

دراسة واقع ومستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري

Studying the Reality and Future of The Egyptian Creative Economy

د/ رانيا علاء الدين أحمد

مدرس بقسم الاقتصاد

كلية الإدارة والعلوم المالية والاقتصادية

جامعة بدر بالقاهرة

المستخلص:

يهدف البحث إلى إجراء مراجعة للأدبيات بشأن الاقتصاد الإبداعي بشكل عام، والاقتصاد الإبداعي المصري بشكل خاص، ودراسة واقع الاقتصاد الإبداعي المصري من خلال تحليل مؤشرات كل بند من بنود صادرات وواردات الاقتصاد الإبداعي المصري بشكل تفصيلي، والتنبؤ بمستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري من خلال تحليل السلاسل الزمنية لإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية وإجمالي الواردات الإبداعية المصرية، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي الكمي. وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج منها أن أقوى قطاع من قطاعات الصناعات الإبداعية المصرية هو الحرف الفنية أو الحرف اليدوية، بما يمكن مصر من تحقيق ميزة تنافسية فيه، وأضعف قطاع هو الفنون الأدائية، وبشأن التنبؤ بمستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري فإن هناك تحسن ملحوظ في إجمالي الصادرات الإبداعية المصرية، كما أن هناك تحسن نسبي في إجمالي الواردات الإبداعية المصرية، إلا أن هذه النتائج لا تتوافق نسبياً مع رؤية مصر ٢٠٣٠ والتي أكدت على ضرورة الاهتمام بالاقتصاد الإبداعي لدعم التنمية المستدامة. ومن ثم فقد خرج البحث بمجموعة من التوصيات تفيد في دعم الاقتصاد الإبداعي المصري، منها تفعيل مبادرات تعزيز الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية التي بدأتها الدولة المصرية، والاهتمام بالحرف الفنية بصفة خاصة، وإنشاء هيئة متخصصة مسئولة عن تنسيق وتنفيذ

استراتيجيات الصناعات الإبداعية، وتشجيع التعاون بين جميع الجهات الفاعلة كلاعبين أساسيين من أفراد وهيئات ووزارات وجهات خاصة، حيث تعزز هذه الهيئة من عملية التخطيط الاستراتيجي للصناعات الإبداعية. وأخيرًا تم استعراض حدود البحث وفرص البحوث المستقبلية، ويعتبر البحث محاولة لإثراء المكتبة العربية في مجال الاقتصاد الإبداعي وخاصة الاقتصاد الإبداعي المصري، حيث أن هناك ندرة في الأبحاث العلمية وخاصة التي تحلل بيانات الاقتصاد الإبداعي المصري، وذلك على الرغم من أهمية الموضوع، واهتمام الدولة المصرية بدعم الاقتصاد الإبداعي طبقًا لرؤية مصر ٢٠٣٠، لذا فقد قدم البحث مجموعة من فرص البحوث المستقبلية لاستكمال الجهود لدعم الاقتصاد الإبداعي المصري.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الإبداعي المصري؛ الاقتصاد البرتقالي؛ الصناعات الإبداعية؛ رؤية مصر ٢٠٣٠.

Abstract:

The research aims to conduct a review of the literature on the creative economy in general, and the Egyptian creative economy in particular, and to study the reality of the Egyptian creative economy by analyzing the indicators of each item of the Egyptian creative economy's exports and imports in detail, and to predict the future of the Egyptian creative economy through analyzing the time series of the total Egyptian creative exports and total Egyptian creative imports, this is based on the quantitative descriptive method. The research concluded a set of results, including that the strongest sector of the Egyptian creative industries is art crafts or handicrafts, which enables Egypt to achieve a competitive advantage in it, and the weakest sector is

the performing arts. With regard to predicting the future of the Egyptian creative economy, there is a noticeable improvement in the total Egyptian creative exports, and there is a relative improvement in the total Egyptian creative imports. However, these results are relatively inconsistent with Egypt's Vision ٢٠٣٠, which emphasized the need to pay attention to the creative economy to support sustainable development. Hence, the research came out with a set of recommendations useful in supporting the Egyptian creative economy, including activating initiatives to promote the creative economy and creative industries initiated by the Egyptian state, paying attention to artistic crafts in particular, establishing a specialized body responsible for coordinating and implementing strategies for creative industries, and encouraging cooperation between all parties. Actors as key players, including individuals, agencies, ministries, and private entities, as this authority enhances the strategic planning process for the creative industries. Finally, the limitations of research and opportunities for future research were reviewed. The research is considered an attempt to enrich the Arab library in the field of the creative economy, especially the Egyptian creative economy, as there is a dearth of scientific research, especially that analyzes the data of the Egyptian creative economy, despite the importance of the topic, and the interest of the Egyptian state in supporting The creative economy according to Egypt's ٢٠٣٠ vision, so the research presented a set

of future research opportunities to continue the efforts to support the Egyptian creative economy.

Keywords: the Egyptian creative economy; orange economy; creative industries; Egypt Vision ٢٠٣٠.

المقدمة: Introduction

إن الإبداع والابتكار بصفة عامة تعود جذوره لما قبل الميلاد، ولكنه في مركز اهتمام علوم الاقتصاد وإدارة الأعمال تقريباً منذ بداية القرن العشرين، إلا إن مصطلح الاقتصاد الإبداعي Creative economy يعتبر حديث نسبياً، فقد ظهر هذا المصطلح في بداية حقبة التسعينات. وفي ١٩٩٤ ظهر مصطلح الصناعات الإبداعية Creative industries لأول مرة في الفكر الاقتصادي في تقرير صادر عن حكومة استراليا (Afriantari & Harikesa, ٢٠٢٠). حيث تعتبر الصناعات الإبداعية هي قلب الاقتصاد الإبداعي (Cavas, ٢٠٠٠).

يعتمد الاقتصاد الإبداعي على استخدام الناس لخيالهم الإبداعي لزيادة قيمة الفكرة. وقد طور ونشر John Howkins هذا المصطلح عام ٢٠٠١ لوصف الأنشطة الاقتصادية، والتي تستند قيمتها إلى صفات جديدة بدلاً من الموارد التقليدية من أرض وعمالة ورأس المال (Howkins, ٢٠٠١).

ثم مع حلول القرن الحادي والعشرين حظيت الصناعات الإبداعية باهتمام الأمم المتحدة (United Nations (UN)، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي United Nations Development Program (UNDP)، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). وذلك ربما بناء على البحث الذي أجراه John Howkins في المملكة المتحدة في عمله المميز حول الاقتصاد الإبداعي (Howkins, ٢٠٠٧). ومنذ ذلك الحين تم إدراج مصطلح الاقتصاد الإبداعي تدريجياً لمراعاة تلك القطاعات التي تدور فيها قيمة منتجاتها السلعية والخدمية حول الملكية

الفكرية Intellectual property. إن تغيير حجم الشركات وإدراجها في القطاع الإنتاجي لكل بلد يجعل من الممكن تحديدها كصناعات تساهم في النمو الاقتصادي. وتنوع اقتصاديات الدولة كمصادر لتوليد فرص العمل، وإحداث التنمية الاجتماعية والثقافية (UNESCO, ٢٠١٤)). وبعبارة أخرى، فبرغم أهمية الإبداع في المجال الاقتصادي منذ القدم، فإن الجديد في القرن الحادي والعشرين هو جعل الإبداع منتجًا ذو سلسلة إنتاجية Productive chain، مع إمكانية ربطه كاستراتيجية تطوير Development chain على المستوى العالمي (Buitrago & Duque, ٢٠١٣).

وقد أصبحت الصناعات الإبداعية مساهمًا مهمًا في نمو الناتج المحلي الإجمالي، حيث تؤكد المؤشرات على أن الاقتصاد الإبداعي ممثلًا في الصناعات الإبداعية يعد عاملًا تحوليًا في توليد الدخل والوظائف والصادرات، كما أنه يعد من أسرع قطاعات الاقتصاد العالمي نموًا في الخمسة عشر سنة الأخيرة. (UNDP, ٢٠١٩).

هذا وتتمتع مصر بتراث ثقافي وإبداعي غني جدًا يمكن رؤيته في كل ركن من أركان مدنها الرئيسية، من الساحل الشمالي إلى السد العالي في صعيد مصر. ويجعل هذا التراث لمصر تاريخًا عريقًا في مجال الصناعات الإبداعية. فعلى سبيل المثال أنشئت مطبعة بولاق عام ١٨٢٠، والمتحف المصري عام ١٨٣٥، وأول عرض سينمائي مصري كان عام ١٨٩٦، أما الإذاعة المصرية فقد أنشئت عام ١٩٣٤، والتلفزيون عام ١٩٦٠، ومعرض القاهرة للكتاب بدأ منذ ١٩٦٩، ومهرجان القاهرة السينمائي منذ ١٩٧٦، كل هذه الأنشطة هي رموز أساسية لعراقة الصناعات الإبداعية في مصر (Med Culture, ٢٠١٨). وحاليًا تعد الحرف، والتصميمات، والوسائط الرقمية والنشر من أهم الصناعات الإبداعية في مصر. على الرغم من أهمية الصناعات الإبداعية بمصر، إلا أن مساهمتها في الاقتصاد لا تزال محدودة ((Forouheshfar & Khalil, ٢٠٢١).

وتعزز رؤية مصر ٢٠٣٠ من دعم الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية، كمصدر قوة للاقتصاد القومي، فأحد أهداف محور الثقافة في استراتيجية التنمية المستدامة

"مصر ٢٠٣٠" هو تعزيز الاهتمام بالإبداع والثقافة الداعمة للتنمية المستدامة وتأكيد قوة مصر الناعمة، ليسهم الاقتصاد الإبداعي في تحقيق التنمية المستدامة، وخلق فرص عمل جديدة، وإضافة قوة جديدة للاقتصاد الوطني، والاستفادة من الصناعات الثقافية والإبداعية باعتبارها ميزة تنافسية أساسية يمتلكها ولا نستخدمها بالقدر المناسب، وفي سبيل تحقيق ذلك، نحتاج إلى حزمة من الحوافز، ومجموعة من الإصلاحات التشريعية، وقاعدة من البيانات الدقيقة، حتى نحقق أقصى استفادة من إمكانياتنا في مجال الاقتصاد الإبداعي، وقد حددت رؤية مصر ٢٠٣٠ عدة مؤشرات وآليات لتحقيق ذلك منها زيادة فرص التدريب الحرفي، وإنشاء اتحاد للحرف التراثية، ووجود منح وحوافز لتشجيع تصدير المنتجات التراثية. (رؤية مصر ٢٠٣٠)

مما سبق، تتضح أهمية دراسة واقع ومستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري، لما له من أثر محتمل في المشاركة في إحداث التنمية المستدامة بمصر.

ومن ثم ركزت الباحثة في البحث الحالي على تغطية مجموعة من النقاط هي: مراجعة للأدبيات في مجال الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية، حيث استعرض البحث مفهوم الاقتصاد الإبداعي وعلاقته بالصناعات الإبداعية، وخصائص الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية، والطبقة الإبداعية، والمساهمة الاقتصادية للصناعات الإبداعية، ثم الانتقال للاقتصاد الإبداعي المصري والصناعات الإبداعية في مصر، مع استعراض أهم المبادرات المصرية لتعزيز الاقتصاد الإبداعي ضمن الأجندة الوطنية لرؤية مصر ٢٠٣٠، وأخيرًا طرق قياس الاقتصاد الإبداعي، ثم استعرضت مشكلة البحث، وأهدافه، وأهميته، وانتقلت لتحليل البيانات لدراسة واقع ومستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري، ثم قامت بوضع مجموعة من التوصيات تساعد في دعم الاقتصاد الإبداعي المصري في المستقبل، وأخيرًا تطرقت لحدود البحث وفرص البحوث المستقبلية. وذلك على النحو التالي:

أولاً: مراجعة الأدبيات: The literature review

تتناول الباحثة فيما يلي بعض النقاط الخاصة بالاقتصاد الإبداعي، حيث تستعرض مفهوم الاقتصاد الإبداعي وعلاقته بالصناعات الإبداعية، وخصائص الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية، والطبقة الإبداعية، والمساهمة الاقتصادية للصناعات الإبداعية، ثم تنتقل للاقتصاد الإبداعي المصري والصناعات الإبداعية في مصر، مع استعراض أهم المبادرات المصرية لتعزيز الاقتصاد الإبداعي ضمن الأجندة الوطنية لرؤية مصر ٢٠٣٠، وأخيراً طرق قياس الاقتصاد الإبداعي. وذلك على النحو التالي:

١- مفهوم الاقتصاد الإبداعي وعلاقته بالصناعات الإبداعية:

The creative economy definition and its relationship with the creative industries

في بداية القرن العشرين، ظهر مصطلح الإبداع في علم الاقتصاد من خلال مصطلح التدمير الإبداعي creative destruction على يد جوزيف شومبيتر Joseph Schumpeter، لوصف الطريقة التي يتم بها تدمير الطرق القديمة لفعل الأشياء داخلياً واستبدالها بالجديدة، ويرى بعض الاقتصاديين مثل بول رومر Romer Paul الإبداع كعنصر مهم في إعادة تجميع العناصر لإنتاج تقنيات ومنتجات جديدة، وبالتالي فهو مساهم قوي في النمو الاقتصادي (Loesche & Ulgen, ٢٠١٧; Reinert & Reinert, ٢٠٠٦; Torre, ٢٠٢٠).

يعرف الاقتصاد الإبداعي على أنه كل النشاط الاقتصادي الذي يعتمد على الإبداع الفردي للشخص لقيمه الاقتصادية سواء كانت النتيجة لها عنصر ثقافي أم لا. أي أن الاقتصاد الإبداعي يحدث حيثما يكون الإبداع الفردي هو المصدر الرئيسي للقيمة والسبب الرئيسي للمعاملة (DCMS, ٢٠٠١).

كما يعرف على أنه قطاعاً مهماً وذا مغزى يساهم في الناتج المحلي الإجمالي القومي، وهو يحفز الابتكار والمعرفة عبر جميع قطاعات الاقتصاد. وهو قطاع حيوي

يجب تعزيزه لدفع التنمية الشاملة، وله قيمة تجارية وثقافية، هذه القيمة المزروجة دفعت الحكومات في جميع أنحاء العالم إلى توسيع وتطوير إبداعاتها كجزء من استراتيجية التنويع الاقتصادي، والجهود المبذولة لتحفيز النمو الاقتصادي والازدهار والرفاهية (UNCTAD, ٢٠١٨).

وفي السياق ذاته، ومن ضمن ألوان الاقتصاد، فإن الاقتصاد الإبداعي يطلق عليه الاقتصاد البرتقالي Orange Economy، وهو مفهوم يتضمن تفاعلات مع المستهلكين والجمعيات ومساهمة الأنشطة الإبداعية مثل البحوث والتطوير (UNCTAD, ٢٠٢٢b).

وبداخل الاقتصاد الإبداعي أو البرتقالي تكمن الصناعات الإبداعية كقلب للاقتصاد الإبداعي، والتي تولد دخلاً من خلال التجارة وحقوق الملكية الفكرية وخلق فرص جديدة خاصة للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم. ويعزز العمل الإبداعي الحقوق الأساسية مثل احترام كرامة الانسان والمساواة والديموقراطية وكلها ضرورية للعيش في سلام. إن قدرة هذه الصناعات على تقديم مساهمة كبيرة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لازالت تحظى باهتمام واعتراف دولي، سواء كان ذلك في مجال الفنون والحرف اليدوية والكتب والأفلام واللوحات والمهرجانات والأغاني والتصميمات الرقمية والرسوم المتحركة وألعاب الفيديو. إن تلك الصناعات الإبداعية هي أكثر من مجرد قطاعات جيدة الأداء وذات نمو اقتصادي جيد، إنها تعبر عن خيال الإنسان ونشره لقيم اجتماعية وثقافية هامة (UNCTAD, ٢٠١٨).

وتأكيداً على ما سبق، فقد أشار أبو غازي (٢٠٢١) إلى أن الاقتصاد البرتقالي يشمل طيفاً واسعاً من الصناعات والحرف والإسهامات الإبداعية التي تنتج يوماً بعد يوم، حتى اشتملت على مجالات وقطاعات جديدة كالألعاب، ومنتجات الترفيه، وخدمات السياحة الثقافية، والإعلام، والفنون البصرية. كما حققت تقنيات المعلومات والاتصالات التحاماً مع الصناعات الإبداعية، ووفرت لها دفعة كبيرة إلى الأمام، وجاء هذا الالتحام على مستوى تقنيات الإنتاج، وعلى مستوى تطوير المحتوى. في

الوقت نفسه، وقد أصبح المحتوى الإبداعي يمثل حصة كبيرة متزايدة باستمرار من التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت. ومع هذه التطورات في المفهوم، حدث تغيير في المصطلح، فتحول إلى الاقتصاد الإبداعي بدلاً من الصناعات الإبداعية، لعل ذلك يرتبط بالأشكال الجديدة للإنتاج الإبداعي التي تستوعب أشكال عصر الثورة الصناعية وتتجاوزها في الوقت نفسه، فقد منحت الثورة الرقمية قدرات واسعة للمبدعين وللمنتجات الإبداعية لا تتقيد بأساليب عصر الصناعة، فأصبح مصطلح الاقتصاد الإبداعي أكثر تعبيراً عن الحال.

