



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
سال دهم / شماره سی‌وهشتم / تابستان ۱۴۰۰

سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ و رشد اقتصادی

سارا حنجری

دانشجوی دکترای اقتصاد اسلامی، دانشکده اقتصاد علامه طباطبائی، نویسنده مسئول
hanjari_sa@atu.ac.ir

مهدی تقوی

استاد دانشکده اقتصاد علامه طباطبائی، تهران
drtaghavim@gmail.com

فتح‌اله تازی

دانشیار دانشکده اقتصاد علامه طباطبائی
tarifath@yahoo.com

احمد جعفری صمیمی

استاد دانشکده اقتصاد دانشگاه مازندران
jafarisa@yahoo.com

عباس شاکری

استاد دانشکده اقتصاد علامه طباطبائی
shakeri.abbas@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۲/۱۳ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۴/۰۱

چکیده

زیرساخت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگ است و توسعه کشور بدون در نظر گرفتن زیرساخت‌های فرهنگی امکان‌پذیر نیست. هزینه‌های صرف‌شده در راه فرهنگ، هزینه نیستند بلکه نوعی سرمایه‌گذاری هستند. کشورها می‌توانند از طریق سرمایه‌گذاری در داشته‌های فرهنگی خود، رشد اقتصادی را تقویت نموده و سبب رفاه جامعه شوند. شاخص فرهنگی با استفاده از مبانی نظری مزیت نسبی و معیار RCA محاسبه و تأثیر مزیت شاخص‌های فرهنگی بر رشد اقتصادی ایران در قالب رگرسیون تلفیقی پویا (GMM) در دوره ۱۳۷۹-۱۳۹۵ برآورد می‌شود. نتایج برآورد نشان می‌دهد، انتظار می‌رود با هر درصد افزایش در سرمایه‌فیزیکی، رشد اقتصادی به اندازه ۰/۰۴۷ درصد افزایش یابد و سرمایه فیزیکی رابطه‌ای مثبت و معنادار با رشد اقتصادی استان‌ها دارد. بنابراین انتظار می‌رود، با افزایش سرمایه، تولید و به تبع آن رشد اقتصادی افزایش یابد. همچنین، با هر درصد افزایش در نیروی کار، رشد اقتصادی به اندازه ۵/۷۳ درصد افزایش و با هر واحد افزایش در متغیر تعاملی رشد اقتصادی به اندازه ۰/۰۰۰۴ واحد افزایش می‌یابد. بنابراین، شاخص فرهنگی علاوه بر کانال مستقیم از طریق سرمایه انسانی نیز می‌تواند بر رشد اقتصادی استان‌ها نیز اثرگذار باشد. نتایج برآورد مدل و آماره به‌دست آمده

برای $AR(1)$ و $AR(2)$ عدم همبستگی بین پسماندهای مدل را نشان می‌دهد. آماره‌های گفته‌شده برابر با $0/17$ و $0/688$ هستند که بیانگر انتخاب مناسب ابزارهای مدل هستند. در واقع، در دوره مورد بررسی اثر مثبت نسبی ارزش‌افزوده متغیرهای فرهنگی رشد اقتصادی مثبت و معنادار است. همچنین، اگر شاخص فرهنگی سبب افزایش سرمایه انسانی شود، می‌تواند رشد اقتصادی استان‌ها را نیز افزایش دهد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، مزیت نسبی، رشد اقتصادی، سرمایه انسانی.

۱- مقدمه

برای فهمیدن اثر فرهنگ بر اقتصاد باید توجه شود که فرهنگ در واقع ارزش‌ها و هنجارهای سیستمی است که در بین افراد جامعه وجود دارد و در فعالیت‌های اقتصادی خود را نشان می‌دهد. فرهنگ مجموعه‌ای پیچیده از دانش‌ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات عادات و هر نوع از قابلیت‌هایی که انسان به‌عنوان عضوی از جامعه کسب کند (تیلور^۱، ۱۹۵۸). باورها، ارزش‌ها، دانش و مهارت‌هایی که مردم جامعه‌ای خاص به آنها ملیتی درونی داده‌اند، مکمل سیستم‌های بیرونی جبر و تبادل هستند (انمپل^۲، ۱۹۹۹).

مطرح‌شدن مقوله فرهنگ به‌عنوان پتانسیلی برای رشد و توسعه اقتصادی به نشست جهانی سیاست‌های فرهنگی مکزیک در سال ۱۹۸۲ بر می‌گردد. در پی این نشست، مطالعات وسیعی از سوی مجامع بین‌المللی در راستای شناخت حوزه فرهنگ و توسعه آن با هدف رشد اقتصادی و ارتقای کیفیت زندگی در کشورهای درحال توسعه انجام شده است. همچنین مشخص شد، تأمین مال یکی از مهم‌ترین موانع پیش‌روی این صنعت است (یونسکو، ۲۰۰۷). ایجاد اشتغال نیازمند دسترسی به تأمین مالی درونی^۳ و تأمین مالی بیرونی^۴ است که از موانع جدی انجمن‌های صنایع دستی برای اجرای پروژه‌های سرمایه‌گذاری است (یونسکو، ۲۰۰۷).

صنایع فرهنگی، یکی از سریع‌ترین بخش‌های درحال رشد اقتصاد کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD)^۵ شناخته شده است (هاکالا و همکاران^۶، ۲۰۱۳). مفهوم صنایع فرهنگی نخستین بار در طی جنگ جهانی دوم و در مکتب فلسفی فرانکفورت به رهبری آدورنو و هاک‌هیم^۷ برای توصیف صنعت فیلم‌سازی شکل گرفت. طبق تعاریف متداول، صنایع فرهنگی متشکل از بنگاه‌هایی است که برای عموم مردم، اطلاعات و سرگرمی‌های آموزشی، علمی و فرهنگی در قالب‌های مختلف قابل‌تکثیر، طراحی و تهیه می‌کنند (براسیلی^۸، ۲۰۰۸).

بسیاری از اقتصاددانان شاخص‌های فرهنگی را تعیین نموده‌اند که به‌عنوان متغیرهای مستقلی موجب بهبود رشد اقتصادی می‌شود. معیارهای بسیاری گواه بر این است که، فعالیت‌های فرهنگی هنری سهم چشم‌گیری در عرصه فعالیت‌های اقتصادی دارد. (تراسبی^۹، ۲۰۰۱) نقش فرهنگ در اقتصاد از محورهای مورد توجه اقتصاددانان است و براین‌اساس معتقدند، فرهنگ بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها مؤثر است. درواقع فرهنگ دارای‌های زیادی مانند مهارت‌ها و محصولات به‌وجود می‌آورد که در ارتقاء رفاه جامعه اثر دارد.

امروزه رشد و توسعه بدون زمینه‌های فرهنگی روی نخواهد داد و هر توسعه‌ای بر ابعاد فرهنگی ویژه‌ای متکی است. بسته به اینکه تعریف فعالیت‌های فرهنگی و هنری به چه گستردگی در نظر گرفته شود، مقادیر متفاوتی از سهم فعالیت‌ها در تولید ناخالص ملی و ناخالص داخلی اثر خواهد داشت و در حال حاضر سهم اقتصادی فرهنگ در اقتصاد کشورها، بسیار مهم است.

نظریه‌پردازان اجتماعی از (کارل ماکس)^{۱۰} گرفته تا (دانیل بل)^{۱۱} استدلال کرده‌اند که توسعه اقتصادی تغییر فرهنگی همه‌جانبه به‌همراه دارد. نظریه‌پردازان دیگر از (ماکس وبر)^{۱۲} گرفته تا (ساموئل هانتینگتون)^{۱۳} مدعی هستند که ارزش‌های فرهنگی^{۱۴} یک نفوذ ماندگار و مستقل روی جامعه دارند و رابطه فرهنگ و رشد اقتصادی در طول پنجاه سال اخیر را نمی‌توان تغییرات اتفاقی، متناظر یا نسبتاً مستقل دانست (تامسون^{۱۵}، ۲۰۰۱). همانطور - که اشاره شد تاکنون مطالعه‌ای خارجی متعددی در زمینه بررسی ارتباط اقتصاد و فرهنگ انجام شده است ولی به این امر در مطالعات داخلی توجه کمتری شده است. بر همین اساس مطالعه حاضر در نظر دارد، به بررسی کانال‌های اثرگذاری فرهنگ بر رشد اقتصادی در سطح استان‌های کشور بپردازد. به عبارت دیگر مطالعه حاضر در نظر دارد که بررسی نماید آیا اولاً شاخص فرهنگی بر رشد اقتصادی اثر دارد یاخیر. ثانیاً بررسی نماید که آیا شاخص فرهنگی از کانال سرمایه انسانی نیز می‌تواند بر رشد اقتصادی اثر گذار باشد یا خیر. مقاله حاضر در چهار بخش شکل یافته است. در بخش دوم به بررسی ادبیات مطالعه در دو بخش نظری و پیشینه مطالعات انجام شده و همچنین در این بخش به بررسی جایگاه فرهنگ در اقتصاد ایران پرداخته شده است. در بخش سوم روش مطالعه ارائه شده است. سپس داده‌ها و مدل تحقیق بررسی شده است. در بخش آخر نیز به بیان نتیجه‌گیری پرداخته شده است.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در این قسمت سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ و هنر، رشد اقتصادی و فرهنگ، سرمایه‌گذاری فرهنگی در اقتصاد ایران، مبانی نظری مزیت نسبی، سهم بخش فرهنگ و وضعیت شاخص‌های فرهنگی در ایران و پیشینه پژوهش بررسی شده است.

۲-۱- مبانی نظری سرمایه‌گذاری و فرهنگ

بازارهای مالی یکی از ابزارهای مهم توسعه هستند؛ زیرا با تخصیص منابع به‌طور مستقیم و غیر مستقیم در ایجاد یا تخریب مشاغل اثرگذار هستند. اقتصاددانان کلاسیک در مورد واسطه‌گری مالی غفلت کرده بودند تا این‌که بجت^{۱۶} (۱۸۷۳) و به دنبال آن شومپیتر^{۱۷} (۱۹۱۲) بر اهمیت خدمات مالی در نوآوری و رشد تأکید نمودند. رابینسون (۱۹۵۲) معقد بود که رشد اقتصادی، تقاضا و رهبری عرضه را مطرح می‌کند. با توجه به ویژگی کاربری یا سرمایه‌بری مشاغل، توسعه بازارهای مالی در هر حوزه‌ای نمی‌تواند بر هدف اشتغال‌زایی مؤثر و کارآمد باشد و برای رسیدن به اهداف رشد و توسعه اقتصادی باید بر روی تأمین مالی کاربر و سرمایه‌اندوز تمرکز شود. صنایع فرهنگی به دلیل ماهیت کاربر بودن، اثر منفی توسعه مالی بر اشتغال (از طریق جایگزینی سرمایه به‌جای نیروی کار) در آن احتمال وقوع کمتری دارد.

