

فصلنامه جهان نوین

No 5,2, 2022 , P 61-82

سال پنجم، شماره هجدهم، تابستان ۱۴۰۱، صص ۸۲-۶۱

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۲۶۴۵ - ۳۴۷۹)

رابطه نوآوری و خلاقیت با رشد اقتصادی؛ مروری بر اهمیت و رشد آن
 (پذیرفته شده در کنفرانس بین المللی مطالعات نوین در مدیریت و کارآفرینی ایران و تاجیکستان)

مجید رفیعیان اصفهانی^۱

چکیده

توسعه اقتصادی همواره از دغدغه‌های اصلی حوزه علم و سیاست بوده و برای قرار گرفتن در مسیر صحیح توسعه اقتصادی، ریشه‌یابی مستمر آن الزامی است. یافته‌ها و تجربه‌های کشورهای حاکی از آن است که خلاقیت و نوآوری مهم‌ترین و بنیانی‌ترین عامل رشد و توسعه اقتصادی است. یکی از مهم‌ترین حوزه‌های تقویت خلاقیت و نوآوری، حوزه‌ی فرهنگ، هنر و آموزش است؛ بنابراین هدف از تحقیق حاضر بررسی رابطه‌ی نوآوری و خلاقیت با رشد اقتصادی و مروری بر اهمیت و موانع و رشد آن است. در این تحقیق با استفاده از مطالعه کتابخانه‌ای به بررسی رابطه‌ی بین نوآوری و خلاقیت با رشد اقتصادی پرداخته شده است. خلاقیت و نوآوری در نهاد هر انسانی است و باید در دوره‌ی کودکی و نوجوانی با آموزش‌های اصولی پرورش و رشد یابد تا در سال‌های بعد، در تمام فعالیت‌های فردی و گروهی انسان مشاهده گردد. برای پرورش خلاقیت باید به کودکان و نوجوانان امکان تفکر داد و آنان را از انجام دادن فعالیت‌های تکراری و بدون هدف و از پیش تعیین شده تا حد امکان بر حذر داشت. سرمایه‌گذاری در فناوری به عنوان اصول مقدماتی برای تضمین کردن قدرت رقابتی و پیشرفت و متعاقباً دستیابی به یک رشد اقتصادی پایدار در نظر گرفته می‌شود. فراهم کردن سطح پایداری از تحصیلات برای نیروی کار، افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه پژوهشی، خلق محصولات جدید و دسترسی راحت سرمایه‌گذاران به بازارهای بورس می‌تواند در درجه اول توسعه بخش‌های خصوصی و دولتی را تضمین کرده و ثانیاً شرایط و کیفیت زندگی مردم را بهبود دهد.

کلید واژه‌ها: خلاقیت، نوآوری، رشد اقتصادی، نهاد

۱- فارغ‌التحصیل دکتری مدیریت - گرایش کسب و کار، دانشگاه علم و فرهنگ؛ majidrafieian@gmail.com

۱- مقدمه:

برای ورود به بحث رابطه نوآوری و خلاقیت با رشد اقتصادی لازم است مروری بر ادبیات مطرح در این زمینه داشته باشیم. ابتدا به ادبیات مربوط به نوآوری و خلاقیت می‌پردازیم، بعد از آن به بررسی الگوهای رشد اقتصادی می‌پردازیم چرا که شناخت رشد اقتصادی می‌تواند به درک بهتر موضوع کمک کند. در بخش دیگر به مفهوم نهاد و اهمیت آن می‌پردازیم.

۲- تعریف نوآوری

نوآوری عبارت است از نوسازی فعالیت‌های مرتبط به هم در زنجیره‌ای که با کشف خلاق آغاز می‌شود، به دنبال آن از طریق کارآفرینی توسعه می‌یابد و در نهایت تجاری‌سازی می‌شود (ایمانی و شاکری، ۱۳۹۴). نوآوری شامل علاقه به ایده‌ها، تجربیات جدید و فرایندهای خلاق است که ممکن است نتیجه آن توسعه و ایجاد محصول، خدمات جدید یا تکنولوژی‌های نو باشد (ماریا اک استیونا و همکاران، ۲۰۲۱). نوآوری به عنوان اجرای ایده‌های جدید که ایجاد ارزش می‌کنند، تعریف شده است (استفان آ. شوارتز، ۲۰۲۲).

نوآوری، مفهومی کلیدی است که امروزه از آن به عنوان محور دستاوردهای تجارت در قرن بیست و یکم یاد می‌شود. سازمان‌های کوچک و بزرگ، اقدام به ارزیابی مجدد محصولات، خدمات و عملیات خود کرده‌اند تا فرهنگ نوآوری را به وجود آورند. این بازبینی مجدد اهداف سازمانی، بدین دلیل صورت می‌گیرد که پرورش فرهنگ نوآوری در درون سازمان، بهترین تضمینی است که یک سازمان بتواند در محیطی که بازارهای آن به سرعت به پیش می‌روند، پایدار بماند. همچنین پرورش فرهنگ نوآوری بهترین تضمین (اگرچه که هیچ چیز تضمین ندارد) برای بقا و پایداری طولانی مدت در اقتصاد دانش - محرک امروز است. (هادوی، ۱۳۸۸).

نخستین بار «شومپتر»، در سال ۱۹۳۴ مفهوم نوآوری را تعریف کرد. او نوآوری را با توسعه اقتصادی مرتبط دانست و آن را به عنوان ترکیب جدیدی از منابع مولد ثروت معرفی کرد. کار او شامل پنج مورد مشخص بود: معرفی محصولات جدید، شیوه‌های جدید تولید، شناسایی بازارهای جدید، تسخیر منابع جدید مواد اولیه و امکانات و شیوه‌های جدید سازمان‌دهی تجارت. از آن زمان به بعد و در مدت چهل سال اخیر، مفهوم نوآوری دستخوش تغییرات فراوانی شده است. در دهه ۱۹۵۰ در تحقیقات جداگانه محققان، این مفهوم، توسعه مجزا و ناپیوسته تلقی می‌شد. امروزه دیگر مفهوم نوآوری از نتایج معین تحقیقات انفرادی اقتباس نشده، بلکه بیشتر بر اساس موارد زیر تعریف می‌شود:

الف) یک فرایند و یا دقیق‌تر بگوییم یک فرایند حل مشکل،

ب) یک فرایند تعاملی در روابط شرکت‌ها با بازیگران مختلف،

ج) یک فرایند یادگیری متنوع،

این یادگیری ممکن است از موضوعات گوناگون ناشی شود: یادگیری به وسیله استفاده، یادگیری با

انجام دادن و یا یادگیری حین تسهیم،

د) فرایندی که شامل مبادله دانش صریح و ضمنی است،

ر) فرایند متقابل یادگیری و مبادله که در آن استقلال بازیگران، یک سیستم ابتکاری و یا قالب نوآوری را ایجاد

می‌کند (صائب‌نیا و افشاری، ۱۴۰۰).

طبق تعریف دستورالعمل اسلو (OECD (۱۹۹۷)؛ نوآوری فرآیندی است که یک ایده را به محصول و یا خدمات

جدید و بهبود یافته تبدیل می‌کند که برای بازار سودمند است.

امروزه، نوآوری که منشاء جایگاه رقابتی سازمان‌های پیشرو مورد توجه است، از مدل سنتی (نوآوری بسته) که

موفقیت را صرفاً در اعمال کنترل بر منابع داخلی می‌داند و از سازمان‌ها می‌خواهد در فرایندهای تحقیق و توسعه

خودکفا باشند، به سوی رویکرد نوآوری باز تغییر دیدگاه داده و بر نیاز سازمان‌ها به فراتر رفتن از مرزهای خود

برای دستیابی به دانش و فناوری بیرونی، تأکید دارند (لاله و نظری، ۱۳۹۶).

نوآوری قالب‌های متنوعی به خود می‌گیرد. می‌توان به نوآوری در زمینه تکنولوژیکی، نوآوری در الگوهای تجاری و

شیوه‌های جدید سازمان‌دهی کارها، نوآوری در طراحی و یا بازاریابی اشاره کرد. همچنین نوآوری می‌تواند در زمینه

یافتن کاربردهای جدید و یا بازارهای جدید برای کالاها و خدمات موجود باشد (مجید زاده، ۱۳۹۷).