عرّف (Anheier & Isar, 2008) طبقاً للأونكتاد الصناعات الإبداعية بأنها تلك الصناعات التي تنتج السلع والخدمات التي تستخدم الإبداع ورأس المال الفكري كمداخل أولية، والتي تشمل ٤ مجموعات، هي: التراث، والفنون، ووسائل الإعلام، والإبداعات الوظيفية.

كما تعرف اليونسكو الصناعات الثقافية والإبداعية على أنها مجموعات من الأنشطة المنظمة التي لها دور رئيس في إنتاج أو إعادة إنتاج أو ترويج أو توزيع أو تسويق السلع والخدمات وأنشطة المحتوى المستمدة من أصل التراث الثقافي أو الفني للدولة. (UNESCO, 2013)

بينما يذكر البرلمان الأوروبي أن الصناعات الإبداعية هي تلك الصناعات التي تقوم على القيم الثقافية والتنوع الثقافي والإبداع الجماعي والفردى والمهارات والمواهب، مع القدرة على توليد الابتكار والثروة والوظائف من خلال خلق قيمة اقتصادية واجتماعية معينة من الملكية الفكرية (Domenech, Molina, and Koster, 2021).

هذا وتعرف الصناعات الإبداعية وفقاً لوثيقة مسار الصناعة الإبداعية ١٩٩٨ الصادرة عن الحكومة البريطانية عام ١٩٩٨، على أنها تلك المهارات والمواهب المستمدة من الإبداع الشخصي التي يمكن تطويرها واستخدامها من خلال الملكية الفكرية، وهي عبارة عن مجموعة من الصناعات التي يمكنها استغلال إمكانات تكوين

الثروة بشكل كامل وزيادة فرص العمل، بما في ذلك الإعلان، والهندسة المعمارية، والفنون والأسواق العتيقة، والحرف اليدوية، والتصميم، وتصميم الأزياء، والبرامج الترفيهية السمعية والبصرية التفاعلية، والموسيقى، والفنون المسرحية، والنشر والبرمجيات وخدمات الكمبيوتر وصناعات البث التلفزيوني (Mao, ٢٠٢٠).

وبما أننا في عصر الاقتصاد الرقمي، فإن الصناعات الإبداعية في هذا العصر تسمى أيضًا صناعات المحتوى الرقمي والصناعات الإبداعية الرقمية، والتي تعتبر من منظور امتداد الصناعات الإبداعية، ويؤكد تعريف اليونسكو للصناعات الإبداعية على الجمع بين النشاط الإبداعي والتكنولوجيا العالية. ومن ضمن تعريفات الصناعات الإبداعية من منظور الاقتصاد الرقمي ما يلي:

يعتقد Zhou and Xia (٢٠٠٧) أن الصناعة الإبداعية الرقمية هي شكل صناعي للصناعة الثقافية الإبداعية، والتي تعتمد على الموارد الثقافية، واستخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة، وتكنولوجيا الشبكات، وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة وتكنولوجيا الانتشار الشامل، بما في ذلك بشكل أساسي الأنشطة التي بالاعتماد على إبداع الناس ومهاراتهم كحافز للإبداع والنشر والتجارة من خلال أساليب الإنتاج الرقمية والمتشابكة، فإنه يشمل أيضًا الأنشطة التي تستخدم الإبداع الثقافي والتقنيات الجديدة لتحسين القيمة المضافة لصناعة الثقافة التقليدية.

كما عرّف Wang and Zhang (٢٠١٨) الصناعات الإبداعية في عصر الاقتصاد الرقمي على أنها صناعة تعتمد على الموارد الإبداعية، باستخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة، وتكنولوجيا الشبكة، وتكنولوجيا الاتصال الجماهيري، ويتم إنشاء القيمة الثقافية ونشرها من خلال الرقمية وطرق الإنتاج المتشابكة من قبل المؤسسات المدفوعة بالإبداع.

أما Sun et al (٢٠١٩) فقد عرّفوها على أنها مجموعة صناعية جديدة تعتمد على معدات التكنولوجيا الإبداعية الرقمية والتصميم المبتكر، مع الأخذ بالإبداع

الثقافي وإنشاء المحتوى واستخدام حقوق الطبع والنشر باعتبارها الاتجاه الأساسي للتنمية، وتمكين الصناعات الطرفية.

وفي النهاية، يمكن تعريف الاقتصاد الإبداعي من وجهة نظر الباحثة على أنه تطور لمصطلح الصناعات الإبداعية وهي كافة الصناعات المعتمدة على المهارات والمواهب المستمدة من الإبداع الشخصي، وهي تعتبر قلب الاقتصاد الإبداعي، ويطلق عليه أيضاً الاقتصاد البرتقالي، حيث يشير اللون البرتقالي إلى لون الإبداع والثقافة والهوية، وهو عبارة عن مجموعة الأنشطة الاقتصادية التي تجمع بين الموهبة والإبداع والتكنولوجيا والثقافة والتراث، حيث يشمل ثروة هائلة تتألف من اجتماع المواهب والتراث وحقوق الملكية الفكرية والتكنولوجيا الحديثة، وهو يعد قطاعاً مهماً من قطاعات الاقتصاد، ويمكن أن يساهم بقوة في الناتج المحلي الإجمالي القومي وتعزيز التنمية الشاملة، حيث تولد الصناعات الإبداعية دخلاً من خلال التجارة وخلق فرص جديدة خاصة للشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم.

٢- خصائص الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية:

Characteristics of creative economy and creative industries

ذهب UNCTAD إلى ما هو أبعد من مجرد تعريف اقتصادي للاقتصاد الإبداعي، حيث حددت UNCTAD بالتوافق مع UNDP خصائص الاقتصاد الإبداعي على النحو التالي (UNCTAD, ٢٠٢٢a):

- أ- هو مفهوم متطور يعتمد على الأصول الإبداعية التي يحتمل أن تولد النمو الاقتصادي والتنمية.
- ب- يمكن أن يعزز من نمو الدخل وخلق فرص عمل وعائدات تصدير مع تعزيز الاندماج الاجتماعي والتنوع الثقافي والتنمية البشرية.
- ج- يشمل الجوانب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية المتعاملة مع التكنولوجيا والملكية الفكرية وأهداف السياحة.

- د- هو مجموعة من الأنشطة الاقتصادية المعرفية ذات البعد التنموي والشامل على مستويي الاقتصاد الكلي والجزئي.
- ه- هو خيار تنموي عملي يستدعي استجابات سياسية مبتكرة متعددة التخصصات.
- ومن منطلق أن الصناعات الإبداعية تقع في قلب الاقتصاد الإبداعي، فقد أشار (Caves ٢٠٠٠) إلى أن الصناعات الإبداعية تتسم بسبع خصائص اقتصادية هي:
- أ- لا أحد يعرف المبدأ Nobody knows principle: حيث يوجد عدم يقين في الطلب على الصناعات الإبداعية لأن رد فعل المستهلكين على المنتج غير معروف مسبقاً، ولا يمكن فهمه بسهولة بعد ذلك.
- ب- الفن من أجل الفن Art for art's sake: ويعني ذلك أن يهتم المبدع بالأصالة، والمهارة الفنية المهنية، والانسجام، وما إلى ذلك من المقومات الإبداعية، وهو على استعداد لقبول أجور أقل مما توفره الوظائف الرتيبة أو التقليدية.
- ج- طاقم العمل المتنوع Motley crew principle: بالنسبة للمنتجات الإبداعية المعقدة نسبياً (مثل الأفلام)، يتطلب الإنتاج مدخلات ذات مهارات متنوعة من عمال متعددي الوظائف لإنتاج منتج له قيمة مضافة.
- د- التنوع اللانهائي Infinite variety: تتميز المنتجات بالجودة والتفرد، كل منتج عبارة عن مجموعة مميزة من المدخلات التي تؤدي إلى خيارات متنوعة لا حصر لها، فمثلاً أعمال الكتابة الإبداعية سواء كانت شعراً أو رواية أو غيرها لا يمكن أن تكون متشابهة.
- ه- القائمة أ / القائمة ب List A / List B: إن المهارات متباينة رأسياً، ويتم تصنيف المبدعين على أساس أصالتهم ومهاراتهم وبراعتهم في العمليات و / أو المنتجات الإبداعية. قد تؤدي الاختلافات الصغيرة في هذه الجوانب إلى اختلافات كبيرة في النجاح مثل النجاح المالي. والمعنى العام أنه يتم إعداد قائمتين على الأقل بالمبدعين المحتمل مساهمتهم، أخذين في الاعتبار الفروق بين أصالتهم ومهاراتهم وبراعتهم. وعند القيام بأي عملية أو تقديم أي منتج إبداعي، فهذا قد يترتب عليه إخراج أي مبدع من إحدى القائمتين وإدخاله في القائمة الأخرى.

و- الوقت يمر بسرعة Time flies: عند تنسيق المشروعات الإبداعية المعقدة ذات المدخلات المهارية المتنوعة يكون الوقت عاملاً جوهرياً.

ز- اقتصاديات حق الإبداع Ars longa: إن هذه المقولة Ars longa, vita brevis هي ترجمة لاتينية لقول يوناني يعني أن المهارة تتطلب وقتاً والحياة قصيرة Skillfulness takes time and life is short ، هذا وتحتوي بعض المنتجات الإبداعية على جوانب أصالة تتطلب وقتاً وجهداً كبيراً، وهذا ما يستدعي حماية حقوق الملكية الفكرية، مما يسمح للمبدع بجمع الربح أو العوائد.

وقد تم انتقاد الخصائص السابقة من قبل (Towse ٢٠٠٢) على النحو التالي:

- أ- ليس كل العمال المبدعين لديهم دافع الفن من أجل الفن.
- ب- إن خاصية الوقت يمر بسرعة تنطبق أيضاً على مشاريع البناء الكبيرة. وبالتالي، فإن الصناعات الإبداعية ليست فريدة من نوعها، لكنها عموماً تسجل درجات أعلى في هذه الخصائص مقارنة بالصناعات غير الإبداعية.
- ج- كذلك تنطبق خاصية اقتصاديات حق الإبداع أيضاً على بعض المنتجات غير الإبداعية مثل المنتجات المرخصة.

ومن ثم ترى الباحثة أن أهم خصائص الاقتصاد الإبداعي هي كونه مفهوم حديث نسبياً يعتمد على رأس المال البشري بدرجة كبيرة وأيضاً على التكنولوجيا، من شأنه أن يعزز من نمو الدخل والحد من البطالة، ومن الميزان التجاري للدول، ويتسم بمرونة عالية وقدرة على مواجهة التقلبات الاقتصادية، وتوفير نمو مستدام يمتد لسنوات قادمة، ويمكن أن يقدم مجموعة متنوعة ولا نهائية من السلع الإبداعية، ولكن به قدر من المخاطرة ينتج عن عدم اليقين في الطلب على السلع الإبداعية، مما قد يؤدي إلى قبول المبدعين لأجور أقل مما توفره الوظائف الرتيبة أو التقليدية.

٣- الطبقة الإبداعية: The creative class

يرى البعض أن الطبقة الإبداعية محرك مهم للاقتصادات الحديثة. ومن أشهر من كتب عن الطبقة الإبداعية هو الاقتصادي ريتشارد فلوريدا Richard Florida في كتابه

الصادر عام ٢٠٠٢ ، والذي يحمل اسم "صعود الطبقة الإبداعية"، حيث قام بتعميم فكرة أن المناطق التي لديها ثلاث ركائز من التنمية الاقتصادية وهي التكنولوجيا والموهبة والتسامح، لديها أيضًا تركيزات عالية من المحترفين المبدعين وتميل إلى أن يكون لديها مستوى أعلى من التنمية الاقتصادية. وقد حاول كثيرًا التركيز بشكل أوسع على منتجات العاملين في مجال المعرفة، والحكم على الطبقة الإبداعية – مصطلحه الخاص – لتشمل تقريبًا كل أولئك الذين يقدمون خدمات مهنية قائمة على المعرفة. إن منظور Florida قاده إلى إيلاء اهتمام خاص لطبيعة القوى العاملة الإبداعية، ففي دراسة عن سبب جذب مدن أمريكية معينة مثل مدينة سان فرانسيسكو للمنتجين المبدعين، ذكر Florida أن نسبة مرتفعة من المنتمين إلى الطبقة الإبداعية يقدمون مدخلًا رئيسيًا للإنتاج الإبداعي وهو ما تسعى إليه الشركات، ويسعون إلى تحديد أهمية التنوع والتغذية الثقافية كمياً في المدن المعنية، على سبيل المثال وجود مجتمع ذا تنوع عرقي وديني وتسامح كبير (Florida, ٢٠٠٢).

بينما يصنف قسم الثقافة والإعلام والرياضة Department for culture, media and sport (DCMS) بالمملكة المتحدة المؤسسات والمهن على أنها إبداعية وفقاً لما تنتجه المؤسسة، وما يفعله الشخص في المقام الأول، وبالتالي سيتم تصنيف الشركة التي تنتج الاسطوانات على أنها تنتمي إلى قطاع صناعة الموسيقى كصناعة إبداعية، وسيتم تصنيف الشخص الذي يعزف البيانو كشخص مبدع. والغرض الأساسي من ذلك هو التحديد الكمي، بما يمكن من حساب عدد الشركات المبدعة وعدد الأشخاص الذين تم توظيفهم بشكل مبدع، وبالتالي تحديد الأماكن ذات التركيز العالية في المجال الإبداعي بشكل خاص. وربما يؤدي ذلك التصنيف خاصة بالاعتماد على الشركات إلى بعض الأخطاء. فعلى سبيل المثال، ربما يتم تصنيف حارس الأمن الذي يعمل في شركة موسيقى على أنه شخص مبدع، على الرغم من أنه ليس مشغولاً بعمل إبداعي. وبعبارة أخرى، سيتم حساب إجمالي عدد الأشخاص المبدعين بالاعتماد على الشركات كمجموع على النحو التالي: جميع العاملين في الصناعات الإبداعية، سواء كانوا مشغولين بعمل إبداعي أم لا (على سبيل المثال، جميع الموسيقيين وحراس الأمن وعمال النظافة والمحاسبين والمديرين

وغيرهم ممن يعملون في شركة توزيع موسيقي أو اسطوانات). لذا فربما يكون الاعتماد على ما يفعله الشخص في المقام الأول هو الأفضل، هنا فالأشخاص المبدعون يشملون جميع المشغولين بعمل إبداعي ولا يعملون في الصناعات الإبداعية (مثل مدرس الموسيقى في مدرسة)، بجانب الأشخاص الذين تكون وظيفتهم الثانية إبداعية (مثل من يؤلف روايات أو ينتج أعمالاً فنية في وقت الفراغ). (DCMS, ٢٠٠٦).

إن إدخال بعض المهن الفنية كالتمثيل ضمن الطبقة الإبداعية، ربما يغير الأسئلة التي يطرحها الباحثون بشأن من هو المبدع. فقد ركز (Lingo & Tepper ٢٠١٣) أسئلة البحث التقليدية على كيفية التوظيف في المهن الفنية، وتدفقات العمالة بين الفئات المهنية المتباينة سواء مهن فنية أو غير ذلك. في حين ربما تركز الأسئلة الجديدة على أسئلة مثل: ما هي عملية الإبداع الخاصة بأصحاب المهن وكيف تصنف؟ وما هي طبيعة عمل المبدعين والموارد التي يعتمدون عليها؟، وكيف يخلق هؤلاء الفنانين تغييرات في سوق العمل وطريقة أداء العمل الإبداعي؟ وكيف يخلق الفنانون الصدفة المخططة Planned serendipity أي التبادلات التي تنتج تعاوناً وفرصاً غير متوقعة؟.