سرمایه‌گذاری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع تأمین مالی شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان در جهان مطرح شده است. صاحب‌نظران اقتصادی و کارآفرینان معتقدند سرمایه‌گذاری یکی از حلقه‌های اصلی و عوامل کلیدی پیشرفت نوآوری، بهبود بهره‌وری و رشد اقتصادی کشورها محسوب می‌شود. امروزه در کشورهای پیشرفته، بسیاری از شرکت‌های کوچک با تکنولوژی‌های پیشرفته و داشتن دارایی‌های معنوی از این منابع مالی جهت رشد استفاده کرده‌اند. نقش این نوع سرمایه‌گذاری در کشورهای نوظهور همچون چین، کره جنوبی، مکزیک و برزیل جهت تأمین مالی شرکت‌های فعال در زنجیره عرضه صنایع مختلف از جمله فناوری‌های زیستی، صنایع دفاعی، خودرو، پزشکی، هنر و کشاورزی مورد توجه قرار گرفته است. سرمایه‌گذاران آگاه با سرمایه‌گذاری در شرکت‌های کوچک و متوسط که در مراحل اولیه و سریع رشد قرار دارند، بر افزایش چشمگیر ارزش سرمایه‌گذاری خود با دید بلندمدت سعی دارند. بر طبق تعریف بش (۲۰۰۰)، سرمایه‌گذاری فرهنگی عبارت است از سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها، سهام شرکت‌های کوچک یا متوسط که از پتانسیل رشد بالایی برخوردار دارند و به‌طور معمول از نوآوری‌های تکنولوژیک یا دارایی‌های معنوی (مانند آثار فرهنگی و هنری) بهره می‌برند. سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ و هنر می‌تواند به‌واسطه موارد ذیل خلأهای تأمین مالی کارآفرینان را پوشش دهد:

(۱) هیچ تعهدی برای بازپرداخت سرمایه وجود ندارد. (۲) سرمایه‌گذار در سهام شرکت، حق لغو یک‌طرفه تأمین مالی را ندارد. (۳) سرمایه در موارد ورشکستگی از بین خواهد رفت. (۴) سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ و هنر دارای ویژگی‌های خاصی است که آن را از دیگر انواع سرمایه‌گذاری‌ها مشخص می‌کند. مهم‌ترین ویژگی‌های این سرمایه‌گذاری عبارتند از:

(۱) در نظر داشتن دوره بازگشت سرمایه در حدود اجرا و بهره‌برداری از پروژه هنری، (۲) بهره‌گیری از ساختار سرمایه‌گذاری مشارکتی، (۳) دارای ساختار مالکیت خصوصی، (۴) دارای ریسک بالا

سرمایه‌گذاران در بخش فرهنگ و هنر نیز ویژگی‌هایی دارند که آن‌ها را از دیگر سرمایه‌گذاران متمایز می‌سازد؛ روش تأمین مالی در سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ و هنر اهمیت ویژه‌ای دارد. به‌دلیل ریسک ذاتی نهفته در موفقیت طرح‌ها و فعالیت‌ها بخش فرهنگ و هنر و همچنین احتمال بازگشت سرمایه در این نوع طرح‌ها، بسیاری از سرمایه‌گذاران تمایلی به سرمایه‌گذاری در این‌گونه پروژه‌ها ندارند. با وجود تسلط بانک‌ها به‌عنوان منبع بالقوه تأمین مالی، با این‌حال در بسیاری از جنبه‌ها نگرانی فزاینده‌ای در مورد کمبود سرمایه ریسکی بلندمدت، در ساختار مالی بسیاری از شرکت‌های کوچک وجود دارد. تکیه بر وام بانکی به‌منظور تأمین مالی راه‌اندازی یا رشد و توسعه شرکت، ممکن است مسائل و مشکلات بی‌شماری را به‌وجود آورد که در میان آشکارترین آن‌ها می‌توان به تحمیل شدن عارضه کوتاه‌مدت‌گرایی اشاره داشت. سرمایه به‌دست آمده از بدهی، سرمایه متعهد و شکیبایی نیست. همچنین این امکان برای وام وجود دارد که در برابر دارایی‌های کسب و کار یا دارایی‌های مالک تضمین شود. از سوی دیگر استقراض، بازپرداخت‌های دوره‌ای بهره و پرداخت نهایی اصل وام را ایجاد می‌کند. این عامل باعث می‌شود، در هنگام افت فروش یا دیگر فشارهایی که روی سودآوری و به‌ویژه بر جریان نقدی وارد می‌شود، شرکت در معرض تهدید قرار بگیرد.

از مسائل مهم در سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ و هنر، توجه به تئوری کارگزاری به‌عنوان تئوری غالب در توضیح روابط بین کارآفرین و سرمایه‌گذار در ادبیات کارآفرینی ظهور کرده است. روابط بین سرمایه‌گذار و کارگزار زمانی به‌وجود می‌آید که کارآفرین یک سرمایه‌گذار خطرپذیر را برای سرمایه‌گذاری در یک کسب و کار جدید به‌کار می‌گیرد. طبق تئوری کارگزاری، یک مشکل کارگزاری بین کارآفرین (کارگزار) و سرمایه‌گذار جسور در بخش فرهنگ و هنر در نتیجه اهداف ناسازگار و ترجیحات ریسک به‌طور بالقوه متفاوت، به‌وجود می‌آید. این تئوری فرض می‌کند که هم کارگزار و هم سرمایه‌گذار به‌دنبال منافع خود هستند؛ به‌عبارت دیگر هر دوی آن‌ها منفعت‌طلب و به‌طور محدود منطقی هستند. بنابراین اگر انگیزه‌های مناسب و کنترل‌هایی برای توازن اهداف کارآفرین با سرمایه‌گذار تعیین نشود، هر دوی آن‌ها در جهت بهینه‌کردن منفعت (مطلوبیت) شخصی خود اقدام می‌کنند؛ بنابراین جهت رفع ریسک‌های موجود در این نوع سرمایه‌گذاری، تعیین روش مناسب جهت تأمین مالی شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان تا تکمیل مرحله رشد اهمیت ویژه‌ای دارد.

۲-۱-۱- سیر تکاملی سرمایه‌گذاری جسورانه در کشورهای توسعه‌یافته

در پنجاه سال اخیر تعداد زیادی از بنگاه‌های در حال رشد در حوزه صناعی از قبیل آثار هنری از طریق ساختارهای سرمایه‌گذاری جسورانه به بزرگ‌ترین بنگاه‌های حال حاضر جهان بدل شده‌اند. اولین روزه تأمین مالی فعالیت‌های جسورانه با ورود منابع مالی از صندوق‌های بازنشستگی به‌عنوان شرکای محدود بود. از سال ۱۹۸۰ این طرح‌های بازنشستگی ۴۴ درصد سرمایه‌های تعهد شده را در صنعت VC به خود اختصاص داده‌اند. پس از منابع مالی سرمایه‌گذاری از سوی صندوق‌های بازنشستگی، بزرگ‌ترین طبقه سرمایه‌گذاری به مؤسسات مالی شامل بانک‌های تجاری، بانک‌های سرمایه‌گذاری و شرکت‌های بیمه مربوط می‌شود. این گروه‌ها حدود ۱۸ درصد از سرمایه‌های تعهد شده برای فعالیت‌های دانش‌بنیان را از سال ۱۹۸۰ در آمریکا به‌خود اختصاص داده‌اند. مؤسسات و مراکز اعطای وام، مؤسسات بعدی هستند که ۱۷ درصد این مجموعه را به‌خود اختصاص می‌دهند. در رأس این گروه، دانشگاه‌های خصوصی و مؤسسات خیریه قرار دارند. این سازمان‌ها علاوه بر سرمایه‌گذاری‌های کلان خود، موفق‌ترین طبقه سرمایه‌گذاران در کسب سود از این ساختارها بوده‌اند. آن‌ها از اولین لحظه شکل‌گیری این‌گونه شراکت در اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی سرمایه‌گذارانی فعال و ثابت قدم در این حوزه بوده‌اند. از سال ۱۹۸۰ میلادی اشخاص مختلف و خانواده‌ها نیز حدود ۱۱ درصد کل این سرمایه‌ها را تقبل کرده‌اند و این قسمت در سال‌های اخیر در حال کاهش است. از اوایل دهه ۶۰ میلادی کارآفرینان از ساختارهای حمایتی متنوعی چون صندوق‌های جسورانه خانوادگی نیز به‌عنوان یک الگوی مناسب استفاده کرده‌اند. از اوایل سال ۱۹۸۰ میلادی، بنگاه‌های خصوصی، صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه را ایجاد و هدایت کردند. ساختار شراکت عام و محدود این صندوق‌ها نکته مهمی در الگوی تأمین مالی در دهه‌های اخیر در نقاط مختلف جهان بوده است.

مدل رایجی که در کشورهای توسعه‌یافته برای تجمیع سرمایه و انجام سرمایه‌گذاری هدفمند در شرکت‌ها و ایده‌های دارای قابلیت رشد به‌کار می‌رود، مدل صندوق سهام خصوصی است. در اغلب کشورها قالب حقوقی

شراکت محدود برای تشکیل انواع صندوق‌ها استفاده می‌شود. تفکیک مدیریت از مالکیت این صندوق‌ها به‌عنوان مزیت اصلی این قالب شناخته می‌شود. در این مدل، سرمایه‌گذاران به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند؛

(۱) شریک عام که با توجه به اختیارات گسترده به‌صورت فعال به انتخاب استراتژی سرمایه‌گذاری و مدیریت منابع صندوق می‌پردازند. مطالعه و آنالیز اهداف سرمایه‌گذاری، جمع‌آوری سرمایه و مدیریت عملیات سرمایه‌گذاری از سوی یک شخصیت حقوقی مجرب و متخصص به‌عنوان مدیر صندوق انجام می‌پذیرد.

(۲) شرکای محدود که سهم بالاتری از مالکیت صندوق را در اختیار دارند اما مسئولیت مدیریت منابع را به‌طور کامل به شریک عام واگذار می‌کنند.

علاوه بر اهمیت جدایی مالکیت از مدیریت در سرمایه‌گذاری در سهام خصوصی و طرح‌های جسورانه اعم از پروژه‌های حوزه فرهنگ و هنر، دیگر عامل تعیین‌کننده در انتخاب ساختار مناسب در کشورهای مختلف دنیا مباحث مالیاتی است. مبنای کلی از این حیث انتخاب ساختاری است که سرمایه‌گذاران را از پرداختن مالیات برای دو بار محفوظ نگاه دارد. این دو بار پرداختن مالیاتی شامل مالیات در زمان شناسایی سود و دیگری در زمان تقسیم سود است.

