

نقش اقتصاد خلاق در رشد اقتصادی کشورهای منتخب

مریم لشکری زاده^۱

چکیده

اقتصاد خلاق، موتور قدرتمند جهت رشد، توسعه و ادامه‌ی حیات یک جامعه است. جهت شکوفایی بیشتر این بخش، هنرمندان، مؤسسات، نهادها، سازمان‌های فرهنگی و کسب‌وکارهای خلاق محصولات و خدمات خلاق را تولید و توزیع می‌کنند که به ایجاد اشتغال، درآمد و در نهایت، بهبود سطح توسعه یافتگی می‌انجامد. یافته‌ها و تجربه‌های کشورهای حاکی از آن است که خلاقیت مهم‌ترین و بنیانی‌ترین عامل رشد و توسعه اقتصادی است. در این مطالعه سعی شده است به بررسی تأثیر شاخص صادرات کالاهای خلاق بر رشد اقتصادی کشورهای عضو توسعه و همکاری اقتصادی (OECD) در دوره ۲۰۱۵-۲۰۰۲ با استفاده از رهیافت GMM پرداخته شود. یافته‌های آزمون تأییدکننده این است که رشد اقتصادی همان‌طور که با مؤلفه‌های تعداد نیروی کار، سرمایه‌تتشکیل یافته و سرمایه‌انسان‌تباط دارد، تحت تأثیر خلاقیت و نوآوری نیز می‌باشد. همچنین نتایج نشان داد سرمایه‌های انسانی در تأثیر گذاری صنایع خلاق بر رشد اقتصادی موثر هستند. به عبارتی آموزش و تحصیلات زمانی می‌تواند بر رشد و توسعه اقتصادی تأثیرگذار باشد که به خلاقیت و نوآوری منجر شود. لذا، پیشنهاد می‌شود، با ایجاد زیست بوم‌های نوآوری، تهیه سند آمایش خلاقیت و حمایت و حفاظت از نوآوران، نظام خلاقیت در کشورها نهادینه شود تا از طریق دستیابی به اقتصادی خلاق و دانش محور توسط سرمایه‌انسانی، رشد و توسعه پایدار تحقق یابد.

واژگان کلیدی: صادرات کالاهای خلاق، رشد اقتصادی، GMM.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۰۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۳۱

^۱ استادیار گروه اقتصاد، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (Email: lashkarizadehm@yahoo.com)

مقدمه

در قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی، رشد اقتصادی تا حد زیادی به گروه کوچکی از کشورها محدود بوده است. اما این مسئله در دهه های بعدی به تدریج به سایر نقاط جهان گسترش یافته و در حال حاضر موضوع مهمی برای تمام کشورهای دنیا است. مطالعات زیادی به بررسی علل نابرابری رشد کشورها پرداخته اند همچنین به دنبال این موضوع بوده اند که منابع جدید رشد امروزه چه عواملی می باشند. از جمله موضوعات مورد بحث از سال ۲۰۰۱ به بعد مباحث مربوط به اقتصاد سبز، تجارت های پایدار و اقتصاد خلاق است. اصطلاح "اقتصاد خلاق" نخستین بار در سال ۲۰۰۱ در کتاب جان هاوکینز درباره ی رابطه ی بین خلاقیت و نظام اقتصادی پیدا شد. هاوکینز از واژه ی "اقتصاد خلاق" در معنایی گسترده بهره می گیرد، به طوری که ۱۵ شاخه ی صنعت خلاق، از هنر تا زمینه های گسترده تر علم و فناوری را شامل می شود. به عقیده وی، عبارت اقتصاد خلاق به توان اجتماعی - اقتصادی فعالیت هایی که با دانش، اطلاعات و خلاقیت داد و ستد می کنند، اطلاق می گردد. در قلب اقتصاد خلاق صنایعی هستند که حقله واسطه هنر، فرهنگ، تجارت و فناوری محسوب می شوند. صنایعی از قبیل تبلیغات، معماری، هنر و صنایع دستی، طراحی، مد، فیلم، ویدئو، عکاسی، موسیقی، هنرهای نمایشی، صنعت چاپ، نرم افزار، بازی های رایانه ای، چاپ الکترونیک و رادیو/تلویزیون. صنایع فرهنگی نیز که بر مواردی از جمله گردشگری و میراث فرهنگی، موزه ها و کتابخانه ها، سرگرمی ها، فعالیت های ورزشی و نیز طبیعت گردی دلالت دارد در واقع بخش مکمل صنایع خلاق را شامل می شود. آنکتاد اقتصاد خلاق را به این صورت تعریف می کند: "اقتصاد خلاق" یک مفهوم در حال تکامل مبتنی بر دارایی های خلاق است که مجموعه ای از فعالیت های اقتصادی دانش بنیان، نوآورانه را در بر می گیرد که می تواند سبب رشد و توسعه ی اقتصادی، افزایش درآمدهای ارزی (حاصل از صادرات) و کاهش بیکاری کشورها شود، در حالی که به تنوع فرهنگی و توسعه ی انسانی در سطوح خرد و کلان نیز کمک می کند. صنایع خلاق در قلب اقتصاد خلاق قرار دارند که به دلیل قابلیت انعطاف پذیری، به عنوان یکی از مؤلفه های کلیدی توسعه اقتصاد محلی نگریسته می شوند. صنایع خلاق در تقاطع هنر، کسب و کار و فناوری، نقش تسریع کننده و موتور محرک نوآفرینی را بازی نموده و به سبب پیوندهای پسین و پیشین قوی که با سایر بخش های اقتصادی دارند می توانند با رشد خود سبب رشد سایر بخش نیز شوند.



شکل (۱): تعریف آنکتاد از صنایع خلاق (منبع: آنکتاد، ۲۰۰۷)

اقتصاد خلاق یک بعدی نیست و از چندین راه به توسعه ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست محیطی کشورها کمک می کند. از منظر اقتصادی، تجارت جهانی یکی از مولفه های کلیدی اقتصاد خلاق است. به گزارش آنکتاد، تجارت جهانی محصولات صنایع خلاق طی سال های اخیر به سرعت افزایش یافته است و از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵، تجارت کالاها و خدمات خلاق به طور متوسط سالانه ۸/۷ درصد افزایش داشته است. که سهم صادرات فرآوردهای سمعی و بصری با رشد بیش از سه برابری در دوره ذکر شده بیش ترین ارزش آوری را برای کشورهای صادر کننده داشته است (گزارش اتحادیه اروپا، ۲۰۱۵). اشتغال زایی را می توان از مهم ترین

پیامدهای اجتماعی توسعه ی صنایع فرهنگی دانست. لازم به یادآوری است که صنایع خلاق هم متکی بر دانش و مهارت و سرمایه انسانی هستند به این معنا که به نیروی کار با مهارت های خاص و صلاحیت های حرفه ای سطح بالا نیاز دارند و هم "کاربر" هستند، مثل تئاتر و سینما که تماماً به نیروی کار خلاق متکی می باشند. سهم صنایع خلاق در اشتغال اکثر کشورها قابل توجه است، تقریباً بین ۲ تا ۸ درصد نیروی کار شاغل در هر کشور را تشکیل می دهند (گزارش اتحادیه اروپا، ۲۰۱۵).