وتستخلص الباحثة مما سبق أن الطبقة الإبداعية شمل كل أولئك الذين يقدمون خدمات مهنية قائمة على المعرفة، حيث يمارس هؤلاء المبدعين إبداعهم بشكل أساسي أو في أوقات الفراغ، بغض النظر عن المؤسسة التي يعملون بها سواء كانت مؤسسة إبداعية أو غير إبداعية. ومن أمثلة من ينتمي لهذه الطبقة الإبداعية العاملين في المهن الفنية وفي مجال العلوم والتكنولوجيا والفنون والثقافة والحرف التراثية واليدوية، وإن كان يثار بعض الجدل حول انتماء بعض العاملين بالمهن الفنية مثل الممثلين لهذه الطبقة الإبداعية. ويمكن القول أن الطبقة الإبداعية هي القوة الاقتصادية المبدعة والرائدة في اقتصاد أي دولة، والتي تعتمد بصفة أساسية على مهاراتها وفكرها وقدرتها على الإبداع، ومن ثم فهي عماد اقتصاد اليوم.

٤ - المساهمة الاقتصادية للصناعات الإبداعية:

Economic Contribution for the creative industries

في عام ٢٠١٥ قامت المنظمة العالمية لحقوق الفكرية The World Intellectual Property Organization (WIPO) بتجميع العديد من الدراسات الوطنية التي تقيس حجم أكثر من ٥٠ صناعة لحقوق الملكية الفكرية حول العالم، وتشير النتائج من تجميع هذه الدراسات إلى أن مساهمة هذه الصناعات في الناتج المحلي الإجمالي في الاقتصادات الوطنية تتراوح بين ٢٪ و ١١٪ (WIPO, ٢٠١٥).

كما يؤكد تقرير (UNCTAD ٢٠١٦) على أن الصناعات الإبداعية تعد محركًا للنمو الاقتصادي العالمي، وخلق فرص العمل. ويشير تقرير UNDP (٢٠١٩) إلى أهمية الصناعات الإبداعية من حيث كونها مساهمًا مهمًا في نمو الناتج المحلي الإجمالي، وعلى أن الاقتصاد الإبداعي ممثلًا في الصناعات الإبداعية يعد عاملاً تحوليًا في توليد الدخل والوظائف والصادرات، كما أنه يعد من أسرع قطاعات الاقتصاد العالمي نموًا في الخمسة عشر سنة الأخيرة. (UNDP, ٢٠١٩). وهو أيضًا ما يتفق مع ما أكد عليه تقرير (UNCTAD ٢٠٢٢a) من أن تلك الصناعات وفّرت عوائد بنحو ٢,٢٥٠ تريليون دولار في عام ٢٠١٨، أي ما يعادل ٣٪ من الناتج الإجمالي العالمي، كما خلقت فرصًا وظيفية في العام نفسه بنحو ٢٩,٥ مليون وظيفة. كما تشير مؤشرات التنمية العالمية إلى أن الدول التي حققت معدلات أداء مرتفعة من التقدم العلمي والتكنولوجي والمعرفي توجّه نسبة عالية من إنفاقها الرأسمالي لصالح الأصول المنتجة للقوى الناعمة.

وعلى مستوى الدول، مثلت الصناعات الإبداعية والثقافية بالولايات المتحدة الأمريكية نحو ٧,٧٥٪ من الناتج المحلي الإجمالي. كما ساهمت في توفير ما يقدر بنحو ٥,٩٪ من فرص العمل على المستوى القومي، وبلغ عائد صادراتها في نفس الوقت ما يزيد على ٨٥ بليون دولار (UNCTAD, ٢٠١٦).

وقد ساهمت الصناعات الإبداعية والثقافية بالمملكة المتحدة مساهمة جيدة جدًا في الاقتصاد البريطاني، ومن حيث التوظيف واعتمادًا على تعريف الأنشطة المدرجة، يعد القطاع جهة توظيف رئيسية لما بين ٤-٦٪ من السكان العاملين في المملكة المتحدة، على الرغم من أن هذا لا يزال أقل بكثير من التوظيف غير الإبداعي بسبب مجالات العمل التقليدية مثل البيع بالتجزئة والتصنيع. إن القطاعات الفرعية الثلاثة الأكبر للصناعات الإبداعية البريطانية هي التصميم، والنشر، والتلفزيون والراديو. وتمثل هذه معًا حوالي ٧٥٪ من الإيرادات و ٥٠٪ من العمالة في مجال الصناعات الإبداعية؛ حيث بلغ عائد الصناعات الإبداعية نحو ١١٢ بليون جنيه إسترليني، بينما أتاحت هذه النوعية من الصناعات ما يعادل ١,٣ مليون فرصة عمل (UNCTAD, ٢٠١٦).

ويشير تقرير UNCTAD (٢٠١٥) أن تجارة الصين في السلع والخدمات الإبداعية تتفوق على مثيلاتها في الدول الأخرى، مما يجعلها القوة الدافعة وراء اقتصاد عالمي إبداعي مزدهر على مدار الخمسة عشر عامًا منذ عام ٢٠٠١ حتى عام ٢٠١٥. حيث نما معدل تجارة الصين في السلع الإبداعية بمعدل سنوي قدره ١٤٪ بين عامي ٢٠٠٢ و ٢٠١٥.

وتفيد المؤشرات الدولية أيضًا بأن عوائد الصناعات الإبداعية والثقافية بأستراليا تقدر بنحو ٢٥ بليون دولار (UNCTAD, ٢٠١٦).

أما كولومبيا، فقد توصل (Roa & Ariza, ٢٠١٩) إلى أن قطاعات الاقتصاد البرتقالي والصناعات الإبداعية على الرغم من عدم تمتعها بحصة كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي ١,٩٪، وخاصة الانخفاض الملحوظ للفنون والتراث ٠,٧٪ والصناعات الثقافية ٠,١٧٪ والإبداعات الوظيفية ٠٪، إلا أنه يجب أن يركز توجه سياسة الحكومة الانتباه على تلك الأنشطة التي تحتاج إلى تعزيز حقا. والتي على الرغم من أنها لا توفر حجمًا كبيرًا إلا أنها تحافظ على ديناميكية نمو جيدة جدًا مثل الصناعات الثقافية والإبداع الموسيقي والإبداع الأدبي.

وفي البرازيل، وجدت دراسة أجريت عام ٢٠٢١ عن القطاعات المكثفة للملكية الفكرية في الاقتصاد البرازيلي أن ٤٥٠ فئة من ٦٧٣ فئة اقتصادية في البرازيل يمكن تصنيفها على أنها قطاعات كثيفة الاستخدام للملكية الفكرية والتي توظف بشكل جماعي ١٩,٣ مليون شخص. بلغت الحصة الجماعية للصناعة الإبداعية البرازيلية من الناتج المحلي الإجمالي بين عامي ٢٠١٤ و ٢٠١٦، عند حسابها عبر هذه الفئات الاقتصادية البالغ عددها ٤٥٠ فئة، ٢,١ تريليون ريال برازيلي أو ٤٤,٢٪ من الناتج المحلي الإجمالي للبرازيل (Santos, Pinheiro, Marques, ٢٠٢١).

كما تساهم الصناعات الإبداعية في أوروبا مساهمة كبيرة في اقتصاد الاتحاد الأوروبي، حيث تخلق حوالي ٣٪ من الناتج المحلي الإجمالي للاتحاد الأوروبي، وتوظف حوالي ٦ ملايين شخص. بالإضافة إلى ذلك، يلعب القطاع دورًا مهمًا في تعزيز الابتكار، لا سيما للأجهزة والشبكات؛ حيث ينتج عددًا من الأفلام أكثر من أي منطقة أخرى في العالم. في هذا الصدد، سيساعد برنامج أوروبا الإبداعية - وهو أحد البرامج الإطارية للمفوضية الأوروبية والتي تهدف إلى دعم المجالات الثقافية والسمعية والبصرية. وفي الفترة من ٢٠١٤ إلى ٢٠٢٠ خطط البرنامج إلى توفير مساعدة مالية قدرها ١,٤٦ بليون يورو لتعزيز ودعم المجالات الثقافية والفنية وفنون العمارة والأرشيف والمكتبة والمتاحف والحرف اليدوية والتراث الثقافي المادي وغير المادي والتصميم ومجالات أخرى، وتم رفع المساعدة المالية إلى ٢,٤٤ بليون يورو خلال الفترة من ٢٠٢١ - ٢٠٢٧ من أجل الحفاظ على التراث الثقافي مع زيادة تداول الأعمال الإبداعية داخل وخارج الاتحاد الأوروبي - وسيلعب البرنامج دورًا مهمًا في تحفيز التعاون عبر الحدود وتعزيز التعلم من الأقران وجعل هذه القطاعات أكثر احترافية، سنقترح المفوضية بعد ذلك أداة مالية يديرها بنك الاستثمار الأوروبي لتوفير تمويل الديون وحقوق الملكية للصناعات الثقافية والإبداعية (Creative Europe, ٢٠٢٣). إن بناء نهج جديد يشيد بالأهمية الحاسمة لتكافؤ الفرص في الصناعة الأوروبية قد يعزز اعتماد سياسات تهدف إلى تطوير بيئة مواتية، وتمكين الشركات الأوروبية وكذلك المواطنين من استخدام خيالهم وإبداعهم، وبالتالي التنافسية

والاستدامة. من المفترض أن تصمم الأطر التنظيمية والمؤسسية لدعم التعاون بين القطاعين العام والخاص، ولا سيما في قطاع الوسائط.

ومما سبق تؤكد الباحثة على أن العديد من دول العالم تنبعت، منذ سنوات خلت، إلى أن الاقتصاد الإبداعي، هو طريقة جديدة للتفكير الاستثماري، وهو الوسيلة التي يتم من خلالها ترجمة الإبداع إلى قيمة اقتصادية، وذلك بعد أن أدركت أهمية تطوير منظومة الاقتصاد الإبداعي لديها، بوصفه عاملاً دافعاً للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة والتوظيف والنتائج المحلي الإجمالي، ولتحقيق ذلك ينبغي على جميع دول العالم السعي لتطوير سياساتها وتشريعاتها، لتتناسب مع المستجدات التي فرضها عالم الاقتصاد الإبداعي، والحرص على إجراء الدراسات اللازمة عن واقع الصناعات الثقافية والإبداعية والفكرية والفنية فيها، بهدف اكتشاف مكامن القوة، التي يتميز بها اقتصادها الإبداعي لتعظيمها وتقويتها ومعرفة نقاط الضعف والتحديات، التي يمكن أن تعيق مسيرة هذا الاقتصاد لتلافيها ومعالجتها.

وترى الباحثة أنه إذا كان الإبداع هو صناعة الغد، فإن الاقتصاد الإبداعي كان ولا يزال وسيستمر مؤثراً فاعلاً في حياة الأمم والشعوب، ورقماً مهماً في اقتصادات الدول؛ فهو يزداد اتساعاً وانتشاراً، ويحتضن طيفاً متنوعاً من الجهات الفاعلة. وكما أكد الخبراء على أن الاقتصاد الإبداعي قطاع اقتصادي ناشئ قوي، تعززه الرقمنة والطفرة في الخدمات. ويتوقع هؤلاء الخبراء أن تنمو مساهمة الاقتصاد الإبداعي في الناتج المحلي الإجمالي بقوة، وإذا أمكن تسخير الاتجاهات الرئيسية لهذا الاقتصاد، فقد نعيش في عالم أكثر إبداعاً في المستقبل.

٥- الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية في مصر:

Creative economy and creative industries in Egypt

إن الاقتصاد الإبداعي بمصر له جذور عميقة، كما أشارت الباحثة في المقدمة، ومن جذور الاقتصاد الإبداعي بمصر مطبوعة بولاق أنشئت عام ١٨٢٠، والمتحف المصري عام ١٨٣٥، وأول عرض سينمائي مصري كان عام ١٨٩٦، والإذاعة

المصرية التي أنشئت عام ١٩٣٤، والتلفزيون المصري المنشأ عام ١٩٦٠، ومعرض القاهرة للكتاب الذي بدأ منذ ١٩٦٩، ومهرجان القاهرة السينمائي الذي ينعقد منذ ١٩٧٦.

وقد أشادت العديد من الجهات الدولية بالاقتصاد الإبداعي المصري، فقامت UNIDO (٢٠١٥) بتحديد مجموعات من الصناعات الإبداعية في جنوب البحر المتوسط بما في ذلك مصر. وقد كشف التقرير عن أن إنتاج الموسيقى والأفلام يتركز بشكل كبير في القاهرة. وقد عدد التقرير الأنشطة الإبداعية في المنتجات الفنية والإعلان وألعاب الكمبيوتر والمنتجات الرقمية والتصميم والهندسة المعمارية، وهناك توسع أكبر في قطاعات فرعية محددة مثل تلك الخاصة بالعمارة والتصميم والإبداع الرقمي. إلا أن المبدعين والمهنيين في هذه القطاعات غالبًا ما يتم توظيفهم بشكل غير رسمي أو غير منتظم. وعلى الرغم من أن هذه الحرف تلقي المزيد من الاهتمام الوطني إلا أنها أقل جاذبية للوافدين الجدد إلى السوق. ولكن اتجاه نمو هذه الصناعات هو اتجاه تصاعدي متزايد على الرغم من حدوث بعض النكسات.

بينما أشار تقرير UNCTAD (٢٠١٨) إلى أن الصناعات الإبداعية بمصر لها دور هام في الاقتصاد المصري، حيث ساهمت بما يربو على المليار دولار أمريكي من إجمالي الصادرات المصرية منذ عام ٢٠٠٩ وحتى عام ٢٠١٥، ثم انخفضت قليلاً منذ ٢٠١٦ حتى ٢٠١٨. كما تمتلك مصر أعلى مستوى من صادرات الصناعات الثقافية والإبداعية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ويظهر الميزان التجاري لمؤشرات الصناعات الثقافية والإبداعية في الفترة من ٢٠٠٤ حتى ٢٠١٥ تحسناً كبيراً، مع وجود فائض من عام ٢٠٠٨ فصاعدًا. وتتمثل ٥٣٪ من صادرات الصناعات الثقافية والإبداعية عام ٢٠١٤ في مجال الفنون والحرف اليدوية، و٤٣٪ في التصميم، ويعد قطاع السينما من القطاعات الأصيلة في هذا المجال، خاصة في القاهرة، والتي تلقب بهوليوود العالم العربي، وتستضيف مصر عدد من المهرجانات مثل مهرجان القاهرة السينمائي الدولي ومهرجان الجونة السينمائي، ولكن تعاني صناعة السينما في مصر من بيروقراطية الإجراءات، كما عانت من إجراءات

الإغلاق خلال جائحة كوفيد - ١٩. ومع ذلك، فإن التسارع نحو التحول الرقمي يزيد من فرصة الأفلام التي يتم إنتاجها وتوزيعها رقمياً.

ويتفق تقرير (٢٠٢١) EMEA مع سابقه، ويضيف أن تلك الصناعات تتركز بشكل أساسي في القاهرة والإسكندرية، خاصة المنتجات الجلدية وصناعة الأثاث والملابس الجاهزة. كما تشهد الوسائط الالكترونية مثل ألعاب الفيديو نموًا كبيرًا، كما يعد قطاع الحرف اليدوية من القطاعات الراسخة تاريخيًا وتقدر صادراته ب ٤٠٠ مليون دولار أمريكي سنويًا، ويعمل به نحو مليوني شخص.

ويذكر أبو غازي (٢٠٢١) أننا نمتلك في مصر إمكانيات كبيرة غير مستغلة في مجال الاقتصاد البرتقالي (الإبداعي)، وذلك نظرا لما يلي:

- أ- لدينا ثروة بشرية من المبدعين في مجالات الفنون والآداب المختلفة يملكون الموهبة إلى جانب الدراسة في الكليات والمعاهد الفنية، ولدينا أيضًا تراث إبداعي حديث متواصل على مدى قرنين.
- ب- لدينا خبرة ممتدة في الصناعات الثقافية، مثل صناعات الكتاب والنشر والسينما والموسيقى والغناء والدراما الإذاعية والتلفزيونية، يرجع عمر أقدمها إلى قرنين، وأحدثها قارب ثلاثة أرباع القرن، لكنها تحتاج إلى توفير بيئة تشريعية ملائمة ودعم مباشر وغير مباشر لتتطلق قدرتها التنافسية في المجالين المحلي والإقليمي، وذلك حتى تتيح فرصا للتوظيف لأعداد أكبر من الشباب.
- ج- نمتلك حرفا تقليدية وتراثية يمكن أن ننميها، فهي تشكل قيمة مضافة لاقتصادنا القومي، ولا تحتاج إلا إلى تنمية المهارات.
- د- لدينا تراث طويل من تجارب الاستفادة من الطاقات الإبداعية التلقائية، مثل: تجربة حبيب جورجى ثم رمسيس ووصا واصف وصوفي حبيب في الحرائية، وتجربة إيفلين في الفيوم، وتجارب جراجوس وحجازة، وإحياء حرفة التلي في الصعيد (تجربة مركز الفنان سعد زغلول وتجربة المجلس القومي للمرأة)، وتجارب مراكز الحرف التراثية التابعة لوزارة الثقافة.

