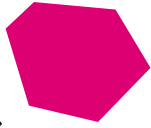


Culture & Creativity

EU-Eastern Partnership Programme



კულტურის გავლენა ეკონომიკურ განვითარებაზე

კულტურის წვლილი ტურიზმში
(როგორც შემოქმედებითი ინდუსტრიის
ნაწილი)



პროგრამა ფინანსდება
ევროკავშირის მიერ

შესავალი

ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ტურიზმის განვითარების საფუძველი ტურიზმისა და კულტურის ურთიერთსასარგებლო ორმხრივი კავშირია. აღნიშნული კავშირი აშკარა და გასაგებია, რადგან სხვადასხვა ქვეყანაში ვიზიტისას ტურისტს შესაძლებლობა ეძლევა გაეცნოს ქვეყნის ისტორიას, მემკვიდრეობასა და კულტურას. მაგალითად, ბოლო 20 წლის განმავლობაში ესპანეთში მუზეუმების რაოდენობა 100%-ით გაიზარდა. ბარსელონამ ზრდის ამოსავალ წერტილად კულტურული ტურიზმი განსაზღვრა და შედეგად, კულტურულ ღონისძიებებზე დასწრება წლიურად 1994 წელს 4 მილიონიდან 2005 წელს 13.2 მილიონამდე გაიზარდა. დღესდღეობით, ქალაქში კულტურული ღონისძიებების დამსწრე ვიზიტორების 71%-ს ტურისტები შეადგენენ¹. თუმცა, ტურიზმსა და კულტურას შორის ურთიერთსასარგებლო კავშირის არსი კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისა და აღიარების პარალელურად შეიცვალა. ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ანგარიშის - „ტურიზმის გავლენა კულტურაზე“ მიხედვით, მნიშვნელოვნად შეიცვალა მიდგომა მატერიალური მემკვიდრეობიდან არამატერიალური და თანამედროვე შემოქმედებითობისკენ². არასდროს არ იყო მარტივი მგზავრობისათვის სასურველი დანიშნულების ადგილის მოძიება და მგზავრობის ორგანიზება. ინტერნეტმა, სოციალურმა და მობილურმა აპლიკაციების მეშვეობით ტურისტები ტრადიციული შუამავლების გარეშე გეგმავენ და ახორციელებენ სპეციალურად მორგებულ და შემეცნებით ტურიზმს. ამ ახალი მიდგომის ჩამოყალიბებამ კონკურენტული გახადა დანიშნულების ადგილები³.

იმდენად რამდენადაც, შემოქმედებითი ეკონომიკა⁴ მრავალი მთავრობის განვითარებისა და კონკურენტუნარიანობის სტრატეგიის ძირითადი თემა გახდა, CCI⁵ და ტურიზმს შორის კორელაციამაც მნიშვნელობა შეიძინა. როგორც უკვე აღინიშნა, კულტურამ და შემოქმედებითმა ინდუსტრიამ შეცვალა ხალხის მიდგომა ტურიზმისადმი, ასევე შეიცვალა დანიშნულების ადგილების შემოთავაზებები. CCI პასუხისმგებელია ფასეულობების შექმნაზე, ამდენად ის ტურიზმს ხელს უწყობს შემდეგი ქმედებებით:

- ტურისტული პროდუქტებისა და ტურიზმის განვითარება და

- 1 ევროსაბჭო, ევროპული კულტურული მარშრუტების გავლენა მცირე და საშუალო ბიზნესის ინოვაციებსა და კონკურენტუნარიანობაზე
- 2 ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ანგარიში - ტურიზმზე კულტურის ზეგავლენა
- 3 ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ანგარიში - ტურიზმი და შემოქმედებითი ეკონომიკა
- 4 შემოქმედებითი ეკონომიკაში თავისი წვლილი შეაქვს შემოქმედებითი ინდუსტრიის გარეთ დასაქმებულ და ასევე შემოქმედებით ინდუსტრიაში დასაქმებულ პირებს. შემოქმედებით ინდუსტრიაში, რომელიც წარმოადგენს შემოქმედებითი ეკონომიკის ერთ-ერთ მიმართულებას, რომელიც აერთიანებს მხოლოდ იმათ ვინც მუშაობს შემოქმედებით ინდუსტრიაში (და მათ, ვისაც შეიძლება ჰქონდეს შემოქმედებითი პროფესია ან სხვა როლი, მაგალითად, ფინანსები)
- 5 მოცემული საქმის მიზნებისთვის, სურვილი მაქვს ყურადღება გავამახვილო დიდი ბრიტანეთის მთავრობის კულტურის, მედიისა და სპორტის დეპარტამენტის მიერ შემოთავაზებულ ტერმინებზე: „კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიები არის ინდუსტრიები, რომლებიც წარმოიშვნენ ინდივიდების შემოქმედების, უნარ-ჩვევებისა და ნიჭის საფუძველზე და რომელთაც გააჩნიათ სიმდიდრისა და სამუშაო ადგილების შექმნის პოტენციური ინტელექტუალური საკუთრების წარმოქმნისა და ექსპლუატაციის საფუძველზე“. ტერმინი „შემოქმედებითი ინდუსტრია“ აერთიანებს შემდეგ ცამეტ ქვეჯგუფს: რეკლამა; არქიტექტურა; ხელოვნება და ანტიკვარული ნივთების ბაზარი; ხელოვნება; დიზაინი; მოდის დიზაინი; ფილმი და ვიდეო; ინტერაქტიული დასვენების პროგრამები; მუსიკა; საშემსრულებლო ხელოვნება; გამომცემლობა; კომპიუტერული პროგრამები და თამაშები და ტელევიზია და რადიო

დივერსიფიკაცია.

- არსებული ტურისტული პროდუქტების გაცოცხლება.
- ტურიზმის განვითარება და გაძლიერება შემოქმედებითი ტექნოლოგიების გამოყენებით.
- ტურისტულ ადგილებში შესაბამისი ატმოსფეროს შექმნა.
- ტრადიციული კულტურული ტურიზმის მოდელის შეზღუდვების გადალახვა.

შემოქმედებითმა ინდუსტრიამ შეცვალა ტურიზმსა და კულტურას შორის ჩამოყალიბებული კავშირი მემკვიდრეობაზე ორიენტირებული ტურიზმიდან შემოქმედებით, ცოდნასა და გამოცდილებაზე ორიენტირებულ ტურიზმზე. 2000 წელს, შემოქმედებითი ტურიზმის ფენომენი ჩამოყალიბდა ტურიზმის სპეციფიკურ ნიშად. შემდგომში შემოქმედებითი ტურიზმი ჩამოყალიბდა სრულმასშტაბიან მიმართულებად. შემოქმედებითი ტურიზმი შეიძლება შემდეგნაირად დახასიათდეს:

- წარმოებაზე ორიენტირებული - შემოქმედებითი მწარმოებლები იყენებენ თავიანთ უნარ-ჩვევებს შემოქმედებითი პროდუქტის შესაქმნელად,
- მომხმარებელზე ორიენტირებული - შემოქმედება გამოიყენება როგორც ტურისტებისა და ტურისტული დანიშნულების ადგილების მიზიდვის საშუალება,
- საზოგადოებაზე ორიენტირებული - შემოქმედებითი ტურიზმი, როგორც საზოგადოების განვითარების სტიმული⁶.

ფაქტები და ციფრები

- 1950 წელს საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობამ შეადგინა 25 მილიონი. 2011 წელს აღნიშნული ციფრი გაიზარდა 980 მილიონამდე და მოსალოდნელია, რომ 2030 წლისთვის გაიზრდება 1.8 მილიარდამდე.
- 2009 წელს ტურიზმმა შეადგინა მთლიანი შიდა პროდუქტის 9% და დასაქმების თითქმის 3% (გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია/ UNWTO 2011)
- გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის შეფასებით კულტურული ტურიზმი წარმოადგენს საერთაშორისო ტურიზმის 40%-ს (2007), რაც შეადგენს 375 მილიონ მგზავრობას.
- ევროპაში, ტურიზმიდან შემოსავალი შეადგენს მთლიანი შიდა პროდუქტის 5%-ს, რაც წარმოადგენს მთლიანი სამუშაო ადგილების 5.2%-ს (EC 2010).
- კულტურული ტურიზმი მრავალი ქვეყნის და რეგიონის მიერ განიხილება სასურველ ბაზრად, რადგან ის უმეტესწილად ძვირადღირებულია და ხორციელდება განათლებული ხალხის მიერ, რომლებიც ტურისტულ ადგილებში კულტურული ღონისძიებების ჩატარებას უწყობენ ხელს.

