وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة-
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مخبر الدراسات البيئية والتنمية المستدامة

مخبر المقاولاتية وإدارة المنظمات.

شهادة مشاركة

يشهد السيد عميد كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ورئيس الملتقى الوطني الافتراضي حول:

الإبداع في منظمات الأعمال في ظل بيئة عالمية متغيرة المنعقد بتاريخ 02 نوفمبر 2023 بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي بتبسة، بأن:

السيدة: د. مونيرة نوري جامعة: جامعة باتنة 01

قد شارك في أشغال الملتقى بورقة بحثية بعنوان:

دور الإبداع في تعزيز النمو الاقتصادي

رئيس الملتقى
د/توبي عبد المالك

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – قسم العلوم التجارية

بالتعاون مع:

مخبر المقاولاتية وإدارة المنظمات

مخبر الدراسات البيئية والتنمية المستدامة

برنـامج جلسات الملتقى الوطني الافتراضي حول:
الابداع فى منظمات الاعمال فى ظل بيئة عالمية متغيرة

الخميس 02 نوفمبر 2023

الرابط: https://join.freeconferencecall.com/semunivtebessa

الجلسة الافتتاحية للملتقى	
التوقيت	الخميس 02 نوفمبر 2023
09:00	تلاوة آيات بينات من القرآن الكريم
	النشيد الوطني
	كلمة عميد الكلية
	كلمة مدير مخبر الدراسات البيئية والتنمية المستدامة
	كلمة رئيس الملتقى

Scanné avec CamScanner

الجلسة العلمية الاولى: 09:30 صباحا			
مسيري الجلسة: أ.د غريب الطاوس د منجية بورحلة			
عنوان المداخلة	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتساب	المدة
أهمية التسويق الابتكاري في منظمات الأعمال	د. بن قصير إيمان د. مشنان بركة	مركز البحث في الاقتصاد المطبق من أجل التنمية CREAD جامعة باتنة	10د
أبعاد ومتطلبات الإبداع والابتكار التسويقي	د. بوحنيك هدى د. بوراس نادية	جامعة تبسة	10د
الابتكار التسويقي - مفاهيم نظرية -	د. مالكية احميدة د. رايس عبد الرحمان	جامعة تبسة	10د
الابتكار التسويقي ودوره في تحقيق الريادة للمؤسسات الناشئة - نماذج عربية وعالمية ناجحة-	أد. نايلي إلهام أد. حركات سعيدة	جامعة أم البواقي	10د
أهمية التسويق الإبداعي كتوجه تسويقي حديث أمثلة عن بعض الشركات	أ.د مقدم وهيبة	جامعة مستغانم	10د
الابتكار التسويقي من خلال التسويق الالكتروني كأداة للتميز في المؤسسات الاقتصادية	ط.د. عبد الحفيظ زايدي د. فاطمة الزهرة بوطورة د. علاء الدين الوافي	جامعة تبسة المركز الجامعي ميلة جامعة سوق أهراس	10د
واقع تطبيق التسويق الإبداعي في منظمات الأعمال الناشئة	د. خنير شين د. بية إيمان	المركز الجامعي إيليزي	10د
Digital innovation in tourism organizations using digital promotion tools	Dr. Sonia zahaf Kheira chergui	جامعة تبسة	10د
العلاقة بين المعرفة السوقية والابتكار التسويقي	د. ضواوية سعيدة	جامعة عنابة	10د
الابتكار التسويقي آلية لرفع الأداء التسويقي للمنظمة	د. هدى زمولي د. هادفي تركية	جامعة تبسة	10د
الإبداع التسويقي في شركة APPLE	ط.د. ريح خداوج	جامعة المدية	10د
السلوك الابتكاري في إطار العلامة التجارية: استقراء لواقع شركة condor electronics	د. فتيحة ديلمي	جامعة المسيلة	10د
Social media as a tool for creative promotional creativity -the -examples of successful stories of known brands	Djidel Sara	the university of Ferhat Abbas, Setif1	10د
التسويق الإبتكاري كآلية لبناء ولاء العلامة التجارية - مؤسسة اتصالات الجزائر – عنابة – أنموذجا	د. سارة عمرون د. صفاء مباركي	جامعة الطارف جامعة عنابة	10د
دور الابتكار الترويجي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الجزائرية دراسة ميدانية لمتعاملي مؤسسة موبيليس - وكالة البيض-	د. توبي عبد المالك ط.د هدروق لحسن	جامعة تبسة	10د
فترة مناقشة			20د

Scanné avec CamScanner

جامعة العربي التبسي
كلية العلوم الاقتصادية
قسم العلوم التجارية

الجلسة العلمية الثانية: 09:30 صباحا			
مسيري الجلسة د بالنور رابح د بوازدية الزهرة			
عنوان المداخلة	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتساب	المدة
دور الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة	د. فداوي أمينة	جامعة الطارف	10د
أهمية الموارد البشرية في تنمية القدرات التنافسية للمنظمة في ظل اقتصاد المعارف	د. برو هشام د. شرفي منصف	جامعة المسيلة جامعة قسنطينة2	10د
التوجه الإبداعي ودوره في استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية: حالة "أن سي آي روبية"	د. رياض بن غبريد د. فيروز لزغد	مركز البحث في الاقتصاد المطبق من أجل التنمية Cread	10د
أهمية الإبداع الإداري والتنظيمي في دعم البيئة التنافسية للبنوك	د. دعاس مصعب د. مكاحلية محي الدين	جامعة تبسة	10د
دور الإبداع ونظم المعلومات الإدارية في تنافسية المؤسسات الصغيرة	د. ناجية صالحي د. زعيم بهية	جامعة الوادي جامعة تبسة	10د
الابداع والتميز كمدخل لاستدامة المزايا التنافسية	ط.د خيواني هشام أ.د خويلدات صالح	جامعة ورقلة	10د
أثر الابتكار التسويقي على الميزة التنافسية في المؤسسات البنكية دراسة حالة بنك خليج الجزائر – الجلفة –	ط.د سعيد زهرة أ.د هواري معراج	جامعة غرداية	10د
اعتماد الابداع والابتكار التسويقي كمدخل لتميز المنتوج الفندقي - تجربة مجموعة Hilton العالمية-	ط.د بن نجاعي رانية د. قحموش إيمان	جامعة بسكرة	10د
دور الابتكار التسويقي في رفع وتعزيز الميزة التنافسية في منظمات الأعمال دراسة حالة الشركة الأمريكية أبل (Apple)	ط.د نحاي زكرياء د. سليماني نورة	جامعة الجزائر3	10د
دور الإبداع والتميز بخدمة العملاء في رفع تنافسية المؤسسات في ظل بيئة الأعمال شديدة المنافسة	د. بوزورين فيروز	جامعة سطيف 1	10د
دور الإبداع التنظيمي في استدامة الميزة التنافسية للمؤسسات الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة موبيليس	ط.د عبد المالك قوادري بوجليطة د. الحاج مداح عرايبي	جامعة الشلف	10د
دور الإبداع التسويقي في تحقيق المكانة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية	ط.د رزق الله مهدي حسام الدين د. معاوة وفاء	جامعة تبسة	10د
الإبداع التسويقي كمفتاح لنجاح منظمات الأعمال في ظل بيئة تنافسية آكادة	ط.د رميساء بلعيود ط.د عمرون وداد	جامعة سطيف	10د
التسويق الابتكاري في المؤسسات كتوجه مهم من أجل النجاح والتميز في بيئة تنافسية - عرض لأفضل العلامات المبتكرة	د. عليط نصيرة د. براهيمي مسيكة	جامعة قسنطينة2	10د
الدور الوسيط للقيادة الإبداعية في العلاقة بين البراعة التنظيمية والتميز التنظيمي -بناء تصور مقترح-	ط.د هجرسي كريمة د. العيداني حبيبة	جامعة المدية	10د
فترة مناقشة			20 د