• مدل‌های نوآوری

۱-۲- پلتفرم محصولات

این رویکرد شامل توسعه و معرفی محصول در حال تکمیل، به‌منظور ارائه یک چارچوب یا tool-kit برای

دسترسی، سفارشی‌سازی و بهره‌برداری است. هدف آن توسعه قابلیت‌های محصولات به‌منظور افزایش ارزش

محصول برای تمامی طرف‌های درگیر است. این روش در بازارهایی با داشتن اثرات قوی شبکه‌ای تأثیر دارد در

جایی که تقاضا برای تکمیل محصولات در قالب این چارچوب وجود دارد (از قبیل تلفن همراه و یا برنامه‌های

کاربردی آنلاین)؛ اما درعین حال این مقیاس از پلتفرم اغلب منجر به افزایش پیچیدگی و مدیریت کیفیت محصول

می‌شود (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۷).

۲-۲- مسابقات ایده

این مدل شامل پیاده‌سازی و راه‌اندازی سیستمی است که به وسیله استراتژی‌های موفق پاداش، باعث تشویق رقابت می‌شود. برنامه‌های مسابقاتی نظیر هاکاتون^۲ تحت این دسته از نوآوری باز قرار می‌گیرند. این روش برای سازمان‌ها امکان دسترسی ارزان به تعداد زیادی از ایده‌های جدید را داده، درحالی‌که همچنین به ارائه بینش عمیق‌تر به نیازهای مشتریان کمک می‌کند (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۷).

۲-۳- غوطه‌ور شدن در مشتری

این تکنیک شامل تعامل نزدیک و گسترده با مشتری از طریق میزبانی وی یا از طریق تعامل با کارکنان سازمان است. در این روش سازمان‌ها از اطلاعات و داده‌های مشتریان استفاده نموده و باعث مشارکت مشتریان در فرایند طراحی و توسعه محصولات می‌شود (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۷).

۲-۴- طراحی و توسعه محصولات مشترک

همانند روش پلتفرم محصولات، سازمان با شرکای خود در زمینه توسعه محصولات همکاری می‌کند. تفاوت این روش با روش اول در این است که چارچوب برای همکاری و تعامل در این زمینه وجود دارد و همچنین سازمان میزبان این توسعه، کنترل‌ها و نظارت لازم در این زمینه را خواهد داشت. این روش اجازه کنترل و نظارت بیشتری را به سازمان خواهد داد و باعث تولید محصولات با سرعت بیشتری خواهد شد، درعین‌حال باعث کاهش هزینه‌های توسعه محصولات می‌شود (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۷).

۲-۵- شبکه‌های نوآوری

به طور مشابه به مسابقات ایده، یک سازمان از شبکه‌ای از همکاران در فرایند طراحی با ارائه پاداش در قالب یک انگیزه استفاده می‌کند. تفاوت مربوط به این واقعیت است که شبکه‌ای از همکاران به منظور توسعه راه‌حل برای شناسایی مشکلات استفاده می‌شود (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۵).

۳- ویژگی‌های نوآوری

۱- ورود سریع به بازار با کمترین هزینه و خطر با کسب مهارت‌ها و تکنولوژی‌های مکمل، هزینه‌ها و خطرات مربوط به ارتقای محصول کاهش می‌یابد به‌ویژه اگر این همکاری با استارت‌آپ‌ها باشد؛ چرا که استارت‌آپ‌ها برای بقای خود مجبور به خلق نوآوری هستند (هنکل و همکاران، ۲۰۱۴).

۲- افزایش تعداد نوآوری‌ها در بلندمدت دسترسی به دانش تخصصی که یک شرکت قبلاً آن را نداشته این امکان را به آن شرکت می‌دهد که محصولات و خدمات جدیدتر و با کیفیت بهتر را ارائه نماید. بررسی کشورهای عضو سازمان همکاری

2- Hackathon

3- Henkel & et al

اقتصادی و توسعه (OECD) نشان می‌دهد فروشندگان و مشتریان بهترین شرکاء در نوآوری باز به حساب می‌آیند.

۳- افزایش کیفیت محصولات و خدمات یک شرکت می‌تواند با بهره‌گیری از نظرات و بازخوردهای شرکای خود که می‌تواند تصمیم بگیرد که فعالیت‌های تحقیق و توسعه خود را در چه زمینه‌ای متمرکز کند.

۴- راه‌یابی به بازارهای جدید مشارکت این امکان را به شرکت‌ها می‌دهد به بازارهایی که شرکای آنها در آن فعال هستند، راه پیدا کنند. شرکت‌های کوچک می‌توانند از طریق همکاری با شرکت‌های باتجربه در زمینه تجاری‌سازی محصولات، به کانال‌های توزیعی جدید دسترسی پیدا کنند.

۵- انعطاف‌پذیری بیشتر نوآوری باز به شرکت‌ها کمک می‌کند در برابر تغییرات سریع شرایط بازار انعطاف‌پذیر باشند و بتوانند دانش خود را با نیازهای بازار مطابقت دهند، با استعدادترین نیروها را جذب کنند و در مواقع لزوم تیم‌های تخصصی تشکیل داده سپس منحل کنند.

۶- افزایش ظرفیت جذب و نوآوری افزون بر انتقال دانش فنی، نوآوری باز مزایای بلندمدتی را برای شرکت‌ها در پی دارد، برای مثال دانش پایه‌ای شرکت ارتقا می‌یابد. شرکت می‌تواند از دارایی‌های شرکای خود از جمله اعتبار و روابط آنها بهره‌برد. هر چه اعتماد و مشارکت بین شرکاء عمیق‌تر شود متعاقب آن فرصت‌های جدیدتری نیز ایجاد می‌شود.

۷- تبدیل به پول کردن سرریزهای فعالیت‌های تحقیق و توسعه دانش حاصل از فعالیت‌های تحقیق و توسعه ممکن است مورد بهره‌برداری قرار نگیرد؛ اما می‌توان فرصت‌های تجاری جدیدی را از طریق آنها ایجاد کرد. پروژه‌هایی را که سال‌هاست در قفسه‌ها خاک می‌خورند می‌توان از طریق شرکاء پیگیری کرد. دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی می‌توانند خروجی‌های تحقیق و توسعه خود را به پول تبدیل کنند. همچنین شانس ورود ایده‌های آنها به بازار از طریق لیسانس افزایش می‌یابد. افزون بر اینها منجر به تقسیم کار و در نتیجه تخصصی شدن تحقیق و توسعه می‌شود و این برای کسب‌وکارهای کوچک که فاقد تخصص لازم برای بازاریابی محصولات خود هستند بسیار مناسب است و در نهایت اینکه فرصت مشارکت با نهادهای غیرتجاری از جمله دانشگاه‌ها را فراهم می‌کند (هنکل و همکاران، ۲۰۱۴).

• **پیش‌شرط‌های لازم برای موفقیت‌آمیز بودن مشارکت در نوآوری**

داشتن ظرفیت جذب کافی به منظور تشخیص اطلاعات با ارزش، استفاده از این اطلاعات در جریان نوآوری داخلی، بهره‌برداری و تجاری‌سازی؛ بنابراین شرکت‌هایی که ظرفیت جذب بالاتری دارند از مشارکت بهره بیشتری می‌برند (کوهن و همکاران، ۲۰۱۶).

وجود اعتماد بین شرکاء تا بتوانند اطلاعات ارزشمند و حائز اهمیت خود را در اختیار یکدیگر قرار دهند، بتوانند از تخصص

یکدیگر استفاده کنند و... البته شرایط بیرونی نیز تأثیرگذار است؛ مثلاً اگر حمایت کافی از اسرار تجاری صورت بگیرد، تقسیم آن بین شرکاء نیز راحت تر خواهد بود.

پرداخت هزینه‌های لازم برای انجام مشارکت به شیوه مطلوب از جمله یافتن شریک مناسب، هماهنگ کردن مبادلات، مدیریت خطرات و مشکلات، مراقبت از دانش و اموال فکری و...