- ه- نحظى بعدد من مواقع التراث الأثري والثقافي والطبيعي الجاذبة للسياحة، نحتاج إلى الحفاظ عليها وتحقيق أقصى استفادة منها.
- و- لدينا جيل من الشباب القادر على تطوير محتوى رقمي مصري، وتصميم الألعاب التعليمية والترفيهية الإلكترونية والتقليدية، يحتاجون فقط إلى الدعم والمساندة.
- ز- لدينا ثروة من حقوق الملكية الفكرية لمنتجنا الفني والثقافي، تشكل إضافة لاقتصادنا القومي.

وبالنسبة للجهود المصرية في مجال دعم الاقتصاد الإبداعي، ففي عام ٢٠١٦ أطلقت مصر استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠، والتي ربطت بين التعليم والثقافة من ناحية والنفاذ إلى المعلومات من ناحية أخرى، وجعلتها شرطاً أساسياً لتحقيق التنمية المستدامة، واهتمت مصر بصناعات المعلومات كقطاع من قطاعات الاقتصاد الجديد، بالإضافة إلى محوري التعليم والثقافة، ويتسع مفهوم المعرفة والابتكار والبحث العلمي ليشمل إنتاج ونقل المعرفة بكامل صورها. وفي محور الثقافة كان أحد الأهداف هو دعم الصناعات الإبداعية والثقافية لتصبح دعامة يقوم عليها مجتمع المعرفة (خليل وشاهين، ٢٠٢١). واعتمد المجلس الثقافي البريطاني في مصر مبادرة الاقتصاد الإبداعي عام ٢٠١٦ لتطوير التعاون بين المملكة المتحدة ومصر في مجال الصناعات الإبداعية، لرسم خرائط الاقتصاد الإبداعي في مصر ورفع مستوى الوعي بأهمية الصناعات الإبداعية وإنشاء بنك المعلومات لدعم العاملين في مجال الاقتصاد الإبداعي (امبابي، ٢٠٢٠).

إن الإشارة للجهود المصرية في مجال دعم الاقتصاد الإبداعي، أشارت إليها أيضاً التقارير الأجنبية، فتقرير (٢٠٢٢-٢٠٢١) British Council Report ذكر أن هناك جهودات مصرية حثيثة في الاهتمام بالاقتصاد الإبداعي، ففي عام ٢٠١٥ قام اتحاد الصناعات المصرية (FEI) Federation of Egyptian Industries بإطلاق غرفة الحرف اليدوية للمحافظة عليها وتطوير التراث الحرفي في مصر بالتعاون مع الكيانات الخاصة والحكومية. وتقوم الغرفة بذلك من خلال تعزيز قدرة الصناعات الحرفية لتلبية احتياجات السوق الوطنية والدولية، وتسهيل وصول الحرفيين للدعم الذي يحتاجونه مادياً وفنياً، وإضفاء الطابع الرسمي على هذه

الصناعة. وتعرف هذه الغرفة الحرف على أنها تحتوي على تسعة قطاعات فرعية هي: النسيج والتطريز، منتجات الزجاج، الحجارة، الفخار والفسيفساء والسيراميك، الأعمال الخشبية، السجاد اليدوي، المجوهرات، أعمال الشمع، الأشغال المعدنية. كما توجد غرفاً أخرى للقطاعات الأخرى التي يمكن أن تصنف صناعاتها كصناعات إبداعية مثل غرفة السلع الجلدية، وغرفة الإنتاج السينمائي وغيرها.

وأبرز تقرير (٢٠١٨) MED-Culture أهم المبادرات لتعزيز الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية ضمن الأجندة الوطنية لرؤية ٢٠٣٠. وذلك على النحو التالي:

- أ- **مبادرة رواد ٢٠٣٠**: قامت وزارة التخطيط بإطلاق مبادرة رواد ٢٠٣٠، وتهدف تلك المبادرة إلى إثراء ثقافة الابتكار وريادة الأعمال، وبناء بيئة ريادية شاملة ومتكاملة للشباب. وحتى الآن فقد أنشأت المبادرة ٩ حاضنات أعمال ونحو ٦٦٥ فرصة حضانة.
- ب- **مبادرة تتلف في حرير**: وتهتم بإحياء صناعة السجاد والكليم اليدوي في مصر.
- ج- **مبادرة رواد النيل**: وهي مبادرة وطنية تدعم أيضاً ريادة الأعمال، وممولة من البنك المركزي المصري وتنفذها جامعة النيل، وتدعم هذه المبادرة مشروعات متنوعة مثل الأثاث والمنتجات المنزلية. وذلك من أجل تعزيز الجودة والتوظيف والجاذبية والقدرة التنافسية. وتهدف بشكل أساسي لتخريج جيل من المحترفين والموهوبين القادرين على استخدام أساليب وتقنيات مبتكرة في تصميم منتجاتهم.
- د- **معرض ديارنا**: يعتبر من أقدم معارض الحرف اليدوية والتراث الثقافي، بدأ العمل به عام ١٩٦٤ تحت رعاية وزارة التضامن الاجتماعي، حيث يتم تنظيم المعرض سنوياً، ويمتد بالعديد من المحافظات منها الاسكندرية وأسيوط والمنيا وشرم الشيخ والأقصر والبحر الأحمر.
- هـ- **معرض تراثنا للحرف اليدوية**: تنظمه وكالة تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ويهدف إلى إحياء الحرف التقليدية ومساعدة صغار مصنعي الحرف اليدوية من خلال فتح منافذ لهم لتسويق منتجاتهم.

و- **مبادرة إبداع من مصر:** هي مبادرة أطلقها بنك الاسكندرية عام ٢٠١٥، وتهتم المبادرة بدعم الحرف اليدوية، مستفيدة من شراكتها مع أكثر من ٢٥ شراكة وتعاون بين المنظمات غير الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والحكومة والأفراد.

ز- **مبادرة زين الكفوف:** هي جزء من مؤسسة مصر الخير، وقد بدأت منذ عام ٢٠١٧، وتهدف لبناء قدرات ريادة الأعمال، من خلال البدء ب ١٠٠ شاب وفتاة خاصة في مشروعات سلاسل القيمة والحرف اليدوية.

ح- **مبادرة أيادي مصر:** هي منصة تجارة الكترونية لدعم الحرف اليدوية المصرية، مع التركيز على المرأة. تعمل هذه المبادرة تحت إشراف وزارة التنمية المحلية ومنظمة الأغذية العالمية، وتهدف إلى تقليل تكاليف المعاملات وتحسين كفاءة السوق، وتساعد على وصول المنتجات المصرية إلى الأسواق المختلفة.

في إطار تقييم أداء مصر الإبداعي، أشار مؤشر المعرفة العالمي (٢٠٢٠)، و (٢٠٢٢) إلى أن مصر لديها العديد من نقاط القوة وهي نسبة الأطفال خارج الدراسة، ونسبة الطلاب الملتحقين ببرامج التعليم المهني في المرحلة الثانوية، والاستقلال القضائي، ونسبة الشركات التي تعد منتجاتها جديدة في الأسواق الرئيسية، وتركيز السوق، ونمو الشركات المبتكرة، والرقابة على جودة البناء. كما تواجه مصر العديد من التحديات أهمها نسبة الطلاب الملتحقين ببرامج مهنية وتقنية ما بعد مرحلة الثانوية، ونسبة البطالة في أوساط القوى العاملة الحاصلة على تعليم متقدم، ونسبة خريجي برامج الهندسة والعلوم والتكنولوجيا في التعليم العالي، والمؤشر العالمي لحرية الصحافة، ونسبة عائد حقوق الملكية الفكرية من إجمالي مجموع التجارة، ونسبة الشركات التي تنفق على البحث والتطوير، ونسبة مشاركة الإناث إلى الذكور في القوة العاملة.

وترى الباحثة أن مصر تسعى جاهدة إلى زيادة الاستثمارات في مجال الاقتصاد الإبداعي، عبر طرح مشروعات جديدة منها مشروع دراسة تطوير منطقة باب العزب بمنطقة القلعة، والذي يستهدف خلق بيئة محفزة لرواد الأعمال والمبدعين المصريين والأجانب، تمكنهم من تطوير منتجاتهم وعلاماتهم التجارية، حتى يتمكنوا

من الوصول والمنافسة بها في الأسواق العالمية. وأولت استراتيجية التنمية المستدامة (رؤية مصر ٢٠٣٠) اهتماماً واضحاً بالصناعات الإبداعية. ولكن هناك ثلاثة عناصر يجب إعطاء المزيد من الاهتمام بهم لكونهم يخدمون الاقتصاد الإبداعي في مصر هي البحث العلمي، ورؤوس الأموال، وجودة الإنتاج. وهناك العديد من الحرف المصرية الأصلية مثل الأرابيسك والكليم والمشغولات النحاسية وغيرها الكثير لا تأخذ حقها في الاهتمام والانتشار، ولذا لا بد من تضافر جهود الدولة للحفاظ عليها، كما ينبغي نشر الوعي بالحرف التراثية بين الشباب مما قد يدفع بعضهم إلى تعلم تلك الحرف.

٦- قياس الاقتصاد الإبداعي: Creative economy measurement

أكد العديد من الباحثين على صعوبة قياس الاقتصاد الإبداعي، وذلك على الرغم من تعدد مؤشرات قياسه، والأمر أكثر صعوبة عند قياس الاقتصاد الإبداعي في الدول النامية. وبالفعل فإن تقييم الاقتصاد الإبداعي بالدول النامية ما زال يعاني من قصور شديد، وذلك لأن المؤشرات المتعددة الموجودة تستخدم بتوسع للدول المتقدمة، إلا أنها لا تلاءم بدرجة كبيرة الدول النامية (Carayannis & Poverance, ٢٠١٩; Ndou, Schiuma, and Passiante, ٢٠٠٨).

إن من أوائل المقاييس المستخدمة لقياس الاقتصاد الإبداعي هو المقياس الذي صممه Florida & Tingali (٢٠٠٤) ويطلق عليه مؤشر الإبداع أو مؤشر ٣Ts، وهو مؤشر مركب من ثلاثة مؤشرات فرعية للقياس تبدأ جميعها باللغة الانجليزية بالحرف T وهي:

- أ- مؤشر المواهب Talent index: ويتضمن قياس رأس المال البشري من خلال نسبة السكان الحاصلين على مؤهل عال في الدولة.
- ب- مؤشر التكنولوجيا Technology index: ويتضمن قياس الابتكار كحصة براءات الاختراع التي تم الحصول عليها، بجانب قياس البحوث والتطوير، من خلال حصة نفقات البحوث والتطوير في الدولة.

ج- مؤشر التسامح Tolerance index: ويتضمن قياس الاهتمام بالفن (ويطلق على ذلك البوهيمية) من خلال قياس نسبة السكان المهتمين بالفن إلى إجمالي عدد السكان، بجانب قياس الهجرة كنسبة المهاجرين إلى إجمالي عدد السكان.

وقد تم استخدام هذا المؤشر لاحقًا في دراسة (Florida ٢٠٠٥) ، حيث ذكر Florida أن ٣Ts تشرح سبب فشل مدن مثل بالتيمور Baltimore وبطرس برج Pittsburgh، وميامي Miami في تحقيق النمو، وأن أنجح المدن بخليج سان فرانسيسكو San Francisco Bay هي بوسطن Boston وواشنطن Washington وأوستن Austin وسياتل Seattle، فهي حقًا مدن مبدعة. ودراسة Petrikova, (٢٠١٥) Vanova, & Borsekova، والتي هدفت إلى قياس الاقتصاد الإبداعي في ثمان مناطق سلوفاكية، حيث تم التوصل إلى أن منطقة براتيسلافا Bratislava هي المنطقة الأكثر تطورًا ولديها إمكانيات إبداعية كبيرة وأعلى تركيز للمبدعين، وقد يرجع ذلك لكونها العاصمة مما يجذب إليها رواد الأعمال والاستثمارات المحلية والأجنبية في مجال الصناعات الإبداعية.

صمم (Bowen, Moesen, and Sleuwagen ٢٠٠٦) مؤشرًا مركبًا للاقتصاد الإبداعي (CICE Composite Indicator of Creative Economy) يتكون من ثلاثة مؤشرات رئيسية هي: الابتكار Innovation، وريادة الأعمال Entrepreneurship، والانفتاح Openness، حيث تم قياس الاقتصاد الإبداعي في تسع مناطق، وتم التوصل إلى أن ولاية بادن فورتمبيرغ Baden Wurttemberg هي الأعلى من حيث قدرتها الاستيعابية الإبداعية، بينما تحتل نورد با دي ساليز Nord Pas De Calais المرتبة الأدنى.

بينما اعتمدت دراسة (Higgs & Cunningham ٢٠٠٧) في قياس الاقتصاد الإبداعي على استخدام مقياس الصناعات الإبداعية من خلال التصنيف الخاص بقسم الثقافة والإعلام والرياضة UK Department of Culture, Media and Sport (DCMS) بالمملكة المتحدة والذي يصنف الصناعات الإبداعية في تلك المرحلة فيما

يلي: الإعلان والتسويق، الهندسة المعمارية والتصميمات والفنون المرئية، الأفلام والراديو والتلفزيون، الموسيقى والفنون الأدائية، النشر، البرمجيات والمحتوى التفاعلي.

يذكر (٢٠١٨) Lestariningsih, Maharani, and Lestari أن الاقتصاد الإبداعي في أندونيسيا يغطي ١٦ صناعة إبداعية وهي: الهندسة المعمارية، والتصميمات الداخلية، والاتصالات المرئية، وتصميم المنتجات، والرسوم المتحركة، والتصوير، والحرف، وفنون الطهي، والموسيقى، والموضة، وتطوير التطبيقات والألعاب، والنشر، والإعلان، والراديو والتلفزيون، والفنون الأدائية، والفنون الجميلة. وقد اعتمد الباحثون في هذا التصنيف على البيانات المنشورة في (٢٠٠٨) Department of Economic and Social Affairs (DESA) و (٢٠١٦) Badan Pusat Statistik (BPS)

أما موقع UNCTAD الإلكتروني والذي يمد ببيانات الاقتصاد الإبداعي لكل دولة، فيصنفها إلى سبعة بنود وهي:

- أ- الحرف الفنية Art Crafts: وتشمل ما يلي: السجاد، والأدوات الورقية، والخوص، والغزل، والحرف الأخرى.
- ب- السمعيات والبصريات Audio-Visuals: وتشمل ما يلي: الأفلام، والسبدييات، والشرائط المسجلة.
- ج- التصميمات Designs: وتشمل ما يلي: الهندسة المعمارية، والموضة، والأدوات الزجاجية.
- د- الوسائط الحديثة New Media: وتشمل ما يلي: الوسائط المسجلة، وألعاب الفيديو.
- هـ- الفنون الأدائية Performing Arts: وتشمل ما يلي: الأدوات الموسيقية، والموسيقى المطبوعة.

و- النشر والطباعة Publishing: وتشمل ما يلي: الكتب، والجرائد، وغيرها من المطبوعات.

ز- الفنون البصرية Visual Arts: وتشمل ما يلي: التحف، والرسومات، والتصوير، والنحت.

جدير بالذكر، أن المؤشر السابق بينوده السبعة هو المعتمد في البحث الحالي، حيث إتاحة البيانات الكاملة الخاصة بمصر، منذ عام ٢٠٠٢ وحتى عام ٢٠٢١.

ويذكر خورشيد (٢٠٢١) أن من ضمن مقاييس الاقتصاد الإبداعي، مؤشر الابتكار العالمي (GII) Global Innovation Index ، ومؤشر المعرفة العالمي (GKI) Global Knowledge Index. وتقوم الباحثة بإلقاء نظرة على مؤشري الدليل الدولي للابتكار ومؤشر المعرفة العالمي. وذلك على النحو:

مؤشر الابتكار العالمي (GII) Global Innovation Index : هو مؤشر عالمي يقيس مستوى الابتكار في بلد ما، ويعد هو المؤشر الأكبر والأكثر شمولية من نوعه. إن مؤشر الابتكار العالمي جزءاً من دراسة بحثية كبيرة تناولت كل من نتائج أعمال الابتكار وقدرة الحكومة على تشجيع ودعم هذا الابتكار من خلال السياسة العامة. إن هذا المؤشر لا يناقش أداء الدولة فحسب، بل يناقش أيضاً ما تفعله الشركات وما ينبغي أن تفعله لتحفيز وتشجيع الابتكار، بل إنه يبحث في مؤشرات جديدة للسياسة العامة للابتكار، بما في ذلك الحوافز والمكافآت الضريبية وسياسات الهجرة، والتعليم والملكية الفكرية. ويقيس المؤشر مدخلات ومخرجات الابتكار (Global Innovation Index, ٢٠٢٢). ويشمل مايلي:

أ- مدخلات الابتكار Innovation inputs: وتشمل المؤسسات، ورأس المال البشري والبحث، والبنية التحتية، وتطور السوق، وتطور بيئة الأعمال.