پتانسیل اشتغال زایی صنایع خلاق از دیدگاه سیاست های هدف گذاری اشتغال می تواند حایز اهمیت باشد. دیگر جنبه ی اجتماعی مهم صنایع خلاق به نقش آنها در ارتقای انسجام اجتماعی مربوط می شود. از نظر عامه ی مردم، اقتصاد خلاق شامل مجموعه ای از فعالیت های فرهنگی است که می توانند به یکپارچگی اجتماعی جوامع کمک کند. جوامعی را که به کشمکش های اجتماعی و انواع مختلف تنش های داخلی دچار می شوند، می توان از طریق مشارکت در آیین های فرهنگی درمان کرد. مشارکت قشرهای مختلف مردم یک کشور در یک جشن آیینی یا ملی، انگیزه ی مردم را نسبت به زندگی اجتماعی و حیات جامعه اعتلا می بخشد. همچنین اقتصاد خلاق می تواند نقش کاتالیزوری در افزایش توازن جنسیتی در محیط کار، به ویژه در کشورهای در حال توسعه ایفا کند. چرا که زنان بسیاری در حیطه های صنایع دستی و هنری و عرصه های مربوطه به طور غیر رسمی کار می کنند، که اقتصاد خلاق می تواند موجبات جذب بیشتر بعضی از کارکنان با استعداد را که در بخش غیررسمی اقتصاد به فعالیت های خلاق مشغول می باشند و معمولاً بی اهمیت به حساب می آیند، فراهم یسازد. افزون بر آن، اقتصاد خلاق ارتباط تنگاتنگی با نظام های آموزشی، چه در کشورهای توسعه یافته و چه در حال توسعه دارد. اکثر مدارس به نقش هنر در شکل گیری نگرش و رفتارهای اجتماعی کودک آگاه هستند و در آموزش بزرگسالان نیز، امکانات و زیر ساخت های مناسبی در اکثر کشورها برای بهره گیری از آموزش های فرهنگی و هنری وجود دارد. لذا این ارتباط دوجانبه که در یک سو نهادهای آموزشی و پرورشی قرار دارند که مسوول پرورش افراد ماهر و با انگیزه برای پیوستن به محیط های کار خلاق می باشند؛ و در سوی دیگر صنایع خلاق ورودی های فرهنگی و هنری لازم را برای نظام آموزشی تدارک می بینند، سبب ارتقای فرهنگی جوامع در بلندمدت می شود. از بعد فرهنگی می توان اقتصاد خلاق را به عنوان تامین کننده ی کالاها و خدمات خلاق که دارای دلالت های فرهنگی عمیق است، در نظر گرفت. آموزشهای فرهنگی و هنری، شناخت بزرگسالان را از جامعه و کارکردهای آن افزایش می دهد، یا می تواند ابزاری برای ارتقای چنین شناختی باشد. "تنوع" یکی از ابعاد فرهنگی صنایع خلاق است که در سال های اخیر کشف شده است. با طی شدن فرایندهای "جهانی شدن"، ارزش تنوع فرهنگی بیش از پیش آشکار و نقش صنایع خلاق در ارتقای آن با وضوح بیشتری شناخته می شود. تنوع فرهنگی می تواند عامل مهمی در پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع باشد، که در این زمینه صنایع فرهنگی به طور خاص به عنوان ابزاری اساسی جهت دست یابی به مزایای تنوع فرهنگی هم در کشورهای توسعه یافته و هم در حال توسعه شناخته شده اند (گزارش پایانی گام اول پروژه ی تدوین سند توسعه صنایع فرهنگی استان قم، ۱۳۸۷).

از بعد توسعه پایدار به دو موضوع باید توجه کرد اول توسعه پایدار صنایع خلاق و دوم توسعه پایدار از منظر زیست محیطی. توسعه پایدار صنایع خلاق به توسعه ی پایدار زیست محیطی نیز کمک می کنند. امروزه مفهوم "پایداری" گسترده تر و فراتر از حفظ محیط زیست است. سرمایه های فرهنگی محسوس و نامحسوس یک جامعه، یک ملت، یا یک ناحیه از دنیا چیزی است که باید برای نسل های آینده محفوظ بماند؛ درست مانند منابع و اکوسیستم هایی که نیازمند نگهداری می باشند تا بقای زندگی انسان روی سیاره ی زمین تضمین شود. پایداری فرهنگی دلالت بر فرایند توسعه ای دارد که انواع دارایی های فرهنگی را از زبان های بسیار ساده و در اقلیت و شعائر سنتی گرفته تا کارهای هنری، صنایع دستی و بناها و اماکن تاریخی رادر برمی گیرد. صنایع فرهنگی می توانند خدمات و سرمایه گذاری های لازم را جهت نیل به توسعه پایدار فرهنگی فراهم می کنند. وانگهی، صنایع خلاق هیچ خطری برای محیط زیست ندارند. از آنجا که ماده ی اولیه ی فعالیت های خلاق بیشتر از ذهن افراد است تا از منابع طبیعی، بنابراین تولید محصولات خلاق با برداشت کمتر از طبیعت و محیط زیست آلودگی کمتری برای محیط زیست جهانی ایجاد می کنند و آسیب به

مراتب کمتری را نسبت به اقتصاد کلاسیک در طبیعت ایجاد می‌کنند. لذا تمامی سیاست‌هایی که هدف آنها توسعه‌ی صنایع خلاق باشد، اصولاً تعارضی با اهداف زیست‌محیطی ندارند و به توسعه پایدار کمک می‌کند (گزارش پایانی گام اول پروژه‌ی تدوین سند توسعه‌ی صنایع فرهنگی استان قم، ۱۳۸۷). علی‌رغم چشم‌اندازهای نویدبخش برای رشد اقتصاد خلاق در میان کشورها، مشکلاتی نیز وجود دارد. بسیاری از فرصت‌ها برای خلق ثروت، توسعه‌ی اشتغال، بهبود فناوری و توسعه‌ی بازار در بخش‌های خلاق مخصوصاً در کشورهای در حال توسعه به دلیل موانعی مانند نبود سرمایه، نبود مهارت‌های کارآفرینی و کافی نبودن زیرساخت و قوانین لازم برای حمایت از رشد صنایع خلاق، در عمل از بین می‌رود. در نتیجه، دستیابی کشورهای در حال توسعه به مزایای مشارکت در اقتصاد خلاق جهانی غیرممکن می‌شود. در واقع، این خطر وجود دارد که وقتی این کشورها به کمک شرکت‌های بزرگ بین‌المللی به شبکه‌های بازارهای جهانی متصل شوند، پایین‌ترین حلقه‌های ایجاد ارزش افزوده در زنجیره‌ی تولید جای گیرند (آنکتاد، ۲۰۱۰). در کنار مزایای ذکر شده برای این صنایع مواردی نیز وجود دارد که می‌توان آنها را به عنوان چالش‌های کلیدی صنایع خلاق نام برد از جمله عدم دسترسی کافی به منابع مالی، بخش بانکی از تخصیص لازم برای تحلیل‌های کسب و کار در این بخش‌ها برخوردار نیست و به دارایی‌های نامشهود آنها به اندازه کافی ارزش نمی‌دهد. این صنایع با محیط به سرعت در حال تغییر مواجه هستند؛ موضوعی که به‌طور خاص در فناوری‌های جدید (انتقال دیجیتال) و جهانی‌سازی که همراه با خودشان چالش‌ها و فرصت‌های جدید می‌آورند، نشان داده می‌شود. ویژگی دیگر این بخش‌ها، تفکیک‌شدگی زیاد بر اساس خطوط ملی و زبانی است که به انتخاب محدود برای مصرف‌کنندگان منجر می‌شود (کمیسیون اروپا، ۲۰۱۲). سهم اقتصاد خلاق در اقتصاد جهانی را می‌توان با استفاده از متغیرهای مختلف و برای کشورهای گوناگون ارزیابی کرد. از متغیرهایی که از سال ۲۰۰۲ آنکتاد شروع به جمع‌آوری و اطلاع‌رسانی آن نموده میزان صادرات و واردات کالاها و خدمات مربوط به صنایع خلاق می‌باشد. لازم به ذکر است که کشورهای در حال توسعه مخصوصاً با درآمد پایین یا متوسط به علت اینکه سهم زیادی از بخش اقتصاد خلاق آنها محدود به مبادلات داخلی است و بازارهایشان تا حد زیادی غیررسمی و سیستم‌های آماری ملی محدود و داده‌های پراکنده دارند بررسی روند صادرات و واردات کالا و خدمات اقتصاد خلاق برای آنها با محدودیت همراه است بنابراین در این مقاله سعی شده که با توجه به وجود داده برای صادرات کالاهای اقتصاد خلاق در کشورهای عضو همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)^۱ طی دوره ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۵ و با توجه به اینکه مهد اقتصاد خلاق کشور انگلیس و مناطقی که بالاترین تمرکز فعالیت‌های خلاق، استخدام و صادرات در این بخش را نشان می‌دهند لندن و فرانسه، ایتالیا، هلند، اسپانیا، آمریکا، کره جنوبی و آلمان بوده که از اعضای (OECD) می‌باشند، تاثیر صادرات این کالاها بر رشد اقتصادی در کشورهای مذکور بررسی گردیده است.

