

اقتصاد خلاق و کارآفرینی: مقایسه ای از فعالیت های صورت گرفته از دو کشور ایران و مالزی

سیده صدیقه جلال پور^۱

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب ، ss.jalalpour@yahoo.com

چکیده - اقتصاد خلاق موجب ارتقای خلاقیت، فناوری، فرهنگ، کارآفرینی و نوآوری شده و رشد و توسعه اقتصاد پایدار را به همراه دارد. بخش های اقتصاد خلاق شامل هنرها، صنایع دستی، میراث فرهنگی و مکان های باستانی، کتاب ها، فیلم ها، جشنواره ها و ... می باشند. هر یک از این بخش می تواند از طریق تجارت (صادرات)، حقوق مالکیت معنوی، ایجاد شغل با سطوح بالایی از مهارت حرفه ای به خصوص در کسب و کارهای کوچک و متوسط و یا جذب گردشگران موجب افزایش درآمد برای شهرها، مناطق جغرافیایی و حتی کشورها شود. از طرفی تجارت جهانی در صنایع خلاق نشان داده که به رشدی پایدار دست یافته است. در همین راستا، صادرات کشورهای در حال توسعه با رهبری کشورهای آسیایی رشد پرسرعت تری به نسبت کشورهای توسعه یافته داشته است. از اینرو این مقاله به بررسی و مقایسه اقتصاد خلاق و سطح کارآفرینی دو کشور ایران و مالزی می پردازد.

کلید واژگان - اقتصاد خلاق، کارآفرینی، شهرهای خلاق، ایران، مالزی

۱- مقدمه

عبارت اقتصاد خلاق اولین بار توسط جان هاوکینز^۱ در سال ۲۰۰۱ در کتابش معرفی شد. وی بیان نمود که دو واژه خلاقیت و اقتصاد مباحثی جدید نمی باشند، بلکه ماهیت و گستردگی روابط آنها با یکدیگر و چگونگی ترکیب آنها که منجر به ارزش و سرمایه ای غیرمترعارف شده است، مورد توجه قرار گرفته است. از اینرو امروزه در کشورهای در حال توسعه، اقتصاد خلاق به عنوان موضوعی ویژه در بخش اجتماعی-اقتصادی مورد شناسایی قرار گرفته است [۱]. جهان در حال توسعه در زمینه اقتصاد خلاق دارای پتانسیل عظیمی می باشد چراکه این کشورها دارای دارایی های خلاق و منابع فرهنگی غنی ای هستند [۲]. این منابع نه تنها آنها را قادر می سازد تا هویت های فرهنگی منحصر به فرد خود را به شکل محصول یا خدمتی قابل ارائه سازند بلکه به آنها به عنوان منبعی برای رشد اقتصادی، ایجاد شغل و مشارکت بیشتر در اقتصاد جهانی می نگرد [۱].

به طور کلی، صنایع دستی در کانون توجه " پروژه های فردی " قرار دارند که یا به وسیله ی کارآفرینان یا به عنوان بخشی از پروژه های توسعه که بودجه شان از طریق دولت یا کمک های بین المللی خارجی یا سازمان های مردم نهاد تامین می شود، به اجرا در می آیند. طی سالیان دراز، چند پروژه مثلاً بر مبنای پتانسیل فقرزدایی صنایع دستی و به عنوان موتوری برای توسعه ی اقتصادی بخش های فقیرنشین تر، طراحی شده اند. از آنجا که این گونه پروژه ها اغلب به کمک کشورهای خارجی وابسته اند، به محض قطع کمک های خارجی بر اثر محدودیت های زیرساختی یا کمبود بودجه شکست می خورند. این یافته ها ما را به این واقعیت رهنمون می سازند که یک استراتژی جامع توسعه، مستلزم شناخت ظرفیت این صنایع در توسعه ی اقتصادی و فقرزدایی است [۳].

^۱ John Howkins

۲- تعریف اقتصاد خلاق

در دهه ۹۰ و اوایل قرن ۲۱ میلادی، مقوله صنایع خلاق در مناطق مختلفی به ویژه شهرهای آسیایی مورد توجه قرار گرفتند. این مقوله به صنایع فرهنگی و هنری کشورها بر می گردد که در سطح ملی کاملاً جاافتاده بوده اما می بایست خود را با سطح انتظارات جامعه جهانی هماهنگ نماید [۴]. اقتصاد خلاق و حوزه وسیعی از صنایع خلاق را شامل می شود، که جزئی ضروری برای رشد، اشتغال و تجارت جهانی در عصر کنونی می باشند [۵]. مفاهیم و معیارهایی که یک اقتصاد خلاق را شکل می دهند شامل شهرهای خلاق^۲، طبقه خلاق^۳، صنایع فرهنگی^۴ و نیروی کار فرهنگی^۵ می باشد که با یکدیگر ارتباط و رقابت نزدیکی دارند، خروجی این صنایع همگی مبتنی بر خلاقیت بوده و منجر به مالکیت فکری می شود [۶]. سازمان ها و کشورهای گوناگون، از اصطلاحات متفاوتی برای بیان صنایع خلاق استفاده کرده اند. همچنین اقتصاد خلاق توسط عبارات دیگری همچون صنایع تجربه ای در سوئد، صنایع فرهنگی در یونسکو، بخش فرهنگی و صنایع فرهنگی در کمیسیون اروپا، و صنایع سرگرمی و رسانه یا صنایع کپی راییت در آمریکا نامیده می شوند [۷]. البته آنکتاد در سال ۲۰۰۸ آن را اقتصاد خلاق نامگذاری کرده که مفهومی در حال تکامل و پویا از صنایع خلاق می باشد [۸].

