sport and Department for Business, Innovation, and Skills, London.



صنایع غیراختصاصی در نظر گرفته شده‌اند). به دلیل تقاضای روزافزون برای داده‌های مرتبط با فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و توجه سیاستی مستمر به این حوزه در سراسر جهان، مطابق نسخه جدید نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع و به عبارتی ISIC Rev.4 و همچنین هم‌تایان آن NACE Rev.2 و NAICS، در حال حاضر بخش کاملی به این بخش (بخش J) اختصاص داده شده است و در NAICS (۲۰۱۲)، در بخش ۵۱ قرار گرفته است. این بخش شامل تولید و توزیع محصولات فرهنگی و اطلاعات؛ ارائه روش‌های انتقال یا توزیع این محصولات و همچنین داده‌ها یا ارتباطات؛ فعالیت‌های فناوری اطلاعات و پردازش داده‌ها و سایر خدمات اطلاعات می‌شود. این بخش به ۶ بخش شامل صنایع کپی‌رایت معمول (۵۸، ۵۹، ۶۰، ۶۲ و ۶۳) و صنایع مرتبط با فعالیت‌های ارتباطات (۶۱) تقسیم‌بندی شده است (به پیوست‌های II و III رجوع شود).

۱۳۸- البته با توجه به تداوم پیشرفت‌های فناورانه جدید، احتمالاً تا مدت‌های مدید، مرزهای مشخصی بین ارتباطات، پخش و اینترنت و خدمات فناوری اطلاعات وجود نخواهد داشت. در نسخه قبلی کتاب راهنما، چنین در نظر گرفته شده است که کل خروجی خلاق کشورها باید محدود به «ارزش افزوده» ایجاد شده از طریق وب‌سایت‌ها و سایر مطالبی که صرفاً به صورت دیجیتالی در اینترنت تولید و توزیع می‌شوند، را نیز نشان دهد. این امر در طبقه‌بندی‌های جدید در «بخش ۶۳، خدمات اطلاعات» مورد توجه قرار گرفته است. در حال حاضر در این نسخه جدید، چنین خروجی خلاق دیجیتال اساساً به‌عنوان بخشی از صنایع اصلی در نظر گرفته شده است (به درگاه وب گروه صنعت ۶۳۱۲ رجوع شود)!. این مثال نشان می‌دهد که بخش خلاق محصولات و خدمات اینترنتی پس از این که کیفیت و کمیت آن‌ها تعیین شد، چگونه بخشی از صنایع کپی‌رایت اصلی را تشکیل می‌دهند.

#### ۴-۳ صنایع کپی‌رایت وابسته

##### ۴-۳-۱ ملاحظات کلی

۱۳۹- بدون ارائه تعریف دقیقی از صنایع اصلی نمی‌توان صناعی را تعریف کرد که جزء صنایع کپی‌رایت اصلی محسوب نمی‌شوند. مرزهای مبهم و تغییرات مکرر در مرزها، ویژگی بارز صنایع «غیراصلی» به شمار می‌آیند. پیشنهاد می‌شود که از اصطلاح «صنایع کپی‌رایت وابسته» به جای صنایع «غیراصلی» استفاده شود تا نشان داده شود که بین صنایع «اصلی» و مرتبط، ارتباطی غیرفعال و یا مبتنی بر وابستگی یک طرفه وجود ندارد. از این رو، واژه «وابسته» در مقایسه با واژه منفعل «غیراصلی»، ایده بهتری از رابطه عملکردی به ما می‌دهد.

۱۴۰- تعیین کد صنعتی واضح و مشخص به‌عنوان پیش‌شرط دیگری در بررسی صنایع کپی‌رایت وابسته محسوب می‌شود. فقط در صورت وجود چنین کد و طبقه‌بندی واحد تولید، می‌توان از روش حسابداری ملی برای محاسبه

سهم اقتصادی یک صنعت معین استفاده کرد. با توجه به این که طبقه‌بندی‌های آماری موجود (NACE, ISIC و NAICS) مبتنی بر رویکرد مفهومی تولیدمحور (عرضه‌محور) هستند، این طبقه‌بندی‌ها برای بررسی در این چارچوب مناسب هستند. واحدهای تولید براساس شباهت‌های فعالیت اقتصادی و با توجه به ورودی‌ها، فرآیندها و فناوری تولید، ویژگی‌های خروجی‌ها و کاربرد خروجی‌ها، به صنایع جامعی طبقه‌بندی می‌شوند.

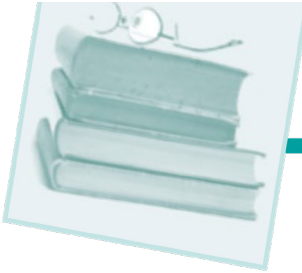
۱۴۱- این چارچوب امکان شناسایی صنایع کپی‌رایت وابسته را از طریق بررسی دقیق روابط قبلی (روابط بین محصول کپی‌رایت و خدمات کسب‌وکار، حمل‌ونقل، سرمایه‌گذاری، کالاها، ماشین‌آلات و خرید عوامل تولید) و روابط آتی (عمده‌فروشان و سایر نهادهای مصرف‌کننده) فراهم می‌آورد. روابط قبلی برای برآورد سهم اقتصادی غیرمستقیم محصول از اقتصاد از این جهت حائز اهمیت خاصی هستند که واگذاری فرآیندهای کسب‌وکار غیراصولی به شخص ثالث (برون‌سپاری) به‌عنوان روشی جهت اجتناب از انواع خاص هزینه بیش از پیش متداول شده است. در نتیجه، به دلیل انتقال وظایف اجرایی، حسابداری و مدیریت به خدمات تجاری، صنایع کوچکتر به نظر می‌رسند. این نوع رویکرد به بررسی زنجیره ارزش نزدیک‌تر است، ولی همچنان شناسایی مشخصات صنایع کپی‌رایت وابسته (و حتی مشخصات صنایع کپی‌رایت نسبی و غیراختصاصی) و توجیه آمار و ارقام حاصله ضروری است.

۱۴۲- چارچوب مفهومی، تحلیلی و آماری اتخاذ شده برای بررسی ملی خاص عمدتاً در بررسی‌های بعدی تغییر قابل توجهی نمی‌یابد. البته، پیشرفت‌های جدید به‌ویژه در زمینه فناوری (برنامه‌نویسی کامپیوتری، چندرسانه‌ای و اینترنت در بررسی‌های صورت گرفته طی ده سال گذشته مطرح نشده بودند) و تحولات جدید در قانون باید هنگام به‌روزرسانی این چارچوب در نظر گرفته شوند. صنایع نیز دستخوش تغییرات قابل توجهی هستند و بسته به رویکرد می‌توان آن‌ها را در گروه‌های متفاوت قرار داد. از این رو، مفاهیم و رویکردهای تحلیلی باید قابل انعطاف باشند.

۱۴۳- در واقع، برای تعیین سهم صنایع کپی‌رایت وابسته باید بخشی از ارزش افزوده ناشی از فعالیت‌های خلاق و کپی‌رایت تعیین شود.

۱۴۴- نتایج بررسی‌های فعلی که در فصل ۱ بیان شد، نشان می‌دهند که صنایع کپی‌رایت وابسته مذکور در پیوست‌های II و III به طور میانگین حدود ۱۹ درصد از ارزش افزوده ناخالص<sup>۱</sup> (GVA) و ۱۷ درصد از اشتغال کل صنایع کپی‌رایت را دربرمی‌گیرند (نمودار ۱-۶). این مقادیر تقریباً ۱ درصد از تولید ناخالص داخلی کشور و ۰/۹ درصد از اشتغال را شامل می‌شوند و آمار و ارقام مهمی محسوب می‌شوند و فقط نسبت به فعالیت‌های اصلی در درجه دوم اهمیت قرار دارند. به همین دلیل هم هنگام اجرای بررسی باید به این نکته توجه داشت که به لحاظ آماری صنایع کپی‌رایت وابسته سهم قابل توجهی از کل صنایع کپی‌رایت را دربرمی‌گیرند.





#### ۲-۳-۴- تعریف صنایع کپی رایت وابسته

۱۴۵- صنایع کپی رایت وابسته صناعی هستند که در تولید، ساخت و فروش و اجاره یا لیزینگ تجهیزات نقش دارند. به طور کلی، تسهیل روند ایجاد، تولید یا استفاده از آثار و سایر موضوعات تحت حمایت، وظیفه این صنایع محسوب می شود.

۱۴۶- صنایع کپی رایت وابسته شامل فعالیت‌هایی هستند که ویژگی بارز آن‌ها این است که به طور مشترک با صنایع کپی رایت اصلی مصرف می شوند و از این رو مکمل یکدیگر هستند؛ به عنوان مثال، برنامه‌های تلویزیونی فقط در صورتی وجود دارند که تلویزیون وجود داشته باشد. این گروه شامل تولید، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروشی، اجاره‌ای و لیزینگ) کالاهای زیر است:

- دستگاه تلویزیون، رادیو، دستگاه پخش کننده سی دی-دی وی-بلوری<sup>۱</sup>، تجهیزات بازی الکترونیکی و سایر تجهیزات مشابه؛
- کامپیوتر و تجهیزات؛
- تبلت و تلفن هوشمند؛ و
- آلات موسیقی.

۱۴۷- صنایع کپی رایت وابسته اساساً از استفاده از محتوای کپی رایت حمایت می کند، ولی این صنایع به نوبه خود به دسترسی آثار کپی رایت وابسته هستند و از این رو، مکمل آن‌ها هستند. در برخی بررسی‌ها، این صنایع تحت عنوان «صنایع مرتبط با کپی رایت»، «سخت افزار کپی رایت» و غیره نامیده می شوند.

۱۴۸- همچنین، گروه صنایع کپی رایت وابسته شامل تولید، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروش، اجاره و لیزینگ) کالاهای زیر هستند:

- ابزارهای عکاسی و سینما؛
- دستگاه فتوکپی؛
- موارد خام ضبط؛ و
- کاغذ.

اگرچه این صنایع اصولاً در اجرای وظایف مربوط به آثار کپی رایت (به ویژه تولید) نقش ندارند، ولی در کاربرد کپی رایت عمدتاً از طریق تجهیزات تسهیلی<sup>۲</sup> نقش قابل توجهی دارند. البته، این صنایع، ابزار فناورانه چند منظوره‌ای را دربرمی گیرند که علاوه بر آثار کپی رایت و سایر موضوعات تحت حمایت، کاربردهای دیگری دارند. این ابزار

۱. Blu-Ray

۲. تجهیزات شامل اجزای زیرساخت و تأسیسات می شود؛ Facilitation Equipment

عمدتاً کالاهای مصرفی بادوام هستند. ارزش نسبت داده شده به آن‌ها براساس داوری گروه پژوهشی که وظیفه اجرای بررسی را بر عهده دارند و همچنین با استناد به تجربه حاصله طی بررسی‌های قبلی تعیین خواهد شد و از این رو، منجر به ارزیابی‌های مشابهی می‌شود.

#### ۴-۴ صنایع کپی‌رایت نسبی

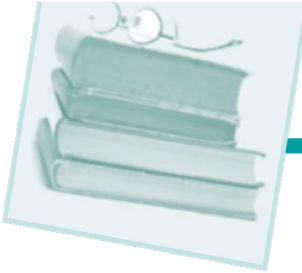
۱۴۹- صنایع کپی‌رایت نسبی صناعی هستند که در آن بخشی از فعالیت‌ها مرتبط با آثار و سایر موضوعات تحت حمایت است و شامل ایجاد، تولید و ساخت، اجرا، پخش، ارتباطات و نمایش و توزیع و فروش می‌شود.

۱۵۰- فقط آن بخشی که مربوط به آثار و سایر موضوعات تحت حمایت است، باید در نظر گرفته شود. این صنایع عبارتند از:

- پوشاک، منسوجات و کفش و پاپوش<sup>۱</sup>؛
- جواهرآلات و سکه<sup>۲</sup>؛
- سایر صنایع دستی؛
- اسباب و اثاثیه<sup>۳</sup>؛
- کالاهای خانگی، ظروف چینی و شیشه‌ای؛
- پوشش‌های دیوار و فرش؛
- اسباب بازی و وسایل بازی؛
- معماری<sup>۴</sup>، مهندسی<sup>۵</sup>، نظرسنجی؛
- طراحی داخلی؛ و
- موزه‌ها.

۱۵۱- این فهرست را همچنان می‌توان گسترش داد. البته از آنجا که بعید است که این فهرست سهم عمده سایر فعالیت‌ها را نشان دهد، توصیه می‌شود که این فهرست بیش از این بسط داده نشود. در صورتی که فهرست قرار است گسترش داده شود، توصیه می‌شود که در بررسی خاصی به غیر از تحقیق اصلی صورت گیرد.

- 
۱. در آمار بسیاری از کشورها، مد تحت پوشاک در منسوجات در نظر گرفته می‌شود.
  ۲. ارزش افزوده تحت کپی‌رایت که جدا از ارزش مواد می‌باشد.
  ۳. معمولاً در کشورهای متفاوت، عنصر کپی‌رایت در ارتباط با اسباب و اثاثیه متفاوت خواهد بود، ولی این مسأله باید توسط محقق مشخص شود.
  ۴. بخشی از معماری نظیر مدیریت پروژه و نظارت بر ساخت و ساز دقیقاً خدمات محور است و از این رو، مشمول حمایت کپی‌رایت نیستند.
  ۵. در اینجا به نقشه‌های مهندسی دو بعدی اشاره دارد که در برخی کشورها تحت حمایت کپی‌رایت قرار دارند.



**۱۵۲-** برخی از صنایع کپی‌رایت نسبی دارای مؤلفه‌های مهم خدماتی هستند که لزوماً مربوط به تولید آثار تحت حمایت کپی‌رایت نیستند و از این رو باید تفکیک شوند. به‌عنوان مثال در معماری، بررسی‌های متعدد نشان می‌دهند که ۶۵ تا ۷۵ درصد از صنعت معماری دارای مؤلفه کپی‌رایت است و ۲۵ تا ۳۵ درصد شامل خدمات مرتبط هستند. برای شناخت ساختار و فرایندهای هر صنعت خاص باید بررسی دقیق و جامعی درباره آن صنعت در یک کشور معین انجام شود. فقط در این صورت می‌توان سهم مبتنی بر کپی‌رایت آن صنعت را مشخص کرد. این داوری از این جهت مهم است که مجدداً مطابق قانون کلی نظام حسابداری ملی می‌توان یک شرکت (بنگاه یا مؤسسه) را به‌عنوان شرکت متعلق به صنعتی خاص طبقه‌بندی کرد. البته منوط به این که بیشترین سهم ارزش افزوده آن شرکت (که تحت عنوان فعالیت اصلی آن شناخته می‌شود) به آن صنعت تعلق داشته باشد.

**۱۵۳-** از دیدگاه‌های عملی، هنگام اجرای یک بررسی توجه به این نکته مهم است که طبقه‌بندی خاص صنایع کپی‌رایت نسبی به درصدی از گروه صنایع برمی‌گردد که باید در این گروه در نظر گرفته شود. این درصد که تحت عنوان «فاکتور کپی‌رایت» در بخش ۶-۵ شرح داده می‌شود، نباید با مجموعه خاص گروه‌های صنعت که هر دو فعالیت‌های مرتبط با کپی‌رایت و غیر کپی‌رایت را در برمی‌گیرند، اشتباه گرفته شود. این موارد با حرف (m) (-مختلط-) در پیوست‌های II و IV نشان داده شده و در نتیجه آن‌ها، «ضرایب مختلط» به دست می‌آیند که قبلاً شرح داده شد.

**۱۵۴-** یک مورد معمول در این گروه از صنایع کپی‌رایت جزئی شامل صنعت طراحی است. طراحی هنری در حوزه کپی‌رایت قرار می‌گیرد و مطابق کنوانسیون برن باید از آثار ناشی از اقدامات خلاق صرف‌نظر از نوع، روش یا مطالب مورد استفاده حمایت شود. در این ارتباط، محدوده اجرای قانون مربوط به آثار هنر کاربردی، طراحی‌های صنعتی و مدل‌ها و همچنین شرایط حمایت از این آثار، طراحی‌ها و مدل‌ها باید مطابق قوانین ملی تعیین شود. مطابق کنوانسیون برن باید توجه داشت که آثاری که در کشور مبدأ صرفاً به‌عنوان طراحی‌ها و مدل‌ها تحت حمایت قرار دارند، باید در کشور دیگر اتحادیه فقط واجد شرایط همان حمایت خاصی باشند که در کشور مبدأ برای طراحی‌ها و مدل‌ها در نظر گرفته می‌شود؛ البته چنانچه در آن کشور این آثار تحت چنین حمایت خاصی نباشند، باید تحت عنوان آثار هنری از آن‌ها حمایت شود.

**۱۵۵-** با توجه به موضوع فوق، محدوده قانونی باید در مرحله اولیه بررسی تعیین شود. به‌عنوان مثال، گروه «صندلی» ممکن است شامل صندلی‌های تحت حمایت طراحی صنعتی باشد و همچنین ممکن است شامل صندلی‌های صنایع دستی باشد که تحت حمایت کپی‌رایت قرار دارند و به عبارتی به‌عنوان آثار هنر کاربردی در نظر گرفته شوند، و یا این که صندلی‌های ساده و معمولی را شامل شوند که اصلاً تحت حمایت نیستند. به علاوه، ممکن است تحت عنوان صنایع دستی در آمار مطرح شوند. شرایط در هر کشور متفاوت است. به‌عنوان مثال، در آلمان از طراحی‌های با ویژگی‌های درجه یک مطابق قانون خاصی حمایت می‌شود. برای این که این طراحی‌ها مورد حمایت قرار گیرند، باید آن‌ها را ثبت کرد و کپی‌رایت آن‌ها تنها زمانی اعمال می‌شود که محتوای زیبایی‌شناختی فوق‌العاده مهمی داشته باشند. در مقایسه، در نظام حقوقی ایتالیا مطابق قوانین طراحی و کپی‌رایت، حمایت مضاعف از طراحی‌ها مجاز نیست. تنها در صورتی که

عناصر هنری آثار را بتوان به طور کامل از بعد کارکردی تفکیک کرد، می‌توان درخواست کپی‌رایت کرد. در فرانسه امکان حمایت مضاعف میسر است: دو نظام حمایتی کپی‌رایت و طراحی صنعتی منطبق نیستند، ولی اضافه شده‌اند. این امر نشان می‌دهد که مالک طراحی ثبت شده نیز ممکن است بتواند تحت حمایت کپی‌رایت قرار گیرد.<sup>۱</sup> در برخی کشورها، این که آیا طراحی هنری مشمول کپی‌رایت است یا خیر، باید توسط نهادهای خاصی مورد بررسی قرار گیرد.

۱۵۶- بررسی‌های صورت گرفته در کشورهای متفاوت نشان می‌دهند که فعالیت‌های نسبی در مقایسه با سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت نقش کمتری ایفا می‌کنند و ۸ درصد از کل ارزش افزوده صنایع و ۱۵ درصد از اشتغال را در برمی‌گیرند. این امر بر فرآیند تولید کاربر<sup>۲</sup> دلالت دارد که به ویژه از نقطه نظر اشتغال‌زایی و کسب درآمد در کشورهای در حال توسعه ( نظیر فیلیپین، مکزیک و بوتان چنانچه در نمودار ۱-۴ نشان داده شده است) حائز اهمیت است.

#### ۴-۵ صنایع حمایتی غیر اختصاصی

۱۵۷- صنایع حمایتی غیر اختصاصی صنایعی هستند که در آن‌ها بخشی از فعالیت‌ها در ارتباط با تسهیل ارتباطات پخش و توزیع یا فروش آثار و سایر موضوعات تحت حمایتی است که فعالیت‌های آنها جزء صنایع کپی‌رایت اصلی قرار نگرفته‌اند.

۱۵۸- صنایع حمایتی غیر اختصاصی عبارتند از:

- عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کلی؛
- حمل و نقل عمومی؛ و
- اطلاعات و ارتباطات (از جمله سیمی، بی‌سیم، ماهواره‌ای و اینترنتی).<sup>۳</sup>

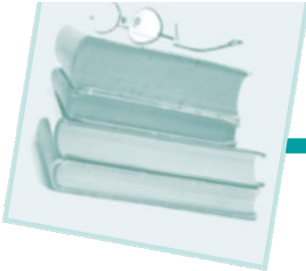
۱۵۹- این صنایع برگرفته از روابط قبلی بوده و به طور کلی به خدمات کسب‌وکار و روش‌های تحویل اشاره دارند. این صنایع، اثرات سرریز را محاسبه می‌کنند، ولی بسیار متفاوت از صنایع کپی‌رایت اصلی هستند. صنایع حمایتی غیر اختصاصی برخی وظایف را با صنایع دیگر به اشتراک می‌گذارند که به همین دلیل است که آن‌ها را می‌توان فقط تا حد مشخصی در یک بررسی در نظر گرفت. در ارتباط با این صنایع نیز هنگام بررسی تأثیر آن‌ها بر اقتصاد ملی، داوری مناسبی باید صورت گیرد و بعد توزیعی این گروه از صنایع باید با استناد به برآوردهای صورت گرفته درباره وظایف خاص آن‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

۱۶۰- این مجموعه نهایی فعالیت‌ها بیانگر نقش صنایع کپی‌رایت و اقتصادهای کل است که از نظر تولید ناخالص

۱. همانطور که در مورد معماری صدق می‌کند، فقط آن بخشی که به آثار نسبت داده می‌شود و سایر موضوعات تحت حمایت باید در نظر گرفته شوند.

2. Labor-intensive production process

۳. در چهارمین نسخه نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع ISIC Rev.4، بخش جدید J «اطلاعات و ارتباطات» شامل فعالیت‌های ارتباطات (بخش ۶۱) و فعالیت‌های فناوری اطلاعات (بخش ۶۲) معرفی شده است.



داخلی (۱۶ درصد) و اشتغال (۱۴ درصد) تقریباً یکسان است. بدیهی است که همانند بررسی فعالیت‌های وابسته و نسبی، ارزیابی (فاکتور کپی‌رایت) این صنایع نیز باید بر اساس تلفیقی از رویکردها و تکنیک‌های متعدد صورت گیرد که ساختار، سازمان و منطق هر بخش را در نظر می‌گیرند. مصاحبه‌ها و نظرسنجی‌ها معمولاً بیانگر محتوای مالکیت فکری و اهمیت آن در فعالیت‌های روزمره هستند. در ارتباط با صنایع غیراختصاصی که گروه ناهمگونی هستند، این امر به ویژه چالش‌برانگیز است. در نهایت، تجربه حاصله از بررسی‌های قبلی در کشورهای دارای ویژگی‌های مشابه حائز اهمیت است و می‌توان آن‌ها را با ویژگی‌های مورد نیاز به کار برد (به بخش ۶-۵، اطلاق مؤلفه‌های کلیدی و برآورد فاکتورهای کپی‌رایت رجوع شود).

۱۶۱- خلاصه‌ای از گروه‌های متعدد صنایع مبتنی بر کپی‌رایت و زیرگروه‌های آن‌ها در پیوست I از این کتاب راهنما ارائه شده است. مرحله دیگر بررسی شامل تعیین ارتباط بین این صنایع با کدهای ISIC و همچنین ارائه چارچوب بررسی است که در فصل ۶ به آن پرداخته شده است.





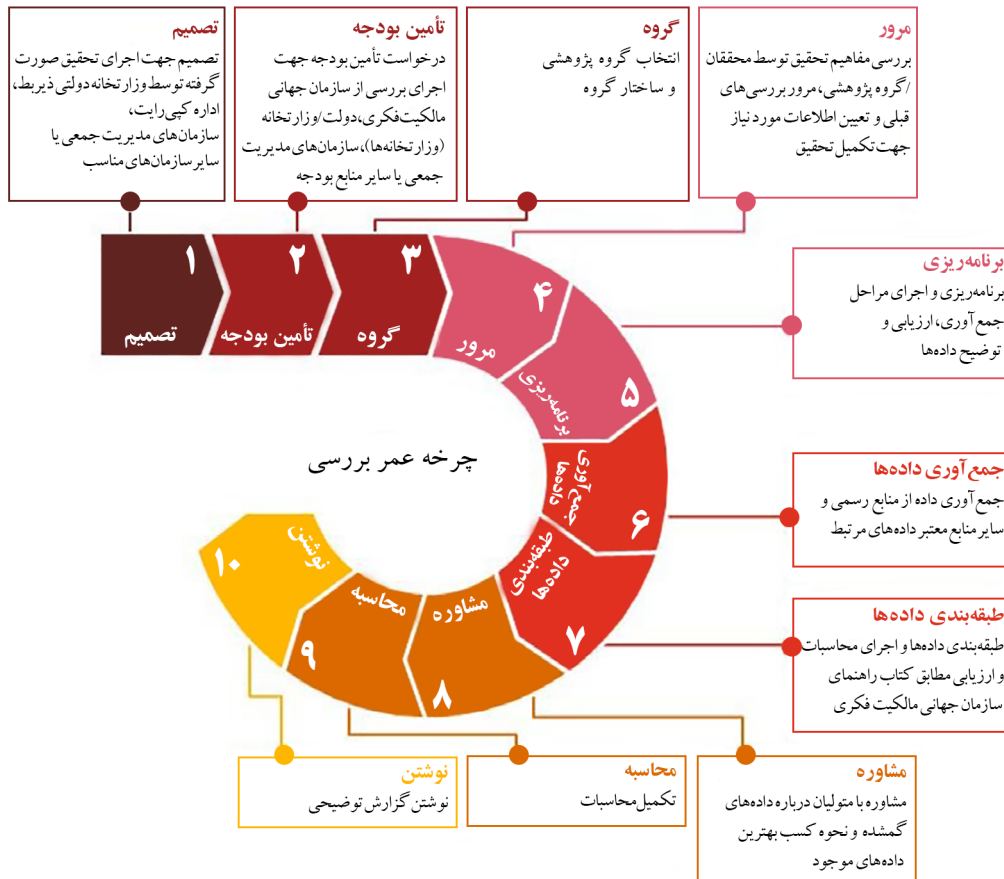
## فصل ۵

### چارچوب بررسی

#### ۱-۵ سازماندهی بررسی

۱۶۲- تعهد و آمادگی لازمه انجام هر بررسی است. به بیان دقیق تر، مقامات ذیربط و متولیان باید نسبت به تأمین بودجه، ارائه توصیه‌های کارشناسی، کمک در زمینه جمع‌آوری داده‌ها و ارائه توضیحات مورد نیاز جهت درک نتایج و پیامدهای مربوطه تعهد داشته باشند. این امر از آن جهت حائز اهمیت است که در صورت برخورداری از این حمایت‌ها، احتمال بیشتری برای اثربخشی نتایج تحقیق وجود خواهد داشت. به علاوه، برای سازماندهی گروه پژوهشی، توسعه شناخت آن از اهداف و روش‌های تحقیق، تعیین داده‌ها و منابع داده‌های مورد نیاز برای تحقیق و همچنین اجرای بررسی باید آمادگی داشت. از گروه پژوهشی انتظار می‌رود که در مراحل سازماندهی، تهیه و اجرای بررسی، اقدامات بیان شده در نگاره زیر را اجرا نمایند.

#### نگاره ۵-۱ چرخه عمر بررسی



۱۶۳- مرحله برنامه‌ریزی و سازماندهی ممکن است ۳ ماه و مرحله اجرایی ممکن است ۱۲-۶ ماه به طول انجامد. طی این مرحله، مفید است که گروه پژوهشی با افرادی که قبلاً چنین بررسی‌هایی را انجام داده‌اند، مشورت کنند و بررسی کنند چگونه در بررسی‌های قبلی به چالش‌های مربوط به جمع‌آوری داده‌ها و محاسبه سهام پرداخته شده است.

۱۶۴- ساختار استاندارد برای اجرای تحقیق وجود ندارد. تحقیق ممکن است توسط یک وزارتخانه، سازمان ملی آمار، سازمان کپی‌رایت، دانشگاه، یا یک سازمان تحقیقاتی مستقل اجرا شود. همچنین ممکن است توسط یک گروه پژوهشی کوچک یا یک کارگروه بزرگ کارشناسی انجام شود که هر یک ابعاد مختلفی از تحقیق را اجرا می‌کنند. تصمیمات مربوط به موقعیت و ساختار تحقیق با توجه به منابع موجود، مهارت کارکنان موجود، زمان اختصاص داده شده به بررسی و میزان قابلیت دسترسی داده‌های آماری برای عموم اتخاذ می‌شوند.

۱۶۵- یک گروه پژوهشی دولتی از کارکنان یک وزارتخانه که مسئولیت کپی‌رایت را بر عهده دارد، سازمان ملی آمار، وزارت کار و مقامات گمرکی علاوه بر نمایندگان انجمن ملی کپی‌رایت تشکیل شده است. یک گروه پژوهشی غیردولتی متشکل از یک پژوهشگر اصلی قراردادی و دستیاران پژوهشی وی به‌علاوه کمیته پژوهشی حمایتی به‌عنوان نماینده سازمان‌های دولتی ذیربط و انجمن ملی کپی‌رایت است.

۱۶۶- صرف‌نظر از ابعاد سازمانی تحقیق، بررسی باید به سرپرستی پژوهشگر بسیار ماهری صورت گیرد که در زمینه جمع‌آوری و تحلیل داده‌های مقیاس‌گسترده مهارت دارد و اطلاعات قابل توجهی درباره روش‌ها و منابع داده آماری دارد و قادر به تکمیل به‌موقع تحقیق می‌باشد. پژوهشگر اصلی ترجیحاً باید اقتصاددان باشد. گروه پژوهشی باید حداقل شامل یک آمارشناس و یک کارشناس کپی‌رایت باشد.

۱۶۷- مخاطبان مهم در اجرای بررسی شامل کارکنان سازمان‌های زیر می‌باشند:

- اداره ملی آمار؛
- وزارت کار؛
- اداره گمرک؛
- بانک مرکزی؛
- انجمن کپی‌رایت؛ و
- انجمن‌های حرفه‌ای در بخش صنعت کپی‌رایت.

۱۶۸- به منظور تعیین میزان سهم صنایع کپی‌رایت از اقتصاد، چارچوب بررسی‌ها باید مبتنی بر محاسبه درصد تولید ناخالص داخلی که به این صنایع نسبت داده می‌شود، اشتغال در بخش صنایع کپی‌رایت و سهم آن‌ها در تجارت خارجی باشد. رویکرد ارزش افزوده ناخالص در این‌جا به‌عنوان مناسب‌ترین رویکرد برای محاسبه اندازه نسبی این صنایع از تولید ناخالص داخلی توصیه می‌شود. براساس این رویکرد، تولید ناخالص داخلی برحسب قیمت‌های پایه محاسبه شده





و این امکان را فراهم می‌آورد که سهم مجموع ارزش افزوده برحسب بخش به ۱۰۰ درصد برسد. تحلیلگر همواره باید با اضافه کردن مالیات ارزش افزوده و سایر انواع مالیات‌های تولیدی و همچنین با کم کردن یارانه‌ها، اصلاحاتی را در ارزیابی‌های قیمت پایه در نظر بگیرد.

۱۶۹- براساس شاخص‌های اصلی مرتبط با اندازه صنایع کپی‌رایت، می‌توان شاخص‌های عملکرد را تعیین کرد و از طریق محاسبه نسبت‌های بهره‌وری کار و ترازهای تجارت خارجی و با تعیین سهم آن در رشد اقتصادی و اشتغال کشور، در صورت وجود اطلاعات مربوطه در طول زمان، می‌توان این شاخص‌های عملکرد را با شاخص‌های اقتصاد کل مقایسه کرد.

## ۵-۲ اصول راهنما

۱۷۰- تعیین معیارهای مورد استفاده جهت تعیین سهم اقتصادی صنایع کپی‌رایت، حائز اهمیت است. این معیارها باید گویا و فراگیر، قابل توجه و در دسترس باشند و مشکلات عمده‌ای را دربر نداشته باشند. در اینجا مفید است که ویژگی‌های معیارهای مورد استفاده بیان شود:

- معیارها باید آماری باشند و به طور مرتب تهیه شوند (بدین معنا که نباید همانند برآوردها فقط یک بار تهیه شوند و بلکه به صورت فرآیندهای آماری مستمر باید تهیه شوند) و تلفیقی از مجموعه برآوردهای معیار با کاربردهای منعطف‌تر شاخص‌ها باشند.
- برآوردها باید مبتنی بر منابع آماری معتبر باشند.
- داده‌ها باید در یک کشور واحد و بین کشورهای متعدد و همچنین با سایر حوزه‌های فعالیت اقتصادی در طول زمان قابل قیاس باشند و امکان بررسی‌های سری زمانی متقاطع را فراهم آورند.
- داده‌ها باید ذاتاً منسجم باشند و در چارچوب‌های اقتصاد کلان شناخته‌شده در سطح بین‌المللی ارائه شوند.<sup>۱</sup>

## ۵-۳ چه چیزی باید ارزیابی شود؟

۱۷۱- در بررسی‌های صورت گرفته براساس اولین نسخه کتاب راهنما طی دهه گذشته، درباره موضوعات ضروری برای بررسی، انسجام زیادی وجود داشته است. در واقع، این بررسی‌ها به محاسبه نظام‌مند سه شاخص اصلی در ارتباط با اندازه و به عبارتی شاخص‌های اندازه (S) می‌پردازند. نتایج ارائه شده در فصل ۱-۱۲ عبارتند از:

۱. این ویژگی‌های مطلوب در سایر صنایع نیز اعمال شده‌اند. به عنوان مثال رجوع شود به:

Commission of the European Communities, Organization for Economic Cooperation and Development, World Tourism Organization & United Nations, 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008).

(۱. S) سهم درصد صنایع کپی‌رایت از: الف) تولید ناخالص داخلی و ب) ارزش افزوده ناخالص؛

(۲. S) سهم صنایع کپی‌رایت از: الف) اشتغال و ب) دستمزد کارمندان؛ و

(۳. S) تجارت خارجی: الف) ارزش واردات و صادرات و ب) سهام کل صادرات و واردات.

۱۷۲- این شاخص‌ها به طور متقابل مکمل یکدیگر هستند و تصویر افقی جامعی از صنایع کپی‌رایت در یک کشور معین را ترسیم می‌کنند. چنانچه در نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ (SNA)، ارائه شده است، تمایز بین مفاهیم تولید ناخالص داخلی و ارزش افزوده ناخالص حائز اهمیت است. همانطور که در ادامه نشان داده می‌شود، بهتر است برای ارزیابی فعالیت اقتصادی صنایع کپی‌رایت از رویکرد ارزش افزوده استفاده شود. با این وجود معمولاً سهم به فعالیت اقتصادی کل از نظر تولید ناخالص داخلی نسبت داده می‌شود که شاخص اصلی اندازه به علاوه سهم آن از اشتغال را تشکیل می‌دهد.

۱۷۳- سهم درصد صنایع کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی (ارزش افزوده ناخالص)، اشتغال (دستمزد کارمندان) و تجارت (سهام صادرات و واردات) معمولاً با سهم سایر بخش‌های اقتصادی اعم از بخش‌های سنتی (نظیر کشاورزی و تولید) یا بخش‌های مهم از نظر سهم آن‌ها در اقتصاد (نظیر بخش‌های خدمات) مورد مقایسه قرار می‌گیرد. طی دهه گذشته، مشخص شده است که رتبه صنایع کپی‌رایت بالاتر از بسیاری از بخش‌های اقتصادی یکپارچه است و این امر به افزایش آگاهی سیاستگذاران و متولیان درباره پتانسیل این صنایع برای ایجاد ثروت و اشتغال‌زایی کمک می‌کند.<sup>۱</sup>

۱۷۴- براساس میزان ارزش افزوده، اشتغال و تجارت خارجی (صادرات و واردات)، می‌توان دومین مجموعه از شاخص‌های مربوط به عملکرد و به عبارتی شاخص‌های عملکرد (P) صنایع کپی‌رایت در اقتصاد را تعیین کرد:

(۱. P) بهره‌وری کار؛

(۲. P) سهم از تولید ناخالص داخلی و رشد اشتغال؛ و

(۳. P) تراز تجارت خارجی (مازاد یا کسری و به عبارتی صادرات خالص).

۱۷۵- بهره‌وری کار به‌عنوان نسبت بین معیار حجم خروجی (ارزش افزوده ناخالص یا تولید ناخالص داخلی) و معیار کاربرد ورودی (کل اشتغال یا کل تعداد ساعات کاری) تعریف می‌شود. این شاخص بین گروه‌های مختلف صنایع کپی‌رایت تفاوت قابل توجهی دارد و از آنجا که گروه‌های مربوط به فعالیت‌های سرگرمی و رسانه عمومی سرمایه‌محور هستند، بهره‌وری کار بالاتری را ارائه می‌کنند، در حالی که محصولات هنری (هنرهای تجسمی و ترسیمی) و اجراهای زنده (موسیقی، تئاتر...) به دلیل این که کارمحور هستند، دارای کمترین بهره‌وری هستند. این شاخص در

۱. به فصل ۴ در "WIPO (2013), WIPO Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries, Overview, Geneva" رجوع شود.

مقایسه‌های خاصی در سطح کشور در پنج جلد مشتمل بر بررسی‌های ملی ارائه شده‌اند:

National Studies on Accessing the Economic Contribution of the Copyright based Industries, Creative Industries Series (<http://www.wipo.int/freepublications/en/archive.jsp?cat=copyright>).



سطوح کلی و صنعتی، معمولاً با شاخص کل اقتصاد و با سایر بخش‌های اقتصادی مقایسه می‌شود.<sup>۱</sup>

۱۷۶- در آمار تجارت بین‌الملل، واردات براساس ارزش هزینه، بیمه و کرایه حمل<sup>۲</sup> (CIF) و صادرات براساس ارزش تحویل کالا در عرشه کشتی<sup>۳</sup> (FOB) ارزیابی می‌شوند و روش ارزیابی مبتنی بر دستورالعمل‌های صندوق بین‌المللی پول<sup>۴</sup> (IMF) است. برای محصولات کپی رایت، سطح جزئیات در ارتباط با استانداردهای حسابرسی و طبقه‌بندی از زمان چاپ اولین نسخه این کتاب راهنما افزایش قابل توجهی یافته است.<sup>۵</sup> تراز پرداخت شامل محصولات کپی رایت به‌ویژه کالاهایی نظیر ویدئو و دستگاه ضبط صدا و نرم‌افزار و همچنین هزینه‌های استفاده از مالکیت فکری نظیر دستمزد، حق کمیسیون یا حق امتیاز<sup>۶</sup> و در نهایت، خدمات شخصی، فرهنگی و تفریحی (از جمله خدمات صوتی تصویری و خدمات مرتبط) است. خالص موقعیت<sup>۷</sup> برای گروه‌های متفاوت صنایع (اصلی و غیراصلی) از نظر تراز آن‌ها (صادرات منهای واردات) بیانگر رقابت‌پذیری آن‌ها در بازارهای جهانی است. تراز صنایع کپی رایت معمولاً با تراز سایر بخش‌های اقتصادی مرتبط یا تراز کل اقتصاد مقایسه می‌شود تا بتوان مشخص کرد که آیا در وضعیت مزاد یا کسری کل نقش دارد و یا این که از ارزش آن می‌کاهد. در صورت وجود داده‌های تجارت دو جانبه می‌توان دستورالعمل‌های سیاستی مناسبی را اتخاذ کرد که امکان ارتقای محصولات کپی رایت ملی در بازارهای خارجی خاص را فراهم می‌آورند.

۱۷۷- کشورهای متعدد همواره به طور نظام‌مند به بررسی صنایع کپی رایت پرداخته‌اند و می‌توان نرخ رشد ارزش افزوده و اشتغال آن‌ها را با نرخ رشد سایر بخش‌ها و به طور کلی اقتصاد مقایسه کرد. به علاوه، مطلوب است که با استفاده از تکنیک‌هایی ساده، سهم این صنایع از اقتصاد ملی و رشد اشتغال تفکیک شوند. به طور معمول، صنایع کپی رایت بر سایر بخش‌های اقتصاد پیشی گرفته‌اند و پویایی بیشتری داشته و در ایجاد ثروت و شغل نقش بیشتری ایفا کرده‌اند. در نتیجه، هنگام تدوین سیاست‌های دولتی مبنی بر حل شکست بازار نظیر تعیین قیمت از طریق مالیات‌ها و یارانه‌ها، این صنایع را نیز باید همانند بخش‌های سنتی و شناخته‌شده در نظر گرفت. این امر حاکی از این واقعیت است که قانون کپی رایت در اینترنت رعایت می‌شود و دسترسی به نیروی کار معتبر و ماهر راحت‌تر شده است.

۱۷۸- به علاوه، توصیه می‌شود که سومین گروه شاخص‌های مکمل (C) که بر اهمیت صنایع کپی رایت در کل اقتصاد تأکید داشته و ابعاد متفاوت ساختار بازار آن‌ها را نشان می‌دهند، نیز ارزیابی شوند.

(۱. C) در سطح اقتصاد کلان که اطلاعات آماری موجود است، در بررسی‌های متعدد عوامل افزایش خروجی، ارزش افزوده، درآمد و اشتغال بر اساس چارچوب ورودی-خروجی، محاسبه شده‌اند. براساس عوامل افزایش می‌توان تفاوت بین تأثیر اولیه تغییر برونزاد<sup>۸</sup> (از قبیل تقاضای نهایی) و تأثیرات کل تغییر را تعیین کرد.

1. Freeman, R. (2008), Labour Productivity Indicators, OECD Statistics Directorate, Paris.

2. Cost, insurance and freight

3. Free On Board

4. International Monetary Fund

5. IMF (2009), Balance of Payments and International Investment Position Manual (BPM6), Washington D.C.

۶. به‌ویژه به "Table 10.4. Treatment of Intellectual Property, in the BMP6 (IMF, 2009, p. 176) رجوع شود.

7. Net position

8. Exogenous change

۲. C) در سطح اقتصاد خرد، معیارهای کلیدی برای مهم‌ترین صنایع که بیانگر ساختار بازار هستند، عبارتند از: ویژگی‌های محصول، شاخص‌های تمرکز، میانگین درآمد شرکت‌ها و حقوق کارگران (و به عبارتی دستمزد کارمند به نسبت تعداد کارمندان). ساختار بازار بیانگر عملکرد خریداران و فروشندگان، میزان رقابت، قدرت بازار و موانع ورود و نتایج عملکرد بازار از نظر رفاه اجتماعی است.

۱۷۹- به دلایل فوق، در مواردی که اطلاعات مربوطه موجود است باید اطلاعات بیشتری را در ارتباط با صنایع کپی‌رایت جمع‌آوری کرد. بدین ترتیب می‌توان شاخص‌هایی را محاسبه کرد که موجب تسهیل بررسی کلی تأثیر کل صنایع کپی‌رایت بر اقتصاد نظیر مالیات‌های پرداختی، درآمدها و حقوق می‌شوند. این شاخص‌ها بیانگر اطلاعات مربوط به سایر ابعاد مرتبط و مکمل صنایع کپی‌رایت بوده که به نوبه خود به بهبود شناخت فرآیندهای مرتبط اقتصادی کمک می‌کنند.

۱۸۰- به طور خلاصه، توصیه می‌شود که بررسی‌ها به حداقل دو مجموعه شاخص‌ها پردازند: ۱- شاخص‌های مربوط به اندازه به‌عنوان درصد تولید ناخالص داخلی، اشتغال و تجارت خارجی که به صنایع کپی‌رایت نسبت داده می‌شوند و ۲- شاخص‌های مربوط به عملکرد برحسب سایر بخش‌های مهم و به طور کلی اقتصاد نظیر بهره‌وری کار، تراز خالص موقعیت پرداخت‌ها و کمک به رشد اقتصادی و اشتغال. فهرست شاخص‌های فوق به اندازه‌ای که یک تحلیلگر صنایع کپی‌رایت انتظار دارد، جامع و کامل نیست. با این وجود، این فهرست برای این به عمد گسترش داده نشده است که حاوی حداقل اطلاعات ضروری است که باید صرف‌نظر از سطح توسعه و رقابت‌پذیری نظام آماری هر کشور موجود باشد. از این رو، نتایج حاصله در زمان‌های مختلف و در کشورهای متعدد قابل مقایسه می‌باشند.

#### ۴-۵ اندازه صنایع کپی‌رایت در اقتصادهای ملی

۱۸۱- در فصل ۱ نتایج بررسی‌های صورت گرفته طی سال‌های گذشته مطابق اولین نسخه این کتاب راهنما به اختصار مورد بررسی قرار گرفته است. از بررسی‌های اولیه تا جدیدترین بررسی‌ها همواره تحقیقات نشان داده‌اند که اندازه صنایع کپی‌رایت از نظر سهم آن‌ها از تولید ناخالص داخلی، اشتغال، و تجارت خارجی همیشه بیش از حد انتظار بوده است. در بخش زیر به شاخص‌های متفاوت جهت محاسبه اندازه صنایع کپی‌رایت در اقتصاد پرداخته شده است.

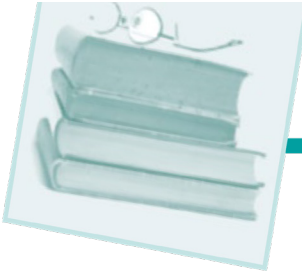
#### ۱-۴-۵ شاخص‌های اقتصادی

۱۸۲- تولید ناخالص داخلی به‌عنوان معیار کل خروجی نهایی از مجموع فعالیت‌های مولد در یک اقتصاد محسوب می‌شود.<sup>۲</sup> سه روش دیگر و البته مشابه جهت محاسبه سهم صنایع کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی وجود دارند که مبتنی بر روش بیان شده در نظام حسابداری ملی (SNA، ۲۰۰۸) هستند.<sup>۳</sup>

1. Concentration indices

2. Mankiw, N.G. (2012) Macroeconomics, Eighth Edition, Worth Publishers. ISBN 978-1429240024.

3. UN (2009), System of National Accounts 2008, United Nations, European Commission, International Monetary Fund, Organization for Economic Cooperation and Development, World Bank, New York. Chapter 16: Summarizing and Integrating the Accounts, pp. 332-333.



الف) رویکرد ارزش افزوده که در آن تولید ناخالص داخلی (برحسب قیمت‌های پایه) به‌عنوان تفاوت بین خروجی و مصرف واسطه‌ای تعریف می‌شود و به بیان دقیق‌تر، شامل مجموع ارزش افزوده تمامی صنایع، شرکت‌ها یا مؤسسه‌ها در مقایسه با ارزش افزوده صنایع کپی رایت است. در ادامه، دلایل استفاده از این رویکرد به‌عنوان روشی استاندارد در بررسی‌های قبلی شرح داده می‌شود.

ب) رویکرد هزینه که مطابق آن، تولید ناخالص داخلی به‌عنوان مجموع تمامی گروه‌های هزینه، مصرف شخصی، سرمایه‌گذاری ناخالص داخلی خصوصی، خریدهای دولت و صادرات خالص محسوب می‌شود و با مجموع تمامی گروه‌های هزینه مرتبط با کپی رایت مورد مقایسه قرار می‌گیرد.

پ) رویکرد درآمد که در این مورد، تولید ناخالص داخلی به‌عنوان نسبت کل مبالغ پرداختی به عوامل تولید محسوب می‌شود که توسط نمایندگان اقتصادی (اصولاً نیروی کار و سرمایه) سازماندهی شده‌اند و با مبالغ پرداختی به نیروی کار در بخش صنایع کپی رایت (به‌عنوان مثال مبالغ پرداختی به کارمندان در قالب حقوق و دستمزد، پاداش و سایر مزایا) به‌علاوه سودهای شرکت‌ها در بخش کپی رایت مورد مقایسه قرار می‌گیرد.

۱۸۳- از نقطه‌نظر حسابداری ملی، تولید ناخالص داخلی در هر سه روش فوق به‌طور مشابهی برآورد می‌شود. البته، در ارتباط با بررسی‌های خاص صنایع کپی رایت با استفاده از تمامی این رویکردها، اندازه صنایع کپی رایت مسلماً تفاوت دارد، زیرا تطبیق آمار از منابع داده متفاوت، کار پیچیده‌ای است که مستلزم اطلاعات بسیار خاصی است. این مسأله باید در ساختار روش‌شناسی چارچوب حساب اقماری<sup>۱</sup> تطبیق داده شود. (به فصل ۵ درباره روند و روش‌های ارزیابی مراجعه شود). این الزامات معمولاً فراتر از جمع‌آوری داده و عملیات آماری بسیاری از کشورها است و بنابراین برای اجتناب از نتایج متناقض، بهتر است به رویکردی بسنده شود که از نظر قابلیت دسترسی و اعتبار آمار، مزایای بیشتری داشته باشد.

۱۸۴- در نتیجه، در بسیاری از بررسی‌ها ترجیحاً اندازه صنایع کپی رایت براساس سهم آن‌ها از ارزش افزوده ارزیابی شده است. دلایل دیگری به شرح زیر برای این روش مطرح شده‌اند:

- این روش، رویکردی مبتنی بر صنعت و هم‌سو با تمایل به تعیین سهم صنایع کپی رایت است.
- این رویکرد باعث کاهش احتمال شمارش مضاعف می‌شود.
- بسیاری از کشورها به راحتی به جدول‌های ورودی-خروجی ارزش افزوده (و بررسی‌های زیربنایی آن‌ها) دسترسی دارند.

۱۸۵- البته در برخی از کشورها، اتخاذ رویکردهای دیگر راحت‌تر است. در چنین شرایطی لازم به ذکر است که به‌طور کلی، مؤلفه‌های هزینه‌ها را می‌توان با دقت بیشتری محاسبه کرد و از این رو، هزینه‌ها را راحت‌تر از مؤلفه‌های درآمد می‌توان به‌طور معتبر برآورد کرد.