ادبیات موضوع

امروزه اکثر اقتصاددانان بر این باور هستند که کمبود سرمایه‌گذاری در سرمایه‌های انسانی عامل اصلی پائین بودن سطح رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه است و تا زمانی که این کشورها با استفاده از دانش، سطح مهارت‌های حرفه‌ای را ارتقا ندهند، بازدهی و کارایی نیروی کار و سرمایه در سطح نازلی باقی خواهد ماند و رشد اقتصادی به کندی و با هزینه‌های سنگین تر صورت می‌پذیرد. در واقع می‌توان گفت سرمایه‌های فیزیکی تنها زمانی بیشتر مولد خواهند شد که کشور دارای مقادیر لازم سرمایه‌انسانی باشد. سرمایه‌انسانی شامل آموزش‌ها، تخصص‌ها، مهارت‌ها و بطور کلی کیفیت نیروی کار می‌باشد. نقش انسان در اقتصاد و به خصوص نظریه‌های رشد و توسعه اقتصادی از جمله موضوع‌های مورد بحث نظریه‌های رشد بوده است تاریخچه نقش انسان در رشد و توسعه اقتصادی به آدم اسمیت برمی‌گردد. وی بر توسعه توانایی‌ها و شایستگی افراد تمرکز می‌کند و حمایت از تشکیل مهارت‌ها و تخصص‌ها را مد نظر قرار می‌دهد. اما متأسفانه این نگرش در نظریه‌ها و مدل‌های اولیه رشد مانند نظریه رشد هارورد و دومار مورد غفلت قرار گرفته است. در نظریه‌های اقتصاددانان کلاسیک انسان تنها به عنوان یکی از نهاده‌ها در چرخه تولید

¹ Organization for Economic Co-operation and Development

کالا و خدمات مورد توجه بوده است و به عنوان سرمایه انسانی، کارآفرین و خلاق در نظر گرفته نمی شده است. اما در نظریه رشد درون‌زاد رشد اقتصادی، به علت نیروهای درونی اقتصاد و نه عوامل بیرونی رخ می‌دهد. براساس این نظریه سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی، نوآوری و خلاقیت و دانش اثر قابل توجهی در رشد اقتصادی دارد. این نظریه با تمرکز بر اثرات جانبی مثبت و اثرات سرریز حاصل از یک اقتصاد دانش بنیان به دنبال توسعه اقتصادی است. نظریه رشد درون‌زا در درجه اول ادعا می‌کند که در دراز مدت نرخ رشد اقتصاد بستگی به سیاست‌های تشویق تولید علم دارد. برای مثال یارانه برای تحقیق و توسعه یا آموزش و پرورش موجب افزایش نرخ رشد در برخی از مدل‌های رشد درون‌زا می‌شود چراکه انگیزه‌ای برای نوآوری ایجاد می‌کند. بر اساس نظریات رشد درون‌زا، سیاست‌هایی که اقتصاد باز، بازار رقابتی و ابتکارات را حمایت کنند، منجر به رشد می‌شوند. در مقابل سیاست‌های محدود کردن یا کاهش نوآوری و حمایت از صنایعی که چندان خلاقانه نیستند، در بلندمدت رشد اقتصادی را کند می‌کند. از اواسط دهه ۱۹۸۰ مطالعات زیادی به بررسی عوامل موثر بر رشد اقتصادی کشورها بر پایه رشد درون‌زا قرار گرفت. که در اکثر مدل‌ها با تاکید بر سرمایه انسانی به بررسی چگونگی تاثیر سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی پرداختند. به طور مثال نیلسون و فلیس معتقدند سرمایه انسانی می‌تواند با خلاقیت و نوآوری به رشد اقتصادی منجر می‌شود. با گسترش فناوری‌ها، نیروی کار تحصیل کرده سبب نوآوری‌های مفیدی شده که منجر به رشد و توسعه اقتصادی می‌شود. آن‌ها معتقدند خلاقیت عنصر ضروری برای کارآفرینی است. ماهیت خلاقیت نسبت به سایر عوامل متعارف تولید متفاوت است. این منبع تولید نه تنها از بین نمی‌رود و دچار استهلاک نمی‌شود بلکه کاملاً تجدید پذیر است و می‌تواند به طور مداوم قابل بهره برداری باشد. همچنین نوآوری و پیشرفت اقتصادی در وجود استعداد های متنوع قرار دارد از این رو سرمایه در عصر خلاق بیشتر در مکان‌هایی سازماندهی می‌شود که بتواند استعداد و تکنولوژی را جذب کند و توسعه زمانی اوج می‌گیرد که اصلی‌ترین عامل آن یعنی انسان، ذهن انسان، قابلیت‌ها و توانمندی‌های انسان مد نظر قرار گیرد و از طریق خلاقیت به تحول و توسعه در جامعه منجر شود. شومپتر نیز در نظریه رشد و توسعه خود به نقش نوآوران و مبتکران که هدایت سرمایه را برعهده دارند توجه ویژه کرده است و بهبود بهره‌وری و کارایی نیروی کار را در اثر افزایش مهارت و سود حاصل از نوآوری و اختراع را عامل اساسی رشد اقتصادی و تشکیل سرمایه می‌داند. وی معتقد بود این سود تا هنگامی که نوآوری و خلاقیت ادامه دارد وجود دارد. شومپتر بر توسعه توانایی‌ها و شایستگی افراد تمرکز می‌کند و حمایت از تشکیل مهارت‌ها و تخصص‌ها را مد نظر قرار می‌دهد و مرحله رونق سرمایه‌داری را با ظهور کارفرمایان نوآور و مبتکر، قرین می‌داند؛ بدین نحو که نوآوران با ابتکار جدید به امید سود بیشتر دست به نوآوری می‌زنند و سرمایه‌گذاری جدید صورت می‌پذیرد، شغل‌های جدید به وجود می‌آید و میزان تولید افزایش می‌یابد. فلوریدا و همکاران (۲۰۱۵) بر اساس شاخص جهانی خلاقیت (GCI) به بررسی نقش نیروی انسانی خلاق و نوآور بر رشد اقتصادی پرداختند. این شاخص بر پایه سه ویژگی رونق اقتصادی یعنی استعداد، فناوری و بردباری و تسامح استوار است.

استعداد: که یکی از شاخص‌های کلیدی پیشرفت دانش است، امروزه به عنوان محرک اصلی رشد اقتصادی مطرح می‌شود. بررسی‌های اخیر نشان می‌دهد که شمار زیادی از سازمان‌های بزرگ با کمبود افراد مستعد مواجه می‌باشند. امروزه نیاز به افرادی که دامنه‌ی گسترده‌ای از مهارت‌ها و توانایی‌های مورد نیاز برای مقابله با نیازهای پیش‌بینی نشده‌ی را داشته باشند، رو به گسترش است شرکت‌های سراسر جهان برای دستیابی به استعدادها، با یکدیگر رقابت می‌کنند. از این رو کسب و کارهای موجود باید توانایی شناخت افراد با استعداد، ارائه آموزش به آنها و حفظ و نگهداری نیروی انسانی با ارزش برای بلندمدت را داشته باشند و برای این امر استراتژی‌هایی را در نظر بگیرند. چرا که سرمایه‌گذاری کشورها بر روی استعدادها سبب افزایش رشد اقتصادی خواهد شد. امروزه نیروی انسانی با استعداد، خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح می‌باشد. (حاجی‌میرزایی، ۱۳۸۹) در این بین کارآفرینان به طور خاص نقش موثرتری در فرایند رشد و توسعه اقتصادی دارند. رقابت شدید، حفظ طولانی مدت مزیت رقابتی را بسیار دشوار ساخته است. با توجه به چالش‌های فراوان پیش‌رو، برای کسب مزیت رقابتی در رویارویی