Scanné avec CamScanner

الجلسة العلمية الثالثة: 09:30 صباحا			
مسيري الجلسة: أ.د راهم فريد / د رابس عبد الرحمان			
عنوان المداخلة	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتساب	المدة
دور الذكاء التسويقي في تفعيل النشاط الإبداعي والابتكاري لمنظمات الأعمال	د. الحبيتري نبيلة	جامعة غليزان	10د
إدارة المعرفة كدخل لتفعيل الابتكار التسويقي في المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة تبسة	د. حلمي سارة	جامعة تبسة	10د
أهمية تكنولوجيا بحوث التسويق كنموذج للإبداع التسويقي في منظمات الاعمال	ساحلي هدى د. قدوم لزهر	جامعة قالمة	10د
دور الابتكار التسويقي في تحسين جودة الخدمة المصرفية - مع الإشارة إلى بعض النماذج العالمية-	د. ريم عمري د. حسام الدين عبد الحفيظ	جامعة تبسة جامعة الأمير عبد القادر	10د
IMPACT DE L'INBOUND MARKETING SUR L'ATTRACTION DU TRAFIC VERS LES PLATEFORMES DE E-COMMERCE : CAS DES PLATEFORMES ALGERIENNES	Hanane MESLEM Dr. Ayoub ABBACI	Université de Bejaia Ecole Nationale Polytechnique d'Alger	10د
Guerilla Marketing كأحد أشكال الإبداع الترويجي في منظمات الأعمال - عرض عينة من التجارب العالمية	ط.د فلياشي علاء الدين ط.د بوكبارة ليلية	جامعة بسكرة	10د
مساهمة التسويق الإبداعي في تجسيد متطلبات التسويق الأخضر	د. حساني عبد الكريم أ.د فارس طلوش	جامعة أم البواقي	10د
دور الترويج الإلكتروني في تحقيق الابداع التسويقي في المنظمات – عرض تجربة شركة L'Oréal	د. آمال حفناوي ط.د عايب آمنة	جامعة تبسة	10د
دور إدارة المعرفة التسويقية في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية قالمة-	ط. د بوجاهم سعاد أ.د بن أحسن ناصر الدين	جامعة قالمة	10د
دور الابتكار المالي الإسلامي في تسويق الخدمة المصرفية رقميا – دراسة تجارب دولية	د. دريد حنان أ.د غريب الطاوس	جامعة تبسة	10د
دور التكنولوجيا المالية الحديثة في دعم الابداع في منظمات الأعمال الناشئة: إشكاليات التمويل	د. براجي صباح د. عمران الزين	جامعة تبسة	10د
ديناميكية إعادة هندسة المعرفتارية والتجديد ومعوقات الإبداع في الحقل التنظيمي الجزائري مقاربة سوبولوجية. دراسة ميدانية تحليلية لمؤسسة فارتيال عنابة 2016-2023.	د. لطرش ليلى	جامعة عنابة	10د
مساهمة التسويق العصبي في تجسيد الإعلان الابتكاري - دراسة بعض العلامات التجارية العالمية	ط.د مقدم نسرين د. طارق فارس	جامعة تبسة	10د
التسويق الإبداعي كآلية لتحسين تجربة العميل في المصارف الإسلامية	د. أسماء فرادي د. مريم شطيبي محمود د. ابتسام منزري	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة	10د
استخدام نموذج البرمجة بالأهداف المبهمة باستخدام دوال الانتماء في تحديد خطة التوزيع المثلى لمؤسسة الإسمنت ومشتقاته بالشلف	د. بن واضح سنوسي عائشة د. بودية فاطمة د. دشة محمد علي	جامعة الشلف جامعة الشلف المركز الجامعي ميلة	10د
فترة مناقشة			20د

Scanné avec CamScanner

الجلسة العلمية الرابعة: 09:30 صباحا			
مسيري الجلسة: د حليمي سارة د بن قيراط وداد			
عنوان المداخلة	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتساب	المدة
إدارة المعرفة أداة لتعزيز الإبداع الإداري في منظمات الأعمال	ط.د بركي محمد ط.د غراب سارة	المركز الجامعي تيبازة جامعة عين تموشنت	10د
الابتكار الإداري في المنظمات القائمة على المعرفة -نماذج عن شركات عالمية-	ط.د خديش غادة د. مرابطي سناء	جامعة أم البواقي	10د
أهمية القيادة المبدعة في تحقيق الأداء المتميز للمنظمات	د. بلقاسمي سمية د. شوشان سهام	جامعة باتنة	10د
دور الإبداع في تحقيق التميز المؤسسي	د. شفاء حمد	جامعة تبسة	10د
دور الأعمال الإلكترونية في تحقيق الإبداع في منظمات الأعمال	ط.د عطية آمال د. العيفة محمد	جامعة تبسة	10د
التميّز في إدارة المعرفة كمدخل لتحسين القدرات الإبداعية – عرض لتجربة بلدية دبـــي –	ط.د سطيفي نور الهدى د. يحياوي فتحية	جامعة أم البواقي	10د
الإدارة بالذكاءات كممارسة أعمال نحو بناء منظمة ذكية في ظل البيئة المتغيرة	د. بورحلة منجية د. سايحي الخامسة د. هاني نوال	جامعة تبسة جامعة تبسة جامعة بسكرة	10د
القيادة الإبداعية كمدخل لتحقيق التميز التنظيمي	د. علي عماري د. أمينة بلعيد	جامعة باتنة	10د
La créativité, L'innovation, et le business créatif comme leviers pour propulser l'entreprise	Dr. Mokrane Aldjia Dr. Mohamed Nacer Mecheri	جامعة تبسة جامعة سوق أهراس	10د
نحو إستراتيجية علمية لتفعيل دور القيادة الإبداعية كآلية لتحقيق الأداء المتميز في منظمات الأعمال -عرض نماذج عالمية وعربية في مجال التميز التنظيمي-	د. نور الهناء براهم أ.د زبير عياش	المركز الجامعي ميلة جامعة أم البواقي	10د
دراسة العلاقة بين الابداع التنظيمي والتغيير التنظيمي	ط.د فاتح سعيدان د. محرز صالح	جامعة تبسة	10د
الإدارة الإلكترونية وعلاقتها بالإبداع في منظمات الأعمال	أ.د فضيلة بوطورة أ.د دريس يحي ط.د رحال علي	جامعة تبسة	10د
دور العدالة التنظيمية في تنمية القدرة على الإبداع الإداري لتطوير منظمات الأعمال	د. ساري نصر الدين أ.د. نوال بوعلاق د. بلال مشعلي	جامعة تبسة جامعة تبسة جامعة قالمة	10د
رأس المال المعرفي كمدخل لتفعيل النشاط الإبداعي في منظمات الأعمال	ط.د: نابتي سارة	سطيف 01	10د
تنمية الإبداع من خلال إدارة المعرفة في ظل انتهاج المنظمة لأسلوب التمكين	د. آمال عبدي د. راضية عروف	جامعة تبسة جامعة خنشلة	10د
المعايير الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال وتحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة	ط.د عكروت جلال أ.د سمايلي نوفل	جامعة تبسة	10د
فترة مناقشة			20 د

Scanné avec CamScanner

الجلسة العلمية الخامسة: 09:30 صباحا			
مسيري الجلسة: أ.د عمر سعيدان — د.خلدون حجيلة			
عنوان المداخلة	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتساب	المدة
الإبداع الإداري في القطاع العام: قراءة في التجربة الفرنسية	د. بن موزة مسعود	جامعة الأغواط	10د
الذكاء الاستراتيجي ودوره في تعزيز الإبداع المقاولاتي في المنظمة سلسلة مطاعم Subway الامريكية انموذجا	د. عبايدية يوسف ط.د عرعار منى	جامعة تبسة	10د
الابتكار والإبداع جوهر نشاط حاضنات الأعمال السعودية	ط.د عياشية زعرة	جامعة وهران 02	10د
ENHANCING KNOWLEDGE ECONOMY THROUGH UNIVERSITY STARTUP INCUBATORS: A Study on Fostering Knowledge Economy in Algeria	Dr. Aissa Banchouri Abdelghani ferdi	University of Tebessa	10د
الابداع والابتكار في زمن الذكاء الاصطناعي - الإشارة للمملكة العربية السعودية-	د. باسي إلهام ط.د بوغابة هدى فريال	جامعة عنابة جامعة سوق أهراس	10د
La digitalisation du marché de transport en Algérie Cas la success story de YASSIR en Algérie	Dr Omri Sami Boudi chawk el chourouk	Université de Tebessa	10د
الإبداع التنظيمي في الدول العربية: الطريق إلى الابتكار والتقدم – إشارة إلى تجربة دولة الامارات العربية المتحدة-	ط.د بن ساري عشور د. جابو سليم	جامعة تبسة	10د
مقومات تعزيز الإبداع في المؤسسات الجزائرية على ضوء التجارب الدولية -تجربة شركة Zappos نموذجا-	د. حبيبة بلحاج	جامعة سكيكدة	10د
الذكاء الاصطناعي كإستراتيجية فعالة لدعم الإبداع والابتكار -التجربة الإماراتية والتجربة السعودية أنموذجا	د. حمايدية مروة د. مومن سميرة د. زارع هادية	جامعة تبسة	10د
واقع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الابداع التسويقي الرقمي في منظمات الاعمال – مصرف السلام الجزائر انموذجا –	ط.د سعيدان اسمهان د. محدي مراد د. بوغرة لطفي	جامعة تبسة جامعة تبسة جامعة جيجل	10د
الإبداع التكنولوجي كآلية لتعزيز الميزة التنافسية	د. بن مرزوق نبيل د. شبوي سليم	المركز الجامعي تيبازة	10د
استخدامات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي دراسة حالة بعض الشركات العالمية الرائدة	د. وداد بن قيراط ط.د آية بن جرو الديب	جامعة تبسة	10د
إسهامات البرمجيات الحرة ومفتوحة المصدر في تعزيز الابداع في المؤسسات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال- دراسة عينة من المؤسسات	د. عماد الدين براشن د. ياسر عبد الرحمان د. يزيد بن صوشة	جامعة قسنطينة 2 جامعة جيجل جامعة قسنطينة 2	10د
استخدام البيانات الضخمة في إدارة الإبداع والابتكار في المنظمات الخدمية (دراسة لشركة مايكروسوفت- Corporation Microsoft)	ط.د زروال علاء الدين أ.د فارس قاطر د. حناشي توفيق	جامعة تبسة	10د
دور الابتكار الرقمي في تحسين المسؤولية الاجتماعية لإدارة المستشفيات الجزائرية	د. بوخاري سمية ط.د بارة فتيحة	جامعة البليدة 2	10د
فترة مناقشة			20د