از میان تعداد زیادی از بخش ها که در صنایع خلاق جای می گیرند، برخی از بخش ها همچون هنر و صنایع دستی، طراح مد، فیلم، تئاتر و هنرهای نمایشی، تبلیغات، چاپ و نشر، رسانه های جمعی و ضبط موسیقی دارای ویژگی های برجسته تری نسبت به بقیه هستند. برخی منتقدان پیشنهاد کرده اند تا گنجانیدن توسعه نرم افزار، خدمات کامپیوتری، رسانه های دیجیتال و ارتباطات در صنایع خلاق می تواند به طور مصنوعی این بخش را متورم کند [۹]، اما برخی دیگر صنایعی خاصی همچون توریسم، میراث فرهنگی و ورزش را به عنوان صنایع برجسته در این بخش معرفی کرده اند [۱].

در رویکرد آنکتاد به صنایع خلاق، که "خلاقیت" را به عنوان فصل الخطاب در نظر می گیرد، هر نوع فعالیتی که دارای یک مولفه ی هنری قوی باشد تا "هر نوع فعالیت اقتصادی ای که فرآورده های سمبلیک تولید می کند و وابستگی شدیدی به مقوله ی مالکیت معنوی دارد و برای یک بازار تا حد امکان بزرگ انجام می شود" در گستره ی صنایع خلاق جای می گیرند. برپایه ی این طبقه بندی، صنایع خلاق با توجه به ویژگی های متمایز شان از چهار گروه تشکیل می شوند: میراث فرهنگی، هنرها، رسانه ها و آفرینش های کارکردی. شکل ۱ این طبقه بندی را نشان می دهد [۳].

² Creative City

³ Creative Class

⁴ Cultural Industry

⁵ Cultural Workforce



امروزه منبع واقعی رشد اقتصادی در اقتصاد خلاق، خوشه بندی و تمرکز بر روی افراد با استعداد و مولد می باشد. ایده های جدید تولید می شوند و بهره روی زمانی افزایش می یابد که ارتباط نزدیکی با یکدیگر در شهرها و مناطق داشته باشیم. نیروی های خوشه بندی هر یک از ما را بهره ور تر ساخته تا در این مسیر منجر به افزایش سرمایه و خروجی ها گردد [۱۰].

ارتباط اقتصاد خلاق با کارآفرینی

اقتصاد خلاق یکی از متمایزترین مؤلفه های اقتصاد کارآفرینانه است. فعالیت های خلاقانه بر نوآوری، بینش و استعداد نویسندگان، مخترعان و تولیدکنندگان متکی است. عدم اطمینان تقاضای بالا یکی از مشخصه های اقتصاد خلاق بوده و از اینرو کارآفرینانی در آن به فعالیت می پردازند که دارای خلاقیت های هنری و فرهنگی بالایی بوده و در این راستا ریسک بالایی را می پذیرند [۱۱]. رشد و توسعه صنایع خلاق به ماهیت اجتماعی قالب های کارآفرینی و نوآوری آنها بازمی گردد. مباحث مرتبط به مطالعات کارآفرینی در صنایع خلاق از سال ۲۰۰۵ شروع شده و به سرعت توسعه پیدا کرده است [۵]. برخی مفسران بر این عقیده اند که صنایع خلاق وابسته به تحقیق و توسعه و استراتژی های نوآورانه کارآفرینان می باشد [۱۲].

مطالعه کارآفرینی در سال های اخیر به سرعت افزایش یافته است، و فراتر از مرزهای مطالعات کسب و کار و مدیریتی گسترش یافته است [۱۳]. این مقوله بدون شک با فشارهای وارده به دلیل نیازهای اقتصادهای در حال گذار (اقتصاد های فراصنعتی که به دنبال منابعی جدید برای فعالیت های اقتصادی خود هستند و جوامع به شدت صنعتی که به دنبال فعالیت های اقتصادی پایدار هستند) شکل گرفته است، پیشرفت های مفهومی همراه با کاربردهای واقعی آن در حال شکل گیری می باشند [۵].