## ۵-۴-۱-۱ رویکرد ارزش افزوده

## الف) تعریف برخی از اصطلاحات مرتبط

۱۸۶- چنانچه در بالا گفته شد، اصطلاح «ارزش افزوده» به عنوان فروش نهایی در یک بخش معین منهای ارزش کالاها و خدمات واسطه خریداری شده به منظور تسهیل تولید تعریف می شود. در اینجا باید برخی از موارد روش شناسی را به وضوح تعیین کرد.

الف) در حسابداری ملی، معاملات بازار برحسب قیمت واقعی و مورد توافق معامله گران ارزیابی می شود. در صورت فقدان معاملات بازار، ارزیابی مطابق هزینه های تحمیل شده نظیر خدمات غیربازاری ارائه شده توسط دولت ها صورت می گیرد (به بخش ۶-۲ برای کسب جزئیات رجوع شود). به طور کلی، مطابق انتخاب صورت گرفته بین قیمت های پایه و قیمت های تولیدکنندگان و در مورد بعدی، با توجه به وجود یا فقدان انواع مالیات ارزش افزوده، از انواع متفاوتی از ارزیابی های خروجی استفاده می شود. اصول ارزیابی مورد استفاده به شرح زیر است: مصرف باید برحسب قیمت های خریداران (مصرف نهایی، مصرف واسطه ای، تشکیل سرمایه) ارزیابی شود و تولید باید برحسب قیمت های پایه ارزیابی شود.<sup>۱</sup>

ب) ارزش افزوده را می توان برحسب شرایط ناخالص یا خالص برآورد کرد: ارزش افزوده ناخالص شامل ارزش خروجی منهای ارزش مصرف واسطه ای است؛ ارزش افزوده خالص شامل ارزش افزوده ناخالص منهای مصرف دارایی ثابت است. از آنجا که ارزش افزوده درصد محاسبه ارزش اضافی ایجاد شده از طریق فرآیند تولید است، ارزش افزوده خالص باید محاسبه شود. زیرا مصرف دارایی ثابت به منزله هزینه تولید است. البته محاسبه مصرف دارایی ثابت عملاً دشوار است و همیشه نمی توان ارزش آن و در نتیجه ارزش افزوده خالص را به طور رضایت بخشی برآورد کرد. شایان ذکر است که دستورالعمل های فعلی مبتنی بر محاسبه ناخالص ارزش افزوده هستند.

پ) هنگام محاسبه ارزش افزوده اقتصاد، آمار ارزش افزوده معمولاً باید موارد زیر را در برگیرد:

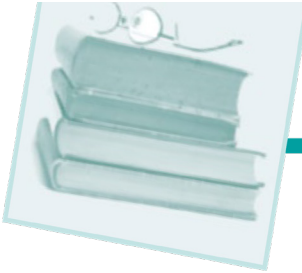
i) اقتصاد غیرقابل مشاهده<sup>۲</sup> (NOE) از جمله فعالیت های غیررسمی «مخفی» یا «زیرزمینی». این فعالیت ها می توانند قانونی باشند و تولیدکنندگان این فعالیت ها را به این دلیل از مراجع ذیربط مخفی می کنند که از پرداخت مالیات، تأمین اجتماعی و... اجتناب کنند. این فعالیت ها همچنین ممکن است غیرقانونی باشند و تولید آن ها مطابق قانون نظیر قانون مقابله با سرقت هنری یا ادبی، ممنوع باشد.<sup>۳</sup>

ii) اقتصاد غیررسمی شامل فعالیت های صورت گرفته توسط افرادی است که مشاغل رسمی ندارند و به نوعی فعالیت های مالی انجام می دهند. این بخش اقتصاد که در نظر گرفته نمی شود، به ویژه در کشورهای در حال توسعه

1. UN (2009), System of National Accounts 2008, New York. Chapter 2, 'Overview, Rules of Accounting'

2. Non-observed Economy

۳. برای تحقیق اولیه در این زمینه که بعداً براساس چارچوب حسابداری ملی مورد تأیید قرار گرفت، به کتاب راهنمای زیر رجوع شود:  
Measuring the Non-Observed Economy, Organization for Economic Co-operation and Development, International Monetary Fund, International Labor Organization and CIS STAT, 2002.



و در اقتصادهای در حال گذار و بالاخص در ارتباط با فعالیت‌های خلاق که مستلزم سرمایه محدودی هستند و معمولاً به مکان ثابتی نیاز ندارند و یا این که در منازل، فروشگاه‌های کوچک یا کارگاه‌ها ارائه می‌شوند، حائز اهمیت خاصی هستند.

۱۸۷- هنرمندان خیابانی و تولیدکنندگان صنایع دستی محلی که به تنهایی یا همراه با اعضای خانواده کار می‌کنند و به‌عنوان کارآفرینان خویش فرما فعالیت دارند، نمونه‌هایی از تولید غیرقابل مشاهده و غیررسمی در صنایع خلاق به شمار می‌آیند. روش ساده و مؤثری توسط سازمان بین‌المللی کار پیشنهاد شده است که جهت تعیین مفهوم اقتصاد غیررسمی در نظام حسابداری ملی بخش خانوار مفید است و به‌ویژه روش مناسبی برای تجزیه و تحلیل سیاستی و سیاست‌گذاری محسوب می‌شود.<sup>۱</sup>

۱۸۸- اگر از این فعالیت‌ها صرف نظر شود، سهم قابل توجهی از صنایع کپی‌رایت باید از نتایج حذف شود. بنابراین، اقداماتی باید صورت گیرند تا اقتصاد غیرقابل مشاهده و فعالیت‌های غیررسمی نیز در نظر گرفته شوند و اطمینان حاصل شود که تمامی شرکت‌ها هرچند در پرسش‌نامه‌های آماری در نظر گرفته نمی‌شوند، ولی در برآوردهای آماری لحاظ می‌شوند. در چارچوب نظام حسابداری ملی (۲۰۰۸)، تعاریف و روش‌هایی تصریح شده است که به موجب آن‌ها می‌توان اقتصاد غیرقابل مشاهده را لحاظ کرد.<sup>۲</sup> در بررسی‌های اخیر کشور که مبتنی بر توصیه‌های سازمان جهانی مالکیت فکری هستند، لزوم توجه به اقتصاد غیر قابل مشاهده عملاً مورد تأکید قرار گرفته است.<sup>۳</sup>

۱۸۹- در نهایت از دیدگاهی پویا باید خاطر نشان کرد که مواردی نظیر همگرایی بین بخش‌های صنعت، تغییرات فعالیت‌های اصلی مؤسسات اقتصادی و تغییرات ساختارهای سازمانی (نظیر موارد ادغام و مالکیت...) که منجر به طبقه‌بندی مجدد شرکت‌ها و فعالیت‌ها از یک بخش به بخش دیگر (نظیر نرم‌افزار به سخت‌افزار) می‌شوند و موجب تغییر کل صنعت از نظر متغیرهای اقتصادی مهم می‌شوند، را نمی‌توان به طور کامل براساس رویکرد ارزش افزوده مورد بررسی قرار داد.

## ب) قابلیت دسترسی داده‌ها

۱۹۰- داده‌های مورد استفاده جهت برآورد ارزش افزوده صنایع کپی‌رایت برگرفته از دو منبع اصلی هستند: جدول‌های ورودی- خروجی و برآوردهای ارزش افزوده ویژه صنعت که به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفته‌اند:

### الف) جدول‌های ورودی- خروجی<sup>۴</sup>

1. ILO (2013), Measuring Informality: A Statistical Manual on the Informal Sector and Informal Employment, the International Labor Organization, Geneva.

2. UN (2009), System of National Accounts 2008, New York. Chapter 25, Informal Aspects of the Economy

3. Massot, J.M. (2014), A Study on the Contribution of Copyright and Related Rights-Based Industries to the National Economy of Argentina, Buenos Aires

۴. جدول‌های ورودی- خروجی که ابتدا در دهه ۱۹۳۰ توسط Wassily W. Leontief تهیه شده است، امروزه در اکثر کشورها در فواصل زمانی منظم منتشر می‌شوند و برخی از آن‌ها معاملات صورت گرفته در صدها بخش را نشان می‌دهند. فناوری اطلاعات مدرن همچنان از جزئیات بخشی بیشتر و همچنین کاربردهای پویا، چند منطقه‌ای و سایر کاربردهای پیچیده داده‌محور حمایت می‌کند. تکنیک ورودی- خروجی امکان بررسی وابستگی کمی بخش‌ها را فراهم می‌آورد و چارچوب مطلوبی را برای حسابداری ملی، ادغام دیدگاه‌های اقتصاد خرد و کلان و استفاده از اطلاعات بازار کار و مهندسی در بررسی اقتصادی تغییر فناوریانه ارائه می‌دهد. برای کسب اطلاعات بیشتر به منبع زیر رجوع شود:

UN (1999) Handbook of Input-Output Table Compilation and Analysis, Series F, No. 74, United Nations, New York

۱۹۱- بهتر است در مواردی که چارچوب ورودی- خروجی وجود دارد، از جدول ورودی- خروجی استفاده شود. این جدول‌ها حاکی از ورودی‌های مورد استفاده و خروجی‌های تولیدی برای هر صنعت هستند. مطابق دستورالعمل‌های نظام ملی حسابداری ۲۰۰۸، با استفاده از این اطلاعات می‌توان تصویر جامع و منسجمی از روابط و به طور کلی رویکرد مکانیکی به اقتصاد را ترسیم کرد و مجموعه‌ای از آمار جامع ویژه صنعت را ارائه داد.<sup>۱</sup>

۱۹۲- در چارچوب ورودی- خروجی، بخش صنایع کپی‌رایت با همین عنوان وجود ندارد، ولی معمولاً می‌توان فعالیت‌های آن را چنانچه در پیوست II کدگذاری شده است، به لحاظ آماری دقیقاً مشخص کرد. به همین دلیل با استفاده از نقطه‌قوت روش نظام حسابداری مالی ۲۰۰۸ که به اندازه کافی به‌طور روشن بیان شده است تا بتوان با انعطاف‌پذیری زیادی آن را اجرا کرد، محققان می‌توانند نسبت به تثبیت اطلاعات در راستای تکمیل ارزیابی صنایع کپی‌رایت اقدام کنند. همانطور که در فصل ۴ گفته شد، این رویکرد شامل گروه‌بندی صنایع و طبقه‌بندی‌های محصولات (ISIC و CPC) مطابق ویژگی‌های عملکردی آن‌ها در تولید محصولات کپی‌رایت (و نه براساس استاندارد موجود) است. از این رو، براساس روش حسابداری ملی، صنایع کپی‌رایت بخش کلیدی به شمار می‌آیند که می‌توان آن‌ها را به‌طور مستقل طبقه‌بندی کرد و با بررسی مجموع ارزش افزوده در اقتصاد کلان و شاخص‌های اقتصادی مرتبط، آن‌ها را مورد بررسی قرار داد.

۱۹۳- چنانچه اطلاعات به اندازه کافی جامع باشند، گردآوری حساب اقماری صنایع کپی‌رایت، هدف نهایی محسوب می‌شود.<sup>۲</sup> در ارتباط با صنایع کپی‌رایت، این ابزار روش‌شناسی شامل بازسامانی طبقه‌بندی‌های اصلی و معرفی احتمالی عناصر مکمل و فعالیت‌های فرعی (نظیر شمول نسبی از طریق فاکتورهای کپی‌رایت) است. البته، مفاهیم اساسی نظام ملی حسابداری تغییر قابل توجهی پیدا نکرده‌اند. دلیل اصلی برای حساب اقماری این است که تمامی جزئیات یک بخش معین را دربرگیرند که در طبقه‌بندی‌های استاندارد فعلی موجود نیست. روش گردآوری و تحلیل جدول‌های ورودی و خروجی با جزئیات بیشتری در فصل ۶ مورد بررسی قرار می‌گیرد.

دو محدودیت احتمالی جدول‌های ورودی- خروجی عبارتند از:

i) دقت و پیچیدگی فرآیند کسب اطلاعات مورد نیاز در مدل ورودی- خروجی به‌عنوان اولین محدودیت محسوب می‌شود. کسب اطلاعات غالباً مستلزم بررسی طیف گسترده‌ای از صنایع است که فرآیندی بسیار هزینه‌بر و زمان‌بر است. در برخی کشورها، جدول‌های جدیدی به‌طور میانگین هر پنج سال یکبار همراه با وقفه دو ساله بین زمان بررسی و انتشار جدول‌های جدید تهیه می‌شوند. در نتیجه، بررسی ورودی- خروجی براساس داده‌هایی صورت می‌گیرد که بین دو و هفت سال قبل ثابت بوده‌اند.<sup>۳</sup> از این رو، در مواردی که صنعتی دستخوش

۱. در ارتباط با بررسی یک کشور با استفاده از اطلاعات ورودی- خروجی رجوع شود به:

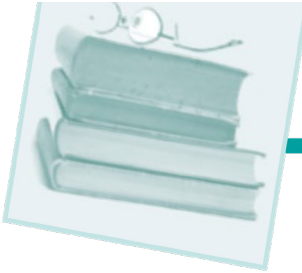
۱. Cañaneda, A. et al. (2008), 'The Economic Contribution of Copyright Industries in Colombia,' in WIPO (2008), National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series, No. 3, Geneva

۲. UN (2009), System of National Accounts 2008, New York, Chapter 29, Satellite Accounts and Other Extensions

۳. در ارتباط با پروژه‌های متعددی که حاوی جدول‌های ورودی- خروجی چند کشور هستند، رجوع شود به:

<http://www.oecd.org/trade/input-outputtables.htm> and <http://www.wiod.org>





تغییر یا اصلاحات فناورانه سریع است و در نتیجه، مجموعه ورودی‌های مورد نیاز در فرآیند تولید تغییر قابل توجهی می‌یابند، این مسأله مشکل‌ساز می‌شود.

(ii) در بسیاری از موارد، جزئیات جدول‌های رسمی ورودی-خروجی به اندازه کافی مجزا نیستند که بتوان برآوردهای معتبری را انجام داد. در چنین شرایطی، بررسی دیگری را باید انجام داد تا اجزای بخش‌هایی که می‌توان گفت بیانگر صنایع خلاق هستند به دقت برآورد شوند.

(ب) برآوردهای ارزش افزوده ویژه صنعت

۱۹۴- در صورت وجود محدودیت‌های آماری مربوط به جدول‌های ورودی-خروجی، در بیشتر بررسی‌ها از رویکرد مبتنی بر آمار صنایع استفاده می‌شود که مطابق آن می‌توان ارزش افزوده و اشتغال را برحسب کدهای صنعت و مطابق با چارچوب نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ به طور مجزا ارزیابی کرد.

۱۹۵- این شاخص‌ها را می‌توان به جای جدول‌های ورودی-خروجی کل اقتصاد و یا همراه با آن‌ها به کار برد. البته، لازم به یادآوری است که تعدادی از برآوردهای ارزش افزوده ویژه صنعت عمدتاً برای به‌روزرسانی جدول‌های ورودی-خروجی انجام شده‌اند. محدودیت دیگر این است که شاخص‌ها ممکن است برای تمامی بخش‌های صنعت به طور منظم مشخص نشده باشند و فقدان برخی از گروه‌های صنایع موجب کاهش دقت اطلاعات مربوط به یک بخش خاص می‌شود.

۱۹۶- در مواردی که چنین داده‌هایی وجود ندارد، می‌توان نظرسنجی‌های خاصی که پیشنهاد شده‌اند را انجام داد. هدف این است که شرکت‌هایی را که ظاهراً نماینده صنایع کپی‌رایت هستند، مشخص شوند و سپس تفاوت بین فروش نهایی آن‌ها و ورودی آن‌ها مورد ارزیابی قرار گیرد. مشکل این رویکرد این است که برای این که به لحاظ آماری معتبر باشد، باید تعداد نمونه‌ها زیاد باشد و فراتر از بسیاری از مرزهای بخشی سنتی باشد. در نتیجه، چنین نظرسنجی مستلزم هزینه بسیار زیادی است و تمایل براین است که فقط تعداد معدودی و نه تعداد زیادی از شرکت‌ها به‌عنوان نمونه مورد بررسی قرار گیرند. مسلماً از طریق اختصاص سرمایه بیشتر به این نظرسنجی‌ها می‌توان آمار درستی را کسب کرد.

### (پ) ارزش فعلی و ثابت

۱۹۷- در کشورهایی که نتایج چند سال در بررسی‌ها گردآوری می‌شود، توصیه می‌شود که مجموع ارزش افزوده نه تنها برحسب شرایط فعلی (صوری) بلکه براساس شرایط ثابت (واقعی) ارائه شود. معمولاً تغییرات صورت گرفته در طول زمان در زمینه ارزش‌های فعلی جریان کالا و خدمات و بسیاری از انواع دارایی را می‌توان به تغییر قیمت این کالاها و خدمات یا دارایی‌ها و یا این که به تغییر ظرفیت آن‌ها تفکیک کرد. این امر مستلزم استفاده دقیق از نظریه اقتصادی<sup>۱</sup> و رویکردهای متعارف جهت شاخص‌گذاری نظریه اعداد<sup>۲</sup> به‌علاوه گردآوری شاخص‌های مناسب قیمت که

1. Economic theory  
2. Number theory

تغییرات قیمت سبدهای کالا و خدمات یا دارایی‌های مرتبط را در برمی‌گیرند (نظیر شاخص‌های قیمت مصرف‌کننده، شاخص‌های قیمت تولیدکننده ...) می‌باشد. شاخص‌های قیمت امکان محاسبه ارزش افزوده برحسب قیمت‌های ثابت را از طریق کاهش ارزش‌های فعلی فراهم می‌آورند. در این مورد چنین گفته می‌شود که جریان یا موجودی برحسب شرایط واقعی هستند و بیانگر ارزش‌ها برحسب قدرت خرید ثابت<sup>۱</sup> هستند. مقایسه‌های بین‌فضایی بین کشورها مشکلات مشابه و البته حتی پیچیده‌تری را در مقایسه با مقایسه‌های بین‌زمانی در بردارند. زیرا این نوع مقایسه‌ها مستلزم مقایسه‌های ارز از جمله نرخ تبادل ارز هستند. به‌عنوان مثال، برابری قدرت خرید نشان می‌دهد کدام نرخ تبادل ارز بین دو ارز مورد نیاز است تا تبادل ارز هم‌تراز با قدرت خرید ارزهای دو کشور (از نظر سبد کالاها و خدمات مشابه) باشد.

**۱۹۸-** به‌طور معمول، داده‌های مربوط به صنایع باید برحسب ارزش‌های فعلی و ثابت حداقل در سطح سه رقمی و ترجیحاً در سطح چهار رقمی باشند. سپس این داده‌ها را می‌توان در مورد گروه‌های صنایع پایین‌تر اعمال کرد و آن‌ها را برحسب کاهش یا افزایش قیمت‌های فعلی نسبت به ارزش قیمت‌های ثابت در یک دوره معین، برای تعیین نرخ تورم یا کاهش قیمت محصولات کپی‌رایت در هر صنعت مورد استفاده قرار داد. این امر پیامدهای مهمی را برای تعیین سهم صنایع کپی‌رایت از رشد اقتصادی (تولید ناخالص داخلی) در بردارد (به‌بخش بعد رجوع شود). چنانچه ارزش‌های فعلی در نظر گرفته شوند، در نتیجه تورم بالاتر از تورم مشاهده شده در کل اقتصاد، سهم یک بخش افزایش می‌یابد؛ در حالی که اگر تورم پایین‌تر باشد، علت آن این است که نرخ پایین‌تر تورم بر این فعالیت‌ها تأثیر گذار بوده است. به‌منظور اجتناب از تأثیر تغییرات قیمت، ارزش‌های ثابت از این جهت مطلوب هستند که ظرفیت (کمیت) واقعی حائز اهمیت است. غالباً، گردآوری شاخص‌های قیمت فراتر از حوزه بررسی‌های صنایع کپی‌رایت قرار می‌گیرد، زیرا مستلزم منابع و زمان زیادی است و بنابراین در مواردی که اطلاعات به راحتی در دسترس است، توصیه می‌شود که از ارقام ثابت و واقعی استفاده شود.

**۱۹۹-** متأسفانه، این گونه اطلاعات صرفاً برای تعدادی محدودی از کشورها موجود است<sup>۲</sup>. با این وجود در مورد بسیاری از کشورها مشاهده شده است که صنایع کپی‌رایت با نرخ سریع‌تر از اقتصاد کل در هر دو شرایط فعلی و ثابت رشد یافته‌اند که بیانگر اهمیت این صنایع در رشد اقتصادی است. افزایش بیشتر ارزش‌های ثابت در مقایسه با ارزش‌های فعلی نشان می‌دهد که قیمت محصولات صنایع کپی‌رایت در حال کاهش است و یا این که در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصاد، سهم آن‌ها در تغییر تولید ناخالص داخلی به میزان کمتری تغییر می‌یابد. در چنین شرایطی، با توجه به این که تولید محصولات کپی‌رایت در شرایط واقعی (کمیت‌ها) افزایش یافته و در رشد اقتصادی نقش مثبتی ایفا کرده است، جامعه از رفاه بیشتری برخوردار است.

1. Constant purchasing power

۲. به‌عنوان مثال به منابع زیر رجوع شود:

Leo, K.M. et al., 'The Economic Contribution of Copyright Industries in Singapore,' and Wall Comm., 'The Economic Contribution of Copyright Industries in Canada,' both in WIPO (2006), National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series, No. 1, Geneva; Cañaneda, A. et al. (2008) 'The Economic Contribution of Copyright Industries in Colombia,' in WIPO (2008), National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series, No. 3, Geneva



#### ۴-۲-۵ شاخص‌های بازار کار: سهم از اشتغال و حقوق

۲۰۰- اشتغال متغیر مهمی در بررسی اقتصادی فعالیت‌های تولیدی محسوب می‌شود و این امر در مورد صنایع کپی‌رایت نیز صدق می‌کند. به طور کلی، فعالیت‌های کپی‌رایت نسبتاً کارمحور هستند و از این رو، انتظارات زیادی درباره تأثیر آن‌ها بر اشتغال و درآمد شخصی نیروی کار در کشور وجود دارد.

۲۰۱- اشتغال در بخش‌های کپی‌رایت را می‌توان به روش‌های متعددی محاسبه کرد:

- براساس بررسی‌های ویژه صنعت که توسط سازمان‌های رسمی آمار، نهادهای دولتی یا بخش‌های خصوصی اجرا می‌شوند؛

- براساس نتایج سرشماری- مزیت این رویکرد این است که طبقه‌بندی مشاغل در سطح نسبتاً جامعی صورت می‌گیرد و بنابراین تقسیم‌بندی اشتغال به مشاغل خاص، اساس نگرش مهمی را تشکیل می‌دهد؛ البته مشکل این رویکرد این است که با توجه به این که سرشماری اشتغال به‌عنوان مثال در یک روز واحد هر پنج سال صورت می‌گیرد، نتایج سرشماری ثابت است؛ و
- براساس جدول‌های ورودی- خروجی.

۲۰۲- ارزیابی اشتغال با استفاده از شاخص‌های متعددی که مکمل یکدیگرند، مزایای متعددی دارد. این شاخص‌ها عبارتند از:

- اشتغال؛

- اشتغال معادل تمام‌وقت<sup>۱</sup> (FTE)؛

- کل ساعات کاری؛ و

- دستمزد کارمندان.

۲۰۳- با اذعان به این که اشتغال دائمی یا تمام‌وقت در بسیاری از صنایع کپی‌رایت وجود ندارد، معیار اشتغال باید بر مبنای اشتغال معادل تمام‌وقت باشد و چنانچه عقیده بر این باشد که سایر معیارها نیز مورد نیاز هستند، این معیارها باید به‌عنوان توصیف‌گرهای مکمل در نظر گرفته شوند.

۲۰۴- زمانی که حقوق و دستمزد به‌عنوان یک معیار کلیدی در نظر گرفته می‌شود، این مشکل احتمالی وجود دارد که میزان حقوق و دستمزد، در برآوردهای ارزش افزوده و درآمد انعکاس داده شوند که برای محاسبه اندازه نسبی صنایع کپی‌رایت به کار می‌روند. بنابراین، در صورتی که حقوق دستمزد به‌عنوان شاخص کلیدی در نظر گرفته شود، احتمال شمارش مضاعف وجود دارد.

۲۰۵- مشابه بررسی مذکور در بخش ۵-۳-۱، می‌توان اشتغال را به روش‌های متعددی به شرح زیر برآورد کرد:

1. Full-time equivalent employment

- استفاده از جدول‌های ورودی- خروجی منطقه‌ای؛
- روابط میانگین بین اشتغال و خروجی‌ها؛ و
- تجزیه و تحلیل رگرسیون در کشورها به منظور برآورد اشتغال با توجه به متغیرهای خاص کپی‌رایت و اقتصاد کلان.

### ۳-۴-۵ تجارت خارجی

۲۰۶- آمار صادرات و واردات معمولاً توسط بانک‌های مرکزی گردآوری می‌شوند و در عین حال، سازمان‌های مدیریت کپی‌رایت<sup>۱</sup> (CMO) منبع احتمالی اطلاعات مربوط به پرداخت حق امتیاز هستند. ارزش صنایع کپی‌رایت ملی از نظر واردات و صادرات کشور به عنوان شاخص روند<sup>۲</sup> محسوب می‌شود که باید در سیاست‌گذاری مورد توجه قرار گیرد. همزمان، جمع‌آوری چنین آماری از این جهت مهم است که بسیاری از محصولات تحت حمایت کپی‌رایت (نظیر کتاب، موسیقی، فیلم...) در بازارهای جهانی ارائه می‌شوند و بیانگر نقش خاص کپی‌رایت هستند که به عنوان بخشی از مالکیت فکری در مذاکرات تجارت بین‌المللی ایفای نقش می‌کنند. در مباحث مربوطه، طرفداران تجارت آزاد کالاهای فرهنگی در مقابل طرفداران «استثنای فرهنگی»<sup>۳</sup> قرار دارند.

۲۰۷- اگر چه رویکرد استاندارد بر ارزش‌های پولی جریان مبادلات تجاری متمرکز است، ولی ارزیابی سهم کپی‌رایت از تجارت یک کشور (سهم کل صادرات و واردات) و همچنین سهم تراز تجاری محصولات کپی‌رایت (صادرات منهای واردات) از تراز حساب فعلی کشور به عنوان یک رویکرد مکمل در نظر گرفته می‌شود (به بخش بعدی رجوع شود).

۲۰۸- یونسکو<sup>۴</sup> و آنکتاد<sup>۵</sup> در زمینه تعیین روش مشترک و طبقه‌بندی جریان محصولات فرهنگی (کالاها و خدمات) در سراسر جهان همواره تلاش کرده‌اند. ارقام جمع‌آوری شده توسط آنکتاد نشان می‌دهند که تجارت جهانی کالاها و خدمات خلاق (صادرات به علاوه واردات)، رکورد کل ۶۲۴ میلیارد دلاری را در سال ۲۰۱۱ داشته است و این در حالی است که این رقم در سال ۲۰۱۰ برابر با ۵۵۹/۵ میلیارد دلار آمریکا بوده است. آمار و ارقام نشان می‌دهند که تجارت بین‌المللی غالباً بین کشورهای پیشرفته به استثنای چین صورت می‌گیرد. چین صادرکننده اصلی کالاهای فیزیکی خلاق محسوب می‌شود. صادرات محصولات خلاق آن با افزایش سه برابری از ۳۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۲ به ۱۲۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱ رسیده است و نرخ رشد سالانه آن برابر با ۱۴/۷ درصد بوده است.<sup>۶</sup> چین در زمینه ایجاد، تولید و تجارت مجموعه‌ای از محصولات خلاق سنتی و فناوری پیشرفته فعالیت دارد که در داخل و یا خارج از کشور ایجاد

1. Copyright Management Organizations

2. Indicator of trends

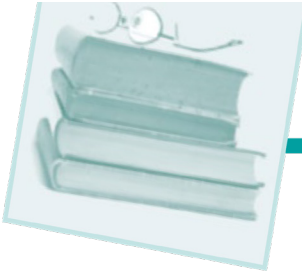
3. "Cultural exception"

4. UNESCO (2005), International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Institute for Statistics, Montreal

۵. به پایگاه داده جهانی آنکتاد درباره اقتصاد خلاق رجوع شود.

۶. همچنین به منبع زیر رجوع شود:

NCAC, 'The Economic Contribution of Copyright Industries in China,' in WIPO (2011), National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series, No. 4, Geneva



یا طراحی می‌شوند. به همین ترتیب در ارتباط با خدمات، ایالات متحده آمریکا در زمینه فروش خارجی یا صادرات به‌ویژه در بخش‌های صوتی- تصویری، انتشارات و مهم‌تر از همه نرم‌افزار کامپیوتر پیشگام است و ارزش آن برابر با ۱۴۲ میلیارد دلار است.<sup>۱</sup>

۲۰۹- عوامل بسیاری بیانگر تجارت دو جانبه محصولات کپی‌رایت، خلاق یا فرهنگی هستند. علاوه بر متغیرهای معمول در ارتباط با اختلافات فضایی<sup>۲</sup> (هزینه‌های حمل‌ونقل) و اختلافات مرتبط با امور غیر از حمل‌ونقل (تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای)، نشان داده شده است که «مجاورت» فرهنگی یا شباهت فرهنگی از نظر اولویت‌ها (سلايق) نظیر زبان مشترک یا روابط استعماری تا حد زیادی بیانگر ظرفیت‌های تجاری است. این عوامل همچنین اثر سرریز<sup>۳</sup> مثبتی بر کالاهای مرتبط بدون کپی‌رایت دارند. در مقالات علمی در این حوزه، عوامل تعیین‌کننده تجارت کپی‌رایت شرح داده شده‌اند.<sup>۴</sup>

۲۱۰- همیشه نمی‌توان به راحتی و به طور عملی بین تجارت کالا و تجارت خدمات تمایز قائل شد. هر چند خدمات، تولید و مصرف معمولاً به طور همزمان صورت می‌گیرند (نظیر اجراهای زنده در سالن‌های تئاتر)، ولی در مورد کالاها این امر صادق نیست (گوش دادن به سی‌دی یا تماشای دی‌وی‌دی). در نتیجه، در بررسی تجارت بین‌المللی باید این دو عنصر لحاظ شوند: تجارت فیزیکی (کالا) در محصولات کپی‌رایت و جریان خدمات از جمله دستمزد، حق کمیسیون و حق امتیاز.

۲۱۱- براساس آمار برگرفته از پایگاه داده COMTRADE که مبتنی بر طبقه‌بندی‌های SITC و IMTS Rev.2 و Rev.4 هستند، می‌توان تجارت فیزیکی (کالا) در محصولات کپی‌رایت را نسبتاً به راحتی مورد بررسی قرار داد. آمار مربوطه توسط مراکز زیر منتشر می‌شوند:

۱. سازمان‌های ملی آمار و بانک‌های مرکزی.
۲. سازمان‌های فراملی آمار: به‌ویژه این که داده‌های مربوط به تجارت کالا و خدمات خلاق مرتباً توسط آنکتاد تهیه می‌شود (پایگاه داده جهانی اقتصاد خلاق آنکتاد<sup>۵</sup>). هر چند آمار جامعی نیز در ارتباط با جریان تجارت جهانی توسط صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی ارائه می‌شوند. البته باید خاطر نشان کرد که این پایگاه داده‌ها عمدتاً حاوی اطلاعات ارائه شده توسط سازمان‌های ملی آمار و دولت‌ها هستند.
۳. انجمن‌های صنایع اصلی: این انجمن‌ها در بخش‌های کپی‌رایت اصلی نظیر موسیقی و فیلم فعالیت دارند و مایل به جمع‌آوری و انتشار آمار تجارت بین‌المللی هستند.
۴. نظرسنجی‌های ویژه: این نظرسنجی‌ها به اطلاعات جمع‌آوری شده و همچنین به هزینه کل بررسی‌ها افزوده می‌شوند.

1. Siwek, S.E. (2013), Copyright Industries in the U.S. Economy. The 2013 Report, Economist Incorporated, Washington

2. Spatial-related frictions

3. Spillover effect

4. به‌عنوان مثال به منبع زیر رجوع شود: Disdier, A.C., Tai, S.H.T., Fontagne, L. and Mayer, T. (2010), 'Bilateral Trade in Cultural Goods,' Review of World Economy, 145, pp. 75-595

5. UNCTAD'S Global Database or the Creative Economy

در ارتباط با جریان خدمات از جمله دستمزد، حق کمیسیون و حق امتیاز، احتمال دارد که این اطلاعات نسبت به خطاهای نمونه‌گیری و تغییر بسیار آسیب‌پذیر باشند و احتمال کمتری وجود دارد که در کشورهای در حال توسعه چنین اطلاعاتی وجود داشته باشد. در آخرین نسخه کتاب راهنمای تراز پرداخت‌ها و موقعیت سرمایه‌گذاری بین‌المللی<sup>۱</sup> (BMP6) که توسط صندوق بین‌المللی پول انتشار یافته است، به تعریف و طبقه‌بندی هزینه‌های کپی‌رایت و مالکیت فکری نظیر دستمزد، حق کمیسیون و حق امتیاز پرداخته شده است. به‌ویژه، نحوه محاسبه هزینه‌های استفاده از کپی‌رایت و مجوزهای تکثیر یا توزیع (یا هر دو مورد تکثیر یا توزیع) مالکیت فکری به کار برده شده در نسخه‌های اصلی یا نمونه‌های اصلی (نظیر کپی‌رایت کتاب‌ها و نسخه‌های خطی، نرم‌افزار کامپیوتر، آثار سینمایی و ضبط صدا) و حقوق مرتبط (نظیر اجراهای زنده، و پخش تلویزیون کابلی و ماهواره‌ای) مورد بررسی قرار گرفته است.<sup>۲</sup> به‌علاوه، در طبقه‌بندی‌های موجود، خدمات و دستمزدهای مربوط به تولید فیلم سینمایی (فیلم، نوار ویدئویی، دیسک، انتقال الکترونیکی و غیره)، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی (زنده و به صورت نوار) و ضبط موسیقی لحاظ شده است.<sup>۳</sup> مبالغ قابل وصول و یا قابل پرداخت برای اجاره محصولات صوتی - تصویری و محصولات مرتبط و دستمزدهای بازیگران، کارگردانان و تولیدکنندگان محصولات تئاتر و موسیقی نیز در نظر گرفته شده است. در نهایت، نسخه‌های خطی و محصولاتتی که ضبط شده و به تولید انبوه رسیده و به طور یکجا و یا برای استفاده دائمی خریداری یا فروخته می‌شوند، در صورتی که به طور الکترونیکی عرضه شوند، در حوزه خدمات صوتی - تصویری و خدمات مرتبط قرار می‌گیرند.

## ۵-۵ عملکرد صنایع کپی‌رایت در اقتصادهای ملی

۲۱۲- چنین پیش‌بینی شده بود که با استفاده از اولین مجموعه شاخص‌های اندازه‌ی مربوط به ارزش افزوده صنایع کپی‌رایت، اشتغال و تجارت خارجی، می‌توان دومین مجموعه از شاخص‌های عملکرد را به شرح زیر تعیین کرد.

### ۵-۵-۱ بهره‌وری کار

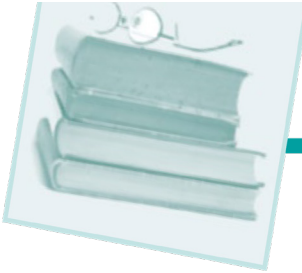
۲۱۳- بهره‌وری کار براساس ارزش افزوده، تنها آمار بهره‌وری است که اغلب محاسبه می‌شود. بهره‌وری کار شامل ساده‌ترین معیار تک‌عاملی عملکرد می‌باشد و مطابق آن، شاخص کمیّت خروجی (ارزش افزوده) به شاخص کمیّت واحد کار (تعداد کارمندان یا مشاغل معادل تمام‌وقت) نسبت داده می‌شود. به طور کلی، تناقض زیادی در مورد بهره‌وری کار در صنایع کپی‌رایت وجود دارد و بخش‌های رسانه‌های گروهی و صوتی - تصویری به دلیل این که سرمایه‌محور هستند، بالاترین ارزش را نشان می‌دهند، در حالی که اجراهای زنده و صنایع دستی به دلیل این که کارمحور هستند، پایین‌ترین ارزش را نمایش می‌دهند. بنابراین تصویر کلی در مورد بهره‌وری کار در صنایع کپی‌رایت وجود ندارد.

1. The Balance of Payments and International Investment Position Manual

2. Balance of Payments and International Investment Position Manual, BMP6 (IMF, 2009, p. 175)

این موارد در گروه h شامل هزینه‌های استفاده از مالکیت فکری طبقه‌بندی شده‌اند.

۳. همان منبع، صفحه ۱۷۹. این موارد در گروه k شامل خدمات شخصی، فرهنگی و تفریحی طبقه‌بندی شده‌اند.



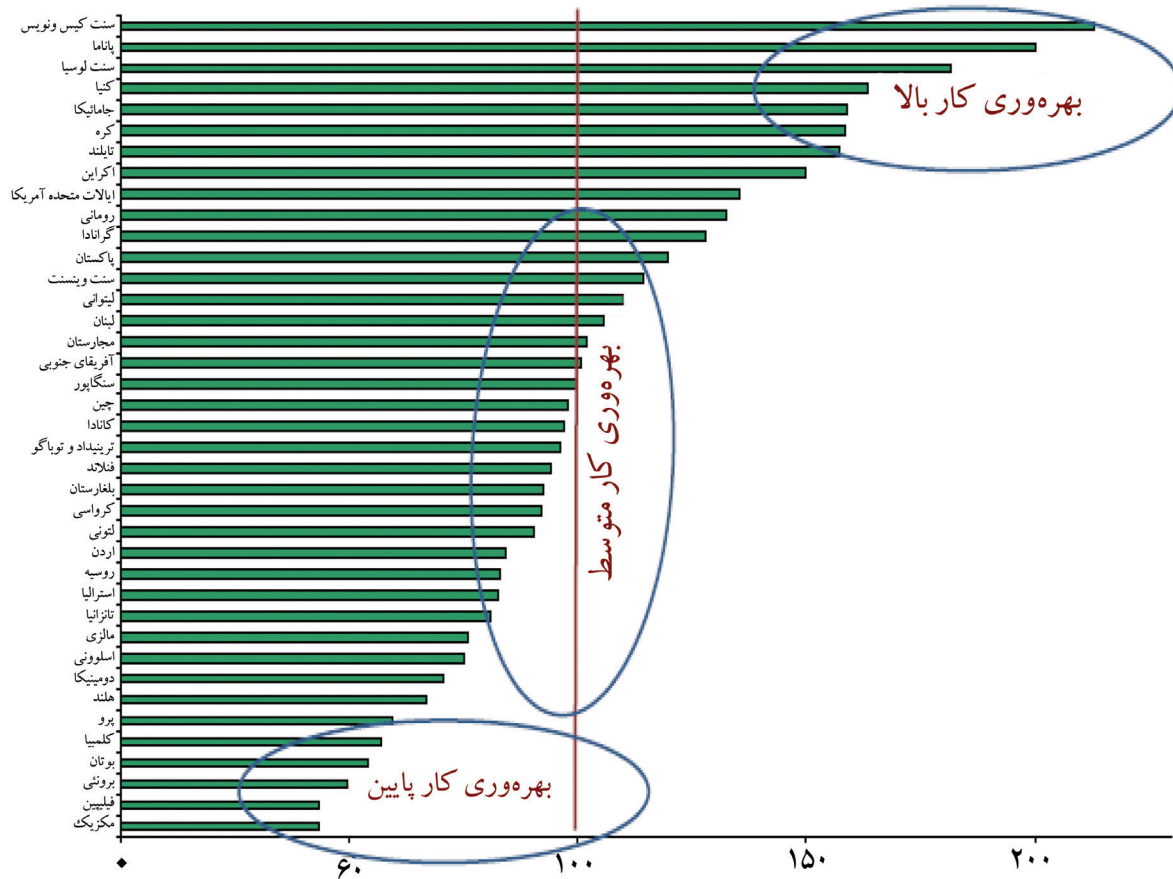
۲۱۴- بهره‌وری کار تعبیر نسبتاً ساده‌ای دارد: بهره‌وری کار نشان می‌دهد چگونه کار مولد جهت کسب ارزش افزوده به کار برده می‌شود. براساس تغییرات بهره‌وری کار می‌توان تأثیر مشترک تغییرات بر عوامل متعدد از جمله تغییرات فنی (بی طرفانه و مغرضانه)؛ تغییرات سازمانی و بازده (فنی و اختصاصی) در (ساختار صنعتی) شرکت‌ها و بین آن‌ها؛ و اثرات اقتصاد مقیاس، درجات مختلف کاربرد ظرفیت، و خطاهای محاسبه را به اختصار بیان کرد. البته، از آنجا که بهره‌وری کار صرفاً بیانگر بهره‌وری از نظر ظرفیت‌های شخصی کارگران یا شدت تلاش آن‌هاست، نمی‌توان با استفاده از آن اطلاعات دیگری را به‌ویژه اطلاعات مربوط به تأثیرات تلفیقی تغییرات ورودی‌های سرمایه، ورودی‌های واسطه‌ای و بهره‌وری کل (چند عاملی) کسب کرد<sup>۱</sup>.

۲۱۵- با این وجود با هدف بررسی‌های حاضر، بهره‌وری کار امکان ایجاد ارتباط خرد- کلان نظیر سهم صنعت از بهره‌وری کار کل اقتصاد و رشد اقتصادی را فراهم می‌آورد. در سطح کل، در مواردی که حقوق کارمند (درآمد) موجود است، بهره‌وری کار با سرانه درآمد -به‌عنوان معیار متداول استانداردهای زندگی- ارتباط مستقیمی دارد. با تطبیق تغییرات ساعات کاری، بیکاری، نرخ مشارکت نیروی کار و جمعیت‌شناختی می‌توان این معیار را توصیف کرد. از دیدگاه سیاستی، بهره‌وری کار براساس ارزش افزوده به‌عنوان آمار مرجع در چانه‌زنی دستمزد<sup>۲</sup> حائز اهمیت است و در بخش‌های مختلف می‌توان آن را مورد مقایسه قرار داد.

۲۱۶- با توجه به نتایج بررسی‌های صورت گرفته طی دهه گذشته، می‌توان بهره‌وری کار صنایع کپی رایت را متناسب با بهره‌وری کار اقتصاد کل از طریق محاسبه نسبت سهم ارزش افزوده صنایع کپی رایت از تولید ناخالص داخلی به سهم تعداد کارمندان در اشتغال کل محاسبه کرد. پس از نرمال‌سازی ارزش آن‌ها از طریق میانگین و شاخص‌گذاری میانگین تا ۱۰۰ می‌توان مشاهده کرد که چنانچه شاخصی بالاتر از این ارزش باشد، بدین معناست که سهم بالاتر خروجی تولید ناخالص داخلی از صنایع خلاق با سهم کمتری از ورودی کار حاصل می‌شود. مقایسه رتبه کشورها (به نمودار ۶-۱ رجوع شود) با رتبه آن‌ها از نظر سهم صنایع خلاق از تولید ناخالص داخلی و اشتغال ملی (به فصل ۱ رجوع شود) نشان می‌دهد که کشورهایی که دارای بالاترین بهره‌وری کار هستند، الزاماً سهم بالایی از تولید ناخالص داخلی یا حتی کار را ندارند که این امر به منزله انحراف از الگوی مورد نظر است. شاخص‌های بهره‌وری بالا در کشورها از ارزش پولی زیاد به ازای هر واحد کار نشأت می‌گیرند. در برخی موارد، ارزش‌های شاخص را می‌توان با سهم نسبتاً پایین اشتغال رسمی در بخش خلاق توصیف کرد.

1. OECD (2001), Measuring Productivity, Organization for Economic Cooperation and Development, Paris; and Freeman, R. (2008), Labor Productivity Indicators, OECD Statistics Directorate, Paris  
2. Wage bargaining

نمودار ۵-۱ شاخص بهره‌وری نسبی کار، کشورهای مورد نظر



منبع: WIPO's National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series

۵-۲ تراز تجارت خارجی

۲۱۷- تفاوت بین ارزش صادرات و واردات (تراز تجاری<sup>۱</sup>) بخشی از تراز حساب فعلی (به‌علاوه تراز درآمدها اولیه و ثانویه) محسوب می‌شود<sup>۲</sup> که ارزش آن بیانگر شکاف بین پس‌انداز و سرمایه‌گذاری در یک اقتصاد است و به خالص وام‌دهی یا خالص وام‌گیری<sup>۳</sup> منجر می‌شود. مازاد حساب جاری باعث افزایش دارایی‌های خارجی خالص کشور به مبلغ متناظر (خالص وام‌دهی) می‌شود و کسری حساب جاری اثر معکوس دارد (خالص وام‌گیری).

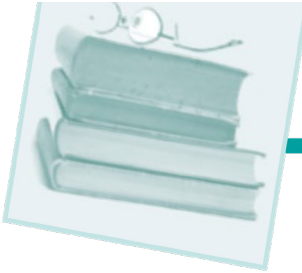
۲۱۸- در مواردی که ارزش صادرات متجاوز از ارزش واردات است، این امر منجر به فروش خالص مثبت به سایر

1. Balance of trade

۲. برای این «تراز حساب فعلی» نامیده می‌شود که به طور کلی، کالا و خدمات صادراتی و وارداتی در زمان حال تولید شده و مصرف می‌شوند.

3. Net lending or net borrowing





بخش‌های جهان می‌شود و بنابراین به مازاد حساب جاری کمک می‌کند، در حالی که فروش خالص منفی به خارج از کشور به طور کلی منجر به کسری حساب جاری می‌شود. تراز تجاری معمولاً بزرگ‌ترین مؤلفه حساب جاری است و بنابراین مازاد حساب جاری معمولاً با صادرات خالص مثبت (مازاد تجاری) و برعکس (کسری تجاری) ارتباط دارد.

۲۱۹- از آنجا که مازاد تجاری باعث افزایش تولید ناخالص داخلی و کسری تجاری موجب کاهش آن می‌شود، صنایعی که دارای تراز تجاری مثبت هستند، به‌عنوان تولیدکنندگان درآمد و شغل در نظر گرفته می‌شوند و از این رو، واجد شرایط حمایت واسطه‌ای نمایندگان اقتصادی و به ویژه سازمان‌های دولتی هستند. برعکس آن هم زمانی صادق است که صنعتی دارای کسری تجاری باشد. در چنین ساختاری، تراز تجاری به‌عنوان شاخص رقابت‌پذیری یک صنعت در بازار جهانی در نظر گرفته می‌شود. در صورت فقدان موانع تجاری غیر از حمل و نقل<sup>۱</sup> (تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای) و به‌ویژه در حوزه‌های «بازار واحد»، تراز تجاری نشان می‌دهد که آیا یک کشور در زمینه هزینه‌های تولید (به‌ویژه کار از این جهت که این فاکتور بیانگر بزرگ‌ترین سهم هزینه‌های عملیاتی در بسیاری از صنایع و همچنین هزینه‌های سرمایه‌ای، مالیات‌ها، یارانه‌ها ... است) سودی کسب می‌کند و آیا قادر به بهره‌گیری از مزایای تجارت بین‌المللی می‌باشد یا خیر.

۲۲۰- مطابق نتایج بررسی بسیاری از کشورها، کشورهای غیرانگلیسی‌زبان به طور کلی واردکنندگان خالص صنایع صوتی- تصویری، رسانه و نرم‌افزار به شمار می‌آیند که دلیل آن این است که کشورهای انگلوساکسون و به‌ویژه ایالات متحده از بازارهای داخلی بزرگی برخوردارند و در نتیجه، شرکت‌ها قادر به بهره‌گیری از اقتصاد مقیاس، صرفه اقتصادی ناشی از وسعت و اقتصاد تراکم<sup>۲</sup> مرتبط با صنایع سرمایه‌محور می‌باشند<sup>۳</sup>. البته وضعیت صنایع کپی‌رایت غیر اصلی به میزان کمتری واضح است و در گروه‌های متعدد تفاوت قابل توجهی دارند. به‌عنوان مثال، کشورهای در حال توسعه، صادرکنندگان خالص محصولات وابسته (به عبارتی دستگاه‌های تلویزیون، تجهیزات الکترونیکی، سخت‌افزار ...) محسوب می‌شوند، زیرا این کشورها دارای مزیت هزینه‌ای کار<sup>۴</sup> واضح در فعالیت‌های تولیدی هستند و این امر به نوبه خود موجب تسهیل روند ایجاد، تولید و استفاده از محصولات کپی‌رایت می‌شود. به‌عنوان نمونه می‌توان به کشور چین و کشورهای آسیای جنوب شرقی اشاره کرد که در بالا ذکر شد. همچنین این امر در مورد مکزیک و سایر کشورهای آمریکای لاتین نیز صدق می‌کند<sup>۵</sup>.