جامعة العربي التبسي
قسم العلوم التجارية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

الجلسة العلمية السادسة: 09:30 صباحا			
مسيري الجلسة أ.د دريس يحي د برهوم هاجر			
عنوان المداخلة	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتساب	المدة
الإبداع في المؤسسات الناشئة: الأهمية والإنعكاسات	ط.د طجين سمير د. مباركي صالح	جامعة بسكرة	10د
الابداع والابتكار في المؤسسات الناشئة	ط.د عبايدية بسمة أ.د. فاطمة الزهراء طلحي أ.د معيوف هدى	جامعة سوق أهراس	10د
رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الإبداع التنظيمي	د. مليكة مدفوني ط.د بثينة زديري	جامعة تبسة	10د
Social Innovation in Healthcare: The Social Innovation Health Initiative Program (SIHI) as an example	Dr. Youcef Teboub Rahma Souheila	University of Jijel	10د
التعاقد كأداة ابداعية لتنظيم ادارة المستشفيات في الجزائر دراسة حالة: -المركز الاستشفائي الجامعي باتنة-	د. بعيط أمال د. توفيق خذري	جامعة باتنة1	10د
الابداع في الخدمات تجربة بنك HSBC مع تقنية الحسابات الرقمية الموزعة Blockchain	د. مساني صورية د. مساني رشيدة	جامعة تبسة جامعة بسكرة	10د
الإبداع كمحرك للنمو الاقتصادي وتعزيز الاستثمار	د. بن الصغير فاطمة الزهراء ط.د مسعودي زليخة	جامعة تبسة	10د
الإبداع والابتكار في المؤسسات الصحية	ط.د طير رانية	المركز الجامعي ميلة	10د
الإبداع ودوره في تعزيز أداء المؤسسة الاقتصادية	د. خديجة تافساست د. زحل حفاظ	جامعة باتنة 1 جامعة جيجل	10د
الابتكار السياحي أحد محركات التنمية السياحية في منظمات الاعمال	ط د. عبد المجيد عايد د. زيان بروجة علي	جامعة تيسمسيلت	10د
الضيافة المستدامة: كيف يشكل الابتكار المستدام مستقبل صناعة الضيافة؟	ط.د عادل باديس د. حمود حمير	المركز الجامعي ميلة	10د
الابداع والابتكار ودورهما في الرفع من أداء المنظمات الحديثة	ط.د جديدي عبد الخالق أ.د غزازي عمر	جامعة البليدة 2	10د
حوكمة الجامعات ودورها في تعزيز الابداع الاداري	ط.د نجاة شرفي د. عثمان عثمانية	جامعة تبسة	10د
أهمية الإبداع ودوره في الرفع من أداء المنظمات في ظل اقتصاد المعرفة	د. سابق نسيمة أ.ضيافي عبد العزيز	جامعة باتنة 1 جامعة الجزائر3	10د
الإبداع في الخدمات الصحية بالمستشفيات	ط.د صابرة قسوم	جامعة بسكرة	10د
دور الابداع في تعزيز النمو الاقتصادي	د. بوعلاق سعدية د. مونيرة نوري د. مدفوني هندة	جامعة تبسة جامعة باتنة 01 جامعة أم البواقي	10د
فترة مناقشة			20 د

جامعة العربي التبسي
قسم العلوم التجارية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

الجلسة الختامية للملتقى	
13:00	قراءة التوصيات

Scanné avec CamScanner

الملتقى الوطني الافتراضي حول: الابداع في منظمات الاعمال في ظل بيئة عالمية متغيرة
يوم 02 نوفمبر 2023
عنوان الورقة البحثية: دور الابداع في تحقيق النمو الاقتصادي

د. بوعلاق سعدية، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة، bouallegsaadia@yahoo.com

د. نوري مونيرة، جامعة باتنة 01، mounira.nouri@univ-batna.dz

محور المشاركة (الثاني): الإدارة المالية والاقتصاد

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أهمية ودور الإبداع كأحد مداخل تحقيق النمو الاقتصادي، فالدول تسعى إلى تحسين مستوى معيشة أفرادها بالعمل على زيادة إنتاجها من السلع والخدمات لمقابلة احتياجات الطلب المحلي والخارجي، فالمنافسة العالمية المتزايدة والتقدم التقني السريع جعل الدول تعمل على تحسين إنتاجيتها والعمل على زيادة مستويات الإبداع من اجل تحسين العمليات الإنتاجية وهو ما يساهم في زيادة قدرتها على مقابلة الطلب وبالتالي تعزيز معدلات النمو الاقتصادي ما يجعلهم يستفيدون من الخدمات وقد خلصت الدراسة إلى أن الإبداع يساهم في زيادة مستويات الإنتاج بما يؤدي إلى زيادة معدل النمو الاقتصادي في الدولة.

الكلمات المفتاحية: الإبداع، مستوى المعيشة، مستوى الإنتاج، نصيب الفرد من الدخل القومي، النمو الاقتصادي.

Abstract :

This research paper aimed to determine the importance and role of creativity as one of the ways of achieving economic growth. The countries seek to improve the standard of living of their citizens by working to increase their production of goods and services to meet the needs of both the local and the external demand. Increased global competition and rapid technical progress make countries work to improve their productivity and seek to increase levels of creativity in order to improve production processes, which contributes to increasing their ability to meet demand and thus enhancing rates of economic growth, which makes them benefit from services. The study concluded that creativity contributes to increasing production levels, leading to an increase in the rate of economic growth in the country.

Key words : Creativity, standard of living, level of production, per capita national income, conomic growth.

1. المقدمة:

تسعى جميع دول العالم الى تحسين مستوى معيشة أفرادها وزيادة رفاهيتهم، حيث أن معدل النمو الاقتصادي لكل دولة يعبر عن واقع وحقيقة مستويات الانتاج ونصيب الفرد من الدخل القومي، فكلما كان معدل النمو مرتفع كلما عبر ذلك عن المستوى المعيشي المرتفع للمواطنين وعن توفير مصادر العيش الكريم وتلبية

احتياجات الأفراد من جميع النواحي كالتعليم، الصحة وباقي الخدمات الاجتماعية في تلك الدولة والعكس صحيح، فمعدل النمو الاقتصادي يعتبر مؤشرا عن واقع الازدهار الاقتصادي في الدول.

أدت التغيرات الاقتصادية، التشريعية، السياسية، الاجتماعية والثقافية المستمرة والمتزايدة في بيئة عمل المنظمات إلى تزايد الاهتمام بأهمية الإبداع كأحد الوسائل الحديثة الرائدة في دعم تحقيق الأهداف المسطرة لمختلف المنظمات وفي جميع المجالات، فالإبداع في جميع مستوياته يمكن أن يساهم في إحداث التغيير وتحقيق الإضافة الايجابية (على احد الوسائل مثل المواد الأولية، الإنتاج، التسويق والصناعة ككل) على أساليب وطرق أداء العمل الحالية للمنظمات بحيث تساهم في زيادة معدلات النمو الاقتصادي في اقتصاديات الدول. فالعمل على زيادة معدلات النمو الاقتصادي اصبح احد أهم الاداف التي تسعى ادول والمنظمات الدولية لتحقيقها فقد تضمنت خطة التنمية العالمية لهيئة الامم المتحدة أفاق 2030 في أهدافها العمل على تعزيز النمو الاقتصادي الشامل والمستدام.

خلال بداية سنة 2015 كانت هناك مفاوضات حثيثة من أجل وضع اللمسات الأخيرة على خطة التنمية العالمية لما بعد عام 2015 وأفاق 2030، والتي أتت لمتابعة الأهداف الإنمائية للألفي، وكانت الوثيقة الرئيسية للمناقشة هي مقترح لأهداف التنمية المستدامة، والتي ضمت 17 هدفا و169 غاية و231 مؤشر. وفي سبتمبر 2015 تم الاتفاق على الاطار الشامل والاهداف السابقة، إذ يسعى الهدف 8 إلى "تعزيز النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع". https://www.un.org/ar/chronicle/article/20273))

ونظرا لأهمية الإبداع كاحد الوسائل والمداخل الفاعلة لتحقيق النمو الاقتصادي المستدام للدول يمكن طرح اشكالية الدراسة التالية

1.1. إشكالية الدراسة:

وعليه تأتي هذه الورقة البحثية لنحاول من خلالها الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

هل يساهم الابداع في تحقيق النمو الاقتصادي للدول ؟

وبناء على ذلك تنبثق لنا مجموعة من الأسئلة التالية:

- ما هو الإطار المفاهمي للابداع؟
- ماهيه النمو الاقتصادي؟ وفيما تتمثل مصادره؟
- ما هو واقع النمو الإقتصادي العالمي؟
- فيما يتمثل دور الابداع في دعم تحقيق النمو الاقتصادي ؟

2.1. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة من أهمية الإبداع الذي يعد مدخلا استراتيجيا تم توجيه الأنظار إليه وحظي باهتمام كبير ومتزايد من قبل الباحثين والمؤسسات والدول نظرا للدور الذي يلعبه في استغلال المتاح من الموارد البشرية والمادية والمالية لزيادة الإنتاجية وتحقيق النمو الاقتصادي، فأصبح الابداع بذلك أحد الأدوات الأساسية إن لم نقل الحتمية للمساهمة في زيادة نصيب الفرد من الدخل القومي وبالتالي تحسين مستوى معيشة الافراد والمجتمعات وبذلك تتحقق أحد أهداف التنمية الاقتصادية.