اقتصاد خلاق دو نوع از کارآفرینان را با هم ادغام می کند. نوع اول آن کارآفرینانی هستند که با درک تغییرات سیاست های فرهنگی شهرهای خلاق دست به فعالیت های کارآفرینانه زده و خوشه های خلاق را ایجاد می نمایند. نوع دوم آنها مفهوم اقتصاد اشتراکی را پذیرفته و به سهم کردن دیگر کارآفرینان در دانش و تخصصشان پرداخته و در زمینه های مختلف کاربردی به خصوص در اقتصاد دیجیتالی و اقتصاد اجتماعی مرتبط می شوند [۱۱].

جدول ۱- سیاست های کارآفرینی مرتبط با اقتصاد خلاق

سطح سیاستی	اهداف	گزینه های سیاستی
خرد	تحلیل و نقشه ریزی تأثیرات اقتصادی و اجتماعی صنایع خلاق	تحلیل موقعیت چرخه های زنجیره ارزش، مروری بر سیاست های موجود و اکولوژی ویژه هر صنعت
	حمایت از SME های خلاق	توسعه ابتکارات عمل مرتبط با SME های خلاق، حمایت های مالی و فیزیکی، آموزش مهارت های کسب و کار، ایجاد ابزارهای برای شروع کسب و کار و استراتژی های بازار
میانی ^۶	تحلیل های تطبیقی و مقایسه ای روابط میان صنایع خلاق و خودی	ایجاد خوشه های خلاق و زیرساختارهای خلاق برای به تحریک واداشتن فعالیت ها، اشتراک دانش و جذب بخش های غیررسمی
		سازماندهی شبکه ها و انجمن های بخشی: تسهیل همکاری ها، همکاری های مشترک میان ذینفعان مختلف از جمله NGO و دانشگاه ها
		توسعه کاربردهای ICT و ارتقای کاربردهای فناوری های جدید از مدل های جدید کسب و کار در هر مرحله از زنجیره خلاق
		شناسایی واسطه های حیاتی میان تمامی اجزای اصلی

⁶ meso

ادامه جدول ۱- سیاست های کارآفرینی مرتبط با اقتصاد خلاق		
راه اندازی سیستمی نظارتی و جمع آوری اطلاعات مورد نیاز برای شناسایی مناسب ترین مدل	ایجاد سیستم سیاست گذاری مطلع مبتنی بر شواهد	کلان
تشخیص فاصله میان آمارهای ملی و فعالیت های بازار واقعی برای ابزارهای ارزیابی		
راه اندازی مرکزی چند رشته ای، یا نیروی کار بین الوزارتین برای تسهیل هماهنگی های چند بخش از قبیل فرهنگ، تجارت، امور مالی، گردشگری، نیروی کار، فناوری، آموزش و مهاجرت	مکانیسم های نهادی بین واحدی	
شناسایی صنایع خلاق منحصر به فرد و نقاط قوت و ضعف صنایع خلاق بومی و فرصت های پیش روی تجارت بین المللی		
بررسی محدودیت های طرح های کپی رایت موجود و حقوق مالکیت فکری و بکارگیری قوانین رقابتی متناسب	توسعه اجتماعی-اقتصادی	
ارتقا و ترویج سیاست های فرهنگی و اجتماعی به خصوص در رابطه با جوانان و زنان		
استفاده از نام تجاری برای صنایع خلاق به عنوان استراتژی ملی در راستای ارتقای تصویر ملی	ایجاد هویت های ملی	
تحلیل تغییرات در زیبایی شناختی، سبک زندگی و تولیدکننده بودن در بلندمدت و اثرات آن بر استراتژی های ملی	تحلیل اثرات بلند مدت صنایع خلاق	متا ^۷

⁷ Meta

۲-۲- شهرهای خلاق در اقتصاد خلاق

ایده اقتصاد خلاق که به طور اخص در مورد شهرها نیز به کار رفته، پیدایش مفهوم "شهر خلاق" را به همراه داشته است. شهر خلاق یک مجتمع شهری را توصیف می کند که فعالیت های فرهنگی بخش های مختلف آن، مؤلفه های اقتصاد شهر و کارکردهای اجتماعی را تشکیل می دهند [۳]. همچون شهرهای اصفهان، لالجین همدان، زنجان، یزد، جزیره هرمز و ... در ایران که برخی ثبت یونسکو شده اند و برخی هنوز شناسایی نشده اند.

شهرهای خلاق پتانسیل خلاقیتشان را در راه های مختلف به کار می گیرند. برخی شهرها به عنوان مکانی برای خلق تجربه های فرهنگی برای ساکنان و بازدیدکنندگان عمل می کنند. این کار از طریق نمایش و عرضه میراث فرهنگی یا از طریق فعالیت های فرهنگی در زمینه های هنرهای نمایشی و تجسمی انجام می شوند [۳]. همچون مراسم و جشن های ملی و دینی در برخی از شهرهای کشور ایران که می تواند برای بازدیدکنندگان داخلی و خارجی جذاب باشد.