در نوآوری یک شرکت باید روابط خود را با شرکت‌های مختلف با اندازه‌های مختلف مدیریت کند و این برای کسب‌وکارهای کوچک به‌ویژه دشوار است چرا که هزینه‌هایی را دربردارد و این در حالی است که آنها بیش از همه نیاز به مشارکت دارند. مطالعات نشان می‌دهد مشارکت شرکت‌های بزرگ در نوآوری، چهار برابر کسب‌وکارهای کوچک است (سعیدی، ۱۳۹۸).

• انواع نوآوری

غالب محققان و نویسندگان نوآوری را به چهار گروه تقسیم نموده‌اند:

– نوآوری اداری^۵

این نوع نوآوری عبارت است از تغییرات در ساختار سازمان و فرایندهای اداری مانند ارائه ایده جدید برای سیاستی تازه در مورد استخدام پرسنل، تخصیص منابع، ساختار وظایف و اختیارات است. (دامنپور^۶)

– نوآوری تولید^۷

این نوع از نوآوری به مواردی اطلاق می‌شود که با آن بتوان تغییری را در سازمان به وسیله ارائه تغییرات در تکنولوژی به وجود آورد. این نوع نوآوری در نتیجه استفاده جدید از یک ابزار، فن، شیوه و یا سیستم و ایجاد تغییرات در محصولات یا خدمات اتفاق می‌افتد. بر اساس تعریف ارائه شده از طرف سازمان توسعه همکاری‌های اقتصادی (OECD) نوآوری تولیدی عبارت است از: «جایگزین نمودن محصولات در حال تولید، توسعه نوع محصول (در زمینه اصلی محصول، در خارج از زمینه محصول اصلی)، نگهداری از سهم بازار و بازنمودن بازارهای جدید داخلی و یا خارجی».

– نوآوری فرایند^۸

این نوع نوآوری بر بهبود انعطاف‌پذیری تولید، هزینه‌های پایین‌تر تولید به وسیله (کاهش سهم هزینه‌های دستمزد،

⁵ Administration innovation

⁶ Damanpour

⁷ Production innovation

⁸ Organization for Economic Co – operation and Development

⁹ Process innovation

کاهش مصرف مواد، کاهش نرخ ردی و کاهش هزینه‌های طراحی محصول)، بهبود شرایط کاری و کاهش زیان‌های محیطی دلالت دارد (OECD).

- نوآوری تکنولوژیکی^{۱۰}

بر اساس انواع نوآوری ارائه‌شده از طرف OECD، نوآوری تکنولوژیکی نامیده می‌شود، این نوع نوآوری، تلفیقی از نوآوری تولیدی و فرآیندی است به عبارتی:

نوآوری فرایند + نوآوری تولید = نوآوری تکنولوژیکی

در تقسیم‌بندی دیگر، سه نوع نوآوری برای تمایز بخش دولتی و خصوصی است:

۱. نوآوری در فرایند،

۲. نوآوری در محصول یا خدمت،

۳. نوآوری در مفاهیم راهبرد یا کسب‌وکار.

در مطالعات انجام‌شده، دو نوع دیگر نوآوری در زمینه ارائه‌ی خدمات دولتی و تعاملات درون سازمانی نیز وجود دارد. نوآوری در حوزه راهبرد یا سیاست به مأموریت‌ها، اهداف، راهبردهای جدید اشاره دارد. نوآوری در محصول یا خدمت نیز منجر به تغییراتی در شکل یا طرح محصولات یا خدمات می‌شود. نوآوری در ارائه خدمت یا محصول به روش‌های جایگزین برای ارائه خدمات، نحوه تولید محصولات یا تعامل با مشتریان می‌پردازد. نوآوری در تعاملات درون سازمانی، روش‌های جدید یا بهبودیافته در تعامل با سایر عوامل تولید، پایگاه‌های دانشی، یا تغییر در نحوه حاکمیت یا اداره سازمان است (یوما جیمز و کورتز^{۱۱}، ۲۰۱۹).

۴- خلاقیت

خلاقیت یا آفرینش برگردانی از واژه‌ی «Creativity» معنای پدید آوردن چیزی از چیز دیگر به گونه‌ای منحصر به فرد است؛ به عبارت دیگر، خلاقیت به معنی کم یا زیاد کردن یک پدیده و تغییر شکل دادن و یا ترکیب کردن آن با سایر پدیده‌ها، اشیا یا چیزها است. خلاقیت، به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم دید است. خلاقیت عبارت است از به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید. خلاقیت یعنی ارائه‌ی فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقاء کمیت یا کیفیت فعالیت‌های سازمان؛ مثلاً افزایش بهره‌وری، افزایش تولیدات یا خدمات، کاهش هزینه‌ها، تولیدات یا خدمات از روش بهتر، تولیدات یا خدمات جدید و غیره.

10 -Technological innovation

11 -YueMaJames E.Cortez

خلاقیت، آفرینش آمیزه‌ای بدیع برای حل تناقضات، در قالب یک ایده است که خارج از محدوده جواب موجود قرار می‌گیرد. خلاقیت ارائه کیفیت‌های تازه‌ای از مفاهیم و معانی است. خلاقیت، شکل دادن تجربه‌ها در سازمان‌بندی‌های تازه است (آنا ابراهیم، ۲۰۲۱).

لذا در حوزه‌ی فرهنگ و به خصوص هنر خلاقیت انسان‌ها نقش اصلی را بازی می‌کند. از مهم‌ترین شاخصه‌های افراد هنرمند می‌توان به قدرت خلاقیت آنها اشاره نمود و این موضوع مهم‌ترین شاخص در کسب درآمد این افراد و متمایز شدن آنها از سایر افراد جامعه است.

۵- انگیزه برای خلاقیت

در سه دهه گذشته، تحقیقاتی هم در مآخذ روان‌شناسی و هم در کسب‌وکار نشان می‌دهد که انگیزه تابعی از چند عامل موجود در محیط کار، از جمله انتظاراتی که هنگام ارزیابی وجود دارد، بازخورد حاصل در عملکرد واقعی، پاداشی که انتظار آن وجود دارد، خودمختاری و ماهیت خود کار، است. علاوه بر آن هم در تئوری و هم در پژوهش‌های علمی نشان داده شده است که انگیزش انسان نسبت به کار را می‌توان به دو نوع متمایز طبقه‌بندی نمود: انگیزش درونی که از ارزش ذاتی کار برای فرد ناشی می‌شود (مانند ارزش علاقه‌ای که فرد بدان دارد) و انگیزش برونی که از علاقه برای به دست آوردن نتیجه‌ای ناشی می‌گردد که از خود کار جدا است. با آن که هر دو انگیزش می‌توانند فرد را به انجام کار برانگیزند، ولی انگیزش‌های درونی و برونی می‌توانند اثرات متفاوتی بر احساس‌های فردی درباره کار، شائق بودن به انجا کار و عملکرد کار به جای گذارند. هر دو نوع انگیزش کارآفرینی نقش مهمی ایفا می‌کنند (هوی وانگ و همکاران، ۲۰۲۲).

«دسی» و همکارانش بر این باور هستند که انگیزه برای خلاقیت وقتی به وجود می‌آید که افراد احساس کنند هم خودانگیزخته و هم شایسته هستند. می‌توان تصور کرد که اگر حداقل قدری خودمختاری در کار خود داشته باشند؛ به عبارتی اگر خود «منشاء» کار خود باشند و نه «مهره» دیگران. اگر فرد بازخوردی به دست آورد که نشانه پیشرفت در کارش باشد یا این بازخورد راه‌هایی نشان دهد که بر اساس آن بتواند بر شایستگی خود بیفزاید، احساس شایستگی در کار خود خواهد کرد. این شرایط وقتی حاصل می‌شود که پیچیدگی کار با سطح مهارت فرد هماهنگ باشد یا فقط قدری از آن بالاتر باشد. پژوهشگران همچنین نتیجه گرفته‌اند که خودمختاری و لیاقت نمی‌تواند در جهت ایجاد انگیزه عمل کند مگر آن که فعالیت موردنظر تا حدی جالب باشد. چنین علاقه‌ای ممکن است از تنوع مهارت‌ها ناشی شود (مهارت‌های متنوعی برای انجام فعالیت لازم باشد)، فعالیت شناسایی و تعریف شده باشد

(فعالیت کلیتی باشد که به وضوح شناسایی و تعریف شده باشد) و اهمیت فعالیت (فعالیت به عنوان فعالیتی که مفید و مهم تلقی شده است باشد). یک تئوریسین روان‌شناسی چنین نظر می‌دهد که انگیزه ذاتی بسیار قوی از طریق علاقه و درگیری عمیق شخص در کار و هماهنگی کامل سطح و پیچیدگی کار سطح مهارت فرد مشخص می‌شود به نحوی که فرد به نوعی احساس ادغام در فعالیتی که انجام می‌دهد را تجربه کند (صائب نیا و افشاری، ۱۴۰۰).