3.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

- التعريف بماهية الاداع بالتطرق لمفهومه، أهميته ومستوياته.
- التعريف بالنمو الاقتصادي من مفهوم واليات قياسه.
- عرض واقع النمو الإقتصادي العالمي.
- التطرق لدور الابداع في دعم تحقيق النمو الاقتصادي.

4.1. الدراسات السابقة:

- دراسة رجراج الزوهير: دور الإبداع في تحسين الأداء الصناعي للمؤسسة (الزوهير، 2015)

هدفت الدراسة إلى تبيان علاقة الإبداع بالابتكار وأهميته في المؤسسة، إضافة إلى شروط تحقيقه ومعوقاته ومستوياته ومراحل تأثيره على أداء المؤسسات، من خلال الإشكالية هل يساهم الابتكار والإبداع في تحسين الأداء الصناعي وتطويره في المؤسسات؟ وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج منها وجود تأخر كبير بالنسبة للمؤسسات المتواجدة في الجزائر، وأيضا أن الإبداع والابتكار أصبح أمرا حتميا لابد على المؤسسات الاعتماد عليهما من اجل الاستمرار.

- دراسة قيصر عبد الكريم الهيتي: (الهيتي، 2013) توظيف الابداع في الفعاليات الاقتصادية، مطلب شرعي

هدفت الدراسة إلى تبيان أهمية توظيف الإبداع في الأنشطة الاقتصادية من المنظور الإسلامي (تمكين القدرات والمهارات الذهنية التي تعمل بمجموعها للوصول إلى كل ما هو جديد ونافع في شتى مجالات الحياة سيما فيما يتعلق بعجلة الحياة الاقتصادية والخدمية والإدارية وذلك بما ينسجم مع معطيات الشريعة الإسلامية وتعاليمها) والذي يعد خطوة ايجابية نحو فهم وإدارك بعض المفاهيم ذات الصلة في بناء المجتمع وتطوره، وقد خلصت الدراسة إلى أن توظيف الإبداع في خدمة الأنشطة الاقتصادية كافة يعد من أهم القضايا التي دعا إليها الإسلام كونه يدعو للتطور والنهوض ومواكبة أهم القضايا المعاصرة التي يمر بها الناس باستمرار ويحتاجونها في قضاء حوائجهم.

5.1. منهج الدراسة:

نظرا لموضوع الورقة البحثية، تم الإعتماد على المنهج الوصفي، التحليلي لتوضيح وتفسير مختلف المفاهيم الأساسية التي تخص الإبداع، بالإضافة إلى توضيح ماهية النمو الاقتصادي، وتبيان دور الإبداع في تحقيق النمو الاقتصادي بالاعتماد على المصادر الاساسية و الثانوية (الكتب، المقالات والتقارير).

6.1. هيكل الدراسة:

بهدف الإجابة على إشكالية الدراسة ومن أجل الالمام بجميع جوانب الموضوع، تم تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة محاور رئيسة على النحو التالي:

- الإطار المفاهمي للابداع.
- ماهية النمو الاقتصادي.
- عرض واقع النمو الإقتصادي العالمي.
- التطرق لدور الإبداع في دعم تحقيق النمو الاقتصادي.

2. مراجعة الأدبيات

1.2. الاطار المفاهيمي للإبداع:

1.1.2. تعريف الابداع: تناول العديد من الكتاب والباحثين تعريف الإبداع وفي ما يلي بعض هاته التعاريف:

- كما يمكن تعريف الإبداع على انه تطبيق فكرة طورت داخل المنظمة، أو تمت استعارتها من خارج المنظمة سواء كانت تتعلق بالمنتج، الوسيلة، النظام، العملية، السياسة، البرنامج أو الخدمة، وهذه الفكرة جديدة بالنسبة للمنظمة حينما طبقتها. (أحمد و حليمة، 2017).

- هو كل فكرة جديدة يتم تنفيذها بقصد تطوير الانتاج أو العملية أو الخدمة، ويمكن ان يتراوح تأثيره بدءا من إحداث تحسينات على الأداء إلى إحداث تطوير جوهري وهائل، ويمكن أن تتضمن هذه التحسينات الانتاج والطرق الجديدة في التكنولوجيا والهياكل التنظيمية والأنظمة الإدارية والخطط والبرامج الجديدة المتعلقة بالافراد العاملين. (الحراحشة و صلاح الدين، 2006، صفحة 248)

- الإبداع هو إيجاد وتطبيق فكرة جديدة من أجل إنتاج شئ جديد أو إدخال تحسين معتبر على شئ موجود في ميدان الإقتصاد والصناعة والإدارة وغيرها فهو ظاهرة متعددة الأبعاد معقدة ،وأهم ما يميزها التغيير المستمر.
ولقد حددت خمسة أشكال للإبداع هي: (رادي، 2014)

- إنتاج منتج جديد
- إدماج طريقة جديدة في الإنتاج أو التسويق
- إستعمال مصدر جديد للمواد الأولية
- فتح وغزو أسواق جديدة
- تحقيق تنظيم جديد للصناعة

مما سبق يمكن تلخيص تعريف الابداع على أنه عملية تقديم منتج أو مواد اولية أو دخول سوق جديد أو صناعة جديدة .

2.1.2.عناصر الإبداع (المزيج الإبداعي): (عومرية و بن عبو، 2017)

توجد أربعة نواحي رئيسية للمزيج الإبداعي وفي مايلي هذه الأبعاد:
- البيئة الابداعية: ويقصد بها البيئة التي يقع فيه الإبداع.
-الشخص المبدع: يعتمد وجود الابداع على وجود انسان يتميز بخصائصه الشخصية والتطويرية والمعرفية.
-العملية الابداعية: تنقسم العملية الإبداعية الى مراحل وترتبط بحل المشكلات وتحسين أنماط التفكير ومعالجة المعلومات.
- المنتج الإبداعي: وهي النواتج الإبداعية، ولابد ان تتميز بالأصالة والملائمة.
3.1.2 أهمية الإبداع: للابداع اهمية كبيرة في تحقيق اهداف المنظمات وفي ما يلي بعض هاته الاهداف
- يساعد على الوصول الى الحلول الناجحة للمشاكل.
- المساهمة في رفع الانتاجية.
- زيادة قدرة المؤسسة على المنافسة.
- المساهمة في نمو الاقتصاد.
- يساعد على تشجيع العاملين على طرح الافكار والاستماع اليها واحترامها، وكذلك تشجيع المساهمة في انجاز الاداء بدافع اكبر.
- السماح بتبادل المعلومات بين الافراد والتعبير عن افكارهم وتجسيدها.
- خلق جو من المنافسة الخلاقة لايجاد افكار ابداعية جديدة.
4.1.2. أنواع وتصنيفات الإبداع:

تناول العديد من الكتاب والبحثين موضوع الإبداع وتصنيفاته وأنواعه المتعددة كل حسب منظوره وتخصصه، ومن ضمن تصنيفات وأنواع الإبداع يمكن ذكر ما يلي:

4.1.2 .1. تصنيف الإبداع وفقا لبرمجته: صنف الإبداع حسب هذا المعيار إلى نوعين :إبداعات مبرمجة وغير مبرمجة ويعتبر؛ أما الإبداع المبرمج (روتيني أو نمطي) فيعبر عن التغيرات التي تمر بها المنظمة كالتحسينات الطفيفة عن المنتوج، وأما النوع الثاني الإبداع غير المبرمج (غير النمطي) وتلجأ إليه المؤسسة هذا لحل المشكلات الحرجة التي تواجهها خلال ممارسة نشاطاتها. (الزوهير، 2015)

4.1.2 .2. تصنيف الإبداع وفقا للمخرجات: يمكن الاعتماد على هذا التصنيف، على أساس ما ينجم عن عملية الإبداع من نتائج ومخرجات والتي جاءت نتيجة معالجة وتحويل المدخلات المختلفة للعملية الإنتاجية.