ب- مخرجات الابتكار Innovation outputs: وتشمل المخرجات المعرفية والتكنولوجية، والمخرجات الإبداعية.

مؤشر المعرفة العالمي (GKI) Global Knowledge Index : يعد إضافة مهمة للرصيد المعرفي العالمي المتعلق ببناء مؤشرات التنمية، لما يوفره من بيانات متنوعة وموثوق بها تساعد البلدان وصناع القرار فيها على فهم التحولات والتحديات الحقيقية وسبل مواجهتها، وبالتالي على استكشاف آفاق المستقبل ومساراته الممكنة. ويتكون المؤشر من سبعة مؤشرات فرعية (Global Knowledge Index, ٢٠٢٢)، وذلك على النحو:

أ- التعليم قبل الجامعي Pre – university education وبه محورين هما: رأس المال المعرفي، والبيئة التمكينية التعليمية.

ب- التعليم التقني والتدريب المهني Technical and vocational education وبه محورين هما: التكوين والتدريب المهني، وسمات سوق العمل.

ج- التعليم العالي Higher education وبه ثلاثة محاور هي: المدخلات، وبيئة التعلم، والمخرجات.

د- البحث والتطوير والابتكار Research, development and innovation وبه ثلاثة محاور هي: المدخلات، والمخرجات، والتأثير.

هـ- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات Information and communications technology وبه ثلاثة محاور هي: البنية التحتية، وتوفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والاستخدام.

و- الاقتصاد Economy وبه ثلاثة محاور هي: التنافسية المعرفية، والانفتاح الاقتصادي، والتمويل والقيمة المضافة.

ز- البيئة التمكينية Enabling environment وبه ثلاثة محاور هي: الحوكمة، والبيئة الاجتماعية والاقتصادية، والصحة والبيئة.

ثانياً: مشكلة البحث: The research problem

برغم الجهود المصرية والتي أشارت إليها الباحثة عند استعراض الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية في مصر، وأهم المبادرات المصرية في دعم الاقتصاد الإبداعي، إلا أنه باستعراض مؤشرات الاقتصاد الإبداعي المصري طبقاً للعديد من المؤشرات، يتضح لنا وجود شيء من القصور في مؤشرات الاقتصاد الإبداعي المصري. فعلى سبيل المثال، فقد حصلت مصر على المركز ٩٤ في مؤشر الابتكار العالمي (Global Innovation Index (GII من إجمالي ١٣٢ دولة، طبقاً لمؤشر الابتكار العالمي لعام ٢٠٢١، حيث حصلت على المركز ١١٤ في محور المؤسسات، والمركز ٩٣ في محور رأس المال البشري والبحث، والمركز ٩٢ في محور البنية التحتية، والمركز ٩٦ في محور تطور السوق، والمركز ١٠٦ في محور تطور بيئة الأعمال، والمركز ٧٠ في محور المخرجات المعرفية والتكنولوجية، والمركز ١٠٤ في محور المخرجات الإبداعية. (مؤشر الابتكار العالمي، ٢٠٢١). وقد تحسن ترتيب مصر قليلاً طبقاً لنفس المؤشر لعام ٢٠٢٢، حيث حصلت مصر على المركز ٩٨ في مؤشر الابتكار العالمي (Global Innovation Index (GII من إجمالي ١٣٢ دولة، طبقاً لمؤشر الابتكار العالمي لعام ٢٠٢٢، حيث حصلت على المركز ١١١ في محور المؤسسات، والمركز ٩٧ في محور رأس المال البشري والبحث، والمركز ٩٣ في محور البنية التحتية، والمركز ٨٦ في محور تطور السوق، والمركز ١٠٣ في محور تطور بيئة الأعمال، والمركز ٧٩ في محور المخرجات المعرفية والتكنولوجية، والمركز ٨٤ في محور المخرجات الإبداعية. (Global Innovation Index, ٢٠٢٢)

كما احتلت مصر المركز ٧٢ في مؤشر المعرفة العالمي (Global Knowledge Index (GKI من إجمالي ١٣٨ دولة بمجموع نقاط ٤٥ نقطة، طبقاً لمؤشر المعرفة العالمي لعام ٢٠٢٠، حيث حصلت على المركز ٨٣ بإجمالي ٥٧,٢ نقطة في محور التعليم قبل الجامعي، و المركز ٨٠ بإجمالي ٤٧,٦ نقطة في محور التعليم التقني والتدريب المهني، و المركز ٤٢ بإجمالي ٤٥,٦ نقطة في محور التعليم

العالي، و المركز ٧٤ بإجمالي ١٩,٩ نقطة في محور البحث والتطوير والابتكار، والمركز ٧٤ بإجمالي ٥٢,٤ في محور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والمركز ٦٦ بإجمالي ٤١,٨ في محور الاقتصاد، والمركز ٩٢ بإجمالي ٥٣,٤ في محور البيانات التمكنية. (مؤشر المعرفة العالمي، ٢٠٢٠). إلا أن ترتيب مصر تراجع للمركز ٩٥ من إجمالي ١٣٢ دولة بمجموع نقاط ٤٠,٥ نقطة، طبقاً لمؤشر المعرفة العالمي لعام ٢٠٢٢، حيث حصلت على المركز ٧٩ بإجمالي ٥٦,٠ نقطة في محور التعليم قبل الجامعي، و المركز ٨١ بإجمالي ٥٠,٢ نقطة في محور التعليم التقني والتدريب المهني، و المركز ٩٥ بإجمالي ٣٨,٢ نقطة في محور التعليم العالي، و المركز ٩٩ بإجمالي ١٩,٥ نقطة في محور البحث والتطوير والابتكار، والمركز ٨٥ بإجمالي ٣٧,٩ في محور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والمركز ٨٩ بإجمالي ٤٦,٢ في محور الاقتصاد، والمركز ١١٢ بإجمالي ٤٢,٦ في محور البيانات التمكنية. (Global Knowledge Index, ٢٠٢٢)).

وطبقاً لإحصائيات UNCTAD من حيث كل من الصادرات الإبداعية المصرية، والواردات الإبداعية المصرية بالمليون دولار أمريكي، وهو المقياس المستخدم في البحث الحالي، يوضح الجدول التالي إجمالي الصادرات الإبداعية المصرية وصادرات كل بند من البنود السبعة للمؤشر، وإجمالي الواردات الإبداعية المصرية وواردات كل بند من البنود السبعة للمؤشر بالمليون دولار أمريكي من عام ٢٠٠٢ وحتى عام ٢٠٢١:

جدول (1)

الصادرات الإبداعية المصرية والواردات الإبداعية المصرية من 2002 حتى 2021 - بالمليون دولار أمريكي

الصادرات الإبداعية المصرية																			السنة المنتج	
2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003		2002
839	763	679	805	820	889	1000	1103	1125	1144	1153	1075	1047	595	218	116	65	102	48	152	كل الصادرات الإبداعية
255	297	247	352	378	400	537	581	579	572	627	535	466	243	6	5	6	5	4	8	الحرف الفنية
2	-	-	-	-	-	-	-	1	2	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	المسحيات والبصريات
548	423	420	439	429	470	440	503	517	542	502	519	559	276	205	102	51	90	35	133	التصميمات
3	3	1	1	3	1	2	1	1	1	2	2	1	55	-	-	-	-	-	-	الوسائط الحديثة
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الفنون الأدائية
17	13	12	13	10	18	20	18	26	27	20	18	20	20	3	4	5	4	7	8	المطبوعات
14	33	1	-	-	-	1	1	1	-	1	1	-	-	2	5	3	3	2	3	الفنون البصرية
الواردات الإبداعية المصرية																				
889	698	878	930	633	673	832	676	683	676	642	818	642	588	230	214	196	189	167	205	كل الواردات الإبداعية
170	172	231	230	182	183	195	126	126	141	131	91	99	75	29	23	24	13	12	18	الحرف الفنية
9	5	16	124	58	17	19	23	30	26	39	31	49	56	1	1	6	1	3	1	المسحيات والبصريات
597	385	449	405	260	304	440	333	304	300	260	340	255	216	100	101	77	61	49	68	التصميمات
33	52	45	38	21	26	29	28	30	40	43	39	44	43	6	15	19	21	16	11	الوسائط الحديثة
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	الفنون الأدائية
72	74	122	120	100	129	130	151	153	154	153	302	182	181	73	64	63	85	82	101	المطبوعات
7	9	12	11	10	12	16	12	38	13	15	15	11	15	20	8	8	7	4	5	الفنون البصرية

المصدر: UNCTAD, February, 2023

يتضح من الجدول السابق أن هناك شيء من القصور في نسبة الصادرات الإبداعية المصرية مقارنة بالواردات الإبداعية المصرية، وخاصة في بنود السمعيات والبصريات، والوسائط الحديثة، والفنون الأدائية. مما يمثل مشكلة لا تتوافق مع اهتمامات رؤية مصر ٢٠٣٠ من دعم الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية، كمصدر قوة للاقتصاد القومي وقوة فعالة لتحقيق التنمية وأساساً لقوة مصر الناعمة إقليمياً ودولياً.

وبصفة عامة، وبأخذ المؤشرات الثلاثة محل الاعتبار، وهي مؤشر UNCTAD ومؤشر المعرفة العالمي، ومؤشر الابتكار العالمي، يظهر شيء من القصور في مجال الاقتصاد الإبداعي المصري، إلا أن الحكم النهائي بوجود هذا القصور يمكن الحكم عليه بعد إجراء تحليل البيانات ومناقشة النتائج.

ومن ثم يجيب البحث عن التساؤلات التالية:

- ١- هل يوجد قصور في الوضع الراهن للصادرات والواردات لكل بند من بنود الاقتصاد الإبداعي المصري؟
- ٢- ما هو مستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري؟

ثالثاً: أهداف البحث: The research objectives

تهدف الباحثة من إجراء البحث الحالي إلى:

- ١- إجراء مراجعة للأدبيات بشأن الاقتصاد الإبداعي بشكل عام، والاقتصاد الإبداعي المصري بشكل خاص.
- ٢- دراسة واقع الاقتصاد الإبداعي المصري من خلال تحليل مؤشرات كل بند من بنود صادرات وواردات الاقتصاد الإبداعي المصري بشكل تفصيلي.
- ٣- التنبؤ بمستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري من خلال تحليل السلاسل الزمنية لإجمالي صادرات مصر الإبداعية وواردات مصر الإبداعية.
- ٤- الخروج بمجموعة من التوصيات تفيد في دعم الاقتصاد الإبداعي المصري.

رابعاً: أهمية البحث: The research importance

تكمن أهمية البحث الحالي في كونه يعد محاولة لإثراء المكتبة العربية في مجال الاقتصاد الإبداعي وخاصة الاقتصاد الإبداعي المصري، حيث أن هناك ندرة في الأبحاث العلمية وخاصة التي تحلل بيانات الاقتصاد الإبداعي المصري، وذلك على الرغم من أهمية الموضوع، واهتمام الدولة المصرية بدعم الاقتصاد الإبداعي طبقاً لرؤية ٢٠٣٠.

خامساً: منهج البحث:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي الكمي Quantitative Descriptive Method، حيث يعرف المنهج الوصفي على أنه أسلوب لوصف الظواهر المدروسة وتصويرها عن طريق جمع البيانات عن هذه الظواهر وإخضاعها للدراسة الدقيقة. إن للمنهج الوصفي أربع معلمات هي: هدف البحث والمتمثل في دراسة ظاهرة واقعية، والمنهجية العامة التحليلية أي المرتكزة على التحليل الدقيق للظاهرة، وعدم التحكم في محيط البحث أي جمع البيانات دون أي تلاعب فالباحث لا يتدخل في محيط البحث، وأخيراً الوضوح في إجراءات جمع البيانات وذلك من خلال الإفصاح الكامل عن مصادر البيانات وأدوات جمع البيانات والمشكلات التي واجهت الباحث أثناء جمع البيانات (Nassaji, ٢٠١٥). ومن الزاوية الكمية، يعتمد البحث الكمي على بيانات يمكن قياسها كمياً، وإخضاعها للتحليلات الإحصائية المناسبة وذلك لاختبار النظريات. فالبحث الكمي بحث استنباطي Deductive research بشكل أساسي إلا أنه يدرس أيضاً بعض الظواهر الواقعية (عواد، ٢٠١٩: ٣٠).

وفي ضوء المنهج الوصفي الكمي اعتمدت الباحثة على التحليلات التالية:

- ١- تحليل مؤشرات الصادرات والواردات الإبداعية لكل بند من بنود الاقتصاد الإبداعي المصري: وذلك من خلال العرض الرقمي والعرض البياني لكل مؤشر من مؤشرات النود السبعة للاقتصاد الإبداعي المصري من حيث الصادرات والواردات معاً، في شكل جدول واحد وشكل بياني واحد لكل بند.
- ٢- تحليل السلاسل الزمنية لإجمالي الصادرات والواردات الإبداعية المصرية: وذلك من خلال إجراء تحليل لسلسلتين زمنيتين إحداهما لإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٠٢ إلى عام ٢٠٢١، والأخرى لإجمالي الواردات الإبداعية المصرية عن نفس الفترة، وقد صاحب ذلك التنبؤ بإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية حتى عام ٢٠٣٠، والتنبؤ بإجمالي الواردات الإبداعية المصرية حتى عام ٢٠٣٠.

سادساً: تحليل البيانات ومناقشة النتائج: Data analysis and results discussion

تقوم الباحثة هنا بتحليل مؤشرات الصادرات والواردات الإبداعية لكل بند من بنود الاقتصاد الإبداعي المصري، وذلك لدراسة واقع الاقتصاد الإبداعي المصري، ثم تنتقل لتحليل السلاسل الزمنية لإجمالي الصادرات والواردات الإبداعية المصرية، وذلك للتنبؤ بمستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري حتى عام ٢٠٣٠:

١- تحليل مؤشرات الصادرات والواردات الإبداعية لكل بند من بنود الاقتصاد الإبداعي المصري:

تم استعراض بيانات الاقتصاد الإبداعي المصري وفقاً لموقع UNCTAD عند استعراض مشكلة البحث، وتقوم الباحثة هنا بتحليل مؤشرات الصادرات والواردات الإبداعية لكل مؤشر من المؤشرات السبعة للاقتصاد الإبداعي المصري (الحرف الفنية، السمعيات والبصريات، التصميمات، الوسائط الحديثة، الفنون الأدائية، المطبوعات، الفنون البصرية). وذلك على النحو التالي:

أ- العرض الرقمي لكل مؤشر من مؤشرات البنود السبعة للاقتصاد الإبداعي المصري من حيث الصادرات والواردات معاً، في شكل جدول واحد لكل بند.
ب- العرض البياني لكل مؤشر من مؤشرات البنود السبعة للاقتصاد الإبداعي المصري من حيث الصادرات والواردات معاً، في شكل بياني واحد باستخدام برنامج EXCEL.