با این محیط پیچیده، سازمان‌ها به نخبگان نیاز دارند؛ از اینرو در سال‌های اخیر موضوع جذب و مدیریت استعداد بعنوان یک فعالیت کلیدی، بیش از گذشته مطرح بوده است (وارث، ۱۳۷۸). چرا که امروزه استعداد خلاق است که می‌تواند دنیارامتحول کند. فناوری: از مهمترین عوامل تولید ثروت و پیشرفت و رشد اقتصادی است. به عقیده پیشگامان اقتصاددانان نوکلاسیک، سولو و سوآن (1956)، برای حفظ رشد اقتصادی، رشد سرمایه و نیروی کار باید متوازن شود. این اقتصاددانان دریافتند که بخشی از رشد اقتصادی توسط رشد سرمایه و نیروی کار توضیح داده نمی‌شود. این بخش به عنوان "پسماند سولو" و شاخص پیشرفت فناوری شناخته شد. مدل استاندارد سولو پیش‌بینی می‌کند که در بلندمدت اقتصادها به حالت تعادل پایدار خود نزدیک می‌شوند و رشد دائمی تنها از طریق پیشرفت تکنولوژیکی و فناوری قابل دست‌یابی است. سولو به این نتیجه می‌رسد تغییر مداوم در فناوری تولید در طول زمان و پیشرفت فنی برونزا چه به صورت تبلور یافته، یعنی پیشرفت در یک نهاده مشخص مانند آموزش کارگران یا ارتقای کیفیت تجهیزات و چه به صورت تبلور نیافته یعنی بهبود تمامی نهاده‌ها به صورت برابر که در اثر مدیریت نوین، سازماندهی مجدد یا زیرساخت‌های جدید به وجود می‌آید، منابع اصلی رشد اقتصادی هستند.

بردباری: یعنی پذیرا بودن جوامع، گوناگونی فرهنگی و ویژگی‌های جمعیت شناختی نیز از شاخص‌های مهم در پیشرفت اقتصادی به شمار می‌آید. بردباری و تسامح برای نوآوری‌های تکنولوژی و جذب استعدادها به توسعه اقتصادی کمک می‌کند و مکمل فن‌آوری و استعداد به کار می‌رود. شاخص جهانی خلاقیت^۱ (GCI) برای اندازه‌گیری این شاخص متغیر صادرات صنایع خلاق را انتخاب کرده است. در این تحقیق نیز جهت بررسی نقش اقتصاد خلاق بر رشد اقتصادی از شاخص صادرات کالاهای خلاق استفاده شده است. چرا که توسعه صادرات نیز در کنار سرمایه، نیروی کار و خلاقیت یکی از عوامل اصلی رشد اقتصادی است (کریستوفر و همکاران، ۲۰۱۲). حامیان استراتژی توسعه صادرات اعتقاد دارند که آثار بیرونی ناشی از بخش‌های صادراتی، افزایش تنوع و کیفیت نهاده‌های واسطه‌ای، انتقال و گسترش دانش، افزایش اندازه‌ی بازارها و تخصیص مجدد منابع از بخش‌ها و صنایع با بهره‌وری پایین به صنایع با بهره‌وری بالا سبب افزایش بهره‌وری کل عوامل تولید و رشد اقتصادی می‌شود. علاوه بر این با گسترش صادرات زیرساخت‌های نهادی و تجاری، فنی و ایجاد رقابت‌پذیری در اقتصاد که پیش از آن نادیده گرفته می‌شدند، به منابع اصلی برای رشد اقتصادی تبدیل می‌گردند (طیبی و همکاران، ۱۳۸۷). مسائو و چاو (۱۹۸۷) برای کشورهایی که در مراحل اولیه توسعه یافتگی هستند، فرضیه "صادرات رشد پایه" را مطرح می‌کنند. بر اساس این فرضیه رشد سرمایه انسانی، مهارت و خلاقیت نیروی کار و تجمع سرمایه همراه با پیشرفت تکنولوژی هر کشوری را قادر می‌سازد تا به یک حد آستانه‌ای برسد که بعد از آن به علت داشتن مزیت نسبی در تولید برخی کالاها شرط لازم برای رشد صادرات فراهم آید و رشد صادرات نیز به نوبه خود به رشد اقتصادی کمک می‌کند (شاکری و مالکی، ۱۳۸۹).

با توجه به تئوریه‌های ذکر شده در زمینه خلاقیت و صادرات در این پژوهش تاثیر متغیر صادرات کالاهای خلاق به عنوان شاخص اقتصاد خلاق، بر رشد اقتصادی کشورهای عضو همکاری و توسعه اقتصادی بررسی می‌شود.

مطالعات تجربی

فیلیپ لبل (۲۰۰۸) در مقاله‌ای به بررسی نوآوری‌های خلاقانه بر رشد اقتصادی ۱۰۳ کشور منتخب پرداخت. نتایج که با استفاده از رگرسیون پانل دیتا و روش اثرات ثابت تخمین زده شده بود، حاکی از این مطلب بود که در طی دوره ۱۹۸۰-۲۰۰۵ نوآوری‌های خلاق تاثیر مثبت و معنی‌داری بر رشد اقتصادی کشورهای مورد بررسی داشتند.

زه‌دی (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای به بررسی نقش صنایع خلاق بر تغییرات ساختاری اقتصاد در کشور اندونزی پرداخت. نتایج مطالعه‌ی وی که با استفاده از جداول داده‌ستاده‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۵ انجام شده بود نشان داد که صنایع خلاق تاثیر معنی‌دار و قابل ملاحظه‌ای بر تغییرات ساختاری اقتصاد در طی سال‌های مورد مطالعه برای کشور اندونزی داشته‌اند. به طوری که رشد این صنایع سبب افزایش

¹ Global Creativity Index (GCI).

بهره وری، اشتغال و تولید شده است. همچنین نتایج نشان داد که صنایع خلاق از بخش های کلیدی و پیشرو اقتصادی می باشند که پیوندهای پیشین و پسین زیادی با سایر بخش های اقتصادی دارند.

نیل لی (۲۰۱۴) در تحقیقی تحت عنوان "صنایع خلاق و رشد اقتصادی در شهرهای انگلیس" و با استفاده از رهیافت اقتصادسنجی فضایی برای تبیین اثرات غیرمستقیم یا سرریز طی دوره ۲۰۰۳ الی ۲۰۱۳ به این نتیجه رسید که صنایع خلاق به عنوان یکی از بخش های کلیدی جهت بازسازی و افزایش اشتغال و جذب توریسم در مناطق شهری انگلیس به شمار می روند. همچنین سراهای نوآوری و کارخانه های فن آوری از طریق اثرات سرریز مثبت منجر به افزایش بهره وری صنایع دیگر شده اند.

سیونگیل یوم (۲۰۱۶) در مقاله ای به بررسی تاثیر صنایع خلاق بر رشد اقتصادی میامی پرداخت. نتایج که با استفاده از روش پانل دیتا و برای سال های ۲۰۰۵ الی ۲۰۱۵ برای ۶ شهر در میامی صورت گرفته بود نشان داد که بین رشد اقتصاد شهری و گسترش صنایع خلاق، به صورت خوشه های صنعتی، رابطه ای مثبت وجود دارد. همچنین شهر میامی در بین شش شهر مورد مطالعه رتبه دوم را از لحاظ ایجاد اشتغال، تعداد صنایع خلاق و تنوع آن داشته است. چراکه دولت از طریق برنامه ریزی شهری و استراتژی هایی مستقل توانسته صنایع خلاق را شکوفا نماید.

فدایی و نیری (۱۳۸۹) در مقاله ای به بررسی تاثیر تحولات شاخص های فرهنگی بر رشد اقتصادی در ایران پرداختند. نتایج که بر اساس الگوی خود رگرسیون با وقفه های توزیع شده و در طی دوره زمانی ۱۳۵۴-۱۳۸۷ بود حاکی از این مطلب است که شاخص های فرهنگی می تواند هم به عنوان عاملی درون زا و هم عاملی برون زا از طریق تاثیر بر عوامل تولید خصوصا عامل انسانی در رشد اقتصادی نقش داشته باشد. در این مطالعه از شاخص هایی همچون سطح دانش و سواد، نرخ خالص ازدواج، میزان استفاده از ظرفیت سینما، مطبوعات و هنجارهای اجتماعی، که شاخص های منتخب تاثیر گذار فرهنگی بر عامل انسانی تولید و در نتیجه رشد اقتصادی بوده استفاده شده است. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنی دار بین شاخص های منتخب و رشد اقتصادی بود.