4.1.2 .3. تصنيف الإبداع وفق التخصص: ينقسم الإبداع وفق التخصص إلى إبداع إداري؛ يرتبط بالجانب التسييري داخل المؤسسة كالتغيير في الهيكل التنظيمي، إعادة تصميم العمل، اقتراح نظم مراقبة جديدة، اقتراح برامج تدريب جديدة، والنوع الأخر هو الإبداع الفني وهو الإبداع الذي يرتبط بالجانب الفني أو التكنولوجي داخل المؤسسة كتطوير منتجات أو خدمات جديدة، استخدام تقنية جديدة، التغيير في أساليب الإنتاج.....الخ .
عادة ما تركز المؤسسات على الإبداع الفني أكثر من الإبداع الإداري، وهو ما يؤدي عادة الى وجود فجوة ثقافية، لذا لابد من الاخذ بعين الاعتبار أن النظم والممارسات الإدارية والتنظيمية مختلفة كثيرا عن الجوانب الفنية، فقد إهتم الكتاب والباحثون بدراسة العلاقة بين الإبداعات الإدارية في المؤسسات المختلفة، ومدى تأثير التفاوت في مدى وسرعة الإبداع في كلا النوعين على أداء المؤسسة، وكشفت الدراسات عن وجود فجوة تنظيمية ناتجة عن التفاوت الكبير بين الإبداع الفني والإداري، ووجدت الدراسات أن المؤسسات التي تقل قيها الفجوة بين الإبداع الإداري والإبداع الفني كان أداؤها أفضل، كما كشفت الأبحاث أن الإبداع الإداري يميل إلى تشجيع إبداعات فنية لاحقة باستعداد أكبر والعكس (أي أن الإبداع الفني لايميل إلى تشجيع إبداع إداري لاحق).
4.1.2 .4. تصنيف الإبداع من حيث الهدف **:**يصنف الإبداع على أساس الهدف استنادا الى التغيرات التي تنتهجها المؤسسة لتبني الإبداع ويتكون من إبداع وسيلي (أدائي) حيث تسعى المؤسسة من خلال بعض المتغيرات
لتمكينها من الوصول إلى النوع الثاني من الإبداع، وهو الإبداع النهائي (إبداع الغاية) الذي من خلاله تستطيع الوصول إلى تحقيق الأهداف التي تسعى لها، فالنوع الأول بمثابة مقدمة أو تمهيد للنوع الثاني.

4.1.2 .5. تصنيف الإبداع من حيث مصدر القرار: وفقا لهذا المعيار فإن الإبداع في المنظمات يصدر بقرارت من الإدارة العليا (قرارات سلطة) والإبداع الصادر بقرارات يشارك فيها أعضاء المؤسسة(قرارات جماعية) وتتم قرارات السلطة من خلال شخص في الإدارة العليا بناء على موقعة في المؤسسة، أما القرارات الجماعية فيشارك فيها أعضاء المؤسسة كافة من خلال التصويت وغالبا ما تكون قرارات الإبداع من خلال الإدارة العليا. (الزوهير، 2015)

5.1.2. مستويات الإبداع ومراحله **:**توجد العديد من تصنيفات مستويات الابداع ومراحله وفي مايلي تفاصيل ذلك:

1.5.1.2. مستويات الإبداع **:**اتفق العديد من الكتاب والباحثين على أنه توجد ثلاثة مستويات للإبداع وهي:

-الإبداع على المستوى الفردي: ويعبر على مجمل ما يملكه الفرد من مختلف قدراته على الإبداع لتطوير عمله. ومن خصائص الفرد المبدع:

- المعرفة: وهي مجموع ما اكتسبه الفرد من معارف من مصادر مختلفة سواء من خلال قراءاته، ممارساته، معايشته للأحداث والأعمال.
- التعليم: وخاصة إكتساب القدرة على مواجهة مسائل ومناهج لحلها.
-الذكاء: وهو التمتع بالقدرات التفكيرية على تكوين علاقات مرنة بين الأشياء.
- الشخصية: لابد أن تتميز بروح المخاطرة وقوة المثابرة والإنفتاح على الآراء الجديدة وكذا الفضول.

- الإبداع على مستوى الجماعات **:**تتعاون الجماعات في العمل من اجل تطبيق الأفكار التي يحملونها وتغيير طريقة اداء العمل نحو الأفضل، كأن تكون هناك جماعة فنية في قسم الإنتاج، أما عن العوامل التي تؤثر في الأداء الإبداعي للجماعة فهي بنية الجماعة، خصائصها ،آليات عملها ،بالإضافة إلى عوامل خارجية، كالسياق التنظيمي الذي يحيط بظروف الإبداع أو التفاعل الاجتماعي بين أفراد الجماعة.

-الإبداع على مستوى المؤسسات **:**هو حصيلة الإبداع لنظام اقتصادي معقد، يعمل بدلالة الإبداع الفردي والإبداع الجماعي والمؤثرات السياقية (التنظيمية) الداخلية، بما فيها التي تأتي من البيئة الخارجية، ويشير الإبداع عند هذا المستوى، إلى المؤسسات القادرة على تطوير نفسها دون تدخل خارجي.

2.2. ماهية النمو الاقتصادي:

1.2.2. تعريف النمو الاقتصادي: عرفه العديد من الكتاب والمؤلفين ومن ضمن التعاريف التي تناولته مايلي:

- هو الزيادة في قدرة الدولة على عرض توليفة متنوعة من السلع الاقتصادية لسكانها وتكون هذه الزيادة المتنامية في القدرة الإنتاجية مبنية على التقدم التكنولوجي والتعديلات المؤسساتية والايديولوجية التي يحتاج الامر اليها. (تودارو، 2006)
- هو حدوث زيادة في اجماعي الناتج المحلي او الدخل القومي لما يحقق زيادة في متوسط نصيب الفرد. (العزيز و عطية ناصف، 2003)
- هو حدوث ريادة في إجمالي الناتج المحلي أو إجمالي الدخل القومي مع تحقيق زيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي، فيجب أن ينعكس النمو على مستوى الدخل الحقيقي للفرد. (ملواح، 2020)
- ويمكن للسائل عن الفرق بين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي ان يعرف بان التنمية الاقتصادية: هي عملية متعددة الأبعاد، تنطوي على تفاعلات بين الأهداف المختلفة للتنمية، وتتمثل أهداف التنمية في تحقيق النمو الاقتصادي (الناتج المحلي الخام لكل فرد) وتحسين نوعية الحياة وتحقيق تنمية مستدامة. (شاهين، 2021). أي ان النمو الاقتصادي هو أحد اهداف التنمية الاقتصادية.

إن النمو الاقتصادي هو أقوى اداة للحد من الفقر وتحسين الاداء ونوعية الحياة في البلدان. (Development, 2007)

وعليه يمكن تعريف النمو الاقتصادي على أنه زيادة في قدرة الاقتصاد على إنتاج السلع والخدمات خلال فترة زمنية محددة. يشير النمو الاقتصادي إلى التوسع طويل الأجل في الإمكانات الإنتاجية للاقتصاد لتلبية احتياجات الأفراد في المجتمع.

2.2.2. خصائص النمو الإقتصادي:

من أهم سمات النمو الإقتصادي أنه ذوطابع تراكمي، بحيث أن مستوى النمو لبلد مافي سنة معينة يعتمد في الأساس على مستويات النمو للسنوات السابقة لتلك السنة ،وهذا يقودنا إلى مفهوم التنمية الإقتصادية،
فالطبيعة التراكمية للنمو هي الجسر الذي يربط المنو الإقتصادي بالتنمية الإقتصادية ،حيث أن هذه الأخيرة تعد النمو الإقتصادي أحد عناصرها الهامة مقترنا بحدوث تغيرات في جميع الهياكل المختلفة للمجتمع ويمكن تلخيص سمات النمو الإقتصادي فيما يلي:

- زيادة حجم الإنتاج، مع زيادة الدخل الفردي المجتمعي المرافق لزيادة الإنتاج، وذلك خلال فترة زمنية، مقارنة بالفترات السابقة.
- وحدوث تغيرات على مستوى طرف التنظيم، بهدف تسهيل دينامكية العمل وتداول عناصر الإنتاج بصورة أسهل، والبحث عن عناصر إنتاج أقل تكلفة وأكثر ربحية.

3.2.2. تصنيفات النمو الإقتصادي: (ليلى، 2017)

توجد عدة تصنيفات للنمو الإقتصادي، إذ يمكن تصنيفه بالمقارنة مع النمو السكاني فإننا نجد نوعيين من النمو الإقتصادي وهما:

- النمو الإقتصادي الموسع: يتمثل هذا النمو في كون نمو الدخل الكلي يتم بنفس معدل نمو السكان
أي الدخل الفردي ساكن
- النمو الإقتصادي المكثف **:**يتمثل هذا النمو في كون نمو الدخل يفوق نمو السكان وبالتالي فإن الدخل الفردي يرتفع.