მაგალითი 1

SXSW – „South by Southwest“ ფესტივალი

კონტექსტი

SXSW აღიარებულია ერთ-ერთ წარმატებულ ფესტივალად მუსიკის, კინოს და ინტერაქტიული მედიის სფეროში. SXSW, რომელიც ჩატარდა ოსტინში, ტეხასში, დაიწყო მუსიკის კონფერენციით; 1987 წელს დაემატა ფესტივალი, ხოლო 1994 წელს კი კინოფესტივალი და ინტერაქტიული მედია ფესტივალი. SXSW ოსტინში იზიდავს მსოფლიოს წამყვან შემოქმედ პროფესიონალებს ღონისძიებაზე, რომელიც მოიცავს კონფერენციას, გამოფენებსა და ფესტივალებს. ბოლო 30 წლის განმავლობაში, SXSW-მა შემოქმედ ადამიანებს დახმარება გაუწია თავიანთი მიზნების მიღწევაში; ოსტინი გადაიქცა მსოფლიო სცენად, შემოქმედი პროფესიონალების მექად. ამ ღონისძიების ფარგლებში ხდება ინოვაციების წარმოდგენა ახალი მედიის, მუსიკის და ფილმების ჩვენებებით, რაც უზრუნველყოფს ექსპოზიციებს შემოქმედთათვის და გასართობს დამსწრეთათვის. SXSW სავაჭრო გამოფენაზე შემოთავაზებული მუსიკა, ფილმები და კონფერენციის ინტერაქტიული სესიები წარმოადგენს ინსპირაციისა და გამოცდილების გაზიარების ფორუმს. SXSW სავაჭრო გამოფენა ბიზნესისთვის გვთავაზობს ახალი კონტაქტების დამყარების შესაძლებლობებს.

გამოწვევა

SXSW მიზანს წარმოადგენდა ისეთი ფორუმის შექმნა, რომელიც სხვადასხვა ქვეყნის შემოქმედ ხალხსა და კომპანიებს შეხვედრის, იდეების გაცვლის და კარიერული წინსვლის საშუალებას მისცემდა.

SXSW მიზანია გააერთიანოს მსოფლიოს შემოქმედი საზოგადოება, მაგრამ 30 წლიანი გამოცდილების თანახმად, SXSW - მა ხელი შეუწყო

სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარებას, რასაც შედეგად მოჰყვა ოსტინში უამრავი სამუშაო ადგილის შექმნა სხვადასხვა სფეროში, მშენებლობაში, სატრანსპორტო და კვების სფეროებში. მართო სასტუმრო მომსახურების ინდუსტრიაში დასაქმდა 75 000 ადამიანზე მეტი.

– მაიკ შუა, SXSU აღმასრულებელი დირექტორი

შედეგები და გავლენა

SXSU კვლავ ყველაზე დიდი მოგების მომტანი ღონისძიებაა ოსტინის სასტუმრო ინდუსტრიაში:

- 2016 წელს SXSU-ს ფარგლებში ჩატარდა 13 დღიანი ინდუსტრიული კონფერენცია, 4-დღიანი სავაჭრო შოუ, 8 გამოფენა, 6-დღიანი მუსიკის ფესტივალი, რომელზეც წარმოდგენილი იყო 2,200 ბენდი და 9-დღიანი კინოფესტივალი, რომელზეც ნაჩვენები იყო 460-ზე მეტი ფილმი. 2016 წელს, SXSU-მა 14,415 ინდივიდუალური ჯავშანი გააკეთა სასტუმროში, რაც უტოლდება 59000 ოთახს ღამეში SXSU-ზე რეგისტრირებული პირებისთვის. მართო SXSU-ის პირდაპირი ჯავშნებიდან, ოსტინის სასტუმრო ინდუსტრიის საშემოსავლო გადასახადებმა შეადგინა \$1.8 მილიონი.
- სასტუმრო ვან ბანდტისა და ჰოლიდეი ინ ექსპრესის გახსნამ, რეგისტრირებული პირების რაოდენობის და ასევე მოკლევადიანი გაქირავების სისტემის განვითარებამ განაპირობა ოსტინის სასტუმრო ოთახების რაოდენობის ზრდა. 2016 წელს, SXSU-ზე დარეგისტრირებული მონაწილეების სასტუმროში განთავსების საშუალო მაჩვენებელი იყო 5.2 ღამე ერთ მონაწილეზე, მაშინ როცა 2015 წელს იყო 4.9.
- ოსტინის სასტუმრო ბიზნესის განვითარების მიუხედავად, SXSU-ს დროს მოთხოვნა იზრდება და მნიშვნელოვნად უსწრებს მიწოდების მაჩვენებელს. გაზრდილი მოთხოვნის გამო SXSU-ს მიერ დაჯავშნილი ნომრების საშუალო ფასმა 2016 წელს 350 აშშ დოლარი შეადგინა. სასტუმროს ფასის 2011 წლიდან 2016 წელს 60%-ით ზრდის ტენდენცია არამდგრადია, რადგან ბაზარზე ახალი დაბალ ფასიანი სასტუმროები აღმოცენდა, რაც უზრუნველყოფს მომავალში ღონისძიების მონაწილეთა რაოდენობის ზრდას.
- SXSU კონფერენციისა და ფესტივალის მონაწილეები, მათ შორის, რეგისტრირებული მონაწილეები და ერთჯერადი ბილეთების მფლობელები, შეადგენს დაახლოებით 140,000.
- SXSU-ს სტუმრის ბარათებმა და მომხმარებლის დასწრებამ დამატებით 203,800 მონაწილე მოიზიდა. ამ საჯარო ღონისძიების ფარგლებში ჩატარდა 3-დღიანი კონცერტი ღია ცის ქვეშ ლედი ბერდის ტბაზე, 2 დღიანი ციფრული შემოქმედების დასაქმების ფორუმი, 3 დღიანი პოსტერების სამხატვრო გამოფენა და მუსიკალური მონყობილობების გამოფენა, 1 დღიანი განათლების გამოფენა, 3 დღიანი SXSU სათამაშო გამოფენა, SXSU შემოქმედებითი და სამედიცინო ტექნიკის გამოფენა. 2016 წელს SXSU-მ გაანაწილა 119,500 სტუმრის ბარათ⁷.

ოსტინის საკონვენციო ცენტრი მეტად სარგებლობს ჩვენი პარტნიორობით SXSU-სთან, რომელიც ყველაზე დიდ ყოველწლიურ ღონისძიებას წარმოადგენს. ჩვენ სიხარულით ვაკვირდებით ინოვაციებსა და განვითარებას, რაც აღნიშნულ ღონისძიებას თან სდევს. SXSU-ს თანმიმდევრული ზრდა გავლენას ახდენს ოსტინის ეკონომიკურ განვითარებაზე.

– მარკ ტესტერი, ოსტინის კონვენციის ცენტრის დირექტორი



მაგალითი 2

Hallyu - კორეული ტალღა კონტექსტი

Hallyu, კორეული ტალღის ფენომენის დასაწყისად ითვლება 90-იანი წლების მეორე ნახევარი. კორეასთან ასოცირებული კორეული ტალღა აზიაში ყველაზე მნიშვნელოვანი კულტურული ძალა გახდა. კორეული სატელევიზიო დრამა და შემდგომში სატელევიზიო პროგრამები ძალზედ პოპულარული გახდა ჩინეთში, ტაივანში, იაპონიაში და ჰონკონგში. აღნიშნულ ბაზრებზე სატელევიზიო პროგრამებისა და შოუების ექსპორტი გაიზარდა და 1995 წელს არსებული 5.5 მილიონ აშშ დოლარიდან 2007 წელს 150.9 მილიონ აშშ დოლარამდე გაიზარდა. მოგვიანებით, კორეული პოპ-მუსიკა გახდა კატალიზატორი Hallyu-ს უზარმაზარი წარმატებისა, რომელმაც აზიაში, და შემდგომ კი მსოფლიოში თაყვანისმცემლების გული დაიპყრო. ამასთან, ჰოლივუდმა გადაამუშავა რამდენიმე კორეული წარმოშობის ფილმი, რამაც გამოიწვია ექსპორტის ზრდა და მისი მოცულობა 2000 წელს არსებული 7 მილიონი აშშ დოლარიდან 2005 წელს 76 მილიონ აშშ დოლარამდე გიზარდა. კორეული პოპ-კულტურის პროდუქტი, როგორცაა, დრამა, კინო, მუსიკა ტურიზმის განვითარების საწინდარი გახდა შემდეგი ასპექტების გათვალისწინებით:

- კორეის პოპ ვარსკვლავების კონცერტებში მონაწილეობის მიღება.
- ღირსშესანიშნაობების მონახულებით ან კორეაში გაკეთებული სატელევიზიო დრამებისა და კინოების შესახებ ისტორიებით ტურისტის მოზიდვა;
- Hallyu -სთან დაკავშირებული პროდუქტის შექმნა;
- კორეულ კერძებთან და კულტურასთან ზიარება.