مشارکت بخش خلاق در شکوفایی اقتصادی شهرها را می توان بر حسب مشارکت مستقیم این بخش ها در خروجی ها، ارزش افزوده، درآمد، اشتغال و ... از طریق سرمایه گذاری مستقیم و غیرمستقیم اندازه گرفت. مثلاً با پول هایی که توسط جهانگردان برای لذت بردن از جاذبه های فرهنگی یک شهر خرج می شود. به علاوه شهرهایی که یک زندگی فرهنگی فعال دارند می توانند جذب کننده سرمایه گذاری از انواع صنایع به سمت خود باشند. زیرا سرمایه گذاران مایلند در شهرها و مراکز مستقر شوند که دارای محیطی مطبوع، لذت بخش و برانگیزاننده برای کارکنان آنها باشند [۳].

۳- مالزی و مسیر توسعه صنایع خلاق و کارآفرینی

کشور مالزی با جمعیتی تقریباً ۳۱ میلیون نفری دارای تولید ناخالص داخلی برابر ۲۹۶/۳ میلیارد دلار آمریکا در سال ۲۰۱۵ میلادی می باشد. بر اساس گزارشات بانک جهانی کشور مالزی در زمینه کارآفرینی و سهولت کسب و کار دارای رتبه ۱۸ در ۱۸۹ اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۵ میلادی و نسبت صادرات به تولید ناخالص داخلی آن ۸۳ درصد در سال ۲۰۱۳ می باشد^۸. مالزی در دسته بندی اقتصادهای در حال توسعه با دید منطقه جغرافیایی و گروه اقتصادی در دسته آسیای جنوب شرقی همراه با کشورهایی از جمله سنگاپور، اندونزی، تایلند، فیلیپین و ... قرار گرفته است [۱۴].

کشور مالزی جزء ۲۰ کشور اول صادرکننده محصولات خلاق به دیگر نقاط جهان می باشد. ارزش صادرات این کشور در سال ۲۰۱۲ معادل ۵۸۱۰ میلیون دلار آمریکا بوده که سهم بازار ۱/۲۳ درصد از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده است. این کشور طی سال های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۲ رشد ۱۴ درصدی در این حوزه را به همراه داشته است [۱۵]. کسب و کارهای کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی مالزی و مباحث اشتغال نقش بااهمیتی دارند. سرشماری سال ۲۰۰۰ که توسط اداره آمار مالزی انجام شد، نشان داد که نزدیک به ۹۰ درصد شرکتهای تأسیس شده در بخش های تولیدی در مالزی و نزدیک به ۹۷ درصد از شرکت های موجود در بخش های خدماتی مالزی جزء کسب و کارهای کوچک و متوسط می باشند. این مطلب نشان می دهد که اقتصاد مالزی گامی از اقتصاد

⁸ <http://www.worldbank.org/en/country>

مدیریتی به اقتصاد کارآفرینانه برداشته است. هر ساله، با افزایش هزاران کسب و کار جدید، شرکت های کوچک به شرکت های بزرگ تبدیل می شوند، بنابراین اطمینان از بقا و رشد سرمایه گذاری در کسب و کارهای کوچک در مالزی، مسئله ای با اهمیت می باشد [۱۶].

توسعه کارآفرینی در دو طیف "مفهوم و سیاست" در مالزی در حال رشد است. در سال های اخیر، کارآفرینی در مالزی به عنوان یک موتور محرکه جدید در رشد اقتصادی تبدیل شده است. این مطلب را می توان از مکانیسم های حمایتی و سیاست هایی که در این زمینه از سوی دولت اتخاذ شده تا به تشویق نگرش کارآفرینانه بپردازد، پی برد. این سیاست ها و به تبع آن مکانیسم شامل پارک های کسب و کار کارآفرینانه، مراکز کسب و کار و خدمات مشاوره ای می شوند. بر اساس گزارش دیده بان کارآفرینی جهانی، درک و نگرش کلی دولت در مورد کارآفرینی و آگاهی های اجتماعی در مالزی در طی زمان در حال تبدیل شدن به یک هنجار فرهنگی می باشد. در سطح فردی در جامعه مالزی علاقه به سمت ایجاد کسب و کارهای جدید در حال افزایش است. در این راستا دولت مالزی برای پذیرش فرهنگ کارآفرینانه در سطح جامعه، بخش جدیدی به نام وزارت توسعه کارآفرینان را در سال ۱۹۹۵ ایجاد نمود تا بتواند آن را جایگزین وزارت صنایع اصلی^۹ نماید. هدف وزارت خانه توسعه کارآفرینان، ایجاد محیطی مناسب برای ارتقاء همکاری بخش کارآفرینانه در کشور می باشد. دولت مالزی این بخش را در سال ۲۰۰۴ به وزارت توسعه همکاری متقابل و کارآفرینان^{۱۰} تغییر شکل داد [۱۷].