در پژوهش‌های دکتر آمابلی و همکارانش تعریف‌هایی از انگیزه‌های درونی و برونی ارائه نموده‌اند که غالب مفاهیم پیشنهادی سایر تئوریسین‌ها را در بر می‌گیرد. افراد به نحوی درونی برانگیخته می‌شوند وقتی در کارشان لذت، علاقه، رضایت، کنجکاوی، خودبیانگری یا چالش شخصی می‌یابند.

افراد از نظر برونی برانگیخته می‌شوند وقتی برای به دست آوردن هدفی که از خود کار مجزا است یا محدودیتی را که به وسیله منابع برونی تحمل می‌شود می‌پذیرند.

بدین ترتیب، ما تعریف‌های خود را برپایه انگیزه‌های درونی و برونی که بر پایه فهم فرد از فعالیت (به عنوان فعالیتی جالب، درگیرکننده، چالش برانگیز و غیره) و دلایل او برای درگیری در آن (به عنوان وسیله‌ای برای نیل به هدف برونی، یا به خود به عنوان یک هدف به خاطر خود آن) قرار می‌دهیم. اگر دلایل مبادرت به انجام کار به عنوان یک وسیله برای تجربه‌ای مثبت خودجوش یا خودبیانگر باشد مربوط باشد، می‌گوییم که فرد از درون برانگیخته شده است. اگر دلایل مربوط به کاری باشد که منجر به نیل به هدفی برونی باشد، یا واکنش نسبت به منبعی باشد که از خارج کنترل شود، می‌گوییم فرد از برون برانگیخته شده است (هوی وانگ و همکاران، ۲۰۲۲).

دیدگاه روان‌شناسی حاکم بر آن است که انگیزه برونی برخلاف انگیزه درونی عمل می‌کند. انگیزه برونی انگیزه‌ای است که در آن افراد به وسیله عاملی خارج از کار به کاری مبادرت می‌کنند، مانند پاداش‌هایی که وعده آن‌ها داده می‌شود یا ارزیابی‌های کاری که انتظار آن را دارند. به طور کلی، این تئوریسین‌ها بر این اعتقادند که وقتی انگیزه‌های بسیار قوی برونی برای اشتغال وجود دارد، انگیزه درونی برای انجام آن کار تضعیف می‌گردد. پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی به نحوی قاطع نشان داده است که انگیزه درونی نسبت به یک کار (علاقه و رضایت در انجام کار) ممکن است موقتاً از طریق تحمیل آزمایش محدودیت‌های برونی جذاب مانند یک پاداش ملموس یا ارزیابی تخصصی تضعیف شود.

مجموعه‌ای از پژوهش‌های تجربی آزمایشگاهی در ۲۰ سال اخیر نشان داده است که خلاقیت درونی از طریق بسیاری از همان برانگیزنده‌های برونی و انواع محدودیت‌های برونی که به انگیزه درونی آسیب می‌رسانند، زایل می‌شود. بر اساس این پژوهش‌ها بیانیه تئوریک ساده‌ای که رابطه‌ای علت و معلول بین انگیزه درونی و خلاقیت

در نظر می‌گیرد پیشنهاد شده است. مشکل اولیه این «اصل انگیزه درونی خلاقیت» (آمابلی ۱۹۸۳) بر این بوده انگیزه درونی برای خلاقیت مفید و انگیزه برونی برای خلاقیت مضر است این دیدگاه نظری با کار قبل مک‌گرا (۱۹۷۸) در توافق بود. نظریه او مبنی بر این که انعطاف و پیچیدگی فکری در شرایط وجود انگیزه درونی در بالاترین حد قرار دارد، این فرضیه را که خلاقیت تاحدی بستگی به میزان انگیزه درونی فرد برای انجام کار دارد مورد حمایت قرار می‌دهد. نظریه او مبنی بر این که برعکس، جنبه‌های نسبتاً روشن (الگوریتمی) عملکرد - مانند کیفیت فنی - صرف - به وسیله انگیزه برونی پرورش می‌یابد، منجر به این فرضیه می‌شود که انگیزه برونی احتمال بدیع بودن واکنش‌ها را کاهش می‌دهد (صائب نیا و همکاران، ۱۴۰۰).

پژوهش‌های آزمایشگاهی آمابلی و همکارانش به نحوی قاطع نشان داد که رابطه مثبتی بین انگیزه درونی و خلاقیت وجود دارد. این پژوهش‌ها همچنین نشان داد که تحمیل برانگیزنده‌ها محدودیت‌های برونی قوی ممکن است منجر به میزان‌های پایینی از خلاقیت در عملکرد واقعی - ولی نه به میزان‌های پایینی از کیفیت فنی - گردد. کیفیت فنی به نحوی فزاینده در مورد هر دو انگیزه درونی و برونی حائز اهمیت به نظر می‌رسد.

البته وقتی در خارج از آزمایشگاه رفته و به جهان واقعی پا می‌گذاریم، پیچیدگی فزونی می‌یابد. در ۱۲ سال گذشته، تفاوت‌های محیط‌های کاری بین پروژه‌های با خلاقیت زیاد و پروژه‌های دارای خلاقیت کم در سازمان‌های کسب‌وکاری را با استفاده از مصاحبه و ابزاری موسوم به «ارزیابی محیط مناسب برای خلاقیت» بررسی شده است. در نتیجه این بررسی‌ها این نتیجه حاصل شده است که در حقیقت بسیاری از برانگیزنده‌های درونی و محدودیت‌های برونی که از طریق آزمایش مورد مطالعه قرار گرفته است، واقعاً خلاقیت را در شرایطی از قبیل آزمایش مورد مطالعه قرار گرفته است، واقعاً خلاقیت را در شرایطی از قبیل آزمایشگاه‌های پژوهش و توسعه سرکوب می‌کنند: رقابت برد - باخت در یک سازمان، انتظار ارزیابی منفی از ایده‌های افراد، تأکید بر پیمان برای کسب پاداش و محدودیت در چگونگی انجام کار. از سوی دیگر، چند عامل دیگر شناسایی گردیده که ممکن است به عنوان برانگیزنده‌های برونی به صورت حمایت‌کننده خلاقیت عمل کند: پاداش برای تشویق ایده‌های خلاق، وجود تعریف واضحی از اهداف کلی طرح و بازخورد مکرر از کار انجام شده. نهایتاً، عوامل برانگیزنده انگیزه‌های درونی شناسایی شده که خلاقیت را ترغیب می‌کند: میزانی خودمختاری در کار، کاری که فرد به نحوی مثبت چالش‌برانگیز و مهم تلقی می‌کند و نوعی احساس علاقه و هیجان در خود کار.

در پژوهش‌های غیر آزمایشگاهی، از قبیل مطالعه هنرمندان حرفه‌ای، شواهد دیگری از اثر مثبت بعضی از انواع انگیزش برونی توسط آمابلی شناسایی گردید. به ویژه آن که خلاقیت از طریق ترغیب و پاداش دادن‌هایی که لیاقت

یا ارزش کار او و نیز از طریق پاداش‌هایی که فرد را قادر به ادامه کاری که از جنبه درونی برای او جذاب است می‌کند، تشویق و در نتیجه شکوفا می‌گردد (صائب نیا و همکاران، ۱۴۰۰).

بدین ترتیب، به نظر می‌رسد که انگیزش درونی و برونی به نحو ساده جمع خطی یا تقابل ساده با یکدیگر عمل نمی‌کنند. علاوه بر آن، ممکن است لازم باشد که به نحوی دقیق بین هریک از انگیزه و به‌ویژه انواع انگیزه‌های برونی تمایز قایل شویم. به نظر می‌رسد که ممکن است انواعی از انگیزه‌های برونی وجود داشته باشد که به پژمرده کردن انگیزش درونی خلاقیت منجر گردد، ولی، انواع دیگری باشند که آن را ترغیب کنند. به نظر می‌رسد که «اصل انگیزش درونی خلاقیت» بیش از حد ساده بوده است. (صائب نیا و همکاران، ۱۴۰۰).