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, სამხრეთ კორეა, რომლის მოსახლეობა 50 მილიონია, გახდა აღმოსავლეთის ჰოლივუდი და უშვებს ისეთ გასართობ ღონისძიებებს, რომლებსაც მილიონობით თაყვანისმცემელი ჰყავს იაპონიიდან დაწყებული ინდონეზიით დამთავრებული.

– ლარა ფარარი, , CNN WORLD⁸

გამოწვევა

შემოქმედებითი ტურიზმის მზარდი მოთხოვნის პოზიტიური ტენდენცია არის ის მიმართულება, რომლის გაგრძელებაც სურს კორეის მთავრობას. Hallyu-ს ეფექტი იწვევს არა მხოლოდ ტურიზმის განვითარებას. გემოაღნიშნული ეფექტი ხელს უწყობს სამუშაო ადგილების შექმნას. დიდი ხნის წინ, Hallyu იყო კერძო სექტორის ინიციატივა, თუმცა დღეს ის მსოფლიო ფენომენს წარმოადგენს. აღნიშნული ტენდენციის შენარჩუნების მიზნით, კორეის მთავრობამ, 2012 წელს გადაწყვიტა ტრადიციული კორეული კულტურის განვითარების ხელშეწყობა და შექმნა Hallyu კულტურის პოპულარიზაციის სამუშაო ჯგუფი. ტრადიციული კორეული კულტურის პოპულარიზაცია, კერძოდ, ტრადიციული საკვების, ხელოვნების პოპულარიზაცია პოლიტიკოსების მიზანიც იყო

ჩვენ ყურადღებას გავამახვილებთ სამ სფეროზე — ტრადიციული კულტურა, თანამედროვე კულტურა და სხვა hallyu-სთან დაკავშირებული ინდუსტრიები. პირველ რიგში ჩვენ ჩამოვაცალიებთ შემოქმედებითი სტრატეგიები ტრადიციული კულტურის განვითარების ხელშესაწყობად⁹.

– ხოე კვანგ-შიკ, კულტურის მინისტრი

წარმოდგენილ იქნა ათი კონკრეტული გეგმა:

- სამთავრობო შენობებზე და სახელმწიფოს დაფინანსებაზე მყოფი კომპანიების შენობებზე ტრადიციული ნიმუშების განთავსების სახელმძღვანელო ინსტრუქციების შემუშავება;
- მაღალი ხარისხის კორეული ცხოვრების სტილის მოდელის შემუშავება;
- კორეული ტრადიციული კულტურის შესახებ ამბების თხრობა;
- დამატებითი ღირებულების პროდუქტის შექმნა ტრადიციონალი ხელოსნებსა და თანამედროვე დიზაინერებს შორის თანამშრომლობის პროექტებით;
- ტრადიციული კულტურის თანამედროვე კულტურის ჟანრებთან ადაპტაცია;
- უახლესი საკომუნიკაციო და საინფორმაციო ტექნოლოგიების შერწყმა ტრადიციულ წარმოდგენებთან და რიტუალებთან;
- „hanji“-სთვის ან კორეული ტრადიციული ქაღალდის ხარისხის სერტიფიცირების პროცესის დაწყება;
- ხელისუფლების წარმომადგენლების მოწოდება ოფიციალურ დონისძიებებსა და hanbok-ის ცენტრის გახსნის ცერემონიაზე ტრადიციული სამოსის hanbok-ის ტარება;
- ორგანიზაციის შექმნა, რომელიც პასუხისმგებელი იქნება ტურისტებისთვის ტრადიციული სახლების უზრუნველყოფაზე;
- ტრადიციული კულტურის სფეროში განათლების ხელშეწყობა.