۲-۲- رشد اقتصادی و فرهنگ

رشد اقتصادی، هدف قدیمی سیاست توسعه است که با افزایش تولید کالا و خدمات در ارتباط است، که به این ترتیب رفاه انسانی را افزایش و فقر را کاهش می‌دهد. بنابراین شناسایی و تعیین آثار و نقش عوامل مؤثر بر رشد توسعه در برنامه‌ریزی‌های توسعه نقش اساسی دارند. تا قبل از دهه ۱۹۶۰، انباشت فیزیکی به‌عنوان عامل اساسی رشد کشورهای درحال توسعه شناخته شده بود. اما مطالعات دانشمندان چون شولتز^{۱۸} و ۱۹۶۱ و دنیسون^{۱۹} نشان داد که انباشت سرمایه فیزیکی نمی‌تواند همه رشد و تفاوت‌های رشد را در بین کشورها تبیین کند. بلکه عاملی وجود دارد که اثرات آن به مراتب بیشتر از انباشت سرمایه فیزیکی است. به این ترتیب از دهه ۱۹۶۰ به بعد تحولاتی در عوامل تعیین‌کننده رشد و توسعه اقتصادی انجام شد، به‌طوری‌که در همه نظریه‌های مطرح‌شده، فناوری و دانش فنی و همچنین سرمایه انسانی^{۲۰}، عوامل اصلی شناخته شدند و نظریه‌های رشد درون‌زا پدیدار شدند. از اواخر دهه ۱۹۹۰ به بعد، سرمایه فرهنگی^{۲۱} هم به‌عنوان یکی دیگر از عوامل مؤثر در رشد کشورها و تفاوت نسبی اقتصادهای متفاوت مطرح شده است. از دهه ۱۹۹۰ به بعد، به دلیل ناتوانی تئوری‌های ارائه شده در تحلیل عوامل مؤثر در رشد، توجه ویژه‌ای به سرمایه فرهنگی شد. در الگوهای جدید رشد اقتصادی، به‌خصوص در مدل الگوی سولو عوامل مختلفی به‌عنوان تفاوت رشد اقتصادی کشورها و در آمدی بین آن‌ها مطرح می‌شود. یکی از این عوامل، عوامل فرهنگی است. در کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه سازمان ملل در سال ۱۹۹۵ به کاملاً شفاف بیان شده است که مفاهیم فرهنگ و توسعه در هر جامعه به طرز تفکیک‌ناپذیری درهم تنیده شده‌اند (تراسی، ۲۰۰۱).

بررسی‌های اقتصادی فرهنگ با وجود روشن نبودن حد و مرز فعالیت‌هایی که در حیطه فرهنگ بحث‌شدنی است، توانسته‌اند با اندازه‌گیری سهم این بخش در اقتصادهای توسعه‌یافته، زمینه‌های مناسبی را برای طرح

اهمیت واقعیت فرهنگ در اقتصاد کشورها فراهم آورند. بدین ترتیب با توجه به آن که تعریف فعالیت‌های فرهنگی و هنری را به چه گستردگی در نظر گرفته شود، مقادیر متفاوتی از سهم فعالیت‌ها در تولید ناخالص ملی و داخلی می‌توان انتظار داشت. به‌عنوان مثال، طبق داده‌های موجود، فعالیت‌های فرهنگی و هنری شامل تئاتر، موسیقی، هنرهای نمایشی، صنایع دستی، ادبیات و هنرهای محلی و سنتی نزدیک به یک درصد تولید ناخالص ملی و بیش از یک درصد نیروی کار شهری در آمریکا را به خود اختصاص می‌دهد. اما اگر حوزه این فعالیت‌ها را قدری گسترش داده شود و (صنایع فرهنگی) به هنرها، تصویرهای متحرک، رادیو و تلویزیون و چاپ و نشر تعمیم داده شود، ارزش کل تولید فرهنگی و هنری برای سال ۱۹۸۸ به حدود ۱۳۰ میلیارد دلار و به‌عبارتی معادل ۱/۵ درصد تولید ناخالص ملی آمریکا بوده است (تامپسون^{۲۲}، ۲۰۰۲). در همه کشورها دولت‌ها با استفاده از ابزار گوناگون به بخش فرهنگ و هنر کمک می‌کنند. پرداخت بنگاه‌های دولتی، پیش‌بینی تخفیف‌های مالیاتی برای شاغلان یا فعالیت‌ها یا سازمان‌های فرهنگ، تدوین، مقررات، ارائه و پشتیبانی از آموزش و تربیت نیروی انسانی و قانون‌گذاری برای حمایت از حقوق و اقتصاد فعالان بخش فرهنگ و هنر فقط نمونه‌هایی از این ابزارها است (توسه^{۲۳}، ۲۰۰۰).

اکثر کشورها از طریق بخش فرهنگ توانسته‌اند به موفقیت‌های اقتصادی دست یابند. بنابراین با توجه به اینکه اقتصادها در حال حاضر با محوریت فرهنگ اداره می‌شوند و صنایع و تجارت بین‌المللی فرهنگی به‌طور قطع با تقاضای برای کالاها و خدمات فرهنگی هماهنگ بوده است؛ پژوهش حاضر در نظر دارد برای دستیابی به اهداف اقتصادی کلان کشور و رشد اقتصادی بالا، شاخص‌های فرهنگی تأثیرگذار (با تأکید بر صنایع فرهنگی) بر رشد اقتصادی کشور را بررسی نماید تا از این طریق راهگشای مفیدی برای مسئولان اقتصادی و فرهنگی کشور باشد که با منطقی‌ترین شیوه اثر بخشی برنامه‌های رشد اقتصادی کشور را سامان و بهبود بخشد (یونیدو^{۲۴}، ۱۹۸۶).

۲-۳- سرمایه‌گذاری فرهنگی در اقتصاد ایران

یکی از حوزه‌های اقتصادی که سرمایه فرهنگی می‌تواند بر آن اثر بگذارد، تولید ناخالص داخلی است که افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه یکی از شروط لازم برای دستیابی به رفاه اقتصادی است.

سرمایه‌گذاری فرهنگی در اقتصاد ایران دو بعد متفاوت دارد؛ نخستین بعد به روش تخصیص منابع مالی به حوزه فرهنگ مربوط می‌شود و دومین بعد آن به تبدیل منافع فرهنگی به بازار فرهنگی ارتباط می‌یابد. منابع مالی فرهنگ به دلیل تک‌منبعی بودن بخش عمده‌ای از اقتصاد و این واقعیت که دولت، منشأ اصلی اثر حتی در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است و یکسره به اشکال مختلف از نهاد ناظر تأمین می‌شود. در واقع دولت نقشی همه‌جانبه در صنایع فرهنگی ایفا می‌کند. در واقع مخاطب و مصرف‌کننده فرهنگی، در اغلب موارد به مثابه پدیده‌ای شکل‌پذیر و انفعالی تعریف می‌شود که در هر صورت، نیازمند تشخیص صحیح دولت برای استفاده از کالاهای فرهنگی است. از سوی دیگر سرمایه فرهنگی ملی رو به افزایش است. ارتقای متوسط سطح تحصیلات در جامعه، چند برابر شدن ظرفیت دانشگاه‌ها، گسترش رسانه‌ها و سطح استفاده از آنها همه بر افزایش سرمایه نهادینه‌شده فرهنگی در ایران دلالت دارد.

۲-۳-۱- جایگاه فرهنگ در اقتصاد ایران

در آمارهای اقتصادی ایران سهم بخش فرهنگ در تولید ناخالص داخلی در "امور تفریحی و فرهنگی" لحاظ شده است؛ این اطلاعات را می‌توان را در چند بخش مورد بررسی قرار داد که در ادامه گفته شده است.

الف- سهم ارزش افزوده بخش فرهنگی

جدول شماره ۱. ارزش افزوده بخش فرهنگی از سال ۱۳۹۰-۱۳۹۶

سال	جمع ارزش افزوده رشته‌فعالیت‌ها (میلیارد ریال)	ارزش افزوده بخش فرهنگی	درصد سهم فرهنگ از ارزش افزوده
۱۳۹۰	۶۶۱۰۵۸	۵۶۱۸۵	۰/۰۸۴۹۹
۱۳۹۱	۹۰۷۲۰۶۰۲	۷۳۹۰۲	۰/۰۰۰۸۱
۱۳۹۲	۱۲۲۰۶۸۷۸	۶۵۶۵۳	۰/۰۰۵۳۷
۱۳۹۳	۱۲۸۸۱۹۴۰	۱۱۴۸۷۰	۰/۰۰۸۹۱
۱۳۹۴	۱۲۲۶۶۰۲۱	۱۲۸۱۴۳	۰/۰۱۰۴
۱۳۹۵	۱۳۹۸۳۵۶۳	۱۴۸۱۵۰	۰/۰۱۰۵۹
۱۳۹۶	۱۶۸۵۱۸۶۰	۱۷۸۲۸۷	۰/۰۱۰۵۷

منبع: مرکز آمار ایران ۱۳۹۷ و محاسبات محقق

با توجه به محاسبات انجام شده سهم ارزش افزوده بخش فرهنگی در محصول ناخالص داخلی کشور به‌طور میانگین ۰/۱۸ درصد است. آمارها نشان می‌دهد، درصدهم فرهنگ از ارزش افزوده در سال ۱۳۹۱ به شدت کاهش یافته است ولی بعد از روند افزایش داشته است که می‌تواند آثار و پیامدهای مثبتی داشته باشد. با توجه به محاسبات انجام شده بیشترین سهم بخش فرهنگ از تولید ناخالص داخلی مربوط به سال ۹۰ و کمترین آن مربوط به سال ۹۱ است.

ب- سرمایه‌گذاری دولت در بخش فرهنگ (هزینه‌های دولت)

جدول ۲ روند درصد سرمایه‌گذاری دولت در بخش‌های تفریح، فرهنگ و مذهب را نشان می‌دهد و بیانگر آن است که در سال ۱۳۹۴۵، به‌طور تقریبی ۲/۲۰ درصد از هزینه‌های دولت به این امور اختصاص داده شده است و روند نشان می‌دهد که طی این سال‌ها سرمایه‌گذاری دولت کاهش یافته و این امر بیانگر آن است که سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این حوزه قابل توجه بوده و دولت تنها حمایت‌کننده این حوزه محسوب نمی‌شود. متأسفانه سرمایه‌گذاری دولت در بخش فرهنگ کم‌رنگ است.^{۲۵}

جدول شماره ۲. روند درصد سرمایه‌گذاری دولت در بخش‌های تفریح، فرهنگ و مذهب

سال	هزینه‌های بخش تفریح، فرهنگ و مذهب	هزینه‌های دولت	درصد هزینه‌های دولت در بخش فرهنگ
۱۳۸۳	۱۶۶۱۵	۶۵۳۰۲۴	۲/۵۴
۱۳۸۴	۱۷۰۷۱	۶۷۷۷۹۱	۲/۵۲
۱۳۸۵	۲۱۷۴۵	۷۱۲۵۵۵	۳/۰۵
۱۳۸۶	۱۷۹۸۸	۶۶۵۳۳۸	۲/۷۰
۱۳۸۷	۱۵۱۴۵	۶۶۶۷۲۰	۲/۲۷
۱۳۸۸	۱۴۱۴۲	۶۵۹۶۸۷	۲/۱۴
۱۳۸۹	۱۷۰۶۵	۶۳۸۶۵۳	۲/۶۷
۱۳۹۰	۱۴۷۲۱	۶۱۵۴۹۲	۲/۳۹
۱۳۹۱	۱۲۱۰۲	۵۸۶۶۹۹	۲/۰۶
۱۳۹۲	۹۶۸۵	۵۹۱۵۴۰	۱/۶۴
۱۳۹۳	۹۷۱۸	۶۱۶۴۴۲	۱/۵۸
۱۳۹۴	۱۴۱۸۹	۶۴۶۲۸۲	۲/۲۰

منبع: حساب‌های ملی، بانک مرکزی ایران منتشرشده ۱۳۹۷

ج - متوسط سرمایه‌گذاری (هزینه‌های خالص غیرخوراکی) یک خانوار شهری (بودجه خانوار) جدول ۳ روند درصد بودجه خانوار در بخش‌های تفریح، فرهنگ و مذهب را نشان می‌دهد و بیانگر آن است در سال ۱۳۹۵، از ۲۱۸/۲ میلیون ریال متوسط هزینه‌های خالص سالانه غیرخوراکی یک خانوار شهری، هزینه تفریحات، سرگرمی‌ها و خدمات فرهنگی معادل ۷/۹ میلیون ریال (۳/۶) سهم است و روند نشان می‌دهد که طی این سال‌ها هزینه‌های خانوار کاهش یافته یعنی با توجه به کاهش درآمدی توجه خانوارها برای موارد دیگر اهمیت بیشتری نسبت به بخش فرهنگ داشته است.