1. Non-transport trade barriers
2. Economies of density

۳. کانادا و استرالیا استثنا هستند و همواره با کسری تجاری در صنایع کپی‌رایت مواجه هستند. به منابع زیر رجوع شود:

Wall Comm, 'The Economic Contribution of Copyright Industries in Canada,' in WIPO (2006), National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series, No. 1, Geneva; Thorpe, J., 'The Economic Contribution of Copyright Industries in Australia,' in WIPO (2011), National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series, No. 4, Geneva

4. Labor cost advantage

۵. این امر در مورد تسهیلات تولیدی («ماکیولادورا») صادق است که در مکزیک پس از اجرای موافقت‌نامه تجارت آزاد آمریکای شمالی (فتا) در اول ژانویه ۱۹۹۴ راه‌اندازی شد. رجوع شود به:

V. Marquez-Mees et al., 'The Economic Contribution of Copyright Industries in Mexico,' in WIPO (2007), National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series, No. 2, Geneva

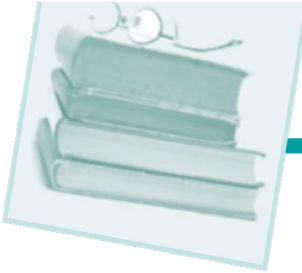
### ۵-۳-۵ سهم صنایع کپی‌رایت از رشد اقتصادی

۲۲۱- کشورهای متعدد همواره گزارشاتی را به صورت منظم تهیه کرده‌اند که حاوی آمار سری‌های زمانی بوده و بر پویایی مطالعات می‌افزایند. در جدول ۵-۱ مجموعه نظام‌مند نتایج حاصله در دهه گذشته نشان داده شده است که توسط سازمان جهانی مالکیت فکری در مجموعه بررسی‌های ملی خود درباره ارزیابی سهم اقتصادی صنایع کپی‌رایت منتشر شده است. در بیشتر کشورها، نرخ رشد صنایع کپی‌رایت بالاتر از نرخ رشد اقتصاد ملی است. تفاوت‌های موجود به این بستگی دارد که آیا ارقام برحسب ارزش‌های فعلی (صوری) و یا ارزش‌های ثابت (واقعی) جمع‌آوری شده‌اند و بنابراین تأثیر تورم و موقعیت خاص کشور در چرخه اقتصادی را شامل می‌شوند.

#### جدول ۵-۱ مجموع نرخ رشد ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی ملی در صنایع کپی‌رایت، کشورهای مورد نظر

کشور	دوره زمانی	ارزش‌های فعلی یا ثابت	مجموع نرخ رشد (%)	
			صنایع کپی‌رایت	اقتصاد
سنگاپور (صنایع کپی‌رایت اصلی)	۱۹۸۶-۲۰۰۱	ثابت	۸/۹	۷/۶
کانادا	۱۹۹۱-۲۰۰۲	فعلی	۶/۵	۲/۶
مکزیک	۱۹۹۸-۲۰۰۳	فعلی	۳/۷	۱۰
کلمبیا	۲۰۰۰-۲۰۰۵	ثابت	۲۶/۳	۱۸/۳
استرالیا	۱۹۹۶-۲۰۰۷	فعلی	۶۶	۳۵
مالزی	۲۰۰۰-۲۰۰۵	ثابت	۱۰/۷	۳/۲
چین	۲۰۰۴-۲۰۰۶	فعلی	۷۱/۱	۳۱/۸
فنلاند	۲۰۰۵-۲۰۰۸	فعلی	۲۰	۲/۴
پاکستان	۲۰۰۴-۲۰۰۸	فعلی	۳۰	۲۸/۲
پاناما	۲۰۰۲-۲۰۰۶	ثابت	۱۹/۲	۳۰/۴
اسلونی	۲۰۰۲-۲۰۰۷	فعلی	۴۹/۲	۵۲/۲
بوتان	۲۰۰۵-۲۰۱۰	ثابت	۱۵	۹/۵
برونئی - دارالسلام	۲۰۰۵-۲۰۰۶	فعلی	-۷/۹	۱۵/۸
جمهوری کره	۲۰۰۶-۲۰۰۹	ثابت	۲۱/۹	۹/۶
تایلند	۲۰۰۲-۲۰۰۶	فعلی	۳۶/۶	۳۸/۷
ایالات متحده	۲۰۰۹-۲۰۱۲	ثابت	۵	۲/۱

منبع: WIPO National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright Industries, Creative Industries Series, Nos.1-6, Geneva; Siwek, S.E. (2013), Copyright Industries in the US Economy: The 2013 Report, Economists Incorporate, Washington



۲۲۲- با استفاده از روشی ساده که قبلاً در بررسی‌های دیگر آزموده شده است، می‌توان سهم صنایع کپی رایت از کل تولید ناخالص داخلی ملی و تغییرات اشتغال را به دقت محاسبه کرد!

۲۲۳- به طور کلی، سهم صنایع کپی رایت از کل نرخ رشد واقعی اقتصاد- اعم از این که برحسب تولید ناخالص داخلی یا اشتغال باشد- براساس سهم صنایع کپی رایت از متغیرهای مرتبط به‌عنوان عواملی مهم برآورد می‌شود. این متغیرها در ارتباط با نرخ رشد صنایع کپی رایت طی مدت زمان یکسان به کار برده می‌شوند و سپس به رشد کل اقتصاد نسبت داده می‌شوند. روند ساده محاسبه رشد را می‌توان با روش تجزیه و تحلیل تغییر- سهم<sup>۲</sup> گسترش داد و به صورت زیر ارائه داد. در اینجا، رشد تولید ناخالص داخلی به‌عنوان متغیر هدف در نظر گرفته شده است.<sup>۳</sup>

$$S_{CI} = \text{سهم کپی رایت اصلی از تولید ناخالص داخلی در سال } t$$

$$\Delta G_{CI} = \text{نرخ رشد کپی رایت اصلی در فاصله زمانی } t-1 \text{ تا } t$$

$$\Delta G_E = \text{نرخ رشد تولید ناخالص داخلی اقتصاد کل در فاصله زمانی } t-1 \text{ تا } t$$

با استفاده از فرمول زیر می‌توان سهم درصد صنایع کپی رایت اصلی  $\Delta S_{CI} (\%)$  از کل نرخ رشد اقتصاد را محاسبه کرد:

$$\Delta S_{CI} (\%) = [S_{CI} \times \Delta G_{CI}] / \Delta G_E \times 100$$

که در آن  $S_{CI} \times \Delta G_{CI}$  بیانگر نرخ رشد صنایع کپی رایت اصلی است.

۲۲۴- با جایگزینی سهم صنایع کپی رایت وابسته، نسبی یا غیر اختصاصی با سهم صنایع اصلی،  $S_{CI}$ ، می‌توان این روش ساده را برای سایر گروه‌های صنایع به کاربرد و به همین ترتیب می‌توان از آن در مورد اشتغال و سایر متغیرهای مرتبط در بررسی نیز استفاده کرد.

۲۲۵- به‌عنوان مثال براساس این روند در فاصله سال‌های ۲۰۰۳ و ۲۰۰۷، علاوه بر این که سهم صنایع کپی رایت ایالات متحده از تولید ناخالص داخلی آن در شرایط واقعی افزایش یافت که فراتر از اقتصاد کل بود (در این فاصله زمانی، نرخ رشد ترکیبی مورد نظر آن‌ها ۸ درصد در مقابل ۳ درصد بوده است)، حدود ۳۰ درصد از نرخ رشد کل تولید ناخالص داخلی را نیز دربرمی‌گرفتند.

## ۵-۶ نهادینه‌سازی چارچوب تحلیلی مناسب‌تر

۲۲۶- رویکردهای بیان شده در بخش‌های قبلی بیانگر چارچوب‌های تحلیلی اصلی هستند که به منظور بررسی سهم اقتصادی صنایع کپی رایت به کار برده می‌شوند.

1. Siwek, S.E. (2009), Copyright Industries in the US Economy: The 2003-2006 Report, Economists Incorporated, Washington

2. Shift-share analyses

3. Barff, Richard and Prentice, L. Knight III (1988), 'Dynamic Shift-Share Analysis,' Growth and Change, 19 (2):1-10. doi:10.1111/j.1468-2257.1988.tb00465.x

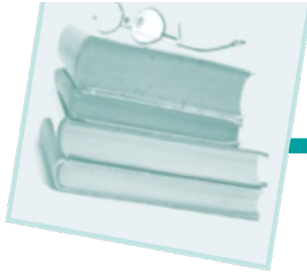
۲۲۷- با فرآیند یکسان‌سازی روش‌شناسی که قبلاً در بررسی‌های صنایع کپی‌رایت در سراسر جهان صورت گرفته است، می‌توان رد پای سایر صنایع مرتبط نظیر گردشگری را دنبال کرد. در نهایت باید بتوان نهادهای آماری فراملی و داخلی را متقاعد کرد که نسبت به یکسان‌سازی ارزیابی اندازه صنایع کپی‌رایت، خلاق و فرهنگی از طریق حساب‌های اقماری اقدام کنند. حساب‌های اقماری ادامه نظام حسابداری ملی هستند که امکان ارائه اطلاعاتی را فراهم می‌آورند که به طور جامع‌تر از نظام حسابداری ملی به بعد خاص اقتصاد می‌پردازند. حساب‌های اقماری مستلزم بازسازی اطلاعات موجود در حساب‌های ملی به گونه‌ای هستند که بتوان حوزه دارای اهمیت خاص اقتصادی یا اجتماعی را با دقت بیشتری مورد بررسی قرار داد. اصطلاح اقماری به این دلیل به کار برده می‌شود که اطلاعات ارائه شده فراتر از اطلاعاتی است که در حال حاضر براساس حساب‌های ملی ارائه می‌شوند.

۲۲۸- بنابراین چنانچه در فصل ۶ نشان داده شده است، در این مرحله از تحقیقات اقتصادی پیرامون بررسی صنایع کپی‌رایت و با توجه به تجربه حاصله طی دهه گذشته می‌توان گفت که در صورت وجود اطلاعات آماری موردنیاز، زمان ایجاد و گردآوری حساب‌های اقماری فرا رسیده است. در واقع، زمان تحقق شرایط مشخص شده در نسخه قبلی کتاب راهنما نزدیک است.

● استاندارد شناخته‌شده در سطح جهان ایجاد شده است؛

● سازمان‌های ملی و فراملی آمار در فرآیند ایجاد استانداردهای قابل مقایسه فعالیت دارند (به بخش ۴-۱ رجوع شود)؛ و

● فرآیند موردنظر نهادینه شده و مورد قبول دولت‌ها قرار گرفته است (به عبارتی نهادهای ملی کپی‌رایت و سازمان‌های آماری معمولاً به توضیح بررسی‌ها می‌پردازند) که نشان می‌دهد گروه‌های محلی از استقلال لازم جهت پیگیری بررسی‌های خود برخوردارند.



## فصل ۶

### روند ارزیابی

#### ۶-۱ مرور کلی

۲۲۹- در این فصل، نحوه سازماندهی اطلاعات مربوطه، نحوه تعیین ساختار تحقیق، معیارهای مورد بررسی و روش اجرای بررسی شرح داده شده است. همچنین، محدودیت‌ها و مشکلات کلی بررسی‌های قبلی مورد توجه قرار گرفته است.

۲۳۰- مطالب و نتایج ارائه شده مبتنی بر بررسی رویکردها و روش‌های موجود و مورد استفاده در بررسی‌های ملی قبلی به علاوه نظام حسابداری ملی (۲۰۰۸) هستند. براساس پیشنهادات می‌توان خاطر نشان کرد که بیشتر کشورها همچنان از نظام حسابداری ملی ۱۹۹۳ استفاده می‌کنند. مطابق روندهای توصیه شده، ارائه تعریف مناسبی از تجارت خدمات حائز اهمیت زیادی است.

۲۳۱- در این فصل مجموعه‌ای از ابزار معرفی شده است تا به کمک آن‌ها بتوان برآوردهای معتبری در هر کشور انجام داد. البته در ارتباط با شرایط ملی خاص، در نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ ایده اقلام و جدول‌های «مکمل» مطرح شده است که به اقلامی اشاره دارند که در برخی کشورها از اهمیت محدودی برخوردار هستند و یا این که اگر چه از اهمیت تحلیلی برخوردارند، ولی نمی‌توان آن‌ها را با همان استاندارد دقت مجموعه اصلی حساب‌ها، در جدول ارائه کرد.<sup>۱</sup>

۲۳۲- این رویکرد برای کشورهایی بیشتر توصیه می‌شود که در قوانین کپی‌رایت آن‌ها، حوزه‌های منحصر به فردی از حمایت تعریف شده است. به‌عنوان مثال، مطابق قوانین تایلند و توباگو، «آثار ماس<sup>۲</sup>» تحت حمایت هستند و بنابراین در بررسی این کشورها، مجموعه جداگانه‌ای از جدول‌ها برای آثار ماس در نظر گرفته شده است.

#### ۶-۱-۱ ایده‌های اصلی مربوط به نظام حسابداری ملی - حسابداری اقماری

۲۳۳- جمع‌آوری حساب‌ها برای اقتصاد کل و یا برای مجموعه واحدهای سازمانی که به گروه یکسانی از فعالیت‌ها (بخش یا زیربخش) تعلق دارند، هدف اصلی نظام حسابداری ملی محسوب می‌شود. در این کتاب راهنما، در زیرمجموعه مورد نظر، خروجی براساس ضمانت‌های مالکیت فکری کپی‌رایت تولید می‌شود. این زیرمجموعه‌ها شامل «بخش‌هایی» هستند که در حسابداری اقماری و نظام حسابداری ملی مفاهیم یکسانی دارند.

۲۳۴- پیشنهادات بیانگر دستورالعمل‌های کلی درباره حساب‌های اقماری ارائه شده در نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸ هستند و به‌ویژه حاوی توصیه‌های مربوط به تطبیق با یافته‌های جدید تحقیقات روش‌شناسی بین‌المللی و همچنین با

1. 2008 SNA, Preface, p. xlix  
2. Works of mas

شرایط اقتصادی در حال رشد بسیاری از کشورها از دهه ۱۹۹۰ همزمان با توسعه نظام حساب‌های ملی ۱۹۹۳ می‌باشند. ۲۳۵- براساس روش‌های حسابداری اقماری، اطلاعاتی افزوده می‌شوند که فراتر از چارچوب اصلی حسابداری ملی بوده و در سیاست‌گذاری اقتصادی به کار برده می‌شود. البته، این روش‌ها با چارچوب حسابداری ملی انطباق داشته و با آن قابل مقایسه هستند و در حال حاضر، به‌عنوان روش‌های مورد قبول جهت توسعه و آزمایش روش‌ها، شاخص‌ها و منابع داده جدید قلمداد می‌شوند.

۲۳۶- برای این که فعالیت‌های مبتنی بر کپی‌رایت را بتوان به روشی منطبق با چارچوب حسابداری اقماری نظام حسابداری ملی توصیف و ارزیابی کرد، در کتاب راهنمای سازمان جهانی مالکیت فکری چارچوب خاصی برای فعالیت‌های مبتنی بر کپی‌رایت شرح داده شده است که جایگزین چارچوب نظام حسابداری ملی است. براساس چنین رویکردی امکان تطبیق طبقه‌بندی‌های متعدد و همچنین امکان ارزیابی مجموعه‌های بیشتری میسر می‌شود و از این رو، می‌توان نشان داد چگونه کپی‌رایت در سراسر اقتصاد نفوذ پیدا می‌کند. در جریان کار می‌توان موارد زیر را با استناد به ایده‌های اصلی و خاص نظام حسابداری ملی تعیین کرد:

الف) هزینه ملی برای فعالیت‌های مبتنی بر کپی‌رایت که عبارتست از:

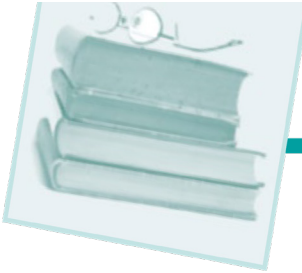
- (i) مصرف واسطه‌ای صنایع مبتنی بر کپی‌رایت؛ و
- (ii) مصرف نهایی صنایع مبتنی بر کپی‌رایت.

ب) گسترش مرز تولید به گونه‌ای که تولید مؤسسات وابسته به کپی‌رایت را در برگیرد. در برخی از کشورها، ممکن است مرز تولید به گونه‌ای گسترش داده شود که فعالیت‌های مؤسسات فعال در بخش خانوار را نیز در برگیرد، هر چند این فعالیت‌ها شامل تولید خدمات داخلی برای مصرف خانگی هستند.

پ) گسترش مفهوم دارایی‌های ثابت مورد استفاده در بخش کپی‌رایت به گونه‌ای که مصرف‌کنندگان متعددی را در برگیرند که در واقع به‌عنوان سرمایه برای تولید خروجی آینده و جریان درآمد برای مالکان آن‌ها کاربرد دارند و از این رو، مفهوم سرمایه‌گذاری را گسترش می‌دهند. این مرحله معمولاً شامل طبقه‌بندی مجدد سرمایه‌گذاری به شرح زیر است: (i) برخی از انواع مصرف واسطه‌ای (هزینه‌های کسب‌وکار) که عملاً جهت تولید کپی‌رایت به کار می‌روند؛ و (ii) برخی از انواع مصرف توسط دولت و سازمان‌های غیرانتفاعی که عملاً جهت تولید کپی‌رایت به کار می‌روند.

#### ۶-۱-۲ ویژگی‌های جدید

۲۳۷- ویژگی‌های جدید و خاص نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ که در این کتاب راهنما ذکر شده‌اند، باعث بهبود روند ارزیابی بخش کپی‌رایت می‌شوند. حتی در مواردی که آمار ملی براساس نظام حسابداری ملی ۱۹۹۳ ارائه شده‌اند، توصیه می‌شود که به نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ رجوع شود.



۲۳۸- در این کتاب راهنما پیشنهاد شده است که «دارایی‌های فکری» که قبلاً تحت عنوان «دارایی‌های تولیدی نامشهود»<sup>۱</sup> نامگذاری شده‌اند، به وضوح مورد بررسی قرار گیرند. در جدول ۶-۱ صورت‌حساب درآمد یک مؤسسه به صورت استاندارد ارائه شده است و در آن درآمد و هزینه‌های حاصل از دارایی‌ها در ترازنامه نشان داده شده است که حاوی دارایی‌ها، بدهی‌ها و سرمایه حاصل است که توسط نیروی انسانی جهت تولید خروجی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هدف اصلی از ارائه این جدول این است که بتوان سود قبل از درآمد<sup>۲</sup>، مالیات و بهره را مشخص کرد. در روش‌های جدید حسابداری باید تمایز دقیقی بین درآمدهای معمول و غیر معمول<sup>۳</sup> قائل شد.

۲۳۹- درآمدهای معمول شامل درآمدهای ناشی از فرآیند تولید استاندارد و به عبارتی درآمدهای ناشی از کاربرد سرمایه و نیروی انسانی بدون استفاده از مالکیت فکری است. درآمدهای غیرمعمول شامل درآمدهای مالکیت فکری است که از طریق پتنت، کپی‌رایت، طراحی صنعتی، نشانه‌های جغرافیایی<sup>۴</sup> و سایر دارایی‌های مالکیت فکری حاصل می‌شود. در شرکت‌های بسیار موفق، ارزش دارایی‌های فکری معمولاً به میزان قابل توجهی بیشتر از ارزش درآمدهای معمول شرکت است و از شرکت‌هایی که خروجی اصلی آن‌ها مبتنی بر کپی‌رایت است، نیز چنین انتظاری می‌رود. در صورت چنین تمایزی باید هزینه‌های عملیاتی را به‌طور مشابهی تقسیم‌بندی کرد (جدول ۶-۱) تا بتوان هزینه‌های تحقیق، آزمایش و توسعه را مورد توجه قرار داد.

#### جدول ۶-۱ نمونه‌ای از صورت‌حساب درآمد یک مؤسسه مطابق قوانین هیئت استانداردهای حسابداری

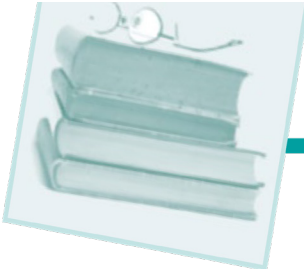
بین‌المللی<sup>۵</sup> (IASB)

کلان‌داده	تاریخ	گروه
درآمد حاصل از فعالیت‌های کسب‌وکار (فروش کالاها و خدمات به مشتریان)؛ کمک‌های مالی دریافتی، بهره، حق امتیاز، دستمزد که محدود به زمان است		درآمد
فروش کالاها و خدمات به مشتریان، تخفیف کمتر، سود و کمک‌هزینه‌ها		فروش
هزینه‌های مستمر جهت اداره کسب‌وکار و تولید محصولات آن که با هزینه‌های سرمایه‌ای جهت ارائه ورودی‌های غیر مصرفی برای تولید فرق دارند، این هزینه‌ها از نظر کمیت تولیدی متفاوت بوده و شامل مواد و اجزای خریداری شده هستند.		هزینه‌های عملیاتی

1. "Intangible produced assets"  
 2. Earnings before income  
 3. Routine and non-routine earnings  
 4. Geographical indications  
 5. International Accounting Standards Board

تمامی هزینه‌های مربوط به حمل کالاهای فروخته شده که با هزینه کالاهایی که هنوز فروخته نشده‌اند (هزینه‌های معوق موجودی موجود) فرق دارد. این هزینه‌ها شامل هزینه‌های خرید، هزینه‌های تبدیل <sup>۱</sup> و هزینه‌های مرتبط بوده و مواد (واسطه)، نیروی کار و هزینه‌های جاری را در بر می‌گیرند.	هزینه کالاهای فروخته شده
دستمزد حسابداری، مجوزها، نگهداری و تعمیر، تبلیغات، هزینه‌های اداری، لوازم ضروری، دستمزد و کیل / دستمزد حقوقی، خدمات رفاهی، بیمه؛ مدیریت دارایی؛ مالیات‌های دارایی؛ مسافرت و وسیله نقلیه؛ کمیسیون اجاره؛ دستمزدها و حقوق مرتبط با فروش و امور اداری.	فروش، هزینه‌های عمومی و اداری
هزینه‌های مربوط به خلق و کشف دانش و ایده‌های جدید در زمینه علمی یا فرهنگی با هدف توسعه کالا، فرآیندها و خدمات جدید و ارزشمند. با توجه به این که نتایج مربوطه طولانی‌مدت و بسیار نامعلوم هستند، این هزینه‌ها زمان‌بر بوده و با سایر هزینه‌های دیگر تفاوت دارند و غالباً بر رفع نیازهای محقق نشده متمرکز هستند.	هزینه‌های تحقیق و توسعه؛ هزینه‌های بررسی و آزمایش
استهلاک شامل هزینه (تخصیص) مربوط به کاهش بهای دارایی در اثر استفاده از آن بوده و به منظور بازیافت هزینه دارایی مستهلک شده اعمال می‌شود.	استهلاک دارایی‌های ملموس و دارایی‌های ناملموس <sup>۲</sup>
هر هزینه‌ای به جز هزینه‌های فوق‌الذکر - گروهی که در جاهای دیگری طبقه‌بندی نشده است.	سایر هزینه‌ها
<b>کل هزینه‌های عملیاتی</b>	
تفاوت هزینه‌های عملیاتی و فروش.	درآمد عملیاتی
سایر انواع سود یا زیان به غیر از سود یا زیان مالی که برای فروش محصول اصلی در نظر گرفته نشده است؛ از جمله فروش دارایی یا کاهش ارزش دارایی و تعدیل ارزش ارز خارجی؛ سود و زیان سرمایه غیر معمول؛ یا سود و زیان ناشی از سرمایه‌گذاری. این موارد معمولاً شامل درآمدهای غیر تکراری <sup>۳</sup> می‌باشند.	درآمد غیر عملیاتی
مجموع درآمد عملیاتی و (سایر انواع) درآمد غیر عملیاتی.	درآمد قبل از بهره و مالیات <sup>۴</sup> (EBIT)
درآمد حاصل از سهام، اوراق قرضه و دارایی.	درآمد مالی
<b>درآمد قبل از بهره</b>	
پرداخت بهره؛ هزینه‌ها و کارمزدهای بانکی.	هزینه مالی (بهره)
تفاوت درآمد و هزینه؛ معمولاً به‌عنوان درآمد معمول و درآمد مالکیت فکری طبقه‌بندی می‌شوند؛ درآمد مالکیت فکری معمولاً زیاد بوده و از این رو می‌تواند سرمایه‌گذاری زیادی را جذب کند.	درآمد قبل از مالیات (مالیات بر درآمد)
	مالیات بر درآمد
	درآمد خالص (سود)





۲۴۰- اطلاعات عینی در رابطه با دارایی‌های مالکیت فکری را باید در ترازنامه‌های مؤسسات جستجو کرد. داده‌ها در جدول ۶-۲ ارائه شده‌اند. براساس این داده‌ها می‌توان اطلاعات مربوط به استخر منابع<sup>۱</sup> از جمله مهارت‌های موجود جهت ایجاد خروجی را ارائه نمود. دارایی‌های مالکیت فکری و سایر انواع دارایی نظیر دانش ضمنی به‌عنوان عوامل کلیدی برای سود بالا و سطح بالای سود انباشته شرکت، در این استخر منابع نقش عمده‌ای ایفا می‌کنند. این موارد به‌عنوان اسرار سود بالا در بخش کپی‌رایت محسوب می‌شوند.

۲۴۱- درآمد دارایی‌های مالکیت فکری معمولاً از کاربرد گسترده سرمایه و نیروی انسانی نشأت می‌گیرد که به میزان زیادی به دارایی‌های مالکیت فکری که قبلاً تحت عنوان دارایی‌های نامشهود نامیده شده‌اند و همچنین به ظرفیت تولید آن‌ها متکی هستند. به طور کلی، در نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ برای این تعریف دارایی‌های نامشهود اصلاح شده و نام آن به «دارایی‌های مالکیت فکری» تغییر یافته است که بر این نکته تأکید شود که این دارایی‌ها حقوق شخص ثالث را دربرنمی‌گیرند و شامل حقوق یک نوع یا انواع دیگر دانش تولیدی هستند. شایان ذکر است که این دارایی‌ها شامل دانش ضمنی هستند که غالباً و البته نه به طور انحصاری به‌عنوان اسرار تجاری<sup>۲</sup> تحت حمایت قرار دارند. به علاوه، هزینه‌های انتقال مالکیت در قالب قرارداد، اجاره و مجوز به وضوح در استخر دارایی‌های تولیدنشده در نظر گرفته می‌شوند.

۲۴۲- در هنگام اجرای بررسی باید به این نکته توجه داشت که اقلامی نظیر فیلم و نسخه‌های اصلی صوتی در حال حاضر به‌طور مشخص در حساب سرمایه مورد تأیید قرار دارند. به علاوه، پایگاه داده‌ها، نسخه‌های اصلی و نسخه‌های کپی در حال حاضر به وضوح تحت عنوان اقلام سرمایه‌ای شناخته می‌شوند و مطابق نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ می‌توان مخارج تحقیق و توسعه را به‌عنوان تشکیل سرمایه تلقی کرد. این موضوع به سادگی در مورد مخارج تحقیق و همچنین بهره‌برداری از بیان فرهنگی مورد استفاده در توسعه کپی‌رایت به‌عنوان تشکیل سرمایه تعمیم داده شده است. در جدول ۶-۲ این موارد شرح داده شده است.<sup>۳</sup>

1. Pool of resources  
2. Trade secrets

۳. به این جدول نیز رجوع شود: Table 10.2, p. 203 of the 2008 SNA

**جدول ۶-۲ دارایی‌های فکری در تشکیل سرمایه ثابت ناخالص**

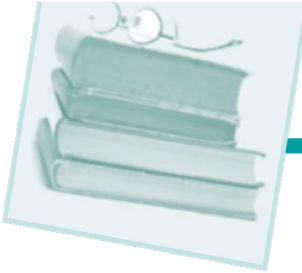
هزینه‌های انتقال مالکیت دارایی‌های تولید نشده (قراردادها، اجاره‌ها و مجوزها)
اجاره‌های عملیاتی قابل عرضه در بازار
مجوزهای استفاده از منابع طبیعی
مجوزهای انجام فعالیت‌های خاص
حق انحصاری کالاها و خدمات آتی
تحقیق و توسعه (از جمله بهره‌برداری از بیان فرهنگی)
بهره‌برداری و ارزیابی مواد معدنی
نرم‌افزار کامپیوتری
پایگاه داده‌ها
نسخه‌های اصلی سرگرمی، ادبی یا هنری
سایر دارایی‌های مالکیت فکری

۲۴۳- در ارتباط با ارزش دارایی‌های مالکیت فکری، در نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ توصیه شده است که همزمان با گسترش ارزیابی مازاد عملیاتی باید تمامی خدمات سرمایه‌ای به طور مناسب شرح داده شوند. اهمیت این موضوع به موازات اهمیت در نظر گرفتن دانش به‌عنوان دارایی‌های فکری مورد تأکید قرار دارد<sup>۱</sup>.

۲۴۴- یک راهبرد مناسب برای تحلیلگرانی که بررسی را انجام می‌دهند این است که مطابق توصیه ارائه شده در نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸، جدولی را به‌عنوان مکمل حساب‌های استاندارد تهیه کنند و ضمن اذعان به این که سهم ورودی نیروی کار از تولید برحسب مزایای کارمندان محاسبه می‌شود، خدمات ضمنی ارائه شده توسط دارایی‌های غیر مالی را نمایش دهند.

۲۴۵- اهمیت خدمات سرمایه‌ای و دارایی‌های فکری برای این مورد تأکید قرار می‌گیرند که غالباً بخش قابل توجهی از دارایی اپراتورهای کسب و کار کوچک و خویش‌فرما را تشکیل می‌دهند. البته، خدمات اپراتورهای کسب و کار کوچک و خویش‌فرما غالباً هنگام بررسی مقیاس درآمد مختلط<sup>۲</sup> اپراتورها و یا مازاد عملیاتی کسب و کارهای رسمی به طور مناسب محاسبه نمی‌شوند. به همین ترتیب، به دلیل عدم ارزیابی خدمات دارایی‌های فکری، به راحتی نمی‌توان درآمد

1. Chapter 20, 2008 SNA  
2. Mixed income



مختلط را به بخش‌های نیروی کار و سرمایه آن تقسیم‌بندی کرد. براساس مفاهیم خدمات سرمایه‌ای و دارایی‌های مالکیت فکری می‌توان داده‌ها را به‌گونه‌ای جمع‌آوری و بررسی کرد که امکان ارزیابی جامع و منسجم کل سرمایه فراهم شود.

**۲۴۶-** بهبود ارزیابی مصرف سرمایه ثابت و نهایتاً بهبود شناخت نحوه ایفای نقش کپی‌رایت در بهره‌وری و رشد بهره‌وری در اقتصاد، دلیل واقعی دیگری برای تأکید بر اهمیت خدمات سرمایه‌ای و دارایی‌های فکری به شمار می‌آید.

**۲۴۷-** در نسخه به‌روزرسانی‌شده این کتاب راهنما توصیه شده است که بیش از یک تصویر کلی واحد از بخش خلاق در یک بازه زمانی خاص ارائه شود. بسیاری از کشورهایی که این برآوردها را انجام می‌دهند، در حال حاضر اطلاعات مربوط به زمان‌های متوالی را ارائه می‌کنند. در راستای کمک به روند نظارت، بررسی و ارزیابی سهم و عملکرد بخش کپی‌رایت، کارشناسان به ارائه اطلاعات مستمر در طول زمان مبادرت می‌ورزند.

**۲۴۸-** به منظور شناخت آثار بخش کپی‌رایت باید بر تعاملات اقتصادی بین صنایع کپی‌رایت و سایر بخش‌های اقتصاد نظارت داشت و آن را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. در حال حاضر، این کتاب راهنما از معرفی و بررسی در تمامی سطوح شامل نمایندگان اقتصادی منفرد؛ واحدهای سازمانی؛ بخش‌های سازمانی و اقتصاد کل حمایت می‌کند.

**۲۴۹-** رویکردها و روش‌های بررسی ارزش افزوده، اشتغال و فروش خارجی باید با دقت زیادی انتخاب شوند. یک بررسی همیشه شامل تلفیقی از روش‌ها و رویکردهای متعدد است. رویکردها و روش‌های بررسی احتمالاً با توجه به فراوانی و ساختار آمار ملی انتخاب می‌شوند. در این فصل توصیه شده است که به منظور بهبود انسجام و قابلیت قیاس طی زمان از روش‌های ارائه شده در نظام حسابداری ملی و سیستم‌های طبقه‌بندی بین‌المللی استفاده شود.

**۲۵۰-** بهتر است بررسی براساس داده‌های رسمی صورت گیرد. البته، به دلیل عدم دسترسی به داده‌ها در برخی مناطق لزوماً باید از برآوردها و تخمین‌های صورت گرفته استفاده شود و لازم است آمار رسمی با تحقیقات یا بررسی‌های خاصی تکمیل شود. هر چند استفاده از آمار مکمل ضروری است، ولی باید با احتیاط از آن‌ها استفاده کرد و ترجیحاً باید برای تعیین مواردی این آمار را به کار برد که به روش دیگر نمی‌توان آن‌ها را محاسبه کرد.

**۲۵۱-** از آنجا که تعدادی از این داده‌های مکمل برگرفته از منابع اداری هستند، اطلاعات باید پردازش شوند تا اطمینان حاصل شود که اطلاعاتی فراگیر و گویا هستند. بهتر است روش جمع‌آوری داده‌های مکمل توسط سازمان آمار ملی ذریبط و یا با همکاری نزدیک با این سازمان طراحی و اجرا شود تا داده‌های جمع‌آوری شده با اطلاعات مورد استفاده در نظام حسابداری ملی تطابق کافی داشته باشند.

## ۶-۲ روند بررسی

**۲۵۲-** روند بررسی باید چهار مرحله زیر را در برداشته باشد:

الف) شناسایی و طبقه‌بندی صنایع مبتنی بر کپی‌رایت و دارایی‌های مالکیت فکری ضمن توجه خاص به تمایز بین دارایی‌های مالکیت فکری و خدمات مالکیت فکری؛

ب) جمع‌آوری داده‌های مرتبط از جمله داده‌های مربوط به تقسیم‌بندی تولید ناخالص داخلی ملی مطابق صنایع مورد نیاز جهت بررسی؛

پ) بررسی سهم صنایع مبتنی بر کپی‌رایت، سهم آن‌ها از تولید ناخالص داخلی ملی و مقایسه با سایر بخش‌های مورد نظر؛ و

ت) بررسی و ارائه نتایج بررسی.

#### ۶-۲-۱ مرحله اول: شناسایی و طبقه‌بندی محصولات و صنایع کپی‌رایت

۲۵۳- ارائه تصویری جامع و معتبر از صناعی که سهم کپی‌رایت آن‌ها از اقتصاد ملی قابل محاسبه و قابل اندازه‌گیری است، هدف اصلی بررسی محسوب می‌شود. مرحله اول شامل شناسایی و طبقه‌بندی صنایع یا فعالیت‌های اقتصادی جهت بررسی است. چنین فهرستی قبلاً در فصل ۴ از این کتاب راهنما پیشنهاد شده است. این نکته مهم است که صنایع مبتنی بر کپی‌رایت که شناسایی شده‌اند و به چهار زیرگروه بیان شده در فصل ۴ تقسیم‌بندی شده‌اند، در بررسی به طور منسجم لحاظ شوند تا بتوان مقایسه‌های بین‌المللی را انجام داد. چنانچه در بالا گفته شد، فهرست جامع صنایع اصلی، مستقل، نسبی و تحت حمایت غیر اختصاصی بیانگر اثرات کپی‌رایت در تمام بخش‌های اقتصاد هستند.

#### ۶-۲-۱-۱ شناسایی محصولات و صنایع کپی‌رایت

۲۵۴- مطابق رویکرد سازمان جهانی مالکیت فکری درباره حساب‌های کپی‌رایت نیز صنایع همانند نظام حسابداری ملی و طبقه‌بندی صنعتی استاندارد بین‌المللی تعریف شده‌اند. به‌ویژه این که «یک صنعت مشتمل بر گروهی از مؤسسات است که حوزه فعالیت آن‌ها یکسان یا مشابه است»<sup>۱</sup>.

۲۵۵- همانند نظام حسابداری ملی، صنایع صرف‌نظر از این مسأله تعریف می‌شوند که آیا مؤسسات شامل تولیدکنندگان بازار هستند یا خیر. در واقع، صرفاً ماهیت فعالیت مورد توجه قرار دارد که از نقطه‌نظر ورودی‌ها و فناوری مورد استفاده در فرآیند تولید مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲۵۶- در روش سازمان جهانی مالکیت فکری، مقیاس و گستره بسیاری از صنایع و هزینه‌ها در حساب‌های ملی استاندارد به گونه‌ای تنظیم می‌شود و گسترش داده می‌شود که متناسب با تولید و مصرف کپی‌رایت باشد. در واقع، انتخاب نوع مناسب تقسیم‌بندی برای بررسی نحوه ایجاد ارزش افزوده از طریق کپی‌رایت، نقطه‌قوت روش سازمان جهانی مالکیت فکری محسوب می‌شود.

۲۵۷- شناسایی فعالیت‌های کپی‌رایت و محصولات مشابه آن‌ها اولین مرحله در تنظیم حساب‌ها برای بخش کپی‌رایت محسوب می‌شود. بدین منظور، باید اقلام ارائه شده در بخش‌های متفاوت طبقه‌بندی صنعتی استاندارد بین‌المللی یا طبقه‌بندی محوری محصولات<sup>۲</sup> (CPC) را با یکدیگر گروه‌بندی کرد. در ارتباط با بخش کپی‌رایت،

1. 2008 SNA, p. 92

2. Central Product Classification



دستورالعمل‌های مربوط به شناسایی فعالیت‌های کپی‌رایت و محصولات مشابه آن‌ها قبلاً در فصل ۴ و ۵ این کتاب راهنما ارائه شده‌اند و جزئیات مربوطه در پیوست‌های I و II ارائه شده است. تحلیلگرانی که بررسی را انجام می‌دهند باید فهرست صنایع کپی‌رایت ارائه شده در فصل ۴ را بررسی نمایند و آن را با شرایط خاص کشور تطبیق دهند.

**۲۵۸-** براساس تعاریف و اقسام تحت حمایت قانون کپی‌رایت داخلی و براساس ساختار صنعت هر کشور، فهرست صنایع کپی‌رایت ارائه شده در فصل ۴ باید با شرایط خاص آن کشور تطبیق داده شود. احتمال دارد که در یک کشور معین تمامی فعالیت‌های ارائه شده در فصل ۴ در نظر گرفته نشوند و یا این که فعالیت‌های جدیدی مطابق قانون داخلی کشور اضافه شوند.

**۲۵۹-** پس از شناسایی یک فعالیت، اطلاعات مربوط به صناعی که مورد بررسی قرار خواهند گرفت، باید جمع‌آوری شود و از نظر تطابق آن‌ها با قانون کپی‌رایت و حقوق مرتبط بررسی شود و بخش‌های فعالیت‌های اقتصادی مرتبط مورد بررسی قرار گیرند. این امر بدین معناست که صناعی که تحت حمایت قانون کپی‌رایت داخلی قرار ندارند، حذف شوند و صناعی که تحت پوشش هستند ولی ممکن است از آن‌ها صرف‌نظر شده باشند، اضافه شوند. هنگام اضافه نمودن یک صنعت، باید سهم آن صنعت مشخص شود تا اطمینان حاصل شود که برآوردهای صورت گرفته با برآوردهای حاصل از سایر بررسی‌ها قابل قیاس هستند. اصلاحاتی که در این ارتباط صورت می‌گیرند، باید به طور کامل در بررسی توضیح داده شوند.

#### ۶-۲-۱-۲ طبقه‌بندی صنایع کپی‌رایت

**۲۶۰-** پس از شناسایی فعالیت‌ها باید آن‌ها را در چارچوب نظام طبقه‌بندی اتخاذ شده توسط سازمان ملی آمار طبقه‌بندی کرد. سپس صنایع شناسایی شده را باید به منظور تعیین گروه‌ها، تقسیمات و بخش‌های سازمان جهانی مالکیت فکری به همان روش نظام حساب‌های ملی گروه‌بندی کرد. طبقه‌بندی صنایع با فرآیند جمع‌آوری داده‌ها و فراوانی داده‌ها ارتباط نزدیکی دارد.<sup>۱</sup> در وهله اول باید منابع داده مناسب درباره هر فعالیت صنعت را تعیین کرد. میزان تطابق آمار صنعت با اطلاعات مورد نیاز جهت محاسبه ارزش افزوده موضوع اصلی است که باید مورد توجه قرار گیرد. بدین منظور توصیه می‌شود که کدهای مورد نظر طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع مورد توجه خاص قرار گیرد.

**۲۶۱-** طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع شامل طبقه‌بندی استاندارد فعالیت‌های اقتصادی (تولیدی) توسط سازمان ملل است که به گونه‌ای تنظیم شده است که مؤسسات (نهاده‌ها) را می‌توان براساس زمینه فعالیت آن‌ها طبقه‌بندی کرد. بنابراین، این طبقه‌بندی به منزله طبقه‌بندی مرجع برای فعالیت‌های تولیدی است و توسط بیشتر کشورها جهت جمع‌آوری و گزارش آمار مورد استفاده قرار می‌گیرد.

**۲۶۲-** گروه‌های موجود در طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع در جزئی‌ترین سطح (گروه‌ها) براساس مجموعه متداول فعالیت‌های توصیف شده در واحدهای آماری بیشتر کشورها تعیین می‌شوند. گروه‌ها، بخش‌ها و سطوح طبقه‌بندی

۱. موضوع آمار که عنصری مهم جهت اجرای بررسی محسوب می‌شود، به طور مفصل در فصل ۷ شرح داده می‌شود.

که به طور پیوسته در حال گسترش هستند، واحدهای آماری را مطابق ویژگی، فناوری، ساختار و سرمایه گذاری تولید تلفیق می کنند. طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع در سطح ملی و بین المللی کاربرد گسترده ای دارد. مطابق روش طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع، هر فعالیت در یک سلسله مراتب مورد نظر شامل بخش، تقسیمات، گروه و طبقه قرار می گیرد. به علاوه، در مورد موارد حذف شده و یا اضافه شده به طبقه بندی مورد نظر نیز به طور مفصل شرح داده می شود.<sup>۱</sup>

**۲۶۳-** طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع بدون تغییر و یا پس از اعمال تغییرات متناسب با شرایط محلی، به طور گسترده در سطح بین المللی به کار برده می شود. سومین نسخه طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع به سال ۲۰۰۲ برمی گردد. طی دهه گذشته، شرایط اقتصادی در بیشتر کشورها با سرعت بی نظیری تغییر یافته است و فعالیت ها و صنایع جدیدی پدیدار شده اند. در مقایسه با سومین نسخه، در نسخه جدید با استناد به تحقیقات صورت گرفته برای سایر طبقه بندی ها برخی از انواع جدید مجموعه ها و تعاریف گسترده گروه های مجزا لحاظ شده است. طبقه بندی های ارائه شده در در پیوست II مبتنی بر چهارمین نسخه طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع (۲۰۰۸) هستند که به واقعیات فعلی نزدیک ترند. در ارتباط با کشورهایی که از طبقه بندی های دیگر استفاده می کنند، سایر سازمان های ملی آمار نسبت به تهیه جدول های شباهت بین کدهای دو نظام طبقه بندی اقدام کرده اند.<sup>۲</sup>

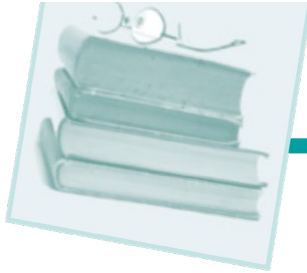
**۲۶۴-** در جدول ارائه شده در پیوست I، گروه های مورد نظر سازمان جهانی مالکیت فکری (اصلی، مستقل، نسبی و غیر اختصاصی) و گروه های اصلی و زیر گروه های مرتبط صنایع در این گروه های کپی رایت شرح داده شده است. این گروه ها شامل گروه های مبتنی بر کپی رایت سازمان جهانی مالکیت فکری هستند که در فصل ۴ توصیف شده اند. در پیوست II، فعالیت های اقتصادی در زیر گروه های سازمان جهانی مالکیت فکری با گروه های صنایع در طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع تطبیق داده شده است. این جدول فقط به عنوان نمونه ارائه شده است و چنین پیوستی باید متناسب با واقعیات خاص یک کشور تطبیق داده شود. در ارتباط با پیوست II لازم به ذکر است که مجموعه های چند به یک و یک به چند<sup>۳</sup> از زیر گروه های فعالیت اقتصادی سازمان جهانی مالکیت فکری و گروه های صنایع طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع و بالعکس وجود دارند. این امر نشان می دهد که یک فعالیت در زیر گروه های سازمان جهانی مالکیت فکری ممکن است به صورت دو یا تعداد بیشتری از گروه های صنایع در طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع ارائه شود و به همین ترتیب، یک فعالیت در طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع در طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع فعالیت در زیر گروه های سازمان جهانی مالکیت فکری ارائه شود. طبقه بندی مناسب تر توسط کارشناس آمار کشور انتخاب می شود.

**۲۶۵-** کدهای طبقه بندی استاندارد بین المللی صنایع در بسیاری از بررسی های قبلی به کار برده شده اند و باید

۱. مراجع و نقل قول های مربوط به گروه های صنایع به دلیل حجم زیاد آن ها به طور کامل در اینجا لحاظ نشده اند. تمامی اطلاعات مهم درباره موارد استثنایی، روابط و هم پوشانی با سایر گروه ها در <http://unstats.un.org/unsd/class/family/default.asp> با شماره طبقه بندی مناسب ارائه شده اند.

۲. به خانواده بین المللی طبقه بندی ها و طبقه بندی های ملی در <http://unstats.un.org/unsd/class/family/default.asp> رجوع شود.

3. Many-to-one and one-to-many combinations



تصمیم‌گیری شود که بخش عمده فعالیت خاص مبتنی بر کپی رایت در کجا گزارش شود. از شمارش مضاعف باید اجتناب شود. اگر چه در روش طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع فقط یک الگو ارائه می‌شود، ولی سایر جزئیات و داده‌ها را می‌توان از حساب‌های ملی و سایر نشریه‌های آماری رسمی در هر کشور کسب کرد. در سطح ملی، داده‌ها را می‌توان با سطح جزئیات بیشتر از گروه‌های چهار رقمی طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع تفکیک کرد.

۲۶۶- در اجرای یک بررسی مفید است که موارد تطبیق داده شده در طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع در سایر کشورها و یا گروه‌بندی‌های کشور مورد توجه قرار گیرد. زیرا دیگران ممکن است دیدگاه‌ها و اطلاعات مفیدی را ارائه کرده باشند که به تطبیق موارد در سطح ملی کمک می‌کند. نظام طبقه‌بندی اتخاذ شده توسط کشورهای عضو اتحادیه اروپا مرجع مفیدی محسوب می‌شود. مطابق طبقه‌بندی آماری فعالیت‌های اقتصادی اتحادیه اروپا، طبقه‌بندی محصولات براساس فعالیت در انجمن اقتصادی اروپا<sup>۱</sup> (CPA122) و بررسی آماری تولید صنعتی اتحادیه اروپا<sup>۲</sup> (PRODCOM)، فعالیت‌ها در سطح هفت رقمی تفکیک شده‌اند که می‌توانند متمرکزتر باشند<sup>۳</sup>. فهرستی از شماره‌های گروه طبقه‌بندی مشابه برای صنایع مبتنی بر کپی رایت در پیوست III ارائه شده است. در این مورد خاص باید بر این نکته تأکید داشت که همواره شباهت زیادی بین طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع و طبقه‌بندی آماری فعالیت‌های اقتصادی اتحادیه اروپا وجود داشته است و بسیاری از سازمان‌های ملی آمار نسبت به تهیه جدول‌های شباهت بین کدهای دو نظام طبقه‌بندی اقدام کرده‌اند<sup>۴</sup>. نکته مهم این است که هر گونه تطبیق در سطح ملی با همکاری نزدیک سازمان ملی آمار صورت گیرد.

#### ۶-۲-۱-۳ صنعت و محصول

۲۶۷- این کتاب راهنما با دستورالعمل‌های گسترده نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ در ارتباط با نحوه همسوسازی محصولات و صنایع تطابق دارد. برای حفظ انسجام با چارچوب و روش‌های حسابداری اقماری باید فهرستی از محصولات مرتبط با صناعی را تهیه کرد که ارزش اقتصادی آن‌ها را می‌توان از نظر عرضه و کاربردهای متعدد آن (واسطه‌ای، نهایی، سرمایه‌گذاری و صادرات) مورد بررسی و نظارت قرار داد.

۲۶۸- از آنجا که فعالیت‌های بیان شده در کتاب راهنما بر ماهیت ورودی‌ها و فناوری متمرکز هستند، فعالیت یا صنعت به صورت یک به یک با محصول تطبیق داده نشده است. به منظور درک رابطه بین یک فعالیت در کتاب راهنما و یک محصول باید از یک طبقه‌بندی محصول نظیر طبقه‌بندی محوری محصولات استفاده کرد که بر ویژگی‌های فیزیکی کالاها و ماهیت خدمات ارائه شده متمرکز است.

۲۶۹- در مقایسه، طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع بر ورودی فرآیند تولید و فناوری مورد استفاده جهت تبدیل ورودی به خروجی متمرکز است و در واقع توضیح می‌دهد چرا سؤال اصلی نظام حسابداری ملی این است

1. Classification of Products by Activity in the European Economic Community  
2. EU Statistical Survey of Industrial Production

۳. این طبقه‌بندی‌ها با نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع تطابق دارند.

۴. در مورد جدول شباهت بین NACE Rev-2 و ISIC Rev-4 به <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regso.asp?Ci&71=Lg1=> رجوع شود.