وهو ما توضحه الجداول والأشكال البيانية التالية:

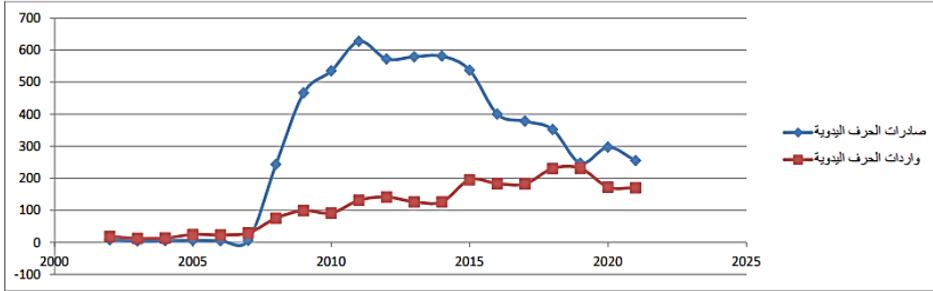
أ- العرض الرقمي والبياني لمؤشر الحرف الفنية المصرية من حيث الصادرات والواردات:

جدول (2)

العرض الرقمي لمؤشر الحرف الفنية

السنوات		الصادرات والواردات	صادرات الحرف الفنية	واردات الحرف الفنية															
2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
255	297	247	352	378	400	537	581	579	572	627	535	466	243	6	5	6	5	4	8
170	172	231	230	182	183	195	126	126	141	131	91	99	75	29	23	24	13	12	18

أما العرض البياني لمؤشر الحرف اليدوية فيوضحه الشكل التالي:



شكل (1)

العرض البياني لمؤشر الحرف الفنية

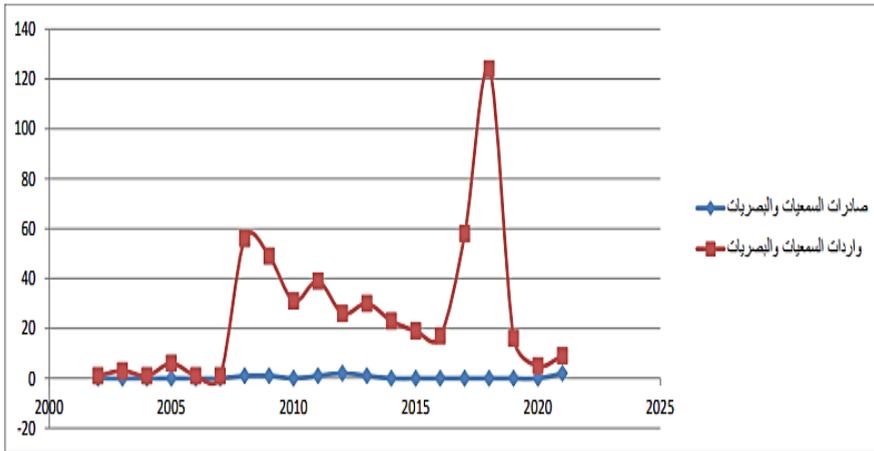
ب- العرض الرقمي والبياني لمؤشر السمعيات والبصريات المصرية من حيث الصادرات والواردات:

جدول (3)

العرض الرقمي لمؤشر السمعيات والبصريات

السنوات		الصادرات والواردات																		
2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	
2	-	-	-	-	-	-	-	1	2	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	
9	5	16	124	58	17	19	23	30	26	39	31	49	56	1	1	6	1	3	1	
الصادرات والبصريات		واردات السمعيات والبصريات																		

أما العرض البياني لمؤشر السمعيات والبصريات فيوضحه الشكل التالي:



شكل (2)

العرض البياني لمؤشر السمعيات والبصريات

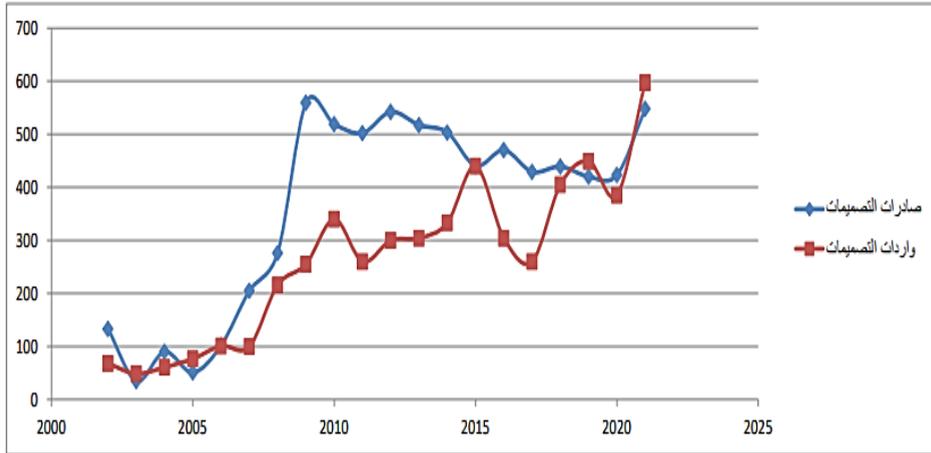
ج- العرض الرقمي والبياني لمؤشر التصميمات المصرية من حيث الصادرات والواردات:

جدول (4)

العرض الرقمي لمؤشر التصميمات

السنوات		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
الصادرات	والواردات	548	423	420	439	429	470	440	503	517	542	502	519	559	276	205	102	51	90	35	133
الصادرات	التصميمات	597	385	449	405	260	304	440	333	304	300	260	340	255	216	100	101	77	61	49	68

أما العرض البياني لمؤشر التصميمات فيوضحه الشكل التالي:



شكل (3)

العرض البياني لمؤشر التصميمات

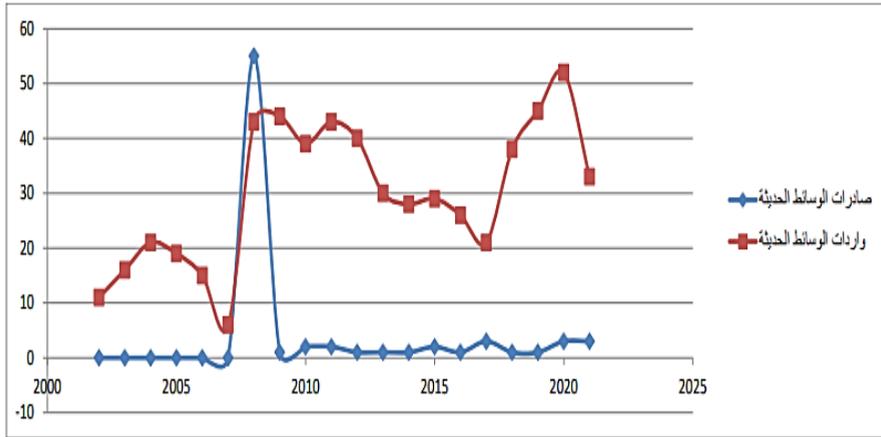
د- العرض الرقمي والبياني لمؤشر الوسائط الحديثة المصرية من حيث الصادرات والواردات:

جدول (5)

العرض الرقمي لمؤشر الوسائط الحديثة

السنوات		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
الصادرات والواردات	الوسائط الحديثة	3	3	1	1	3	1	2	1	1	1	2	2	1	55	-	-	-	-	-	-
الوسائط الحديثة	الواردات	33	52	45	38	21	26	29	28	30	40	43	39	44	43	6	15	19	21	16	11

أما العرض البياني لمؤشر الوسائط الحديثة فيوضحه الشكل التالي:



شكل (4)

العرض البياني لمؤشر الوسائط الحديثة

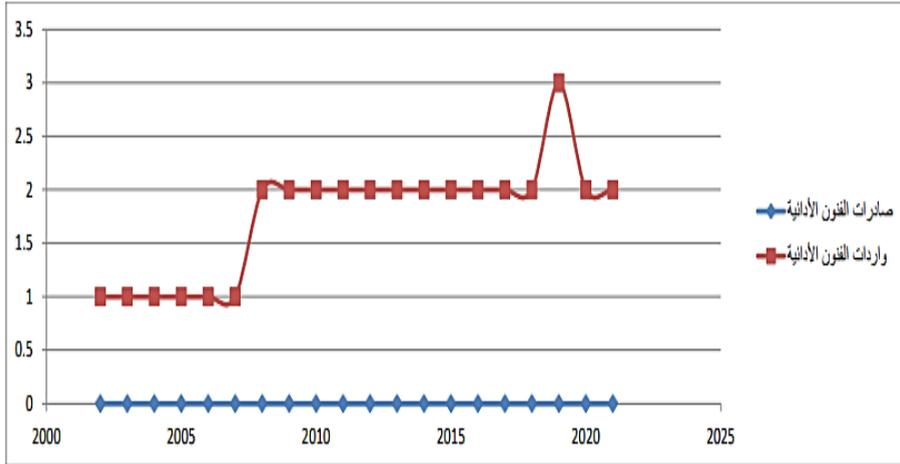
٥- العرض الرقمي والبياني لمؤشر الفنون الأدائية المصرية من حيث الصادرات والواردات:

جدول (6)

العرض الرقمي لمؤشر الفنون الأدائية

السنوات	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	
الصادرات والواردات	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
صادرات الفنون الأدائية	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
واردات الفنون الأدائية	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1

أما العرض البياني لمؤشر الفنون الأدائية فيوضحه الشكل التالي:



شكل (5)

العرض البياني لمؤشر الفنون الأدائية

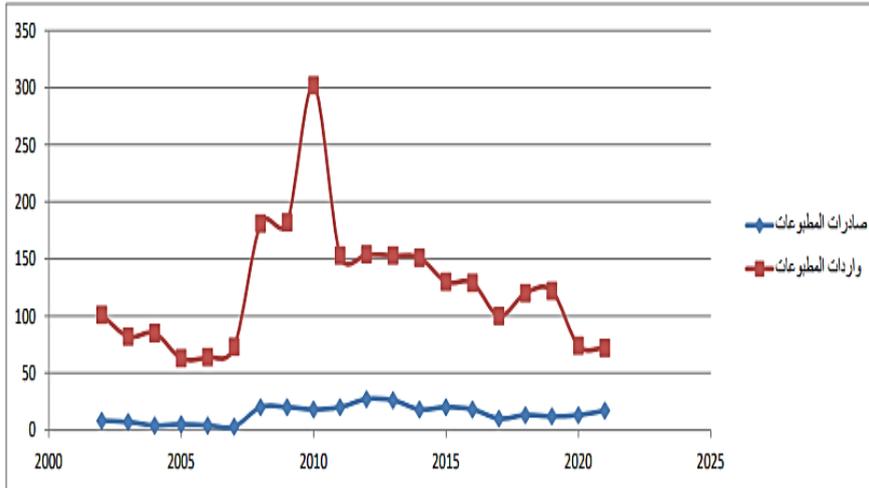
و- العرض الرقمي والبياني لمؤشر المطبوعات المصرية من حيث الصادرات والواردات:

جدول (7)

العرض الرقمي لمؤشر المطبوعات

السنوات	الصادرات والواردات	الصادرات المطبوعات	واردات المطبوعات
2021		17	72
2020		13	74
2019		12	122
2018		13	120
2017		10	100
2016		18	129
2015		20	130
2014		18	151
2013		26	153
2012		27	154
2011		20	153
2010		18	302
2009		20	182
2008		20	181
2007		3	73
2006		4	64
2005		5	63
2004		4	85
2003		7	82
2002		8	101

أما العرض البياني لمؤشر المطبوعات فيوضحه الشكل التالي:



شكل (6)

العرض البياني لمؤشر المطبوعات

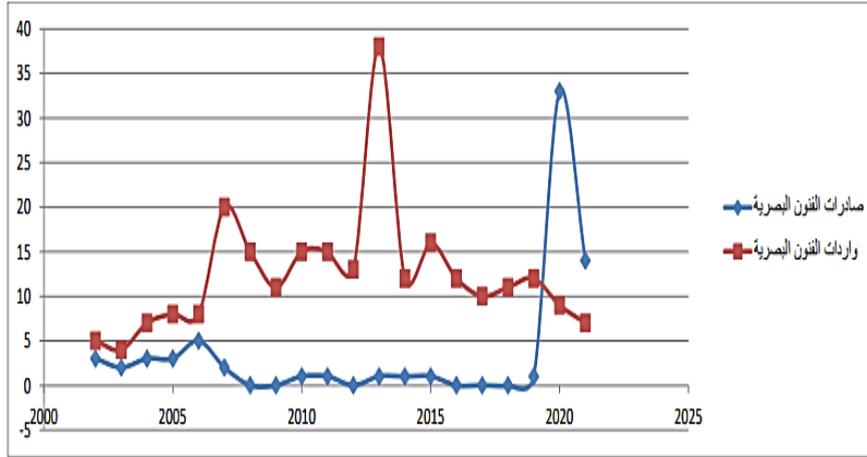
ز - العرض الرقمي والبياني لمؤشر الفنون البصرية المصرية من حيث الصادرات والواردات:

جدول (8)

العرض الرقمي لمؤشر الفنون البصرية

السنوات	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	
الصادرات والواردات																					
صادرات الفنون البصرية	14	33	1	-	-	-	1	1	1	-	1	1	-	-	2	5	3	3	2	3	
واردات الفنون البصرية	7	9	12	11	10	12	16	12	38	13	15	15	11	15	20	8	8	7	4	5	

أما العرض البياني لمؤشر الفنون البصرية فيوضحه الشكل التالي:



شكل (7)

العرض البياني لمؤشر الفنون البصرية

وبتقييم البنود سالفة الذكر، نرى أن:

أ- أهم بند من بنود الصناعات الإبداعية المصرية هو الحرف الفنية أو الحرف اليدوية، والذي يشمل السجاد والخوص والغزل والأدوات الورقية وغيرها من الحرف التراثية المصرية. حيث أنه القطاع صاحب أكبر رقم بالنسبة لإجمالي الصناعات الإبداعية، حيث أصبحت صادرات مصر في هذا القطاع أكبر من وارداتها منذ عام ٢٠٠٨ وحتى عام ٢٠٢١. وهو القطاع الذي يمكن لمصر أن تحقق فيه ميزة تنافسية، وذلك لأن مصر تتمتع بميزة تنافسية فرعونية وإسلامية وقبطية، ولكون هذا القطاع كثيف العمالة، ومن ثم فسوف يستوعب عدد كبير من الشباب، مما يؤدي إلى انخفاض البطالة. جدير بالذكر أن هذا القطاع هو قطاع يستوعب عمالة واعدة للغاية، حيث أنه قطاع راسخ تاريخياً وواسع النطاق، ولديه إمكانيات عالية للتصدير. إلا أن هذه الصناعة تعتمد بشكل رئيسي على السياحة، حيث أن أكثر من ٨٠٪ من المبيعات تخص سائحين متجهين إلى الخارج، بينما يشكل السكان المحليون نحو ١٦٪ فقط من مبيعات الحرف اليدوية. وعلى الرغم من أن معظم الوظائف التي تم انشاؤها في قطاع الحرف اليدوية غير رسمية، إلا أن مجلس التصدير المصري قدر أن القطاع يعمل به نحو ٢ مليون شخص معظمهم من النساء في المناطق الريفية أو المعزولة. ويتمثل أهم اللاعبين الرئيسيين في هذا القطاع في الحرفيين والمصممين والتجار (MED- Culture, TDMEP, ٢٠١٨; ٢٠١٨).

ب- أما بند السمعيات والبصريات، والتي تشمل الأفلام والسدييات والشرائط المسجلة، فصادرات مصر منها محدودة للغاية، وكانت أيضاً وارداتها منها محدودة حتى عام ٢٠٠٧، إلا أن ما بعد ٢٠٠٧ شهد ارتفاعاً كبيراً في واردات مصر في هذا المجال وذلك حتى عام ٢٠١٨، وقد بدأت الواردات في الانحسار مرة أخرى منذ ٢٠١٩ وحتى ٢٠٢١.

ج- أما بند التصميمات فيعتبر هو التالي لقطاع الحرف الفنية أو اليدوية من حيث الأهمية النسبية، إلا أنه متذبذب وليس ثابتاً، ولكن يمكن القول أنه في المجمل فإن صادراتنا أكبر من وارداتنا في هذا القطاع. ومن صناعات قطاع التصميمات

الهندسة المعمارية، إن قطاع الهندسة المعمارية به أكثر من ١٠٠٠٠٠ مهندس معماري بزيادة سنوية نحو ٦٠٠٠ وافد جديد للقطاع (Elhariri, ٢٠١٧). ومن ضمن قطاع التصميمات أيضًا الموضة والأدوات الزجاجية.

د- بالنسبة لبند الوسائط الحديثة، والتي تشمل الوسائط المسجلة وألعاب الفيديو، فإن واردات مصر منها على الدوام أكبر من صادراتها، باستثناء عام واحد وهو عام ٢٠٠٨ والذي قدرت فيه صادرات مصر ب ٥٥ مليون دولار أمريكي، في حين قدرت واردات مصر في نفس السنة ب ٤٣ مليون دولار أمريكي.

هـ- وبشأن بند الفنون الأدائية، والتي تشمل الأدوات الموسيقية والموسيقى المطبوعة، فيتضح أن صادرات مصر الإبداعية منها صفر على مدى طول السلسلة الزمنية، وواردات مصر بشأن الفنون الأدائية أيضًا ضئيل بطول السلسلة الزمنية، حيث يتراوح بين مليون و ٣ مليون دولار أمريكي فقط سنويًا.

و- أما بند المطبوعات، والذي يشمل الكتب والجرائد وغيرها. فعلى الرغم من أن واردات مصر أكبر من صادراتها في هذا القطاع، إلا أن مصر تحتل المركز الثالث بين الدول العربية في هذا الشأن، بعد دولة الإمارات العربية المتحدة ودولة لبنان، ويأتي بعد مصر المملكة العربية السعودية، والمغرب (زيدان، ٢٠٢٢)، وهذا يشير إلى أن شيء من الاهتمام بهذا القطاع، يمكن أن يؤدي إلى طفرة في صادرات مصر وتحسين مركزها بين الدول في هذا الشأن.