رزقی و عمرانی (۱۳۹۲) در تحقیقی به بررسی راهکارهای توسعه صادرات کالاهای فرهنگی در عصر جهانی شدن پرداختند. نتایج نشان داد که شناخت بازارهای جهانی، ابزار آمیختگی بازاریابی، قوانین و مقررات و آزاد سازی تجاری عوامل موثر بر توسعه صادرات کالاهای فرهنگی است. که در این میان آزاد سازی تجاری در جایگاه نخست قرار دارد.

میرزایی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی اثر متغیرهای دانش (شامل نیروی کار متخصص، کارکنان تحقیق و توسعه و ارزش افزوده بخش های دارای فناوری بالا) در کنار دو متغیر سنتی نیروی کار و سرمایه بر رشد اقتصادی استان های کشور طی دوره ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۰ را با رهیافت حسابداری رشد تخمین زدند. نتایج تخمین مدل به روش اثرات تصادفی نشان داد که نرخ رشد نیروی کار متخصص با ضریبی برابر ب ۲/۰۵ بیشترین اثر را بر رشد اقتصادی استان های کشور در اختیار داشته است. پس از آن، نرخ رشد سرمایه سرانه با ضریبی برابر با ۰/۱۹ و نرخ رشد ارزش افزوده صنایع با فناوری بالا و متوسط (به ازای هر نفر شاغل) با ضریبی برابر با ۰/۱۹ قرار دارند. محمد زاده و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی تاثیر خلاقیت بر توسعه اقتصادی در ایران" که با استفاده از رهیافت پانل پویا (GMM) و برای دوره ۱۹۹۰ الی ۲۰۰۶ انجام شد به این نتیجه رسیدند که رشد و توسعه اقتصادی بیش از آن که تحت تاثیر مولفه های تحصیلات و آموزش رسمی باشد با خلاقیت و نوآوری ارتباط دارد. نتایج آزمون حاکی از این بود که صادرات صنایع با فناوری بالا بیشترین تاثیر را بر رشد اقتصادی در ایران نسبت به سایر شاخص های خلاقیت نظیر ثبت اختراع و صادرات خلاق داشته است. افزایش هر یک از این شاخص ها به توسعه استعداد های خلاقانه افراد منجر و باعث پیشرفت تکنولوژیکی و در نتیجه رشد و توسعه اقتصادی می شود. در جمع بندی مطالعات داخلی و خارجی انجام گرفته در این زمینه می توان گفت گرچه در خصوص رشد اقتصادی مطالعات زیادی انجام شده اما با توجه به اهمیت خلاقیت و به ویژه کاربرد آن در اقتصاد، پژوهش حاضر می توان به عنوان مطالعه ای جدید در نظر گرفت چرا که مطالعه داخلی مشابهی که به موضوع اقتصاد خلاق و تاثیر آن بر رشد اقتصادی پرداخته باشد انجام نشده است.

مدل و روش اقتصادسنجی

در این مطالعه جهت کنترل تورش بالقوه و همچنین درون زایی متغیرها از روش برآورد پانل دیتا و تخمین زن گشتاورهای تعمیم یافته GMM استفاده شده است. این مدل با وارد کردن وقفه متغیر وابسته در سمت راست به صورت پویا تصریح شده است. دلیل وارد کردن وقفه متغیر وابسته به عنوان متغیر مستقل آن است که متغیرهای زیادی بر رشد اقتصادی هر کشور تاثیر می گذارند وارد کردن تمامی آنها امکان پذیر نیست مطالعات مختلف بر حسب تاکید به هدف تحقیق ناگزیر به انتخاب متغیرهای مهم و مورد نظر هستند با عنایت به اینکه هدف اصلی این مطالعه شاخص های اقتصاد خلاق است مدل به صورت پویا در نظر گرفته شده تا با آوردن متغیر وابسته سال قبل به عنوان متغیر مستقل در مدل اثر تمام عوامل موثر بر رشد اقتصادی در آن لحاظ شود. مزیت اصلی روش GMM پنل دیتای پویا آن است که تمام متغیرهای رگرسیون که همبستگی با جزء اخلاص ندارد (از جمله متغیرهای با وقفه و متغیرهای تفاضلی) می توانند به طور بالقوه متغیر ابزاری باشند. همچنین این روش سبب کاهش یا رفع هم خطی در مدل با استفاده از متغیرهای وابسته وقفه دار، حذف متغیرهای ثابت در طی زمان می شود چرا که کاربرد این روش باعث حذف بسیاری از متغیرها همانند فرهنگ، قومیت، مذهب، اقلیم می شود مدل تاثیر این عوامل را با تفاضل گرفتن از آمارها حذف می کند، همچنین سبب افزایش بعد زمانی متغیرها می گردد. هرچند ممکن است تخمین برش مقطعی بتواند رابطه بلندمدت بین متغیرها را به دست آورد اما این نوع تخمین ها، مزیت های سری های زمانی آمارها را دارند که کارآمدی برآوردها را افزایش دهد. استفاده از بعد زمانی سری آماری، این امکان را می دهد که تاثیر تمام عوامل مشاهده نشده ثابت زمانی که تفاوت های بین کشوری در درآمد سرانه را نشان می دهند در برآورد لحاظ شوند. روش GMM پنل دیتای پویا هنگامی به کار می رود که تعداد متغیرهای مقطعی (N) بیشتر از تعداد زمان و سالها (T) باشد (T > N) که در بحث مقاله نیز اینگونه است یعنی تعداد ۳۵ کشورها بیشتر از تعداد ۱۳ سال است (بونند؛ بالتاجی، ۲۰۰۲). برای ایجاد اطمینان در خصوص مناسب بودن استفاده از این روش برای برآورد مدل دو آزمون مطرح است یکی از این آزمون ها، آزمون سارجنت است که برای شرط اعتبار تشخیص بیش از حد یعنی صحت و اعتبار متغیرهای ابزاری به کار می رود. آزمون دوم، آزمون همبستگی پسماندهای مرتبه اول (AR (1) و مرتبه دوم (AR (2) است. این آزمون نیز برای بررسی اعتبار و صحت متغیرهای ابزاری به کار می رود. آرلانو و بوند (1991) اعتقاد دارند که در تخمین GMM، باید جملات اخلاص دارای همبستگی سریالی مرتبه اول (AR (1) بوده و دارای همبستگی سریالی مرتبه دوم (AR (2) نباشند.

سرمایه و نیروی کار اعم از متخصص و غیر متخصص از مهم ترین عوامل موثر بر رشد اقتصادی هستند که در توابع رشد در نظر گرفته می شوند. اکثر مدل های رشد در چارچوب الگوی رشد سولو قرار می گیرند. الگوی مزبور از یک تابع تولید آغاز می شود که به وسیله آن سطح تولید کل به عوامل تولید مرتبط می گردد.

$$Y = A f(K, L, Z) \quad (1)$$

Y سطح تولید، K ذخیره سرمایه فیزیکی، L نیروی کار، Z بردار عوامل موثر بر رشد و A بهره وری را اندازه گیری می کند. با توجه به مطالعات انجام شده قبلی و ادبیات اقتصادی رشد و با استفاده از مدل رشد اقتصادی تعمیم یافته سولو، به منظور تعیین اثر صادرات کالاهای وابسته به صنایع اقتصاد خلاق و دیگر منابع سنتی رشد مانند سرمایه گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی بر رشد اقتصادی از تابع تولید لگاریتمی دیفرانسیل گرفته و سپس مدل بر اساس تیوری های مرتبط و رویکرد کلان و با تعدیلاتی به صورت زیر تصریح شده است:

$$dLnGDP_{it} = \beta_0 + \beta_1 dLnSCH_{it} + \beta_2 dLnK_{it} + \beta_3 dLnL_{it} + \beta_4 dLnGE_{it} + \beta_5 dLnGE_{it} * dLnSCH_{it} + e_{it} \quad (2)$$

$dLnGDP_{it}$: لگاریتم طبیعی GDP واقعی سرانه

$dLnSCH_{it}$: لگاریتم مخارج آموزشی به صورت درصدی از GDP به عنوان شاخص سرمایه انسانی