أما إذا تم تصنيف النمو الإقتصادي من خلال مدى التخطيط له فهناك ثلاث أنواع وهي :

- النمو الإقتصادي التلقائي: وهوذلك النمو الذي ينبع بشكل عفوي من القوة الذاتية التي يملكها الإقتصاد الوطني دون إتباع أسلوب التخطيط العلمي على المستوى الوطني الوطني.
- النمو الإقتصادي العابر: وهو ذلك النمو الذي لايملك صفة الإستمرارية والثبات وإنما يأتي استجابة لدور عوامل طارئة .
- النمو الإقتصادي المخطط: وهو ذلك النمو الذي ينشأ نتيجة عملية تخطيط شاملة للمورد ومتطلبات المجتمع علما أن كلا من النمو الإقتصادي التلقائي والنمو الإقتصادي المخطط هو نمو ذاتي الحركة في حين أن النمو الإقتصادي العابر في معظم الدول النامية هو نمو تابع لا يملك الحركة الذاتية، ويمكن القول بأن النمو الإقتصادي الذاتي إذ إستمر خلال فترة تزيد عن بضعة عقود يتحول عندها إلى نمو مطرد، بالإضافة للأنواع سابقة الذكر يوجد أيضا النمو الإقتصادي المستدام، فمن خلال تقرير النمو الإقتصادي الذي أصدرته اللجنة الدولية المعنية بالنمو الإقتصادي والتنمية الإقتصادية يمكن تعريف النمو الإقتصادي المستدام بإعتباره معدلا سنويا لنمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي الذي يبلغ أو يفوق 7 % مدة ربع قرن أو أكثر مع ملاحظة أن مثل هذه المعدلات المرتفعة للنمو تؤهل الدول ليتضاعف حجم إقتصادها كل عشر سنوات على أكثر تقدير.

4.2.2. النمو الإقتصادي في النظريات الإقتصادية: (أسية و درويش، 2022)

4.2.2. 1. النمو الإقتصادي في النظرية الكلاسكية:

حاول الكلاسيك وفي مقدمتهم آدام سميث، دافيد ريكاردو تقديم تفسير للنمو الإقتصادي، فأرجع آدم سميث النمو الإقتصادي إلى الزيادة الكمية والنوعية في عوامل الإنتاج الأساسية والمتمثلة في العمل ورأس المال والأرض وركز هذا الأخير على تقسيم العمل ودوره في الرفع من الإنتاجية وبالتالي زيادة الدخل الوطني ،وهو من شأنه زيادة عدد السكان وبالتالي زيادة الطلب ونجد أن دافيد ريكاردو أيضا قد عمد لتقسيم المجتمع لطبقات إقتصادية متمثلة أساسا في طبقة الرأسماليين والذي لهم دور رئيسي في النمو من خلال توفيرهم لرأس المال وتوفيرهم لمتطلبات العمل الأساسية وأيضا دفعيهم لأجور العمال. الطبقة الثانية وهي طبقة العمال والتي توفر عنصر العمل يرتبط عدد العمل حسبه بمستوى الأجور، والطبقة الثالثة هي طبقة ملاك الأراضي، وأكد هذا الأخير أن توزيع الدخل بين هذه الطبقات هو المحدد لطبيعة النمو الإقتصادي.

4.2.2. 2. النمو الإقتصادي في النظرية الكنزية:

برزت هذه النظرية في أعقاب أزمة الكساد سنة 1929 ومن روادها جون مينارد كينز والذي صاغ أسس نظريته بناء على أسس مخالفة لما جاءت به النظرية الكلاسيكية وأيضا في ظروف مغايرة بحيث أن خلال

فترة الكساد أصبح العرض يفوق الطلب وتوقفت العملية الإنتاجية ومنه عملية النمو الإقتصادي، وأكد كينز على ضرورة تحفيز الطلب الكلي المتضمن الطلب الإستهلاكي والطلب الإستثماري، وهذا التحفيز كان من خلال الإنفاق العام والذي من شأنه تحفيز الطلب الإستهلاكي عن طريق الرفع من دخول المستهلكين ،كما من شأنه تحفيز الطلب الإستثماري من خلال تخصيص الإنفاق في الإستثمارات المتعلقة بتحسين البنى التحتية وهو ما يسمح بتحريك عمليتي الإستثمار والإنتاج وبالتالي تحفيز النمو الإقتصادي، وفي ذات السياق نجد أن نموذج هارود –دومار بدوره ركز بشكل رئيسي على الإستثمار والإدخار كمتطلبات رئيسية لرأس المال وعلاقتهما بالنمو الإقتصادي.

4.2.2. 3. النمو الإقتصادي في النظرية النيو كلاسيكية:

على عكس النظرية الكلاسيكية التي ركزت على جانب الطلب،جاءت النظرية النيوكلاسيكية بأفكار وأسس جديدة أين ركزت على جانب العرض كعامل مفسر للنمو الإقتصادي، ومن أهم نماذج المفسرة للنمو نموذج solow سنة 1956 والذي حاول في نموذجه الربط بين الإنتاج، العمل،تراكم رأس المال والتقدم التكنولوجي. فالنمو الإقتصادي ناتج عن تراكم رأس المال والذي يتعلق بدوره بالزيادة السكانية والتقدم التكنولوجي. وإعتبر أن الزيادة في التراكم رأس المال تصاحبها زيادة في عرض رؤوس الأموال وبالتالي زيادة الإستثمارات وهي عوامل محفزة للنمو الإقتصادي.

4.2.2. 4. نظريات النمو الحديثة:

على عكس النظريات السابقة نجد أن النظريات الحديثة ركزت على محددات داخلية للنمو الإقتصادي وأطلقت عليها بنظريات النمو الداخلي أو الذاتي ومن بين أهم المفكرين الإقتصاديين نجد بول رومر والذي ركز على أهمية البحث والتطوير. ونجد روبرت لوكاس والذي أولى إهتماما لرأس المال البشري وروبرت بارو الذي ركز على كل من البنى التحتية وكذا النفقات الحكومية في حين ركز آخرون على الإنفتاح التجاري وأهميته في دعم النمو الإقتصادي فحسب رواد هذه النظرية فإن النمو هو عبارة عن نتيجة طبيعية للتوازن في الأجل الطويل، وأن الإدخار والإستثمار يعتبران من العوامل الرئيسية المحفزة للنمو الإقتصادي، إضافة إلى التركيز على دور القطاع العام في تحقيق النمو الإقتصادي.

4.2.2. قياس النمو الاقتصادي: يمكن قياسه من خلال الاعتماد على الناتج الوطني ومتوسط الدخل الفردي: (العبادي، 2018)

4.2.2. 1. الناتج الوطني: وهو مقياس لحصيلة النشاط الإنتاجي، وحساب معدل نموه هو ما يصطلح عليه تسمية معدل النمو، ويمكن حساب الناتج الوطني بحساب الناتج المحقق في بلد وتقديمه بعملة ذلك البلد، ومن ثم مقارنته بنتائج الفترة السابقة ومعرفة معدل النمو، ما يعاب هنا أن لكل دولة عملتها الوطنية، وبالتالي لا يمكن مقارنة النمو المحقق في مختلف البلدان وفق هذا المقياس، ولذا تستخدم غالبا عملة دولية واحدة لتقييم الناتج الوطني لمختلف البلدان، حتى يسهل المقارنة بين معدلات النمو المحققة فيها.

متوسط الدخل الفردي: يعتبر هذا المعيار الأكثر استخداما وصدقا لقياس النمو الاقتصادي في معظم دول العالم، ولكن في الدول النامية هناك صعوبات لقياس الدخل الفردي بسبب نقص دقة إحصائيات السكان والأفراد.

هناك طريقتان لقياس معدل النمو على المستوى الفردي:

- طريقة معدل النمو البسيط: يقيس معدل التغير في متوسط الدخل الحقيقي من سنة لأخرى.
- طريقة معدل النمو المركزي: يقيس معدل النمو السنوي في الدخل كمتوسط خلال فترة زمنية طويلة نسبيا.

5.2.2. مصادر النمو الاقتصادي: توجد أربع مكونات أساسية تشمل: (اسماعيل، سفيان، جمال قاسم، و سائد، 2022)

- العمل والموارد البشرية: تتكون مدخلات العمل من كميات العمالة ومهارات القوة العاملة، حيث يعتقد العديد من الإقتصاديين أن جودة مدخلات العمل من المهارات والمعرفة وإنضباط القوى العاملة، ومن أهم العناصر في النمو الإقتصادي، قد تمتلك الدول أحدث التقنيات من حواسيب وآلات ومعدات صناعية ثقيلة، لكنها تحتاج لإستخدامها وصيانتها بشكل دوري وفعال عمالة ماهرة ومدربة في هذا الشأن، لذلك يلعب تطوير مستويات التعليم ومحو الأمية، وتطوير المنظومة الصحية والإنضباط المهني للقوى العاملة، وقدرة العاملين على إستخدام التقنيات في مجالات العمل دورا هاما في زيادة الإنتاجية.

- الموارد الطبيعية: يقصد بها الأراضي الصالحة للزراعة والموارد الإستخراجية مثل النفط والغاز الطبيعي والعديد من المعادن الأخرى والغابات والمياه والموارد المعدنية والثروة الحيوانية والسمكية ، في بعض البلدان ذات الدخل المرتفع تتوفر الموارد الطبيعية بشكل أساسي ،إلا أنه ليس من الضروري أن أمتلاك تلك الموارد يساهم بدرجة كبيرة في النمو الإقتصادي في العالم خاصة في حالة عدم توفير كوادر بشرية متخصصة في هذه الجوانب.

-تكوين رأس المال التراكمي: يشمل رأس المال الملموس كالطرق ومحطات الطاقة والمعدات الكهربائية ووسائل

النقل وأجهزة الكمبيوتر ،وتراكم المخزون من جميع المعدات كم ساهمت موجات الإستثمار في العديد من هذه الصناعات مثل تحسين البنية التحتية إلى زيادة الإنتاجية وتوفير البيئة المناسبة لتطوير الصناعات الجديدة بأكملها. كما يساهم التطوير الكبير في تقنيات المعلومات بدرجة كبيرة في زيادة الإنتاجية.

