

## گردشگری و اقتصاد خلاق

بابک نصیری قرقانی<sup>۱</sup>، امین پیرمحمدزاده<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب دانشکده مدیریت، babak\_nasiri46@yahoo.com

<sup>۲</sup> مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب دانشکده مدیریت، Amin.pmz@gmail.com

### چکیده

در سال‌های اخیر توسعه گردشگری به ویژه گردشگری بین‌المللی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع درآمد در عرصه تجارت جهانی و مؤلفه عمده در بهبود اقتصادی مناطق و کشورها مطرح شده و شتاب مضاعفی یافته است. از مزایای این صنعت پر درآمد و پرارزش می‌توان به این نکته اشاره کرد که گردشگری منبع مهمی برای شکوفایی اقتصاد کشورهای در حال توسعه و برقرارکننده توازن مالی در اقتصاد بین‌الملل کشورهای فقیر و غنی است و زندگی اجتماعی را با ایجاد مشاغل گوناگون و ارتقای سطح درآمد طبقات وسیعی از مردم کشورها گردشگرپرست و گردشگرپذیر تغییر می‌دهد. گردشگری مجموعه تغییرات مکانی انسان‌ها و فعالیت‌هایی منتج از آن تعریف شده است. خلاقیت، پیدایی و تولید ایده، اندیشه و فکری نو و نوآوری، عملی ساختن آن ایده و فکر است.

صنایع خلاق به‌عنوان فعالیت‌های خلاق دانش محور تعریف می‌شود. ارتباطات و هم‌پوشی‌های جدید با گردشگری پشت سرهم ظهور کردند که توان بالقوه قابل ملاحظه‌ای برای رشد و توسعه تقاضای محصولات، تجربه‌ها و بازار جدید در پی داشت. در این مقاله ضمن تعریف صنایع خلاق و تعریف و تاریخچه ظهور گردشگری خلاق، تاثیرات متقابل صنایع خلاق و گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است.

کلید واژه- گردشگری خلاق، اقتصاد خلاق، صنایع خلاق، توسعه اقتصادی.

### مقدمه

در سال‌های اخیر توسعه گردشگری به ویژه گردشگری بین‌المللی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع درآمد در عرصه تجارت جهانی و مؤلفه عمده در بهبود اقتصادی مناطق و کشورها مطرح شده و شتاب مضاعفی یافته است. گردشگری گسترده‌ترین صنعت خدماتی

است که یقیناً در آینده با سرعتی بیش از گذشته و امروز گسترش پیدا خواهد کرد {۱}. از مزایای این صنعت پر درآمد و پر ارزش می‌توان به این نکته اشاره کرد که گردشگری منبع مهمی برای شکوفایی اقتصاد کشورهای در حال توسعه و برقرارکننده توازن مالی در اقتصاد بین‌الملل کشورهای فقیر و غنی است و زندگی اجتماعی را با ایجاد مشاغل گوناگون و ارتقای سطح درآمد طبقات وسیعی از مردم کشورها گردشگر فرست و گردشگر پذیر تغییر می‌دهد.

با توجه به نیاز جوامع به توسعه، برای ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها هستیم. در این راستا توسعه صنعت گردشگری که اقتصاددانان آنرا سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می‌دانند، به عنوان نیاز اساسی کشور مطرح می‌شود. {۲}

گردشگری دارای پیامدهای متفاوتی است که می‌توان آن را به منزله نیروی محرک توسعه اقتصادی در تمام کشورها محسوب نمود. هیچ کشوری را نمی‌توان یافت که فاقد مواد اولیه برای گردشگری باشد. آنچه به تنهایی کشورها را از هم متمایز می‌سازد، جاذبه‌های گردشگری است. بنابراین، هر کشوری با کوششی شایسته در زمینه گردشگری می‌تواند وارد کننده گردشگر باشد و از این راه به رشد و شکوفایی خود و بالا بردن درآمد ارزی خود کمک کند. {۳}

اقتصاد خلاق موتور محرکه رشد و کارآفرینی در بسیاری از کشورهاست که حوزه‌های مختلفی مثل تبلیغات، معماری، هنر، طراحی، مد، موسیقی، انتشارات و فناوری را در بر می‌گیرد.