که ورودی‌های خریداری شده چیست؟ همانطور که در طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع تعریف شده است، در طبقه‌بندی محوری محصولات تأکید بر این است که کالاها و خدمات به گونه‌ای تعریف شوند که چنین استنباط شود که کالاها و خدمات معمولاً توسط فقط یک فعالیت تولید می‌شوند. البته به دلیل تنوع معیارهای مورد استفاده جهت تعریف کالاها و خدمات و تنوع گزینه‌های موجود جهت تولید یک محصول واحد، حتی چنین شباهتی تضمین نمی‌شود. بدین ترتیب، یک فعالیت در طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع ممکن است بسیاری از محصولات متفاوت را تولید کند، هر چند شباهت مورد نظر در بسیاری از موارد بر مبنای یک به یک است.

#### ۶-۲-۱-۴ طبقه‌بندی محصولات

۲۷۰- همانند طبقه‌بندی صنایع مورد بررسی در بالا، طبقه‌بندی‌های محصول بین‌المللی متعددی وجود دارند که اگر چه برای اهداف خاصی طراحی شده‌اند، ولی می‌توان آن‌ها را به گونه‌ای تطبیق داد که منطبق با تمایزات کشور باشند و در عین حال با موارد بین‌المللی نیز متناسب باشند و بدین ترتیب بتوان آن‌ها را مورد استفاده قرار داد.

۲۷۱- برای تعیین نوعی از طبقه‌بندی محصولات که نیازهای حسابداری مورد نظر در بررسی یک کشور را رفع کند، در این کتاب راهنما توصیه شده است که از طبقه‌بندی محوری محصولات (CPC2) استفاده شود. طبقه‌بندی مذکور توسط کمیسیون آمار سازمان ملل<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۸ تهیه، اصلاح و منتشر شده است. یک جدول شباهت جهت تطبیق محصولات مذکور در طبقه‌بندی محوری محصولات با صنایع مذکور در طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع وجود دارد. محصولات مذکور در طبقه‌بندی محوری محصولات را می‌توان جهت ارائه آمار تجارت خارجی به‌ویژه تجارت خدمات و تراز پرداخت‌ها نیز استفاده کرد.

#### ۶-۲-۲-۲ مرحله دوم: جمع‌آوری داده‌های مرتبط

۲۷۲- جمع‌آوری داده‌ها اولین مرحله است و شامل گردآوری تمامی نشریه‌های آماری رسمی و مهمی است که بر حسب صنعت به جزئیات مربوطه می‌پردازند. ضروری است منابع داده مورد استفاده در بررسی در یک جدول ارائه شود.

۲۷۳- جمع‌آوری داده‌های آماری شامل سه مرحله است:

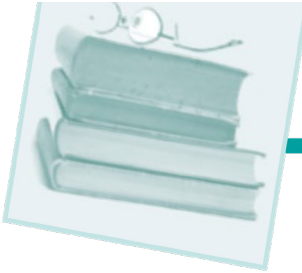
الف) جمع‌آوری داده‌های آماری رسمی موجود بر حسب گروه‌های صنایع؛

ب) جمع‌آوری سایر آمار، تفکیک داده‌ها با سطح جزئیات مورد نیاز؛ و

پ) شناسایی نکات مبهم و تهیه و ارسال پرسشنامه در مواردی که آمار وجود ندارند.

۲۷۴- چنانچه در بالا گفته شد، جدول صنایع (در پیوست‌های I تا III) باید با نظام‌های ملی آمار و روندهای حسابداری تطبیق داده شود. در برخی از گروه‌های صنایع تعیین شده، تعدادی از فعالیت‌ها همراه با یکدیگر گزارش می‌شوند. زمانی که یک فعالیت اقتصادی خاص مبتنی بر کپی‌رایت همراه با سایر فعالیت‌های دیگر گزارش می‌شود،





باید آن فعالیت را از تعداد کل تفکیک کرد. در صورت فقدان سطوح تقسیم‌بندی کافی، روش‌های متفاوتی برای تعیین نسبت‌های مناسب به کار برده می‌شوند. در ادامه این فصل، در ارتباط با برآورد ارقام گم‌شده برای فعالیت‌هایی که در سطح ملی گزارش نمی‌شوند، پیشنهادات متعددی ارائه شده است.

حساب‌های ملی؛ آمار خاص صنعت؛ بررسی‌های ملی و گزارشات خاص تهیه شده توسط اداره ملی آمار؛ گزارشات صنعت به سفارش دولت یا انجمن‌های تجاری وابسته به صنعت؛ سایر انواع آمار در سطح بخش و شرکت؛ آمار محصول؛ ارقام تراز پرداخت‌ها؛ آمار تجارت خارجی؛ درآمد بر مالیات؛ و بودجه ملی از جمله منابع اطلاعاتی مهم محسوب می‌شوند.

#### ۶-۲-۱ داده‌های جدول عرضه و مصرف

۲۷۵- از زمان معرفی کتاب راهنمای نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸، تعداد روزافزونی از کشورهای پیشرفته و در حال توسعه نسبت به تهیه جدول‌های عرضه و مصرف<sup>۱</sup> (SUTs) و حساب‌های اقماری خود جهت محاسبه نقش اقتصادی صنایع خاص اقدام کرده‌اند. حساب‌های محصول کلیدی و صنعت کلیدی بخش کپی‌رایت را می‌توان با بهره‌گیری از جزئیات جدول عرضه و مصرف یک کشور- در صورت وجود- به نحو مؤثری تعیین کرد.

۲۷۶- جدول‌های عرضه و مصرف به‌ویژه در صورتی که در کشور اجراکننده بررسی به طور جامع موجود باشند، به‌عنوان منابع داده ارزشمند فعالیت محسوب می‌شوند. در صورت عدم وجود این جدول‌ها، بررسی براساس جزئیات عرضه و مصرف کشورهای دیگری که دارای ساختار مشابه هستند، صورت می‌گیرد. چنانچه در نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ مشخص شده است، جدول‌های عرضه و مصرف به صورت معیارهایی ارائه می‌شوند که «نشان می‌دهند چگونه موجودی کالاها و خدمات مختلف از صنایع داخلی و واردات نشأت می‌گیرند و چگونه موجودی آن‌ها بین مصرف واسطه‌ای و مصرف نهایی از جمله صادرات توزیع می‌شوند».

۲۷۷- این جدول‌ها به شرح زیر طراحی می‌شوند:

الف) در ستون‌های جدول، صنایع به طور مفصل شرح داده شده‌اند. بنابراین صنایع مورد نظر (نظیر صنایع کپی‌رایت که در فصل‌های ۴ و ۵ تعیین شده‌اند) را می‌توان براساس این جزئیات ارزیابی کرد.

ب) در ردیف‌های جدول، محصولات کلیدی به طور مفصل شرح داده شده‌اند و بنابراین محصولات مورد نظر را می‌توان براساس این جزئیات ارزیابی کرد.

۲۷۸- در جدول عرضه، صنایع به‌عنوان تولیدکنندگان یا تأمین‌کنندگان محصولات در نظر گرفته می‌شوند. در اصل، واردات به‌عنوان واردات محصولات تأمین‌کنندگان از سایر بخش‌های جهان قلمداد می‌شود. در ستون‌های جدول‌های عرضه، صنایع تولیدی که به‌عنوان تولیدکنندگان بازاری و غیر بازاری گروه‌بندی می‌شوند، به طور مفصل

1. Supply and Use Table

2. Ch. 1, p. 4, para. 1.24.

شرح داده می‌شوند. از این رو، صنایع مورد نظر (نظیر صنایع کپی‌رایت که در فصل‌های ۴ و ۵ تعیین شده‌اند) را می‌توان براساس این جزئیات ارزیابی کرد. در ستون‌های سایر زیرمعیارهای مرتبط، مقادیر دیگری ارائه شده‌اند که برای محاسبه عرضه کل محصولات و همچنین برای ارائه عرضه داخلی بر حسب قیمت‌های خریداران به جای قیمت‌های پایه، مورد نیاز هستند. این موارد عبارتند از:

(الف) واردات کالاها و خدمات و تجارت؛ و

(ب) حاشیه سود حمل‌ونقل و مالیات‌ها منهای یارانه‌های محصولات.

در ردیف‌های جدول عرضه، محصولات داخلی و محصولات وارداتی نیز به طور کامل ارائه شده‌اند. بنابراین در اینجا نیز می‌توان محصولات مورد نظر را ارزیابی کرد.

۲۷۹- در جدول مصرف، صنایع به‌عنوان خریداران محصولات و عوامل تولید<sup>۱</sup> در نظر گرفته می‌شوند. صادرات به‌عنوان خریدهای صورت گرفته توسط خریداران از سایر بخش‌های جهان در نظر گرفته می‌شود. در ستون‌های جدول مصرف، صنایع تولیدی که به‌عنوان تولیدکنندگان بازاری و غیر بازاری گروه‌بندی می‌شوند، به طور کامل ارائه شده‌اند. بنابراین مجدداً صنایع مورد نظر (نظیر صنایع کپی‌رایت که در فصل‌های ۴ و ۵ تعیین شده‌اند) را می‌توان براساس این جزئیات ارزیابی کرد. کاربران نهایی و صادرات کالاها و خدمات و همچنین مالیات‌ها منهای یارانه‌های محصولات که بر اساس آن‌ها محصولات کل بر حسب قیمت‌های خریداران ارزیابی می‌شوند، در سایر ستون‌های جدول مصرف (سایر زیرمعیارها) ارائه شده‌اند. محصولات داخلی مورد استفاده توسط صنایع تولیدی در مصرف واسطه‌ای و محصولات صادراتی نیز در ردیف‌های جدول مصرف به طور کامل ارائه شده‌اند. از این رو، در اینجا نیز می‌توان محصولات مورد نظر را ارزیابی کرد.

۲۸۰- زیرماتریس مجزایی در پایین ماتریس جذب جدول مصرف اضافه شده است تا بتوان ارزش افزوده را براساس صنایع تولیدی ارائه شده در ستون‌ها و مؤلفه‌های آن در ردیف‌ها محاسبه کرد. پایین جدول عرضه و مصرف، ردیف‌های اضافی نیز اضافه شده‌اند تا موارد زیر نشان داده شوند:

(الف) ورودی‌های نیروی کار؛ و

(ب) تشکیل سرمایه ثابت ناخالص و سهام دارایی‌های ثابت - پس از بررسی دارایی‌های فکری در نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸ می‌توان این موارد را به نحو مؤثری تکمیل کرد.

موارد زیر نیز در ارتباط با جدول‌های مصرف مورد توجه می‌باشند:

۲۸۱- ستون‌های مربوط به تشکیل سرمایه ثابت ناخالص و تغییرات صورت گرفته در فهرست‌های موجودی را می‌توان به ترتیب به دو مورد زیر تقسیم‌بندی کرد:



الف) (یک یا چند) بخش کلیدی یا صنعت؛ و

ب) سایر بخش‌ها یا صنایع

**۲۸۲-** در صورت وجود جدول‌های عرضه و مصرف، یک زیر ماتریس خاص را می‌توان برای فعالیت‌های کپی‌رایت تهیه کرد. در مواردی که جدول‌های عرضه و مصرف وجود ندارد، مفید است که یک جدول عرضه و مصرف خاص برای این بخش براساس داده‌های حاصل از بخش کپی‌رایت تهیه شود.

**۲۸۳-** در جدول‌های ۶-۲ و ۶-۳ یک نمونه از چارچوب عرضه و مصرف ارائه شده است و در مواردی که جدول عرضه و مصرف متناسب و کاملی برای اقتصاد ملی تهیه نشده است، از این چارچوب در بخش کپی‌رایت استفاده می‌شود. محصولات کپی‌رایت باید شناسایی شوند و مطابق گروه‌های کپی‌رایت مورد تأیید قبلی، گروه‌بندی شوند. این محصولات کپی‌رایت در ردیف‌های هر دو جدول عرضه و جدول مصرف شرح داده شده‌اند.

**۲۸۴-** با استفاده از اصل حسابداری اقماری، تولیدکنندگان داخلی محصولات کپی‌رایت در اقتصاد کپی‌رایت باید شناسایی شوند و مطابق گروه‌های کپی‌رایت مورد نظر و به عبارتی گروه‌های اصلی، وابسته، نسبی و غیراختصاصی صنایع کپی‌رایت به علاوه زیرگروه‌های آن‌ها گروه‌بندی شوند.

**۲۸۵-** در اینجا به طور کلی تولیدکنندگان داخلی محصولات کپی‌رایت در ستون‌های جدول عرضه شرح داده شده و به تولیدکنندگان بازاری و غیربازاری تقسیم‌بندی شده‌اند. ستون‌هایی نیز در ارتباط با واردات کالاها و خدمات کپی‌رایت ارائه شده‌اند که حاشیه سود حمل و نقل و تجارت و مالیات‌ها و یارانه‌های محصولات کپی‌رایت را نشان می‌دهند. در ستون خاصی نیز سهم (نسبت) عرضه کل تخمینی برای محصولات کپی‌رایت ارائه شده است.





۲۸۶- در ستون‌های جدول مصرف همان صنایع تولیدی کپی‌رایت ارائه شده‌اند که در جدول عرضه کپی‌رایت هم تعریف شده‌اند، ولی در این جدول صنایع کپی‌رایت به‌عنوان کاربران محصولات در نظر گرفته می‌شوند. همچنین، سایر مصارف نهایی محصولات کپی‌رایت توسط کاربران مرتبط از جمله مصرف نهایی (توسط خانوارها و دولت عمومی)، تشکیل سرمایه (توسط کسب‌وکارها) و صادرات به سایر بخش‌های جهان در ستون‌های دیگر جدول ارائه شده‌اند. هر ستون به مصارف واسطه‌ای کلی و مصارف واسطه‌ای کپی‌رایت تقسیم‌بندی شده است.

۲۸۷- زیرمعیار ارزش افزوده در پایین معیار اصلی صنایع تولیدی قرار داده شده است و بیانگر ارزش افزوده صنعت کپی‌رایت در ستون از طریق مؤلفه ارزش افزوده در ردیف جدول است. در صورت نیاز ممکن است ردیف‌های دیگری جهت گزارش ورودی‌های نیروی کار، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص و سهام دارایی‌های ثابت به جدول اضافه شوند.









## ۶-۲-۲-۲ جدول‌های ورودی-خروجی

۲۸۸- جدول‌های ورودی-خروجی (I-O) برگرفته از جدول‌های عرضه و مصرف بوده و مبتنی بر کالا یا صنعت می‌باشند. از جدول‌های ورودی-خروجی صنعت به صنعت<sup>۱</sup> در بیشتر تحقیقات تحلیلی استفاده می‌شود. جدول ورودی-خروجی متشکل از صناعی است که مطابق ساختار اقتصادی و سایر معیارهای تعیین شده در نظام حساب‌های ملی به بخش‌های ورودی-خروجی گروه‌بندی می‌شوند. در زیر طرح ساده یک جدول ورودی-خروجی سه‌بخشی ارائه شده است. در ربع اول آن (که محدود به کل خروجی واسطه و کل ورودی واسطه است)، ساختارهای تولید بخش‌ها و به عبارتی ورودی‌های هر بخش در ستون‌های آن نشان داده شده است. در مقابل، توزیع خروجی از بخش‌های ورودی-خروجی که شامل فروش هر بخش است، در ردیف‌های آن نشان داده شده است. ربع اول شامل ماتریس مربعی است که روابط بین صنایع در اقتصاد را نشان می‌دهد. ربع دوم شامل پنج بخش کل تقاضای نهایی است. یک بخش ربع سوم شامل معیارهای ارزش افزوده است و بخش دیگر آن شامل واردات و عوارض واردات است که هر دو بخش تا ربع چهارم امتداد دارند.



جدول ۵-۶ توضیح جدول ورودی-خروجی

کل خروجی	کل تقاضای نهایی	تغییر سهام <sup>۲</sup> (CS)	صادرات	تشکیل سرمایه ثابت ناخالص <sup>۳</sup> (GFCF)	مخارج مصرفی دولت <sup>۲</sup> (GCE)	مخارج مصرفی شخصی <sup>۱</sup> (PCE)	کل خروجی واسطه	۳	۲	۱	بخش
× ۱	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	۱
× ۲	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	۲
× ۳	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	۳
× ×	تولید ناخالص داخلی بر حسب مخارج نهایی	×	×	×	×	×	×	×	×	×	کل ورودی واسطه‌ای
×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	واردات
×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	عوارض واردات
×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	×	دستمزد و حقوق
×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	×	مآزاد عملیاتی
×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	×	استهلاک
×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	×	مالیات‌های غیر مستقیم (- یارانه‌ها)
تولید ناخالص داخلی بر حسب ارزش افزوده	○	○	○	○	○	○	تولید ناخالص داخلی بر حسب ارزش افزوده	×	×	×	کل ارزش افزوده
× × ×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	کل ورودی

1. Private Consumption Expenditure
2. Government Consumption Expenditure
3. Gross Fixed Capital Formation
4. Change in stocks

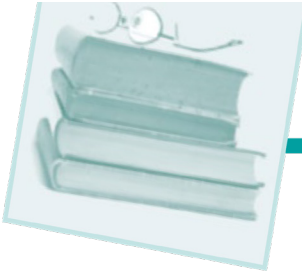
۲۸۹- برخی از ویژگی‌های بارز جدول ورودی- خروجی به شرح زیر است:

- (i) خروجی کل بخش معادل ورودی کل آن است (نظیر **x1** در هر دو ستون و ردیف بخش ۱).
- (ii) همانطور که نشان داده شده است، تولید ناخالص داخلی بر حسب رویکرد هزینه نهایی محاسبه می‌شود.
- (iii) همانطور که نشان داده شده است، تولید ناخالص داخلی بر حسب ارزش افزوده (خروجی منهای خریدها) محاسبه می‌شود.
- (iv) خروجی کل معادل ورودی کل است و با **XX** نشان داده می‌شود.
- (v) عرضه کل کالا و خدمات در اقتصاد (به عبارتی خروجی داخلی به اضافه واردات) شامل جمع کل خروجی است که با **XXX** نشان داده می‌شود.

۲۹۰- جدول ورودی- خروجی حاکی از وابستگی بخش‌ها (گروه‌های صنایع) در اقتصاد کل است و بنابراین براساس این جدول می‌توان روشی برای بررسی تأثیر اقتصادی تغییر خروجی یک صنعت بر سایر بخش‌های اقتصادی ارائه داد. معیارهای تأمین تقاضای مستقیم و غیرمستقیم از یک واحد افزایش در تقاضا در ماتریس ترانزاده ربع میانی وجود دارند. مقادیر ارائه شده در ستون ماتریس ترانزاده شامل ورودی‌های کل (مستقیم و غیرمستقیم) است که به دلیل روابط پسین<sup>۱</sup> با سایر بخش‌های اقتصاد مورد نیاز هستند. مجموع مقادیر یک ستون برابر با ضریب افزایش آن بخش است که به معنی خروجی اضافی حاصل از یک واحد افزایش در آن بخش است. ضرایب افزایش به‌عنوان یکی از شاخص‌ها در تصمیم‌گیری سیاستی در نظر گرفته شده‌اند. به‌عنوان مثال، چنانچه قرار است به منظور کاهش مصرف یک کالا، محدودیت‌هایی در مورد آن اعمال شود، منبع اطلاعات مربوط به این که کدام بخش یا صنعت به بیشترین یا کمترین میزان تحت تأثیر این محدودیت یا سهم جدید کالا قرار می‌گیرند را می‌توان براساس ضرایب افزایش ارائه داد. سایر کاربردهای جدول‌های ورودی- خروجی برای تجزیه و تحلیل اقتصادی در نشریه‌های تحقیقاتی به خوبی شرح داده شده است.

۲۹۱- اگر چه جدول‌های ورودی- خروجی منبع غنی اطلاعات هستند، ولی تهیه یک جدول ورودی- خروجی مستلزم تلاش زیادی است و در نتیجه، معمولاً وقفه زمانی قابل توجهی بین سال مرجع جدول و سال فعلی وجود دارد. در اقتصادی که در معرض تغییرات ساختاری سریعی قرار دارد، این وقفه زمانی می‌تواند موجب بی‌اعتباری برخی از روابط ورودی- خروجی شود. بخش‌های ورودی- خروجی شامل کل صنایع هستند و به منظور بررسی صنایع مجزا به اطلاعات سرشماری یا نظرسنجی نیاز است. به‌علاوه، فرض بر این است که یک صنعت در بخش ورودی- خروجی از نظر ساختار تولیدی خود تفاوت قابل توجهی با ساختار تولیدی بخش ندارد.

۲۹۲- به غیر از جدول‌های ورودی- خروجی یک اقتصاد واحد، جدول‌های ورودی- خروجی منطقه‌ای دارند.



جدول‌های ورودی- خروجی منطقه‌ای مربوط به یک منطقه در یک اقتصاد نظیر ایالت نوادا<sup>۱</sup> در ایالات متحده می‌باشند. جدول‌های ورودی- خروجی بین‌المللی مشتمل بر گروهی از اقتصادهایی هستند که از طریق تجارت با یکدیگر ارتباط دارند. به‌عنوان مثال، در یک بررسی با استفاده از جدول ورودی- خروجی بین‌المللی، تأثیر اقتصادی بحران مالی در ایالات متحده در نه کشور و به عبارتی چین، ژاپن، کره جنوبی، تایوان، اندونزی، مالزی، فیلیپین، سنگاپور و تایلند مورد بررسی قرار گرفته است.

#### ۶-۲-۳- گروه‌بندی تولیدکنندگان

۲۹۳- در کشوری که در آن تولیدکنندگان مختلف نظیر مالکان انحصاری خویش‌فرما<sup>۲</sup> و شرکت‌های بین‌المللی بزرگ‌مقیاس یا حتی شرکت‌های فعال در زمینه تجارت به فعالیت‌های کپی‌رایت مبادرت می‌ورزند، به دلیل وضعیت و ساختارهای متفاوت هزینه آن‌ها، مفید است که گروه‌های تولیدکنندگان به طور مجزا نشان داده شود.

۲۹۴- در بیشتر کشورها شرایط بخش کپی‌رایت کاملاً پیچیده است. بسیاری از تولیدکنندگان شامل مؤسسات غیرسهامی و خانگی<sup>۳</sup> هستند و عملاً به عنوان شبه‌شرکت‌ها<sup>۴</sup> در نظر گرفته نمی‌شوند. رویکرد مطلوب این است که مجموعه کاملی از حساب‌های کپی‌رایت برای این شرکت‌های خانگی و فعالیت‌های تولیدی آن‌ها تهیه شود و سپس به مجموعه حساب‌های کپی‌رایت شرکت‌های سهامی اضافه شوند. از آنجا که انجام چنین کاری عملاً دشوار است، لازم است که فقط حساب‌ها و معاملاتی نشان داده شوند که با فعالیت کپی‌رایت نظیر تولید و کسب حساب‌های درآمد<sup>۵</sup> از یک طرف، و با معاملات اصلی سرمایه و حساب‌های مالی از طرف دیگر نزدیک‌ترین ارتباط را دارند.

۲۹۵- در پیوست ۷، یک نمونه پرسشنامه ارائه شده است که می‌توان آن را تطبیق داد و جهت جمع‌آوری داده‌های مربوط به مؤسسات غیرسهامی و خانگی استفاده کرد.

#### ۶-۲-۴- تعیین شرکت‌های دولتی، خارجی و خصوصی ملی<sup>۶</sup>

۲۹۶- هنگام جمع‌آوری حساب‌های بخش کپی‌رایت، هر گونه اقدامی باید در راستای تعیین تمایز شرکت‌های دولتی، شرکت‌های تحت کنترل خارجی و شرکت‌های خصوصی ملی صورت گیرد. با توجه به اهمیت محاسبه تجارت، مفید است که جدول‌های داده جریان سه‌جانبه و خاص «از چه کسی به چه کسی؟»<sup>۷</sup> تهیه شود تا براساس آن بتوان محاسبات مورد نیاز در زمان‌های آتی را انجام داد. موارد ثبت شده در هر خانه جدول حاکی از میزان جریان تجارت از سمت چپ به سمت راست هر ردیف جدول و از این رو، اصطلاح خاص «از چه کسی به چه کسی» است. به بیان دقیق‌تر، محتوای این جدول نشان می‌دهد که از چه کسی و به چه میزان یک اپراتور خریداری کرده است و

1. Nevada
2. Self-employed Sole proprietors
3. Household-based unincorporated enterprises
4. Quasi-Corporations
5. Income accounts
6. Public, Foreign and National Private Corporations
7. Three-way "from-whom-to-whom?" flow data tables

بنابراین، این نوع جدول بر خریدها متمرکز است و با این وجود، روابط بین بخش کپی‌رایت، بخش‌های دیگر و سایر بخش‌های جهان را نشان می‌دهد.

فرض کنید که بخش کپی‌رایت، بخش‌های دیگر و سایر بخش‌های جهان به ترتیب با عناوین A، B و C نشان داده شده‌اند و یک اپراتور در هر بخش وجود دارد. آنگاه، جدول جریان «از چه کسی به چه کسی» را می‌توان به صورت زیر ارائه داد:

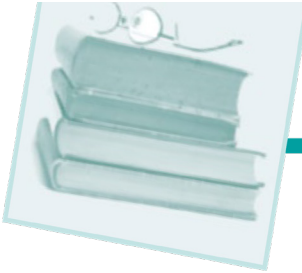
کل خریدها	C	B	A	
کل خریدها از A (توسط B و C)	ac	ab		A
کل خریدها از B (توسط A و C)	bc		ba	B
کل خریدها از C (توسط A و B)		cb	ca	C
تراز کل	فروش کل توسط C	فروش کل توسط B	فروش کل توسط A	فروش کل

۲۹۷- این نوع جدول، تصویر ساده و البته جامع و کاربردی را درباره روندهای مرتبط با بخش کپی‌رایت ترسیم می‌کند. کل خریدها از یک اپراتور در این جدول مشخص شده است و به علاوه، فروش کل یک اپراتور نیز نشان داده شده است. مجموع خانه‌های ستون سمت چپ حاکی از خریدهای کل از هر یک از سه اپراتور است. مجموع خانه‌های ردیف پایین حاکی از کل فروش هر اپراتور است. فروش کل و خرید کل باید یکسان باشد.

۲۹۸- هر چند این جدول جزئیات بخش را نشان نمی‌دهد، ولی باید حداقل مجموع مقادیر را نشان دهد و تضمین نماید که متعادل هستند. البته هنگام محاسبه حساب‌های بخش کپی‌رایت، براساس جزئیات می‌توان به نحوه عملکرد واقعی بخش پی برد.

#### ۶-۲-۵ داده‌های مربوط به نقش دولت

۲۹۹- در برخی کشورها، دولت نقش اصلی در بخش کپی‌رایت ایفا می‌کند و منبع اصلی تأمین بودجه برای فعالیت‌های بخش و یا حتی مالک اصلی مؤسسات کلیدی در این بخش محسوب می‌شود. در چنین شرایطی، جمع‌آوری اطلاعات دقیق درباره معاملات بین مؤسسات و دولت عمومی از جمله مالیات‌ها و یارانه‌های مرتبط ضروری است.



۳۰۰- در این نوع کاربرد، گسترش دامنه طبقه‌بندی معاملات جهت اجرای بررسی خاص در مورد جریان‌های مرتبط با کپی‌رایت از جمله مالیات و یارانه‌های محصولات حائز اهمیت است. این جریان‌ها توسط سازمان‌های تحت کنترل دولت یا سازمان‌های تحت کنترل متولیان نظیر مؤسسات نیمه دولتی تک‌منظوره<sup>۱</sup> و صندوق‌ها یا حساب‌های خاص دریافت می‌شوند. به همین ترتیب، موارد استفاده بودجه‌های دریافتی توسط مؤسسات شرح داده می‌شود. با افزودن ردیف و ستون مربوط به اپراتور G (دولت عمومی) به جدول «از چه کسی به چه کسی»، تمامی این جریان‌ها را می‌توان به بهترین نحو بررسی کرد.

۳۰۱- در این کتاب راهنما، گزینه‌های خاصی برای تغییرات مفهومی از حساب‌های ملی استاندارد در نظر گرفته شده است که برای جمع‌آوری مؤثر داده‌ها حائز اهمیت هستند.

#### ۶-۲-۲-۶ تولید و محصولات- گسترش مرز

۳۰۲- در نظام حساب‌های ملی، واحدهای تولید شامل مؤسساتی هستند که مطابق حوزه فعالیت‌های اصلی آن‌ها در گروه‌های بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع قرار گرفته‌اند. در کتاب راهنمای سازمان جهانی مالکیت فکری، این قانون در مواردی اعمال می‌شود که مؤسسات همگن هستند. هنگامی که مؤسسات و صنایع معمولاً در هیچ یک از گروه‌های بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع همگن نیستند، به نظر می‌رسد که یک فعالیت اصلی و یک فعالیت فرعی را انجام می‌دهند. این موضوع در مورد بخش‌های «کپی‌رایت نسبی» که در فصل‌های ۴ و ۵ شرح داده شد، نیز صدق می‌کند و به طور کلی باید به روش زیر بررسی شوند.

الف) خروجی این فعالیت‌های فرعی مطابق ماهیت آن‌ها به همان شیوه طبقه‌بندی محصول در طبقه‌بندی محوری محصولات<sup>۲</sup> (CPC) تعیین می‌شود.

ب) ورودی این فعالیت‌های فرعی متمایز از ورودی فعالیت‌های اصلی در نظر گرفته نمی‌شود. فقط سهم ورودی‌های نسبت داده شده به فعالیت‌های فرعی باید تعیین شود.

۳۰۳- در حساب‌های استاندارد، از سایر فعالیت‌های فرعی صنایع ناهمگن معمولاً صرف‌نظر می‌شود. البته این نکته مهم است که هنگام تنظیم داده‌ها برای چنین مواردی در بخش کپی‌رایت، فعالیت‌های فرعی در نظر گرفته شوند. بدین ترتیب، تصویر کاملی از ورودی‌های مشابه فعالیت را می‌توان ترسیم نمود و این مسأله برای تعیین این که آیا برخی از این ورودی‌ها حاوی کپی‌رایت هستند یا خیر، حائز اهمیت است.

۳۰۴- این کار از آن جهت فرآیند بسیار پیچیده‌ای است که تمامی فعالیت‌ها و محصولات مرتبط در مجموعه‌های داده استاندارد حساب‌های ملی وجود ندارند. در این کتاب راهنما به منظور بررسی این مشکل، روش‌های اصلی جهانی با استفاده از فاکتورهای کپی‌رایت به طور خاص طراحی شده و در بخش ۶-۵ شرح داده شده‌اند.

1. Special-purpose quasi-public agencies  
2. Central Product Classification

## ۶-۲-۲-۷ درآمد

۳۰۵- برای تهیه حساب‌های کپی‌رایت باید مرز تولید را فراتر از مرز حساب‌های استاندارد بسط داد و بنابراین بزرگی درآمد اصلی (فاکتور) نیز افزایش می‌یابد. علت این امر این است که درآمد اضافی باید برای فعالیت‌های دیگری جانهی شوند که در طبقه‌بندی‌های استاندارد لحاظ می‌شوند. جانهی این درآمدها باید با دقت صورت گیرد.

۳۰۶- نقش تورم، مسأله مهمی است. در صورت وجود تورم، براساس درآمدهای اصلی اسمی از این جهت تصویر اشتباهی ترسیم می‌شود که در این درآمدها، پاداش (یا جریمه) ضمنی یا صریح برای تغییر ناشی از تورم در ارزش دارایی‌ها و بدهی‌ها، دستمزدهای کار و قیمت‌های ورودی‌های وارداتی لحاظ می‌شوند. این مسأله در مورد بهره، دستمزدها، کسورات صورت حساب‌های شخصی در ازای مصرف، ارزش ورودی‌های وارداتی و غیره اعمال می‌شود.

۳۰۷- در صورت وجود داده‌های مرتبط، ارزش‌های واقعی باید مورد استفاده قرار گیرند. چنانچه داده‌های مناسبی وجود نداشته باشد، مفید است که مؤلفه تورم‌زا به عنوان سود یا زیان بسته به عامل اصلی مورد نظر، مورد بررسی قرار گیرد. به عنوان مثال در ارتباط با معاملات با بخش مالی، تورم برای وام‌گیرندگان در بخش کپی‌رایت به منزله سود و برای وام‌دهندگان به بخش کپی‌رایت به منزله زیان است.

## ۶-۲-۲-۸ موارد واگذاری مؤثر

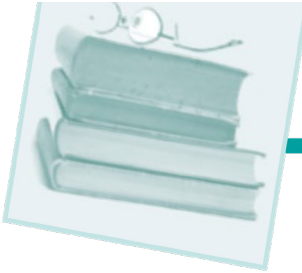
۳۰۸- در بسیاری از کشورها، واگذاری‌ها نقش اصلی را در بخش کپی‌رایت ایفا می‌کنند و باید در چنین مواردی به دقت تعریف شوند. در مواردی که واگذاری‌ها ضمنی هستند، نظیر واگذاری‌ها از طریق جوایز مسابقات، باید آن‌ها را به صورت صریح بیان کرد. واگذاری‌های ضمنی موجب تغییر شرایط بین واحدها می‌شوند، بدون این که هیچ جریانی به عنوان یک واگذاری جانهی شده در حساب‌های ملی در نظر گرفته شود.

۳۰۹- به عنوان مثال، واحدهای دولتی تعداد زیادی خدمات غیر بازاری رایگان را در اختیار تولیدکنندگان بازار در بخش سرگرمی قرار می‌دهند. در حساب‌های ملی، این خدمات به عنوان مصرف جمعی دولت پدیدار می‌شوند. البته این خدمات را می‌توان به عنوان خدمات اضافه شده به مصرف واسطه تولیدکنندگان بازار قلمداد کرد. در این مورد، یک همتا باید در بخش یارانه‌های تولید معرفی شود. چنین اصلاحاتی موجب می‌شوند مبنای اصلی برای بقای بخش کپی‌رایت و رشد آن در اقتصاد مشخص شوند.

## ۶-۲-۲-۹ کاربردهای کالاها و خدمات و طبقه‌بندی‌های عملکردی - علت تحمیل مخارج چیست؟

۳۱۰- چنانچه در حساب‌های استاندارد نشان داده شده است با توسعه مفهوم تولید، دامنه مشمول کاربردهای کالاها و خدمات نیز تغییر می‌یابد، اعم از این که برای مصرف واسطه‌ای یا مصرف نهایی و یا برای تشکیل سرمایه باشند. از آنجا که بسیاری از شرکت‌ها در بخش کپی‌رایت شامل هنرمندان و سایر اپراتورهای خرد و خویش فرما هستند، برای محقق مفید است که با استفاده از ابزار دقیقی که هدف مخارج تحمیل شده را بررسی می‌کند، نسبت به جمع‌آوری





داده‌ها اقدام کند.

۳۱۱- چنانچه قبلاً گفته شد در حسابداری ملی این سؤال اصلی مطرح است که ورودی‌های خریداری شده توسط مؤسسه چیست؟ داده‌ها به همین ترتیب جمع‌آوری می‌شوند. در حسابداری کپی‌رایت، سؤال فوق معمولاً باید تغییر یابد و این سؤال اصلی مطرح می‌شود که علت تحمیل مخارج توسط مؤسسه چیست؟ با تأکید بر این تغییر است که روش‌های حسابداری توصیه شده در این کتاب راهنما، روش‌هایی انعطاف‌پذیر به شمار می‌آیند.

۳۱۲- احتمالاً مهم‌ترین طبقه‌بندی مورد نظر در ساختار این کتاب راهنما شامل طبقه‌بندی مخارج تولیدکنندگان بر حسب هدف<sup>۱</sup> (COPP) است. اهداف اصلی تولیدکننده در این طبقه‌بندی عبارتند از:

الف) مخارج مربوط به زیرساخت؛

ب) مخارج مربوط به تحقیق و توسعه از جمله تحقیق و بررسی فرهنگی؛

پ) مخارج مربوط به حفاظت از محیط زیست؛

ت) مخارج مربوط به بازاریابی؛

ث) مخارج مربوط به توسعه منابع انسانی؛ و

ج) مخارج مربوط به برنامه‌های فعلی تولید، اجرا و مدیریت.

چنانچه در این کتاب راهنما نشان داده شده است، هنگام جمع‌آوری داده‌های مورد استفاده جهت ارزیابی این که آیا خروجی‌ها در ارتباط با تولید کپی‌رایت و حقوق مرتبط هستند یا خیر، تمامی اهداف مذکور از درجه اهمیت متفاوتی برخوردار هستند.

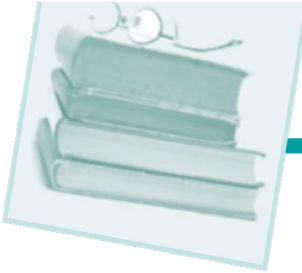
۳۱۳- این نوع طبقه‌بندی مخارج به‌ویژه در ارتباط با فعالیت‌های کپی‌رایت اپراتورهای خرد مهم است که در خانه مستقر هستند. در چنین مواردی، تهیه حساب‌های HUEM نیز بدین معناست که خدماتی ممکن است برای اپراتورهای فعال در خانه‌ها ارائه شوند که کاملاً در فعالیت‌های تولیدی آن‌ها لحاظ می‌شوند. در صورتی که قرار است حساب‌ها متوازن شوند، این خدمات نیز بخشی از مصرف نهایی تلقی خواهند شد.

۳۱۴- هنگام تهیه حساب‌های کپی‌رایت به‌ویژه برای اپراتورهای خرد، مرزهای بین مصرف واسطه‌ای، مصرف نهایی و تشکیل سرمایه نیز می‌توانند به طور مؤثری اصلاح شوند. بررسی سرمایه انسانی و کالاهای بادوام مصرفی از جمله مهم‌ترین موارد به شمار می‌آیند. علاوه بر این، داوری کاملاً براساس هدف مخارج تحمیل شده، صورت می‌گیرد.

۳۱۵- در بخش کپی‌رایت نیز به دلیل اهداف مورد نظر سرمایه‌گذاران، بخش عمده مخارج در زمینه آموزش و بهداشت به‌عنوان تشکیل سرمایه ثابت قلمداد می‌شود. این مسأله در مورد مجموعه دانش و اطلاعات مربوط به سرمایه‌گذاری در راستای توسعه ادغام فرهنگی که به نوآوری و کپی‌رایت منجر می‌شوند نیز صدق می‌کند. سپس به همین ترتیب، دارایی‌های سرمایه‌ای تطبیق داده می‌شوند و مصرف سرمایه ثابت نیز توسعه داده می‌شود.

۳۱۶- مخارج کالاهای مصرفی بادوام نظیر خودرو، خوردروهای مینی ون و اسباب و اثاثیه معمولاً به‌عنوان مصرف نهایی خانوار در حساب‌های ملی قلمداد می‌شوند. البته، این کالاها حتی در پیشرفته‌ترین اقتصادها در زمینه ایجاد کپی‌رایت نقش اصلی ایفا می‌کنند. تمامی این مخارج بسته به شرایط محلی به طور مناسبی به‌عنوان تشکیل سرمایه ثابت مجدداً طبقه‌بندی می‌شوند. سپس، خدمات سرمایه‌ای ارائه شده توسط این بخش دارایی‌های ثابت حاصله به‌عنوان مصرف نهایی در حساب‌ها ثبت می‌شوند.

۳۱۷- باتوجه به ضرورت تضمین این که حساب‌های محصول و درآمد ملی متوازن هستند، مفید است که جهت ارائه تغییرات مورد نیاز در طبقه‌بندی مخارج برای حسابداری کپی‌رایت و تأثیرات مورد نظر آن‌ها بر تولید ناخالص داخلی و درآمد ناخالص داخلی، جدول خلاصه‌ای تهیه شود:



جدول ۶-۶ تغییرات طبقه‌بندی و تأثیرات مورد نظر آن‌ها بر تولید ناخالص داخلی و درآمد ناخالص داخلی

درآمد ناخالص داخلی		ارزش افزوده ناخالص (تولید ناخالص داخلی بر حسب قیمت‌های پایه)			
تأثیر احتمالی بر درآمد ناخالص داخلی	اصلاح درآمد ناخالص داخلی مطابق نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸	تأثیر احتمالی اصلاح صورت گرفته بر تولید ناخالص داخلی	اصلاح مورد نیاز مطابق نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸	برداشت فعلی (نظام حساب‌های ملی ۹۳) از مخارج ایجاد کپی‌رایت در تولید ناخالص داخلی	بخش
افزایش ارزش سرمایه‌گذاری‌های کپی‌رایت	* رشد مازاد عملیاتی بر حسب میزان سرمایه‌گذاری منهای مصرف مرتبط با سرمایه ثابت  ** رشد مصرف سرمایه ثابت	افزایش بر حسب ارزش سرمایه‌گذاری کپی‌رایت	طبقه‌بندی مجدد هزینه‌های ایجاد کپی‌رایت در سرمایه‌گذاری	هزینه‌های کسب و کار	کسب و کار
درآمد ناخالص داخلی بر حسب ارزش خدمات سرمایه‌ای افزایش می‌یابد که مجموع استهلاک و بازگشت سرمایه خالص است.	* برآورد و افزودن بازگشت سرمایه به سرمایه کپی‌رایت ایجاد شده  ** افزایش مصرف سرمایه ثابت	* طبقه‌بندی مجدد صرفاً تغییری از مصرف به سرمایه‌گذاری است و از این رو، موجب رشد تولید ناخالص داخلی نمی‌شود.  ** مخارج مصرف شخصی در زمینه خدمات از طریق ارزش خدمات سرمایه‌ای افزایش می‌یابد که معادل مصرف سرمایه ثابت به علاوه بازگشت سرمایه خالص تخمینی است.	* مخارج ایجاد کپی‌رایت از سرمایه‌گذاری‌های غیر انتفاعی به عنوان سرمایه‌گذاری مجدد طبقه‌بندی می‌شوند.  ** مخارج مصرف شخصی در زمینه خدمات افزایش می‌یابد.	* مخارج مصرف شخصی  ** برآورد های درآمد ناخالص داخلی شامل هیچ برآوردی از نرخ بازگشت سرمایه‌گذاری‌های غیر انتفاعی نیست.	سازمان‌های غیر انتفاعی که در بخش خانوار خدمات ارائه می‌دهند.

دولت عمومی	مصرف دولت	* مخارج ایجاد کپی رایت دولت به عنوان سرمایه گذاری مجدداً طبقه بندی می شود.  ** مصرف خدمات دولت افزایش می یابد.	* طبقه بندی مجدد صرفاً تغییر از مصرف به سرمایه گذاری است و از این رو، موجب رشد تولید ناخالص داخلی نمی شود.  ** مخارج مصرف دولت در زمینه خدمات از طریق ارزش خدمات سرمایه ای افزایش می یابد که معادل مصرف سرمایه ثابت به علاوه بازگشت سرمایه خالص تخمینی است.	* برآورد و افزودن بازگشت سرمایه گذاری در سرمایه کپی رایت ایجاد شده  ** افزایش مصرف سرمایه ثابت	درآمد ناخالص داخلی از طریق ارزش خدمات سرمایه ای افزایش می یابد که مجموع استهلاک و بازگشت سرمایه خالص است.
------------	-----------	---	---	--	---

۳۱۸- تمامی تغییرات فوق نیز بدین معناست که مفهوم پس انداز توسعه یافته و بیانگر مقیاس بزرگ تر و حوزه گسترده تر انباشت سرمایه<sup>۱</sup> است.

۶-۲-۲-۱۰ دارایی ها و بدهی ها

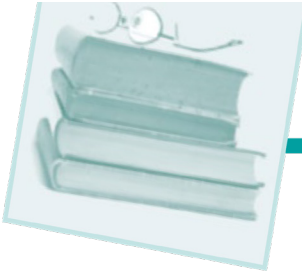
۳۱۹- زمانی که دامنه تولید و تشکیل سرمایه به گونه ای گسترش می یابد که متناسب با نیازهای بخش کپی رایت است، ضروری است که دامنه شمول دارایی های غیر مالی<sup>۲</sup> نیز تطبیق داده شود. دارایی ها و بدهی های احتمالی مربوطه نیز باید در نظر گرفته شوند و بدین ترتیب دامنه دارایی های مالی گسترش داده شده و منسجم می شوند. سپس آن ها را می توان برحسب ارزش های بازار منصفانه و به جای قیمت های جاری واقعی ارزیابی کرد.

۶-۲-۲-۱۱ اقلام مکمل

۳۲۰- در نظام حساب های ملی ۲۰۰۸، ایده اقلام و جدول های مکمل مطرح شده است که به اقلامی اشاره دارند که در برخی کشورها اهمیت محدودی دارند و در برخی دیگر از اهمیت زیادی برخوردار هستند. این موضوع در فرآیند جمع آوری داده حائز اهمیت است.

۳۲۱- غالباً جدول این اقلام را نمی توان همانند حساب های اصلی با دقت تهیه کرد. از نظر بسیاری از کشورها این مسأله، پیشرفت مهمی در استانداردهای بین المللی محسوب می شود. این فرآیند با روش های حسابداری اقماری ارتباط

1. Capital accumulation  
2. Non-financial assets



نزدیکی دارد. گروهی که در زمینه بررسی فعالیت می کنند نیز باید توسعه مواد خام به عنوان منبع مالکیت فکری را مورد توجه زیادی قرار دهند. در برخی کشورها، این پیشرفت ها را باید به عنوان اقلام مکمل به همان مفهوم مورد نظر در نظام حساب های ملی ۲۰۰۸ مورد بررسی قرار داد که مهم ترین بخش ارزیابی در این کشورها محسوب می شود.

۳۲۲- پس از بررسی اینگونه موارد و جمع آوری مؤثر داده ها و پس از این که حساب های ملی حتی الامکان به ترتیب مرتب شدند می توان مجموعه حساب ها برای بخش کپی رایت را جمع آوری کرد.

#### ۶-۲-۳ مرحله سوم: محاسبه سهم صنایع کپی رایت از اقتصاد ملی

۳۲۳- در این بخش، محاسبات اعمال شده در مورد سه شاخص اصلی شامل ارزش افزوده، اشتغال و تجارت خارجی شرح داده شده است. همچنین، نحوه اجرای چارچوب توصیف شده در فصل ۵ به صورت آماری و کاربردی تر مورد تأکید قرار گرفته است.

۳۲۴- هر چند مطابق روش سازمان جهانی مالکیت فکری، مقیاس و دامنه بسیاری از صنایع و هزینه ها در حساب های ملی استاندارد به گونه ای تنظیم شده و توسعه داده می شوند که متناسب با تولید و مصرف کپی رایت باشند، ولی از آنجا که هر دو مورد خروجی و مصرف واسطه به میزان یکسانی افزایش می یابند، مفهوم و معیار کلی ارزش افزوده تغییر نمی یابد؛ البته تصویر جامع تری از نقش کپی رایت در اقتصاد ترسیم می شود.

#### ۶-۲-۳-۱ محاسبه ارزش افزوده

۳۲۵- در ارزیابی سهم اقتصادی یک صنعت، ارزش افزوده متداول ترین معیار محسوب می شود.<sup>۱</sup> روش های تعیین ارزش افزوده از طریق فعالیت اقتصادی تولیدی به طور مفصل در نظام حسابداری ملی ۱۹۹۳ شرح داده شده است.<sup>۲</sup> سازمان های ملی آمار عمدتاً از این روش ها در فرآیند جمع آوری و پردازش داده برای نظام های حسابداری ملی خود استفاده می کنند.<sup>۳</sup>

#### ۶-۲-۳-۲ ترکیب ارزش افزوده

۳۲۶- ارزش افزوده تمامی فعالیت ها از جمله فعالیت های مبتنی بر کپی رایت به دو روش محاسبه می شود:

الف) ارزش افزوده ناخالص (قیمت های پایه) = خروجی منهای مصرف واسطه؛ و

ب) ارزش افزوده = مازاد عملیاتی/درآمد مختلط به اضافه دستمزد کارمندان به اضافه مصرف سرمایه ثابت به اضافه سایر مالیات های تولید منهای سایر یارانه های تولید.

#### ۳۲۷- هر دو روش مذکور مبتنی بر تعاریف و دیدگاه های زیر هستند:

۱. معمولاً چنین پنداشته می شود که ارزش افزوده ناخالص بیانگر سهم واقعی یک صنعت در اقتصاد ملی است و برابر با ارزش خروجی های ناخالص منهای ارزش ورودی های سایر صنایع است.

۲. به فصل ۶ درباره نظام حساب های ملی ۲۰۰۸ [unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf](http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf) رجوع شود.

۳. برای کسب اطلاعات بیشتر درباره توسعه سیستم های ملی آمار به <http://unstats.un.org/unsd/dnss/> رجوع شود.

الف) خروجی شامل کالاها یا خدمات تولید شده در یک مؤسسه است که برای استفاده در خارج از آن مؤسسه در دسترس قرار می‌گیرد<sup>۱</sup> و برحسب قیمت‌های پایه محاسبه می‌شود. ارزش خروجی شامل ارزش فروش کل یا سایر کاربردهای کالاها یا خدمات تولید شده به‌عنوان خروجی به‌اضافه ارزش تغییرات موجودی کالاهای تولید شده به‌عنوان خروجی است<sup>۲</sup>.

ب) مصرف واسطه‌ای شامل ارزش کالاها و خدمات مصرفی به‌عنوان ورودی از طریق فرآیند تولید- به استثنای دارایی‌های ثابت- است که مصرف آن‌ها به‌عنوان مصرف سرمایه ثابت گزارش می‌شود<sup>۳</sup>. مرز بین مصرف واسطه‌ای و ارزش افزوده، مرز سخت و انعطاف‌ناپذیری نیست و تحت تأثیر فناوری و همچنین ساختار و توزیع تولید قرار دارد.