تاریخچه صنایع خلاق در مالزی به سال ۱۹۹۱ میلادی برمی گردد که چهارمین نخست وزیر مالزی، ماهاتیر محمد این کشور را در چشم انداز ۲۰۲۰ خود به عنوان ملتی توسعه یافته معرفی نمود. بر طبق این چشم انداز کریدور چند رسانه ای^{۱۱} در سال ۱۹۹۶ با تأکید بر اقتصاد دانشی شکل گرفت [۱۸]. صنایع خلاق شامل تبلیغات، معماری، بازارهای هنری و عتیقه، طراحان مد، فیلم و ویدئو، موسیقی و نرم افزار می باشند. متأسفانه بدون دسترسی به بازارهای محتوای دیجیتالی معاصر و هم دوره (با ژاپن و کره) این مقوله امکان پذیر نمی باشد، بسیاری از کشورهای در حال توسعه همچون مالزی توریسم فرهنگی خود را به عنوان بخشی از صنایع خلاق دسته بندی نموده اند [۸].

مالزی به دلیل برخورداری از جامعه ای چند قومیتی و چند مذهبی دارای محصولات فرهنگی شناخته شده ای می باشد [۱۹]. بنابراین تأثیرات فرهنگی مالزی بر روی محصولات و خدمات خلاقشان قابل مشاهده می باشد. . آنکتاد (۲۰۰۹)، مالزی را به عنوان یکی از بهترین تولیدکنندگان فرهنگی میان کشورهای در حال توسعه ای همچون اندونزی، نیجریه و ویتنام شناسایی کرده است [۲۰].

توسعه صنایع خلاق در مالزی تغییر شکلی از اقتصاد دانش بنیان است که در آن تمرکز ویژه ای به عناصر چندرسانه ای و حوزه های نوآوری و فناوری که توسط دولت راه اندازی شده اند، شده است. پروژه عظیم فرا کریدور چندرسانه ای^{۱۲} در سال ۱۹۹۵ میلادی به تصویب رسید و یکی از عناصر حیاتی برای رشد بخش های فناوری در این کشور شناخته شد. دولت مالزی میلیاردها ریخت مالزی را در پروژه های مختلف آن سرمایه گذاری کرده است، برخی از این پروژه های عبارتند از کریدور چند رسانه ای، شهر سایبری جایا^{۱۳}؛

⁹ Ministry of Prime Industry (MPI)

¹⁰ Ministry of Entrepreneur and Co-operative Development (MECD)

¹¹ Multimedia Super Corridor (MSC)

¹² Multimedia Super Corridor (MSC)

¹³ Cyberjaya City

پارک فناوری مالزی، مدارس هوشمند و بازاریابی بدون مرز. بخشی از پروژه عظیم کریدور چند رسانه ای، شهر سایبری جایا است که به عنوان بخشی برای فعالیت های خلاقانه عمل می کند، و نیز بخشی صادراتی برای بنگاه های چندملیتی خارجی و بنگاه های داخلی صادرات محور در نظر گرفته شده است. این عملیات در راستای همراهی با چشم انداز تنظیم شده از سوی چهارمین نخست وزیر مالزی، ماهاتیر محمد شکل گرفته تا بتواند ازین طریق تا سال ۲۰۲۰ کشور مالزی را به یکی از کشورهای توسعه یافته تبدیل نماید. البته کشور مالزی به نسبت کشورهای همسایه خود در آسیا همچون سنگاپور و اندونزی در زمینه صنایع خلاق راهی طولانی را در پیش دارد [۲۰]. جدول ۲، طبق گزارشات آنکتاد سال ۲۰۱۶ بر اساس کشور مالزی دسته بندی برای عملکرد تجارت صنایع خلاق صورت داده است [۱۵].

جدول ۲- عملکرد تجارت صنایع خلاق کشور مالزی

مالزی			سال ۲۰۰۳ میلادی (ارزش به میلیون دلار آمریکا)			سال ۲۰۱۲ میلادی (ارزش به میلیون دلار آمریکا)		
صادرات	واردات	تراز تجاری	صادرات	واردات	تراز تجاری	صادرات	واردات	تراز تجاری
۳۷۸۵/۱۱	۳۵۹۸/۹۹	۱۸۶/۸۲	۵۹۸۵/۱۹	۲۵۷۱/۶۹	۳۴۱۳/۵۰	همه صنایع خلاق		
۱۹۵۱/۲۶	۶۷۶/۷۸	۱۲۷۴/۴۸	۵۸۱۰/۲۱	۱۹۷۲/۲۱	۳۸۳۷/۴۰	همه محصولات خلاق		
۱۸۳۴/۵۵	۲۹۲۲/۲۱	-۱۰۸۶/۶۶	۱۷۴/۹۸	۵۹۸/۸۷	-۴۲۳/۹	همه خدمات خلاق		

۴- ایران و مسیر توسعه صنایع خلاق و کارآفرینی

کشور ایران کشوری با جمعیتی بالغ بر ۷۹/۱۱ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ و دارای تولید ناخالص داخلی ۴۲۵/۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ با نرخ تورم ۱۳/۷ درصد در سال ۲۰۱۵ می باشد (World bank 2016). ایران در دسته بندی اقتصادهای در حال توسعه با دید منطقه جغرافیایی و گروه اقتصادی در دسته آسیای جنوبی همراه با کشورهایی از جمله هند، پاکستان، افغانستان، سریلانکا و ... قرار گرفته است [۱۴].