۶- عناصر خلاقیت

خلاقیت متشکل از عناصر و اجزاء مختلفی است. آمابیل سه عنصر را از اجرای اصلی خلاقیت می‌داند:

۱- مهارت‌های مربوط به قلمرو یا موضوع

مهارت‌های مربوط به قلمرو عبارت‌اند از: دانش و شناخت ما نسبت به موضوع، حقایق، اصول و نظریات و انگاره‌های نهفته در آن موضوع.

۲- مهارت‌های مربوط به خلاقیت

اگر فردی از بالاترین حد مهارت برخوردار باشد؛ ولی از مهارت‌های خلاقیت بی‌بهره باشد هرگز قادر به انجام کاری خلاق نخواهد بود، مهارت‌های مربوط به خلاقیت با شکستن قالب‌ها و مهارت‌های موضوعی را در راه جدیدی به کار می‌گیرد.

- شکستن عادت
- به تعویق انداختن ارزیابی ایده‌ها جهت جلوگیری از ضایع شدن ایده‌ها در ابتدا
- درک پیچیدگی با توجه به مسائل پیچیده و درگیر شدن آن
- متفاوت دیدن مسائل
- وسعت فکر و برقراری ارتباط میان ایده‌های متفاوت

۳- مهارت‌های مربوط به انگیزه

عامل انگیزه یکی از عناصر اساسی و مهم‌ترین اجزا در مجموعه است. انسان بدون انگیزه‌های درونی و بیرونی نمی‌تواند فکر و ایده خلاق و نو داشته باشد. خلاصه عناصر خلاقیت آمابیل در جدول شماره (۵-۱) نشان داده شده است.

جدول ۵-۱- عناصر و اجزاء خلاقیت^{۱۳}

انگیزه	مهارت‌های خلاق	مهارت‌های موضوع
نگرش به کار	روش شناختی متناسب	شناخت موضوع
درک فرد از انگیزه خود برای انجام کار	اطلاعات تلویحی و تفریحی از روش	مهارت‌های تکنیکی لازم برای
وابسته است به:	اکتشافی در ایجاد ایده‌های نوین	انجام کار استعداد آن موضوع
میزان اولیه انگیزه درونی برای کار	روش کار سازنده	وابسته است به:
وجود یا فقدان عوامل بیرونی مشخص در	وابسته است به:	توانایی‌های شناختی
محیط اجتماعی	تربیت	مهارت‌های حرکتی، ادراکی و
توانایی هر فرد در کاهش محدودیت‌های	تجربه در تولید ایده‌های نوین	ذاتی
محیطی	خصوصیت‌های شخصیتی	تعلیم و تربیت رسمی و غیررسمی

۷- ضرورت و اهمیت خلاقیت و نوآوری

خلاقیت به طور عام یعنی توانایی ترکیب اندیشه‌ها به شیوه‌ای منحصر به فرد یا ایجاد ارتباطی غیرمعمول بین اندیشه‌ها. یک سازمان که مشوق نوآوری است سازمانی است که دیدگاه‌های ناشناخته به مسائل یا راه‌حل‌های منحصر برای حل مسائل را ارتقا می‌دهند. نوآوری فرایند کسب اندیشه‌ای خلاق و تبدیل آن به محصول و خدمت و یا یک روش عملیاتی مفید است. در اینجا نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از سه نظر مورد بررسی قرار می‌گیرد. (آنا ابراهیم،^{۱۴} ۲۰۲۱).

الف) نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه کلی و عمومی

- خلاقیت و نوآوری یکی از اساسی‌ترین و بنیادی‌ترین ویژگی‌های خاص انسان و مظهر خلیفه الهی انسان در کره زمین است.
- مجموعه تمدن انسان محصول خلاقیت‌ها و نوآوری‌های انسان‌ها است.
- ادامه حیات انسان بدون خلاقیت و نوآوری امکان‌پذیر نیست.
- خلاقیت و نوآوری یکی از اصلی‌ترین اهداف تعلیم و تربیت است.
- خلاقیت و نوآوری عامل بهبود مستمر کیفیت زندگی و افزایش رفاه و رفع مشکلات و موانع است.
- خلاقیت و نوآوری موجبات رشد و توسعه اقتصادی، علمی، صنعتی را فراهم می‌سازد.

- همه سازمان‌ها و کارخانه‌ها و کلیه تولیدات و محصولات و خدمات حاصل خلاقیت و نوآوری است.
- جوامع پیشرفته‌تر دارای خلاقیت‌ها و نوآوری‌های بیشتری هستند.

ب) نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه فردی

- خلاقیت و نوآوری عامل رشد و شکوفایی استعدادها و سوق‌دهنده به سوی خود شکوفایی است.
- خلاقیت و نوآوری عامل موفقیت‌های فردی، شغلی و اجتماعی است.

ج) نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه سازمانی

- خلاقیت و نوآوری عامل پیدایش سازمان است.
- خلاقیت و نوآوری عامل تولیدات و خدمات است.
- خلاقیت و نوآوری عامل افزایش کمیت، تنوع تولیدات و خدمات است.
- خلاقیت و نوآوری عامل افزایش کیفیت تولیدات و خدمات و موفقیت در رقابت‌ها است.
- خلاقیت و نوآوری عامل کاهش هزینه‌ها، ضایعات و اتلاف منابع است.
- خلاقیت و نوآوری عامل افزایش انگیزش کاری کارکنان سازمان است.
- خلاقیت و نوآوری عامل ارتقا سطح بهداشت روانی و رضایت شغلی کارکنان سازمان است.
- خلاقیت و نوآوری عامل ارتقا بهره‌وری سازمان است.
- خلاقیت و نوآوری عامل موفقیت مجموعه مدیریت و کارکنان سازمان است.
- خلاقیت و نوآوری عامل رشد و بالندگی سازمان است.
- خلاقیت و نوآوری عامل تحریک و تشویق حس رقابت است.
- خلاقیت و نوآوری عامل کاهش بوروکراسی اداری (کاهش پشت‌میزنشینی و مشوق عمل‌گرایی) است.
- خلاقیت و نوآوری عامل تحریک و مهیا کردن عوامل تولید است.

۸- تفاوت خلاقیت و نوآوری

اگرچه واژه خلاقیت با نوآوری به طور مترادف استفاده می‌شود اما غالب محققان معتقدند که دو اصطلاح نوآوری و خلاقیت باید به طور جداگانه مدنظر قرار گیرند؛ چرا که دارای معانی و تعاریف جداگانه‌ای مخصوصاً در سازمان‌ها هستند. خلاقیت اشاره به آوردن چیزی جدید به مرحله وجود دارد، درحالی‌که نوآوری دلالت بر آوردن چیزی جدید به مرحله استفاده دارد. ماهیت خلاقیت یا اختراع را از نوآوری به وسیله معادله ذیل تفکیک کردند:

$$\text{انتفاع} + \text{اختراع} + \text{مفهوم} = \text{نوآوری}$$

در معادله نوآوری فوق، "مفهوم" اشاره بر ایده‌ای است که باتوجه به چهارچوب مرجعی آن فرد، بخش یا گروه، سازمان و یا یک دانش انباشته شده جدید است. (صائب نیا و همکاران، ۱۴۰۰).

کلمه "اختراع" اشاره به هر ایده‌ای جدید است که به حقیقت رسیده باشد. کلمه "انتفاع" بر به دست آوردن حداکثر استفاده از یک اختراع دلالت دارد. همچنین با توجه به این که تلاش‌های خلاق بایستی منجر به نتایج خلاق شود؛ پس نوآوری، خلاقیت عینیت یافته است. تعریف فوق ساده‌ترین تعریف از فرایند نوآوری است؛ اما نوآوری نیز مانند واژه خلاقیت دارای تعاریف متعدد و متنوعی است که به دیدگاهی بستگی دارد که از آن دیدگاه تعریف می‌شود (آنا والدز، ۲۰۲۱).