پ) مازاد عملیاتی/درآمد مختلط شامل مازاد یا کسری حاصل از تولید قبل از کسر بهره، اجاره یا هزینه‌های مشابه پرداختی بابت دارایی‌های مالی یا دارایی‌های مشهود غیر تولیدی است که شرکت اجاره و یا قرض کرده است و یا این که شامل مازاد یا کسری حاصل از تولید قبل از کسر هر گونه بهره، اجاره یا دریافتی مشابه قابل وصول بابت دارایی‌های مالی یا دارایی‌های مشهود غیر تولیدی است که تحت مالکیت شرکت است<sup>۴</sup>. تمایز بین مازاد عملیاتی و درآمد مختلط به نوع شرکت بستگی دارد.

ت) دستمزد کارمندان شامل کل حقوق به صورت نقدی یا جنسی است که توسط شرکت به کارمندان در ازای کار آن‌ها طی دوره حسابداری پرداخت می‌شود. حقوق کارمندان شامل مالیات‌های پرداختی توسط کارفرما بابت صورتحساب حقوق و دستمزد نمی‌شود و به‌عنوان مالیات‌های تولید در نظر گرفته می‌شوند. حقوق کارمندان دارای دو مؤلفه اصلی است: الف) دستمزدها و حقوق پرداختی به صورت نقدی یا جنسی؛ و ب) ارزش سهام اجتماعی پرداختی توسط کارفرمایان. سهام اجتماعی که توسط کارفرمایان در قالب طرح‌های تأمین اجتماعی یا طرح‌های بیمه اجتماعی تحت بودجه خصوصی جهت کسب منافع اجتماعی کارمندان پرداخت می‌شود و یا سهام اجتماعی اعطا شده توسط کارفرمایانی که منافع اجتماعی بدون اندوخته<sup>۵</sup> را تأمین می‌کنند، شامل این موارد می‌باشند<sup>۶</sup>.

ث) مصرف سرمایه ثابت شامل هزینه تولید است و بیانگر کاهش ارزش دارایی‌های ثابت مورد استفاده در تولید

1. 2008 SNA, Para. 6.89

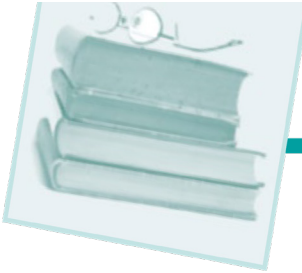
۲. ارزش افزوده ناخالص معمولاً برحسب قیمت‌های عمده‌فروشی برآورد می‌شود. البته، براساس خروجی ناخالص یک صنعت که در آن ارزش ورودی‌های تولید شده از طریق سایر صنایع نیز لحاظ می‌شود، سهم صنعت در اقتصاد ملی بیش از حد برآورد می‌شود.

۳. مصرف واسطه‌ای، مخارج شرکت‌ها برای کالاهای گرانبها از جمله آثار هنری، فلزات و سنگ‌های قیمتی و جواهرآلات را در برنمی‌گیرد. مصرف واسطه‌ای شامل ارزش کالاها یا خدماتی است که به‌عنوان ورودی فعالیت‌های جنبی نظیر خرید، فروش، بازاریابی، حسابداری، پردازش داده، انتقال، ذخیره، نگهداری، ایمنی و ... مورد استفاده قرار می‌گیرند. در پاراگراف ۶.۲۱۵ - ۶.۲۱۳ از نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸، مباحث جامع‌تری در این زمینه مطرح شده است.

4. 2008 SNA, paragraphs 7.9 - 7.14

5. Unfunded social benefits

6. SNA, paragraphs 7.39 - 7.42



طی دوره حسابداری در اثر استهلاک فیزیکی، کهنگی معمول یا آسیب تصادفی و متعارف است. مصرف سرمایه ثابت هر دو نوع دارایی‌های ثابت مشهود و دارایی‌های ثابت نامشهود نظیر هزینه‌های بهره‌برداری مواد معدنی و نرم‌افزار را در بر می‌گیرد. ارزش دارایی ثابت به مزایایی بستگی دارد که انتظار می‌رود که طی استفاده از آن در تولید در طول مابقی عمر خدمات خود داشته باشد. این ارزش برحسب ارزش تنزیل شده جاری جریان اجاره‌ها - که برحسب قیمت‌های میانگین دوره محاسبه می‌شود - تعیین می‌شود که مالک دارایی ثابت در صورت اجاره آن به تولیدکنندگان طی مدت زمان باقیمانده عمر خدمات آن انتظار داشته است. سپس مصرف سرمایه ثابت براساس کاهش متناسب این ارزش در فاصله زمانی آغاز و پایان دوره حسابداری محاسبه می‌شود.<sup>۱</sup> نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸ به ضرورت توجه به استهلاک دارایی‌های فکری اشاره دارد. این ارزش در استهلاک اقتصادی دارایی‌های فکری طی طول عمر مفید آن‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است. این ارزش معمولاً در حساب‌های کسب و کار به طور برجسته نشان داده می‌شود، ولی معمولاً در برآورد مصرف سرمایه ثابت به اشتباه از آن صرف نظر می‌شود و در واقع، به صورت مجزا از سایر انواع استهلاک دارایی نشان داده می‌شود.

ج) مالیات‌های غیر مستقیم شامل مالیات‌هایی هستند که همزمان با افزایش قیمت‌های کالا یا خدمات فروخته شده، به طور کامل یا نسبی به سایر واحدهای سازمانی انتقال داده می‌شوند. البته مطابق نظام حساب‌های ملی، این مالیات‌ها باید به طور خاص برحسب هدف آن‌ها تعیین شوند: مالیات محصولات<sup>۲</sup> و سایر مالیات‌های تولید. چ) یارانه‌ها شامل پرداخت‌های بلاعوض<sup>۳</sup> جاری هستند که واحدهای دولتی از جمله واحدهای دولتی غیر مقیم<sup>۴</sup> براساس سطح فعالیت‌های تولیدی شرکت‌ها یا برحسب مقادیر یا ارزش‌های کالاها و خدمات تولیدی، فروشی یا وارداتی شرکت‌ها برای آن‌ها در نظر می‌گیرند.<sup>۵</sup> سایر انواع یارانه‌های تولید شامل یارانه‌هایی به غیر از یارانه‌های محصولات هستند که به شرکت‌های مقیم بابت فعالیت تولیدی آن‌ها تعلق می‌گیرد.

۱. از آنجا که محاسبه ارزش افزوده ایجاد شده از طریق فرآیند تولید، هدف ارزش افزوده محسوب می‌شود، باید ارزش افزوده خالص محاسبه شود. زیرا مصرف سرمایه ثابت شامل هزینه تولید است. البته، باید توجه داشت که عملاً محاسبه مصرف سرمایه ثابت دشوار است و همیشه امکان برآورد مؤثر ارزش آن و از این رو، ارزش افزوده خالص وجود ندارد. این موضوع به طور دقیق در نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸ شرح داده شده است.

۲. مالیات تولید شامل مالیات قابل پرداخت کالاها و خدمات در زمان تولید، تحویل، فروش یا انتقال آن‌ها و یا واگذاری آن‌ها توسط تولیدکنندگان است. همچنین، سایر انواع مالیات تولید عمدتاً شامل مالیات مالکیت یا استفاده از زمین، ساختمان‌ها یا سایر دارایی‌های مورد استفاده در تولید یا مالیات نیروی کار یا مالیات حقوق پرداختی به کارمندان است. به پاراگراف ۷.۷۲ از نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸ رجوع شود.

3. Unrequited payments

4. Non-resident government units

5. 2008 SNA, Para. 7.98 and 14.82

## ۶-۲-۳-۳ داده‌های مربوط به ارزش افزوده

۳۲۸- به منظور تعریف گروه‌های مورد نظر سازمان جهانی مالکیت فکری و تطبیق فعالیت‌های مبتنی بر نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع، باید داده‌های مربوط به محاسبه ارزش افزوده را تعیین کرد. از آنجا که این داده‌ها ممکن است به طور مستقیم در دسترس نباشند، ابتدا باید داده‌های موجود درباره فعالیت‌های مبتنی بر نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع را از منابع ملی آمار جستجو کرد.

۳۲۹- پس از بررسی کامل منابع رسمی در ارتباط با گروه‌های مورد نیاز برای محاسبه ارزش افزوده، نکات مبهم و نامعلوم باید مشخص شوند و مورد ارزیابی قرار گیرند. در این مرحله، سایر منابع موجود نیز باید بررسی شوند. باید توجه داشت که قبل از تعیین خروجی کل صنعت نمی‌توان ارزش افزوده را محاسبه کرد:

۳۳۰- تجربه نشان داده است که به طور کلی جمع‌آوری و پردازش داده‌های آماری در ارتباط با ارزش افزوده شامل پنج مرحله به شرح زیر است (به ادامه مطالب رجوع شود):<sup>۱</sup>

- ۱) جمع‌آوری داده‌های آماری
- ↓
- ۲) استفاده از آمارگیری نمونه‌ای<sup>۲</sup> جهت تکمیل داده‌ها
- ↓
- ۳) اصلاح داده‌های آماری
- ↓
- ۴) تعیین خروجی
- ↓
- ۵) محاسبه ارزش افزوده در برابر خروجی

## ۶-۲-۳-۴ محاسبه ارزش افزوده

۳۳۱- برای تعیین ارزش افزوده فعالیت‌های اقتصادی خاص به داده‌هایی مورد نیاز است که امکان بررسی ساختار هزینه را فراهم آورند. بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی که در این کتاب راهنما تحت عنوان صنایع مبتنی بر کپی‌رایت طبقه‌بندی می‌شوند، در بخش تولیدی و بخش خدمات قرار گرفته‌اند. از این رو، در نظام حسابداری ملی دو رویکرد در ارتباط با آمار کالا و خدمات توصیه می‌شود: رویکرد خروجی (تولید) و رویکرد درآمد (به بخش ۵-۳-۱ نیز رجوع شود). از هر دو رویکرد می‌توان بسته به فراوانی داده و ساختار آمار ملی استفاده کرد.

1. Copyright White Paper – A view from the perspective of copyright industries, Copyright Research and Information Center 2001, JCI series, Tokyo, p. 32.

2. Sampling survey





## الف) رویکرد خروجی

۳۳۲- مطابق رویکرد خروجی (تولید)، ارزش افزوده را می‌توان براساس فرمول زیر محاسبه کرد:

$$\text{ارزش افزوده} = \text{خروجی منهای مصرف واسطه‌ای}$$

۳۳۳- در جدول ۶-۷ جزئیات داده‌های مورد نیاز جهت محاسبه ارزش افزوده شرح داده شده است.

جدول ۶-۷: داده‌های مربوط به محاسبه ارزش افزوده

موضوع مورد بررسی	عملیات	داده‌های مورد نیاز	
خروجی ناخالص	مساوی	ارزش کالا و خدمات فروخته شده	
	به اضافه	تشکیل سرمایه به حساب شخصی	
	به اضافه	تغییرات موجودی	
		کار در جریان پیشرفت	
		کالاهای تمام شده	
مصرف واسطه‌ای	مساوی	مواد خام و پردازش شده مورد استفاده، مواد بسته‌بندی مورد استفاده	
	به اضافه	هزینه‌های سوخت، هزینه‌های برق	
	به اضافه	فروش و هزینه‌های اجرایی کلی	
	به اضافه	هزینه‌های حمل و نقل	
	به اضافه	اجاره ساختمان، ماشین‌آلات و تجهیزات	
	به اضافه	اسکان	
	به اضافه	آگهی‌های تجاری و تبلیغ فروش	
	به اضافه	مبالغ پرداختنی	
	به اضافه	پیمان کاری دست دوم	
	به اضافه	تعمیر و نگهداری معمولی	
	هزینه‌های عملیاتی	مساوی	مبالغ پرداختنی به نیروی کار
		به اضافه	مصرف واسطه‌ای
		به اضافه	هزینه‌های استهلاک
به اضافه		مالیات محصولات، مالیات تولید، عوارض شهرداری، هزینه‌های صدور پروانه ...	

هزینه‌های استهلاک	مساوی	دارایی‌های ثابت (که بر حسب قیمت‌های جاری ارزیابی می‌شوند) × نرخ استهلاک
		در نظام حسابداری مالی ۲۰۰۸، استهلاک براساس قیمت‌های جاری دارایی‌های ثابت و نه هزینه‌های تاریخی آن‌ها در هنگام خرید محاسبه می‌شود. روش موجودی دائمی <sup>۱</sup> (PIM) توصیه می‌شود.

۳۳۴- توجه داشته باشید که مصرف واسطه‌ای شامل ارزش پولی کل کالا و خدمات مورد استفاده در تولید خروجی توسط مؤسسات هستند. مصرف واسطه‌ای تمامی مواد خام، خدمات و سایر هزینه‌های عملیاتی را در بر می‌گیرد.

۳۳۵- رویکرد خروجی، روش بهتری در بسیاری از کشورها محسوب می‌شود. این روش بیانگر تولید ناخالص داخلی از طرف تولید است که شامل ارزش کل هر چیزی است که از طریق فعالیت‌های متعدد تحت پوشش نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع تولید شده است. در مقیاس ملی باید شاخص‌هایی نظیر شاخص‌های ارائه شده در جدول ۶-۱ در نظر گرفته شوند.

۳۳۶- هنگام تهیه داده‌ها مطابق جدول ۶-۵ باید اصلاحات پیشنهاد شده در جدول فوق درباره «تغییرات طبقه‌بندی و تأثیرات مورد نظر آن‌ها بر تولید ناخالص داخلی و درآمد ناخالص داخلی» مورد توجه قرار گیرند.

### ب) رویکرد درآمد

۳۳۷- مطابق رویکرد درآمد، ارزش افزوده از طریق محاسبه مؤلفه‌های درآمد و به عبارتی مؤلفه‌های ارائه شده در کسب حساب درآمد<sup>۱</sup> محاسبه می‌شود<sup>۲</sup>. ارزش افزوده را می‌توان با استفاده از فرمول زیر محاسبه کرد:

ارزش افزوده = حقوق کارمندان به اضافه مازاد عملیاتی / درآمد مختلط به اضافه مصرف سرمایه ثابت به اضافه سایر مالیات‌های تولید منهای سایر یارانه‌های تولید

۳۳۸- مجموع درآمد با استفاده از داده‌های زیر حاصل می‌شود:

- حقوق کارمندان ← دستمزد و حقوق به اضافه سهام اجتماعی.
- مازاد عملیاتی ← خروجی ناخالص منهای هزینه کالاهای فروخته شده و هزینه فروش و هزینه عمومی.
- مصرف سرمایه ثابت ← کاهش ارزش دارایی‌های ثابت مشهود به اضافه استهلاک دارایی‌های ثابت مشهود؛ یا موجودی دارایی‌های ثابت × ضرایب استهلاک؛ یا استهلاک براساس ارزش دفتری تعدیل شده.
- سایر مالیات‌های تولید ← خروجی × نرخ مالیات؛ درآمد بودجه تعدیل شده دولت از مالیات‌ها.

1. Income account

2. 2008 SNA, p. 24

3. 2008 SNA, Table 2.2, p. 24



● سایر یارانه‌ها ← یارانه‌های تولید؛ تأمین مالی از دولت.

این اطلاعات در جدول ۶-۸ سازمان‌دهی شده و ضمن ارائه تعریف هر اصطلاح، نشان داده می‌شود که کدام‌یک از شاخص‌ها جهت برآورد مؤلفه‌های درآمد مورد استفاده قرار می‌گیرند.

**جدول ۶-۸ شاخص‌های مؤلفه‌های درآمد ارزش افزوده**

مؤلفه‌ها	عملیات	داده‌های موردنیاز (فرمول)
حقوق کارمندان	مساوی	دستمزد و حقوق به‌اضافه سهم اجتماعی
مازاد عملیاتی (سود عملیاتی به‌اضافه درآمد مختلط) <sup>۱</sup>	مساوی	خروجی منهای هزینه‌های عملیاتی (مبالغ پرداختنی به نیروی کار، مصرف واسطه‌ای از جمله فروش و هزینه‌های اجرایی کلی و مالیات‌های تولید)
مصرف سرمایه ثابت	مساوی	کاهش ارزش دارایی‌های ثابت مشهود به‌اضافه استهلاک دارایی‌های ثابت مشهود
سایر مالیات‌های تولید	مساوی	مالیات‌های محصولات به‌اضافه سایر مالیات‌های تولید
سایر یارانه‌های تولید <sup>۲</sup>		یارانه‌های محصولات به‌اضافه سایر یارانه‌های تولید

۳۳۹- هنگام تهیه داده‌ها مطابق با این جدول، اصلاحات پیشنهاد شده در جدول فوق درباره «تغییرات طبقه‌بندی و تأثیرات مورد نظر آن‌ها بر تولید ناخالص داخلی و درآمد ناخالص داخلی» باید مورد توجه قرار گیرند.

۳۴۰- مطابق رویکرد درآمد می‌توان ارزش افزوده را به روش دیگری محاسبه کرد. به موجب این روش ارزش افزوده به‌عنوان مجموع درآمدهای حاصل از عوامل اصلی تولید و به عبارتی سرمایه و نیروی کار در نظر گرفته می‌شود. رویکرد درآمد به‌ویژه جهت بررسی فعالیت‌های غیربازاری نظیر فعالیت‌های دولت مفید است. گاهی اوقات با استفاده از محاسبه مبتنی بر درآمد ارزش افزوده می‌توان سهم صنایع خاص را به‌طور دقیق‌تری تعیین کرد. این روش عمدتاً در ارتباط با کالاها در برخی از بررسی‌های بخش کپی‌رایت به کار برده شده است.<sup>۳</sup>

۳۴۱- در گروه‌های مورد نیاز جهت بررسی ممکن است از مجموعه اصطلاحات متفاوتی برای موارد زیر استفاده شود: حقوق کارمندان؛ درآمد مالک با ارزیابی موجودی و تعدیل مصرف سرمایه؛ درآمد حاصل از اجاره‌بهای اشخاص

۱. این شاخص همیشه به‌طور مستقیم گزارش نمی‌شود و یا اینکه صرفاً بعد از تعیین آن از طریق اجرای سایر روش‌ها، گزارش می‌شود.  
 ۲. یارانه‌ها مطابق اولویت‌ها و شیوه‌های بودجه‌ای، به تعداد محدودی از صنایع تعلق می‌گیرد و دستورالعمل مربوطه را می‌توان با صنایع خاصی تطبیق داد.  
 ۳. کالاها به‌عنوان اشیاء فیزیکی در نظر گرفته می‌شوند که برای آن‌ها تقاضا وجود دارد، می‌توان حقوق مالکیت برای آن‌ها تعیین کرد و همچنین می‌توان مالکیت آن‌ها را از طریق مشارکت در معاملات در بازارها، از یک واحد سازمانی به واحد دیگر واگذار کرد.

با تعدیل مصرف سرمایه؛ سود شرکت سهامی با ارزیابی موجودی و تعدیل مصرف سرمایه؛ بهره خالص؛ پرداخت‌های انتقالی کسب و کار؛ مالیات غیر مستقیم مؤسسات بازرگانی و بدهی‌های غیر مالیاتی<sup>۲</sup>؛ کسر مصرف سرمایه<sup>۳</sup> با تعدیل مصرف سرمایه و غیره.

۳۴۲- در اقتصادهایی که در آن‌ها بخش عمده سرمایه مصرفی نیز وارداتی هستند، تعیین تمایز بین استفاده از سرمایه وارداتی و استفاده از سرمایه تولیدی در اقتصاد ملی جهت محاسبه کپی‌رایت مفید است. ساختار بندی سرمایه با این مفهوم بر ارزیابی، مقیاس و اهمیت کپی‌رایت در اقتصاد و تجارت، عملکرد و برآورد هزینه واسطه‌ها و همچنین بر رشد بهره‌وری تأثیر می‌گذارد.

### ۲-۳-۵- تعیین مؤلفه‌های کلیدی؛ فاکتورهای کپی‌رایت

۳۴۳- در برخی موارد ممکن است داده‌ای وجود نداشته باشد که براساس آن بتوان شاخص‌هایی مشابه برخی از شاخص‌های مورد نیاز در رویکردهای فوق‌الذکر را تعیین کرد. در این صورت، تحلیلگر باید به طور مؤثری نسبت به جانمایی داده‌ها اقدام کند. عملکرد تحلیلگر در این زمینه به سایر منابع داده‌های موجود بستگی دارد. هنگام ارائه یافته‌های بررسی باید روش‌های مورد استفاده را مشخص کرد و درباره آن‌ها توضیح داد.

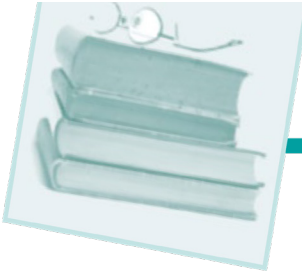
۳۴۴- تعدادی از گروه‌های محصول و به عبارتی تعدادی از کدهای محصول در طبقه‌بندی محوری محصولات حاوی فهرست‌های متمایز محصولاتی هستند که کپی‌رایت را در همان گروه‌بندی قرار می‌دهند که سایر محصولاتی که مرتبط با کپی‌رایت نیستند نیز قرار دارند. این محصولات را باید تفکیک کرد. از آنجا که فقط یک ارزش برای کل گروه یا برای کد و تمامی اقلام ثبت شده آن وجود دارد، به یک فاکتور نیاز هست تا بتوان کل ارزش آن کد محصول را بین بخشی که مرتبط با کپی‌رایت است و بخشی که مرتبط با کپی‌رایت نیست، تقسیم کرد.

۳۴۵- به‌علاوه، در ارتباط با آن دسته از محصولاتی که به‌عنوان محصولات مرتبط با کپی‌رایت در نظر گرفته می‌شوند نیز باید توجه داشت که تمامی جنبه‌های آن‌ها و از این رو کل ارزش آن‌ها مرتبط با کپی‌رایت نیست. به‌عنوان مثال، کل ارزش زیورآلات طلا مرتبط با کپی‌رایت نیست و فقط جنبه‌های هنری آن مرتبط با کپی‌رایت است. در اینجا نیز به یک فاکتور نیاز هست که بتوان ارزش ناشی از کپی‌رایت و ارزش غیر مرتبط با کپی‌رایت را مشخص کرد.

۳۴۶- از منظر فعالیت‌ها، این سؤال کلی در بررسی صنعت کپی‌رایت مطرح است که آیا تمامی محصولات یک فعالیت مشخص شده در کد بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع شامل محصولات کپی‌رایت هستند یا خیر. مشکل این است که چگونه می‌توان کدهای فعالیت را تعیین کرد که محصولات آن‌ها به طور کامل به کپی‌رایت نسبت داده نشوند و همچنین چگونه می‌توان بخش مرتبط با کپی‌رایت آن‌ها را تعیین کرد.

۳۴۷- در بررسی این مشکلات باید میزان شباهت ورودی‌ها، فرآیندها و فناوری در چارچوب طبقه‌بندی بین‌المللی

1. Business transfer payments
2. Non-tax liabilities
3. Capital consumption allowances



استاندارد صنایع در نظر گرفته شوند. این امر یکی از نقاط قوت اصلی حسابداری اقماری محسوب می‌شود. باید خاطر نشان کرد که کد طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنایع در نظام حساب‌های ملی مورد توجه اصلی قرار دارد و محصولات جهت حسابداری (اقماری) کپی‌رایت بر این اساس تفکیک می‌شوند که آیا ورودی‌های فرآیند، تولید و فناوری مورد استفاده در تبدیل ورودی‌ها به خروجی موجب ایجاد کپی‌رایت در برخی موارد می‌شوند یا خیر. در صورتی که پاسخ مثبت است، تحلیلگر باید به بررسی این موضوع پردازد که به منظور تقسیم هزینه‌ها بین محصولات و از این رو تقسیم ارزش بین آن‌ها، چه اطلاعات دقیقی در ارتباط با هزینه موجود است.

**۳۴۸-** چنانچه از نظرسنجی جهت جمع‌آوری داده‌ها برای پاسخ به سؤال کلی استفاده شود، در پرسشنامه باید جزئیات مناسبی مطرح شوند که براساس آن‌ها بتوان ورودی‌ها، فرآیندها و هزینه‌های محصولاتی را مشخص کرد که در چارچوب کد طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنایع در نظر گرفته می‌شوند.

**۳۴۹-** این شرایط با مسأله دامنه شمول جامع و همچنین فراگیری نظرسنجی ارتباط دارد. در واقع این شرایط با جامعیت نظرسنجی و این که آیا حذف موارد به طور تصادفی صورت می‌گیرد یا خیر، ارتباط دارد. مفهوم معرفی ارزش‌ها (یا فاکتورها) این تردیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. نظرسنجی باید به گونه‌ای طراحی شود که نسبت‌های تعیین شده حتی‌الامکان به سهم واقعی کپی‌رایت نزدیک باشند. سهم تعیین شده هر صنعت خاص که به کپی‌رایت نسبت داده می‌شود و میزان وابستگی به کپی‌رایت در برخی از نظرسنجی‌ها به‌عنوان فاکتور کپی‌رایت قلمداد می‌شوند.

**۳۵۰-** فرآیند ارزش‌گذاری بیانگر تعیین سهم مؤلفه‌های مرتبط با کپی‌رایت یک صنعت است و باید در مورد تمامی صنایعی که جزء صنایع کپی‌رایت اصلی نیستند، صورت گیرد. سهم صنایع کپی‌رایت اصلی ۱۰۰ درصد در نظر گرفته می‌شود. از آنجا که سهم صنایع کپی‌رایت وابسته معمولاً به اندازه قابل توجهی بیش از سهم صنایع حمایتی غیر اختصاصی و صنایع نسبی است، محاسبه سهم این صنایع مستلزم تلاش بیشتری است. تکنیک‌های محاسبه دارای بُعد مهم هزینه هستند و چنانچه با توجه به بودجه نظرسنجی بتوان چنین کاری را انجام داد، باید زمان کافی را به بررسی تمامی صنایع اختصاص داد که جزء گروه صنایع غیر اصلی هستند. فرآیند ارزش‌گذاری در بررسی‌های بسیاری از کشورها مشکلی عمده محسوب می‌شود و گروه‌های پژوهشی باید در تعیین راه‌حل‌های کارآمد از خود خلاقیت به خرج دهند.

**۳۵۱-** قبل از این که نسبت ارزش افزوده، اشتغال یا تجارت خارجی اطلاق شده به کپی‌رایت به سایر سهام صنایع کپی‌رایت اصلی افزوده شوند، ارزش‌ها را باید اعمال کرد. سپس به منظور کسب سهم کلی تمامی صنایع باید حاصل جمع ارزش افزوده، اشتغال و تجارت خارجی مرتبط با کپی‌رایت هر صنعت را به دست آورد.

**۳۵۲-** هنگام تعیین فاکتورهای کپی‌رایت، ارزش‌گذاری باید بیانگر ساختار، سازماندهی و منطق یک فعالیت اقتصادی باشد. این بدان معناست که پس از تعیین ارزش‌ها می‌توان از آن‌ها در بررسی‌های بعدی نیز استفاده کرد. البته در موارد زیر نمی‌توان چنین کاری را انجام داد: بروز تغییرات قابل توجه در این صنعت خاص در طول زمان؛ تصویب قوانین جدید؛ تغییر ساختار صنعت با توجه به تغییرات صورت گرفته در تعاریف صنعت. بنابراین پس از تعیین ارزش‌ها

می‌توان از آن‌ها جهت به‌روزرسانی بررسی‌های بعدی استفاده کرد.

**۳۵۳-** بررسی‌ها نشان داده‌اند که در صورتی که آمار به اندازه کافی تفکیک شده باشند، نیازی نیست که در ارتباط با صنایع کپی‌رایت وابسته اقدامات بیشتری صورت گیرد. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، این آمار به اندازه کافی و به صورت جامع جمع‌آوری نشده‌اند و جهت تعیین فاکتورهای کپی‌رایت اقدامات بیشتری باید صورت گیرد.

۶-۲-۳-۶ استفاده از روش نمونه‌گیری جهت کسب داده‌های مربوط به فاکتورهای کپی‌رایت

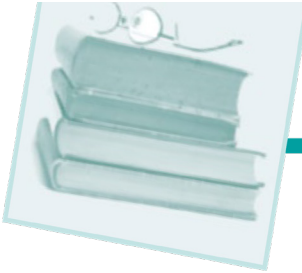
**۳۵۴-** نمونه‌گیری روشی متداول در نظرسنجی‌ها محسوب می‌شود و غالباً مستلزم انجام مصاحبه‌های خاص یا ارسال پرسش‌نامه است. با چنین رویکردی، لازم است تعدادی از شرکت‌ها یا مؤسسات (پنج یا تعداد بیشتری بسته به اندازه صنعت) در هر بخش به‌عنوان نمونه تعیین شوند.<sup>۱</sup> نمونه باید گویا و فراگیر باشد و به عبارتی باید شرکت‌های بزرگ، متوسط و کوچک را در برگیرد. در سازمان‌های نمونه باید با کارشناسانی که مسئولیت عملکرد کلی شرکت‌ها را بر عهده دارند، مصاحبه شود و یا این که برای آن‌ها پرسش‌نامه ارسال شود. هدف از این مصاحبه‌ها یا پرسش‌نامه‌ها این است که بتوان عناصری نظیر منابع صرف شده در پرداخت‌های کپی‌رایت، تعداد کارمندان (تمام‌وقت یا نیمه‌وقت) در بخش خلاق؛ سهم فروش وابسته به کپی‌رایت؛ واحدهای سازمانی متصدی اجرای فعالیت‌های خلاق و یا مدیریت جنبه‌های کپی‌رایت؛ روندهای آتی و تعیین موقعیت کسب‌وکار مرتبط با هر گروه محصولات؛ و برآورد شخصی شرکت از وابستگی خروجی شرکت با کپی‌رایت را تعیین کرد.<sup>۲</sup>

**۳۵۵-** سؤالات باید مختص هر گروه صنعت مورد بررسی و شاخص محاسبه باشند (و به عبارتی هنگام تعیین ارزش افزوده، اشتغال و تجارت خارجی ممکن است سؤالات متفاوت باشند). سپس میانگین درصدها برای هر بخش محاسبه می‌شود. نتیجه حاصله به‌عنوان مبنا برای سال‌های متعدد مورد استفاده قرار می‌گیرد. در پیوست ۵ از کتاب راهنما تحت عنوان «فهرست اسامی اقلام مورد بررسی هنگام اجرای بررسی نمونه‌ای»، نمونه سؤالات ارائه شده‌اند. در این پیوست، اطلاعات بیشتر و ضروری جهت کسب اطلاعات مرتبط ارائه شده‌اند. مشکل اصلی بررسی نمونه‌ای این است که این نوع بررسی مستلزم هزینه و زمان زیادی است و بنابراین توصیه می‌شود که پرسشنامه محدود به موضوعاتی باشد که به راحتی قابل بررسی هستند.

**۳۵۶-** زمانی که در گروه‌های خاصی اصلاً داده‌ای وجود ندارد باید از فرضیه‌ها یا برآوردها استفاده کرد، هر چند این روش مسلماً بر قابلیت اعتبار بررسی تأثیر می‌گذارد. یک روش جهت رفع این مشکل این است که فرضیه‌ها به طور کامل شرح داده شوند. در برخی از بررسی‌ها، فهرست فرضیه‌ها به وضوح ارائه شده است. چنین فرضیاتی حاکی از معرفی عوامل مشترک فرضیه‌ها هستند و به طور کلی بیانگر منطقی هستند که براساس آن فهرست صنایع مطابق معیار اصلی - سطح وابستگی به کپی‌رایت - تهیه شده است. هنگام اجرای این رویکرد توصیه می‌شود که سهم کل گروه

۱. در ارتباط با بخش‌هایی که شامل صنایعی هستند که وابستگی کمتری به کپی‌رایت دارند، حتی تعداد کمتری از شرکت‌ها را می‌توان به‌عنوان نمونه به کار برد.

۲. در ارتباط با نمونه پرسشنامه‌هایی که می‌توان در بررسی به کار برد، به پیوست ۷ رجوع شود.



صنایع غیر اصلی کمتر از حد - و نه بیشتر از حد - برآورد شود.

۳۵۷- در برخی از بررسی‌ها که صنایع پخش و توزیع به طور مجزا تعیین شده‌اند (نظیر بررسی ایالات متحده)، ارزش‌گذاری به شرح زیر صورت گرفته است: یک نسبت ثابت و معین از تولید ناخالص داخلی با استفاده از حاصل جمع ارزش افزوده برای تمامی صنایع مبتنی بر کپی‌رایت (اصلی، وابسته و نسبی) - به غیر از بخش حمل و نقل و تجارت - محاسبه شده است. این ارزش‌گذاری براساس این فرضیه شکل گرفته است که سهم متناسب صنایع مبتنی بر کپی‌رایت از کل ارزش افزوده صنعت توزیع (بخش‌های حمل و نقل و تجارت) شبیه درصد سهم صنایع کپی‌رایت از کل صنایع غیر توزیعی است. در نتیجه، ارزش‌گذاری صورت گرفته برای صنایع توزیعی مطابق سهم نسبی صنایع مبتنی بر کپی‌رایت در سایر بخش‌های اقتصاد هر سال تغییر می‌یابد!

#### ۶-۲-۳-۷ روند تعیین فاکتورهای کپی‌رایت در صنایع کپی‌رایت مستقل

۳۵۸- از آنجا که صنایع کپی‌رایت وابسته موجب تسهیل روند تولید صنایع کپی‌رایت اصلی می‌شوند، این صنایع را می‌توان به‌عنوان ورودی برای خروجی کپی‌رایت اصلی در نظر گرفت. در کشورهایی که جدول‌های ورودی-خروجی وجود دارد، ورودی‌های صنعت کپی‌رایت را می‌توان به دست آورد و درصد هر صنعت کپی‌رایت وابسته را محاسبه کرد. به‌عنوان مثال در صنعت کاغذ، این مراحل عبارتند از:

الف) از ردیف بخش ورودی-خروجی کاغذ، فروش کاغذ در بخش‌های ورودی-خروجی که صنایع کپی‌رایت اصلی را تشکیل می‌دهند، استخراج کنید.

ب) در مواردی که بخش‌های ورودی-خروجی هر دو نوع صنایع کپی‌رایت اصلی و سایر صنایع را تشکیل می‌دهند، سهم کپی‌رایت در بخش را محاسبه کنید. ورودی‌های کاغذ را برحسب این سهم تطبیق دهید.

پ) در مواردی که صنعت کاغذ جزء بخش ورودی-خروجی است، سهم کاغذ در بخش ورودی-خروجی را محاسبه کنید. خروجی کاغذ را برآورد کنید.

ت) سهم خروجی کاغذ در صنایع کپی‌رایت اصلی را برآورد کنید. بدین منظور باید حاصل جمع ورودی‌های کاغذ در صنایع کپی‌رایت اصلی که در مرحله (ب) تعیین شده‌اند را بر خروجی کاغذ که در مرحله (پ) تعیین شده است، تقسیم کنید.

در کشورهایی که جدول‌های ورودی-خروجی وجود ندارد، یک بررسی نمونه‌ای از صنایع کپی‌رایت اصلی را می‌توان انجام داد تا اطلاعات مربوط به خریدهای آن‌ها از صنایع کپی‌رایت وابسته حاصل شود. برآوردهای کل خریدهای صنایع کپی‌رایت اصلی از هر صنعت کپی‌رایت وابسته بیانگر فاکتور کپی‌رایت هستند.

۱. به پیوست VI (c) در ارتباط با برآورد فاکتورهای کپی‌رایت رجوع شود.

۶-۲-۳-۸ روند تعیین فاکتورهای کپی‌رایت در صنایع کپی‌رایت نسبی

۳۵۹- براساس پرسشنامه نظرسنجی در پیوست، فاکتورهای کپی‌رایت را می‌توان به شرح زیر تعیین کرد:

۱- براساس پاسخ‌های داده شده به هر سؤال، آمار زیر را برای هر صنعت محاسبه کنید.

الف) درصد شرکت‌هایی که پاسخ‌های ۱-۳ داده‌اند که شامل بسیار مهم، مهم و تا حدی مهم می‌باشند.

ب) میانگین پاسخ‌ها از میان پاسخ‌های ۱-۴ که برحسب اندازه شرکت ارزش‌گذاری می‌شود.

پ) فاکتور کپی‌رایت که مبتنی بر ارزش‌های نسبت داده شده به پاسخ‌ها می‌باشد. به‌عنوان مثال، براساس سایر مطالعات مرتبط می‌توان پاسخ‌های ۱-۴ را به‌عنوان فاکتورهای کپی‌رایت ۵۰ درصد تا ۱ درصد تعیین کرد. ارزش میانگین در (ب) مطابق محدوده ارزش‌های کپی‌رایت تعیین شده، تطبیق داده می‌شود. به بیان دقیق‌تر، چنانچه ارزش میانگین برابر با ۱ باشد، فاکتور کپی‌رایت برابر با ۵۰ درصد خواهد بود.

ت) درصد شرکت‌های با مخارج یا درآمد مالکیت فکری

ث) میانگین و درصد مخارج مالکیت فکری از کل مخارج

خ) میانگین و درصد گردش مالی نسبت داده شده به فعالیت‌های خلاق

ج) درصد میانگین کارگران خلاق دارای به ترتیب شغل تمام‌وقت و نیمه‌وقت.

ح) میانگین درصد شرکت‌های دارای کارگران خلاق به ترتیب تمام‌وقت و نیمه‌وقت،

۲) آمار را به صورت جدول ارائه کنید و آن‌ها را از نظر تطابق بین فاکتورهای کپی‌رایت برآورد شده در بخش (پ)

و سایر آمار بررسی نمایید.

۳) در صورت عدم تطابق، سایر ارزش‌های نسبت داده شده به پاسخ‌های مهم را امتحان کنید و فاکتورهای کپی‌رایت

را تطبیق دهید.

۴) از سوی دیگر، میانگین ارزیابی شده درصد هزینه خلاق و درصد درآمد خلاق (برحسب اندازه شرکت) از

به ترتیب کل هزینه و کل درآمد را به‌عنوان نماینده فاکتور کپی‌رایت به کار ببرید. روش دیگر این است که صنایع را برحسب هر یک از آمار رتبه‌بندی کرده، مجموع رتبه‌ها را محاسبه کرده، مقادیر فاکتور کپی‌رایت را به صورت بالاترین و پایین‌ترین رتبه تعیین کرده و برای سایر موارد به کار ببرید.

۶-۲-۳-۹ روند تعیین فاکتورهای کپی‌رایت در صنایع حمایتی غیر اختصاصی

۳۶۰- به منظور کسب فاکتور کپی‌رایت برای گروه صنایع حمایتی غیر اختصاصی می‌توان چنین فرض کرد که

صنایع گسترده حمایتی غیر اختصاصی در صنایع کپی‌رایت و سایر صنایع غیر کپی‌رایت به همان نسبت اندازه مورد نظر





خود در اقتصاد نقش دارند. بنابراین می توان فرمول زیر را برای فاکتور کپی رایت به کار برد:

$$\text{Factor} = \frac{\{(Core - d) + (Interdependent - d) + (Partial - d)\}}{GDP-D}$$

که در آن  $d$  بیانگر صنایع توزیعی اختصاصی و  $D$  بیانگر سه صنعت حمایتی غیر اختصاصی است.

۳۶۱- به طور خلاصه، در روند تعیین ارزش ها، ترکیبی از رویکردها و روش های متعدد به کار برده شده و شامل مراحل زیر است:

- بررسی مؤلفه های تشکیل دهنده هر بخش و مقیاس فعالیت مرتبط با هر مؤلفه؛
- در نظر گرفتن نسبت های مورد استفاده در بررسی های ملی قبلی یا تحقیقات مشابهی که در جاهای دیگر اجرا شده اند؛ و
- مشورت با نمایندگان صنایع مورد نظر (مصاحبه ها و پرسشنامه ها).

۶-۲-۳-۱۰ برآورد فاکتورهای کپی رایت با استفاده از داده های کشورهای مشابه

۳۶۲- در مواردی که داده های برگرفته از نظرسنجی های محلی وجود نداشته باشد، مقایسه های بین المللی به عنوان منبع مهم اطلاعات محسوب می شوند. این مقایسه ها را می توان در مورد کشورهای به کار برد که از نظر چارچوب های حقوقی، ساختارهای صنایع، روش های تولید، شرایط کاری یا سایر فاکتورهای مهم اقتصادی، شبیه یکدیگر هستند. این رویکرد محدودیت های متعددی دارد. به عنوان مثال، این فرضیه دال بر شباهت تولید، الگوهای مصرف و سطوح بهره وری در بخش ها و زیربخش هاست. همچنین در صورت عدم وجود اطلاعات مهم، به راحتی نمی توان داده ها را تطبیق داد<sup>۱</sup>. در موارد متعدد، استفاده از فاکتورهای کپی رایت که توسط کشورهای دیگر شرح داده شده اند، مبتنی بر یک چارچوب تحلیلی پیشرفته نبوده است. در بررسی سنگاپور<sup>۲</sup> یک نمونه مناسبی از کاربرد خلاق این رویکرد ارائه شده است.

هنگام تعیین فاکتورهای کپی رایت براساس داده های کشورهای دیگر باید موارد عملی زیر مورد توجه قرار گیرد:

۱. چنانچه در این کتاب راهنما به کار رفته است، فاکتور کپی رایت شامل برآورد نسبت مؤلفه مبتنی بر کپی رایت ورودی ها یا خروجی های یک صنعت یا بخش یا نسبت مؤلفه مبتنی بر کپی رایت تجارت کالاها یا خدمات است. هنگامی که یک صنعت جزء صنایع مبتنی بر کپی رایت اصلی نیست که سهم کپی رایت آن ها ۱۰۰ درصد محاسبه شود، چنین برآوردهایی ضروری است. همچنین، هنگامی که داده ها به طور کلی در یک کشور وجود ندارند یا زمانی که داده های حسابداری اقتصادی فقط برای مجموعه بخش هایی موجود است که با بخش های کپی رایت

۱. با استفاده از گزارشات رقابت پذیری جهانی، شاخص های تولید ناخالص داخلی و غیره می توان شباهت را تعیین کرد. به عنوان مثال، به [www.imd.ch/wcy](http://www.imd.ch/wcy) or [www.weforum.com](http://www.weforum.com) رجوع شود.

۲. بررسی های ملی درباره ارزیابی سهم اقتصادی صنایع مبتنی بر کپی رایت، اولین مجموعه صنایع خلاق (۲۰۰۶).

تعریف شده در این کتاب راهنما یکی نیستند، چنین برآوردهایی مورد نیاز است.

۲. برای تأکید بر این مسأله مجدداً گفته می‌شود که براساس داده‌های نظرسنجی و بسیاری از بررسی‌های مربوط به آن‌ها که با استفاده از روش‌های نظرسنجی صورت می‌گیرند، می‌توان فاکتورهای کپی‌رایت را به بهترین نحو برآورد کرد. به‌عنوان مثال، به منظور توسعه روش‌های ورودی-خروجی برای برآورد فاکتورهای کپی‌رایت، نظرسنجی‌های گسترده و پرهزینه‌ای باید صورت گیرند. البته، جمع‌آوری داده‌های نظرسنجی پرهزینه است و تحلیلگر عمدتاً به آن‌ها دسترسی ندارد. در شرایطی که نظرسنجی مستقیمی برای اجرای برآورد وجود ندارد، از روش‌های دیگری باید استفاده شود:

الف) سهم کپی‌رایت در کالا و خدمات واسطه‌ای یک صنعت؛

ب) سهم ورودی‌های فاکتور یک صنعت؛ و

پ) سهم خروجی‌های کپی‌رایت یک صنعت.

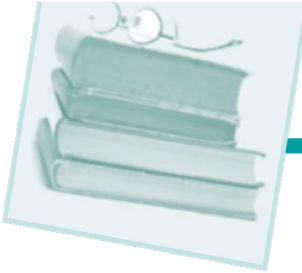
۳. فاکتور کپی‌رایت بیانگر ساختار، سازماندهی و منطق صنعت است. پس از تعیین فاکتور می‌توان از آن در نظرسنجی‌های بعدی استفاده کرد. البته در صورت ایجاد تغییرات قابل توجه در این صنعت خاص در طول زمان، تصویب قوانین جدید، یا سازماندهی جدید صنعت و تغییر تعاریف صنعت، چنین چیزی امکان‌پذیر نیست.

۴. در صورت رویارویی با داده‌های گمشده یا به منظور بررسی کیفیت داده‌های موجود، بررسی‌های صورت گرفته در زمینه مقایسه با سایر کشورها منبع اطلاعات مهمی محسوب می‌شوند. به‌ویژه چنانچه بتوان اثبات کرد که کشور از نظر چارچوب قانونی، ساختار صنعتی، روش تولید، بهره‌وری، شرایط کاری، الگوهای مصرف یا سایر فاکتورهای مهم به لحاظ اقتصادی شباهت دارد، فاکتورهای برآورد شده برای کشور دیگر را می‌توان به کار برد.

۶-۲-۳-۱۱ اصل بنیادی تناسب

۳۶۳- هنگام برآورد فاکتورهای کپی‌رایت براساس داده‌های کشورهای دیگر، گروه‌های پژوهشی باید در بررسی داده‌های کشور و تعیین راه‌حل‌های کارآمد براساس اصل تناسب، از خود خلاقیت به خرج دهند. در اینجا، پیشنهادات متعددی ارائه شده است که در آن‌ها فرض بر این است که یک کشور مشابه دارای داده‌ها و اطلاعات سطح صنعت در ارتباط با فاکتورهای کپی‌رایت کاربردی است.

۳۶۴- به‌عنوان یک دستورالعمل کلی،  $yur$  را به‌عنوان ارزش افزوده صنعت در کشوری در نظر بگیرید که فاقد داده‌های معتبر است و قصد دارد فاکتورهای کپی‌رایت را برآورد نماید.  $yir$  را به‌عنوان ارزش افزوده همان صنعت در کشوری در نظر بگیرید که دارای داده‌های معتبر است. یک فرضیه مناسب این است که سهم کپی‌رایت صنعت در کشوری که دارای داده‌های معتبر است متناسب با ارزش افزوده صنعت است.  $b$  را به‌عنوان نسبت کپی‌رایت در ارزش



افزوده همان صنعت در کشوری در نظر بگیرید که دارای داده‌های معتبر است. فرض کنید که در بررسی آن کشور چنین برآورد شده است که:

$$1. cr = byr$$

در کشوری که فاقد داده‌های معتبر است، فرض کنید که فاکتور تناسب مشابهی وجود دارد، به طوری که:

$$2. cur = byur$$

از این رو، از آنجا که  $b$  در کشور دارای داده‌های معتبر و  $yur$  در کشور فاقد داده‌های معتبر مشخص است، سهم کپی رایت در کشور فاقد داده‌های معتبر را می‌توان از طریق  $cur$  برآورد کرد.

۶-۲-۳-۱۲ استفاده از داده‌های مربوط به بیش از یک صنعت مشابه

۳۶۵- در صورت تردید گروه پژوهشی مفید است که از میانگین وزنی مقادیر  $b$  استفاده شود که برای تعدادی از صنایع مشابه در کشور دارای داده‌های معتبر و مشابه برآورد شده است. در این صورت، با توجه به این که ارزش افزوده معمولاً براساس داده‌های نظرسنجی معتبر برآورد می‌شود، بهترین رویکرد شامل محاسبه میانگین وزنی با استفاده از ارزش افزوده صنایع به‌عنوان وزن است.  $i = 1..n, yri$  را به‌عنوان صنایع مشابهی در نظر بگیرید که داده‌ها و فاکتورهای کپی رایت آن‌ها موجود هستند. میانگین مناسب فاکتور کپی رایت را می‌توان از طریق زیر به دست آورد:

$$3. b = yr1b1 + yr2b2 + \dots + yrnbn / nyri$$

۶-۲-۳-۱۳ استفاده از داده‌های مربوط به بیش از یک کشور مشابه

۳۶۶- در یک بررسی ممکن است از فاکتورهای کپی رایت معتبر دو کشور مشابه استفاده شود تا به جای داده‌هایی استفاده شود که در یک کشور حاوی اطلاعات غیر معتبر وجود ندارد.  $bc_1$  و  $bc_2$  را به‌عنوان فاکتورهای کپی رایت معتبری در نظر بگیرید که برای دو کشور حاوی داده برآورد شده است. استفاده از میانگین محافظه کارانه<sup>۱</sup> نظیر میانگین هندسی که به فاکتورهای کوچک‌تر در مجموعه اتخاذ شده وزن بیشتری می‌دهد، راهبرد مفیدی است.

$$4. b = bc1bc2$$

۶-۲-۴ مرحله چهارم: بررسی و ارائه نتایج نظرسنجی

۳۶۷- ارائه یافته‌های نظرسنجی هدف اصلی محسوب می‌شود. نکته مهم این است که یافته‌ها مبتنی بر واقعیات دقیق بوده و بنابراین نتایج حاصل از آن‌ها معتبر هستند. یافته‌های نظرسنجی باید اهداف اصلی زیر را دربر داشته باشند:

الف) افزایش آگاهی درباره اهمیت و سهم واقعی صنایع مبتنی بر کپی رایت؛

ب) تعیین موقعیت صنایع مبتنی بر کپی رایت در ساختار اقتصاد ملی از طریق محاسبه سهم آن‌ها از تولید ناخالص

داخلی و نقش آن‌ها در اشتغال و تجارت خارجی؛

پ) مقایسه نتایج با نظرسنجی‌های مربوط به صنایع مبتنی بر کپی‌رایت در کشورهای دیگری که شرکای تجاری مهمی محسوب می‌شوند؛ و

ت) اصلاح روش‌های قانونی ملی (نظیر نظام‌های اجرای کپی‌رایت) و روش‌های آماری (نظیر معرفی حساب‌های اقماری برای آمار مرتبط با کپی‌رایت)؛ و تطبیق سیاست‌های تجاری، اقتصادی و دولتی (نظیر یارانه‌ها، توسعه زیرساخت و تسهیلات برای پدیدآوردندگان) با نتایج و یافته‌ها.