$dLnK_{it}$: لگاریتم طبیعی تشکیل سرمایه ثابت ناخالص به صورت درصدی از GDP

LnLit: لگاریتم تعداد نیروی کار

LnGEit: لگاریتم ارزش صادرات کالاهای اقتصاد خلاق برحسب میلیون دلار آمریکا

LnSCHit*LnGEit: اثر ترکیبی صادرات کالاهای اقتصادخلاق و سرمایه انسانی

معادله (2) برای کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری های اقتصادی (OECD) با داشتن ۳۵ عضو و برای دوره زمانی ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۵ با استفاده از نرم افزار استاتابراورد شده است. علت انتخاب این کشورها وجود داده های صادرات اقتصاد خلاق برای دوره زمانی ذکر شده همچنین سهم بالای صادراتی کالاهای خلاق این کشورها به بازارهای جهانی است. داده های مربوط به صادرات کالاهای اقتصاد خلاق از سایت آنکتاد^۱ و سایر داده ها از سایت بانک جهانی^۲ بدست آمده است. جدول ۱ خلاصه ای از روند صادراتی کالاهای اقتصاد خلاق برای کشورهای مورد بررسی در دوره ی زمانی ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۵ را نشان می دهد:

جدول (۲): بررسی وضعیت صادرات کالاهای اقتصاد خلاق در کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) طی سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۵

گروه های اصلی کالاهای صادراتی اقتصاد خلاق	توضیحات
۱- تجلیات فرهنگی سنتی ۲- تولیدات سمعی و بصری ۳- طراحی ۴- رسانه جدید ۵- هنرهای نمایشی ۶- نشر و رسانه های چاپی ۷- هنرهای تجسمی	کل ارزش صادرات کالاهای اقتصاد خلاق در طی سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۵ در کشورهای مورد بررسی ۲۹۵۷۷۷۴ میلیون دلار آمریکا (برحسب قیمت های جاری) بوده است. از بین هفت گروه مربوط به کالاهای اقتصاد خلاق ارزش صادراتی طراحی در رتبه اول و بعد از آن به ترتیب تولیدات محتوا و رسانه های چاپی، هنرهای تجسمی، تولیدات سمعی و بصری، تجلیات فرهنگی سنتی، رسانه جدید و هنرهای اجرایی قرار دارند. بیشترین ارزش صادراتی کالاهای اقتصاد خلاق در کشورهای (OECD) مربوط به سال ۲۰۱۴ می باشد.
بررسی زیر گروه های کالاهای اقتصاد خلاق	
تجلیات فرهنگی سنتی هنر صنایع دستی ^۳ جشن و مراسم آئینی ^۴	ارزش صادراتی تولیدات هنری و صنایع دستی در سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۴ از ارزش صادراتی جشن و مراسم آئینی بیشتر بوده است. در سال ۲۰۰۷ این ارزش به ۷۶۸۳ میلیون دلار آمریکا رسیده که بیشترین مقدار خود را در طی سالهای مورد مطالعه داشته است. از میان صادرات مصنوعات هنری تولیدات نخی و فرش ارزش بیشتری داشته است.
سمعی و بصری ^۵ فیلم، تلویزیون و رادیو ^۶ سی دی و دیوی دی ^۷	از سال ۲۰۱۲ صادرات فیلم به شدت کاهش یافته است. و سی دی و دیوی دی سهم غالب در صادرات محصولات سمعی و بصری را داشته اند.
طراحی ^۸ مد ^۹ ظروف شیشه ای ^{۱۰} طراحی داخلی ^{۱۱} طراحی جواهرات و ^{۱۲} اسباب بازی ^{۱۳}	در بخش طراحی، تا سال ۲۰۱۰ طراحی داخلی سهم غالب صادرات این گروه را تشکیل داده است. از سال ۲۰۱۰ به بعد طراحی جواهرات بر طراحی داخلی پیشی گرفته است. بیشترین مقدار صادرات کالاهای این گروه مربوط به طراحی جواهرات در سال ۲۰۱۵ می باشد.

1 - UNCTAD

2 - WDI

3 - Art craft

4 - celebration

5 - Audiovisuals

6 - film

7 - cd, Dvd, tape

8 - Design

9 - fashion

10 - glassware

11 - interior

12 - jewelry

13 - toys

<p>رسانه جدید^۱ محتوای دیجیتال^۲ -بازیهای ویدئویی پویانمایی -نرم افزار و غیره^۳</p>	<p>رسانه‌های جدید سریع‌ترین رشد را در بخش صادرات کالاهای خلاق در سال‌های اخیر داشته است بازی‌های ویدئویی از سال ۲۰۰۲ تا سال ۲۰۱۱ نسبت به محتوای دیجیتال ارزش صادراتی بیشتری را در کشورهای توسعه یافته به خود اختصاص داده است. بیشترین مقدار ارزش صادراتی مربوط به سال ۲۰۰۸ بوده است. از سال ۲۰۱۲ به بعد ارزش صادراتی محتوای دیجیتال بیشتر شده است.</p>
<p>هنرهای نمایشی^۴ آلات موسیقی^۵ -موسیقی زنده، تئاتر، سیرک، نمایش عروسکی^۶</p>	<p>در گروه هنرهای نمایشی در طی دوره مورد بررسی و در تمامی سال‌ها ارزش صادرات آلات موسیقی نسبت به اجرای موسیقی‌های زنده بیشتر بوده است.</p>
<p>نشر و رسانه چاپی^۷ کتاب^۸ روزنامه^۹ -سایر انتشارات^{۱۰}</p>	<p>از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۱ ارزش صادراتی روزنامه بیشتر از کتاب و سایر موضوعات منتشر شده بوده است. که بیشترین مقدار مربوط به سال ۲۰۰۸ است. از سال ۲۰۱۲ به بعد ارزش صادراتی کتاب نسبت به دو فاکتور دیگر یعنی روزنامه و سایر موضوعات منتشر شده بیشتر شده است.</p>
<p>هنرهای تجسمی^{۱۱} عتیقه جات^{۱۲} نقاشی^{۱۳} -عکاسی^{۱۴} مجسمه سازی^{۱۵}</p>	<p>بازار جهانی هنرهای تجسمی نیز بخش دیگری است که تجارت چند میلیارد دلاری را تشکیل داده است در گروه هنرهای تجسمی ارزش صادراتی نقاشی نسبت به عتیقه جات، عکاسی و مجسمه سازی در تمامی سال‌های مورد بررسی بیشتر بوده است.</p>

منبع: یافته‌های محقق

لازم به ذکر است که برای ایران داده‌های صادرات کالاهای اقتصادی خلاق برای بسیاری از سال‌ها موجود نبوده است. برای سال‌هایی که داده وجود داشته است بررسی‌ها نشان می‌دهد ارزش صادراتی مصنوعات هنری و بعد از آن دیزاین نسبت به سایر کالاهای صادراتی خلاق برای ایران بیشتر بوده است. بر اساس اطلاعات آنکتاد در صادرات مصنوعات هنری ارزش صادراتی فرش و در طراحی، دیزاین جواهرات افزایش قابل قبولی داشته است. پایین بودن ارزش صادراتی اکثر کالاهای حوزه اقتصاد خلاق در ایران، حاکی از این مطلب است که هنوز چالش‌های بسیاری در راه تولید و صادرات کالاهای اقتصادی خلاق در کشور وجود دارد.

برآورد مدل

پیش از برآورد مدل، لازم است ایستایی متغیرها مورد آزمون قرار گیرد. برای این منظور از آزمون لوین، لی و چو استفاده شده است. نتایج آزمون در جدول (۲) آمده است.