يتطلب تراكم رأس المال، العمل على الإستثمار في السلع الرأسمالية الجديدة، حيث أن العديد نم البلدان خاصة الأسرع نموا تخصص نحو 10 إلى20 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي في تكوين صافي رأس المال.

- التغير التقني والإبتكار: يعتبر مكونا حيويا في النمو الإقتصادي لجميع مستويات الحياة المعيشة وقد أدى تطور التقنية المتقدمة في مجال الإلكترونيات وتقنيات المعلومات والحاسب الآلي بدرجة كبيرة إلى إحداث تغيرات في عمليات الإنتاج، وإدخال منتجات وخدمات جديدة إلى الأسواق، حيث ساهمت هذه التقنيات المتطورة في تحسين الإنتاجية وزيادة جودة المنتجات وكمية الإنتاج.

3. لمحة عن النمو الإقتصادي العالمي:

بسبب تناقض الطلب على السلع الإستهلاكية، والحرب المطولة في أوكرانيا واستمرار التحديات التي تواجه سلسلة التوريد، وإزاء هذه الظروف العامة من المتوقع أن يتباطأ نمو الناتج العالمي لينخفض من نسبة 3 في المائة المقدر تحقيقها في عام 2022 إلى1.9 في المائة فقط في عام 2023، ويسجل بذلك أحد أدنى معدلات النمو في العقود الأخيرة. ويتوقع أن ينتعش النمو العالمي بشكل معتدل ليبلغ 2.7 في المائة في عام 2024، إذا بدأت بعض الرياح المعاكسة للإقتصاد الكلي في السكون في العام المقبل، كما هو متوقع.

وتشير التوقعات إلى أن الضغوط التضخمية ستنحسر تدريجيا وسط تراجع الطلب الإجمالي على صعيد الإقتصاد العالمي ومن شأن ذلك أن يمكن الإحتياطي الإتحادي والمصاريف المركزية الكبرى الأخرى من إبطاء وتيرة تشديد السياسات النقدية، والإنتقال في نهاية المطاف ،إلى الأخذ بسياسات نقدية أكثر تيسيرا غير أن التوقعات الإقتصادية على المدى القريب لاتزال مشوبة إلى حد بعيد بإنعدام اليقين ،حيث تظل أعداد هائلة من المخاطر الإقتصادية والمالية والجيوسياسية والبيئية ماثلة بإستمرار. يطال التباطؤ الإقتصادي العالمي الحالي البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء ،ويواجه العديد منها مخاطر الركود في عام 2023 وقد ضعف زخم النمو في الولايات المتحدة والإتحاد الأوربي وغيرها من الإقتصاديات المتقدمة النمو،ممايؤثرسلبا على بقية الإقتصاد العالمي ، وفي الولايات المتحدة من المتوقع أنيتنو الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 0.4 في المائة فقط في عام2023 بعد تحقيق نمو يقدر بنسبة 1.8 في المائة في عام 2022 ومن المتوقع أن يقلص المستهلكون من حجم إنفاقهم نظرا لإرتفاع أسعار الفائدة وانخفاض الدخل الحقيقي والتراجع الكبير في القيمة الصافية لثروات الأسر المعيشية ومن المرجح أن يظل إرتفاع نسب الفائدة على القروض العقارية وتزايد تكاليف البناء باديا في سوق الإسكان مع توقع إنخفاض الإستثمار الثابت في القطاع السكني بشكل أكبر.

تعرض الإقتصاد العالمي في عام 2022 لمجموعة من الصدمات الشديدة التي زادت حدتها من جراء التفاعل فيما بينها في وقت إقترب فيه من بلوغ منتصف الطريق المرسوم لتحقيق أهداف التنمية المستدامة لعام 2030، ففي حين كانت آثار جائحة كوفيد 19 لاتزال صداها يتردد في جميع أنحاء العالم ،أشعلت الحرب في أوكرانيا أزمة جديدة، فشهدت أسواق الأغذية والطاقة إضطرابات وتفاقم انعدام الأمن الغذائي وسوء التغذية في العديد من البلدان النامية ،وأدى التضخم المرتفع إلى تآكل الدخل الحقيقي وإلى إندلاع أزمة في تكلفة المعيشة على الصعيد العالمي أسقطت الملايين من الناس في براثن الفقر والمشاق الإقتصادية، وفي الوقت نفسه ظلت أزمة المناخ تتسبب في خسائر فادحة،حيث أدت موجات الحر وحرائق الغابات والفيضانات والأعاصير إلى

إلحاق أضرار إقتصادية هائلة ونشوء أزمات إنسانية في العديد من البلدان وستلقي كل هذه الصدمات بظلالها بشدة على الإقتصاد العالمي في عام2023 وأثار الإرتفاع المستمر لنسبة التضخم،التي بلغ متوسطها حوالي 9 في المائة في عام 2022 تشديدا صارما للسياسات النقدية في العديد من البلدان المتقدمة النمو والنامية .

4. أهمية الإبداع لتحقيق النمو الاقتصادي

يعرف العالم التغير المستمر في بيئة الأعمال في جميع المجالات سواء سياسية، ثقافية، اجتماعية أو اقتصادية، وهو ما يستدعي هذه الدول إلى العمل على محاولة الاستجابة لهاته المتغيرات لاسيما منها المتعلقة بمجال الاقتصاد، ففي السابق كانت المشكلة الاقتصادية تتمحور حول ندرة عناصر الإنتاج والعمل على مقابلة الحاجات المستمرة والمتزايدة للمجتمع، لكن مع تطور التقنيات ووسائل واستراتيجيات تسيير الموارد المتعددة بالشكل الفعال أصبحت الآن المشكلة الاقتصادية مبنية على المعلومة وتقنية استغلالها أكثر من العمل على البحث في سبل توفير الموارد النادرة، فالمورد البشري الذي يتميز بالمعرفة والمهارة هو المحرك الأساسي لأي نشاط اقتصادي ناجح يؤدي إلى تحقيق معدلات النمو الاقتصادي المستهدفة.

يعد شومبيتر A.Joseph Schuppeter أحد أهم المنظرين النيو كلاسيك الذين قدموا أفكارا أساسية لنظريات النمو الاقتصادية لاسيما من خلال كتابيه (1911 Theory of Economic development وBusiness Cycles 1939) كما أنه من رواد التوجه الداعم لان الإبداع يؤدي إلى تحقيق النمو الاقتصادي؛ فقد حدد 05 أنواع من الإبداع وهي: إطلاق منتج جديد في السوق أو منتج موجود مسبقا لكن يحتوي على تجديدات، الإبداع في طرق ونماذج الإنتاج الجديدة أيضا فتح أسواق جديدة وهو ما يؤدي إلى فتح منافذ جديدة للنمو كذلك استعمال مواد أولية جديدة واخيرا تقديم تنظيم جديد للعمل وهو الإبداع التنظيمي.

كما أن تقسيم شومبيتر A.Joseph Schuppeter للعملية الاقتصادية إلى ثلاث مراحل وهي: (هواري)

- المرحلة الأولى: اكتشاف تقني لسلعة جديدة او طريقة جديدة لصناعة هذه السلعة ويقصد بها اكتشاف نظام جديد لإنتاج السلعة.

المرحلة الثانية: وهي المرحلة اللاحقة مباشرة بعد المرحلة الأولى؛ ويقصد بها التسويق الناجح للتقنية أو الإبداع.

المرحلة الثالثة: التقليد وهو تبني مشروع موجود في السوق وتقليد مواصفاته وعرضه في السوق.

يشدد شومبيتر A.Joseph Schuppeter فيكل كتاباته على أهمية الإبداع كأداة أساسية لنقل الاقتصاد إلى الإمام من التوازن الثابت الى النمو الاقتصادي.

فللحديث عن النمو الاقتصادي لابد من التطرق إلى العوامل الرئيسية المحددة له والتي تتمثل في الموارد الطبيعية، العمل، رأس المال والتطور التقي؛

- الموارد الطبيعية: فاستغلال المتاح من الموارد الطبيعية بشكل فعال يمكن من رفع مستويات الإنتاج والإنتاجية وبالتالي يرتفع الناتج المحلي ومعه تزداد نسبة النمو الاقتصادي.