جدول شماره ۳. روند درصد بودجه خانوار در بخش‌های تفریح، فرهنگ و مذهب

سال	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
جمع کل هزینه‌های خانوار	۹۹۹۶۵	۱۱۹۷۱۱	۱۵۱۰۲۹	۱۷۶۷۳۹	۱۹۹۹۶۷	۲۱۸۱۸۵
تفریحات گروهی و خدمات	۴۳۱۳	۵۰۱۱	۶۱۹۷	۶۹۶۱	۷۵۴۴	۷۹۰۳
درصد هزینه	۴/۳۱	۴/۱۸	۴/۱۰	۳/۹	۳/۷	۳/۶

منبع: سالنامه آماری کشور مرکز آمار ایران منتشرشده در سال ۱۳۹۷

د- وضعیت سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در کالا و خدمات فرهنگی در ایران

وضعیت سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در کالا و خدمات فرهنگی در ایران با توجه به واردات و ادوات آنها انجام شده است. متأسفانه در کشور ما رشد تقاضا برای محصولات فرهنگی، به تقاضای کالاهای وارداتی تبدیل شده است. البته بیان این نکته در اینجا ضروری است که آمار و اطلاعات در این بخش بسیار کم بوده و تنها برای برخی از کالاها و خدمات فرهنگی آمار تجارت خارجی در دسترس است و در اکثر موارد امکان تفکیک وجود نداشته و ارقام آنها در بخش‌های دیگری وارد شده است. به هر حال آمار نشان داده شده در جدول شامل: اشیاء هنری و کلکسیون و عتیقه، اسباب‌بازی، آلات موسیقی و اجزاء و قطعات، کتاب، روزنامه، سایر محصولات چاپ دست نوشته، تایپ شده و نقشه است.

جدول شماره ۴. درصد سهم صادرات و واردات کالاها و خدمات فرهنگی

کالاها و خدمات فرهنگی	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
درصد واردات	۴/۵۲	۷/۰۸	۱/۳۲	۲/۸۷	۳/۱۹	۰/۶۴
درصد صادرات	۰/۱۷	۰/۰۰۵	۰/۰۲۳	۰/۱۲۵	۰/۲۳	۰/۱۷

منبع: سالنامه آماری کشور مرکز آمار ایران ۱۳۹۵ منتشرشده در ۱۳۹۷

واردات کالاها و خدمات فرهنگی روند کاهشی داشته که این امر نشانه خوبی از نظر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی برای کشور ماست. اما متأسفانه شاهد روند کاهشی صادرات کالاها و خدمات فرهنگی هم هستیم که می‌تواند نقطه‌ضعف بزرگی باشد. بعد از انقلاب در حوزه فرهنگ همه دستگاه‌های مسئول (صدا و سیما، سازمان تبلیغات اسلامی، آموزش عالی، آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) در تولید و عرضه محصولات فرهنگی نگاهشان به درون بوده است. یعنی همه دستگاه‌ها تلاش داشته‌اند تا مبلغی از بودجه دولت را به صورت رایانه در اختیار بخش‌های دولتی و خصوصی قرار دهند تا آنها اقلامی را تهیه کنند که جوابگوی نیاز داخلی باشد. هر چند در پاسخگویی به نیازهای داخلی هم موفق عمل نکرده‌اند.

۲-۴- مبانی نظری مزیت نسبی

نخستین بار لیزنر^{۲۶}، مزیت نسبی صادراتی را در مقاله‌ای در سال ۱۹۵۸ اندازه‌گیری کرد. اما شکل تکامل یافته‌تر این شاخص که معیاری مهم در تجارت بین‌الملل است توسط بالاسا^{۲۷} (۱۹۶۵، ۱۹۸۶) ارائه شد. در نهایت نیز والر اس شکل تکامل یافته شاخص بالاسا را ارائه داد.

۲-۴-۱- شاخص تکامل یافته بالاسا

در سال ۱۹۹۱، توماس والر اس ضمن اشاره به شاخص‌های لیزنر و بالاسا، آنها را با محدودیت دانسته و اظهار کرد که این شاخص‌ها بیشتر بر تولید و صادرات کشورهای پیشرفته تمرکز داشته و از کشورهای کمتر توسعه یافته و با

اقتصاد متکی بر کشاورزی و خدمات صحبتی به میان نیآورده‌اند. به این ترتیب، شاخص بالاسا به صورت زیر تکمیل شد:

$$RCA_a^i = (X_a^i / X^i) / (Y_a^w / Y^w) \quad (1)$$

در آن، X_a^i : ارزش صادرات کالای a (تولید یا غیر تولیدی) در کشور i ؛ X^i : ارزش کل صادرات کشور i ؛ Y_a^w : ارزش صادرات کالای a در جهان؛ Y^w : ارزش کل صادرات جهان. بنابراین در شاخص i معرف کشور مورد بررسی، a معرف کالای مورد بررسی و w بیانگر جهان است. با استفاده از این شاخص می‌توان مزیت نسبی را برای همه کشورها و همه کالاهای تجاری محاسبه کرد.

۲-۴-۲- شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن (SRCA)^{۲۸}

نامتقارن بودن شاخص نسبی آشکار شده، یکی از نقاط ضعف این شاخص به شمار می‌رود؛ یعنی نبود مزیت نسبی یک محصول، در محدوده صفر تا یک نشان داده می‌شود. در حالی که وجود مزیت نسبی در محدوده یک تا بی- نهایت بیان می‌شود. برای رفع این مشکل، مشکل متقارن یا نرمال شده‌ای از این شاخص توسط براسیلی و همکارانش (۲۰۰۰) به صورت زیر ارائه شده است.

$$SRCA_{ij} = \frac{RCA_{ij} - 1}{RCA_{ij} + 1} \quad (2)$$

۲-۴-۳- شاخص بالانس

شاخص بالانس فورسنتر و مواری^{۲۹} (۱۹۸۷) ضمن آزمون کردن شاخص‌های متعددی در ارتباط با مزیت نسبی دو شاخص تجاری را برای تعیین مزیت نسبی ارائه کردند. استدلال ارائه شده در این مقاله برای اندازه‌گیری مزیت نسبی آشکار شده به این ترتیب است؛ شرایط نسبی که شرایط اقتصادی (EC) در کشورهای مختلف به طور قطع تعیین کننده الگوی مزیت نسبی CA بین‌المللی است. این الگو بر الگوی تجارت بین‌الملل، تولید و مصرف TPC میان کشورها حکومت می‌کند. شاخص‌هایی که بر مبنای TPC و دیگر متغیرهای بعد از تجارت برای تعیین مزیت نسبی استفاده شده‌اند؛ منبعی برای آشکار کردن مزیت نسبی RCA هستند. زنجیره‌های ارتباطی بین این شاخص‌ها به صورت زیر است:

$$EC \rightarrow CA \rightarrow TPC \rightarrow RCA$$

شاخص مذکور مقادیری بین ۱ و ۱- اختیار می‌کند. مقادیر مثبت، مزیت نسبی را آشکار می‌سازند و مقادیر منفی عدم مزیت نسبی را نشان می‌دهد. در واقع این شاخص نشان‌دهنده تجارت درون صنعت است؛ یعنی صادرات و واردات فرآورده‌هایی که متعلق به یک بخش یا صنعت هستند.

۲-۵- پیشینه پژوهش

خیری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان « بررسی تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر گردش سرمایه‌گذاری سرمایه‌داران هادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران »، وضعیت کمی و کیفی سرمایه‌گذاری را بررسی کردند و از مدل فرهنگی هافستد مشتمل بر مردگرایی در مقابل زن‌گرایی، فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی، اجتناب از عدم اطمینان و فاصله قدرت استفاده کرده‌اند. ابزار گردآوری برای متغیر مستقل (مؤلفه‌های فرهنگی) پرسشنامه و برای متغیرهای وابسته (تناوب سرمایه‌گذاری) گزارش‌های خرید و فروش سهام و گزارش هیئت مدیره به مجمع عمومی صاحبان سهام بوده است. در نهایت نتیجه بیانگر آن است که مردگرایی بر وجود تناوب تأثیر ندارد. فردگرایی، اجتناب از عدم اطمینان و فاصله قدرت بر وجود تناوب در سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران نهادی تأثیر دارد.

شاه‌طهماسبی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با روش تحلیل پوششی داده‌ها و با استفاده از داده‌های مربوط به سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۸۶ و نیز با استفاده از منابع رسمی آمارهای فرهنگی، قابلیت هر یک از استان‌ها و در واقع کارایی نسبی استان‌ها را در استفاده از منابع موجود در بخش فرهنگ می‌سنجند. نتایج نشان می‌دهد در برنامه سوم، استان‌های تهران، قم و کرمان در صدر مقدار کارایی قرار دارند. همچنین بیشترین افزایش مقدار کارایی مرتبط با آذربایجان چهارمحال بختیاری، هرمزگان و لرستان است. در تحلیل حساسیت شاخص‌ها، تولیدات صدا و سیما حساس‌ترین شاخص مدل و استان سمنان بهترین کیفیت کارایی را داشته است.

صالحی امیری و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر در صادرات کالاهای فرهنگی در ایران می‌پردازد و راهبرد مدیریتی ارائه می‌دهد. پژوهشگر موضوعاتی مانند بازار و فرهنگ، نقش دولت در بخش هنر، صادرات را بررسی می‌کند.

صالحی امیری و حسین‌زادگان (۱۳۸۶) در پژوهشی به بررسی نقش صنعت فرهنگی بر توسعه فرهنگی، با تأکید بر کتاب و کتابخوانی پرداخته‌اند. در این پژوهش اطلاعات به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌های توزیع شده در بین ناشران کتاب شهر تهران به روش پیمایشی تجزیه و تحلیل شده و با ارائه یافته‌های توصیفی و استنباطی به این نتیجه رسیده است که در زمینه افزایش میزان کتابخوانی، نظام اقتصادی تقریباً نقشی ندارد، نظام اجتماعی نقش ضعیفی ایفا می‌کند و نظام مدیریتی و نظام آموزشی نقش زیادی دارند.

ایزائلو و مهنازی (۱۳۸۱) در پژوهشی به بررسی تأثیر متغیرهای فرهنگی بر روی اصلاحات اقتصادی پرداخته و نقش عوامل فرهنگی مؤثر در توسعه‌یافتگی یا عدم توسعه‌یافتگی را شناسایی کرده است. در حوزه فرهنگ مهم‌ترین اجزاء عقل‌گرایی و مذهب با رویکرد جامعه‌شناختی و تاریخی، توانسته است بر توسعه تأثیرگذار باشد. نتایج این پژوهش نشان داده که پویایی فرهنگی مثل نهضت کالونیسیم در اروپا در توسعه‌یافتگی جوامع توانسته نقشی بسیار مهم ایفا می‌کند.