کشور ایران در چند سال اخیر توجه بیشتری به بحث کارآفرینی آکادمیک داشته و در این راستا دست به تدوین برخی سیاست ها و نقشه های راه اقدام نموده است. البته باید ذکر نمود تا حال حاضر، برنامه ای مدون برای اجرای درست سیاست ها و برنامه های خود نداشته و تعداد گزارشات ارزیابی آن بسیار محدود بوده و در دسترس عموم قرار نگرفته است. گزارش دیده بانی جهانی کارآفرینی در مورد ارزیابی فعالیت های کارآفرینانه در سال ۱۳۹۲ (۲۰۱۴ میلادی)، به ایران رتبه ۲۹ در میان ۶۷ کشور مورد بررسی را اختصاص داده است.^{۱۴} در سال های اخیر این کشور به مقوله اقتصاد خلاق توجه نموده و تعدادی همایش و سخنرانی در این باب برگزار شده است. اما در این راستا فقدان سیاست گذاری و برنامه های استراتژیک مشاهده می شود. البته ریس جمهور وقت (آقای دکتر روحانی) توسعه اقتصاد خلاق را گامی بزرگ در راستای اقتصاد مقاومتی دانست و بر لزوم تسهیل و حمایت از ورود گسترده بخش خصوصی به ویژه انجمن های تخصصی به این مقوله و استفاده از تجربیات جهانی تاکید کرد.

در جمهوری اسلامی ایران صنایع خلاق مانند نشر و تولید فیلم، گذشته ی دیرینه ای دارند. فیلم های ایرانی هویت فرهنگی بسیار تابناکی را به نمایش گذاشته و مخاطبان آنها در سراسر جهان در حال افزایش هستند. قالی نیز به عنوان یکی از با ارزش ترین کالاهای فرهنگی ایرانی در بازارهای جهانی باقی مانده است. طبق آمار و ارقام آنکتاد، جمهوری اسلامی ایران سومین کشور بزرگ صادرکننده فرش است که تقریباً ۱۵ درصد از سهم بازار جهانی را در اختیار دارد [۳]. طی ۱۲ سال اخیر، اطلاعاتی در رابطه با صادرات و واردات صنایع خلاق در گزارشات آنکتاد برای کشور ایران وجود ندارد و در آخرین گزارشات این سازمان یعنی سال ۲۰۱۶ میلادی نیز کشور ایران در دسته بندی کشورها در رابطه با صنایع خلاق حضور ندارد. جدول ۳، تنها به صنایع مرتبط- محصولات مرتبط، حق لیسانس و خدمات کامپیوتری و اطلاعاتی اشاره می کند که همانطور در جدول ۳ مشخص است اطلاعات برخی سال ها نیز موجود نمی باشد [۱۴].

جدول ۳- ارزش صنایع مرتبط با صنایع خلاق در ایران به میلیون دلار

ایران	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	نرخ رشد در سال های ۲۰۰۳-۲۰۰۸
صادرات	-	۴۲	۵۳	۷۵	۱۱۱	-	-	-
واردات	-	-	-	۳۶۴	۱۰۴۴	۶۶۵	۵۷۹	-

۵- مقایسه ایران و مالزی

^{۱۴} <http://www.gemconsortium.org/country-profile/71>

با اینکه مالزی از برخی کشورهای آسیایی همچون ژاپن، هنگ کنگ، سنگاپور، چین و کره جنوبی در زمینه اقتصاد خلاق عقب مانده است اما با در پیش گرفتن برنامه هایی هدفمند در این مقوله سعی دارد تا سال ۲۰۲۰ میلادی گامی به سوی پیشرفت و توسعه در این حوزه بردارد. این کشور دارای گزارشات سالانه مدونی می باشد که نشان می دهد به مقوله اقتصاد خلاق توجه نشان داده است و در این راستا خروجی گزارشات این کشور نشان می دهد که تراز تجاری مثبتی در تجارت صنایع خلاق در جامعه جهانی داشته است. در همین رابطه نرخ رشد مثبت این کشور نشاندهنده این است که همچنان می بایست به دنبال موفقیت های بیشتر این کشور در جامعه جهانی باشیم و در سال های آینده سهم بازار بیشتری را در رابطه به محصولات و صنایع خلاق کسب خواهد نمود.