პოლიტიკოსებს იდეა ჰქონდათ ტურიზმის სფეროს განვითარებისათვის, კორეელების მიერ ტრადიციული კულტურის მნიშვნელობის აღიარებისა და მისი ყოველდღიურ ცხოვრებაში გამოყენებაზე კონსესუსის მიღწევისთვის გაეძლიერებინათ ტურიზმსა და CCI-ს შორის თანამშრომლობა.

ტრადიციული კულტურის შემოქმედებითი განვითარების სტრატეგიის შემუშავებისთვის შექმნილი საინიციატივო ჯგუფისთვის 2012 წელს კორეის სამინისტრომ ბიუჯეტიდან გამოყო \$29.8 მილიონი და 2013 და 2014 წლისთვის დაგეგმა დამატებით \$200 მილიონის გამოყოფა.

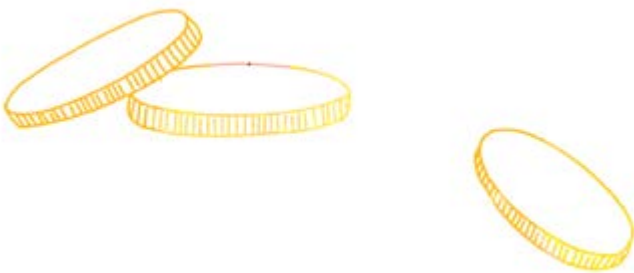
შედეგები და ზეგავლენა

Hallyu-ს შინაარსი საზღვარგარეთ ცნობილი გახდა რადიომაუნწყებლობის, ინტერნეტის, მობილური მედიისა და თეატრის საშუალებით და გამოიწვია კორეისადმი დიდი ინტერესი, შედეგად კი გაიზარდა ვიზიტორების რაოდენობა.

Hallyu ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტი შეფასდა 2012 წელს დაახლოებით \$6.4 მილიარდით, რამაც ხელი შეუწყო 67,000 სამუშაო ადგილის შექმნას, ხოლო 2015 წელს კი \$18.1 მილიარდით, და 120,000 ახალი სამუშაო ადგილი შეიქმნა¹⁰. ტურიზმის ინდუსტრიამ შექმნა 24,520 სამუშაო ადგილი; სათამაშო ინდუსტრიამ შექმნა 24,308 სამუშაო ადგილი; საკვებისა და სასმელის ინდუსტრიამ შექმნა 16,758 სამუშაო ადგილი; და კოსმეტიკის ინდუსტრიამ კი 4,201. კოსმეტიკის ინდუსტრიაში სამუშაო ადგილები ყოველწლიურად იზრდებოდა 57 პროცენტით, რაც ყველაზე მაღალია სხვა ინდუსტრიებთან შედარებით. მონაცემების თანახმად, 2014 წელს კულტურული და სამომხმარებლო პროდუქციის საზღვრებს გარეთ ექსპორტი \$6.16 მილიარდს, წინა წელთან შედარებით შეინიშნება 8.4 პროცენტის ბრუნვა. აღნიშნული ბრუნვის მაჩვენებელი 2.3 პროცენტით აღემატება მთელს ქვეყანაში ექსპორტის ბრუნვის მაჩვენებელს. Hallyu-ს ექსპორტის გაზრდა წარმოადგენს კორეული ეკონომიკის დედაბოძს.

კორეული შემოქმედებითი ტურიზმი პირდაპირ კავშირშია სამუშაო ადგილების შექმნასთან, ტრადიციულ ტურიზმსა და CCI-ს შორის თანამშრომლობის გაძლიერებასთან, ასევე მდგრადი ტურიზმის განვითარებასთან ფართო საზოგადოების წინაშე ტრადიციული კორეული კულტურის წარდგენით. როგორც ეს ხაზგასმულია ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ანგარიშში ტურიზმის და შემოქმედებით ეკონომიკის შესახებ, გემოაღნიშნული შეუძლებელი იქნებოდა ქვემოთ მოყვანილი ფაქტორების გათვალისწინების გარეშე:

- კერძო სექტორში შემოქმედებითობის გასაძლიერებლად.
- შემოქმედებითი ტურიზმის გაცოცხლება ინდუსტრიებს შორის საზღვრების გარეშე.
- ხელისუფლების წარმომადგენლებსა და კერძო/საჯარო სექტორს შორის.
- კვლევისა და განვითარების ბიუჯეტის გაზრდა.
- დამწყები ტურიზმის ბიზნესში ინვესტირების გაძლიერება.
- ტურიზმის ახალი, მომგებიანი კომპანიის მოდელის შემუშავება.