قمری (۱۳۷۹) در پایان‌نامه‌ای با عنوان تأثیر تحولات فرهنگی بر توسعه اقتصادی، مورد ایران، عوامل غیراقتصادی به ویژه ارزش‌ها و فرهنگ تحولات فرهنگی را زمینه‌ساز توسعه اقتصادی می‌داند؛ بنابراین در این

پژوهش به برخی از شاخص‌ها و ویژگی‌های ارزشی زمینه‌ساز رشد و توسعه اقتصادی، پرداخته شده و چگونگی این تحولات در نوع شاخص‌ها و رابطه آنها با توسعه اقتصادی ایران تحلیل شده است.

بیگی (۱۳۷۹) در مقاله‌ای با عنوان «جایگاه بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی» پس از ارائه آمار مربوط به سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ایران بر اساس تعریف موجود در نظام حساب‌های ملی کشور ضمن بیان ویژگی‌های اقتصادی فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی و هنری نشان می‌دهد که نظام حساب‌های ملی به دلیل وجود مجموعه‌ای از مسائل مفهومی و آماری سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی را کمتر از واقع برآورد می‌کند. وی در این مقاله دنبال یافتن ساز و کارهای بهبود نحوه تخصیص منابع عمومی بخش فرهنگ و هنر و تقاضای عوامل اقتصادی رونق دهنده تولید و مصرف فرهنگی هنری است. نتایج مقاله نیز، دو واقعیت را برای برنامه ریزان و سیاست‌گذاران اقتصادی روشن می‌کند: ۱- بخش فرهنگ و هنر که طبق برخی مطالعات در کشورهای توسعه یافته سریع‌تر از بخش‌های دیگر رشد کرده است در کشورهای در حال توسعه چون ایران پتانسیل نسبتاً خوبی برای جذب سرمایه، ایجاد اشتغال و افزایش درآمد دارد. ۲- دخالت دولت در این بخش به شرطی مؤثر خواهد بود که بر دلالت‌های نظریه اقتصادی نیز توجه داشته باشد.

بِراچا و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «تأثیر فرهنگ بر تناوب سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران نهادی» تأثیر تفاوت‌های میان فرهنگی بر تناوب سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران نهادی در سطح ملی را برای چندین کشور بررسی کردند. آنها متوجه شدند، فاصله فرهنگی بین سرمایه‌گذاران و افزایش دارایی‌های سهامداران نهادی مؤسسات تجاری تناوب کمتری دارد. یافته‌های فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد، تناوب و فاصله فرهنگ با افزایش محیط سرمایه‌گذاری در فاصله فرهنگی بازارهای خارجی تأثیر منفی دارد. همچنین سرمایه‌گذاران از پیشینه رفتاری فرهنگی به طریقی متفاوت تفاوت فرهنگی ایجاد کرده‌اند.

آسمت و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش سرمایه انسانی، فرهنگ و رشد اقتصادی تحقیقات تجربی در هر دو عوامل اقتصادی و غیر اقتصادی از رشد اقتصادی برای توضیح عملکرد رشد اقتصادی در سرتاسر کشور مالزی انجام داده‌اند. در میان عوامل غیر اقتصادی ارزش‌های فرهنگی برای توسعه اقتصادی عاملی مؤثر بوده است. مطالعه دیگری نشان داده است که سرمایه انسانی یکی از منابع احتمالی رشد اقتصادی است و نقش محوری در نظریه رشد دارد. بنابراین، ارزش‌های فرهنگی به عنوان یک سیستم مشترک، یکی از نتایج ثروت شخصی در نظر گرفته شده که فرهنگ یک عامل مثبت بر رشد اقتصادی است و رابطه مکمل میان فرهنگ و توسعه سرمایه انسانی وجود دارد. این مطالعه با هدف تعیین رابطه مکمل نشان می‌دهد که چگونه فرهنگ در فهم نابرابری‌های اقتصادی است.

بلینی و همکاران^{۳۰} (۲۰۱۳) در مقاله خود به بررسی اثرات تنوع فرهنگی بر عملکرد اقتصادی پرداختند. برای این منظور آنها ۹۰۰ ناحیه مربوط به ۱۲ کشور اروپایی را بررسی کردند. نتایج این پژوهش‌یابانگر تأثیر مثبت تنوع فرهنگی بر بهره‌وری است.

لاست و وتزل^{۳۱} (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای به بررسی وضعیت تئاترهای کشور آلمان در سال‌های ۱۹۹۱-۱۹۹۲ و ۲۰۰۵-۲۰۰۶ پرداختند. در این پژوهش با توجه به اهمیت عملکرد اقتصادی نهادهای غیرانتفاعی دولتی و

وابستگی آنها به منابع دولتی بر اهمیت ارزیابی عملکرد آنها تأکید شده است. در این مقاله نحوه به‌کارگیری منابع در تولید هنرهای نمایشی بررسی شده است. برای مدلسازی تولید در مؤسسات هنرهای نمایشی از یک تابع فاصله‌ای ورودی محور ۴ استفاده شده است. داده‌های این مطالعه مربوط به ۱۷۴ تئاتر دولتی در آلمان است که از منابع منتشرشده انجمن نمایش آلمان گردآوری شده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، امکان کاهش استفاده از عوامل ورودی با فرض ثابت بودن ستادها در بین تئاترهای آلمان وجود دارد. به‌طور خاص با توجه به سیستم یارانه موجود و شپهاتی که درباره رفتار حداقل‌سازی هزینه وجود دارد، مقامات تصمیم‌گیر باید به ارزیابی مجدد سیستم و تمرکز بر روی مشوق‌های حداقل‌کردن هزینه‌ها بپردازند.

دینز و ماچادو^{۳۲} (۲۰۱۱) در پژوهشی به تحلیل مصرف محصولات فرهنگی- هنری و خدمات فرهنگی در برزیل پرداخته‌اند. این پژوهش به دنبال ارزیابی مشخصه‌های محصولات فرهنگی-هنری و خدمات در برزیل است. این هدف را به‌عنوان یک فعالیت با اثرات مثبت بر مصرف‌کننده جامعه به‌طور کلی در نظر می‌گیرد. برونو^{۳۳} (۲۰۰۴) پژوهشی با عنوان «هنر و اقتصاد شناسی»، در تحلیل سیاست‌های اقتصاد فرهنگی در حوزه هنر می‌پردازد. او در پایان نتیجه می‌گیرد: احساس ناامنی اقتصادی در سطح جامعه و ناامنی روانی موجب رکود فروش در آثار هنری می‌شود. بیشتر مردم با مواجه شدن با بحران‌های اقتصادی بر این عقیده‌اند که پول‌های نقد را باید صرف خرید چیزهای ضروری دیگر کنند. این امر نشان می‌دهد، فعالیت‌های فرهنگی و هنری منوط به داشتن اقتصادی سالم و مخاطبی بی‌دغدغه است. در این صورت اگر اقتصاد اجتماع تهی از درآمد در زمینه هنر باشد، نمی‌توان انتظار داشت که چارچوب‌های هنری سالم باشد و به رشدی مناسب در سطوح بین‌المللی دست یابد.

مونتمان^{۳۴} (۲۰۰۳)؛ در مؤسسه " هنر چتر بازی معاصر " در پژوهشی درباره اقتصاد هنر به نقش درآمدها و اشتغال‌زایی بخش هنر در اقتصاد مدرن آمریکا می‌پردازد. به نظر وی بنگاه‌های فرهنگی و هنری با اتکاء بر امنیت اقتصادی پله‌های ترقی و رشد را طی کرده و همسو با شکوفایی اقتصادی کلان کشور گام بر می‌دارند. علاوه بر عامل اقتصادی، این پژوهش بر عواملی نظیر انگیزه‌ها، ارزش‌ها و نهادهای جامعه اشاره می‌نماید که در تعیین ماهیت و سرعت توسعه اقتصاد هنر و توسعه به میزان سایر عوامل اقتصادی اهمیت دارند.

۳- روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق از نوع تحلیلی- توصیفی است. این پژوهش از نوع کتابخانه‌ای بوده و استان‌های کشور براساس آخرین اطلاعات داده‌های منتشرشده در سال ۱۳۹۷ حجم جامعه آماری ما را تشکیل می‌دهد. در این مقاله از شاخص‌ها و الگوی خاصی استفاده می‌شود که در ادامه با استفاده از روش داده‌های تابلویی ارزیابی می‌شوند.

۳-۱- معرفی شاخص مزیت نسبی آشکار و کاربرد آن در تعیین مزیت نسبی ارزش افزوده

با توجه به اینکه نظریات مزیت نسبی در مباحث مربوط به تجارت بین‌الملل رشد و توسعه پیدا کرده و مفهوم مزیت نسبی نیز عمده‌تاً تحت مدل تجارت هکشر-اوهلین عمومیت یافته است؛ این نظریات و نظریه

ریکارδο می‌توانند در تجارت بین‌الملل به کار گرفته شوند اما نکته مهم آن است که بسیاری از مفروضات آنها به‌ویژه بین مناطق یک کشور مصداق می‌یابد تا بین کشورها؛ از این رو کاربرد این نظریه‌ها برای تجارت بین‌الملل بین مناطق یک کشور اعتبار بیشتری دارد. در بسیاری از مطالعات از شاخص RCA برای تعیین مزیت نسبی منطقه‌ای محصولات خاص یا یک بخش اقتصادی یا تعیین جایگاه جهانی یک محصول و تغییرات آن در طول زمان استفاده شده است. مطالعات یونیدو^{۳۵} (۱۹۸۶)، لین^{۳۶} (۱۹۹۷)، براسیلی و همکاران^{۳۷} (۲۰۰۰) و لی^{۳۸} (۱۹۹۵) نمونه‌ای از این مطالعات هستند. از آنجا که اطلاعات مربوط به صادرات کالا و خدمات در بین مناطق داخلی وجود ندارد، می‌توان از روش ارزش‌افزوده ایجاد شده در بخش‌های مختلف اقتصادی به‌عنوان جایگزینی برای صادرات کالا و خدمات استفاده و شاخه شبه رقابتی ایجاد کرد. چهار بخش عمده اقتصاد کلان (صنعت، خدمات و ...) در ایران به زیرمجموعه‌های مختلف تقسیم می‌شود و به زیرمجموعه‌ها فعالیت گفته می‌شود و در حساب‌های منطقه‌ای به کار می‌رود (فعالیت فرهنگ).