کشور ایران نیز با توجه به برخورداری از منابع غنی از صنایع فرهنگی می بایست همچون کشورهای پیشگام در صنایع خلاق سیاست ها و برنامه های ویژه ای را در این راه اتخاذ نماید. اما عدم وجود اطلاعات در این رابطه موجب می شود تا تصمیم گیری با مشکل مواجه شده و دولت می بایست سیاست هایی را برای کمک به رشد صنایع خلاق اتخاذ نماید. ایران نیز همچون مالزی می بایست این مقوله را جدی تر بگیرد و فرصت های پیش روی خود را از دست ندهد. همانطور که در مقاله مطالعه نمودید، عمر صنایع خلاق در مالزی کمتر از ۱۵ سال است اما خروجی ها و ارزش درآمدی آنها هر ساله افزایش می یابد، ایران نیز در این راه می تواند صنایع خلاق و شهرهای خلاق خود را شناسایی و تقویت نموده تا بتواند به اهداف اقتصاد خلاق نزدیک شود.

۶- نتیجه گیری و پیشنهادات

برای داشتن اقتصادی خلاق و کارآفرین، تمامی شهروندان یک کشور می بایست خود را مسئول بدانند. مسیری که کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه ای همچون ژاپن، چین، کره جنوبی، تایوان و هنگ کنگ و این اواخر کشور مالزی پیموده اند، نشان می دهد که تک تک افراد می بایست نقش خود را در هر جایگاهی به درستی انجام دهند و از زیر بار مسئولیت شانه خالی نکرده و کار را به دیگری محول نکنند. با توجه به این مطلب که موانع گسترش اقتصاد خلاق در کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه نبود سرمایه، فقدان مهارت های کارآفرینی و نبود زیرساخت ها و قوانین لازم همچون رژیم مالکیت فکری می باشد (آصف ۱۳۸۷)، تقویت زیرساختارهایی همچون رژیم مالکیت فکری در کشور ایران یکی از محرک های با اهمیت در توسعه صنایع خلاق و انگیزاننده ای برای کارآفرینان این بخش می باشد. قانعی راد (۱۳۸۸)، اینطور بیان می دارد که برای توسعه فناوری کشور می بایست به تعادل فرهنگی در دو مقوله فرهنگ های فناوری محور و میراث محور دست یافت. وی در مقاله خود بدین مطلب اشاره می کند که فناوری می بایست با فرهنگ تطابق داشته و مصنوعات هر کشوری می بایست به شکل نشانه ای از فرهنگ آن کشور نمود پیدا کنند. در این راستا سیاست گذاری توسعه فناوری می بایست بر اساس مزیت های فرهنگی بوده و پیوند میان میراث فرهنگی و تولید تکنولوژی به درستی صورت پذیرد [۲۱].

با توجه به مروری بر ادبیات جهان و ایران در حوزه اقتصاد خلاق می توان به طور خلاصه پیشنهادات زیر را در راستای نتایج حاصل از پژوهش ارائه نمود:

در سطح خرد

- ❖ ترویج روحیه کارآفرینی برای این حوزه و بکارگیری مشوق هایی برای سوق دادن فعالیت های کسب و کارهای کوچک به سمت صنایع خلاق از طریق تخصیص بودجه به صندوق های سرمایه گذاری های ریسک پذیر
- ❖ تحقیق و توسعه بیشتر و انجام پژوهش های کاربردی در زمینه اقتصاد خلاق از سوی دانشگاهیان
- ❖ ارائه کنفرانس ها، همایش ها و سخنرانی ها در مناطق مختلف کشور برای آشنایی بیشتر شهروندان کشور ایران با مقوله اقتصاد خلاق و تأثیر آن بر رشد و توسعه اقتصادی فردی و اجتماعی
- ❖ ایجاد مراکز مشاوره دولتی و خصوصی برای راهنمایی کارآفرینان خلاق

در سطح میانی

- ❖ ایجاد رشته های متناسب با نیاز مناطق خلاق در دانشگاه ها و تربیت نیروی تحصیل کرده مورد نیاز صنایع خلاق کشور
- ❖ تهیه لیستی از صنایع درگیر در زنجیره ارزش تولیدات و محصولات خلاق (همچون بسته بندی، مدرنیزه سازی صنایع میراث محور و ...) و توجه به آن در کنار لیست صنایع اولویت دار کشور و ایجاد رشته های دانشگاهی مرتبط با آن در دانشگاه ها
- ❖ تربیت کارآفرینان و ارائه مهارت های کارآفرینی در دانشگاه ها و یا دیگر مراکز برای ورود به این بخش صنعتی
- ❖ ایجاد شبکه ها، انجمن ها و NGO ها برای تشویق صنایع خلاق در استان ها و مناطق مختلف کشور ایران