اقتصاد خلاق در حقیقت یک عامل قوی در برانگیختن ابتکار و خلاقیت که کارآفرینی و توسعه اجتماعی را تقویت می‌کند. از دید یونسکو یکی از بخش‌های اقتصاد جهانی است که سریع‌ترین رشد را سپری می‌کند و نقش مهمی در کسب مهارت و خبرگی برای نسل آینده ایفا می‌کند.

کمیته گردشگری سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی<sup>۱</sup> (OECD) پیوستگی و و هم پوشانی های بین گردشگری و صنایع خلاق را مورد بررسی قرار داد. {۴}

هدف این بررسی درک بهتر ضرورت ارتباط بین گردشگری و بخش‌های خلاق برای توسعه سیاست‌های موثر در این حوزه بود. البته در این بررسی یافته‌های مطالعات قبلی سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی تحت و عنوان تاثیر فرهنگ بر گردشگری (۲۰۰۹) و همچنین غذا و گردشگری (۲۰۱۲) نیز مورد استفاده قرار گرفت.

این سازمان اخیراً بررسی مشارکت اقتصادی توسط صنایع خلاق را تکرار نموده و بر نیاز به ارتباطات آنها با گردشگری تاکید کرده است.

ارتباط بین فرهنگ و گردشگری یکی از منابع مهم رشد گردشگری در دهه‌های اخیر بوده است. و البته به تازگی ما شاهد اهمیت فزاینده خلاقیت در این زمینه بوده‌ایم.

### صنایع خلاق:

صنایع خلاق به عنوان فعالیتهای خلاق دانش محور تعریف می‌شود که تولید کننده‌ها، مشتری‌ها و مکان‌های شرکت‌ها را به هم وصل می‌کند و در این راه از تکنولوژی، استعداد و مهارت استفاده می‌کنند تا تجربیات و محتوای خلاق معنادار ایجاد کنند.

ارتباطات و هم پوشی‌های جدید با گردشگری پشت سرهم ظهور کردند که توان بالقوه قابل ملاحظه‌ای برای رشد و توسعه تقاضای محصولات، تجربه‌ها و بازار جدید در پی داشت.

#### 1 The Organisation for Economic Co-operation and Development

در هم تنیدگی محتوای خلاق با تجربیات گردشگری می‌تواند ارزشی افزوده به دنبال داشته باشد با رسیدن به گروه‌های هدف جدید، بهبود شرایط رقابتی و حمایت از رشد صنایع خلاق و صادرات خلاق.

راهبردها و خط مشی‌های در هم تنیده و یکپارچه در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی در حال ظهور هستند تا سرمایه‌گذاری بر رشد و توسعه فرصت‌های گردشگری و صنایع خلاق را افزایش دهند.

با این وجود چالش اصلی فقط این نیست که صنایع خلاق و ارتباط آن را با گردشگری بفهمیم بلکه قدردانی از تغییرات بنیادی است که از رشد اقتصاد خلاق نشأت گرفته است. راهبردهای فعالی نیاز است تا به طور موثر فرصت‌هایی فراهم آورد برای ایجاد ارزش افزوده از طریق رشد همزمان خلاقیت و گردشگری.

به هر حال، یک رویکرد در بسیاری از مطالعات اخیر درباره خلاقیت، در حال ظهور است که در حوزه گردشگری نیز وجود دارد. رشد سریع، انتقاد بنیادی استراتژی‌های توسعه خلاق، توسعه گردشگری فرهنگی را انعکاس داده است. در حقیقت، "گردشگری خلاق"، اغلب به عنوان یک شکل گسترده از گردشگری فرهنگی دیده می‌شود. {۵}

### ظهور گردشگری خلاق:

همچنانکه اقتصاد خلاق پدیدار شده و در دو دهه اخیر از اهمیت زیادی برخوردار شده، مرزهای بین بخش‌های خلاق نازکتر شده و دانش و مهارت‌های خلاق نیز گسترش یافته‌اند. این تغییرات هم چنین در توسعه ارتباطی بین گردشگری و صنایع خلاق متبلور شده است.