۹- نهادها و رشد اقتصادی

ادبیات اقتصاد سیاسی رشد همواره با این سؤال بحث‌برانگیز همراه بوده که آیا توسعه سیاسی مبنای توسعه اقتصادی است یا بالعکس؟ باید توجه داشت تا به امروز جواب قاطعی برای این سؤال داده نشده است و دو رویکرد در ارتباط با آن مطرح است. رویکرد نخست بر بسترسازی نهادی و شروع با دمکراسی و اعمال کنترل‌های دیگر روی حکومت به عنوان مکانیسمی برای تأمین حقوق مالکیت تأکید دارد، با وجود چنین نهادهای سیاسی انتظار می‌رود سرمایه‌گذاری در سرمایه فیزیکی و انسانی و بنابراین رشد اقتصادی حاصل شود. رویکرد دوم بر ضرورت توسعه اقتصادی (انباشت سرمایه فیزیکی و انسانی) جهت شروع فرایند تأکید دارد به طور مشخص آن را لازمه دمکراسی پایدار و برپایی برخی دیگر از نهادها می‌داند. هر دو رویکرد از مبانی عقلانی گسترده‌ای برخوردارند. اهمیت نهادسازی و محدود کردن حکومت از طرف اقتصاد نهادگرایی جدید مورد تأکید واقع شده و اخیراً ادبیات رشد اقتصادی که با کارهای ناک و کفر (۱۹۹۵) شروع می‌شود به اثرات نهادهای خوب بر رشد اقتصادی می‌پردازد. رویکرد دوم به لیپست^{۱۵} (۱۹۵۹) بر می‌گردد که خود او نیز آن را به ارسطو نسبت می‌دهد. لیپست معتقد است تنها در جوامعی ثروتمند که فقر در حداقل نسبی خود است شهروندان می‌توانند آگاهانه در امور سیاسی مشارکت داشته باشند. وی همچنین بیان می‌کند که مردم آموزش دیده اختلافات خود را به جای نزاع‌های سخت از طریق گفتگو و انتخاب حل می‌کنند. «گلوستر» در همین راستا اشاره می‌کند که سرمایه انسانی بالا منجر به سیاست‌های خوب و ثبات سیاسی بیشتر می‌شود، پیامد خارجی اصلی سرمایه انسانی نه تکنولوژیک بلکه سیاسی است؛ به طوری که دادگاه‌ها و مجامع قانون‌گذاری جایگزین تفنگ‌ها شده و این اصلاحات باعث حمایت بیشتر از حقوق مالکیت و رشد اقتصادی می‌گردد (مبارک، ۱۳۹۲). رویکرد اول نیز از پشتوانه نظری قوی برخوردار است و کارهای تجربی مهمی در تأیید اهمیت نهادها بر رشد اقتصادی انجام شده است. بندسن^{۱۶} (۲۰۰۵) نهادها را شکل دهنده محیط اقتصادی می‌داند که شرکت‌ها و افراد در آن فعالیت می‌کنند. به طور خاص نهادها تأمین‌کننده مشوق‌هایی برای بنگاه‌ها و افراد است. به طور

15 -Lipset

16 -Bennedsen

کلی، یک فعالیت اقتصادی مانند سرمایه‌گذاری در یک فعالیت تولیدی، با دو نوع بازده خصوصی و اجتماعی همراه است. بازده خصوصی^{۱۷}، بازدهی خالصی است که برای کارگزاری که فعالیتی را متعهد شده حاصل می‌شود، در حالی که بازدهی اجتماعی^{۱۸}، بازده داخلی کل برای اقتصاد است (مجموع بازدهی‌ها برای کارگزاران). مالیات بر سود، شکافی را بین بازدهی بعد از مالیات (بازدهی خصوصی) و بازدهی قبل از مالیات (بازدهی اجتماعی) ایجاد می‌کند و این امر انگیزه سرمایه‌گذاری را پایین می‌آورد. نهادهای نامناسب اثر مشابهی مانند مالیات روی بازدهی افراد دارد؛ بنابراین نهادها از طریق به دست دادن «قیمت‌های درست»^{۱۹} باعث رشد می‌شوند، یعنی بازدهی خصوصی و اجتماعی را به همدیگر نزدیک می‌کنند، به طوری که وجود نهادهای خوبی چون «حقوق مالکیت» خوب تعریف شده از طریق پایین آوردن هزینه‌ها، بازدهی خصوصی مورد انتظار را به بازدهی اجتماعی نزدیک می‌کند (مبارک، ۱۳۹۲).

۱۰- کانال‌های اثرگذاری نهادها بر رشد اقتصادی

۱۰-۱- حق اظهارنظر و پاسخگویی

این شاخص بیانگر مفاهیمی چون حقوق سیاسی، آزادی بیان و تجمعات سیاسی و اجتماعی، آزادی مطبوعات، میزان نمایندگی حکام از طبقات اجتماعی، فرایندهای سیاسی در برگزاری انتخابات و ... است که ما با عنوان شاخص دموکراسی از آن یاد می‌کنیم.

در مورد رابطه بین دموکراسی و عملکرد اقتصادی مطالعات زیادی انجام شده که برخی قائل به اثر مثبت و برخی دیگر معتقد به اثر منفی دموکراسی بر رشد است. بارو^{۲۰} (۱۹۹۶) این رابطه را به شکل U معکوس برآورد کرده و بیان می‌کند در صورت وجود شکل کاملی از دیکتاتوری در یک کشور، بهبود در حقوق سیاسی منجر به برقراری محدودیت‌هایی بر قدرت مطلقه دیکتاتور می‌شود که این خود باعث افزایش رشد می‌شود، اما در کشورهایی که از سطوح متوسطی از حقوق سیاسی برخوردارند، افزایش حقوق سیاسی به خاطر تشدید توجه مردم و مسئولان به برنامه‌های تأمین اجتماعی و اشکال مختلف توزیع مجدد درآمد باعث تضعیف رشد اقتصادی خواهد شد (پل اولیویه، ۲۰۲۲).

در حکومت‌های مقتدر لیبرال، کشورهایی که قبلاً یک سیستم صیانت از حقوق مالکیت و حقوق مدنی (حقوق غیرسیاسی مانند وضعیت زندگی، قراردادهای و مالکیت و غیره را شامل می‌شود) ایجاد شده، مکانیسم‌ها و سنت‌هایی را برای قانون و مقررات تثبیت کرده باشد، فرایند دموکراتیزه شدن با هزینه کم و منافع بیشتری همراه خواهد بود. اما

17-Private Return

18-Social Return

19-Prices Rights

20 -Barro

زمانی که دمکراتیزه شدن در حکومت مقتدر غیر لیبرال اتفاق می افتد در کشورهایی که نظم ایجاد می شود نه بر پایه قانون، نتیجه ایجاد دموکراسی های غیر لیبرال است، آنچه که در تأمین ظرفیت نهادی اشتباه است که به طور قابل پیش بینی یک اثر مخرب روی رشد اقتصادی دارد.

۱۰-۲- کنترل فساد

تعریف سازمان شفافیت بین الملل از فساد عبارت است از: «سوءاستفاده از قدرت عمومی به نفع منافع خصوصی. برای مثال پرداخت رشوه به مقامات دولتی، باج گیری در تدارکات عمومی یا اختلاس اموال عمومی». این شاخص مفاهیمی چون فساد در میان مقامات رسمی، اثربخشی تدابیر ضد فساد، تأثیر آن بر جذب سرمایه های خارجی، پرداخت اضافی یا رشوه برای گرفتن مجوزهای اقتصادی و... را اندازه گیری می کند. ادبیات موجود در این زمینه وسیع بوده به طوری که حتی برخی بر این باورند که فساد از دو طریق باعث تسریع رشد می گردد:

۱. فعالیت های فاسدی چون رشوه، اجتناب از تأخیرات اداری را برای افراد ممکن می سازد.
 ۲. پرداخت رشوه به صورت نرخ کارمزدی^{۲۱} انگیزه کارگزاران دولتی را برای کار بیشتر می کند.
- اما اغلب محققان مانند مورو^{۲۲} و بندسن رویکرد بالا به فساد را نادرست دانسته و بیان می کنند فساد به روش های مختلف باعث تضعیف رشد می شود. در زیر به اختصار به نمونه ای از این موارد اشاره می کنیم:
۱. دزدیده شدن سرمایه های عمومی توسط افراد فاسد.
 ۲. انحراف سرمایه گذاری های عمومی به سمت پروژه هایی که امکان فساد در آنها بیشتر است (بدون توجه به میزان ضرورت پروژه).
 ۳. فساد به عنوان یک مالیات روی سرمایه گذاری خصوصی (مثلاً مبلغ پرداختی به عنوان رشوه و...) باعث کاهش سود و سرمایه گذاری می شود.
 ۴. فساد باعث انحراف منابع به ویژه سرمایه انسانی از فعالیت های نوآورانه به فعالیت های غیرمولد و مضر مانند دزدی، رانت جویی و... می شود.