بخش مورد استفاده در این مقاله بخش خدمات عمومی اجتماعی شخصی و خانگی است که به تفکیک زیرمجموعه‌ای با عنوان بخش تفریحی، فرهنگی، ورزشی دارد. در این مطالعه از سهم ارزش‌افزوده فرهنگی، به‌عنوان جایگزینی برای شاخص فرهنگی استفاده و نقش آن در رشد استانی محاسبه شده است. اما از آنجایی که این شاخص برای نشان دادن مزیت کشور در صادرات کالای مورد نظر است، برای تعیین مزیت نسبی ارزش‌افزوده صنایع فرهنگی، باید تغییراتی در شاخص مزیت نسبی آشکار ایجاد کرد. علاوه بر این به‌جای کشور استان و به جای جهان کشور در نظر گرفته شده است. در واقع همان‌طور که پیشتر گفته شد، RCA و SRCA برای مثال شاخص مزیت نسبی آشکار ارزش‌افزوده بخش فرهنگی a در استان P به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$RCA_a^P = (VA_a^P / GDP^P) / (VA_a^C / GDP^C) \quad (5)$$

که VA_a^P : ارزش‌افزوده بخش فرهنگی در استان؛ GDP^P : کل ارزش‌افزوده بخش‌های اقتصادی (تولید ناخالص داخلی) در استان؛ VA_a^C : ارزش‌افزوده بخش فرهنگی در کشور (پروکسی صنایع فرهنگی)؛ GDP^C : کل ارزش‌افزوده بخش‌های اقتصادی (تولید ناخالص داخلی) کشور است؛ بنابراین در این شاخص، P معرف استان مورد بررسی a معرف زیربخش مورد بررسی و c بیانگر کشور است. با استفاده از این شاخص می‌توان مزیت نسبی را برای همه استان‌ها در زیربخش فرهنگی برای صنایع فرهنگی محاسبه کرد؛ بنابراین با توجه به فرمول فوق شاخص مزیت نسبی ارزش‌افزوده بخش فرهنگی در استان‌های کشور محاسبه شده و وضعیت هر استان در مقایسه با سایر استان‌های کشور بررسی می‌شود. این شاخص همانند شاخص تکامل یافته بالاسا، مقادیری از صفر تا بی‌نهایت را شامل می‌شود، اگر مقادیر این شاخص بین صفر و یک باشد، نشانه نبود مزیت نسبی در بخش یا فعالیت مورد نظر است. همچنین می‌توان این شاخص را به صورت متقارن شده نوشت و محدوده از صفر تا بی‌نهایت شاخص فوق را به محدوده از منفی یک تا مثبت یک نرمال کرد.

۳-۲- روش اقتصادسنجی تحقیق

همان‌طور که بیان شد، فرهنگ بر رشد اقتصادی اثر می‌گذارند. بدین منظور از «رگرسیون تلفیقی پویا»^{۳۹} استفاده می‌شود. علاوه بر اینکه در رویکرد رگرسیون تلفیقی تعداد مشاهدات افزایش یافته و این خود یک مزیت به‌شمار می‌رود، می‌توان اثرات خاص هر مقطع و زمان را که غیرقابل مشاهده هستند، کنترل نمود (تمپل^{۴۰}، ۱۹۹۹). مدل پویای رشد اقتصادی به شکل زیر می‌باشد؛

$$y_{it} - y_{i,t-1} = \alpha y_{i,t-1} + \beta A_{i,t-1} + \gamma X_{it} + \mu_i + v_t + \varepsilon_{it} \quad (۶)$$

که t بیانگر زمان و μ ، v و ε جملات تصادفی هستند. از رویکرد «گشتاورهای تعمیم‌یافته»^{۴۱} (GMM) برای برآورد رگرسیون تلفیقی پویا استفاده می‌شود که نخستین بار توسط آرانو و باور^{۴۲} (۱۹۹۵) ارائه شد. همچنین مدل (۲) را می‌توان به شکل یک مدل «خودرگرسیونی مرتبه اول»^{۴۳} یا AR(1) نوشت؛

$$y_{it} = \alpha' y_{i,t-1} + \beta A_{i,t-1} + \gamma X_{it} + \mu_i + v_t + \varepsilon_{it} \quad (۷)$$

در مدل (۲)، α' برابر $(1 + \alpha)$ است. جمله μ_i نشان‌دهنده اثرات خاص مقاطع می‌باشد. اگر چنین اثراتی وجود داشته باشند، نتایج برآورد مقطعی β (و همچنین α' و γ) تورش‌دار خواهند بود. بدین منظور آرانو و باند^{۴۴} (۱۹۹۱) برآوردگر GMM را برای تخمین پارامترهای مدل (۲) پیشنهاد کردند که براساس تفاضل مرتبه اول داده‌ها است. در این حالت اثرات خاص مقاطع (μ_i) از مدل حذف می‌شوند. آرانو و باند معتقدند چون داده‌های اقتصادی غالباً نوسانی هستند؛ بنابراین برآوردگر GMM مناسب است. هدف اصلی استفاده از این روش، حداقل نمودن تورش همزمانی است تا از این طریق بتوان اثر صنایع فرهنگی بر رشد اقتصادی را جدا نمود. سازگاری تخمین‌زنده‌های GMM به معتبر بودن ابزارها و نبود همبستگی سریالی جملات اخلاص بستگی دارد. بدین منظور آرانو و باور (۱۹۹۵) آزمون «سارگان»^{۴۵} را برای معتبر بودن ابزارها و بلوندل^{۴۶} و باند (۱۹۹۸) آزمون‌های AR(1) و AR(2) را برای بررسی همبستگی سریالی مرتبه نخست و دوم جملات خطا ارائه کردند. فرضیه صفر آزمون‌ها دال بر معتبر بودن ابزارها و عدم وجود همبستگی سریالی خواهد بود. در واقع آماره سارگان را می‌توان برای مدل‌های سری زمانی و مقطعی که از متغیر ابزاری استفاده می‌کنند، به‌کار برد. (سارگان، ۱۹۷۵؛ بارگوا^{۴۷}، ۱۹۹۱)^{۴۸}.

۳-۴- تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش و مدل‌سازی

گفتنی است، برای برآورد مدل ابتدا باید شاخص فرهنگی استان‌ها به تفکیک در دوره مورد بررسی محاسبه شود. توجه به اطلاعات مربوط به سهم ارزش‌افزوده بخش فرهنگی در تولید ناخالص داخلی استان‌های کشور و الگوهای معرفی‌شده در بخش‌های قبلی، شاخص‌های مزیت نسبی، با استفاده از ارزش‌افزوده فرهنگی در استان‌های کشور محاسبه شده است. با توجه به محاسبات و یافته‌های پژوهش می‌توان گفت: از سال ۱۳۷۹-۱۳۹۵

استان چهارمحال و بختیاری بیشترین مزیت نسبی آشکار (RCA) ارزش افزوده در بین استان‌های کشور را به خود اختصاص داده است. با توجه به شاخص محاسبه‌شده (RCA) استان‌های تهران، چهارمحال و بختیاری، زنجان، سمنان، سیستان و بلوچستان، فارس، قم، کردستان، کرمان، کرمانشاه، وکجه‌یلویه و بویراحمد، لرستان، مازندران، مرکزی، هرمزگان، همدان و یزد مزیت نسبی دارند. گفتنی است، به دلیل بزرگ‌تر بودن سهم ارزش-افزوده بخش‌های غیرفرهنگی مرتبط با صنعت، معدن، کشاورزی، خدمات در استان‌هایی مانند تهران، اصفهان و تبریز؛ نقش ارزش‌افزوده بخش فرهنگی در این استان‌ها کمتر به دست آمده است. بیشترین مزیت با توجه به سال‌های ۱۳۹۵-۱۳۹۱، نشان می‌دهد، به ترتیب استان‌های چهارمحال و بختیاری با میانگین شاخص ۱۴/۲۹، زنجان با ۱۳/۰۴، وکجه‌یلویه و بویراحمد با ۱۲/۱۰، کرمانشاه با ۱۲/۰۷، مرکزی با ۱۲/۰۵، لرستان با ۱۱/۹۰، همدان با ۱۱/۵۱، هرمزگان با ۱۱/۴۰، یزد با ۱۱/۰۹ و سیستان و بلوچستان با ۱۰/۱۶ بیشترین مقدار شاخص مزیت را دارند

به دلیل بزرگ‌تر بودن سهم ارزش‌افزوده بخش‌های غیرفرهنگی مرتبط با صنعت، معدن، کشاورزی، خدمات در استان‌هایی مانند اصفهان و خراسان و آذربایجان غربی نقش ارزش‌افزوده بخش فرهنگی در این استان‌ها کمتر به دست آمده است. همچنین شاخص مزیت نسبی آشکار متقارن (SRCA)، بیان می‌دارد که به ترتیب ترتیب استان‌های چهارمحال و بختیاری با میانگین شاخص ۰/۸۷، زنجان با ۰/۸۶، وکجه‌یلویه و بویراحمد با ۰/۸۵، کرمانشاه با ۰/۸۵، مرکزی با ۰/۸۵، لرستان با ۰/۸۴، همدان با ۰/۸۴، هرمزگان با ۰/۸۴، یزد با ۰/۸۳ و سمنان با ۰/۸۳، سیستان و بلوچستان با ۰/۸۲ بیشترین مقدار شاخص مزیت را دارند. پس از آنکه شاخص فرهنگی برای استان‌های کشور محاسبه شد، در ادامه به تصریح مدل و بیان نتایج حاصل از آن پرداخته شده است. با توجه به اینکه سال‌ها اندک است مانایی متغیرهای استفاده شده در مدل بررسی نشده است. تصریح مدل نهایی مطالعه با استفاده از روش ساده‌سازی بر اساس نمونه^{۴۹} انجام شده است. همچنین در این مطالعه برای اطمینان از نتایج سایر متغیرهای مؤثر بر رشد اقتصادی نیز در مدل‌های جایگزین استفاده و نتایج با یکدیگر مقایسه شده است. مدل تصریح شده پژوهش به این صورت است:

$$\text{growth}_{it} = \beta_0 \text{growth}_{it-1} + \beta_1 \log \text{capital}_{it} + \beta_2 \log \text{capital}2_{it} + \beta_3 \text{culturalindex}_{it} + \beta_4 \log \text{labor}_{it} + \beta_5 \log \text{labor}2_{it} + \beta_6 \text{culturalhuman}_{it} + \varepsilon_{it}$$

این مدل با استفاده از روش پیشنهادی آرتانو و باند برآورده شده است. برای برآورد مدل از وقفه‌های اول و دوم متغیرهای درون‌زای رشد اقتصادی و سرمایه فیزیکی به عنوان ابزار در برآورد گشتاورهای تعمیم یافته استفاده شده است. همچنین متغیرهای نیروی کار، شاخص فرهنگی، لگاریتم رشد اقتصادی با لحاظ درآمد‌های نفتی و متغیر تعاملی به عنوان ابزارهای برون‌زای اکید^{۵۰} در برآورد مدل تصریح شده، در نظر گرفته شده است. نتایج برآورد مدل با توجه به تعدیلات کوچک نمونه‌ای^{۵۱} و ناهمسانی واریانس و همبستگی سازگار^{۵۲} و قوی^{۵۳} هستند. نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد، سرمایه فیزیکی رابطه‌ای مثبت و معنادار با رشد اقتصادی استان‌ها برقرار کرده است. این رابطه را می‌توان این‌گونه تفسیر نمود که براساس مبانی نظری رشد اقتصادی سرمایه به-