مفاهیم گردشگری در گذشته بر اساس تجربیات یادگیری منبعث از قلمروهای سنتی و فرهنگی بنا شده بود. در حالیکه مدل‌های جدیدتر بر اساس در هم تنیدگی گردشگری و صنایع خلاق به عنوان یک کل مطرح شده که نه فقط مشتری بلکه تولید کننده، سیاست‌گذار و موسسات دانش محور را نیز در بر می‌گیرد.

این ارتباط نوظهور بین گردشگری و صنایع خلاق با ارتباط بین فرهنگ و گردشگری متفاوت است. گردشگری خلاق بر پایه میراث فرهنگی بنا نشده بلکه همچنین بر دانش ایجاد شده توسط اخلاقیات تولیدکنندگان و مصرف کنندگان نیز متکی است.

### گردشگری خلاق:

خلاقیت در اقتصاد دانش بنیان بسیار مهم است و رشد اقتصادی و ایجاد مشاغل را حمایت می‌کند. مرتبط ساختن صنایع خلاق با گردشگری می‌تواند تقاضا را افزایش داده، ابتکار در گردشگری را برانگیزد، محصولات گردشگری را دوباره احیا کند.

توسعه اشکال جدید گردشگری خلاق بخش‌های خلاق مختلف را درگیر نموده و تکنولوژی‌های جدید را به کار می‌گیرد. البته خلاقیت و فرهنگ دو اهرم مهم و قدرتمند توسعه شخصی و اجتماعی است.

کارشناسان معتقدند پس از گردشگری ساحل و گردشگری فرهنگی که نسل‌های اول و دوم صنعت توریسم را شکل داده اند، گردشگری خلاق نسل سوم توریسم است. در این نوع گردشگری، گردشگر را به انجام فعالیت‌های تجربی و روابط عمیق با زندگی

واقعی مردم جامعه مقصد دعوت می‌کند. از این رو گردشگر تنها یک میهمان در جامعه مقصد نیست، بلکه همچون یک شهروند رفتار می‌کند؛ گردشگر-شهروند. امروزه گردشگران همانگونه که خواهان بازدید آثار تاریخی و طبیعی هستند، علاقه وافری به حضور در جامعه مقصد دارند و ترجیح می‌دهند درک عمیق‌تری از آن به دست آورند. در "گردشگری خلاق"، گردشگر به تعامل بیشتر آموزشی، احساسی، اجتماعی و همچنین مشارکت با مکان، فرهنگ زندگی و مردم تشویق می‌شود.

با این همه نقش مدیران شهری و گردشگری در سمت و سو دادن به نوع گردش‌ها می‌تواند تعیین‌کننده باشد، چراکه گردشگر خلاق برای آشنایی با هنرها، سبک زندگی و ابتکارات شهر مقصد، به آنجا سفر می‌کند و مسوولان شهری باید بسترهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی لازم را در این حوزه فراهم آورند. به اعتقاد کارشناسان مدیریت و معماری شهری، حمایت از هنرهای بومی و محلی، ایجاد امکان استفاده مردم از فضاهای شهری در ساعات مختلف شبانه‌روز، حفظ و نگهداری از مجموعه‌های هنری و فرهنگی، حمایت از هنرمندان و افراد خلاق، برگزاری جشنواره‌ها، کارگاه‌ها و نمایشگاه‌ها برای گروه‌های مختلف سنی، ایجاد فضاهایی مانند کارگاه‌های هنری برای فراهم کردن زمینه بروز خلاقیت شهروندان، مطالعه در زمینه اولویت نیازمندی‌های شهری و عمومی، تشریح مساعی با فرهنگ در حفظ ابنیه و آثار باستانی جلب مشارکت مردم به تامین قسمتی از هزینه‌های خدمات عمومی و... می‌تواند کمک‌های قابل‌توجهی به شکل‌گیری شهرهای خلاق داشته باشد.