جدول (۱): آزمون ریشه‌ی واحد جمعی

Levin, lin&chu t-Test		متغیر
value	prob	
-7/38	0/00	LnGDP _{it}
-2/15	0/00	LnK _{it} d
-2/24	0/004	LnL _{it}
-1/87	0/05	LnGE _{it}

- 1- New media
- 2- recorded media
- 3- video games
- 4- Performing arts
- 5- instruments musical
- 6- printed music
- 7 Publishing
- 8- books
- 9- newspaper
- 10- other printed matter
- 11 Visual arts
- 12- antiques
- 13- painting
- 14- photography
- 15- sculpture

-3/27	0/00	LnSCH _{it}
-2/51	0/00	LnSCH _{it} *LnGE _{it}

منبع: محاسبات محقق

فرضیه صفر آزمون، بیانگر نایستایی متغیرها است. بررسی مقادیر آماره های محاسبه شده و احتمال پذیرش آنها نشان می دهد که فرضیه صفر مبنی بر نایستایی متغیرها در سطح اطمینان ۹۹ درصد رد می شود. جهت تخمین معادله (۲)، ابتدا برای تعیین وجود (یا عدم وجود) عرض از مبدا جداگانه برای هر یک از کشورها از آماره F لیمر استفاده می شود. با توجه به اینکه میزان آماره F محاسبه شده برابر با ۲۱/۱۴ به دست آمد و از آماره F جدول بزرگ تر بود، لذا با سطح اطمینان بالای ۹۹ درصد فرضیه صفر آزمون مبنی بر استفاده از روش حداقل مربعات معمولی رد می شود و باید از روش اثرات ثابت یا اثرات تصادفی استفاده نمود. سپس جهت تعیین استفاده از روش اثرات ثابت یا اثرات تصادفی از آزمون هاسمن استفاده شده است. آماره خبی دو به دست آمده از انجام محاسبات برای رگرسیون برابر ۸/۳۷ است و چون از مقدار آماره خبی دو جدول بزرگتر است، فرضیه مبنی بر استفاده از روش اثرات تصادفی با احتمال بیش از ۹۹ درصد رد می شود. لذا روش اثرات ثابت برای تخمین مدل تایید می گردد. تخمین و برآورد مدل بر اساس برآورد گر گشتاورهای تعمیم یافته (GMM) و با تکیه بر مدل های پانل پویا انجام شده است. استفاده از این روش جهت تخمین مدل مزیت های فراوانی دارد. استفاده از این تخمین زن جهت بر طرف کردن واریانس داده های سری زمانی بسیار مناسب می باشد (بک و همکاران، ۲۰۰۰). تخمین زن GMM با محاسبه تاثیرات ویژه فردی مشاهده نشده در مدل که به صورت وارد کردن متغیر وابسته با وقفه به عنوان یک متغیر توضیحی در مدل انجام می شود، کنترل بهتری بر درونزایی کل متغیرهای توضیحی مدل فراهم می کند. نتایج برآورد در جدول (۳) ارائه شده است. با توجه به اینکه مدل به صورت لگاریتمی تخمین زده شده است، همه ضرایب به دست آمده بیانگر کشش متغیرهای توضیحی مدل نسبت به رشد اقتصادی می باشند.

جدول (۳): نتایج برآورد مدل به روش گشتاورهای تعمیم یافته (GMM)

متغیرها	ضرایب	آماره Z	prob
c	2/6754	3/345	0/0003
dlnGDP(-1)	0/6104	8/654	0/000
dlnSCH _{it}	0/1076	2/567	0/0165
dLnk _{it}	0/7837	2/802	0/0056
dlnL _{it}	0/3624	6/529	0/000
dlnGE _{it}	۰/۰۴۷۶	2/774	0/0114
dLnGE _{it} *LnSCH _{it}	0/0321	3/901	0/0002
آماره سارگان		۸/۱۳	
R ²		0/87	
Hausman Test		51/26	
آماره آزمون والد		۱۷۳/۲۱	

منبع: محاسبات محقق

بر اساس نتایج جدول ۳، تمام علامت های متغیرهای برآورد شده از لحاظ تئوری سازگار با ادبیات اقتصادی می باشند. بر اساس نتایج آزمون والد که از توزیع خبی دو با درجات آزادی معادل، تعداد متغیرهای توضیحی منهای جزئی ثابت بر خوردار است، فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن تمام ضرایب در سطح معناداری ۱ درصد رد می شود. در نتیجه اعتبار ضرایب برآوردی تایید می گردد. آماره آزمون سارگان با مقدار ۸/۱۳ نیز که از توزیع خبی دو با درجات آزادی برابر با تعداد محدودیت های بیش از حد مشخص بر خوردار است، آزمون صفر مبنی بر همبسته بودن پسماندها با متغیرهای ابزاری را رد می کند و نشان می دهد متغیرهای ابزاری به درستی انتخاب شده اند و فرضیه صفر مبنی بر اعتبار متغیرهای ابزاری رد نمی شود. لذا متغیرهای ابزاری نورد استفاده در مدل معتبر هستند و اعتبار نتایج جهت تفسیر تایید می شود.

بر اساس نتایج برآوردی مدل، مشخص است رشد سرمایه فیزیکی تاثیر مثبت و معنی داری بر رشد اقتصادی ایجاد کرده است. به طوری که یک درصد افزایش در رشد سرمایه فیزیکی موجب 0/7837 درصد افزایش در رشد اقتصادی شده است. چرا که تجهیز نیروی انسانی با سرمایه فیزیکی بیشتر عامل موثری برای افزایش توان تولید و در نتیجه رشد اقتصادی می باشد. رشد نیروی کار نسبت به سایر عوامل، سهم کمتری در رشد اقتصادی کشورهای مورد مطالعه داشته است. این نتیجه بر وجود بافت مدرن در اقتصاد این کشورها و استفاده مناسب از سرمایه های موجود و سرمایه بر بودن تولیدات در این کشورها دلالت دارد.

رشد سرمایه فیزیکی انسانی تاثیر مثبت و معنی داری بر رشد اقتصادی دارد به طوری که یک درصد افزایش در رشد سرمایه انسانی با فرض ثابت بودن سایر شرایط، موجب 0/1076 درصد افزایش در رشد اقتصادی شده است. افزایش در کیفیت نیروی انسانی از طرفی نیروی کار را ماهر تر و توانمندتر می سازد و از طرف دیگر باعث افزایش کارایی سرمایه می شود. در نتیجه بهره وری کل عوامل تولید افزایش یافته و به دنبال آن، رشد اقتصادی نیز افزایش می یابد. همچنین ضریب سرمایه انسانی در مدل نشان می دهد در کشورهای عضو OECD سرمایه انسانی دارای ساختارهای اقتصاد دانش محور است و سطح آن به اندازه ای رسیده که بتواند تاثیر مثبت و قوی بر رشد اقتصادی بگذارد.

رشد صادرات کالاهای اقتصاد خلاق تاثیر مثبت و معنی دار بر رشد اقتصادی دارد. به طوری که یک درصد افزایش در رشد صادرات این کالاها رشد اقتصادی در کشورهای مورد بررسی را به میزان ۰/۰۴۷۶ درصد افزایش می دهد. این نتیجه حاکی از این مطلب است که در بخش صادرات این گروه کالاها، زیر ساخت های مناسب که منجر به ایجاد صرفه های ناشی از مقیاس شود وجود دارد. همچنین آموزش های لازم و برنامه ریزی های بهینه جهت به کارگیری نیروی انسانی ماهر و خلاق و کارآفرین در راستای استفاده از هر چه بهتر از فناوری ها و تکنولوژی های مناسب جهت تولید و صادرات این گروه از کالاها صورت گرفته است.

متغیر اثر تقاطعی صادرات کالاهای اقتصاد خلاق و سرمایه انسانی، تاثیر مثبت و معنی داری را بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی ایجاد کرده است و بیانگر این مطلب است که اثر گذاری صادرات کالاهای صنعتی بر رشد اقتصادی تحت تاثیر رشد سرمایه فیزیکی انسانی در این گروه کشورها است. چرا که سرمایه گذاری در نیروی انسانی منجر به توسعه توانایی ها از طریق افزایش تخصص ها و مهارت های افراد می شود. هر چه میزان آموزش و تحصیلات و تخصص و مهارت نیروی انسانی بالاتر باشد خلق کالاهای جدید و استفاده کارآتر از منابع تولید بیشتر شده و سبب افزایش ارزش افزوده در سطح بنگاه ها و کشور و گسترش صادرات، بهره وری کل و بهبود رشد اقتصادی می شوند.