عنوان یکی از نهادهای تولیدی می‌تواند سبب افزایش تولید و رشد اقتصادی شود. بنابراین انتظار می‌رود که با افزایش سرمایه تولید و به تبع آن رشد اقتصادی افزایش یابد. نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد، انتظار می‌رود با هر درصد افزایش در سرمایه فیزیکی، رشد اقتصادی به اندازه $0/047$ درصد افزایش می‌یابد. رابطه فوق با توجه به نتایج برآورد در سطح 5 درصد معنادار است. نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد، رابطه غیرخطی بین سرمایه فیزیکی و رشد اقتصادی در استان‌ها وجود دارد. نتایج برآورد مدل بیانگر آن است که با هر واحد افزایش در توان دوم سرمایه فیزیکی رشد اقتصادی کاهش می‌یابد. این امر می‌تواند ناشی از بازدهی نزولی در تجمیع سرمایه باشد. به عبارت دیگر می‌توان بیان نمود، سرمایه با توجه به محدودیت‌های استان‌ها در جهت تولید، انباشت سرمایه تا یک حد بهینه می‌تواند به افزایش تولید و رشد اقتصادی منجر شود. نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد، با هر درصد افزایش در توان دوم سرمایه رشد اقتصادی $1/74$ درصد کاهش می‌یابد. رابطه فوق در سطح 5 درصد معنادار است. نیروی انسانی نیز با توجه به نتایج برآورد مدل رابطه مثبت و معنادار در سطح 5 درصد با رشد اقتصادی استان‌های کشور برقرار کرده است. این رابطه را می‌توان این‌گونه توجیه نمود که نیروی کار نیز همانند سرمایه به عنوان نهاده تولیدی می‌تواند سبب افزایش تولید و در نتیجه افزایش رشد اقتصادی شود. نتایج تخمین مدل نشان می‌دهد، با هر درصد افزایش در نیروی کار می‌توان انتظار داشت که رشد اقتصادی به اندازه $5/73$ درصد افزایش یابد. همچنین نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد، توان دوم نیروی کار نیز همانند دیگر نهادهای تولیدی رابطه منفی با رشد اقتصادی استان‌ها برقرار کرده است. نتایج نشان می‌دهد، با هر درصد افزایش در توان دوم نیروی کار می‌توان انتظار داشت، رشد اقتصادی استان‌ها به اندازه $2/08$ درصد کاهش یابد. این رابطه را می‌توان این‌گونه تفسیر نمود که به دلیل اصل بازده نزولی می‌توان انتظار داشت که با افزایش مداوم در نیروی کار اثر این نهادهای تولیدی در تولید کاهنده و منفی شود. نتایج برآورد نشان می‌دهد، رابطه مذکور در 5 درصد معنادار است. شاخص فرهنگی نیز با توجه به نتایج برآورد مدل اثری مثبت و معنادار در سطح 1 درصد دارد. این رابطه را می‌توان این‌گونه تفسیر نمود که با افزایش شاخص فرهنگی می‌توان انتظار داشت که ویژگی‌های شخصی مانند صداقت، اعتماد، انتقادپذیری و تلاش که در تولید ارزش می‌تواند مفید واقع شود، ارتقاء یابد و همین امر سبب افزایش تولید و رشد اقتصادی شود (بارو و کلری^۴، ۲۰۱۳). همچنین با توجه به مؤلفه‌هایی که در محاسبه شاخص فرهنگی به کار می‌رود می‌توان متوجه شد، با افزایش شاخص فرهنگی، زمینه تولید و خلق ارزش در اقتصاد در ابعاد فردی و اجتماعی افزایش می‌یابد و همین امر می‌تواند سبب افزایش تشکیل سرمایه و تولید را منجر شود (نرس^۵، ۲۰۰۶). از سوی دیگر می‌توان بیان نمود، فرهنگ به‌عنوان یک شاخص کلیدی می‌تواند بر کارایی اقتصادی، انصاف و اهداف اقتصادی اثرگذار باشد (تراسبی^۶، ۱۹۷۷). بر همین اساس می‌توان انتظار داشت که با افزایش در شاخص فرهنگی و بهبود عوامل بیان شده رشد اقتصادی نیز افزایش یابد. در این تحقیق متغیر دیگری به‌منظور بررسی اثر شاخص فرهنگی بر رشد اقتصادی به‌صورت غیرمستقیم و از طریق کانال سرمایه انسانی در مدل تصریح شده است. این متغیر اثر تعاملی شاخص فرهنگی با سرمایه انسانی را بر رشد اقتصادی نشان می‌دهد. نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد، با هر واحد افزایش در این متغیر رشد اقتصادی به اندازه $0/0004$ واحد افزایش می‌یابد. این رابطه را می‌توان این‌گونه تفسیر نمود که با افزایش شاخص فرهنگی می‌توان

انتظار داشت که سرمایه انسانی بیشتری در استان‌ها شکل بگیرد و این امر سبب افزایش رشد اقتصادی شود. بنابراین می‌توان استدلال نمود که شاخص فرهنگی علاوه بر کانال مستقیم از طریق سرمایه انسانی نیز می‌تواند بر رشد اقتصادی استان‌ها نیز اثرگذار باشد. رابطه مذکور در سطح ۱ درصد معنادار است. همچنین با توجه به نتایج برآورد مدل و آماره به‌دست آمده برای $AR(1)$ و $AR(2)$ می‌توان به عدم همبستگی بین پسماندهای مدل پی برد. نتایج نشان می‌دهد، آماره‌های گفته‌شده به ترتیب برابر با ۰/۱۷ و ۰/۶۸۸ هستند که بیانگر انتخاب مناسب ابزارهای مدل هستند. نتایج احتمال به‌دست آمده سارگان و هنسن نیز نشان می‌دهند، ابزارهای انتخاب‌شده از اصل برون‌زایی برخوردار هستند. نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد، احتمال آماره سارگان برابر با ۰/۸۱۸ و احتمال آماره هنسن برابر با ۰/۴۲۱ شده است. نتایج برآورد مدل به‌صورت خلاصه در جدول ۵ بیان شده است.

جدول ۵. نتایج برآورد مدل تحقیق با شاخص فرهنگی

نام متغیر	ضریب	آماره t	احتمال
لگاریتم سرمایه	۰/۰۴۷	۲/۳۳	۰/۰۲۹
توان دوم لگاریتم سرمایه	-۰/۰۱۷۴	-۲/۳۴	۰/۰۲۸
لگاریتم نیروی کار	۰/۰۵۷۳	۲/۵۵	۰/۰۱۸
توان دوم لگاریتم نیروی کار	-۰/۰۲۰۸	-۲/۵۶	۰/۰۱۷
شاخص فرهنگی	۰/۰۰۱۵۷	۳/۹۲	۰/۰۰۱
اثر تعاملی شاخص فرهنگی و سرمایه انسانی	۰/۰۰۰۴	۴/۹۳	۰/۰۰۰
وقفه‌ی رشد اقتصادی	۰/۰۶۹۱۵	۰/۳۳	۰/۷۴۱
آماره‌های پس از برآورد مدل			
نام آزمون	آماره	احتمال	
	Z		
AR(1)	-۱/۳۷	۰/۱۷	
AR(2)	۰/۴	۰/۶۸۸	
	ch(2)		
سارگان	۷/۵۷	۰/۸۱۸	
هنسن	۱۲/۳۲	۰/۴۲۱	

منبع: یافته‌های تحقیق

۴- نتیجه‌گیری

مطالعات انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد که فرهنگ و اقتصادی با یکدیگر ارتباط دارند و کشوری که شاخص فرهنگی بالاتری دارد می‌توان انتظار داشت رشد اقتصادی بالاتری نیز داشته باشند. در همین راستا، این پژوهش با هدف قراردادن حوزه فرهنگ به‌عنوان یکی از پتانسیل‌های بومی کشور که تقریباً در تمامی نواحی ایران

پراکنده است، به مطالعه اثر سرمایه‌گذاری در فرهنگ بر رشد اقتصادی صنایع تولیدی استان‌های ایران در قالب رگرسیون داده‌های تلفیقی پویا و با روش اثرات ثابت و گشتاورهای تعمیم‌یافته (*GMM*) در دوره ۱۳۷۹-۱۳۹۵ می‌پردازد. نتایج حاصل از تخمین نشان می‌دهد، شاخص فرهنگی رابطه‌ای مثبت و معنادار با رشد اقتصادی استان‌ها برقرار کرده است. همچنین نتایج حاصل از مطالعه بیانگر آن است که شاخص فرهنگی از کانال سرمایه انسانی نیز می‌تواند بر رشد اقتصادی اثرگذار باشد. نتایج تمامی آزمون‌های خودهمبستگی مرتبه اول و دوم یعنی $AR(1)$ و $AR(2)$ حاکی از نبود خودهمبستگی سریالی اجزاء اخلاص بوده و نتایج آزمون سارگان نشان می‌دهد ابزارهای در نظر گرفته شده معتبر بوده و تخمین‌ها دارای تورش بیش برآورد نبوده‌اند.

هر کشوری می‌تواند امتیاز تجاری خود را تا حد زیادی افزایش دهد، به شرط آنکه قادر به تعیین برخی از قوانین تجارت بین‌المللی باشد. اعتبار بین‌المللی که شامل اعتبار فرهنگی هم می‌شود، این قابلیت را افزایش می‌دهد. گذشته از آن اعتبار بین‌المللی فی‌نفسه نشان‌دهنده نوعی امتیاز است. اگر کشوری قابلیت تعیین برخی قوانین فرهنگی بین‌الملل را هم داشته باشد، این امتیاز افزایش ویژه‌ای می‌یابد. موفقیت اقتصادی و فرهنگی برون مرزی به روشنی به یکدیگر وابسته‌اند اما سرمایه‌گذاری دولت در بخش فرهنگ کم‌رنگ است و مقوله فرهنگ محور بسیاری از تحولات نوین اقتصاد بوده است. همه دستگاه‌های اجرایی در طرح‌ها و برنامه‌های خود باید پیوست فرهنگی آن را مدنظر بگیرند و برای هماهنگی در کل استان‌های کشور لازم‌الاجرا شود. به دلیل تنوع قومی و مذهبی و وجود خرده مذهب‌های فرهنگی، سرمایه‌گذاری فرهنگی تأثیر بسزایی در اقتصاد خواهد داشت. امروزه کشورها از همه توان و ظرفیت‌های موجود برای توسعه اقتصادی استفاده می‌کنند. با وجود ظرفیت‌های عظیم فرهنگی ایران در دوره‌های مختلف تاریخی راهبرد استفاده اقتصادی از میراث فرهنگی و سرمایه‌گذاری در این حوزه وجود ندارد؛ درحالی‌که اقتصاد فرهنگی یک منبع مالی مهم برای تأمین مالی و بودجه کشورها به‌شمار می‌آید. در نهایت، کشورهایی که توانسته‌اند میراث فرهنگی را بهتر مدیریت کنند و بستر لازم برای سرمایه‌گذاران فرهنگی را فراهم نمایند، برآیند مطلوب‌تری در زمینه حفظ و توسعه پایدار و رشد اقتصادی و اقتصادی کردن سرمایه‌های فرهنگی، نسبت به کشورهایی دارند که فقط صاحب سرمایه‌های فرهنگی غنی هستند اما مدیریت مؤثری ندارند.

پراکندگی سرمایه‌گذاری در استان‌های کشور زیاد است. بنابراین؛ برای اثربخشی بیشتر بهتر است، اعتبارات اعطایی پتانسیل‌های متفاوت استان‌ها در صنایع فرهنگی و هنری، شناسایی شود و برنامه‌های توسعه مالی و استراتژی‌های رشد و توسعه مناطق با محوریت صنایع و محصولات فرهنگی انجام شود؛ تا با ایجاد قطب‌های فرهنگی و تمرکز بر این حوزه، زمینه بهره‌برداری حداکثری از پتانسیل‌های آن فراهم شود.