در حال حاضر در کشورهایی که گردشگری در آنها پویاست، منابع و جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی به حد اشباع رسیده و برنامه‌ریزان این صنعت به دنبال ایجاد جاذبه‌های نوین گردشگری است تا بتواند پاسخگوی تقاضای بالای این بازار در حال گسترش باشد. در چنین شرایطی صنعت گردشگری به عرصه‌ای پویا برای خلاقیت و ابتکار متخصصانی تبدیل شده که به صورت‌های مختلف مستقیم و غیرمستقیم با آن در ارتباط هستند. این متخصصان با داشتن فضایی مناسب در حوزه گردشگری توانسته‌اند به ابتکارات و نوآوری‌هایی دست یابند، که نه تنها برای این صنعت، بلکه برای تحول و پیشرفت جامعه جهانی مفید بوده است. نوآوری‌ها و ابتکارات همچنین سبب بالا رفتن رقابت میان مقصدهای مختلف گردشگری برای افزایش گردشگرانشان شده است. افزایش رقابت میان مقاصد گردشگری سبب بالا رفتن کیفیت خدمات و کالاهای گردشگری شده و به افزایش منافع اقتصادی مردم بومی می‌انجامد. در این خصوص بسیاری از کشورهای پیشرو اقدام به ایجاد سازمان یا بخشی تحت عنوان گردشگری مبتکرانه کرده‌اند تا از طریق آن بتوانند به حمایت از ایده‌های جدید و کسب و کارهای خلاقانه کوچک بپردازند. مأموریت اصلی این سازمان‌ها و بخش‌ها، رسیدن به اهدافی چون افزایش مدت زمان اقامت گردشگران، توسعه بازارهای جدید گردشگری، بهبود کیفیت تجربیات گردشگران و جذب گردشگران مسئول‌پذیرتر عنوان شده است.

ریموند، یک تعریف تجدیدنظر شده از گردشگری خلاق بیان می‌کند، که اثرات ناشی از تجربه‌اش در جهت پیشرفت گردشگری خلاق در نیوزیلند دیده می‌شود. مشاهدات او به این شرح است: قابل تحمل‌ترین فرم گردشگری که یک احساس صحیح برای فرهنگ بومی از میان گونه‌های بی‌قاعده فراهم می‌کند کارگاه و تجربیات خلاق است. کارگاه‌ها در گروه‌های کوچک همراه با استاد و مکان‌هایی برای کار تشکیل می‌شود. آن‌ها به دیدار کنندگان اجازه کشف خلاقیتشان را با نزدیک شدن به مردم محلی می‌دهند (ص ۱۴۲).

همچنین این تعاریف در تأکید با هم اختلاف دارند. آن‌ها عنصرهای مشترکی هستند: شرکت‌کننده، اعتبار، تجربه‌ای که اجازه می‌دهد به گردشگران پتانسیل خلاقیت و مهارتشان را از طریق ارتباط با مردم محلی و فرهنگ آن‌ها گسترش دهند.

به نظر می‌رسد ماهیت گردشگری خلاق در فعالیت‌ها و تجارب مرتبط با خود یادگیری و خود تجربه‌کردن که به موجب آن گردشگران مجری و خالق می‌شوند که مهارت‌های خلاقشان را گسترش دهند قرار گرفته است.

### تأثیرات متقابل صنایع خلاق و گردشگری:

صنایع خلاق فرصت‌های جالبی برای گردشگری ایجاد می‌کنند از جمله:

- توسعه دادن و تنوع بخشیدن محصولات و تجربیات گردشگری
  - احیاء مجدد محصولات و تجربیات گردشگری
  - استفاده از تکنولوژی خلاق برای توسعه و تقویت تجربیات گردشگری
  - افزودن جذابیت به مکان‌های توریستی
  - غلبه کردن بر محدودیت‌های مدل‌های سنتی و فرهنگی گردشگری
- در مقابل گردشگری نیز برای صنایع خلاق مهم است چرا که توان آن را دارد که:

- افزودن طرفداران محصولات خلاق
- حمایت کردن از ابتکار و نوآوری
- بهبود تصورات از کشورها . مناطق
- گشودن بازارهای صادرات

• حمایت از شبکه‌های حرفه‌ای و توسعه دانش

### بهبود منابع جدید ارزش افزوده:

در کنار هم آوردن گردشگری و بنگاه‌های خلاق باعث بهبود و توسعه محصولات بخش‌های مختلف می‌شود.

معلومات و دانش خلاق و تکنولوژی‌های جدید می‌توانند طراحی تجربیات گردشگری جذاب و جالب را حمایت کنند و راهبردهای بازاریابی خلاقانه را تقویت میکنند که به جذب مشتری‌های جدید می‌انجامد، چنانچه به عنوان مثال در توسعه برنامه‌های موبایل و سیستم‌های رزرواسیون دیده شده است.