۱۰-۳- ثبات سیاسی

بیانگر مفاهیمی مانند ناآرامی های اجتماعی، ترور و اعدام های سیاسی، کودتا، آشوب های شهری، تنش های قومی و انتقال آرام قدرت در سطوح بالا است. اغلب مطالعات اخیر بیان می کنند بی ثباتی سیاسی از طریق از بین بردن امکان سرمایه گذاری باعث کاهش رشد اقتصادی می گردد. بی ثباتی سیاسی از کانال سرمایه و نیروی کار می تواند بر رشد

21-Piec Rate

22 -Mauro

اقتصادی اثرگذار باشد و مطابق پیش‌بینی این اثر منفی است. برای مثال نااطمینانی سیاسی با بی‌ثباتی سیاسی همراه بوده و احتمالاً نرخ ترجیحات زمانی را به ویژه برای سرمایه‌گذاران ریسک‌گریز افزایش می‌دهند. در واکنش به این، نرخ جانشینی سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت و احتمالاً با بهره‌وری بالا به وسیله طرح‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت و با بهره‌وری پایین افزایش می‌یابد. علاوه بر این، ناکارآمدی تولیدی ایجاد شده به واسطه بی‌ثباتی سیاسی، مانند تجزیه جدول زمانی سرمایه‌گذاری، تولیدات نهایی متناظر داده‌های تولیدی را کاهش خواهد داد. نتیجه‌گیری می‌شود که تمام شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی (کودتاهای موفق و ناموفق...) از طریق اثر منفی خود روی تولید نهایی سرمایه، رشد اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (غفاری، ۱۳۹۷).

۱۰-۴- حاکمیت قانون

اعتماد مردم به قوانین، قابلیت پیش‌بینی دستگاه قضایی، وجود جرم‌های سازمان‌یافته، احتمال موفقیت در شکایت علیه دولت از جمله مؤلفه‌های سنجش شاخص حاکمیت قانون است. بارو (۱۹۹۹) در ارتباط با اثرات اقتصادی نهادهایی چون حقوق مالکیت و سیستم قضایی می‌گوید: «از آنجایی که مردم به دنبال نفع شخصی هستند، تنها در صورتی اقدام به بر عهده گرفتن کار سخت و سرمایه‌گذاری می‌کنند که احتمال منطقی از منتفع شدن از تلاش آنها موجود باشد. بنابراین اگر حقوق مالکیت خوب تأمین نشده باشد؛ برای مثال به خاطر جرم و جنایت بیشتر، نرخ‌های بالای مالیات و یا احتمال بالای مصادره اموال توسط دولت - مردم اقدام به کاهش تلاش و سرمایه‌گذاری می‌نمایند».

۱۰-۵- کیفیت بوروکراسی

این شاخص بیانگر مفاهیمی چون مقررات دست و پاگیر، مداخله دولت در اقتصاد، سیاست‌های رقابتی، موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، دسترسی به بازارهای سرمایه است. مقررات کار اهداف رفاه اجتماعی وضع شده توسط دولت را با هزینه کمتر محقق می‌سازد. هزینه‌های اقتصادی بوروکراسی اداری به دو شکل کلی نمایان می‌شود (قالاسیر، ۲۰۰۴).

۱. هزینه‌های مستقیم مدیریت سیستم قانون‌گذاری، که در داخل دولت و از طریق تخصیص‌های بودجه‌ای در قالب‌های مقرراتی درونی شده.

۲. هزینه‌های پذیرش مقررات، که برای قانون‌گذار برونزا است و بر دوش تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌افتد به صورت انطباق با قوانین یا طفره رفتن از پذیرش آنها.

۱۰-۶- اثربخشی دولت

کارایی یا اثربخشی دولت با سیاست‌گذاری و اجرا توسط دولت برای حمایت سیستم بازار مورد توجه واقع شده، همچنین به توانایی دولت در قانون‌گذاری، داوری دادگاه‌ها، تصمیمات مدیریتی در ارتباط با حاکمیت قانون، عدالت

مدیریتی و غذایی مانند پاسخگویی و شفافیت اشاره می‌کند. به‌علاوه کیفیت تهیه و تدارک خدمات عمومی و استقلال خدمات همگانی از فشارهای سیاسی و صلاحیت و شایستگی کارگزاران را بیان می‌کند (جانین، ۲۰۰۹).

۱۱- تأثیر نوآوری و خلاقیت بر رشد اقتصادی

مبتکران با ایجاد محصولات جدید، پیشرفته کردن وسایل کنونی و ایده‌های ناب در صدر توسعه و پیشرفت هر کشوری قرار دارند. به عنوان مثال یک فروشگاه اینترنتی یا یک شرکت چند ملیتی با نوآوری در مشاغل، بهترین استعدادها را جذب کرده تا موجب افزایش درآمد، افزایش کارآمدی و دریافت سود بیشتر نسبت به رقبای خود شود. به همین دلیل است که مبتکران با برآورده کردن نیازهای روزافزون مشتریان برای پایداری شغل و برجسته کردن برندشان تلاش می‌کنند.

امروزه ابزارها و روش‌های نوآورانه بیش از گذشته قابل دسترس هستند، پس تلاش در نوآوری‌های جدید راهی برای ارتقای شرکت، مؤسسه، اداره، جامعه و کل کشور محسوب می‌شود. (جان اف. کابرا و سزار دی. گوئرو، ۲۰۲۲).
فرانسیس گوری، مدیر کل سازمان مالکیت جهانی (WIPO) اظهار کرد: «نوآوری در قلب رشد اقتصاد محلی است و بر اقتصاد جهانی نیز تأثیر دارد و این نوآوری است که برتری رقابتی کشورها، اقتصادها و بنگاه‌های اقتصادی را مشخص می‌کند».

همچنان که نوآوری در زمینه‌های مختلف در سراسر جهان شکوفا می‌شود موانع جدید و خطرات نیز در این مسیر برای نوآوری جهانی ایجاد می‌شود. برای پیشگیری از شکست در زمینه بهره‌وری، دولت‌ها باید برنامه‌ریزی دقیق در تعاملات تجاری، حمایت از تولیدات داخلی و رشد اقتصادی را داشته باشند (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۸).

۱۲- روش تحقیق

روش تحقیق در واقع یک فرایند نظام‌مند برای یافتن پاسخ یک پرسش یا راه‌حل یک مساله است (خاکی، ۱۳۸۴). نکته‌ای که در انتخاب روش پژوهش باید مد نظر داشت، این است که انتخاب روش پژوهش بستگی به هدف و نوع پژوهش و امکانات اجرایی آن دارد. پژوهشگر پس از تهیه و تنظیم موضوع تحقیق باید در فکر انتخاب روش تحقیق باشد. هدف از انتخاب روش تحقیق این است که مشخص نماییم برای بررسی موضوعی خاص چه روش تحقیقی لازم است و محقق چه روش و شیوه‌هایی را اتخاذ کند تا او هر چه دقیق‌تر و سریع‌تر به پرسش یا پرسش‌های تحقیق مورد نظر دست یابد. همانند سایر بحث‌ها در علوم انسانی، در مورد روش تحقیق نیز در کتاب‌های مختلف نظرات و دیدگاه‌های متفاوتی عنوان شده است (ظهوری، ۱۳۷۸). هدف از تحقیق حاضر مروری بر رابطه‌ی نوآوری و خلاقیت با رشد اقتصادی بود که از روش کتابخانه‌ای استفاده شد. برای بررسی ادبیات موضوعی تحقیق به

طور عمده از کتب، مقالات و منابع لاتین و فارسی حاصل از جستجو در اینترنت، بانک‌ها و منابع اطلاعاتی و کتابخانه‌ها استفاده شد.