ز- وأخيرًا بخصوص بند الفنون البصرية، والذي يشمل التحف والرسومات والتصوير والنحت. فعلى الرغم من أن صادرات مصر الإبداعية منها ضئيلة منذ ٢٠٠٢ وحتى ٢٠١٩، إلا أنها بدأت في التحسن، بل وتجاوزت وارداتها في هذا القطاع، خلال عامي ٢٠٢٠، و ٢٠٢١. ولعل هذا يشير إلى بداية تحسن في هذا القطاع خلال السنوات الأخيرة.

٢ - تحليل السلاسل الزمنية لإجمالي الصادرات والواردات الإبداعية المصرية:

تم الاستعانة بالمجموعة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Science (SPSS, Version ٢٦) لتحليل السلاسل الزمنية Time Series Analysis. والسلسلة الزمنية هي عبارة عن مجموعة من القيم لمتغير ما واردة حسب ترتيب وقوعها في لحظات زمنية محددة. وفي العادة، فإن اللحظات الزمنية تكون على فترات زمنية متساوية، كالشهر أو ربع السنة أو نصف السنة أو السنة (Bancroft & Sullivan, ١٩٨١; Curwin & Slater, ٢٠٠٢). وفي البحث الحالي فإن تحليل السلاسل الزمنية سيبنى على فترات سنوية.

وقد أجرت الباحثة تحليل لسلسلتين زمنيتين إحداهما لإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٠٢ إلى عام ٢٠٢١، والأخرى لإجمالي الواردات الإبداعية المصرية عن نفس الفترة، وذلك باستخدام طريقة النموذج الخبير Expert modeler method، وهذه الطريقة تأخذ بشكل تلقائي أفضل نموذج أو جودة توفيق للمتغير التابع (إجمالي الصادرات الإبداعية المصرية أو إجمالي الواردات الإبداعية المصرية). إن طريقة النموذج الخبير تأخذ في الاعتبار كل من طريقة التمهيد الأسّي Exponential smoothing method والتي تتسم بقدرتها على معالجة الاتجاهات المتحيزة والموسمية إن وجدت، وطريقة ARIMA أو نموذج الانحدار الذاتي المتكامل والمتوسط المتحرك Autoregressive integrated moving model، وهي من أشهر طرق التنبؤ بالسلاسل الزمنية. وبرغم ذلك، فإن طريقة النموذج الخبير تمتاز عن طريقة ARIMA بقدرتها على التعامل مع القيم الشاذة Outliers (Box & Jenkins, ١٩٧٦).

وقد صاحب ذلك التنبؤ بإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية حتى عام ٢٠٣٠، والتنبؤ بإجمالي الواردات الإبداعية المصرية حتى عام ٢٠٣٠. حيث قامت الباحثة بما يلي:

أ- التمثيل البياني للسلسلة الزمنية Graphical Presentation of the Time Series، والذي شمل التمثيل البياني للقيم الفعلية Observed لكل من إجمالي

الصادرات الإبداعية المصرية وإجمالي الواردات الإبداعية المصرية وذلك عن الفترة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٢١، بجانب التمثيل البياني للقيم المتنبأ بها Forecast مصحوبة بالحدود العليا للقيم المتنبأ بها Upper control unit (UCL) والحدود الدنيا للقيم المتنبأ بها Lower control unit (LCT) لإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية وإجمالي الواردات الإبداعية المصرية. وذلك عن الفترة من ٢٠٢١ إلى عام ٢٠٣٠.

ب- التنبؤ الرقمي / العددي Numerical Forecasting بإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية وإجمالي الواردات الإبداعية المصرية مصحوبًا بالتنبؤ الرقمي / العددي للحدود العليا للقيم المتنبأ بها والحدود الدنيا للقيم المتنبأ بها لإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية وإجمالي الواردات الإبداعية المصرية خلال الفترة من ٢٠٢٢ إلى ٢٠٣٠.

ولا شك أن فعالية أو قدرة أي سلسلة زمنية على التنبؤ بدقة تقتزن باختبار معنوية هذه السلسلة الزمنية، والذي يتم باستخدام اختبار Ljung-Box وهو نوع من الاختبارات الإحصائية شائع في الاقتصاد القياسي، وتحليل السلاسل الزمنية. ويستخدم لمعرفة ما إذا كانت أي مجموعة من الارتباطات الداخلية للبيانات في سلسلة زمنية مختلفة عن الصفر، وبالتالي فهو كاختبار متنقل Portmanteau test يقيس فعالية قدرة السلسلة الزمنية على التنبؤ (Ljung & Box, ١٩٧٨).

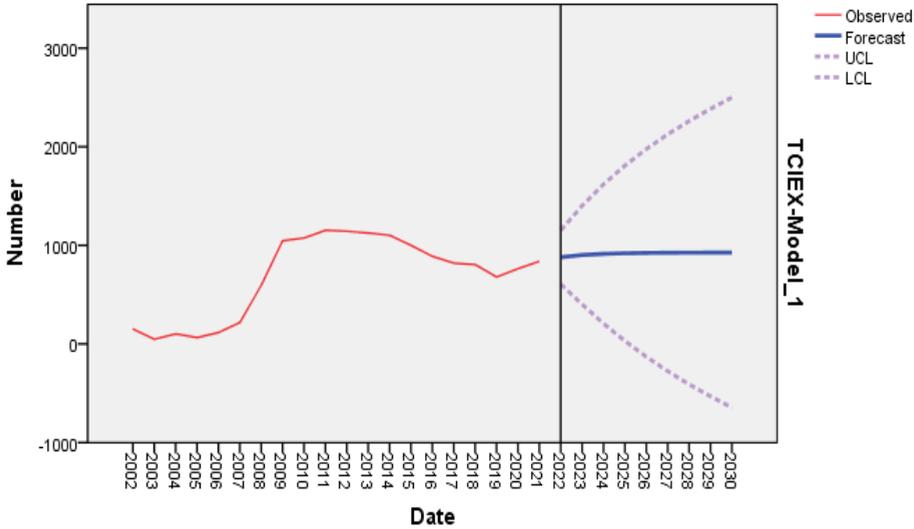
كما يقتزن تحليل السلاسل الزمنية في حالة معنويتها بحساب معامل التحديد المستقر/ غير المتحرك Stationary R-Squared ، وهو مقياس يقارن الجزء المستقر أو غير المتحرك من نموذج المتوسط البسيط. ويفضل استخدام معامل التحديد المستقر/ غير المتحرك عن استخدام معامل التحديد العادي عندما يكون هناك اتجاه أو نمط موسمي في السلسلة الزمنية. إن معامل التحديد المستقر/ غير المتحرك قد يكون موجبًا وقد يكون أيضًا سالبًا في نطاق من سالب مالانهاية إلى الواحد الصحيح. (Cerqueira, Torgo, Smailovic, and Mozetic, ٢٠١٧).

وفي حالة عدم معنوية السلسلة الزمنية، فإنها تعطي فقط مؤشرًا عن اتجاه السلسلة الزمنية مستقبلاً.

وتوضح الباحثة فيما يلي تحليل السلاسل الزمنية لإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية مقترناً بالتنبؤ عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠، وكذلك تحليل السلاسل الزمنية لإجمالي الواردات الإبداعية المصرية مقترناً بالتنبؤ عن نفس الفترة.

أ- السلسلة الزمنية للتنبؤ بالصادرات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠:

يوضح الشكل التالي السلسلة الزمنية للتنبؤ بالصادرات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠:



شكل (٨)

السلسلة الزمنية للتنبؤ بالصادرات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠

ولمزيد من التوضيح، يفسر الجدول التالي القيم التنبؤية والعليا والدنيا للتنبؤ بالصادرات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠:

جدول (9)

القيم التنبؤية والعليا والدنيا للتنبؤ بالصادرات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام 2022 إلى عام 2030

بالمليون دولار الأمريكي

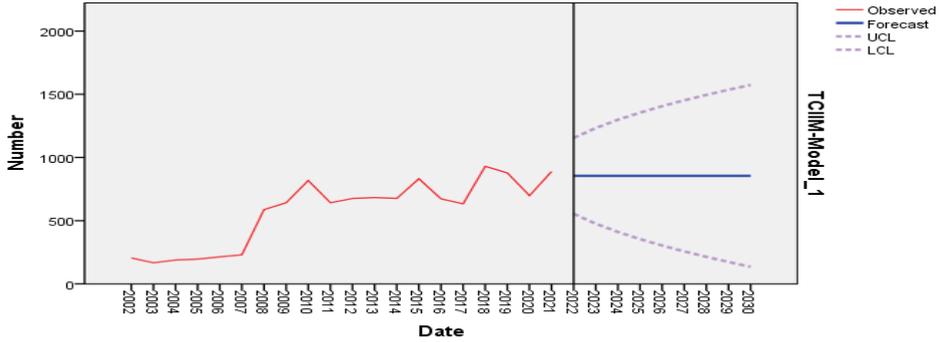
2030	2029	2028	2027	2026	2025	2024	2023	2022	السنة النموذج
927	927	926	925	924	920	914	902	880	التنبؤ
2500	2385	2262	2127	1977	1810	1620	1403	1153	القيم العليا
-645	-531	-409	-276	-130	30	207	401	607	القيم الدنيا

وقد بلغت قيمة اختبار Ljung-Box ٩,٩٦٠ بدرجات حرية ١٧ ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ١٠٪ ، بما يعكس عدم إمكانية استخدام السلسلة الزمنية في التنبؤ بدقة بمستقبل إجمالي الصادرات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠ .

وبرغم ذلك، فإن السلسلة الزمنية تعطي مؤشراً عن إجمالي الصادرات الإبداعية المصرية حتى عام ٢٠٣٠، خاصة أن معامل التحديد غير المتحرك أو الثابت = ٢٥,٩٪ ، وكما هو واضح من أرقام التنبؤ فهناك زيادات محتملة طفيفة خلال الفترة من ٢٠٢٢ (٨٨٠ مليون دولار أمريكي) إلى عام ٢٠٢٦ (٩٢٤ مليون دولار أمريكي)، يلي ذلك شبه ثبات خلال الفترة من ٢٠٢٧ (٩٢٥ مليون دولار أمريكي) إلى عام ٢٠٣٠ (٩٢٧ مليون دولار أمريكي). هذا بجانب توالي ارتفاع الحدود العليا للقيم المتنبأ بها وتوالي انخفاض الحدود الدنيا للقيم المتنبأ بها لإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية خلال هذه الفترة.

ب- السلسلة الزمنية للتنبؤ بالواردات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠:

يوضح الشكل التالي السلسلة الزمنية للتنبؤ بالواردت الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠:



شكل (٩)

السلسلة الزمنية للتنبؤ بالواردات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠

ولمزيد من التوضيح، يفسر الجدول التالي القيم التنبؤية والعليا والدنيا للتنبؤ بالواردات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠:

جدول (١٠)

القيم التنبؤية والعليا والدنيا للتنبؤ بالواردات الإبداعية المصرية حتى عام ٢٠٣٠ بالمليون دولار الأمريكي

السنة	٢٠٢٢	٢٠٢٣	٢٠٢٤	٢٠٢٥	٢٠٢٦	٢٠٢٧	٢٠٢٨	٢٠٢٩	٢٠٣٠
النموذج	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥
التنبؤ	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥	٨٥٥
القيم العليا	١١٥٤	١٢٣٣	١٢٩٨	١٣٥٥	١٤٠٦	١٤٥٢	١٤٩٥	١٥٣٦	١٥٧٤
القيم الدنيا	٥٥٥	٤٧٦	٤١١	٣٥٤	٣٠٤	٢٥٧	٢١٤	١٧٣	١٣٥

وقد بلغت قيمة اختبار Ljung-Box $٦,٠٧٣$ بدرجات حرية ١٧ ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ١٠٪ ، بما يعكس عدم إمكانية استخدام السلسلة

الزمنية في التنبؤ بدقة بمستقبل إجمالي الواردات الإبداعية المصرية عن الفترة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٣٠.

وبرغم ذلك، فإن السلسلة الزمنية تعطي مؤشراً عن إجمالي الواردات الإبداعية المصرية حتى عام ٢٠٣٠ شبه مستقرة كقيم متنبأ بها عند ٨٥٥ مليون دولار أمريكي وهذا في ظل معامل تحديد متحرك/ غير مستقر = (-١٧٪)، مع توالي ارتفاع الحدود العليا للقيم المتنبأ بها وتوالي انخفاض الحدود الدنيا للقيم المتنبأ بها لإجمالي الواردات الإبداعية المصرية خلال هذه الفترة.

يتضح مما سبق، أنه بمقارنة أرقام التنبؤ لعام ٢٠٣٠ بالنسبة لأرقام عام ٢٠٢١ – وهي آخر سنة للقيم الفعلية للسلسلة الزمنية – وبرغم أن التنبؤات غير ذات دلالة إحصائية، فإن هناك تحسن ملحوظ في إجمالي الصادرات الإبداعية المصرية وذلك بارتفاعها من ٨٣٩ مليون دولار أمريكي عام ٢٠٢١ إلى ٩٢٧ مليون دولار أمريكي عام ٢٠٣٠، كما أن هناك تحسن نسبي في إجمالي الواردات الإبداعية المصرية من ٨٨٩ مليون دولار أمريكي عام ٢٠٢١ إلى ٨٥٥ مليون دولار أمريكي عام ٢٠٣٠. ولعل ما يفسر ذلك هو الجهود المصرية في مجال دعم الاقتصاد الإبداعي، والتي أشارت إليها الباحثة عند مراجعة الأدبيات.

ولكن وبالنظر إلى عام ٢٠٣٠، والذي أشارت التنبؤات فيه – برغم كونها غير ذات دلالة إحصائية – إلى أن إجمالي الصادرات الإبداعية المصرية ٩٢٧ مليون دولار أمريكي، في حين أن إجمالي الواردات الإبداعية المصرية ٨٥٥ مليون دولار أمريكي بقارق ٧٢ مليون دولار أمريكي، فإن هذا وإن كان يبدو مقبولاً إلا أنه لا يتماشى إلى حد ما مع رؤية مصر ٢٠٣٠ لهذا القطاع والتي أوضحتها الباحثة أيضاً في مقدمة البحث، والتي تؤكد على دعم الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية، والاستفادة من الصناعات الثقافية والإبداعية باعتبارها ميزة تنافسية أساسية تمتلكها ولا نستخدمها بالقدر المناسب، مما يشير إلى ضرورة بذل المزيد من الجهد لدعم الاقتصاد الإبداعي المصري.

سابعاً: التوصيات: Recommendations

تقدم الباحثة فيما يلي مجموعة من التوصيات تساهم في دعم الاقتصاد الإبداعي المصري، وذلك على النحو التالي:

١- تفعيل مبادرات تعزيز الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية التي بدأتها الدولة المصرية: وذلك من خلال:

أ- متابعة تنفيذ تلك المبادرات، والاهتمام بتحقيق مؤشرات الأداء وأهداف كل مبادرة.
ب- تشجيع كل المساهمين في تنفيذ تلك المبادرات.

٢- الاهتمام بالحرف الفنية بصفة خاصة، لأنها من أقوى قطاعات الاقتصاد الإبداعي المصري: وذلك من خلال:

أ- الاهتمام بالتدريب على الحرف الفنية، وتنمية مهارات الشباب بها.
ب- تقديم منح وحوافز لتشجيع التصدير في مجال الحرف الفنية.
٣- إنشاء هيئة متخصصة مسؤولة عن الصناعات الإبداعية، وتكون مسئوليتها ما يلي:

أ- تنسيق وتنفيذ استراتيجيات الصناعات الإبداعية.
ب- تشجيع التعاون بين جميع الجهات الفاعلة كلاعبين أساسيين من أفراد وهيئات ووزارات وجهات خاصة.

ج- التعزيز من عملية التخطيط الاستراتيجي للصناعات الإبداعية.
د- رسم خريطة للوضع الراهن من حيث الفاعلين الرئيسيين وقدراتهم وإمكاناتهم المتاحة واحتياجاتهم المستقبلية والعقبات التي تواجههم وكيفية التصدي لها.
هـ- العمل على تحسين جودة الصناعات الإبداعية وجعلها قادرة على دخول الأسواق العالمية.

و- العمل على تنمية الموهوبين والمبدعين ليكونوا قوة ضاربة لمصر في مجال الصناعات الإبداعية.

ز- حماية وتعزيز التراث المصري بروافده المختلفة.