۳۶۸- در ارتباط با بررسی محتوا، به طور کلی در بررسی باید موارد زیر مورد توجه قرار گیرد:

الف) روندهای مشاهده شده به طور واضح بیان شوند و درباره آن‌ها براساس مقایسه‌های صورت گرفته در طول زمان توضیح داده شود؛ به‌ویژه چنانچه این روندها مبتنی بر تحقیقات قبلی باشند؛

ب) پویایی صنایع مبتنی بر کپی‌رایت از طریق تعیین نرخ رشد گروه‌های متعدد مورد بررسی نشان داده شود؛

پ) پیشرفت‌های صورت گرفته در گروه‌های صنایع متفاوت نشان داده شوند و بازارهای مهمی مشخص شوند که تا به حال مورد توجه کافی قرار نگرفته‌اند.

ت) سهامی که می‌توان به کارگران فرهنگی نسبت داد، به‌لحاظ اقتصادی مشخص شوند.

ث) سهم صنایع مبتنی بر کپی‌رایت در حوزه‌هایی مشخص شود که معمولاً از آن‌ها صرف نظر شده است.<sup>۱</sup>

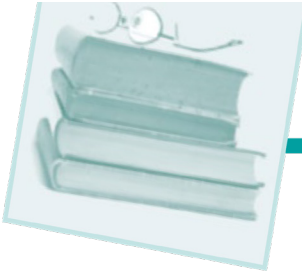
ج) نوع منابع، روش‌ها و رویکردهای مورد استفاده نشان داده شوند و به دلایل انتخاب آن‌ها در بررسی و همچنین به تعبیر و برآوردهای به کار برده شده اشاره شود؛ و

ح) اصلاحات صورت گرفته در ارتباط با فعالیت‌های اقتصادی خاص از جمله موارد اضافه شده یا حذف شده و یا طبقه‌بندی‌های متفاوت شرح داده شوند.

۳۶۹- به منظور ارائه آمار، بررسی باید موارد زیر را دربر داشته باشد.

الف) جدول‌ها و نمودارهای مربوط به اطلاعات مورد استفاده و جمع‌آوری شده باید تهیه شوند. این جدول‌ها حاوی اطلاعات مفیدی در ارتباط با موارد زیر هستند: ارتباط بین ارزش افزوده و خروجی؛ رشد و سهم به ازای هر گروه صنعت و بخش در مقایسه با کل اقتصاد؛ روش‌های مورد استفاده جهت بررسی گروه‌های متفاوت صنایع و شاخص‌ها؛ شباهت گروه صنایع؛ مقیاس بازار اشتغال شده توسط صنایع و موارد افزایش یافته در این زمینه؛ اصلاح مجموعه اصطلاحات؛ مقایسه‌ها با سهم سایر صنایع؛ اطلاعات مربوط به ارزش‌های اسمی و واقعی؛

۱. در نظرسنجی باید تمامی تأثیرات اقتصادی کپی‌رایت در اقتصاد ملی لحاظ شود و از این رو، فعالیت‌های مرتبط با کپی‌رایت را به این دلیل که بازار آن‌ها کوچک است، نباید از نظرسنجی حذف کرد. به‌علاوه، این که سهم بازار خاصی در بررسی در نظر گرفته نشود، مانع از احتمال نتیجه‌گیری‌های مهم درباره نرخ رشد در نظرسنجی‌های بعدی می‌شود.



و مراجع مورد استفاده.

ب) مجموعه صفحه‌های گسترده توصیه می‌شود. این صفحه‌های گسترده را می‌توان حین تحقیق در زمینه مجموعه داده‌ها پر کرد. پس از تعیین شاخص باید آن را در صفحه گسترده ثبت کرد تا بتوان در تحقیق بر جاهای خالی در جدول و روش‌های حل مشکل تمرکز نمود. به دلایل مختلف بهتر است که یافته‌های جامع در ارتباط با تمامی صنایع در گزارش نهایی ثبت نشود و به جای آن فقط مجموعه ارقام به کار برده شود.<sup>۱</sup>

پ) جزئیات مربوط به منابع مورد استفاده تحت عناوین متفاوت باید ارائه شود. این امر به شفاف‌سازی و توجیه بررسی ارائه شده کمک می‌کند. توصیه می‌شود حتی‌الامکان نظرسنجی براساس آمار رسمی تثبیت شود تا قابلیت اعتبار و اجرای مستمر آن تضمین شود. نظرسنجی باید با همکاری نزدیک اداره آمار ملی صورت گیرد که قادر به ارائه اطلاعات و همچنین موارد مهم جهت شفاف‌سازی روش مورد استفاده و توصیه‌های مربوطه، از جمله حمایت مورد نیاز از بررسی‌های آتی هستند.

ت) خلاصه اجرایی نظرسنجی باید تهیه شود. این امر همیشه بخش مهمی از نظرسنجی به شمار می‌آید و به‌ویژه برای اطلاع‌رسانی مفید است. البته این مسأله به منزله کم‌ارزش جلوه دادن انتشار یافته‌های تحقیقاتی جامع‌تر نیست. این رویکرد باعث افزایش اعتبار نظرسنجی و تسهیل روند مقایسه‌های بین‌المللی و تبادل تجربیات می‌شود و به‌علاوه، در ارائه روش نظرسنجی به کار برده شده در مواردی که تحقیق در این زمینه برای اولین بار انجام شده است، حائز اهمیت خاصی است.

۶-۲-۴-۱ نتایج ملموس مورد نظر در هر مرحله از نظرسنجی

۳۷۰- تعیین مراحل اجرایی و نتایج مورد نظر در هر مرحله در هنگام تهیه نظرسنجی حائز اهمیت است. جدول زیر (جدول ۶-۹) در تعیین نحوه پیشبرد بررسی مفید است.

۱. به‌عنوان مثال به دلایل داخلی ممکن است از مقایسه بین بخش‌هایی که بیانگر فعالیت‌های مرتبطی هستند، اجتناب شود. این موضوع با اهداف کلی بررسی و سطح جزئیاتی که باید توسط گروه پژوهشی مشخص شود، ارتباط دارد.

جدول ۶-۹ مراحل نظرسنجی و نتایج ملموس مورد نظر

مرحله ۴: بررسی و ارائه نتایج	مرحله ۳: محاسبه سهم صنایع خاص	مرحله ۲: جمع آوری داده‌ها	مرحله ۱: شناسایی و طبقه‌بندی صنایع	مراحل
بررسی روندها و گرایش‌های اصلی	تصمیم‌گیری درباره روش برای هر صنعت/شاخص	تعیین آمار رسمی مرتبط با گروه صنایع	تشکیل گروه پژوهشی	عناصر اصلی
تهیه مقایسه‌ها	تعیین خروجی‌های صنعت	تعیین بخش‌های مبهم	بررسی قانون کپی‌رایت	
نهایی کردن صفحه‌های گسترده، ارائه جدول‌ها و نمودارها	تطبیق داده‌ها	جمع آوری سایر آمار خاص	بررسی زنجیره کپی‌رایت	
	تعیین ارزش‌ها	پرسشنامه‌ها/مصاحبه‌ها/نظرسنجی‌ها	تأیید شباهت کدهای طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنایع	
	تعیین ارزش افزوده، سهم اشتغال و فروش خارجی	تکمیل داده‌ها		
نظرسنجی درباره سهم صنایع کپی‌رایت از اقتصاد ملی	تعیین سهم از ارزش افزوده، اشتغال و تجارت خارجی	جمع آوری داده‌های معتبر و تفکیک‌شده	تهیه جدول صنایع مورد نظر جهت بررسی و تعیین مراجع کد صنعت	نتایج ملموس نظرسنجی



## فصل ۷

### منابع اطلاعات

۳۷۱- در این فصل منابع اطلاعاتی مورد بررسی قرار می‌گیرد که جهت اجرای بررسی‌های مربوط به سهم صنایع مبتنی بر کپی‌رایت از تولید ناخالص داخلی به کار برده می‌شوند. همچنین محدودیت‌های داده‌ها و روندهای آتی در توسعه منابع اطلاعات مورد بررسی قرار گرفته است.

۳۷۲- دسترسی به اطلاعات مناسب تأثیر مستقیمی بر انتخاب روش‌های اجرای بررسی، محدوده بررسی و اعتبار آن دارد. کارشناسان آمار ملی، ارزش افزوده قابل توجهی را برای گروه پژوهشی دربردارند و بخش ضروری بررسی به شمار می‌آیند.

۳۷۳- برنامه‌ریزی دقیق در هنگام تعیین تعداد زیادی از منابع اطلاعاتی و استفاده از آن‌ها ضروری است. تضمین اعتبار هر بررسی مستلزم انرژی و زمان زیادی است که عمدتاً - و نه به طور انحصاری- مبتنی بر آمار رسمی است. هر چند مسلماً به آمار مکمل نیز نیاز هست، ولی باید توجه داشت که برخی از این آمار صرفاً جنبه نمادین دارند.

۳۷۴- داده‌های مربوط به سهم صنایع مبتنی بر کپی‌رایت همیشه به طور مستقیم موجود نیست. از این رو، همکاری نزدیک با سازمان ملی آمار و گروه‌های حرفه‌ای خاص و انجمن‌های تجاری باید مورد توجه خاص قرار گیرد. در نتیجه، این امکان برای تحلیلگران فراهم می‌شود که به برخی از نکات مبهم پی ببرند.

۳۷۵- با ارائه اطلاعات واضح درباره منابع اطلاعاتی و روش‌های آماری مورد استفاده می‌توان اعتبار بررسی را تضمین کرد. در ارتباط با آمار ارائه شده در خصوص تعاریف و لحاظ کردن یا صرف نظر کردن از گروه‌های خاص باید کلان‌داده‌های مربوطه ارائه شوند. این موضوع باید به طور کامل در بررسی شرح داده شود.

### ۷-۱ محدوده منابع اطلاعات

۳۷۶- به طور کلی، منابع اطلاعات را می‌توان به دو گروه تقسیم‌بندی نمود: آمار رسمی و آمار مکمل.

#### ۷-۱-۱ آمار رسمی

۳۷۷- آمار رسمی مبنای تمامی نظرسنجی‌های ملی به شمار می‌آیند و آمار مستقیمی را درباره شاخص‌های مورد بررسی ارائه داده و منبع اصلی محاسبات یا برآوردهای غیر مستقیم محسوب می‌شوند.

۳۷۸- «آمار رسمی» شامل داده‌ها و کلان‌داده‌ها و همچنین جدول‌های آماری و نشریه‌های مورد تأیید یا تهیه شده

توسط سازمان ملی آمار یا سایر سازمان‌هایی هستند که مطابق قانون ملی در زمینه جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و انتشار اطلاعات آماری ملی یا بین‌المللی فعالیت دارند.

۳۷۹- آمار رسمی مزایای متعددی دارند که عبارتند از:

- انطباق و انسجام روش‌شناسی با استانداردهای بین‌المللی که موجب تسهیل روند مقایسه‌ها در کشورها می‌شوند؛
- نظم و قابلیت پیش‌بینی فواصل زمانی انتشار آن‌ها؛
- اعتبار و قابلیت اطمینان داده‌های ارائه شده؛ و
- کاهش هزینه‌ها از طریق کاهش محدوده داده‌هایی که باید از طریق روش‌های اصلی جمع‌آوری داده، گردآوری شوند.

۳۸۰- علاوه بر این مزایا، آمار رسمی دارای معایب متعددی به شرح زیر هستند:

- مقیاس و دامنه محدود آمار ملی با توجه به وابستگی آن‌ها به اولویت‌های دولت و منابع بودجه‌ای که بر ماهیت داده‌های حاصله و محدوده تقسیم‌بندی آمار تأثیر می‌گذارند؛
- آسیب‌پذیری نسبت به وقفه‌های زمانی طولانی در تولید و انتشار داده‌ها، جدول‌های آماری، و نشریه‌ها در کشورهایی که با مشکل محدودیت منابع مهم مواجه هستند؛
- آسیب‌پذیری نسبت به زمان نسبتاً طولانی انتقال جهت تطبیق استانداردهای آمار ملی با استانداردهای بین‌المللی و مشکل تعیین مرحله دقیق اجرای این استانداردها در سطح ملی؛
- از میان آمار رسمی، بین سه نوع منبع زیر می‌توان تمایز قائل شد: آمار ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی.

۱-۱-۱-۱ آمار ملی

۳۸۱- از میان نشریه‌های آماری ملی و رسمی، نشریه‌های زیر در بررسی‌های مربوط به صنایع مبتنی بر کپی‌رایت حائز اهمیت خاصی هستند:

### الف) حساب‌های ملی

۳۸۲- حساب‌های ملی، مجموعه جامعی از اطلاعات مربوط به تولید ارزش افزوده، ورودی‌های مورد استفاده و انتقال ارزش افزوده را ارائه می‌کنند.

۳۸۳- جدول‌های عرضه و مصرف و همه جدول‌های مربوط به ورودی-خروجی حاوی اطلاعات ارزشمندی هستند. این جدول‌ها بیانگر چارچوبی برای ارزیابی و جمع‌آوری اعداد شاخص هستند و در محاسبه تولید و محاسبه کالا و خدمات براساس چارچوب حسابداری ملی نقش اصلی را ایفا می‌کنند.<sup>۱</sup>





**۳۸۴-** حساب‌های ملی به‌عنوان منبع اصلی داده‌های مربوط به ارزش افزوده خاص صنعت و همچنین منبع اصلی اطلاعات مربوط به اشتغال و تجارت به شمار می‌آیند. حساب‌های ملی، داده‌های جدید را مطابق استانداردهای بین‌المللی متداول و براساس روش ارائه شده در نظام حسابداری ملی ارائه می‌کنند.

**۳۸۵-** حساب‌های ملی مجموعه منسجم، هماهنگ و یکپارچه‌ای از حساب‌های اقتصاد کلان، ترانزنامه‌ها و جدول‌هایی را ارائه می‌کنند که مطابق توصیه‌های نظام حساب‌های ملی و به‌ویژه مطابق مجموعه‌ای از مفاهیم، تعاریف، طبقه‌بندی‌ها و قوانین حسابداری مورد قبول در عرصه بین‌المللی جمع‌آوری شده‌اند.

**۳۸۶-** دستورالعمل عملی درباره اجرای روش نظام حسابداری ملی در کتاب راهنمای حسابداری ملی ارائه شده است.<sup>۱</sup> جدیدترین نسخه این روش عبارتست از نظام حسابداری ملی ۲۰۰۸ که در فصل ۶ به آن پرداخته شده است.

### ب) آمار مراجع پولی

**۳۸۷-** مراجع پولی نیز مجموعه داده‌های مهمی را تولید می‌کنند که منبع اطلاعات مناسبی برای تهیه برآوردهای مربوط به سهم کپی رایت از اقتصاد محسوب می‌شوند.

**۳۸۸-** تراز پرداخت‌ها از جمله آمار متداولی هستند که بالاخص جزئیات مربوط به توازن تجارت مرئی، تجارت خدمات از جمله خدمات ارائه شده در ارتباط با مالکیت فکری و جریان مالی را در برمی‌گیرند.

### پ) آمار نیروی کار

**۳۸۹-** آمار نیروی کار شامل داده‌های مربوط به اشتغال، بیکاری و مشارکت نیروی کار است. در بیشتر کشورها این آمار مرتباً و به صورت شناخته‌شده در سطح بین‌المللی در ارتباط با صنعت، سن و جنسیت ارائه می‌شوند. فواصل زمانی و میزان جزئیات موجود در کشورها و مناطق مختلف بسته به اندازه بازار کار غیر رسمی، تفاوت قابل توجهی دارد.

**۳۹۰-** استانداردهای بین‌المللی برای تهیه آمار نیروی کار توسط سازمان بین‌المللی کار در کنفرانس بین‌المللی آمارگران نیروی کار<sup>۲</sup> تعیین می‌شوند. استانداردها شامل طبقه‌بندی‌ها، مفاهیم و روش‌ها از جمله روش‌های تحقق سیاست مربوط به استانداردهای اشتغال هستند.<sup>۳</sup>

**۳۹۱-** طبقه‌بندی‌های سازمان بین‌المللی کار شامل وضعیت اشتغال و مشاغل است و بخشی از خانواده طبقه‌بندی‌های بین‌المللی اجتماعی و اقتصادی محسوب می‌شوند.

۱. به National Accounts: A Practical Introduction' at [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/seriesF\\_85.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/seriesF_85.pdf) رجوع شود. به‌علاوه، نشریه‌های متعددی در این زمینه توسط بخش آمار سازمان ملل و سایر سازمان‌های بین‌المللی تهیه می‌شوند که در وب‌سایت <http://unstats.un.org/unsd> nationalaccount/pubsDB.asp?pType=2 ارائه می‌شوند.

2. International Conference of Labor Statisticians

3. <http://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/classifications/lang--en/index.htm>

الف) طبقه‌بندی استاندارد بین‌الملل مشاغل<sup>۱</sup> (ISCO)

ب) طبقه‌بندی بین‌المللی وضعیت اشتغال<sup>۲</sup> (ICSE)

۳۹۲- بسیاری از گروه‌های صنایع سازمان جهانی مالکیت فکری را می‌توان در گروه‌های شغلی سازمان بین‌المللی کار (ISCO) یافت. گروه‌های خاص صنایع سازمان جهانی مالکیت فکری باید با دقت تعبیر شوند.

### ت) بررسی‌های بخش خاص، داده‌های اداری، و سایر آمار رسمی

۳۹۳- سازمان‌های ملی آمار معمولاً سعی می‌کنند بر روندهای جدید و به‌روز در بخش‌های متفاوت صنایع به‌ویژه بخش‌های جدید و به سرعت در حال رشد نظارت داشته باشند. به‌عنوان مثال، اداره‌های آمار در بسیاری از کشورها اخیراً به بررسی صنایع مرتبط با نرم‌افزار، اینترنت، بازار کامپیوتر و سایر صنایع اطلاعات پرداخته و اطلاعات جدید و دقیقی را ارائه داده‌اند.

۳۹۴- اطلاعات ارائه شده در یک بخش شامل شاخص‌های بخش، داده‌های بسیار جدید، ارتباط با سایر صنایع، وضعیت گروه‌ها و مشاغل خاص و غیره است.

۳۹۵- نشریه‌های آمار فرهنگی و آمار تجارت خارجی باید مورد توجه خاص قرار گیرند.<sup>۳</sup>

۳۹۶- همه این آمار بخشی جهت برآورد سهم بخش‌های مبتنی بر کپی‌رایت مفید هستند و دیدگاه‌های مفید ارائه شده براساس آن‌ها باید به دقت مورد بررسی قرار گیرند.

۳۹۷- در برخی کشورها مسئولیت نظارت بر بخش‌های خاص نظیر فرهنگ، رسانه گروهی، اطلاعات، تجارت و صنعت برعهده برخی از سازمان‌های دولتی خاص و سایر نهادهای اجرایی است. گاهی اوقات، نشریه‌های ارائه شده توسط این سازمان‌ها حاوی جزئیات آماری مفیدی هستند. به‌عنوان مثال، آمار رسمی در ارتباط با صورتحساب‌های مالی در چارچوب فعالیت‌های صورت گرفته یا فعالیت‌های گزارش شده توسط وزارت دارایی ارائه شده‌اند.

### ۷-۱-۱-۲ آمار منطقه‌ای و بین‌المللی

۳۹۸- نشریه‌های آمار منطقه‌ای حاوی سایر اطلاعات مهمی هستند که اساس مقایسه‌های منطقه‌ای را تشکیل می‌دهند و بیانگر اطلاعات مربوط به شاخص‌های مهم برای بررسی هستند. آمار ارائه شده توسط اتحادیه اروپا، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، جامعه و بازار مشترک کارائیب<sup>۴</sup> (کاریکوم) و نوردکام<sup>۵</sup> تحت حمایت شورای وزرای نوردیک<sup>۶</sup>، نمونه‌هایی از آمار منطقه‌ای به شمار می‌آیند.

1. International Standard Classification of Occupations

2. International Classification of Status in Employment

۳. آمار تجارت خارجی تقریباً در همه جا به طور منظم تهیه می‌شود و در مقایسه‌های بین‌المللی کاربرد گسترده‌ای دارد.

4. the Caribbean Community and Common Market (CARICOM)

5. Nordcom

6. Nordic Council of Ministers



۳۹۹- در برخی مناطق، استانداردهای خاصی برای سازماندهی آمار در کشورهای عضو منطقه ایجاد شده‌اند. به‌عنوان نمونه می‌توان به سیستم حساب‌های اروپا<sup>۱</sup> و طبقه‌بندی صنعتی عمومی فعالیت‌های اقتصادی<sup>۲</sup> (NACE) اشاره کرد که توسط کشورهای عضو اتحادیه اروپا اتخاذ شده و همچنین توسط کشورهای دیگری که برای عضویت در اتحادیه اروپا آمادگی پیدا می‌کنند نیز اجرا می‌شوند. طبقه‌بندی صنعتی عمومی فعالیت‌های اقتصادی حاوی گروه‌های مجزایی است که جهت بررسی صنایع مبتنی بر کپی‌رایت بسیار مفید است<sup>۳</sup>. سیستم اروپایی حساب‌ها متناسب با طبقه‌بندی صنعتی استاندارد بین‌المللی است. آمار کشورهای عضو اتحادیه اروپا توسط مرکز آمار اروپا (یوروست)<sup>۴</sup> ارائه می‌شود<sup>۵</sup>. در آمریکای شمالی، سیستم طبقه‌بندی صنعت آمریکا شمالی<sup>۶</sup> (NAICS) به تدریج معرفی می‌شود که مستلزم تغییرات ساختاری آمار است.

۴۰۰- نشریه‌های سازمان‌های بین‌المللی به‌عنوان منبع دیگری از آمار رسمی محسوب می‌شوند<sup>۷</sup>. نشریه‌های منتشر شده توسط سازمان‌های بین‌المللی اساس مقایسه‌های بین‌المللی را تشکیل می‌دهند. به‌عنوان مثال، یونسکو درباره آموزش، علم، فناوری، فرهنگ و ارتباطات<sup>۸</sup> به صورت سالانه، آمار قابل‌قیاسی را در سطح جهانی و بین‌المللی از جمله آمار مربوط به تجارت کالاها<sup>۹</sup> فرهنگ‌های ارائه می‌کند.

۴۰۱- پایگاه داده‌های بین‌المللی بر مبنای منطقه‌ای و جهانی در دسترس هستند. بخش آماری سازمان ملل در حال حاضر نسبت به تهیه مجموعه‌ای بسیار مفید و قابل‌قیاس از داده‌های اقتصاد کلان و بخشی برای اکثر کشورها اقدام کرده است. داده‌ها مبتنی بر آمار رسمی کشورها و پایگاه داده‌های تمامی سازمان‌های هم‌تراز سازمان ملل<sup>۹</sup> می‌باشند. این پایگاه داده‌ها از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۱ یا بعد از آن راه‌اندازی شده و مرتباً به‌روزرسانی می‌شوند و نقطه شروع مناسبی برای تحلیل‌گرانی محسوب می‌شوند که به بررسی بخش کپی‌رایت می‌پردازند.

۴۰۲- سازمان تجارت جهانی نسبت به تهیه آمار تجارت بین‌الملل با تمرکز بر خدمات تجاری و بازرگانی اقدام کرده است<sup>۱۰</sup>. نشریه‌های آماری سازمان ملل<sup>۱۱</sup>، بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول نیز منابع مفیدی به شمار می‌آیند.

1. European System of Accounts

2. General Industrial Classification of Economic Activities

3. 'European system of accounts,' ESA 2010, Eurostat, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1996, ISBN 978-92-79-31242-7, Brussels. Luxembourg, 2013, or see [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-02-13-269/EN/KS-02-13-269-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-02-13-269/EN/KS-02-13-269-EN.PDF)

4. Statistical Office of the European Communities, Eurostat

۵. برای کسب اطلاعات بیشتر رجوع شود به:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>

6. North American Industry Classification System

۷. در اینجا عمدتاً به منابع جهانی اشاره دارد.

۸. آمار فرهنگ و ارتباطات شامل تولید کتاب، بخش برنامه‌های رادیو و تلویزیون، کالاها فرهنگی، کاغذ فرهنگی (روزنامه، کاغذ چاپ و تحریر)، فیلم و سینما، کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مطبوعات می‌شود، [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

9. Sister UN Agencies

۱۰. در گزارش‌های سالانه سازمان تجارت جهانی نیز اطلاعات مرتبط یافت می‌شود، [www.wto.org](http://www.wto.org)

۱۱. به‌عنوان مثال به سالنامه آماری سازمان ملل، بولتن‌های ماهانه آمار، پایگاه داده متداول سازمان ملل، آمار تجارت بین‌المللی، سالنامه آمار کار (به آدرس <http://www.unstats.un.org/unsd/pubs>)، آمار مالی بین‌المللی (به آدرس [www.imf.org](http://www.imf.org)) یا به آدرس [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) رجوع شود.

۴۰۳- داده‌های مربوط به تجارت خدمات را معمولاً به راحتی نمی‌توان کسب کرد. مرکز تجارت بین‌الملل نسبت به تهیه نوعی نقشه تجاری اقدام کرده است که حاوی داده‌های تجاری قابل فهم، کاربردوست و مبتنی بر وب می‌باشد و برای تحلیلگرانی مفید است که به بررسی سهم بخش کپی‌رایت از تجارت مبادرت می‌ورزند.<sup>۱</sup> نقشه تجاری حاوی داده‌های تجارت سالانه ۵۳۰۰ محصول در ۲۲۰ کشور و قلمرو در سطح شش رقمی نظام یکپارچه بین‌المللی طبقه‌بندی<sup>۲</sup> (HS) است و برگرفته از پایگاه داده آماری تجارت کالاهای سازمان ملل<sup>۳</sup> (UNCOMTRADE) بوده و مستقیماً براساس آمار رسمی کشورها تهیه شده است. داده‌های نقشه تجاری در ارتباط با واردات و صادرات برحسب گروه محصولات، از جمله خدمات و کشور ارائه می‌شوند.

۴۰۴- نقشه جهانی به‌ویژه برای کسب داده‌های تجاری در شرایطی مفید است که شرکای تجاری در سطح متفاوت توسعه و پیشرفت از نظر کسب جریان تجاری خود هستند. براساس نقشه تجاری می‌توان داده‌های انعکاسی را ارائه داد: به‌عنوان مثال، داده‌های مربوط به صادرات محصول کپی‌رایت یک کشور ممکن است جزء داده‌های صادرات آن گزارش نشوند، در حالی که در داده‌های مربوط به واردات شریک تجاری آن کشور ارائه شوند. بنابراین، تحلیلگر قادر به کسب داده‌های مربوط به واردات یک کشور با مراجعه به داده‌های صادرات شرکای تجاری آن در زمینه محصولات و خدمات مرتبط می‌باشد. به همین ترتیب، داده‌های مربوط به صادرات یک کشور را می‌توان با مراجعه به داده‌های مربوط به واردات شرکای تجاری آن کشور به دست آورد.

۴۰۵- لازم به ذکر است که داده‌های انعکاسی به اندازه داده‌های مستقیم، معتبر نیستند و فقط در صورت عدم وجود داده‌های مستقیم، باید از آن‌ها استفاده کرد. هرچند همچنان شکاف‌های داده‌ای در نقشه تجاری به‌ویژه در ارتباط با خدمات به چشم می‌خورد، ولی این شکاف‌ها مورد توجه زیادی قرار گرفته‌اند و نقشه تجاری به‌عنوان ابزار مفیدی برای محاسبه تجارت بخش کپی‌رایت به شمار می‌آید.

۴۰۶- پایگاه داده بین‌المللی خاص و مناسبی باید برای کشور مورد بررسی به طور معجزا تعیین شود.

۴۰۷- هنگام استفاده از تمامی این منابع داده‌ها، تحلیلگر باید به کلان‌داده‌های ارائه شده براساس شاخص‌های عددی توجه زیادی داشته باشد.

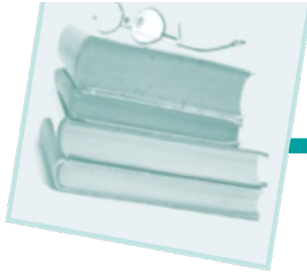
## ۲-۱-۷ آمار مکمل

۴۰۸- از آمار مکمل نیز باید علاوه بر آمار رسمی استفاده کرد. برای این که بتوان مشخص کرد که این آمار برای محاسبه خروجی مبتنی بر کپی‌رایت مناسب هستند، روش‌های اصلی آمار مکمل، چارچوب‌های زمانی مورد نظر و مواردی از این دست را باید به دقت ارزیابی کرد. شایان ذکر است از آنجا که آمار مکمل ممکن است صرفاً جنبه نمادین داشته باشند، کلان‌داده‌های مرتبط نیز در مواردی که موجود هستند باید به دقت مورد توجه قرار گیرند.

1. www.trademap.org.

2. Harmonized System

3. United Nations Commodity Trade Statistics Database



۴۰۹- سه منبع مکمل تعیین شده‌اند:

۱. سازمان‌های ملی حرفه‌ای؛
۲. منابع صنایع خاص؛ و
۳. سازمان‌های غیر دولتی و گروه‌های خاص مورد نظر.

۳-۱-۷ سازمان‌های ملی حرفه‌ای

۴۱۰- این منابع شامل نشریه‌های انجمن‌های حرفه‌ای یا گروه‌های مورد نظر نظیر سازمان‌های ملی هنر، انجمن‌های وصول کپی‌رایت، فدراسیون‌های کپی‌رایت، اتحادیه‌های نویسندگان، انجمن‌های ناشران موسیقی، اتحادیه‌های هنرمندان مجری، انجمن‌های کارفرمایان و شعبه‌های سازمان‌های صنایع متعدد به‌عنوان مثال بخش رسانه، صنعت تلویزیون، خرده‌فروشان، انجمن‌های صنعت نرم‌افزار، صنعت ضبط صدا، کتابخانه‌ها، موزه‌ها، پخش‌کننده‌های برنامه‌ها و غیره می‌شوند.

۴۱۱- این اطلاعات گاهی اوقات تنها منبع موجود در ارتباط با فعالیت‌های هنرمندان خویش‌فرما، هنرمندان مستقل، آهنگسازان و نویسندگان و به‌ویژه تنها منبع مرتبط با افرادی هستند که مشاغل متعددی دارند و یا این‌که به‌طور مجزا در هر آماری مشخص نمی‌شوند. اطلاعات غالباً در قالب گزارشات سالانه یا ویژه تنظیم می‌شوند. جمع‌آوری اطلاعات کاری دشوار است و ممکن است در منابع رسمی تناقض مشاهده شود.

۴-۱-۷ منابع صنایع خاص

۴۱۲- آمار صنایع غالباً حاوی اطلاعات جامعی درباره فروش خارجی در سطح عمده‌فروشی است. آمار صنایع همچنین برای تطبیق فاکتورهای کپی‌رایت در حوزه‌های متعدد یا جهت ارائه اطلاعات اضافی درباره بازارهای جهانی محصولات کپی‌رایت خاص مفید است. این نوع اطلاعات از طریق طبقه‌بندی‌های عمومی صنایع یا طبقه‌بندی‌های اصلی صنایع ارائه می‌شوند.

۵-۱-۷ سازمان‌های غیر دولتی

۴۱۳- سازمان‌های غیر دولتی و بین‌المللی متعدد به‌ویژه سازمان‌هایی که نماینده ذی‌نفعان اصلی حقوق کپی‌رایت و حقوق مرتبط می‌باشند، نیز داده‌های مرتبط را جمع‌آوری می‌کنند. متأسفانه، این آمار غالباً برای اعضای آن‌ها جمع‌آوری می‌شوند و یا این‌که به دلایل دیگری به راحتی در دسترس قرار ندارند. این آمار الزاماً از استانداردهای آماری بین‌المللی تبعیت نمی‌کنند، ولی به طرز جالبی تقسیم‌بندی می‌شوند.

## ۲-۲ محدود و ساختار آمار

۱-۲-۷ محدود برآوردها

۱-۱-۲-۷ فعالیت‌های غیر قانونی

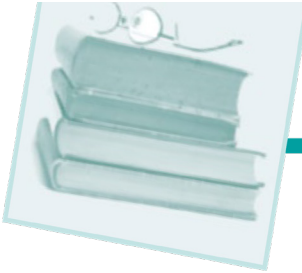
۴۱۴- فعالیت‌های غیر قانونی، اقتصاد زیرزمینی و اثرات جانبی آن در رویکرد ارزش افزوده لحاظ نمی‌شوند. در نتیجه، ارزش کالاها و خدماتی که برای فروش تولید نمی‌شوند و همچنین تولید کپی‌های غیر قانونی در آمار ملی منعکس نمی‌شوند. مطابق این اصل، به طور کلی ارزش افزوده ارائه شده توسط صنایع مبتنی بر کپی‌رایت اصلی شامل ارزش یا اندازه اقتصادی فعالیت‌های غیر قانونی نمی‌شود.

۴۱۵- باید به این نکته توجه داشت که در ارتباط با برخی از صنایع غیر اصلی نظیر صنایع خرده‌فروشی و عمده‌فروشی احتمال دارد ارزش فعالیت‌های غیر قانونی‌ای لحاظ شود که امکان تشخیص آن‌ها وجود ندارد. به همین دلیل، هنگام بررسی کشوری که در آن سرقت ادبی و هنری شایع است، باید تمامی اقدامات لازم صورت گیرد تا بر فعالیت‌های قانونی تأکید شود و حتی‌الامکان از تمامی فعالیت‌های غیر قانونی صرف نظر شود. اگرچه این امر نسبتاً دشوار است، ولی این حوزه باید مورد توجه قرار گیرد.

۴۱۶- شرایط موجود برای فعالیت‌های غیر قانونی منطبق با شرایط اتخاذ شده درباره اقتصاد غیر مشهود در نظام حساب‌های ملی (۲۰۰۸) می‌باشد. در نظام حساب‌های ملی این اصطلاح برای فعالیت‌هایی به کار برده می‌شود که به یک دلیل یا به دلایل دیگر در تحقیقات آماری معمول لحاظ نمی‌شوند. ممکن است علت آن این باشد که این فعالیت‌ها غیر رسمی باشند و از این رو، در تحقیقات مرتبط با فعالیت‌های رسمی مورد توجه قرار نگیرند؛ همچنین ممکن است به این دلیل در تحقیقات آماری معمول لحاظ نشوند که تولیدکننده مایل باشد که فعالیتی قانونی را مخفی کند و یا این که ممکن است این فعالیت‌ها غیر قانونی باشند. فعالیت‌های غیر قانونی محاسبه نمی‌شوند.

۴۱۷- برخی از فعالیت‌های قانونی، غیر رسمی هستند. در فصل ۲۵ از نظام حساب‌های ملی (۲۰۰۸)، مجموعه پیشنهادات جامعی جهت محاسبه ابعاد غیر رسمی اقتصاد در خانوارها ارائه شده است. در پیوست V، پرسشنامه‌ای ارائه شده است که می‌توان آن را جهت جمع‌آوری داده‌های مربوط به بخش کپی‌رایت غیر رسمی در خانوارها مورد استفاده قرار داد.

۴۱۸- در بررسی پیشنهادی، همان نظرسنجی مورد استفاده جهت جمع‌آوری داده‌های اقتصاد غیر رسمی به منظور محاسبه اقتصاد غیر رسمی مشهود نیز به کار برده می‌شود. سپس این داده‌ها را می‌توان پردازش و ارزیابی کرد. مؤلفه‌های فعالیت‌های غیر رسمی و غیر مشهود ممکن است به برآوردهای خروجی کپی‌رایت حاصله از حساب‌های استاندارد افزوده شوند. با توجه به اینکه برخی از مؤسسات غیر رسمی همچنان در سرشماری مشارکت نمی‌کنند، این داده‌ها موجب برآورد پایین می‌شوند و این مسأله یک محدودیت در فرآیند محاسبه به شمار می‌آید.



#### ۲-۱-۲-۷ جنبه بازار

۴۱۹- هنگام اجرای برآوردها، تحلیلگر باید منابع داده‌های مربوط به فعالیت‌هایی که در نظام رسمی و موثق گزارش نشده‌اند، را مورد بررسی قرار دهد. با استفاده از روش‌هایی که در مورد فعالیت‌های بازار و قیمت‌های بازار به‌عنوان استاندارد ارزیابی اعمال می‌شوند، باید جهانی داده‌ها صورت گیرد. این امر به‌ویژه در مورد تولید فرهنگی که به طور معمول برای بازار طراحی نشده است، حائز اهمیت است. از این رو، به راحتی نمی‌توان آمار مربوط به فعالیت‌هایی نظیر صنایع دستی را جمع‌آوری کرد که غالباً در حساب‌های ملی گزارش نمی‌شوند.<sup>۱</sup> منابع داده‌هایی که مربوط به فعالیت‌های به حساب خود و مصرف خود<sup>۲</sup> هستند نیز باید مورد بررسی قرار گیرند و جهانی داده‌ها صورت گیرد. به منظور اجرای رویکرد ارزش افزوده جهت محاسبه مصرف کل کپی‌رایت، تحلیلگر باید چنین فرض کند که رویکرد بازار به‌عنوان یک اصل اقتصادی در جامعه کاملاً پذیرفته شده است.

۴۲۰- قانون کلی پیشنهاد شده در نظام حساب‌های ملی<sup>۳</sup> این است که ارزش فعالیت‌های غیر بازاری باید از طریق حاصل جمع هزینه‌های قابل قیاس وابسته به بازار تولید آن‌ها تعیین شود. هنگام اجرای این روش، تحلیلگر باید به این نکته توجه داشته باشد که این هزینه‌ها به سادگی بیانگر تغییرات صورت گرفته در کیفیت فعالیت‌ها یا تأثیر تغییرات بهره‌وری ناشی از تغییرات فناورانه مستمر نیستند. در صورت امکان، تحلیلگر باید منابع داده‌ای را تعیین کند که محدوده تغییرات مستمر و اثرات بر هزینه‌های تولید را نشان دهند.

#### ۳-۱-۲-۷ گروه‌های گمشده

۴۲۱- مشکل اصلی این است که در آمار ملی معمولاً «نکاتی مبهم» وجود دارد. با توجه به این واقعیت که آمار متکی بر صورت‌حساب‌های یکپارچه شرکت‌ها هستند، یک فعالیت را نمی‌توان به راحتی از فعالیتی دیگر در چارچوب گروه کلی تفکیک کرد. در بسیاری از موارد، ممکن است تمامی فعالیت‌های مرتبط با کپی‌رایت به طور مجزا در آمار منعکس نشوند و به جای آن تحت عناوین کلی گزارش شوند. محققان نیاز دارند که داده‌های مجزا کسب کنند و یا این که روش‌هایی را برای تفکیک آن‌ها طراحی کنند. چنانچه در این کتاب راهنما نشان داده شده است، با استفاده از نظرسنجی‌های خاص، گروه‌های مورد توجه، روش‌های عملی برآورد و آمار مکمل می‌توان این مشکل را تا حدی برطرف کرد.

#### ۴-۱-۲-۷ گروه‌های جدید

۴۲۲- تحلیلگر باید همیشه به این واقعیت واقف باشد که همزمان با تغییرات سریع در زمینه فناوری، الگوهای شناختی و روش‌های بازاریابی (به‌عنوان مثال بازرگانی الکترونیکی و محاسبه ابری)، انواع جدیدی از فعالیت‌ها همواره در بازار ظاهر می‌شوند. روش‌های محاسبه فعالیت‌های جدید با یک وقفه زمانی تعیین می‌شوند و این وقفه زمانی ممکن است در زمان اجرای یک بررسی خاص رخ دهد.

۱. چنانچه در فصل ۶ بیان شد، یک راه‌حل نسبی برای این موارد از طریق آمار اشتغال و نهایتاً از طریق صادرات ارائه می‌شود.

2. Own-account activities and own-consumption

3. 2008 SNA, pp. 302-327

۴۲۳- همزمان با توسعه سریع و مستمر صنایع مبتنی بر کپی‌رایت، محصولات جدیدی ایجاد می‌شوند که به وضوح مبتنی بر کپی‌رایت هستند، ولی یک روش واحدی برای محاسبه آن‌ها هنوز تعیین نشده است. به‌عنوان مثال می‌توان به آموزش مجازی اشاره کرد که در حال حاضر به دلیل مشکلات موجود در زمینه منابع مورد نیاز جهت محاسبه آن، مورد بررسی قرار نگرفته است. در ارتباط با این گروه‌های جدید یا گمشده، حتی‌الامکان باید در بررسی مشخص شود که کدام‌یک از گروه‌های فعالیت‌ها شناسایی شده‌اند ولی به دلیل عدم تعیین روش بررسی آن‌ها، مورد بررسی قرار نگرفته‌اند.

۴۲۴- در ارتباط با گروه‌های گمشده و داده‌های مربوط به آن‌ها، در برخی موارد به منظور محاسبه دقیق ارزش افزوده، معیارهای خروجی از منابع متفاوت مورد مقایسه قرار گرفته‌اند. به‌طور کلی، از کاربرد انواع متفاوت آمار جهت کسب ارقام مربوط به یک شاخص مشابه باید اجتناب کرد. به منظور مقابله با شکاف‌های موجود در آمار رسمی، ناگزیر باید از آمار صنایع استفاده شود<sup>۱</sup>. البته، از داده‌های انجمن صنایع باید با دقت استفاده کرد، زیرا که داده‌های آن‌ها ممکن است مبتنی بر نمونه محدودی از به‌عنوان مثال ۲۰ شرکت برتر در یک بخش معین باشند.

#### ۲-۲-۷ مسائل مفهومی

۴۲۵- منطق آمار همیشه با منطق کپی‌رایت تطابق ندارد و گاهی اوقات تطبیق آن‌ها دشوار است. به‌عنوان مثال می‌توان به آمار تراز پرداخت اشاره کرد که تجارت کالاها و خدمات را در بر می‌گیرد. دو مشکل در ارتباط با منابع داده موجود وجود دارد: مستندسازی تجارت و مستندسازی جریان پرداخت.

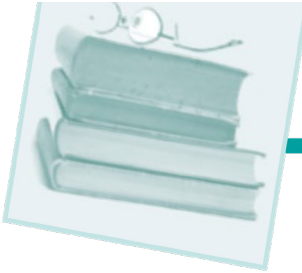
۴۲۶- در ارتباط با تجارت، در نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸<sup>۲</sup> مشکل به شرح زیر ارائه شده است: «به منظور افزودن واردات به تولید داخلی جهت کسب عرضه کل، واردات باید برحسب محصولات به گونه‌ای طبقه‌بندی شود که با طبقه‌بندی مورد استفاده جهت تولید داخلی تطابق داشته باشد. البته از آنجا که واردات (و صادرات) مطابق طبقه‌بندی محوری محصولات طبقه‌بندی نمی‌شوند و مطابق نظام یکپارچه بین‌المللی طبقه‌بندی (HS) یا طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد (SITC) طبقه‌بندی می‌شوند، این امر همیشه به راحتی امکان‌پذیر نیست. تعیین سطح جمع‌آوری داده‌های تجاری که به اندازه کافی جامع و البته منطبق با تولید داخلی باشد، بر تعیین سطح جزئیاتی که اتخاذ می‌شوند، تأثیر دارد [...]».

۴۲۷- تحلیلگر باید توجه داشته باشد که هنگام تفکیک حجم تجارت محصولات کپی‌رایت یا هنگام محاسبه معیار ارزش کلی تجارت این محصولات، احتمال طبقه‌بندی اشتباه وجود دارد. تعاریف ارائه شده را نمی‌توان به راحتی به کار برد. با گذشت زمان می‌توان اطمینان حاصل کرد که واردات به روشی منطبق با طبقه‌بندی‌های مورد استفاده جهت تولید داخلی گزارش شده است.

۴۲۸- در ارتباط با جریان پرداخت، اطلاعات موجود بیانگر بزرگی صادرات یا واردات کپی‌رایت نیستند. در

۱. به‌عنوان مثال در آمار دولت، صادرات فیلم سینمایی به‌عنوان صادرات پیش‌تولید فیلم در نظر گرفته می‌شود و اصلاً بیانگر مقیاس اهمیت اقتصادی صنعت فیلم سینمایی نبوده و به تعیین ارقام فروش واقعی این صنعت کمکی نمی‌کند.





ارتباط با کپی‌رایت، داده‌های مربوط به تراز پرداخت باید حاکی از روندهای حق امتیاز باشند و در مورد نقل و انتقالات شرکت به شرکت، روندهای حق امتیاز بر حسب محصول یا صنعت تقسیم‌بندی نمی‌شوند. بنابراین ارقامی وجود دارند که ظاهراً نقل و انتقال‌های مالی هستند، ولی مخصوص یک محصول یا صنعت معینی نیستند. به جای اینکه ارزیابی کنید چه میزان از این جریان‌های مالی مرتبط با محصولات یا صنایع کپی‌رایت هستند که در فصل ۶ به آن پرداخته می‌شود، توصیه می‌شود که از رویکرد فروش خارجی استفاده کنید.

**۴۲۹-** ایده کلی صادرات/واردات بر جریان کالا در یک مرز و جریان برگشت پول دلالت دارد. البته، این مسأله به طور کلی بیانگر نحوه عملکرد صنایع مبتنی بر کپی‌رایت نیست. در واقع، آن‌ها به یک تولیدکننده در یک کشور خارجی که به‌عنوان مثال نسخه‌های نرم‌افزار کامپیوتر یا سی‌دی تولید می‌کند، مجوز اعطا می‌کنند. پس از فروش محصولات کپی‌شده، سود مالی به کشور مبدأ برمی‌گردد. در صورت مشارکت شرکت‌های تابعه، سود نقدی اصلاً وجود ندارد. تثبیت مالی یا حسابداری در شرکتی اتفاق می‌افتد که در سراسر جهان فعالیت دارد و تنها زمانی پول جمع‌آوری می‌شود که سرمایه‌گذاران به بررسی داده‌های حسابداری می‌پردازند. این مثال حاکی از مشکلات پیش روی تحلیلگر در زمینه بررسی تجارت کپی‌رایت در زمانی است که منابع داده محدودی وجود دارد. تحلیلگر به یک روش معین جهت نظارت بر فروش کل محصولات کپی‌شده در کشور خارجی نیاز دارد و باید به تمهیدات مرتبط با سهم فروش کل واقف باشد. این رویکرد، رویکرد فروش خارجی است. روش‌ها و قوانین حسابداری باید جهت تعبیر دقیق داده‌های آماری مورد بررسی قرار گیرند.

**۴۳۰-** با توجه به روند روبه رشد دیجیتال‌سازی بسیاری از محصولات کپی‌رایت که به طور فزاینده در اینترنت تجارت می‌شوند، به راحتی نمی‌توان بر روند بین‌مرزی این محصولات نظارت داشت. ارزش این نوع تجارت - و شاید هم حجم آن - را می‌توان صرفاً از طریق جریان‌های مالی مربوطه تعیین کرد که در تراز پرداخت‌ها گزارش می‌شوند.

۷-۲-۳ چالش‌های برگرفته از ساختار آمار

### الف) مدیریت داده‌ها

**۴۳۱-** در بسیاری از موارد، داده‌ها موجود هستند ولی منتشر نمی‌شوند و یا این که ممکن است در پایگاه‌های داده قابل جستجو در دسترس نباشند. داده‌های اداره‌های ملی آمار براساس انواع کسب‌وکار و صنعت جمع‌آوری می‌شوند. از آنجا که کپی‌رایت با صنایع تلاقی پیدا می‌کند، نمی‌توان به تمامی داده‌ها از طریق دپارتمان‌های واحد اداره‌های آمار دسترسی پیدا کرد. هنگام استفاده از داده‌های سازمان‌های آمار، تحلیلگر باید به‌ویژه تحقیق کند که اطلاعات مربوط به کپی‌رایت توسط کدام یک از بخش‌های سازمان آمار جمع‌آوری شده است. تماس‌های متعدد با سازمان‌هایی که وظیفه جمع‌آوری و پردازش داده‌های آماری را بر عهده دارند، مفید است.

### ب) روش‌ها و قوانین حسابداری

۴۳۲- روش‌ها و قوانین حسابداری، مشکلات خاصی را در بردارند. غالباً آمار واردات و صادرات مبتنی بر ردیابی فیزیکی و واقعی کالاها در گمرک هستند و عمدتاً در ارتباط با کالاهای فیزیکی، قابل استفاده هستند. چنانچه صادرات، فیزیکی نباشد، آنگاه آمار صادرات برای کشوری ثبت می‌شود که در آن نقل و انتقال مالی صورت می‌گیرد. روش‌ها و قوانین حسابداری باید جهت تعبیر دقیق این نقل و انتقال‌های مالی مورد بررسی قرار گیرند.

۴۳۳- منابع صنایع خاص غالباً به طور متفاوتی در آمار رسمی سازماندهی می‌شوند. به عنوان مثال، در برخی کشورها در صورتی آمار صادرات کتاب منعکس می‌شود که محموله صادراتی حاوی ۲۰۰۰ یا تعداد بیشتری کتاب باشد. بنابراین چنانچه محموله‌ای کمتر از ۲۰۰۰ کتاب باشد، این محموله لزوماً در آمار صادرات کتاب گزارش نمی‌شود. در چنین شرایطی باید یک فاکتور مناسب تعیین شود.