ارتباطات با بخش‌های خلاق همچنین می‌تواند فرصت‌هایی برای شناسایی روش‌های جدید انجام کسب و کارها در اقتصاد گردشگری فراهم نماید.

### نتیجه‌گیری

در راستای رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال اخیر که نشان دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است؛ و نقش مهمی که در تولید ناخالص ملی کشورها دارد، اقتصاد خلاق که در حقیقت یک عامل قوی در برانگیختن ابتکار و خلاقیت بشمار می‌آید که کارآفرینی و توسعه اجتماعی را تقویت می‌کند تا آنجایی که از دید یونسکو یکی از بخش‌های اقتصاد جهانی است که سریع‌ترین رشد را سپری می‌کند و نقش مهمی در کسب مهارت و خبرگی برای نسل آینده ایفا می‌کند؛ کمیته گردشگری سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD) با هدف بررسی درک بهتر ضرورت ارتباط بین گردشگری و بخش‌های خلاق برای توسعه سیاست‌های موثر در این حوزه؛ پیوستگی و هم پوشانی‌های بین گردشگری و صنایع خلاق را مورد بررسی قرار داده است. کارشناسان معتقدند پس از گردشگری ساحل و گردشگری فرهنگی که نسل‌های اول و دوم صنعت توریسم را شکل داده اند، گردشگری خلاق نسل سوم توریسم است. در این نوع گردشگری، گردشگر را به انجام فعالیت‌های تجربی و روابط عمیق با زندگی واقعی مردم جامعه مقصد دعوت می‌کند. از این رو گردشگر تنها یک میهمان در جامعه مقصد نیست، بلکه همچون یک شهروند رفتار می‌کند؛ گردشگر-شهروند. امروزه گردشگران همانگونه که خواهان بازدید آثار تاریخی و طبیعی هستند، علاقه وافری به حضور در جامعه مقصد دارند و ترجیح می‌دهند درک عمیق‌تری از آن به دست آورند. در "گردشگری خلاق"، گردشگر به تعامل بیشتر آموزشی،

احساسی، اجتماعی و همچنین مشارکت با مکان، فرهنگ زندگی و مردم تشویق می‌شود. در هم تنیدگی محتوای خلاق با تجربیات گردشگری می‌تواند ارزشی افزوده به دنبال داشته باشد. معلومات و دانش خلاق و تکنولوژی‌های جدید می‌توانند طراحی تجربیات گردشگری جذاب و جالب را حمایت کنند و راهبردهای بازاریابی خلاقانه را تقویت میکند که به جذب مشتری‌های جدید می‌انجامد. با این وجود چالش اصلی فقط این نیست که صنایع خلاق و ارتباط آن را با گردشگری بفهمیم بلکه قدردانی از تغییرات بنیادی است که از رشد اقتصاد خلاق نشأت گرفته است. راهبردهای فعالی نیاز است تا به طور موثر فرصتهایی فراهم آورد برای ایجاد ارزش افزوده از طریق رشد همزمان خلاقیت و گردشگری.

در نتیجه راهبردها و خط مشی‌های در هم تنیده و یکپارچه در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی در حال ظهور هستند تا سرمایه‌گذاری بر رشد و توسعه فرصت‌های گردشگری و صنایع خلاق را افزایش دهند.

## مراجع

- [۱] چاک ای، گی (۱۳۳۲) جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه دکتر پارساییان، علی؛ دکتر اعرابی، محمد؛ دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- [۲] مدهوشی، مهرداد و نادر ناصرپور (۱۳۸۲): ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، پاییز ۱۳۸۲، صص ۵۸-۲۸.
- [۳] هزار جریبی، جعفر و ملک محمد نجفی (۱۳۸۹): اعتماد اجتماعی و توسعه گردشگری، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره هفتم، زمستان ۱۳۸۹، صص ۷۰-۵۳.
- [۴] OECD (2014), Tourism and the Creative Economy, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing  
<http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>
- [۵] RichardsT Greg and Lenia Margues (2012): Exploring Creative Tourism: Editors Inktrouction. Jornal of Tourism Consumption and practice Volume No .2 2012