۱۳- نتیجه‌گیری

هدف از تحقیق حاضر مروری بر رابطه نوآوری و خلاقیت با رشد اقتصادی است. نوآوری، مخارج سرمایه‌گذاری در فناوری به عنوان اصول مقدماتی برای تضمین کردن قدرت رقابتی و پیشرفت و متعاقباً دستیابی پیدا کردن به یک رشد اقتصادی پایدار در نظر گرفته می‌شوند. فراهم کردن سطح پایداری از تحصیلات برای نیروی کار، افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه پژوهشی، خلق محصولات جدید و دسترسی راحت سرمایه‌گذاران به بازارهای بورس می‌تواند اولاً توسعه بخش‌های خصوصی و دولتی را تضمین کرده و ثانیاً شرایط و کیفیت زندگی مردم را بهبود دهد؛ بنابراین، ادعا می‌کنیم نوآوری و فناوری و افزایش مخارج تحقیق و توسعه به عنوان پیش‌شرط‌هایی برای تضمین کردن قدرت رقابتی و پیشرفت عمل کرده و از طریق آن‌ها می‌توان به یک رشد اقتصادی پایدار دست پیدا کرد. علاوه بر این، فراهم کردن سطحی پایدار از آموزش برای نیروی کار، افزایش سطح سرمایه‌گذاری‌ها و تضمین دسترسی آسان سرمایه‌گذاران به بازار بورس می‌تواند اثرات مثبتی اولاً بر روی توسعه بخش‌های دولتی و خصوصی و دوماً بر روی بهبود استانداردهای زندگی مردم، اعمال کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱۴- منابع

- ایمانی، جواد و شاکری، محمد، ۱۳۹۴، بررسی تأثیر خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی از دیدگاه کارکنان شاغل در آموزش و پرورش ناحیه دو شهرستان بندرعباس، همایش ملی مدیریت و آموزش، ملایر.
- لاله سینا، نظری احسانه (۱۳۹۶) ارائه یک دیدگاه شناخت‌شناسی فناوری به مفهوم نوآوری و سیاست نوآوری، فصلنامه رشد و فناوری، سال سیزدهم، شماره ۵۲، پاییز ۱۳۹۶.
- صائب نیا، سمیه؛ افشاری، رقیه (۱۴۰۰) نوآوری، بازاریابی و کارآفرینی، انتشارات آیلار تهران، چاپ اول.
- مجیدزاده، فاطمه (۱۳۹۷) بررسی تأثیر متقابل نوآوری بازاریابی و فروش رقابتی با حضور برند رقابتی (مورد مطالعه: برندهای برتر در سطح استان تهران)، پایان‌نامه برای دریافت کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور، واحد تهران.
- الیاسی، مهدی، صفر دوست، عاطیه؛ محمد روضه سرا، عاطیه (۱۳۹۷) بررسی نقش استراتژی نوآوری بر عملکرد نوآورانه سازمان‌ها (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه زیست‌فناوری)، اندیشه مدیریت راهبردی سال دوازدهم بهار و تابستان ۱۳۹۷ شماره ۱ (پیاپی ۲۳) ۱۸۵ - ۲۰۴.
- الیاسی، م؛ اعتباری، م؛ پور اسفندیانی، ح (۱۳۹۵) به‌کارگیری روش AHP در مدل SCOR اندازه‌گیری انعطاف‌پذیری زنجیره عرضه، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران، گروه پژوهشی آریانا.
- محمدزاده، پرویز، متوسلی، محمود؛ بهشتی، محمدباقر، اکبری، اکرم، (۱۳۹۸)، سعیدی، خاطره (۱۳۹۸) بررسی تأثیر نوآوری عرضه‌کننده بر چابکی زنجیره عرضه با نقش میانجی اشتراک‌گذاری اطلاعات و منابع استراتژیک (مورد مطالعه شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت منطقه مرکزی)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور واحد تهران.
- مبارک، اصغر (۱۳۹۲) بررسی اثرات فساد اقتصادی بر رشد اقتصادی در کشورهای اسلامی (با تأکید بر اقتصاد ایران)، نشریه دانش حسابرسی، دوره ۱۳، شماره ۵۳.
- غفاری، هادی (۱۳۹۷) نظام اقتصادی صدر اسلام، انتشارات دانشگاه پیام‌نور.
- MariaEk Styvéna, Anna. Näppää, Marcello. Marianibc, Rajan, Nataraajand (2021) Employee perceptions of employers' creativity and innovation: Implications for employer attractiveness and branding in tourism and hospitality Journal of Business Research, Volume 141, March 2022, Pages 290-298.
- Stephan A. Schwartz, 2022, Consciousness, creativity, innovation, and survival, EXPLORE ,Volume 18, Issue 2, March–April 2022, Pages 136-139.
- Henkel, J. I. , Tussing, D. V. , Wihler, A. , & Grant, A. (2014). Organizational resources. Academy of Management Journal, amj-2014.

[YueMaJames E. Corter](#), (2019), The effect of manipulating group task orientation and support for innovation on collaborative creativity in an educational setting, *Thinking Skills and Creativity* Volume 33, September 2019, 100587.

Cohen, P. G. O. , Martín, R. P. , & Brackett, M. A. (2016). Relating emotional intelligence to social competence and academic achievement in high school students. *Psicothema*, 18(Suplemento), 118-123.

[Anna, Abraham](#), (2021), Creativity or creativities? Why context matters, *Design Studies*, Volume 78, January 2022, 101060.

HuiWangLuyeWangJianZhu, (2022), Moderated Mediation Model of the Impact of Autonomous Motivation on Postgraduate Students' Creativity, *Thinking Skills and Creativity* Volume 43, March 2022, 100997.

[AnnaValdez\(she/her\)PhD, RN, CEN, CFRN, CNE, FAEN, FAADN](#), (2021), Creativity and innovation in nursing education, [Teaching and Learning in Nursing, Volume 16, Issue 3](#), July 2021, Page 193.

Paul-OlivierKleinaLaurentWeillbc, (2022), Bank profitability and economic growth, *Elsevier The Quarterly Review of Economics and Finance* Volume 84, May 2022, Pages 183-199

Glaeser. L. Edward, Rafael La Porta, Florenico Lopez-de-Silanes, and Andrei Shleifer (2004): "Do Institutions Cause Growth?" working paper.

–Janine Aron(2000): "Growth and Institutions: A Review of the Evidence", *The World Bank Research Observer*, vol. 15, no. 1, pp 99-135

[John F. Cabra¹Cesar D. Guerrero²](#), (2022), Regional Creativity: Cultural and socio-economic differences, [Journal of Creativity](#), Available online 12 March 2022, 100022, [In Press, Journal Pre-proof](#)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

The relationship between innovation and creativity and economic growth; An overview of its importance and growth

Majid Rafieian

Abstract

Economic development has always been one of the main concerns of the field of science and politics, and in order to be on the right path of economic development, it is necessary to continuously find its roots. Recent findings and experience of countries indicate that creativity and innovation is the most important and fundamental factor of economic growth and development. One of the most important fields of strengthening creativity and innovation is the field of culture, art and education; Therefore, the purpose of the current research is to examine the relationship between innovation and creativity with economic growth and to review the importance and obstacles to its growth. In this research, using a library study, the relationship between innovation and creativity with economic growth has been investigated. Creativity and innovation are in the institution of every human being and should be cultivated and developed during childhood and adolescence with basic education so that in the following years, it can be observed in all individual and group activities of human beings. In order to cultivate creativity, children and teenagers should be given the opportunity to think and they should be warned as much as possible from doing repetitive and aimless and predetermined activities. Investing in technology is considered as a prerequisite for ensuring competitiveness and progress and subsequently achieving a sustainable economic growth. Providing a stable level of education for the workforce, increasing investments in the research field, creating new products and easy access of investors to stock markets can firstly guarantee the development of the private and public sectors and secondly improve the conditions and quality of life of the people.

Keywords: Creativity, innovation, economic growth, institution