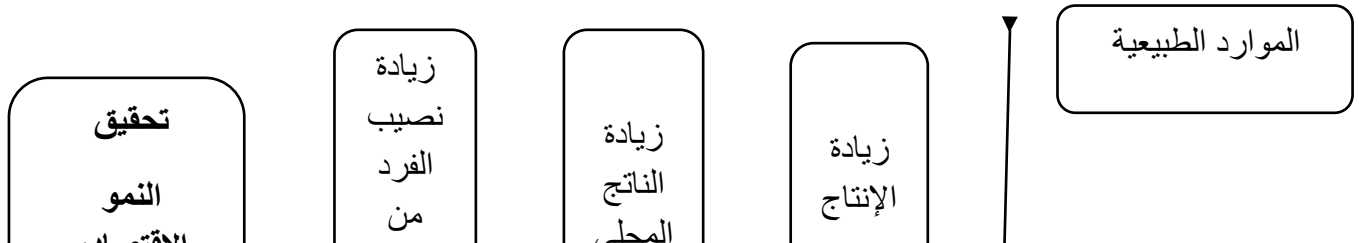
-نوعية اليد العاملة؛ كلما تميزت القوى العاملة بخصائص تطويرية ومعرفية قدرة العاملين وبكونها قادرة على حل المشكلات وإستخدام التقنيات المختلفة في مجالات العمل كلما كان لذلك دور هام في زيادة الإنتاجية وبالتالي زيادة وبالتالي زيادة الناتج المحلي الإجمالي ونصيب الفرد منه وتحقيق النمو الاقتصادي.

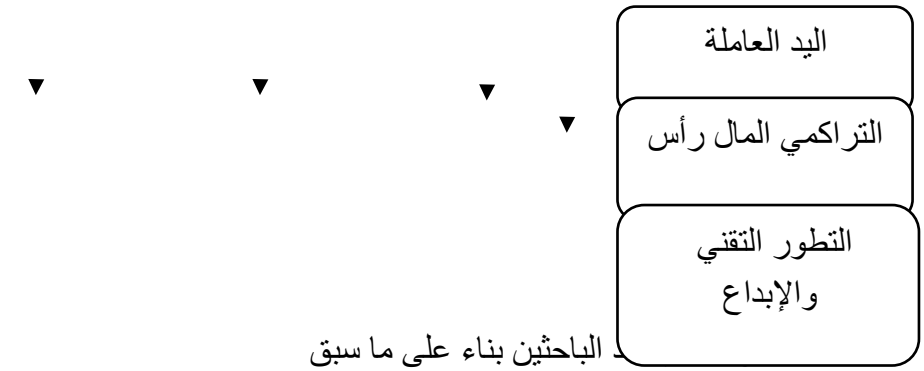
-رأس المال: يعرف في الفكر الاقتصادي على أنه سلعة تستعمل لإنتاج سلع وخدمات أخرى. يعتبر العديد من الاقتصاديين ان الاستثمار وتراكم رأس المال عنصران مهمان في النمو الاقتصادي. وهنا

فتوفر أكبر حجم من الموارد الادخارية واستثمارها بالشكل الصحيح يساعد على تحقيق النمو الاقتصادي ورفع الغبن والفقر على المجتمع. فحصول المنظمات على إئتمان مصرفي وحسن تسييره لا سيما عن طريق المورد البشري المبدع يساعد على زيادة الاستثمار وبالتالي النمو الاقتصادي.

-التقدم التقني والإبداع: للمعارف العلمية والتقنية التي يتمتع بها المورد البشري العامل في المنظمات دور كبير في زيادة حجم الانتاج وبالتالي تحقيق نمو الناتج الوطني؛ فالإبداع يخلق فرصا جديدة للاستثمار وتغير طبيعة السلع والخدمات المتاحة للمجتمع.

الشكل رقم (01) الإبداع كأحد وسائل تحقيق النمو الاقتصادي





المصدر: الباحثين بناء على ما سبق

من الشكل أعلاه يمكن استخلاص أن الإبداع له دور مهم في الوصول إلى زيادة مستويات الإنتاج يتحصل أفراد المجتمع على ما يريدونه من سلع وخدمات ويرتفع مستوى الناتج المحلي للدولة، ومع ارتفاع الناتج المحلي ووجود علاقة طردية بينه وبين نصيب الفرد منه يتحسن المستوى المعيشي للأفراد وتقل نسبة الفقر ويتحقق النمو الاقتصادي بتكامل العناصر الأربعة السابقة الذكر في الشكل أعلاه.

الخاتمة:

أصبح اهتمام متخذي القرار على المستوى الاقتصادي متوجه نحو التركيز على تشجيع المقاولاتية باعتبارها احد وسائل تسريع ديناميكية النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل؛ فالمقاولاتية تعتمد على الإبداع والذي يمثل المصدر الرئيسي طويل الأمد للنمو الاقتصادي، كما ان الإبداع مدخل استراتيجي يساهم في تحقيق النمو الاقتصادي من خلال دعمه لزيادة الطلب الكلي للمجتمع وبالتالي خلق فرص العمل وتلبية الحاجات ورفع مستوى المعيشة واستفادت الأفراد من مختلف الخدمات التي يحتاجونها في حياتهم اليومية

فالحكومات تهدف الى تشجيع المقاولاتية باعتبارها احد وسائل تسريع ديناميكية النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل؛ فالمقاولاتية تعتمد على الإبداع والذي يمثل المصدر الرئيسي طويل الأمد للنمو الاقتصادي.

وقد خلصت الدراسة إلى أن الإبداع احد مدخلات النظام الاقتصادي الهادف إلى تحقيق النمو الاقتصادي، باعتباره يعمل على زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة الناتج المحلي ونصيب الفرد

التوصيات: مما سبق يمكن طرح التوصيات التالية

- العمل على الاستغلال الفعال للموارد الطبيعية المتاحة لزيادة نسبة النمو الاقتصادي.
- العمل على مواجهة التغيرات المختلفة منها السياسية، الاجتماعية والاقتصادية بما يخدم النمو الاقتصادي.
- العمل على تشجيع الأسر على تطبيق سياسة تنظيم النسل بما يخدم التحكم في الزيادة السكانية بما يساهم في زيادة نصيب الفرد من الناتج الخام وبالتالي النمو الاقتصادي.
- العمل على تشجيع وتحفيز المورد البشري المبدع.
- العمل على حسن الموارد المتاحة للوصول الى تحقيق النمو الاقتصادي.

المراجع:

1. Development, D. f. (2007). GROWTH BUILDING JOBS AND PROSPERITY IN DEVELOPING.

2. https://www.un.org/ar/chronicle/article/20273. (s.d.).

3. بعوني ليلى. (2017). النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية مع دراسة مقارنة للنمو الاقتصاديوالتنمية في الجزائر (1970-2010). مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية ، المجلد 06 (العدد 02).

4. بن خليفة أحمد، و لخذاري حليمة. (2017). الاقتصاد الناعم كضرورة حتمية لنجاعة الإبداع في المؤسسة الاقتصادية. المجلد 01 (العدد01).

5. رائد خضير عبيس كاظم العبادي. (2018). دور البحث والتطوير في النمو الاقتصادي، تجارب دولية مختارة مع الاشارة الى حالة العراق. اطروحة دكتوراه فلسفة في العلوم الاقتصادية بجامعة كربلاء . العراق.

6. رجراج الزوهير. (2015). دور الإبداع في تحسين الأداء الصناعي للمؤسسة. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة (العدد 31).

7. عبد الحليم شاهين. (2021). التطور التاريخي لنظريات النمو والتنمية في الفكر الاقتصادي. الكويت: سلسلة دراسات تنموية المعهد العربي للتخطيط .

8. عجمية محمد عبد العزيز، و إيمان عطية ناصف. (2003). لتنمية الإقتصادية : دراسات نظرية و تطبيقية. الاسكندرية.

9. فضيلة ملواح. (2020). محددات النمو الاقتصادي في الجزائر، دراسة قياسية للفترة (1990-2018). Revue d'Economie et de Statistique Appliquée ، المجلد 17 (عدد خاص).

10. قيصر عبد الكريم الهيتي. (2013). توظيف الابداع في الفعاليات الاقتصادية، مطلب شرعي. مجلة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد 05 (العدد 10).

11. لعقاب يسرى أسية، و عمار درويش. (2022). المحددات الاقتصادية الكلية للنمو الاقتصادي في الجزائري، دراسة قياسية للفترة ما بين 1970-2020. مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة ، المجلد 05 (العدد 02).

12. محمد اسماعيل، قعلول سفيان، حسن جمال قاسم، و خليل سائد. (2022). دراسات اقتصادية، مصادر النمو الاقتصادي في الدول العربية. (العدد 106).

13. محمد الحراحشة، و الهيتي صلاح الدين. (2006). أثر التمكين الاداري والدعم التنظيمي في السلوك الابداعي كما يراه العاملو في شركة الاتصالات الاردنية: دراسة ميدانية. دراسات العلوم الادارية ، المجلد 33 (العدد 02).

14. مصطفى عومرية، و الجيلالي بن عبو. (2017). دور العوامل الشخصية والتنظيمية في تفعيل الإبداع والابتكار في المؤسسة الجزائرية. مجلة البديل الاقتصادي ، المجلد 04 (العدد 01).

15. مغنية هواري. (بلا تاريخ). البعد الاقتصادي للابتكار والمقاول المبتكر على النمو الاقتصادي. مجلة العلوم الاقتصادية ، المجلد 9 (العدد 9).

16. ميشيل تودارو. (2006). التنمية الاقتصادية . الرياض، السعودية: دار المريخ للنشر.

17. نور الدين رادي. (2014). الابداع والابتكار في المنظمات الحديثة. مجلة الابتكار والتسويق ، المجلد 01 (العدد 01).