დასკვნა

ბევრი ტურისტისთვის მსოფლიოს ირგვლივ მოგზაურობის მთავარი მიზეზი არის სხვადასხვა კულტურების მიმართ ინტერესი, კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და ცნობილი მუზეუმების დათვალიერებაა. გასულ ათწლეულში ბევრად შეიცვალა კულტურის ზეგავლენა ტურიზმზე. ეს ცვლილება შეიძლება ამკარა არ არის, რადგან ის მჭიდროდ უკავშირდება ციფრულ და შემოქმედებით ცვლილებებს და გავლენას ახდენს ჩვენი ცხოვრების სხვა სფეროებზეც. თუმცა, კულტურული ტურიზმიდან შემოქმედებით ტურიზმზე გადასვლა მჭიდროდ უკავშირდება CCI-ს განვითარებას და მათ დარგთაშორის საოპერაციო ბუნებას. ტექნოლოგიური განვითარება, ახალი ციფრული მექანიზმები, პროდუქციის ჩვეულებრივი მომხმარებელიდან მწარმოებელ მომხმარებლად გადაქცევა, და ბოლოს, შემეცნებით პროდუქციაზე მოთხოვნა წარმოადგენს შემოქმედებითი ტურიზმის ფაქტორებს. შემოქმედებითი ტურიზმი შეიძლება განხილულ იქნას ნიშად, მაგრამ იგი წარმოადგენს ბევრ სხვადასხვა ნიშას, რომლებიც ერთობლიობაში ქმნის მასიურ მიმართულებას. ერთი მხრივ, მაგალითად შეიძლება SXSU-ს მოყვანა, სადაც მთელი მსოფლიოდან სხვადასხვა შემოქმედი პროფესიონალები და უბრალოდ ადამიანები, რომლებსაც აინტერესებთ, თუ რა არის CCI, იკრიბებიან თავიანთი ცოდნისა და გამოცდილების გაზიარების მიზნით. მეორე მხრივ, არსებობს კორეული ტალღის ეფექტი, რაც CCI-ს მონაწილეობით გლობალური ფენომენი გახდა. ორივე შემთხვევაში, საბოლოო შედეგია შემოქმედებითი ტურიზმისა და სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება.

რეკომენდაციები

- პოლიტიკოსებმა უნდა აღიარონ და ხელი შეუწყონ ტურიზმისა და CCI-ს ურთიერთსასარგებლო თანამშრომლობას და შეიმუშაონ განვითარების სტრატეგია.
- CCI ინდუსტრიების პროდუქცია ექსპორტირებულ საქონელს წარმოადგენს და ხელს უწყობს ტურიზმის განვითარებას.
- CCI ციფრული პროდუქტები, როგორცაა მობილური აპლიკაციები ან სოციალური მედიის ინსტრუმენტები მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ ტურიზმის განვითარებაში .
- კულტურა და შემოქმედებითი ტურიზმი უმეტესწილად ძვირადღირებულია და ხორციელდება განათლებული ხალხის მიერ, რომლებიც ტურისტულ ადგილებში კულტურული ღონისძიებების ჩატარებას უწყობენ ხელს.
- ტურიზმში CCI შემოქმედებითი როლის აღიარება და ხელშეწყობა უზრუნველყოფს ტურისტების რაოდენობის გაზრდას.

დამატებითი რესურსები

ევროპის საბჭო, ევროპული კულტურული მარშრუტების გავლენა მცირე და საშუალო ბიზნესის ინოვაციებსა და კონკურენტუნარიანობაზე

https://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/StudyCR_en.pdf

ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია, კულტურის გავლენა ტურიზმზე

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009_The_Impact.pdf

ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია, ტურიზმის შესახებ კვლევები, ტურიზმი და შემოქმედებითი ეკონომიკა (2015)

„South by South West“ ფესტივალი

<https://www.sxsw.com/>

კულტურული მემკვიდრეობა ევროპისთვის

http://blogs.encatc.org/culturalheritagecountsforeurope//wp-content/uploads/2015/06/CHCfE_RE-PORT_ExecutiveSummary_v2.pdf

კორეული ტალღა

<http://kstore.korea.net/publication/list?keywordId=A160600>