### پ) ساختار صنعت

۴۳۴- صنعت کپی‌رایت در برخی کشورها در مرحله اختلاط و ادغام و اکتساب عمودی و افقی به سر می‌برد. این امر منجر به مشکلات عمده‌ای در تعیین نسبت‌های سهم صنایع متفاوت مبتنی بر کپی‌رایت می‌شود. انتشار کتاب در برابر چاپ کتاب، کلیپ‌های ویدئویی در برابر فیلم‌سازی و غیره، مخصوصاً در صورتی که توسط یک مؤسسه واحد اجرا شوند، را می‌توان به عنوان مثال ذکر کرد.

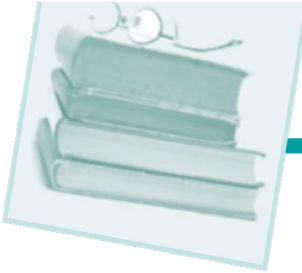
۴۳۵- پویایی صنایع مبتنی بر کپی‌رایت یک نمونه دیگر از اثرات ساختار صنعت به شمار می‌آید. صنایع همزمان با تکامل و یا بهبود عملکرد آماری به تدریج از یک گروه به گروه دیگر انتقال می‌یابند. این امر بر نتایج بررسی‌های مربوط به گروه‌های متفاوت تأثیر می‌گذارد، البته احتمالاً بر سهم کلی مبتنی بر کپی‌رایت تأثیری ندارد.

### ت) اصلاحات

۴۳۶- ساختار و محدوده آمار حاکی از اصلاحات اجتناب‌ناپذیری نظیر یکسان فرض کردن دوره بررسی در ارتباط با شاخص‌های خاص، انتخاب معیارهای خروجی و استفاده از اطلاعات منسوخ می‌باشد. در اصلاحاتی که مبتنی بر مصاحبه‌ها هستند، باید این واقعیت را در نظر داشت که افراد ممکن است نسبت به ارائه اطلاعات دقیق در ارتباط با نوع پرداخت و ارائه گزارش جهت اجتناب از مالیات و غیره حساس باشند. به همین دلیل هم مجموعه داده‌های تخمینی باید حتی الامکان واضح باشد و چنین خطاهایی در نظر گرفته شوند.

### ث) شمارش مضاعف

۴۳۷- اجتناب از شمارش مضاعف یک مورد خاص است که اصلاح آن حائز اهمیت است. چنانچه در بالا گفته شد، برخی از فعالیت‌های مبتنی بر کپی‌رایت فقط در آمار اشتغال در نظر گرفته می‌شوند و نباید با آمار صنعت به طور مضاعف شمارش شوند. به عنوان مثال، چنانچه حقوق کارگردان فیلم در آمار اشتغال در نظر گرفته شود و این حقوق



عملاً توسط صنعت فیلم پرداخت شود، تحت صنعت فیلم قرار می‌گیرد و نباید به ارزش افزوده صنایع دیگر اضافه شود.

## ۳-۷ روندهای آتی

۴۳۸- روندهای اصلی زیر مورد بررسی قرار گرفته شده و امکان بهبود روش‌های محاسبه صنایع مبتنی بر کپی‌رایت و ارائه راه‌حل‌های بیشتر در ارتباط با مشکل قابلیت دسترسی و ساختار داده‌های آماری را فراهم می‌آورند.

### ۳-۷-۱ اصلاح روش محاسبه دارایی‌های نامشهود- دارایی‌های فکری

۴۳۹- در نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸، دستورالعمل‌های جدیدی در ارتباط با عملکرد دارایی‌های نامشهود ارائه شده است. تغییر نام دارایی‌های نامشهود به «دارایی‌های فکری» اولین مرحله به شمار می‌آید. این دارایی‌ها مهم‌ترین بخش تولید و توزیع خروجی کپی‌رایت محسوب می‌شوند.

### الف) دارایی‌های تولید شده- دارایی‌های فکری ثابت

۴۴۰- «دارایی‌های فکری تولید شده» شامل اقلامی نظیر نسخه‌های اصلی فیلم و نسخه‌های اصلی موسیقی ضبط شده به علاوه قراردادها، اجاره‌نامه‌ها و مجوزهای مبتنی بر مالکیت فکری از قبیل کپی‌رایت می‌باشند. دارایی‌های فکری شامل تمامی دارایی‌های ثابت هستند و به عنوان بخشی از دارایی‌های غیر مالی اقتصاد محاسبه می‌شوند (به جدول ۷-۱ در زیر رجوع شود). تحلیلگران ترغیب می‌شوند که با ارزیابی این دارایی‌ها آشنا شوند.

۴۴۱- در نظام حساب‌های ملی توصیه شده است که «نسخه‌های اصلی محصولات فکری نظیر نرم‌افزار رایانه و سرگرمی و نسخه‌های اصلی ادبی یا هنری باید به ارزش خالص هزینه اولیه خود ثبت شوند و متناسب به قیمت‌های فعلی، ارزش آن‌ها افزایش داده شود. از آنجا که این محصولات غالباً به حساب خود تولید می‌شوند، هزینه اولیه بر حسب حاصل جمع هزینه‌های تحمیل شده از جمله بازده دارایی‌های ثابت به کار گرفته شده جهت تولید برآورد می‌شود. چنانچه نتوان ارزش را از طریق این روش تعیین کرد مناسب است که ارزش فعلی سودهای آتی حاصله در قبال استفاده از نسخه اصلی برآورد شود!»

۴۴۲- جمع‌آوری این دارایی‌های مهم برای کسب و کار بدون هزینه نیست: بخشی از هزینه‌های تبلیغاتی، آموزشی و خدمات مشتری به جمع‌آوری این دارایی‌ها نسبت داده می‌شود و به نوعی می‌توان آن‌ها را تا حدی به عنوان سرمایه در نظر گرفت.

به علاوه، تحلیلگران باید توجه داشته باشند که مطابق توصیه ارائه شده، در نظام حساب‌های ملی قیمت‌های بازار را می‌توان جهت ارزیابی کپی‌های نسخه‌های اصلی مورد استفاده قرار داد: «در صورتی کپی‌های بعدی به عنوان دارایی در نظر گرفته می‌شوند که: الف) مالک اصلی، وظیفه تکثیر و حمایت از کاربران کپی‌ها را به مجریان دست دوم واگذار کرده باشد یا ب) یک کپی مطابق قراردادی که در واقع اجاره مالی است، مورد استفاده قرار گیرد. در این موارد، قیمت‌های بازار باید در دسترس باشند تا ارزیابی براساس آن‌ها صورت گیرد!»

1. 2008 SNA, para. 13.36, p. 263

2. 2008 SNA, paragraph 13.3, p. 264

جدول ۱-۲ دارایی‌های مالی و غیرمالی<sup>۱</sup>

دارایی‌های غیرمالی	دارایی‌های تولید شده	دارایی‌های ثابت	دارایی‌های ثابت مشهود
			دارایی‌های فکری ثابت (دارایی‌های ثابت غیرمشهود)
		موجودی‌ها	
		اشیاء با ارزش	
	دارایی‌های غیرتولیدی	دارایی‌های مشهود غیرتولیدی	
		دارایی‌های نامشهود غیرتولیدی (دارایی‌های فکری)	
دارایی‌های مالی			

۴۴۳- ویژگی اقتصادی خاص نرم‌افزار و سایر محصولات دیجیتالی این است که به راحتی نمی‌توان بین نسخه‌های اصلی و تکثیری تمایز قائل شد، زیرا نسخه‌های دیجیتالی شامل کپی‌های دقیق نسخه اصلی هستند. در واقع سنجیده است که مالک «نسخه اصلی» به‌عنوان نهادی در نظر گرفته شود که دارای این حق قانونی است که نسخه‌های کپی را تولید کند و یا اینکه مجوز رسمی تولید نسخه‌های کپی را به دیگران اعطا کند. البته، در مواردی که یک شرکت به مدت بیش از یک سال دارای مجوز تکثیر محصول کپی‌رایت برای استفاده شخصی خود و یا فروش است، این مجوز تکثیر باید به‌عنوان تشکیل سرمایه ثابت ناخالص یا دارایی در نظر گرفته شود. در غیر این صورت، مجوز تکثیر به‌عنوان مصرف واسطه‌ای قلمداد می‌شود.<sup>۲</sup>

۴۴۴- به همین ترتیب، در مواردی که محصولی کپی‌رایت به‌صورت ترکیبی با محصول دیگری تکثیر می‌شود، مجوز حتی اگر چندساله باشد، دقیقاً به‌عنوان مصرف واسطه‌ای در نظر گرفته می‌شود. در کتاب راهنمای سازمان همکاری اقتصادی و توسعه پیرامون تعیین معیارهای سرمایه محصولات فکری<sup>۳</sup>، دیدگاه‌های مفیدی درباره طبقه‌بندی و محاسبه ارزش نسخه‌های اصلی و نسخه‌های تکثیری، از جمله نسخه‌های اصلی محصولات هنری و سرگرمی، ارائه شده است و کتاب راهنمای مفیدی برای تحلیلگران به شمار می‌آید.<sup>۴</sup>

۴۴۵- در ارتباط با نسخه‌های اصلی سرگرمی و ادبی و هنری، جهت برآورد جریان درآمد موردانتظار آتی ناشی از حقوق امتیاز یا فروش کپی‌های نسخه اصلی، مشکلات عملی متعددی وجود دارد. در مورد آثاری نظیر نقاشی که به صورت نسخه‌های واحد و منحصر به فردی تولید می‌شوند، ارزش به‌عنوان قیمت فروش یا بازار محصول در نظر گرفته می‌شود. در نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸<sup>۵</sup> توصیه شده است که این محصولات به‌عنوان ذخایر ارزش در نظر گرفته شوند

1. STD/NA (2002)35, OECD Meeting of National Accounts Experts, Paris, 8-11 October, 2002, p. 3

2. 2008 SNA, p. 256, paras. 10.99 and 10.100

3. pp. 150-163

4. OECD Handbook on Deriving Capital Measures of Intellectual Property Products, <http://www.oecd.org/std/na/44312350.pdf>

5. p. 278



و در حساب سرمایه و نه به‌عنوان مصرف واسطه‌ای گزارش شوند.

۴۴۶- تعدادی از فعالیت‌های مبتنی بر کپی‌رایت که موضوع بررسی حاضر هستند را می‌توان بین گروه‌های مورد نظر و به‌ویژه به‌عنوان بخشی از دارایی‌های فکری تولید نشده طبقه‌بندی کرد.

### ب) دارایی‌های فکری تولید نشده

۴۴۷- در ارتباط با برخی از موضوعاتی که قبلاً مورد بررسی قرار گرفته‌اند، شایان ذکر است که شناسایی محدودیت‌های فعلی روش آماری به‌عنوان نقطه شروع محسوب می‌شود. به‌عنوان مثال، در گروه «سرقفلی خریداری شده»، در حساب‌های ملی در حال حاضر چنین دارایی‌های مهمی از قبیل نام تجاری، علائم تجاری، سرمایه دانش‌بنیان و سرقفلی در نظر گرفته نمی‌شوند و همگی جزء دارایی‌های فکری تولید نشده قلمداد می‌شوند. تحلیلگر باید مشخص کند که این دارایی‌ها در حساب‌های ملی چگونه در نظر گرفته می‌شوند و اصلاحات مناسبی را هم‌سو با نظام حساب‌های ملی ۲۰۰۸ اعمال کند.

### ۲-۳-۷ همگرایی طبقه‌بندی‌ها

۴۴۸- این تحقیق در چارچوب شورای آماری سازمان ملل پیرامون همگرایی طبقه‌بندی‌های صنعتی صورت گرفته است. گزارشی با این هدف مطابق قرارداد بین اداره آمار کانادا، اداره مدیریت و بودجه ایالات متحده آمریکا<sup>۱</sup> و مرکز آمار و مطالعات اروپا<sup>۲</sup> تهیه شده است.<sup>۳</sup> طرح‌های همگرایی برای همگرایی آتی بین طبقه‌بندی صنعتی عمومی فعالیت‌های اقتصادی و نظام طبقه‌بندی صنعت آمریکا شمالی تهیه شده‌اند. در ارتباط با مشکلات موجود به‌ویژه در ارتباط با تعاریف، همگرایی در سطح بالاتر گروه‌بندی به‌عنوان هدف اصلی در این مرحله محسوب می‌شود.<sup>۴</sup> به‌ویژه، گروه‌بندی «فعالیت‌های هنری، سرگرمی و تفریحی» همانند برخی گروه‌بندی‌ها در گروه خدمات دشوار است. از زمان شروع این طرح در سال ۲۰۰۰، مرتباً گزارش‌های متعددی تهیه شده‌اند.<sup>۵</sup>

1. Statistics Canada

2. Office of Management and Budget of the United States of America

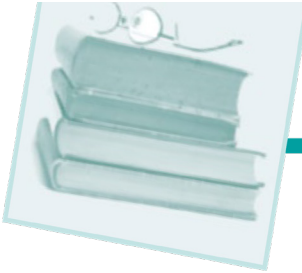
3. Statistical Office of the European Communities

4. UN Statistical Commission, 33rd Session, 5-8 March 2002, Room document supporting E/CN.3/2002/21

6. E/CN.3/2002/21

### اظهارنظرات نهایی

در نسخه فعلی کتاب راهنمای سازمان جهانی مالکیت فکری درباره بررسی سهم اقتصادی صنایع کپی‌رایت، پیشنهادات و توصیه‌های متعددی در حین اجرای روش طی مدت ۲۰ سال ارائه شده است. در این کتاب راهنما با بررسی موضوعات مفهومی، به‌روزرسانی چارچوب‌های تحلیلی و آماری و ارائه رویکردهای عملی جهت حل برخی از مشکلاتی که جزء فرآیند محاسبه هستند، اولین نسخه روش‌شناسی ارائه شده است. سازمان جهانی مالکیت فکری امیدوار است که این نسخه به محققان در زمینه اجرای بررسی حرفه‌ای سهم اقتصادی و پتانسیل صنایع تحت حمایت کپی‌رایت کمک کند.



## پیوست I

### فهرست صنایع کپی رایت

زیرگروه‌ها	گروه‌های اصلی صنایع	نوع صنعت کپی رایت
<p>مؤلفان، نویسندگان، مترجمان؛ روزنامه‌ها؛ آژانس‌های خبری و آژانس‌های پیشگام برای کارشناسان صنایع خلاق؛ مجلات و نشریات ادواری؛ انتشار کتاب؛ کارت‌ها و نقشه‌ها، فهرست‌های راهنما و سایر مطالب منتشر شده؛ مراحل پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ کتاب، مجلات، روزنامه‌ها؛ مطالب تبلیغاتی؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مطبوعات و ادبیات (کتابفروشی‌ها، دکه‌های روزنامه‌فروشی ...)</p>	مطبوعات و ادبیات	کپی رایت اصلی
<p>آهنگسازان، ترانه‌سرایان، تنظیم‌کنندگان موسیقی، طراحان رقص، کارگردانان، هنرمندان مجری و سایر کارکنان؛ چاپ و انتشار موسیقی، تولید/ساخت موسیقی ضبط شده؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی موسیقی ضبط شده (فروشی و اجاره‌ای)؛ خلق آثار هنری و ادبی و تعبیر و تفسیر آن؛ دفاتر نمایندگی اجرای برنامه‌ها و دفاتر نمایندگی وابسته (دفاتر نمایندگی رزرو و فروش بلیط ...)</p>	موسیقی، محصولات تئاتر، اپرا	
<p>نویسندگان، کارگردانان، بازیگران ...؛ تولید و توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی؛ نمایش فیلم سینمایی؛ فروش و اجاره ویدئو، ویدئو بر حسب تقاضا؛ خدمات وابسته؛</p>	فیلم سینمایی و ویدئویی	

<p>شرکت‌های ملی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی؛ سایر پخش‌کننده‌های برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی؛ تولیدکنندگان مستقل؛ تلویزیون کابلی (سیستم‌ها و کانال‌ها)؛ تلویزیون ماهواره‌ای؛ خدمات وابسته</p>	<p>رادیو و تلویزیون</p>	
<p>استودیوها و عکاسی تجاری؛ نمایندگی‌ها و کتابخانه‌های عکس</p>	<p>عکاسی</p>	
<p>برنامه‌نویسی، توسعه و طراحی، تولید؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی نرم‌افزار پیش‌بسته‌بندی‌شده (برنامه‌های کسب‌وکار، بازی‌های ویدئویی، برنامه‌های آموزشی، ...) پردازش و انتشار پایگاه داده</p>	<p>نرم‌افزار، پایگاه داده‌ها و بازی‌های کامپیوتری</p>	
<p>هنرمندان؛ گالری‌های هنری، سایر انواع عمده‌فروشی و خرده‌فروشی؛ کادربندی تصویر و سایر خدمات وابسته؛ طراحی گرافیک</p>	<p>هنرهای تجسمی و ترسیمی</p>	
<p>نمایندگی‌ها، خدمات خرید</p>	<p>خدمات تبلیغاتی</p>	
	<p>انجمن‌های وصول کپی‌رایت</p>	
<p>تولید؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی</p>	<p>دستگاه‌های تلویزیونی، رادیوها، دستگاه‌های ضبط کاست و ویدئو، دستگاه‌های پخش سی‌دی، دستگاه‌های پخش دی‌وی‌دی، دستگاه‌های پخش کاست، تجهیزات بازی الکترونیکی و سایر انواع تجهیزات مشابه</p>	<p>صنایع مستقل</p>





تولید؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروشی و اجاره‌ای)	رایانه و تجهیزات	
تولید؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروشی و اجاره‌ای)	آلات موسیقی	
تولید؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروشی و اجاره‌ای)	ابزار عکاسی و فیلم‌برداری	
تولید؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروشی و اجاره‌ای)	دستگاه‌های فتوکپی	
تولید؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی	مواد خام ضبط	
تولید؛ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی	کاغذ	
	پوشاک، منسوجات و کفش و پاپوش؛ جواهرآلات و سکه؛ سایر صنایع دستی؛ اسباب و اثاثیه؛ کالاهای خانگی، چینی و شیشه‌ای؛ پوشش‌های دیوار و فرش؛ اسباب بازی و وسایل بازی؛ معماری، مهندسی، نظرسنجی؛ طراحی داخلی؛ و موزه‌ها	صنایع کپی رایت نسبی
	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کلی؛ حمل و نقل عمومی؛ تلفن و اینترنت	صنایع حمایتی غیر اختصاصی

## پیوست IIA

کدهای نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع سازمان ملل مشابه صنایع کپی‌رایت (ISIC REV.4)

## ۵. صنایع کپی‌رایت اصلی

## مطبوعات و ادبیات

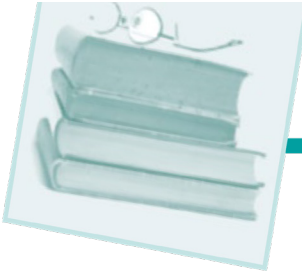
توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۹۰۰۰- فعالیتهای خلاق، هنری و سرگرمی	(s) ۹۰۰۰	مؤلفان، نویسندگان، مترجمان
۷۴۹۰- سایر فعالیتهای حرفه‌ای، علمی و فنی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (از جمله فعالیتهای مربوط به ترجمه کتبی و ترجمه شفاهی)	(m) ۷۴۹۰	
۸۲۹۹- سایر فعالیتهای مربوط به خدمات پشتیبانی کسب و کار طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (از جمله زیرنویس دادن فوری و به عبارتی زیرنویس همزمان اجراهای زنده تلویزیونی جلسات، کنفرانس‌ها)	(m) ۸۲۹۹	
۵۸۱۳- انتشار روزنامه‌ها، مجلات و نشریات ادواری	(s) ۵۸۱۳	روزنامه‌ها
۶۳۹۱- فعالیتهای آژانس خبری	۶۳۹۱	آژانس‌های خبری و آژانس‌های پیشگام برای کارشناسان صنایع خلاق ...
۵۸۱۳- انتشار روزنامه، مجلات و نشریات ادواری	(s) ۵۸۱۳	مجلات و نشریات ادواری
۵۸۱۱- انتشار کتاب	۵۸۱۱	انتشار کتاب
۵۸۱۲- انتشار فهرست‌های راهنما و فهرست‌های پستی	۵۸۱۲	کارت‌ها و نقشه‌ها، فهرست‌های راهنما و سایر مطالب منتشر شده
۵۸۱۹- سایر فعالیتهای انتشاراتی	۵۸۱۹	
۱۸۱۱- چاپ	۱۸۱۱	مراحل پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ کتاب، مجلات، روزنامه‌ها، مطالب تبلیغاتی
۱۸۱۲- فعالیتهای خدماتی وابسته به چاپ	(s) ۱۸۱۲	
۸۲۱۹- فتوکپی، تهیه اسناد و سایر فعالیتهای پشتیبانی تخصصی دفتر کار	۸۲۱۹	



<p>۴۶۴۹- عمده‌فروشی و خرده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله عمده‌فروشی نوشت افزار، کتاب، مجلات و روزنامه)</p> <p>۴۷۶۱- خرده‌فروشی کتاب، روزنامه، و نوشت افزار در فروشگاه‌های تخصصی</p> <p>۷۷۲۹- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله کتاب، نشریات و مجلات)</p>	<p>۴۶۴۹ (s,m)</p> <p>۴۷۶۱</p> <p>۷۷۲۹ (s,m)</p>	<p>عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مطبوعات و ادبیات (کتابفروشی‌ها، دکه‌های روزنامه‌فروشی ...)</p>
<p>۹۱۰۱- فعالیت‌های کتابخانه‌ها و آرشیوها</p>	<p>۹۱۰۱</p>	<p>کتابخانه‌ها</p>
<p>(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی رایت (m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی رایت و صنایع مرتبط غیر کپی رایت</p>		

## موسیقی، محصولات تئاتر، اپرا

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	آهنگسازان، ترانه‌سرایان، تنظیم‌کنندگان موسیقی
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	طراحان رقص، نویسندگان
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	کارگردانان، هنرمندان مجری و سایر کارکنان
۵۹۲۰- فعالیت‌های ضبط صدا و انتشار موسیقی	۵۹۲۰	چاپ و انتشار موسیقی
۱۸۲۰- تکثیر رسانه‌های ضبط شده	۱۸۲۰ (s)	تولید/ساخت موسیقی ضبط شده
۴۶۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله عمده‌فروشی صدای ضبط شده، سی‌دی‌ها)	۴۶۴۹ (s,m)	عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و اجاره موسیقی ضبط شده (فروشی و اجاره‌ای)
۴۷۶۲- خرده‌فروشی موسیقی و ویدئوهای ضبط شده در فروشگاه‌ها	۴۷۶۲ (s)	
۷۷۲۲- کرایه نوارها و دیسک‌های ویدیویی	۷۷۲۲ (s)	
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	خلق آثار هنری و ادبی و تعبیر و تفسیر آن
۷۹۹۰- سایر خدمات رزرواسیون و فعالیت‌های مرتبط (از جمله فروش بلیط، فعالیت‌های مربوط به تئاتر، ورزش و سایر رویدادهای سرگرمی و تفریحی)	۷۹۹۰ (s)	دفاتر نمایندگی اجرای برنامه‌ها و دفاتر نمایندگی وابسته (دفاتر نمایندگی رزرو و فروش بلیط ...)
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت (m) طبقه صنعت مختلط شامل صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت		



### فیلم سینمایی و ویدئویی

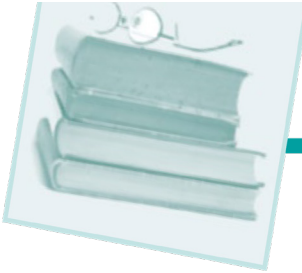
توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	نویسندگان، کارگردانان، بازیگران
۵۹۱۱- فعالیت‌های مربوط به تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی	۵۹۱ (s)	تولید و توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی
۵۹۱۲- فعالیت‌های پس از تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی		
۵۹۱۳- فعالیت‌های مربوط به توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی		
۵۹۱۴- فعالیت‌های مربوط به نمایش فیلم سینمایی	۵۹۱۴	نمایش فیلم سینمایی
۷۷۲۲- کرایه نوارها و دیسک‌های تصویری	۷۷۲۲ (s)	فروش و اجاره ویدئو، ویدئو بر حسب تقاضا
۴۶۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله عمده‌فروشی دی‌وی‌دی)	۴۶۴۹ (s+m)	
۴۷۶۲- خرده‌فروشی موسیقی و تصویرهای ضبط شده در فروشگاه‌های تخصصی	۴۷۶۲ (s)	
۱۸۲۰- تکثیر رسانه‌های ضبط شده	۱۸۲۰ (s)	خدمات وابسته
<p>(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی رایت</p> <p>(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی رایت و صنایع مرتبط بدون کپی رایت</p>		

رادیو و تلویزیون

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۵۹۱۱- فعالیت‌های مربوط به تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی	۵۹۱ (s)	فعالیت‌های تولید برنامه‌های تلویزیونی
۵۹۱۲- فعالیت‌های پس از تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی		
۵۹۱۳- فعالیت‌های مربوط به توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی		
۶۰۱۰- پخش برنامه‌های رادیویی	۶۰۱۰	شرکت‌های ملی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی
۶۰۲۰- فعالیت‌های برنامه‌ریزی و پخش برنامه‌های تلویزیونی	۶۰۲۰	
۵۹۱۱- فعالیت‌های مربوط به تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی	۵۹۱۱ (s)	تولید کنندگان مستقل
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		

عکاسی

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۷۴۲۰- فعالیت‌های عکاسی	۷۴۲۰ (s)	استودیوها و عکاسی تجاری
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		



نرم‌افزار، پایگاه داده و بازی‌های کامپیوتری

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۵۸۲۰- انتشار نرم‌افزار ۶۲۰۱- فعالیت‌های برنامه‌نویسی رایانه ۶۲۰۲- فعالیت‌های مربوط به مشاوره در زمینه رایانه و مدیریت تسهیلات ۶۲۰۹- سایر فعالیت‌های خدماتی در زمینه فناوری اطلاعات و رایانه	۵۸۲۰ ۶۲ (m)	برنامه‌نویسی، توسعه و طراحی، تولید
۴۶۵۱- عمده‌فروشی رایانه، تجهیزات جانبی رایانه، و نرم‌افزار (از جمله نرم‌افزار) ۴۷۴۱- خرده‌فروشی رایانه، وسایل جانبی، نرم‌افزار و تجهیزات مخابراتی در فروشگاه‌های تخصصی (از جمله خرده‌فروشی نرم‌افزار غیرسفراری شامل بازی‌های ویدئویی)	۴۶۵۱ (s) ۴۷۴۱ (s)	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی نرم‌افزار پیش بسته‌بندی شده (برنامه‌های کسب و کار، بازی‌های ویدئویی، برنامه‌های آموزشی ...)
۶۳۱۱- پردازش و میزبانی داده‌ها و فعالیت‌های مرتبط ۶۳۱۲- وب پورتال‌ها	۶۳۱	پردازش و انتشار پایگاه داده
<p>(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت (m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت</p>		

هنرهای تجسمی و تریسمی

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	هنرمندان
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	گالری‌های هنری و سایر انواع عمده‌فروشی و خرده‌فروشی
۷۴۲۰- فعالیت‌های عکاسی	۷۴۲۰ (s)	کادربندی تصویر و سایر خدمات وابسته
۱۸۱۲- فعالیت‌های خدماتی وابسته به چاپ	۱۸۱۲ (s)	فعالیت‌های خدماتی وابسته به چاپ
۹۰۰۰- فعالیت‌های خلاق، هنری و سرگرمی	۹۰۰۰ (s)	طراحی گرافیک
۱۸۱۲- فعالیت‌های خدماتی وابسته به چاپ (از جمله آثار هنری)	۱۸۱۲ (s)	
۷۴۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی (از جمله طراحان گرافیکی)	۷۴۱۰ (s)	
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت (m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت		

تبلیغات

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۷۳۱۰- تبلیغات	۷۳۱۰	دفا تر نمایندگی، خدمات خرید
۷۳۲۰- تحقیق بازار و سنجش افکار عمومی (از جمله مطالعات بازاریابی)	۷۳۲۰ (m)	
(m) طبقه صنعتی که تا حدی شامل صنایع کپی‌رایت است		





### انجمن‌های وصول کپی رایت

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۹۴۱۲- فعالیت‌های سازمان‌های حرفه‌ای دارای عضویت (از جمله انجمن‌های متخصصان فعال در حوزه فعالیت‌های فرهنگی)	۹۴۱۲ (m)	انجمن‌های وصول کپی رایت
(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی رایت و صنایع مرتبط بدون کپی رایت		

### ۶. صنایع کپی رایت نسبی

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
۱۴۱۰- تولید پوشاک	۱۴۱۰	پوشاک، منسوجات، کفش و پاپوش
۱۳۹۲- تولید کالاهای نساجی تکمیل شده، به جز پوشاک	۱۳۹۲	
۱۵۲۰- تولید کفش و پاپوش	۱۵۲۰	
۴۶۴۱- عمده‌فروشی منسوجات، پوشاک، کفش و پاپوش	۴۶۴۱	
۴۷۵۱- خرده‌فروشی منسوجات در فروشگاه‌های تخصصی	۴۷۵۱	
۴۷۷۱- خرده‌فروشی پوشاک، کفش و پاپوش و کالاهای چرمی در فروشگاه‌های تخصصی	۴۷۷۱	
۷۴۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی	۷۴۱۰ (s)	
۳۲۱۱- تولید جواهرآلات و کالاهای وابسته	۳۲۱۱	جواهرآلات و سکه
۳۲۱۲- تولید جواهرآلات بدلی و کالاهای وابسته	۳۲۱۲	
۴۶۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله جواهرآلات)	۴۶۴۹ (s,m)	
۴۷۱۹- سایر خرده‌فروشی‌ها در فروشگاه‌های غیر تخصصی (از جمله جواهرآلات)	۴۷۱۹ (s,m)	
۴۷۷۳- سایر خرده‌فروشی‌های کالاهای نو در فروشگاه‌های تخصصی (از جمله جواهرآلات)	۴۷۷۳ (s,m)	
۷۴۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی	۷۴۱۰ (s)	

<p>۹۴۹۹- فعالیت‌های سایر سازمان‌های دارای عضویت طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (از جمله صنایع دستی و باشگاه‌های مجموعه‌دارها)</p> <p>۴۷۱۹- سایر خرده‌فروشی‌ها در فروشگاه‌های غیر تخصصی (از جمله صنایع دستی)</p> <p>۴۷۵۹- خرده‌فروشی وسایل خانگی برقی، اسباب و اثاثیه</p> <p>۷۴۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی</p>	<p>۹۴۹۹ (s,m)</p> <p>۴۷۱۹ (s,m)</p> <p>۴۷۵۹ (s,m)</p> <p>۷۴۱۰ (s,m)</p>	<p>سایر صنایع دستی</p>
<p>۳۱۰۰- تولید اسباب و اثاثیه</p> <p>۴۶۴۹- خرده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله اسباب و اثاثیه)</p> <p>۴۷۱۹- سایر خرده‌فروشی‌ها در فروشگاه‌های غیر تخصصی (از جمله اسباب و اثاثیه)</p> <p>۴۷۵۹- خرده‌فروشی وسایل خانگی برقی، اسباب و اثاثیه</p> <p>۷۴۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی</p> <p>۷۷۲۹- اجاره و کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله اسباب و اثاثیه)</p>	<p>۳۱۰۰</p> <p>۴۶۴۹ (s,m)</p> <p>۴۷۱۹ (s,m)</p> <p>۴۷۵۹ (s,m)</p> <p>۷۴۱۰ (s)</p> <p>۷۷۲۹ (s,m)</p>	<p>اسباب و اثاثیه</p>
<p>۲۳۱۰- تولید شیشه و محصولات شیشه‌ای</p> <p>۱۳۹۱- تولید پارچه‌های کشباف و قلاب‌بافی</p> <p>۱۴۳۰- تولید پوشاک کشباف و قلاب‌بافی شده</p> <p>۱۶۲۹- تولید سایر محصولات چوبی</p> <p>۲۵۹۹- تولید سایر محصولات فلزی ساخته شده طبقه‌بندی نشده در جای دیگر</p> <p>۴۶۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله چینی و شیشه‌ای)</p> <p>۴۷۵۲- خرده‌فروشی یراق‌آلات، رنگ و شیشه در فروشگاه‌های تخصصی</p> <p>۴۷۵۹- خرده‌فروشی وسایل خانگی برقی، اسباب و اثاثیه، تجهیزات روشنایی و سایر کالاهای خانگی در فروشگاه‌های تخصصی</p> <p>۷۴۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی</p>	<p>۲۳۱۰ (m)</p> <p>۱۳۹۱ (m)</p> <p>۱۴۳۰ (m)</p> <p>۱۶۲۹ (m)</p> <p>۲۵۹۹ (m)</p> <p>۴۶۴۹ (s,m)</p> <p>۴۷۵۲ (m)</p> <p>۴۷۵۹ (s,m)</p> <p>۷۴۱۰ (s)</p>	<p>کالاهای خانگی، چینی و شیشه‌ای</p>



پوشش دیوار و فرش	۱۳۹۳ (m)	۱۳۹۳ - تولید فرش و قالیچه
	۱۷۰۹ (s)	۱۷۰۹ - تولید سایر کالاهای کاغذی و مقوایی
	۴۷۵۳	۴۷۵۳ - خرده فروشی فرش، قالیچه، پوشش کف و دیوار در فروشگاه‌های تخصصی
	۷۴۱۰ (s)	فعالیت‌های طراحی تخصصی
اسباب‌بازی و وسایل بازی	۳۲۴۰	۳۲۴۰ - تولید وسایل بازی و اسباب‌بازی
	۴۶۴۹ (s,m)	۴۶۴۹ - عمده فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله اسباب‌بازی)
	۴۷۱۹ (s,m)	۴۷۱۹ - سایر خرده فروشی‌ها در فروشگاه‌های غیر تخصصی (از جمله اسباب‌بازی)
	۴۷۶۴ (s)	۴۷۶۴ - خرده فروشی وسایل بازی و اسباب‌بازی در فروشگاه‌های تخصصی
	۷۴۱۰ (s)	۷۴۱۰ - فعالیت‌های طراحی تخصصی
معماری، مهندسی، نظرسنجی	۷۱۱۰ (m)	۷۱۱۰ - فعالیت‌های معماری و مهندسی و مشاوره‌های فنی مربوطه
طراحی	۷۴۱۰ (s)	۷۴۱۰ - فعالیت‌های طراحی تخصصی (از جمله دکوراسیون داخلی)
موزه‌ها	۹۱۰۲	۹۱۰۲ - فعالیت‌های مربوط به موزه‌ها و حفاظت از بناها و مکان‌های تاریخی
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی رایت		
(m) طبقه صنعتی که تا حدی شامل صنایع کپی رایت است		

## ۷. صنایع کپی‌رایت مستقل

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی، تولید، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروشی و اجاره‌ای)
۲۶۳۰- ساخت تجهیزات مخابراتی (از جمله استودیو رادیویی و تلویزیونی و تجهیزات پخش)	۲۶۳۰ (m)	دستگاه‌های تلویزیونی، رادیوها، دستگاه‌های ضبط کاست و ویدئو،
۲۶۴۰- ساخت کالاهای مصرفی الکترونیکی (از جمله تلویزیون، دستگاه‌های ضبط کاست و ویدئو، دی‌وی‌دی، وسایل ایجاد صدا (گرامافون) با بهترین درجه ملایمت و نرمی <sup>۱</sup> ، کنسول‌ها)	۲۶۴۰	دستگاه‌های پخش سی‌دی، دستگاه‌های پخش دی‌وی‌دی، دستگاه‌های پخش کاست، تجهیزات بازی الکترونیکی و
۴۶۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله عمده‌فروشی کالاهای مصرفی الکترونیکی)	۴۶۴۹ (s,m)	سایر انواع تجهیزات مشابه
۴۷۴۲- خرده‌فروشی تجهیزات صوتی و تصویری در فروشگاه‌های تخصصی	۴۷۴۲	
۷۷۲۹- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله تجهیزات الکترونیکی مرتبط برای مصرف خانگی)	۷۷۲۹ (s,m)	
۷۷۳۰- کرایه سایر ماشین‌آلات، تجهیزات و کالاهای ملموس (از جمله تجهیزات حرفه‌ای رادیویی و تلویزیونی)	۷۷۳۰ (s,m)	
۲۶۲۰- تولید رایانه و تجهیزات جانبی	۲۶۲۰	رایانه و تجهیزات
۴۶۵۱- عمده‌فروشی رایانه، تجهیزات جانبی رایانه و نرم‌افزار (از جمله رایانه و تجهیزات رایانه)	۴۶۵۱ (s)	
۴۷۴۱- خرده‌فروشی رایانه، وسایل جانبی، نرم‌افزار و تجهیزات مخابراتی در فروشگاه‌های تخصصی (از جمله رایانه)	۴۷۴۱ (s)	
۷۷۳۰- کرایه سایر ماشین‌آلات، تجهیزات و کالاهای ملموس (از جمله رایانه و تجهیزات جانبی رایانه)	۷۷۳۰ (s,m)	

1. Hi-Fi (high fidelity)



<p>۳۲۲۰- تولید آلات موسیقی</p> <p>۴۶۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله آلات موسیقی)</p> <p>۴۷۵۹- خرده‌فروشی وسایل خانگی برقی (از جمله آلات موسیقی)</p> <p>۷۷۲۹- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله آلات موسیقی، وسایل صحنه‌آرایی و لباس)</p>	<p>۳۲۲۰</p> <p>۴۶۴۹ (s,m)</p> <p>۴۷۵۹ (s,m)</p> <p>۷۷۲۹ (s,m)</p>	<p>آلات موسیقی</p>
<p>۲۶۷۰- تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات عکاسی</p> <p>۴۶۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله دستگاه‌های عکاسی و اپتیکی)</p> <p>۴۷۷۳- سایر خرده‌فروشی‌های کالاهای نو در فروشگاه‌های تخصصی (از جمله تجهیزات عکاسی، اپتیکی و ابزار دقیق)</p> <p>۷۷۳۰- کرایه سایر ماشین‌آلات، تجهیزات و کالاهای ملموس (از جمله تجهیزات تولید فیلم سینمایی)</p>	<p>۲۶۷۰ (s,m)</p> <p>۴۶۴۹ (s,m)</p> <p>۴۷۷۳ (m)</p> <p>۷۷۳۰ (s,m)</p>	<p>ابزار عکاسی و فیلم‌برداری</p>
<p>۲۸۱۷- تولید ماشین‌آلات و تجهیزات دفتری (از جمله دستگاه‌های فتوکپی)</p> <p>۴۶۵۹- عمده‌فروشی سایر ماشین‌آلات و تجهیزات (از جمله ماشین‌آلات و تجهیزات دفتری)</p>	<p>۲۸۱۷ (m)</p> <p>۴۶۵۹ (m)</p>	<p>دستگاه‌های فتوکپی</p>
<p>۲۶۸۰- تولید رسانه‌های نوری و مغناطیسی</p> <p>۴۶۵۲- عمده‌فروشی تجهیزات و قطعات الکترونیکی و مخابراتی (از جمله مواد خام)</p>	<p>۲۶۸۰</p> <p>۴۶۵۲ (m)</p>	<p>مواد خام ضبط</p>
<p>۱۷۰۱- تولید خمیر کاغذ، کاغذ و مقوا</p> <p>۱۷۰۲- تولید کاغذ و مقوای زنبوری و سایر وسایل بسته‌بندی کاغذی و مقوایی</p> <p>۱۷۰۹- تولید سایر کالاهای کاغذی و مقوایی</p>	<p>۱۷۰۱</p> <p>۱۷۰۲</p> <p>۱۷۰۹ (s)</p>	<p>کاغذ</p>
<p>(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت</p> <p>(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت</p>		

۸. صنایع حمایتی غیر اختصاصی

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 4	فعالیت اقتصادی
<p>بخش: ۴۶- تجارت عمده‌فروشی و تجارت کمیسیون به جز وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت این بخش دارای گروه‌های زیر است: ۴۶۱- عمده‌فروشی براساس حق‌الزحمه یا قرارداد ۴۶۴- عمده‌فروشی کالاهای خانگی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است) ۴۶۶- سایر عمده‌فروشی‌های تخصصی</p>	<p>۴۶ (s)</p>	<p>عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کلی (G)</p>
<p>بخش: ۴۷- خرده‌فروشی به جز وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت؛ تعمیر کالاهای شخصی و خانگی این بخش دارای گروه‌های زیر است: ۴۷۱- خرده‌فروشی در فروشگاه‌های غیر تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است) ۴۷۴- خرده‌فروشی تجهیزات اطلاعات و ارتباطات در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است) ۴۷۵- خرده‌فروشی سایر تجهیزات خانگی در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است) ۴۷۷- خرده‌فروشی سایر کالاها در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است) ۴۷۶- خرده‌فروشی کالاهای فرهنگی و تفریحی در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است) ۴۷۷- خرده‌فروشی سایر کالاها در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است) ۴۷۸- خرده‌فروشی از طریق دکه‌ها و بازارها ۴۷۹- خرده‌فروشی در جاهایی غیر از فروشگاه‌ها، دکه‌ها یا بازارها</p>	<p>۴۷ (s)</p>	



بخش: ۴۹- حمل و نقل زمینی؛ حمل و نقل از طریق خطوط لوله	۴۹	حمل و نقل عمومی (H)
بخش: ۵۰- حمل و نقل آبی	۵۰	
بخش: ۵۱- حمل و نقل هوایی	۵۱	
این گروه به گروه‌های زیر تقسیم‌بندی می‌شود:	۵۲۲	
۵۲,۲۱/۲۲/۲۳/۲۴/۲۹- فعالیت‌های خدمات پشتیبانی حمل و نقل		
بخش: ۵۳- فعالیت‌های پست و پیک	۵۳	
بخش: ۷۹- آژانس‌های مسافرتی، گردانندگان تور، خدمات رزرواسیون و فعالیت‌های مرتبط	۷۹	
بخش: ۶۱- مخابرات	۶۱	اطلاعات و ارتباطات (J)
(S) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		

## پیوست IIB

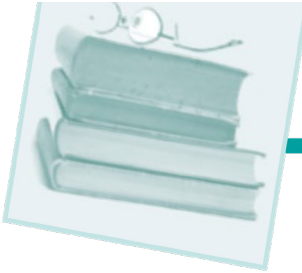
کدهای نظام بین‌المللی طبقه‌بندی استاندارد صنایع سازمان ملل مشابه صنایع کپی‌رایت (ISIC REV. 3.1)

## ۱. صنایع کپی‌رایت اصلی

## مطبوعات و ادبیات

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۹۲۱۴- هنرهای دراماتیک، موسیقی و سایر فعالیت‌های هنری	۹۲۱۴	مؤلفان، نویسندگان، مترجمان
طبقه: ۷۴۹۹- سایر فعالیت‌های کسب و کار طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (برای ترجمه شفاهی و کتبی)	۷۴۹۹	
طبقه: ۲۲۱۲- انتشار روزنامه، مجلات و نشریات ادواری	۲۲۱۲	روزنامه‌ها
طبقه: ۹۲۲۰- فعالیت‌های آژانس‌های خبری	۹۲۲۰	آژانس‌های خبری و آژانس‌های پیشگام برای کارشناسان صنایع خلاق ...
طبقه: ۲۲۱۲- انتشار روزنامه، مجلات و نشریات ادواری	۲۲۱۲	مجلات و نشریات ادواری
طبقه: ۲۲۱۱- انتشار کتاب، بروشور و سایر نشریه‌ها	۲۲۱۱	انتشار کتاب
طبقه: ۲۲۱۹- سایر فعالیت‌های انتشاراتی	۲۲۱۹	کارت‌ها و نقشه‌ها، فهرست‌های راهنما و سایر مطالب منتشر شده
طبقه: ۲۲۲۱- چاپ	۲۲۲۱	مراحل پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ کتاب، مجلات، روزنامه‌ها، مطالب تبلیغاتی
طبقه: ۲۲۲۲- فعالیت‌های خدماتی وابسته به چاپ	۲۲۲۲	
طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی	۵۱۳۹	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مطبوعات و ادبیات (کتاب‌فروشی‌ها، دکه‌های روزنامه‌فروشی ...)
طبقه: ۵۲۳۹- سایر خرده‌فروشی در فروشگاه‌های تخصصی	۵۲۳۹	
طبقه: ۹۲۳۱- فعالیت‌های کتابخانه‌ها و آرشیوها	۹۲۳۱	کتابخانه‌ها





موسیقی، محصولات تئاتر، اپرا

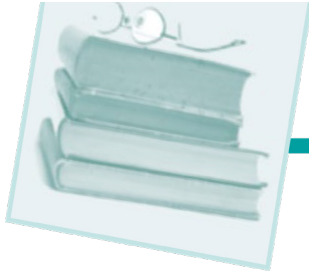
توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۹۲۱۴- هنرهای دراماتیک، موسیقی و سایر فعالیت‌های هنری	۹۲۱۴	آهنگسازان، ترانه‌سرایان، تنظیم‌کنندگان موسیقی، طراحان رقص، نویسندگان، کارگردانان، هنرمندان مجری و سایر کارکنان
طبقه: ۹۲۱۹- سایر فعالیت‌های سرگرمی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۹۲۱۹	
طبقه: ۹۲۴۹- سایر فعالیت‌های تفریحی	۹۲۴۹	
طبقه: ۲۲۱۳- انتشار موسیقی	۲۲۱۳	چاپ و انتشار موسیقی
طبقه: ۲۲۳۰- تکثیر رسانه‌های ضبط شده	۲۲۳۰	تولید/ساخت موسیقی ضبط شده
طبقه: ۵۲۳۳- خرده‌فروشی وسایل خانگی، کالاها و تجهیزات	۵۲۳۳	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی موسیقی ضبط شده (فروشی و اجاره‌ای)
طبقه: ۷۱۳۰- کرایه کالاهای شخصی و خانگی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۷۱۳۰	
طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله عمده‌فروشی نوارهای ویدئویی ضبط شده)	۵۱۳۹	
طبقه: ۹۲۱۴- هنرهای دراماتیک، موسیقی و سایر فعالیت‌های هنری	۹۲۱۴	خلق آثار هنری و ادبی و تعبیر و تفسیر آن
طبقه: ۹۲۱۴- هنرهای دراماتیک، موسیقی و سایر فعالیت‌های هنری	۹۲۱۴	دفاتر نمایندگی اجرای برنامه‌ها و دفاتر نمایندگی وابسته (دفاتر نمایندگی رزرو و فروش بلیط ...)