نتایج و پیشنهادات

هدف اصلی این مطالعه بررسی تاثیر اقتصاد خلاق بر رشد اقتصادی کشورهای عضو OECD می باشد. چرا که مهد اقتصاد خلاق و بیشترین سهم تجارت کالاهای اقتصاد خلاق مربوط به این کشورها می باشد. به علت نبود داده های کافی برای اکثر کشورهای در حال توسعه مانند ایران می توان انتظار داشت نتایج تحقیق برای سایر کشورها نیز مفید باشد. نتایج نشان می دهد که سرمایه های خلاق از قدرت توضیح دهندگی خوبی در رابطه با رشد اقتصادی برخوردار هستند و می تواند در آینده نزدیک به عنوان موتور محرکه ی رشد اقتصادی عمل کنند. همچنین نتایج تاییدی بر این مطلب است که در کنار منابع متداول رشد اقتصادی، سرمایه فیزیکی و انسانی و نیروی کار منابع جدید رشد من جمله سرمایه های خلاق نیز می توانند به کشورها در افزایش رشد اقتصادی و رسیدن به توسعه پایدار کمک کنند. با توجه به اینکه سرعت نوآوری و تغییر در صنایع خلاق بسیار بالایی باشد، لذا توصیه می شود دولت ها اقدامات کلیدی سیاستی جهت توانمند سازی و جذب سرمایه های انسانی خلاق و مستعد و رونق بخشیدن و تقویت بخش های وابسته به اقتصاد خلاق را به کار گرفته و مواردی از جمله افزایش سرمایه گذاری در سرمایه های انسانی، تقویت چارچوب های حقوقی و قانونی، فراهم کردن بودجه بالاتر و دسترسی به ابزارهای اقتصادی، تقویت زیرساخت های سازمانی و بهبود سیاست های تجارت و راهبردهای صادرات را جهت توسعه و رونق این بخش ها مد نظر قرار دهند. همچنین با توجه به تاثیر سرمایه های انسانی بر

اثر گذاری صنایع خلاق بر رشد اقتصادی، توصیه می شود یادگیری مهارت های خلاق از سنین کم شروع شوند تا بتوان بنیان های لازم برای نو سازی دائم استعدادهای خلاق و افزایش تقاضا برای محتوا و محصولات خلاقانه متنوع تر و پیشرفته تر را ایجاد کرد. سیاست گذاران می توانند از طریق فعالیت های آموزشی در طیف گسترده ای که کودکان خردسال تا بزرگسالان را شامل می شود بر خلاقیت اثر بگذارند. این اقدام می تواند از طریق ترویج و ارتقاء خلاقیت و نوآوری در تمامی سطوح آموزش و کارآموزی، حمایت از توسعه حرفه ای معلمان به عنوان واسطه های خلاقیت و نوآوری میسر شود. همچنین کشورها می توانند با ایجاد زیست بوم های نوآوری، مدرسه های عالی مهارتی و تدوین سند آمایش خلاقیت به شناسایی و پرورش سرمایه های خالق پرداخته و با شناخت شهرها و مناطق خلاق گامی موثر در جهت رشد و پویایی اقتصادی بردارند.

منابع

۱. حاجی کریمی، عباسعلی، حسینی، ابولحسن، تاثیر عوامل راهبردی زمینه ساز بر مدیریت استعداد، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، سال اول شماره ۷، تابستان ۴۹۵۳.
۲. حسین زادگان، زهره (۱۳۹۰)، "طراحی الگوی توسعه صادرات کالاهای فرهنگی"، رساله ی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
۳. رزقی شیرسوار، هادی و عمرانی صباغی، محمد حسین، "راهکارهای توسعه ی صادرات کالاهای فرهنگی در عصر جهانی شدن"، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، دوره ۴، شماره ۱۱، تابستان ۱۳۹۲، صفحه ۴۱-۷۲.
۴. شاکری، عباس و مالکی، امین (۱۳۸۹)، آزمون رابطه رشد صادرات غیر نفتی و رشد اقتصادی در ایران، فصلنامه پژوهشها و سیاستهای اقتصادی، سال هجدهم، شماره ۵۶، صفحات ۵-۲۶.
۵. صالحی امیری، سید رضا، کاووسی اسماعیل و تقدسی پوران دخت (۱۳۸۹)، "بررسی عوامل موثر در صادرات کالاهای فرهنگی در ایران و ارایه راهبردهای مدیریتی" فصلنامه مدیریت فرهنگی، دوره ۴، شماره ۹، از صفحه ۷۳ تا صفحه ۹۳.
۶. طیبی، سید کمیل، عمادزاده، مصطفی و شیخ بهایی، آریتا (۱۳۸۷)، تاثیر صادرات صنعتی و سرمایه ای انسانی بر بهره وری عوامل تولید و رشد اقتصادی در کشورهای عضو OECD، فصلنامه اقتصاد مقداری، دوره ۵، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۷، صفحات ۸۵-۱۰۶.
۷. فدایی خوراسگانی، مهدی و نیری، سمیه (۱۳۸۹). بررسی تاثیر تحولات شاخص های فرهنگی منتخب فرهنگی بر رشد اقتصادی در ایران، فصلنامه علمی-پژوهشی، پژوهشهای رشد و توسعه اقتصادی، سال اول، شماره اول.
۸. کی قبادی، مرضیه، فخرايي، مرضیه، علوی، سیده سارا و زواری، سید عبدالمجید (۱۳۸۷)،
۹. گزارش پایانی گام اول پروژه ی تدوین سند توسعه ی صنایع فرهنگی استان قم، تابستان ۱۳۸۷.
۱۰. میرزایی، حجت الله و بانویی، علی اصغر (۱۳۹۴) "بررسی تاثیر دانش بر رشد اقتصادی استانهای ایران"، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، سال پانزدهم، شماره ۵۸، پاییز ۹۴، صفحات ۱۱۰-۸۳.
۱۱. وارث، سیدحامد، کارآفرینی دولتی، فصلنامه تحول اداری، شماره ۷۷، ۴۹۰۵.

1. Chapain C, Comunian R, 2010, "Enabling and inhibiting the creative economy: The role of the local and regional dimensions in England" Regional Studies 44 717-734 Google Scholar.
2. Christopher, Ehinomen & Daniel Oguntona Olalekan (2012), "Export and Economic Growth Nexus in Nigeria", Management Science and Engineering, Vol. 6, No. 4, PP. 132-142.
3. Edwards, S. (1998). Openness Outward-Orientation, Trade Liberalization and Economic Performance in Developing Countries. NBER Working Paper, 2908.
4. Feder, G. (1983). On Exports and Economic Growth. Journal of Development Economics, 12(1): 59-73.
5. Florida R. and Tinagli, I (2004). Europe in the Creative Age, Carnegie Mellon Software Industry Publishing .
6. Landry, Charles (2000). The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators ,

7. Article at <http://www.lib.bke.hu/gt/2000-4/towse.pdf> [accessed 18 October 2005].
8. <http://fa.euronews.com/tag/european-union/2015> گزارش اتحادیه اروپا
9. <http://whc.unesco.org/2015> یونسکو
10. London: Comedia/Earth scan. For more information, see: <http://books.google.com/bookish=nGCshndAt4sC&output=html>
11. Lopez, E. & G. Serrano. (2005). Complementarity between Human Capital and Trade in Regional Technological Progress, Regional Quantities Analysis Research Group, University of Barcelona.
12. Lorde, T. (2011), "Export-led Growth: A Case Study of Mexico", International Journal of Business, Humanities and Technology, PP. 33-44.
13. Neil Lee (2014), the Creative Industries and Urban Economic Growth in the UK. Journal of Environment and Planning A, vol. 46, 2: pp. 455-470.
14. Panitchpakdi, Supachai & Dervis, Kemal; "Creative Economy Report 2010"; UNCTAD: 2010; pp 33-58. Available At: https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf
15. Phillip, LeBel. (2008). "The role of creative innovation in economic growth: Some international Comparisons". Journal of Asian Economics, 631; No of Pages 14.
16. Ruth Towse, Cultural Economics, Copyright and The Cultural Industries, online
17. Seungil Yum (2016), the economic growth of creative industries in the Miami metropolitan area. Creative Industries Journal, Volume 9, Pages 130-145.
18. Ubaidillah Zuhdi (2012), analyzing the influence of creative industry sector to the national economic structural changes by decomposition analysis: The case of Indonesia". International Congress on Interdisciplinary Business and Social Science, Procardia - Social and Behavioral Sciences 65 (2012) 980 – 985.