٤ - خلق بيئة عمل ممكنة للعمل الإبداعي: وذلك من خلال:

- أ- تبني سياسات هادفة لمعالجة سمة عشوائية الصناعات الإبداعية.
- ب- تشجيع كون تلك الصناعات منظمة بدرجة أكبر، وذلك لجعل عمال الصناعات الإبداعية أكثر مرونة.
- ج- تعزيز قدرات القوى العاملة من خلال التدريب المهني وإنشاء المدارس المتخصصة.
- د- تسهيل إمكانية الوصول إلى مواد خام عالية الجودة وبتكلفة معقولة، وهو أمر ضروري لتحسين جودة الصناعات الإبداعية.
- هـ- تشجيع الإبداع والابتكار في التصميمات من أجل تقديم منتجات جديدة.
- و- تعزيز المعرفة بشأن عمليات التصدير وإجراءاتها، وتسهيل إجراءات التصدير للصناعات الإبداعية.
- ز- تشجيع الاستثمار الخاص في مجال الصناعات الإبداعية من خلال توافر حوافز مالية للمستثمرين في هذا المجال.

٥- الاستثمار في البنية التحتية الرقمية: وذلك من خلال اللحاق بالتوجه العالمي في مجال الرقمنة، حيث أصبح هناك حاجة ملحة للاستثمار في البنية التحتية الرقمية، وذلك لأن الغالبية العظمى من المواطنين على مستوى العالم أصبح بإمكانهم استخدام الانترنت، وبالتالي فهناك فائدة مزدوجة لكل من المنتجين والمستهلكين، فالمنتجين يمكنهم تسويق منتجاتهم دوليًا عبر الانترنت بتكلفة أقل من تكلفة دخول الأسواق العالمية بالطريقة التقليدية، والمستهلكين يمكنهم التسوق أيضًا دوليًا عبر الانترنت.

٦- الاستثمار في الصناعات الإبداعية ذات القيمة المضافة العالية: وهي الصناعات الإبداعية كثيفة رأس المال والعمالة معًا، والتي تؤدي لرفع مستويات دخول الشباب، والحد من معدلات الفقر لأن رواتبها متميزة، وفي الوقت ذاته تعمل على الحد من ارتفاع معدلات البطالة، مثل قطاع النشر، وتتميز مصر بتنظيم معرض الكتاب بشكل سنوي، ويجب الاهتمام أيضًا بعقد مبادرات لتشجيع القراءة بين

الشباب والأطفال، والاهتمام بدعم الكتاب والمؤلفين، وعقد مسابقات بينهم، وربطها بجوائز وحوافز للنابعين في هذا المجال.

٧- الاهتمام بصفة خاصة بالفنون الأدائية: وذلك من خلال رعاية الموهوبين فنيًا، والاهتمام بكل تفاصيل صناعة الموسيقى، بداية من اختيار الكلمات للألحان والتوزيع الموسيقي، وحتى التسويق لمنتجات الفنون الأدائية.

ثامناً: حدود البحث وفرص البحوث المستقبلية:

The research limitations and opportunities for future research

نتناول فيما يلي كل من الحدود الموضوعية، والحدود المكانية، والحدود الزمانية، مع تقديم مجموعة من فرص البحوث المستقبلية. وذلك على النحو التالي:

١- الحدود الموضوعية (المتغيرات والمقاييس والأساليب الإحصائية):

تتمثل الحدود الموضوعية للبحث فيما يلي:

أ- تناولت الباحثة موضوع الاقتصاد الإبداعي المصري لدراسة واقعه والتنبؤ بمستقبله. ومن ثم، يمكن إجراء بحوث مستقبلية أخرى تبحث أثر الاقتصاد الإبداعي المصري كمتغير مستقل في متغيرات تابعة مثل التنمية المستدامة أو الحد من البطالة أو ثروة الدولة. أو دراسة الاقتصاد الإبداعي المصري كمتغير تابع من خلال بحث تأثير أحد أو بعض المتغيرات المستقلة فيه مثل الاستثمار الأجنبي المباشر، أو التعليم، أو البنية التحتية، أو دور الإعلام في دعم الحرف اليدوية والفنية وغيرها من أدوات الاقتصاد الإبداعي.

ب- اعتمدت الباحثة على مقياس UNCTAD ، والذي يقيس صادرات وواردات سبعة مؤشرات للاقتصاد الإبداعي، هي الحرف الفنية، والسمعيات والبصريات، والتصميمات، والوسائط الحديثة، والفنون الأدائية، والنشر والطباعة، والفنون البصرية.

ومن ثم، توصي الباحثة بإعادة إجراء الدراسة الحالية بالاعتماد على مقاييس أخرى للاقتصاد الإبداعي مثل مؤشر المعرفة العالمي، أو مؤشر الابتكار العالمي.

٢- الحدود المكانية (الدول محل البحث):

قامت الباحثة بدراسة الاقتصاد الإبداعي بمصر فقط، ومن ثم توصي الباحثة بإجراء بحوث مستقبلية تشمل مجموعة أكبر من الدول أو المناطق مثل دراسة الاقتصاد الإبداعي بالدول العربية، أو بمنطقة الشرق الأوسط، ويمكن أيضًا إجراء دراسة لمقارنة الاقتصاد الإبداعي المصري مع الاقتصاد الإبداعي لدول أخرى مثل دولة الإمارات العربية المتحدة أو المملكة العربية السعودية، حيث تحتل كل منهما مراتب متقدمة عن مصر في كثير من مقاييس الاقتصاد الإبداعي مثل مؤشر المعرفة العالمي ومؤشر الابتكار العالمي، ومن ثم يمكن استعراض الدروس المستفادة من تلك التجارب.

٣- الحدود الزمانية (فترة القياس):

اعتمدت الباحثة على البيانات المتوافرة لمؤشرات الاقتصاد الإبداعي من عام ٢٠٠٢ حتى عام ٢٠٢١، وفقًا لموقع UNCTAD، وهي بيانات ٢٠ سنة، وهي أقل من الحد الأدنى للتنبؤ باستخدام السلاسل الزمنية وهو ٣٠ سنة. ولعل هذا ما انعكس على عدم معنوية السلسلة الزمنية لإجمالي الصادرات الإبداعية المصرية وكذلك السلسلة الزمنية لإجمالي الواردات الإبداعية المصرية. ومن ثم، توصي الباحثة بإعادة اختبار نتائج الدراسة الحالية بعد صدور بيانات لعدة سنوات مقبلة، حتى تطول مدة السلسلة الزمنية، ومن ثم يمكن الاعتماد على نتائج التنبؤ من خلالها.

المراجع

- أبو غازي، عماد (٢٠٢١) آفاق اقتصادية معاصرة – ألوان الاقتصاد، مجلس الوزراء – مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، العدد ١٢، ٥ - ١٢.
- إمبابي، نرمين عبد القادر (٢٠٢٠) التوجهات الدولية لتطوير مفهوم الصناعات الإبداعية وسياساتها وأثرها على مؤسسات المعلومات في المجتمعات العربية: دراسة تحليلية. *المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات*، جامعة القاهرة – كلية الآداب – قسم المكتبات والوثائق والمعلومات، مج ٢، ٤٤، ١٢٦-١٤٥.
- خليل، مروه محمد عبد المجيد وشاهين، شريف كامل (٢٠٢١) الصناعات الثقافية والإبداعية في مصر – أوضاعها ومستقبلها في القرن الحادي والعشرين. *المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات*، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مج ٢، ٤٤، ١-٥٦.
- خورشيد، معتز (٢٠٢١) القوة الناعمة والصناعات الإبداعية والثقافية: المناخ العالمي وفرص مصر. *آفاق اجتماعية*، العدد الأول، ٧٧-٨٦.
- رؤية مصر ٢٠٣٠ – استراتيجية التنمية المستدامة – مصر ٢٠٣٠ – وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري.
- زيدان، أحمد عادل (٢٠٢٢) اقتصاديات الصناعات الثقافية والإبداعية: صناعة النشر نموذجًا. *المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات*، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، ٣ (٧)، ١-٣٠.
- عواد، عمرو محمد أحمد (٢٠١٩). *البحث العلمي*، القاهرة: مطبعة الوسام.
- مؤشر الابتكار العالمي (٢٠٢١) ملخص عملي – الإصدار رقم ١٤ – المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO.
- مؤشر المعرفة العالمي (٢٠٢٠) مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة – برنامج الأمم المتحدة الإنمائي UNDP.

- Afriantari, R. and Harikesa, W. (٢٠٢٠) Industry Revolution ٤.٠: Strengthening the Creative Economy Sectors through BEKRAF Implementation Programs, *Journal Transborders*, Vol. ٣ No. ٢ pp. ٢٨-٤٣.
- Anheier, H. and Isar, Y. (٢٠٠٨) *The Cultural Economy. The Cultures and Globalization Series 2*. London: SAGE Publications.
- Badan Pusat Statistik (BPS) (٢٠١٦) Indonesia, Statistics Indonesia, *Report on Analysis of Classification of Creative Economy Activities in KBLI ٢٠١٥*. Jakarta.
- Bancroft, G. and Sullivan, G. (١٩٨١) *Math and statistics for accounting and business studies*, Mc Graw-Hill Publishing Co.
- Bowen, H., Moesen, W., and Sleuwagen, L. (٢٠٠٦) A composite index of the creative economy - with application to regional best practices, Flanders District of Creativity, Velrick Leuven Gent Management School.
- Box, G. and Jenkins, G. (١٩٧٦) *Time series analysis forecasting and control*, ٢nd ed., San Francisco: Holden-Day.
- British Council Report (٢٠٢١-٢٠٢٢) Creative and Social Enterprise in Egypt.
- Buitrago, F. and Duque, I. (٢٠١٣) The orange economy. An infinite opportunity. Washington: Inter-American Development Bank IDB.
- Carayannis, E. and Provance, M. (٢٠٠٨) Measuring firm innovativeness: towards a composite
- Caves, R. (٢٠٠٠) Creative industries: Contracts between art and commerce, Harvard University Press Description and Preview.

- Cerqueira, V., Torgo, L., Smailovic, J., and Mozetic, I. (٢٠١٧) A comparative study of performance estimation methods for time series forecasting, *IEEE International Conference on Data Science and Advanced Analytics (DSAA)*, ٥٢٩ – ٥٣٨.
- Creative Europe (٢٠٢٣) Culture and creativity, European Commission.
- Curwin, J. and Slater, R. (٢٠٠٢) *Quantitative methods for business decisions*, Thompson, fifth edition.
- DCMS (٢٠٠١) Department for Culture, Media and Sport, 'Creative Industries Mapping Document ٢٠٠١'.
- DCMS (٢٠٠٦) Creative industries statistical estimates statistical bulletin. London: UK, Department of culture, media, and sport.
- Department of Economic and Social Affairs, United Nations (DESA) (٢٠٠٨) *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities Revision 4*. New York. Available from https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_٤rev٤e.pdf.
- Domenech, R. Molina, B., and Koster, P. (٢٠٢١) The impact of cultural and creative industries on the wealth of countries, regions and municipalities, *European Planning Studies*, ١-٢١
- EMEA (٢٠٢١) Euro-Mediterranean Economists Association - **Cultural & Creative Industries in Egypt - Salient Features**
- Florida, R. (٢٠٠٢) The rise of creative class, And how it's transforming work, Leisure and everyday life, Basic Books.
- Florida, R. and Tinagli, I. (٢٠٠٤) Europe in the creative age. Demos, London
- Florida, R. (٢٠٠٥) Cities and the creative class. Routledge, London

- Forouheshfar, Y. & Khalil, M. (٢٠٢١) CREAT MED - Cultural & creative industries in Egypt – Salient Features, creat@med@euromed-economists.org
- Global Innovation Index (٢٠٢٢) what is the future of innovation – driven growth – ١٥th edition, World Intellectual Property Organization (WIPO).
- Global Knowledge Index (٢٠٢٢) مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة – برنامج UNDP . الإنمائي الأمم المتحدة
- Higgs, P., Cunningham, S., (٢٠٠٧). Australia's Creative Economy: Mapping Methodologies, ARC Centre of Excellence for Creative Industries & Innovation (CCI), Brisbane
- Howkins, J. (٢٠٠١) The Creative Economy.
- Howkins, J. (٢٠٠٧) The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Allen Lane The Penguin Press.
- Lestariningsih, E., Maharani, K. and Lestari, T. (٢٠١٨) Measuring creative economy in Indonesia: Issues and challenges in data collection, *Asia-Pacific Sustainable Development Journal Vol. 25, No. 2, 99-114*
- Lingo, E. and Tepper, S. (٢٠١٣) Looking back, looking forward: Art-Based careers and creative work. *Work and Occupations*, ٤٠, ٤, ٣٣٧-٣٦٣.
- Ljung, G. and Box, E. (١٩٧٨) On a measure of a lack of fit in time series models, *Biometrika*, ٦٥ (٢), ٢٩٧ – ٣٠٣.
- Loesche, F. & Torre, I. (٢٠٢٠) Creative Destruction. Encyclopedia of Creativity (Third Edition): ٢٢٦–٢٣١.

- Mao, L. (٢٠٢٠) Research on the Development Path of Cultural and Creative Industries in the Digital Economy Era, *American Journal of Industrial and Business Management*, ١٠, ١٢٣٧-١٢٤٩.
- Med-Culture (٢٠١٨) Egypt Country report: Overview of the situation of culture.[pdf](#)
- Nassaji, H. (٢٠١٥) Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis, *Language Teaching Research*, ١٩(٢), ١٢٩-١٣٢.
- Ndou, V., Schiuma, G. and Passiante, G. (٢٠١٩) Towards a framework for measuring creative economy: evidence from Balkan countries, *Measuring Business Excellence*, ٢٣ (١), ٤١-٦٢.
- Petrikova, K., Vanova, A., Borsekova, K. (٢٠١٥) The role of creative economy in Slovak Republic, *AI & Soc , Journal of Knowledge, Culture and Communication*, ٣٠, ٢, ٢٧١-٢٨١
- Reinert, H., Reinert, E. (٢٠٠٦) Creative Destruction in Economics: Nietzsche, Sombart, Schumpeter. Friedrich Nietzsche (١٨٤٤-١٩٠٠). *The European Heritage in Economics and the Social Sciences*, ٣, ٥٥-٨٥.
- Roa, L., Castillo, H., & Ariza, H. (٢٠١٩) Orange economy: Study on the behavior of cultural and creative industries in Colombia, *International Journal of Mechanical Engineering and technology (IJMET)*, ١٠, ١٢, ١٦٠-١٧٣.
- Santos, F., Pinheiro, F., Marques, V. (٢٠٢١) Trademark protection and geographical indication in the Cachaça industry, *Indicação Geográfica e Inovação*, ٥ (٤): ١٤١٨-١٤٣٢.

- Sun, S., Min, X., & Tang, Y. (٢٠١٩) Current Situation and Prospects of the Development of Digital Creative Industries. *Packaging Engineering*, No. ١٢, ٦٥-٧٤.
- TDMEP (٢٠١٨) The Handicrafts Sector - A Practical Implementation Strategy by Trade and Domestic Market Enhancement Programme (TDMEP). Prepared for the Ministry of Trade and Industry (MTI) Final report - March, ٢٠١٨_report_٢٠١٨_d
- Towse, R. (٢٠٠٢) Book Review of Creative Industries, *Journal of Political Economy*, ١١٠: ٢٣٤-٢٣٧.
- Ulgen, F. (٢٠١٧) Creative Destruction. *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*, ١-٨.
- UNCTAD (٢٠١٥) Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries
- UNCTAD (٢٠١٦) *Creative Economy Report 2016. Creative Economy: A Feasible Development Option*. Geneva and New York: United Nation
- UNCTAD (٢٠١٨) Creative economy outlook – trends in international trade in creative industries ٢٠٠٢ – ٢٠١٥, country profiles ٢٠٠٥ – ٢٠١٤.
- UNCTAD Report (٢٠٢٢a) Creative economy outlook.
- UNCTAD (٢٠٢٢b) Creative industry ٤.٠ towards a new globalized creative economy.
- UNDP (٢٠١٩) How cultural and creative industries can power human development in the ٢١st Century, Cultural and creative industries and inclusive sustainable growth.
- UNESCO (٢٠١٣) what do we Mean by the Cultural and Creative Industries? Document no. ١١, pp ١-٢.

- UNESCO (٢٠١٤) Indicadores UNESCO De cultura para el desarrollo. Paris: UNESCO.
- UNIDO (٢٠١٥) Mapping of clusters in Cultural and Creative Industries in the southern Mediterranean.
- Wang, B., & Zhang, G. (٢٠١٨) Research on the Development of China's Digital Creative Industry-Based on the Perspective of the Industrial Chain. China Price, No. ٣, ٢٥-٢٧
- WIPO (٢٠١٥) Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries, World Intellectual Property Organization Publications.
- Zhou, Z. Q., & Xia, G. F. (٢٠٠٧) On Digital Creative Industries. Journalists (Theoretical Edition), No. ١٢, ١٤-١٥.