فهرست منابع

* اسمیت، فیلیپ، (۱۳۸۴)، درآمدی بر نظریه فرهنگی، مترجم: حسن پریان، تهران انتشاران دفتر پژوهش‌های فرهنگی

- * ایزانلو، قاسم و مهنازی روح الله، (۱۳۸۱). تأثیر عوامل فرهنگی بر توسعه اقتصادی، دومین همایش دو سالانه اقتصاد ایران، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- * بیگی، محمد و علی اعظم (۱۳۷۹). "جایگاه بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال چهارم، شماره ۱۶، صص ۸۷-۱۱۷.
- * پارسائیان، علی و سید محمد اعرابی (۱۳۸۲)، "مدیریت استراتژیک"، دیوید، فرد آر، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ چهارم.
- * تراسی، نیوید، (۱۳۸۲)، اقتصاد و فرهنگ، ترجمه کاظم فرهادی، تهران، نشر نی
- * جعفری صمیمی، احمد، صالحی علی (۱۳۹۲). بررسی وضعیت حمل و نقل هوایی و تأثیر آن بر رشد اقتصادی در استانهای ایران، فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد اقتصادی، سال دوم، شماره ۶.
- * خراسانی. اباصلت. حسن زاده. سودابه. (۱۳۸۶). "نیازسنجی آموزشی استراتژی‌ها و راهبردهای عملیاتی". چاپ اول. تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- * دیونگ، الکه. (۱۳۹۰) "فرهنگ و اقتصاد"، ترجمه سهیل سمی و زهره حسین زادگان، شمشاد، چاپ اول، تهران.
- * رومر. دیوید. (۱۳۸۸). "اقتصاد کلان پیشرفته"، ترجمه دکتر مهدی تقوی. ناشر دانشگاه آزاد اسلامی علوم و تحقیقات.
- * سالواتوره، دومینیک- دیولیو، یوجین آ، اصول علم اقتصاد، ترجمه محمد ضیایی بیگدلی و نوروز علی مهدی- پور، تهران: انتشارات کوهسار، ۱۳۸۴.
- * سریع القم. محمود. (۱۳۷۲). عقل و توسعه یافتگی، تهران، انتشارات سفیر.
- * شاه طهماسبی. اسماعیل. (۱۳۹۲). بررسی و مقایسه کارآیی نسبی استان‌ها در مدیریت کلان ورزشی در طول برنامه سوم و سال‌های ابتدایی برنامه چهارم. مجله پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۰.
- * صادقی، حسین وفایی یگانه، رضا، محمد غفاری، حسن، (۱۳۸۶) گسترش اقتصاد غیررسمی و؟ فرهنگ اقتصادی، ماهنامه مهندسی فرهنگی سال دوم شماره ۱۲ شهریور و مهر
- * صالحی امیری. رضا؛ حسین زادگان. زهره (۱۳۸۶). نقش صنعت فرهنگ بر توسعه فرهنگی، با تأکید بر کتابخوانی، مجله مدیریت فرهنگی، سال اول، شماره اول.
- * صالحی امیری. رضا، کاوسی اسمعیل و پوراندخت تقدسی (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر در صادرات کالاهای فرهنگی در ایران و ارائه راهبردهای مدیریتی، مجله مدیریت فرهنگی، سال چهارم، شماره نهم.
- * علا الدینی، امیرعباس؛ قنبری جهرمی، محمد جعفر (۱۳۹۵). قواعد رقابت سالم و مقایسه کشورهای منتخب از نظر رقابت‌پذیری، مجله مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۲۸.
- * کیاکجوری. د. کوزه‌گر. امیری. (۱۳۹۱). ضرورت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه، صص ۱-۱۰، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دانشگاه مازندران.

- * نعیمی، ا.، پزشکی راد، غ. (۱۳۸۷). نگاهی بر آموزش کارآفرینی در ایجاد اشتغال، اولین همایش نوآوری و کارآفرینی.
- * یونسکو (۱۳۷۸)، " فرهنگ، خلاقیت و بازار: گزارش جهانی فرهنگ "، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران.
- * Adorno, T. Horkheimer, M. (1974). "Dialectic der Aufklarung: Philosophise Fragmented. Amsterdam, Querido". Available at: [Http:// jotech.net/wiki/images/9/99/AdornoHorkheimer-Vorworte_Begriff_der](http://jotech.net/wiki/images/9/99/AdornoHorkheimer-Vorworte_Begriff_der)
- * Arellano, M., Bond, S. (1991). "Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations". *Review of Economic Studies* 58 (2), 277-297.
- * Arellano, M., Bover, O. (1995). "Another look at the instrumental variable estimation of error-components models". *Journal of Econometrics*, 68(1), 29-51.
- * Asmet, etc. (2014). "Culture, human agency, and economic theory: culture as a determinant of material Welfare", *Journal of Socio- Economics* 30, pp.379-391.
- * Balance, R., F, H., Murry, T. (1987). "Consistency Tests of Alternative Measures of Comparative Advantage", *The Review of Economics and Statistics*, Vol.69, No. 1, pp. 157-161.
- * Ballasa, B. (1965). "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage", *The Manchester School of Economics and Social Studies*, Vol. 33, pp. 99-123.
- * Ballasa, B. 1986. "Comparative Advantage in Manufactured Goods: A Reappraisal", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 68, No.2, pp. 315-319.
- * Barro, R. (1998). "Determinants of economy is growth: A cross-country empirical study". MIT Press. Vol.58. 29-52
- * Barro, R., Sala-i-Martin, X. (1995). "Economic growth". NY: McGraw-Hill.
- * Bhargava, A (1991). "Identification and panel data models with endogenous regressors". *Review of Economic Studies*. 58 (1): 129-140.
- * Blundell, R., Bond, S. (1998). "Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models". *Journal of Econometrics*, 87(1), pp.115-143.
- * Brasili, A., Epofani, P., Helg, R. (2000). "On the Dynamics of Trade Patterns", CESPRI, Working Paper, No. 115.
- * DCMS, Creative industries mapping document (2009). "Creative industries economic estimates? Bulletin". Protect-statistics.
- * Hakala, A. (2013). "Entrepreneurial and Learning Orientation; Effect on Growth and Profitability in the Software Sector", *Baltic Journal of Management*, vol. 8, Iss:1, PP. 1-2-118.
- * Harrison, L. Huntington, S. (2000). "Culture Matters: How values shape? Progress" New York: Basic Books.
- * Inglehart, R. (1997). "Modernization and Postmodernization: Cultural, economic and political change in S3 societies", Princeton, NJ: Princeton University Press.
- * Jafari-Samimi, A., Larimi, S. J., Hosseini, S.M. (2008). "Investigation on Relationship between Revealed Comparative Advantage of Value-added Agricultural Sector and Economic Development of Khorasan Province of Iran", *Journal of American-Eurasian J. Agric. & Environ. Sci*, Vol. 2, pp. 113-117.
- * KEA (EUROPEAN AFFAIRS), (2006). "Study prefer for the European commission" Directorate-General for education. Vol. 7, pp. 13-29.
- * Last, A-K & H. Wetzel. (2010). "The Efficiency of German Public Theatres: A Stochastic Frontier Analysis Approach". *Journal of Cultural Economics*. NO.34.P.89-110

- * Lee, J. (1995). "Comparative Advantage in Manufacturing as An American Determinant of Industrialization: The Korean Case", *World Development Report*, No. 23, pp. 1195-1200.
- * Levine, R. Renelt, D. (1992). "A Sensitivity Analysis of Cross-Country Growth Regressions", *American Economic Review*, Vol.82, No. 4, pp. 942-963.
- * Lin, K.T. (1997). "Analysis of North Korea's Foreign Trade by Revealed Comparative Advantage", *Journal of Econometric Development*, Vol. 22, pp. 97-117.
- * Liesner, H. H. (1958). "The European Common Market and British Industry", *Economic Journal*, Vol. 68, pp. 302-316.
- * Nurse, K. (2006) "the cultural industries in Caricom: trade and development challenges" furdender EU PROINVEST.
- * Panitchpakdi, Supachai. Dervis, Kemal; creative Economy Report 2008; UNCTAD; 2008; pp. 33-58.
- * Sargan, J. D. (1975). "Testing for misspecification after estimating using instrumental variables". Mimeo. London School of Economics.
- * Solow, R. M. (1956). "A contribution to the theory of economic growth". *Quarterly Journal of Economics*. Oxford Journals. 70(1): 65-94.
- * Temple, J. (1999). "The new growth evidence". *Journal of Economic Literature* 37 (1), 112-156.
- * Thompson, H. (2002). "culture and economic development modernization to Globalization" theory & science (CAAP) ISSN: 1527-555
- * Throsby, D. (2001) "economics and culture" universally press.
- * Therosby, david. (2004) "Assessing the impacts of? Cultural industry" the University of Chicago, cultural policy centre.
- * Tylor, E.B. (1959). "Primitive Culture: researches into the development of mythology". Philosophy, Religion, art and custom. Vol. 1: Origins of Culture, Gloucester, MA: smith.
- * Towse, Rh. (2000) "cultural economics, copyright and the cultural industries" conference the long run at erasmus university of cultural Goods, 1980-98: Executive summery. P4
- * UNESCO institute for statist's international of selected cultural Goods 1980-98: Executive summery. P4.

یادداشت‌ها

¹Tylor

²Temple

³Internal Financing

⁴External Financing

⁵Organization for Economic Co- operation and Development

⁶Hakala

⁷Adorno and Horkheimer

⁸Brasili

⁹Throsby

¹⁰Karl Marx

¹¹Daniel Bell

¹²Max Weber

¹³Samuel Huntington

¹⁴Cultural values

¹⁵Thomson

¹⁶Bagehot

¹⁷Schumpeter

- ¹⁸ Schultz
- ¹⁹ Dennison
- ²⁰ Human capital
- ²¹ Cultural capital
- ²² Thompson
- ²³ Towse
- ²⁴ Unido

^{۲۵} گفتنی است، هزینه‌های دولت به به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ (میلیارد ریال) است.

- ²⁶ Liesner
- ²⁷ Ballassa
- ²⁸ Symmetric Revealed Comparative Advantage (SRCA)
- ²⁹ Balance, Forstner & Murray, 1987
- ³⁰ Bellini
- ³¹ Last & Wetzel
- ³² Diniz and Machado
- ³³ Brono
- ³⁴ Nina Montmann
- ³⁵ Unido
- ³⁶ Lin
- ³⁷ Brasili et all
- ³⁸ Lee
- ³⁹ Dynamic Panel Data
- ⁴⁰ Temple
- ⁴¹ Generalized Method of Moments
- ⁴² Arellano and Bover
- ⁴³ Autoregressive
- ⁴⁴ Bond
- ⁴⁵ Sargan
- ⁴⁶ Blundell
- ⁴⁷ Bharagava

^{۴۸} . برای مطالعه بیشتر رجوع کنید به آرلانو و باور (۱۹۹۵) و آرلانو و باند (۱۹۹۱)

- ⁴⁹ Simpling by Sampling
- ⁵⁰ Strictly exogenous
- ⁵¹ Small- sample adjusment
- ⁵² consistent
- ⁵³ Robust
- ⁵⁴ Barro and Clealy
- ⁵⁵ Nurse
- ⁵⁶ Throsoby