در سطح کلان

- ❖ سیاست گذاری در توسعه حوزه های صنایع خلاق با بهره گیری از تجارب کشورهای آسیایی پاسفیک و خاورمیانه
- ❖ اصلاح و تقویت سیستم و قوانین مرتبط بل مالکیت معنوی در کشور ایران
- ❖ توجه به فناوری های میراث محور و توسعه آن ها هم به شکل سنتی و هم به شکل مدرن با توجه به نیازهای جامعه جهانی
- ❖ بکارگیری سیاست های منطقه ای با توجه به مزیت نسبی صنایع فرهنگی و خلاق در کنار سیاست های کلان
- ❖ شفافیت اطلاعات در رابطه با داده های صادرات و واردات صنایع خلاق و ارائه گزارشاتی سالیانه از سوی دولت ایران برای تحقیق و تحلیل های بیشتر در این حوزه
- ❖ ترویج سیاست های فرهنگی و اجتماعی در رابطه با صنایع خلاق برای جوانان و زنان

مراجع

[1] United Nations Conference and Trade Development (UNCTAD) . *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making*. United Nations. .2008.

[2] Barrowclough, Diana, and Zeljka Kozul-Wright. *Creative industries and developing countries: voice, choice and economic growth*. Taylor & Francis, 2008.

[۳] اندیشکده صنعت و فناوری (آصف). (۱۳۸۷). *از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق: مروری بر ادبیات موضوع، همراه با نگاهی به وضعیت صنایع فرهنگی در کشورهای پنج قاره جهان*. گزارش مصوب اداره کل تبلیغات اسلامی استانداری قم.

[4] Kong, Lily, et al. "Knowledges of the creative economy: Towards a relational geography of diffusion and adaptation in Asia." *Asia pacific viewpoint*, Vol. 47, No. 2, pp. 173-194, 2006.

[5] Henry, Colette, and Anne De Bruin, eds. *Entrepreneurship and the creative economy: process, practice and policy*. Edward Elgar Publishing, 2011.

[6] Markusen, Ann, et al. "Defining the creative economy: Industry and occupational approaches." *Economic development quarterly* , Vol. 22, No. 1, pp.24-45, 2008.

[7] Nielsén, Tobias, Pål Magnusson, and Peder Skude. *Understanding the experience industry: A Swedish Perspective on Creativity*. QNB analys & Kommunikation, 2004.

[8] Isa, Siti Salwa, Siti Suriawati Isa, and Abu Ali. "The development of the creative economy in Malaysia as experienced in two different case studies." In *Business, Engineering and Industrial Applications (ISBEIA), 2011 IEEE Symposium on*, pp. 521-526. IEEE, 2011.

[9] Garnham, Nicholas. "From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom." *International journal of cultural policy*, Vol. 11, No. 1, pp.15-29, 2005.

- [10] Florida, Richard. *Who's Your City?: How the Creative Economy is Making where to Live the Most Important Decision of Your Life*. Basic Books, pp. 9, 2009.
- [11] Carayannis, Elias G. *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation, and Entrepreneurship*. Springer, pp. 655, 2013.
- [12] Bilton, Chris, and Stephen Cummings. *Creative strategy: reconnecting business and innovation*. Vol. 3. John Wiley & Sons, 2010.
- [13] Casson, Mark. (2010). *Entrepreneurship: Theory, Networks, History*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- [14] United Nations Conference and Trade Development (UNCTAD). *Creative Economy Report 2010: A Feasible Development Option*. United Nations, pp. 297-351, 2010.
- [15] United Nations Conference and Trade Development (UNCTAD). *Creative Economy Outlook And Country Profiles: Trends in international trade in creative industries*. United Nations, pp. 12-102, 2016.
- [16] Rose, Raduan Che, Naresh Kumar, and Lim Li Yen. "Entrepreneurs success factors and escalation of small and medium-sized enterprises in Malaysia", *Journal of Social Sciences*, Vol. 2, No. 3, pp. 74-80, 2006.
- [17] Othman, Norfaizah Bt, et al. "Entrepreneurial acculturation in Malaysia: Efforts and achievements." 2008.
- [18] Vicziany, Marika, and Marlia Puteh. "Vision 2020, the multimedia supercorridor and Malaysian universities." *15th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia*. Vol. 29. 2004.
- [19] Khalifah, Zainab, and Shararuddin Tahir. "Malaysia: tourism in perspective." *Tourism and economic development in Asia and Australasia*, pp.176-196, 1997.
- [20] Isa, Siti Suriawati. "Development issues for the creative economy in Malaysia." (Doctoral thesis, Queensland University of Technology, Brisbane, Queensland, Australia). Retrieved from <http://eprints.qut.edu.au/50795/>, pp.16, 2012.

[۲۱] محمد امین قانع‌ی راد، "دوگانگی فرهنگی تکنولوژی (رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی در تحلیل تکنولوژی)". *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۸، زمستان ۱۳۸۸، صفحات ۱۴۵-۱۰۷.