**فیلم سینمایی و ویدئویی**

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۹۲۱۴- هنرهای دراماتیک، موسیقی و سایر فعالیت‌های هنری	۹۲۱۴	نویسندگان، کارگردانان، بازیگران
طبقه: ۹۲۱۱- تولید و توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی	۹۲۱۱	تولید و توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی
طبقه: ۹۲۱۲- نمایش فیلم سینمایی	۹۲۱۲	نمایش فیلم سینمایی
طبقه: ۷۱۳۰- کرایه کالاهای شخصی و خانگی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۷۱۳۰	فروش و اجاره ویدئو، ویدئو بر حسب تقاضا
طبقه: ۹۲۱۱- تولید و توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی	۹۲۱۱	
طبقه: ۲۲۳۰- تکثیر رسانه‌های ضبط شده	۲۲۳۰	خدمات وابسته

**رادیو و تلویزیون**

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۹۲۱۳- فعالیت‌های رادیو و تلویزیون	۹۲۱۳	شرکت‌های ملی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی
طبقه: ۹۲۱۳- فعالیت‌های رادیو و تلویزیون	۹۲۱۳	سایر پخش‌کننده‌های رادیویی و تلویزیونی
طبقه: ۷۴۹۹- سایر فعالیت‌های کسب‌وکار طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۷۴۹۹	تولیدکنندگان مستقل
طبقه: ۶۴۲۰- مخابرات	۶۴۲۰	تلویزیون کابلی (سیستم‌ها و کانال‌ها)
طبقه: ۶۴۲۰- مخابرات	۶۴۲۰	تلویزیون ماهواره‌ای
طبقه: ۹۲۱۳- فعالیت‌های رادیو و تلویزیون	۹۲۱۳	خدمات وابسته



### عکاسی

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۷۴۹۴- فعالیت‌های عکاسی	۷۴۹۴	استودیوها و عکاسی تجاری
طبقه: ۲۲۲۲- فعالیت‌های خدماتی وابسته به چاپ	۲۲۲۲	نماینده‌گی‌ها و کتابخانه‌های عکس
طبقه: ۷۴۹۹- سایر فعالیت‌های کسب و کار طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۷۴۹۹	
طبقه: ۹۲۳۱- فعالیت‌های کتابخانه‌ها و آرشیوها	۹۲۳۱	

### نرم‌افزار و پایگاه داده

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۷۲۲۱- انتشار نرم‌افزار	۷۲۲۱	برنامه‌نویسی، توسعه و طراحی، تولید
طبقه: ۷۲۲۹- سایر فعالیت‌های مربوط به مشاوره و عرضه نرم‌افزار	۷۲۲۹	
طبقه: ۵۱۵۱- عمده‌فروشی رایانه، تجهیزات جانبی رایانه و نرم‌افزار	۵۱۵۱	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی نرم‌افزار پیش بسته‌بندی شده (برنامه‌های کسب و کار، بازی‌های ویدئویی، برنامه‌های آموزشی ...)
طبقه: ۷۲۴۰- فعالیت‌های پایگاه داده و توزیع برخط محتوای الکترونیکی	۷۲۴۰	پردازش و انتشار پایگاه داده
طبقه: ۷۲۳۰- پردازش داده	۷۲۳۰	

هنرهای تجسمی و تریسمی

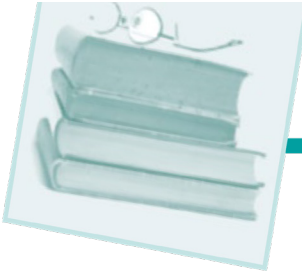
توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
فعالیت‌های مؤلفان، آهنگسازان و سایر هنرمندان مستقل طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۹۲۱۴	هنرمندان
طبقه: ۹۲۱۴- هنرهای دراماتیک، موسیقی و سایر فعالیت‌های هنری	۹۲۱۴	گالری‌های هنری و سایر انواع عمده‌فروشی و خرده‌فروشی
طبقه: ۷۴۹۴- فعالیت‌های عکاسی	۷۴۹۴	کادربندی تصویر و سایر خدمات وابسته
طبقه: ۹۲۱۴- هنرهای دراماتیک، موسیقی و سایر فعالیت‌های هنری	۹۲۱۴	طراحی گرافیک
طبقه: ۷۴۹۹- سایر فعالیت‌های کسب و کار طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۷۴۹۹	

خدمات تبلیغات

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۷۴۳۰- تبلیغات	۷۴۳۰	دفا تر نمایندگی، خدمات خرید

انجمن‌های وصول کپی‌رایت

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۹۱۱۲- فعالیت‌های سازمان‌های حرفه‌ای	۹۱۱۲	انجمن‌های وصول کپی‌رایت



## ۲. صنایع کپی‌رایت مستقل

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۳۲۳۰- تولید گیرنده‌های رادیویی و تلویزیونی، تجهیزات ضبط و تکثیر صوتی- تصویری و کالاهای مرتبط	۳۲۳۰	تولید، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروشی و اجاره‌ای): دستگاه‌های تلویزیونی، رادیوها، دستگاه‌های ضبط کاست و ویدئو، دستگاه‌های پخش سی‌دی، دستگاه‌های پخش دی‌وی و دی، دستگاه‌های پخش کاست، تجهیزات بازی الکترونیکی و سایر انواع تجهیزات مشابه
طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی	۵۱۳۹	
طبقه: ۵۲۳۳- خرده‌فروشی وسایل خانگی، کالاها و تجهیزات	۵۲۳۳	
طبقه: ۷۱۳۰- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۷۱۳۰	
طبقه: ۳۰۰۰- تولید ماشین‌آلات دفتری، حسابداری و کامپیوتری	۳۰۰۰	رایانه و تجهیزات
طبقه: ۵۱۵۱- عمده‌فروشی رایانه، تجهیزات جانبی رایانه و نرم‌افزار	۵۱۵۱	
طبقه: ۷۱۲۳- کرایه ماشین‌آلات و تجهیزات دفتری (از جمله رایانه)	۷۱۲۳	
طبقه: ۳۶۹۲- تولید آلات موسیقی	۳۶۹۲	آلات موسیقی
طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی	۵۱۳۹	
طبقه: ۵۲۳۳- خرده‌فروشی وسایل خانگی، کالاها و تجهیزات	۵۲۳۳	
طبقه: ۳۳۲۰- تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات عکاسی	۳۳۲۰	ابزار عکاسی و فیلم‌برداری
طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی	۵۱۳۹	
طبقه: ۵۲۳۹- سایر خرده‌فروشی‌ها در فروشگاه‌های تخصصی	۵۲۳۹	
طبقه: ۷۱۲۹- کرایه سایر ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۷۱۲۹	

<p>طبقه: ۳۰۰۰- تولید ماشین آلات دفتری، حسابداری و کامپیوتری</p> <p>طبقه: ۵۱۵۹- عمده‌فروشی سایر ماشین‌آلات، تجهیزات و لوازم</p>	<p>۳۰۰۰</p> <p>۵۱۵۹</p>	<p>دستگاه‌های فتوکپی</p>
<p>طبقه: ۲۴۲۹- تولید سایر محصولات شیمیایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر</p> <p>طبقه: ۵۱۵۲- عمده‌فروشی تجهیزات و قطعات الکترونیکی و مخابراتی</p> <p>طبقه: ۵۲۳۳- خرده‌فروشی وسایل خانگی، کالاها و تجهیزات</p>	<p>۲۴۲۹</p> <p>۵۱۵۲</p> <p>۵۲۳۳</p>	<p>مواد خام ضبط</p>
<p>طبقه: ۱۲۰۱- تولید خمیر کاغذ، کاغذ و مقوا</p> <p>طبقه: ۵۱۴۹- عمده‌فروشی سایر محصولات واسطه‌ای، ضایعات و آخال کاغذ</p> <p>طبقه: ۵۲۳۹- سایر خرده‌فروشی‌ها در فروشگاه‌های تخصصی</p>	<p>۲۱۰۱</p> <p>۵۱۴۹</p> <p>۵۲۳۹</p>	<p>کاغذ</p>

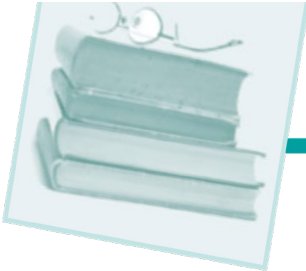


### ۳. صنایع کپی‌رایت نسبی

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
طبقه: ۱۸۱۰- تولید پوشاک	۱۸۱۰	پوشاک، منسوجات و کفش و پاپوش
طبقه: ۱۷۲۱- تولید کالاهای نساجی تکمیل شده	۱۷۲۱	
طبقه: ۱۹۲۰- تولید کفش و پاپوش	۱۹۲۰	
طبقه: ۵۱۳۱- عمده‌فروشی منسوجات، پوشاک، کفش و پاپوش	۵۱۳۱	
طبقه: ۵۲۳۲- خرده‌فروشی منسوجات، پوشاک، کفش و کالاهای چرمی	۵۲۳۲	
طبقه: ۳۶۹۱- تولید جواهر آلات و کالاهای وابسته	۳۶۹۱	جواهر آلات و سکه
طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی	۵۱۳۹	
طبقه: ۵۲۳۹- سایر خرده‌فروشی‌ها در فروشگاه‌های تخصصی	۵۲۳۹	
طبقه: ۹۱۹۹- فعالیت‌های سایر سازمان‌های دارای عضویت طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۹۱۹۹	سایر صنایع دستی
طبقه: ۵۲۳۹- سایر خرده‌فروشی‌ها در فروشگاه‌های تخصصی	۵۲۳۹	
طبقه: ۳۶۱۰- تولید اسباب و اثاثیه	۳۶۱۰	اسباب و اثاثیه
طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی	۵۱۳۹	
طبقه: ۷۱۳۰- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۷۱۳۰	
طبقه: ۲۶۱۰- تولید شیشه و محصولات شیشه‌ای	۲۶۱۰	کالاهای خانگی، چینی و شیشه‌ای
طبقه: ۱۷۳- تولید پارچه‌ها و کالاهای کشاف و قلاب‌بافی	۱۷۳	
طبقه: ۲۰۲۹- تولید سایر محصولات چوبی	۲۰۲۹	
طبقه: ۲۸۹۹- تولید سایر محصولات فلزی ساخته شده طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۲۸۹۹	
طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی	۵۱۳۹	
طبقه: ۵۲۳۳- خرده‌فروشی وسایل خانگی، کالاها و تجهیزات	۵۲۳۳	

<p>طبقه: ۱۷۲۲- تولید فرش و قالیچه</p> <p>طبقه: ۲۱۰۹- تولید سایر کالاهای کاغذی و مقوایی</p> <p>طبقه: ۵۲۳۹- سایر خرده‌فروشی در فروشگاه‌های تخصصی</p>	<p>۱۷۲۲</p> <p>۲۱۰۹</p> <p>۵۲۳۹</p>	<p>پوشش دیوار و فرش</p>
<p>طبقه: ۳۶۹۴- تولید وسایل بازی و اسباب‌بازی</p> <p>طبقه: ۵۱۳۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی</p> <p>طبقه: ۵۲۳۹- سایر خرده‌فروشی در فروشگاه‌های تخصصی</p>	<p>۳۶۹۴</p> <p>۵۱۳۹</p> <p>۵۲۳۹</p>	<p>اسباب‌بازی و وسایل بازی</p>
<p>طبقه: ۷۴۲۱- فعالیت‌های معماری و مهندسی و مشاوره‌های فنی مربوطه</p>	<p>۷۴۲۱</p>	<p>معماری، مهندسی، نظرسنجی</p>
<p>طبقه: ۷۴۹۹- سایر فعالیت‌های کسب‌وکار طبقه‌بندی نشده در جای دیگر</p>	<p>۷۴۹۹</p>	<p>طراحی داخلی</p>
<p>طبقه: ۹۲۳۲- فعالیت‌های مربوط به موزه‌ها و حفاظت از بناها و مکان‌های تاریخی</p>	<p>۹۲۳۲</p>	<p>موزه‌ها</p>





#### ۴. صنایع حمایتی غیر اختصاصی

توصیف (طبقه)	کد ISIC Rev. 3.1	فعالیت اقتصادی
<p>بخش: ۵۱- تجارت عمده‌فروشی و تجارت کمسیون به جز وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت</p> <p>۵۱۱- عمده‌فروشی براساس حق‌الزحمه یا قرارداد</p> <p>۵۱۳- عمده‌فروشی کالاهای خانگی</p> <p>۵۱۵- عمده‌فروشی ماشین‌آلات، تجهیزات و لوازم</p> <p>۵۱۹- سایر عمده‌فروشی</p> <p>بخش: ۵۲- تجارت خرده‌فروشی به جز وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت؛ تعمیر کالاهای شخصی و خانگی</p> <p>۵۲۱- تجارت خرده‌فروشی غیر تخصصی در فروشگاه‌ها</p> <p>۵۲۳- سایر خرده‌فروشی کالاهای نو در فروشگاه‌های تخصصی</p> <p>۵۲۵- خرده‌فروشی در جاهایی غیر از فروشگاه‌ها</p>	<p>۵۱</p> <p>۵۲</p>	<p>عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کلی</p>
<p>بخش: ۶۰- حمل‌ونقل زمینی؛ حمل‌ونقل از طریق خطوط لوله</p> <p>این بخش به گروه‌های زیر تقسیم‌بندی شده است:</p> <p>گروه ۶۰۱- حمل‌ونقل از طریق گروه خط آهن</p> <p>۶۰۲- بخش دیگر حمل‌ونقل زمینی:</p> <p>۶۱- بخش حمل‌ونقل آبی:</p> <p>۶۲- حمل‌ونقل هوایی</p> <p>طبقه ۶۳۰- فعالیت‌های خدمات پشتیبانی و امدادی حمل‌ونقل</p> <p>۶۳۰۱- جابه‌جایی محموله</p> <p>۶۳۰۲- انبارداری و ذخیره‌سازی</p>	<p>۶۰</p> <p>۶۱</p> <p>۶۲</p> <p>۶۳۰</p>	<p>حمل‌ونقل عمومی</p>

<p>۶۳۰۳- سایر فعالیت‌های خدمات پشتیبانی حمل‌ونقل</p> <p>۶۳۰۴- فعالیت‌های آژانس‌های مسافرتی و گردانندگان تور؛ فعالیت‌های دستیار گردشگر طبقه‌بندی نشده در جای دیگر</p> <p>۶۳۰۹- فعالیت‌های سایر نمایندگی‌های حمل‌ونقل</p> <p>گروه: ۶۴۱- فعالیت‌های پست و پیک</p> <p>این گروه به طبقات زیر تقسیم‌بندی شده است:</p> <p>۶۴۱۱- فعالیت‌های پست ملی</p> <p>۶۴۱۲- فعالیت‌های پیک به غیر از فعالیت‌های پست ملی</p>	<p>۶۴۱</p>	<p>حمل‌ونقل عمومی</p>
<p>طبقه: ۶۴۲۰- مخابرات</p> <p>طبقه: ۷۲۴۰- فعالیت‌های پایگاه داده و توزیع برخط محتوای الکترونیکی</p>	<p>۶۴۲۰</p> <p>۷۲۴۰</p>	<p>تلفن و اینترنت</p>



### پیوست III

#### شبهات 4، ISIC Rev. 2، CPC Rev. 2 و HS 2007

۴۴۹- جزئیات ISIC، SITC و سیستم‌های هماهنگ در سایت سازمان ملل به آدرس زیر موجود است:

<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?CI=17>

۴۵۰- دو مرحله جهت کسب محصولات مشابه با صنایع عبارتند از:

۱. روی دو گزینه زیر کلیک کنید:

الف) جدول شبهات و ب) شبهات بین 2، CPC Ver. و 4، ISIC Rev.

۴۵۱- یک نمونه بر گرفته از بخش (b) که حاکی از شبهات بین محصول و صنعت هستند، در زیر ارائه شده است:

۴۵۲- شبهات بین 2، CPC Ver. و 4، ISIC Rev.

۴۵۳- ۲۵۱۰ گزارش یافت شده است

جزئیات	بخش	ISIC Rev. 4	CPC Ver. 2
		۷۳۱۰	۸۳۶۱۹
		۷۳۱۰	۸۳۶۲۰
		۵۸۱۲	۸۳۶۳۱

۴۵۴- ساختار جامع و گزیده یادداشت‌های توضیحی

۴۵۵- CPC Ver. 2 کد ۸۳۶۱۹

۴۵۶- نکات مربوط به ساختار

۴۵۷- سلسله مراتب

- بخش: ۸- خدمات تجاری و تولیدی
- بخش: ۸۳- سایر خدمات حرفه‌ای، فنی و تجاری
- گروه: ۸۳۶- خدمات تبلیغاتی و ارائه فضا یا زمان تبلیغات
- طبقه: ۸۳۶۱- خدمات تبلیغاتی
- زیرطبقه: ۸۳۶۱۹- سایر خدمات تبلیغاتی

### ۴۵۸- گزیده یادداشت‌های توضیحی

این زیرطبقه عبارتست از:

- خدمات تبلیغات هوایی؛
- خدمات ارائه نمونه‌های رایگان و سایر مطالب تبلیغاتی؛
- ارائه خدمات تبلیغاتی در نقطه فروش؛ و
- ترویج و پشتیبانی فروش (در صورت عدم دریافت سفارش)

۴۵۹- این زیرطبقه، موارد زیر را دربر نمی‌گیرد:

- مدل‌سازی خدمات آژانس، مقایسه کنید با ۸۵۹۹۹؛ و
- تبلیغات خدمات پستی، مقایسه کنید با ۸۵۹۵۳

۴۶۰- این کد مشابه موارد زیر است:

CPC V 1.1 کد (های) ۸۳۶۹۰

IRIC Rev. 4 کد (های) ۷۳۱۰

۴۶۱- برای تعیین تمام موارد مشابه با این کد در اینجا کلیک کنید.

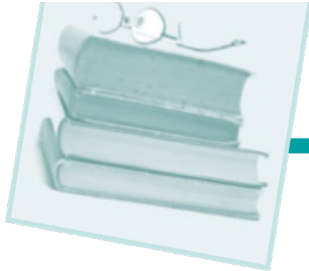
۴۶۲- برای کسب فهرست الفبایی این کد در اینجا کلیک کنید.

۲- سپس به جدول شباهت زیر جهت کسب کدهای HS، شباهت بین CPC Ver. 2 و HS 2007 مراجعه کنید.

۴۶۳- در جدول زیر، روابط بین طبقه‌بندی‌های مورد نظر نشان داده شده است. در صورت وجود ارتباط جزئی، سهم دومین طبقه‌بندی در ستون مربوط به جزئیات نشان داده شده است. آیکون موجود در آخرین ستون بیانگر توضیحاتی نظیر تغییرات صورت گرفته پس از انتشار نسخه اصلی است. در صورتی که روی کدهای هر طبقه‌بندی کلیک کنید، به تعریف آن گروه خاص دسترسی پیدا خواهید کرد.  
۵۳۳۳ گزارش یافت شده است.

جزئیات	بخش	HS 2007	CPC Ver. 2
	*	۱۰۰۱.۱۰	۰۱۱۱۱
	*	۱۰۰۱.۹۰	
	*	۱۰۰۱.۱۰	۰۱۱۱۲
	*	۱۰۰۱.۹۰	
		۱۰۰۵.۱۰	۰۱۱۲۱

۴۶۴- این فهرست حدود ۱۳۴ صفحه است.



## پیوست IV

### کدهای طبقه‌بندی اروپایی مشابه صنایع کپی‌رایت<sup>۱</sup>

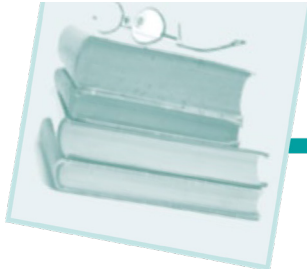
#### ۱. صنایع کپی‌رایت اصلی

#### مطبوعات و ادبیات

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۹۰.۰۳- خلق آثار هنری	۹۰.۰ (s)	مؤلفان، نویسندگان، مترجمان
۷۴.۳۰- فعالیت‌های ترجمه کتبی و ترجمه شفاهی	۷۴.۳۰	
۸۲.۹۹- سایر فعالیت‌های خدمات پشتیبانی کسب و کار طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (از جمله زیرنویس دادن فوری و به عبارتی زیرنویس همزمان اجراهای زنده تلویزیونی جلسات، کنفرانس‌ها)	۸۲.۹۹ (m)	
۵۸.۱۳- انتشار روزنامه‌ها	۵۸.۱۳	روزنامه‌ها
۶۳.۹۱- فعالیت‌های آژانس خبری	۶۳.۹۱	آژانس‌های خبری و آژانس‌های پیشگام برای کارشناسان صنایع خلاق ...
۵۸.۱۴- انتشار مجلات و نشریات ادواری	۵۸.۱۴	مجلات و نشریات ادواری
۵۸.۱۱- انتشار کتاب	۵۸.۱۱	انتشار کتاب
۵۸.۱۲- انتشار فهرست‌های راهنما و فهرست‌های پستی	۵۸.۱۲	کارت‌ها و نقشه‌ها، فهرست‌های راهنما و سایر مطالب منتشر شده
۵۸.۱۹- سایر فعالیت‌های انتشاراتی	۵۸.۱۹	

۱. در این جدول، کدهای خاص صنایع کپی‌رایت مطابق نسخه دوم طبقه‌بندی آماری فعالیت‌های اقتصادی در اتحادیه اروپا ۲۰۰۸ (2008 EU NACE Rev.2) ارائه شده است. هر دو نوع طبقه‌بندی محصولات براساس فعالیت در انجمن اقتصادی اروپا (CPA) و بررسی آماری تولید صنعتی اتحادیه اروپا (PRODCOM) دارای ساختار مشابه NACE بوده و فعالیت‌ها در سطح چهار رقمی تفکیک شده‌اند.

۱۱.۱۸	۱۸.۱۱ - چاپ روزنامه	مراحل پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ کتاب، مجلات، روزنامه‌ها، مطالب تبلیغاتی
۱۸.۱۲ (s)	۱۸.۱۲ - سایر فعالیت‌های چاپ	
۱۸.۱۳	۱۸.۱۳ خدمات پیش از چاپ و پیش رسانه‌ای	
۱۸.۱۴	۱۸.۱۴ خدمات الزام‌آور و مرتبط	
۸۲.۱۹	۸۲.۱۹ - فتوکپی، تهیه اسناد و سایر فعالیت‌های پشتیبانی تخصصی دفتر کار	
۴۶.۴۹ (s,m)	۴۶.۴۹ - عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله عمده‌فروشی نوشت‌افزار، کتاب، مجلات و روزنامه)	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مطبوعات و ادبیات (کتابفروشی‌ها، دکه‌های روزنامه‌فروشی ...)
۴۷.۶۱	۴۷.۶۱ - خرده‌فروشی کتاب در فروشگاه‌های تخصصی	
۴۷.۶۲	۴۷.۶۲ - خرده‌فروشی روزنامه و نوشت‌افزار در فروشگاه‌های تخصصی	
۷۷.۲۹ (s,m)	۷۷.۲۹ - کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله کتاب، نشریات و مجلات)	
۹۱.۰۱	۹۱.۰۱ - فعالیت‌های کتابخانه‌ها و آرشیوها	کتابخانه‌ها
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		
(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت		

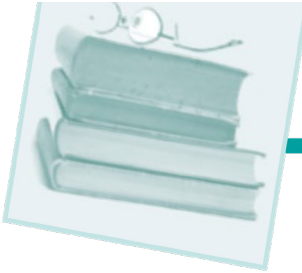


موسیقی، محصولات تئاتر، اپرا

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۹۰.۰۳- خلق آثار هنری	۹۰.۰ (s)	آهنگسازان، ترانه‌سرایان، تنظیم‌کنندگان موسیقی
۹۰.۰۳- خلق آثار هنری	۹۰.۰ (s)	طراحان رقص، نویسندگان
۹۰.۰۳- خلق آثار هنری	۹۰.۰ (s)	کارگردانان، هنرمندان معجری و سایر کارکنان
۹۰.۰۳- خلق آثار هنری	۹۰.۰ (s)	خلق آثار هنری و ادبی و تعبیر و تفسیر آن
۹۰.۰۲- فعالیت‌های پشتیبانی از هنرهای نمایشی	۹۰.۰۲ (s)	فعالیت‌های پشتیبانی از هنرهای نمایشی و راه‌اندازی سالن‌های کنسرت و تئاتر
۹۰.۰۴ بهره‌برداری از تسهیلات هنری	۹۰.۰۴ (s)	
۵۹.۲۰- فعالیت‌های ضبط صدا و انتشار موسیقی	۵۹.۲۰	چاپ و انتشار موسیقی
۱۸.۲۰- تکثیر رسانه‌های ضبط شده	۱۸.۲۰ (s)	تولید و ساخت موسیقی ضبط شده
۴۶.۴۳- عمده‌فروشی کالاهای خانگی برقی (از جمله عمده‌فروشی صدای ضبط شده، سی‌دی‌ها)	۴۶.۴ (m,s)	عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و کرایه موسیقی ضبط شده (فروشی و اجاره‌ای)
۴۶.۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله عمده‌فروشی آلات موسیقی)		
۴۷.۶۳- خرده‌فروشی موسیقی و ویدئوهای ضبط شده در فروشگاه‌های تخصصی	۴۷.۶۳ (s)	
۷۷.۲۲- کرایه نوارها و دیسک‌های ویدیویی		
۷۷.۲۹- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله جواهر آلات، آلات موسیقی، وسایل صحنه آرایی و لباس)	۷۷.۲ (m,s)	

<p>۹۰.۰۴- بهره‌برداری از تسهیلات هنری</p>	<p>۹۰.۰۴ (s)</p>	<p>راه‌اندازی سالن‌های کنسرت و تئاتر</p>
<p>۹۰.۰۱- هنرهای نمایشی                  ۹۰.۰۲- فعالیت‌های پشتیبانی از هنرهای نمایشی                  ۷۹.۹۰- سایر خدمات رزرواسیون و فعالیت‌های مرتبط (از جمله فروش بلیط برای رویدادهای نمایشی، ورزشی و سایر رویدادهای سرگرمی و تفریحی)</p>	<p>۹۰.۰ (s)                   ۷۹.۹۰ (s)</p>	<p>دفاتر نمایندگی اجرای برنامه‌ها و دفاتر نمایندگی وابسته (دفاتر نمایندگی رزرو و فروش بلیط ...)</p>
<p>(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت                  (m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت</p>		





### فیلم سینمایی و ویدئویی

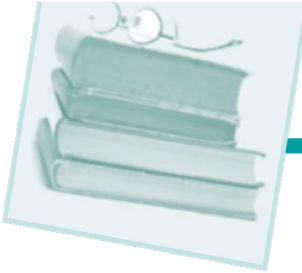
توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۹۰.۰۳- خلق آثار هنری	۹۰.۰ (s)	نویسندگان، کارگردانان، بازیگران
۵۹.۱۱- فعالیت‌های مربوط به تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی	۵۹.۱ (s)	تولید و توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی
۵۹.۱۲- فعالیت‌های پس از تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی		
۵۹.۱۳- فعالیت‌های مربوط به توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی		
۵۹.۱۴- نمایش فیلم سینمایی	۵۹.۱۴	نمایش فیلم سینمایی
۷۷.۲۲- کرایه نوارها و دیسک‌های ویدیویی	۷۷.۲۲ (s)	فروش و کرایه ویدئو، ویدئو بر حسب تقاضا
۴۶.۴۳- عمده‌فروشی سایر کالاها (از جمله عمده‌فروشی دی‌وی‌دی)	۴۶.۴۳ (m,s)	
۴۷.۶۳- خرده‌فروشی موسیقی و ویدئوهای ضبط شده در فروشگاه‌های تخصصی	۴۷.۶۳ (s)	
۱۸.۲۰- تکثیر رسانه‌های ضبط شده	۱۸.۲۰ (s)	خدمات وابسته
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		
(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت		

رادیو و تلویزیون

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۵۹.۱۱- فعالیت‌های مربوط به تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی	۵۹.۱ (s)	فعالیت‌های مربوط به تولید برنامه‌های تلویزیونی
۵۹.۱۲- فعالیت‌های پس از تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی		
۵۹.۱۳- فعالیت‌های مربوط به توزیع فیلم سینمایی و ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی		
۶۰.۱۰- پخش برنامه‌های رادیویی	۶۰.۱۰	شرکت‌های ملی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی
۶۰.۲۰- فعالیت‌های برنامه‌ریزی و پخش برنامه‌های تلویزیونی	۶۰.۲۰	
۵۹.۱۱- فعالیت‌های مربوط به تولید فیلم سینمایی، ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی	۵۹.۱۱ (s)	تولیدکنندگان مستقل
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		

عکاسی

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۷۴.۲۰- فعالیت‌های عکاسی	۷۴.۲۰ (s)	استودیوها و عکاسی تجاری
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		



نرم‌افزار، پایگاه داده و بازی‌های کامپیوتری

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۵۸.۲۱- انتشار بازی‌های کامپیوتری ۵۸.۲۹- سایر انواع انتشار نرم‌افزار ۶۲.۰۱- فعالیت‌های مربوط به برنامه‌نویسی رایانه‌ای ۶۲.۰۲- فعالیت‌های مربوط به مشاوره در زمینه رایانه و مدیریت تسهیلات رایانه‌ای ۶۲.۰۳- فعالیت‌های مربوط به مدیریت تسهیلات رایانه‌ای ۶۲.۰۹- سایر فعالیت‌های خدماتی در زمینه فناوری اطلاعات و رایانه	۵۸.۲ ۶۲.۰ (m)	برنامه‌نویسی، توسعه و طراحی، تولید
۴۶.۵۱- عمده‌فروشی رایانه، تجهیزات جانبی رایانه و نرم‌افزار (نرم‌افزار) ۴۷.۴۱- خرده‌فروشی رایانه (از جمله خرده‌فروشی نرم‌افزار غیرسفارشی شامل بازی‌های ویدئویی)	۴۶.۵۱ (s) ۴۷.۴۱ (s)	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی نرم‌افزار پیش بسته‌بندی شده (برنامه‌های کسب و کار، بازی‌های ویدئویی، برنامه‌های آموزشی ...)
۶۳۱۱- پردازش و میزبانی داده‌ها و فعالیت‌های مرتبط ۶۳۱۲- وب پورتال	۶۳.۱	پردازش و انتشار پایگاه داده
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت (m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت		

هنرهای تجسمی و ترسیمی

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۹۰.۰۱- هنرهای نمایشی ۹۰.۰۳- خلق آثار هنری	۹۰.۰ (s)	هنرمندان
۹۰.۰۲- فعالیت‌های پشتیبانی از هنرهای نمایشی ۹۰.۰۴- بهره‌برداری از تسهیلات هنری	۹۰.۰۲ (s) ۹۰.۰۴ (s)	گالری‌های هنری، سایر انواع عمده‌فروشی و خرده‌فروشی
۷۴.۲۰- فعالیت‌های عکاسی	۷۴.۲۰ (s)	کادربندی تصویر و سایر خدمات وابسته
۱۸.۱۲- سایر فعالیت‌های وابسته به چاپ	۱۸.۱۲ (s)	فعالیت‌های خدماتی وابسته به چاپ
۹۰.۰۳- خلق آثار هنری ۱۸.۱۲- سایر فعالیت‌های چاپ ۷۴۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی (از جمله طراحان گرافیک)	۹۰.۰۳ (s) ۱۸.۱۲ (s) ۷۴.۱۰ (s)	طراحی گرافیک
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		
(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت		



### تبلیغات

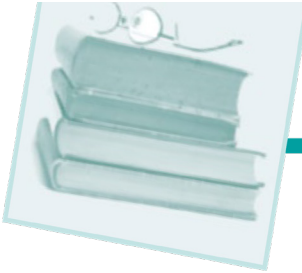
توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۷۳.۱۱- آژانس های تبلیغاتی	۷۳.۱۱	دفاتر نمایندگی، خدمات خرید
۷۳.۲۰- تحقیق بازار و سنجش افکار عمومی (از جمله مطالعات بازاریابی)	۷۳.۲۰ (m)	
(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی رایت و صنایع مرتبط بدون کپی رایت		

### انجمن های وصول کپی رایت

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۹۴.۱۲- فعالیت های سازمان های حرفه ای دارای عضویت (از جمله انجمن های متخصصان فعال در حوزه فعالیت های فرهنگی)	۹۴.۱۲ (m)	انجمن های وصول کپی رایت
(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی رایت و صنایع مرتبط بدون کپی رایت		

۲. صنایع کپی رایت نسبی

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
۱۹/۱۴/۱۳/۱۲/۱۴.۱۱- تولید پوشاک	۱۴.۱	پوشاک، منسوجات، کفش و پاپوش
۱۳.۹۲- تولید کالاهای نساجی تکمیل شده، به جز پوشاک	۱۳.۹۲	
۱۵.۲۰- تولید کفش و پاپوش	۱۵.۲۰	
۴۶.۴۱- عمده فروشی منسوجات	۴۶.۴۱	
۴۶.۴۲- عمده فروشی پوشاک و کفش و پاپوش	۴۶.۴۲	
۴۷.۵۱- خرده فروشی منسوجات در فروشگاه‌های تخصصی	۴۷.۵۱	
۷۲/۴۷.۷۱- خرده فروشی سایر کالاها در فروشگاه‌های تخصصی (از جمله پوشاک، کفش و پاپوش و کالاهای چرمی در فروشگاه‌های تخصصی)	۴۷.۷	
۷۴.۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی	۷۴.۱۰ (s)	
۱۲/۳۲.۱۱/۱۳- تولید جواهرآلات، جواهرات و کالاهای وابسته	۳۲.۱	جواهرآلات و سکه
۴۶.۴۸- عمده فروشی ساعت و جواهرآلات	۴۶.۴۸	
۴۷.۱۹- سایر خرده فروشیها در فروشگاه‌های غیر تخصصی (از جمله جواهرآلات)	۴۷.۱۹ (m,s)	
۴۷.۷۷- خرده فروشی ساعت و جواهرآلات در فروشگاه‌های غیر تخصصی	۴۷.۷۷	
۷۴.۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی	۷۴.۱۰ (s)	
۹۴.۹۹- فعالیت‌های سایر سازمان‌های دارای عضویت طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (از جمله صنایع دستی و باشگاه‌های مجموعه‌دارها)	۹۴.۹۹ (m,s)	سایر صنایع دستی
۴۷.۱۹- سایر خرده فروشیها در فروشگاه‌های غیر تخصصی (از جمله صنایع دستی)	۴۷.۱۹ (m,s)	
۴۷.۵۹- خرده فروشی اسباب و اثاثیه، تجهیزات روشنایی و سایر کالاهای خانگی در فروشگاه‌های تخصصی (از جمله صنایع دستی)	۴۷.۵۹ (m,s)	
۷۴.۱۰- فعالیت‌های طراحی تخصصی	۷۴.۱۰ (s)	



<p>۰۳/۰۲/۳۱.۰۱- تولید اسباب و اثاثیه</p> <p>۴۶.۴۷- عمده فروشی اسباب و اثاثیه، فرش و تجهیزات روشنایی</p> <p>۴۷.۱۹- سایر خرده فروشی ها در فروشگاه های غیر تخصصی (از جمله اسباب و اثاثیه)</p> <p>۴۷.۵۹- خرده فروشی اسباب و اثاثیه، تجهیزات روشنایی و سایر کالاهای خانگی در فروشگاه های تخصصی</p> <p>۷۴.۱۰- فعالیت های طراحی تخصصی</p> <p>۷۷.۲۹- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله اسباب و اثاثیه)</p>	<p>۳۱.۰</p> <p>۴۶.۴۷ (m,s)</p> <p>۴۷.۱۹ (m,s)</p> <p>۴۷.۵۹ (m,s)</p> <p>۷۴.۱۰ (s)</p> <p>۷۷.۲۹ (m,s)</p>	<p>اسباب و اثاثیه</p>
<p>۱۹/۱۴/۱۳/۱۲/۱۱/۲۳:۱۰- تولید شیشه و محصولات شیشه ای</p> <p>۱۳.۹۱- تولید پارچه های کشباف و قلاب بافی</p> <p>۳۹/۱۴.۳۱- تولید پوشاک کشباف و قلاب بافی شده</p> <p>۱۶.۲۹- تولید سایر محصولات چوبی</p> <p>۲۵.۹۹- تولید سایر محصولات فلزی ساخته شده طبقه بندی نشده در جای دیگر</p> <p>۴۶.۴۴- عمده فروشی مواد چینی و شیشه ای و تمیز کننده</p> <p>۴۷.۵۲- خرده فروشی یراق آلات، رنگ و شیشه در فروشگاه های تخصصی</p> <p>۴۷.۵۹- خرده فروشی اسباب و اثاثیه، تجهیزات روشنایی و سایر کالاهای خانگی در فروشگاه های تخصصی (از جمله چینی و سفالی)</p> <p>۴۷.۵۹- خرده فروشی وسایل خانگی برقی، اسباب و اثاثیه، تجهیزات روشنایی و سایر کالاهای خانگی در فروشگاه های تخصصی</p> <p>۷۴.۱۰- فعالیت های طراحی تخصصی</p>	<p>۲۳.۱ (m)</p> <p>۱۳.۹۱ (m)</p> <p>۱۴.۳</p> <p>۱۶.۲۹ (m)</p> <p>۲۵.۹۹ (m)</p> <p>۴۶.۴۴ (m)</p> <p>۴۷.۵۲ (m)</p> <p>۴۷.۵۹ (m,s)</p> <p>۷۴.۱۰ (s)</p>	<p>کالاهای خانگی، چینی و شیشه ای</p>
<p>۱۳.۹۳- تولید فرش و قالیچه</p> <p>۱۷.۲۴- تولید کاغذ دیواری</p> <p>۴۷.۵۳- خرده فروشی فرش، قالیچه، پوشش کف و دیوار در فروشگاه های تخصصی</p> <p>۷۴.۱۰- فعالیت های طراحی تخصصی</p>	<p>۱۳.۹۳ (m)</p> <p>۱۷.۲۴</p> <p>۴۷.۵۳</p> <p>۱۰,۷۴ (s)</p>	<p>پوشش دیوار و فرش</p>

<p>۳۲.۴۰- تولید وسایل بازی و اسباب بازی</p> <p>۴۶.۴۹- عمده فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله اسباب بازی)</p> <p>۴۷.۱۹- سایر خرده فروشی ها در فروشگاه های غیر تخصصی (از جمله اسباب بازی)</p> <p>۴۷.۶۵- خرده فروشی وسایل بازی و اسباب بازی در فروشگاه های تخصصی</p> <p>۷۴.۱۰- فعالیت های طراحی تخصصی</p>	<p>۳۲.۴۰</p> <p>۴۶.۴۹ (m,s)</p> <p>۴۷.۱۹ (m,s)</p> <p>۴۷.۶۵ (s)</p> <p>۷۴.۱۰ (s)</p>	<p>اسباب بازی و وسایل بازی</p>
<p>۱۲/۷۱.۱۱- فعالیت های معماری و مهندسی و مشاوره های فنی مربوطه</p>	<p>۷۱.۱ (m)</p>	<p>معماری، مهندسی، نظرسنجی</p>
<p>۷۴.۱۰- فعالیت های طراحی تخصصی (از جمله دکوراسیون داخلی)</p>	<p>۷۴.۱۰ (s)</p>	<p>طراحی داخلی</p>
<p>۹۱.۰۲/۰۳- فعالیت های مربوط به موزه ها و حفاظت از بناها و مکان های تاریخی</p>	<p>۹۱.۰ (m,s)</p>	<p>موزه ها</p>
<p>(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه های متعدد صنایع کپی رایت</p> <p>(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی رایت و صنایع مرتبط بدون کپی رایت</p>		





### ۳. صنایع کپی‌رایت مستقل

توصیف (طبقه)	NACE 2 (گروه)	فعالیت اقتصادی، تولید، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (فروشی و اجاره‌ای)
۳۰.۲۶- ساخت تجهیزات مخابراتی (از جمله استودیو رادیویی و تلویزیونی و تجهیزات پخش)	۲۶.۳۰ (m)	دستگاه‌های تلویزیونی، رادیوها، دستگاه‌های ضبط کاست و ویدئو،
۲۶.۴۰- ساخت کالاهای مصرفی الکترونیکی (از جمله تلویزیون، دستگاه‌های ضبط کاست و ویدئو، دی‌وی‌دی، وسایل ایجاد صدا (گرامافون) با بهترین درجه ملایمت و نرمی، کنسول‌ها)	۲۶.۴۰	دستگاه‌های پخش سی‌دی، دستگاه‌های پخش دی‌وی‌دی، دستگاه‌های پخش کاست، تجهیزات بازی الکترونیکی و سایر انواع تجهیزات مشابه
۴۶.۴۳- عمده‌فروشی وسایل خانگی برقی (از جمله تجهیزات رادیویی و تلویزیونی)	۴۶.۴۳ (m,s)	
۴۶.۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله عمده‌فروشی نوشت‌افزار، کتاب، مجلات، روزنامه و آلات موسیقی)	۴۶.۴۹ (m,s)	
۴۷.۴۳- خرده‌فروشی تجهیزات صوتی و تصویری در فروشگاه‌های تخصصی	۴۷.۴۳	
۷۷.۲۹- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله تجهیزات الکترونیکی مرتبط برای مصرف خانگی)	۷۷.۲۹ (m,s)	
۷۷.۳۹- کرایه سایر ماشین‌آلات، تجهیزات و کالاهای ملموس (از جمله تجهیزات حرفه‌ای رادیویی و تلویزیونی)	۷۷.۳۹ (m,s)	
۲۶.۲۰- تولید رایانه و تجهیزات جانبی	۲۶.۲۰	رایانه و تجهیزات
۴۶.۵۱- عمده‌فروشی رایانه، تجهیزات جانبی رایانه و نرم‌افزار (رایانه و تجهیزات جانبی رایانه)	۴۶.۵۱ (s)	
۴۷.۴۱- خرده‌فروشی رایانه (از جمله رایانه)	۴۷.۴۱ (s)	
۷۷.۳۳- کرایه سایر ماشین‌آلات، تجهیزات و کالاهای ملموس (از جمله رایانه و تجهیزات جانبی رایانه)	۷۷.۳۳ (m,s)	

آلات موسیقی	۳۲.۲۰	۳۲.۲۰- تولید آلات موسیقی
	۴۶.۴۹ (m,s)	۴۶.۴۹- عمده‌فروشی سایر کالاهای خانگی (از جمله آلات موسیقی)
	۴۷.۵۹ (m,s)	۴۷.۵۹- خرده‌فروشی وسایل خانگی برقی (از جمله آلات موسیقی)
	۷۷.۲۹ (m,s)	۷۷.۲۹- کرایه سایر کالاهای شخصی و خانگی (از جمله آلات موسیقی، وسایل صحنه‌آرایی و لباس)
ابزار عکاسی و فیلم‌برداری	۲۶.۷۰ (m,s)	۲۶.۷۰- تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات عکاسی
	۴۶.۴۳ (m,s)	۴۶.۴۳- عمده‌فروشی وسایل خانگی برقی (از جمله دستگاه‌های عکاسی و اپتیکی)
	۴۷.۶۳ (m)	۴۷.۶۳- سایر خرده‌فروشی‌های کالاهای نو در فروشگاه‌های تخصصی (از جمله تجهیزات عکاسی، اپتیکی و ابزار دقیق)
	۷۷.۳۹ (m,s)	۷۷.۳۹- کرایه سایر ماشین‌آلات، تجهیزات و کالاهای ملموس طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (از جمله تجهیزات تولید فیلم سینمایی)
دستگاه‌های فتوکپی	۲۸.۲۳ (m)	۲۸.۲۳- تولید ماشین‌آلات و تجهیزات دفتری (از جمله دستگاه‌های فتوکپی)
	۴۶.۶۶ (m)	۴۶.۶۶- عمده‌فروشی سایر ماشین‌آلات و تجهیزات (از جمله ماشین‌آلات و تجهیزات دفتری)
مواد خام ضبط	۲۶.۸۰	۲۶.۸۰- تولید رسانه‌های نوری و مغناطیسی
	۴۶.۵۲ (m)	۴۶.۵۲- عمده‌فروشی تجهیزات و قطعات الکترونیکی و مخابراتی (از جمله مواد خام)
کاغذ	۱۷.۱	۱۷.۱۱- تولید خمیر کاغذ، کاغذ و مقوا
		۱۷.۱۲- تولید کاغذ و مقوا
		۱۷.۲۱- تولید کاغذ و مقوای زنبوری و سایر وسایل بسته‌بندی کاغذی و مقوایی
	۱۷.۲ (m,s)	۱۷.۲۳- تولید نوشت افزار کاغذی
		۱۷.۲۹- تولید سایر کالاهای کاغذی و مقوایی
(s) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		
(m) طبقه صنعت مختلط از جمله صنایع کپی‌رایت و صنایع مرتبط بدون کپی‌رایت		



#### ۴- صنایع حمایتی غیر اختصاصی

توصیف (طبقه)	NACE 2	فعالیت اقتصادی
<p>بخش: ۴۶- تجارت عمده‌فروشی و تجارت کمیسیون به جز وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت</p> <p>این بخش دارای گروه‌های زیر است:</p> <p>۴۶.۱- عمده‌فروشی براساس حق‌الزحمه یا قرارداد</p> <p>۴۶.۴- عمده‌فروشی کالاهای خانگی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است)</p> <p>۴۶.۶- عمده‌فروشی ماشین‌آلات، تجهیزات و لوازم (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است)</p> <p>۴۶.۷- سایر عمده‌فروشی‌های تخصصی</p>	۴۶ (s)	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کلی (G)
<p>بخش: ۴۷- تجارت خرده‌فروشی به جز وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت؛ تعمیر کالاهای شخصی و خانگی</p> <p>این بخش دارای گروه‌های زیر است:</p> <p>۴۷.۱- خرده‌فروشی در فروشگاه‌های غیر تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است)</p> <p>۴۷.۴- خرده‌فروشی تجهیزات اطلاعات و ارتباطات در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است)</p> <p>۴۷.۵- خرده‌فروشی سایر تجهیزات خانگی در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است)</p> <p>۴۷.۶- خرده‌فروشی کالاهای فرهنگی و تفریحی در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است)</p> <p>۴۷.۷- خرده‌فروشی سایر کالاها در فروشگاه‌های تخصصی (که قبلاً در سایر گروه‌های صنایع کپی‌رایت لحاظ نشده است)</p> <p>۴۷.۸- خرده‌فروشی از طریق دک‌ها و بازارها</p> <p>۴۷.۹- خرده‌فروشی در جاهایی غیر از فروشگاه‌ها، دک‌ها یا بازارها</p>	۴۷ (s)	

بخش: ۴۹- حمل و نقل زمینی؛ حمل و نقل از طریق خطوط لوله	۴۹	حمل و نقل عمومی (H)
بخش: ۵۰- حمل و نقل آبی	۵۰	
بخش: ۵۱- حمل و نقل هوایی	۵۱	
این گروه به گروه‌های زیر تقسیم‌بندی می‌شود:		
۵۲,۲- ۵۲.۲۱/۲۲/۲۳/۲۴/۲۹- فعالیت‌های مربوط به خدمات پشتیبانی حمل و نقل	۵۲,۲	
بخش: ۵۳- فعالیت‌های پست و پیک	۵۳	
بخش: ۷۹- آژانس‌های مسافرتی، گردانندگان تور و سایر خدمات رزرواسیون و فعالیت‌های مرتبط	۷۹	
بخش: ۶۱- مخابرات	۶۱	اطلاعات و ارتباطات (J)
(S) طبقه صنعت مشترک بین گروه‌های متعدد صنایع کپی‌رایت		
SNA: ۲۲,۸۶، ۱۵,۱۴۸، ۱۴,۹۶، ۱۰,۹۸، ۵,۲۴، ۵,۶، ۵,۵		



## پیوست V

### پرسشنامه نمونه

#### نظرسنجی درباره فاکتورهای کپی رایت صنایع کپی رایت نسبی

۴۶۵- (فهرست اقلامی که باید جهت اجرای بررسی نمونه مورد بررسی قرار گیرد)

۴۶۶- لطفاً اطمینان حاصل کنید که اطلاعات ارائه شده محرمانه خواهد ماند. در صورت امکان، لطفاً جاهای خالی را پر کنید یا در کادرهای ارائه شده تیک بزنید.

بخش الف) مشخصات شرکت

۴۶۷- الف ۱. فعالیت اصلی کسب و کار .....

۴۶۸- الف ۲. گردش مالی/فروش در 20xx

(۱) کمتر از ۱۰,۰۰۰ دلار

(۲) ۱۰,۰۰۰ الی ۱۹,۹۹۹ دلار

(۳) ۲۰,۰۰۰ الی ۴۹,۹۹۹ دلار

(۴) ۵۰,۰۰۰ الی ۹۹,۹۹۹ دلار

(۵) ۱۰۰,۰۰۰ الی ۱۹۹,۹۹۹ دلار

(۶) ۲۰۰,۰۰۰ الی ۴۹۹,۹۹۹ دلار

(۷) ۵۰۰,۰۰۰ الی ۹۹۹,۹۹۹ دلار

(۸) ۱,۰۰۰,۰۰۰ الی ۱,۹۹۹,۹۹۹ دلار

(۹) ۲,۰۰۰,۰۰۰ الی ۴,۹۹۹,۹۹۹ دلار

(۱۰) ۵,۰۰۰,۰۰۰ دلار به بالا

۴۶۹- الف ۳. کل نیروی کار (از جمله مدیریت) در 20xx (یا در حال حاضر)

۴۷۰- کارکنان تمام وقت ..... نفر

۴۷۱- کارکنان نیمه وقت ..... نفر

بخش ب: برآورد فعالیت‌های کپی‌رایت

کپی‌رایت به اشکال یا «آثار» خلاق، فکری، علمی یا هنری تعلق دارد که شامل محصولات ادبی (به‌عنوان مثال اشعار، رساله، نمایشنامه)، فیلم، رقص، قطعات موسیقی، ضبط صوت، نقاشی، نقشه‌کشی، مجسمه‌سازی، عکس، نرم‌افزار، رادیو و تلویزیون، و برنامه‌های پخش می‌باشد. کپی‌رایت زمانی وجود دارد که یک ایده به صورت ملموس نظیر نقشه‌کشی، موسیقی چاپی، عکس، نوار ویدئو یا فایل کامپیوتری به مرحله ظهور می‌رسد. دارنده کپی‌رایت می‌تواند کپی‌های اثر را تولید کرده و آن‌ها را بفروشد و یا این که کپی‌رایت اثر را به دیگران واگذار کند.

۴۷۲- ب ۱. کپی‌رایت در فعالیت‌های روزانه کسب و کار شما چقدر اهمیت دارد؟

بسیار مهم	۱	کم اهمیت	۳
مهم	۲	بی‌اهمیت	۴

۴۷۳- ب ۲. آیا کسب و کار شما در قبال استفاده از حقوق مالکیت فکری، مبلغی در قالب حق امتیاز، پتنت یا سایر

انواع دستمزدهای کسب مجوز دریافت می‌کند؟

بله	۱	خیر - لطفاً تا بخش ب ۵ ادامه دهید	۲
ب ۳. به طور میانگین، چند درصد از کل هزینه سالانه کسب و کار شما به حقوق امتیاز، پتنت یا سایر دستمزدهای کسب مجوز اختصاص دارد؟		%	
ب ۴. به نظر شما، چند درصد از گردش مالی کسب و کار شما به کپی‌رایت یا فعالیت‌های خلاق نسبت داده می‌شود؟ (به‌عنوان مثال، دستمزد طراحی).		%	

۴۷۴- ب ۵. چند نفر از نیروی کار کسب و کار شما در زمینه فعالیت‌های خلاق فعالیت دارند؟ خلق و توسعه محصول /

خدمات از جمله فعالیت‌های خلاق محسوب می‌شوند که به‌عنوان مثال می‌توان به «هنرمندان جواهرآلاتی اشاره کرد که طرح جواهرآلات خود را طراحی می‌کنند».

۴۷۵- تعداد کارکنان تمام‌وقت در حوزه فعالیت‌های خلاق ..... نفر

۴۷۶- تعداد کارکنان نیمه‌وقت در حوزه فعالیت‌های خلاق ..... نفر

بخش پ: پیشنهاد مبنی بر گسترش فعالیت‌های خلاق





موسسه بین‌المللی توسعه فناوری و نوآوری ایران