



أبحاث المعرفة الإنسانية الجديدة New Humanitarian Knowledge Research



ISSN: 2710-5059 Online

ISSN: 2708-7239 Print

شهادة نشر بحث علمي في مجلة علمية عالمية محكمة

اسم الباحث / الباحثين:

السعيد بن لخضر

عنوان البحث :

تنمية قطاع السياحة من خلال أنشطة البحث والتطوير-فرنسا نموذجا-
في مجلة الدراسات البيئية والمناخية والسكانية, المجلد 1 العدد الأول بتاريخ 06-04-2023

العربية

يسرنا إعلامكم بأن بحثكم المقدم للنشر في مجلة أبحاث المعرفة الإنسانية الجديدة، قد استكمل متطلبات النشر وتم نشره بالفعل.

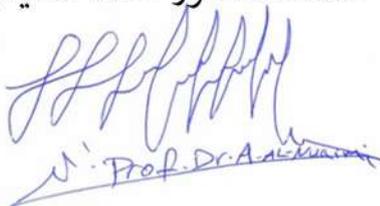
English

We are pleased to inform you that your article submitted for publication in the Journal of New Humanitarian Knowledge Research, completed publication requirements and already published.

French

Nous avons le plaisir de vous informer que votre article soumis pour publication dans le Journal of New Humanitarian Knowledge Research, a rempli les conditions de publication et a déjà été publié.

المدير العام
الأستاذ الدكتور أحمد النعيمي


Prof. Dr. Ahmad Al-Naimi



www.global-journal.org



تنمية قطاع السياحة من خلال أنشطة البحث والتطوير -فرنسا نموذجاً-

Developing the tourism sector through research and development activities -

France as a model –

د. السعيد بن لحضر ، د. صورية شني

Dr. Said Benlakhdar , Dr. Soureya Chenbi

جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر

Mohamed Boudiaf University, M'sila, Algeria

بريد الباحث الأول: benlakhdar@univ-msila.dz . بريد الباحث الثاني : soureya.chenbi@univ-msila.dz
هاتف الباحث الأول: 0021367633131 هاتف الباحث الثاني: 00213663206058

ملخص:

تعتبر السياحة نشاطا رئيسيا من الأنشطة التي تتعلق بتحقيق التنمية المستدامة بمختلف أبعادها، ومن أجل ترسيخ مفهوم الاستدامة على قطاع السياحة يجب الاعتماد على أنشطة وأساسيات البحث والتطوير لتنميته وتطويره، وذلك من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة، من أجل تحقيق استراتيجيات فاعلي السياحة والقطاعات المرتبطة بها بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وتوصلنا إلى أنه من أجل تحقيق زيادة القدرة التنافسية في السوق السياحية أصبح الاستثمار في البحث والتطوير عاملا هاما لتعزيز مداخيل السياحة لأي بلد، من خلال القيمة المضافة للمنتجات والتميز في ذلك. **الكلمات المفتاحية:** البحث والتطوير، السياحة المستدامة، الاستثمار في البحث والتطوير، النموذج الفرنسي.

Abstract :

Tourism is a major activity which related to the achievement of sustainable development in its various dimensions, and in order to establish the concept of sustainability in the tourism sector we must used the activities and the basics of research and development, through the use of modern technology, in order to achieve the strategies of actors to the tourism sector.

And we concluded that in order to achieve increased competitiveness in the tourism market, investment in research and development has become an important factor for enhancing tourism revenues for any country, through the added value of products and excellence in that.

Keywords: Research and development, Sustainable tourism, Investment in research and development, the French model.



مقدمة:

يتميز العصر الحالي بالتغير السريع في كل المجالات، ولكي تحقق الدول والمنظمات التنمية بأبعادها المختلفة، وتتمكن من مواكبة التغيرات المتسارعة في العلم والتكنولوجيا، وفي أذواق المستهلكين وتلبية احتياجاتهم الظاهرة والكامنة الحالية والمستقبلية، ومواجهة المنافسة العالمية الشديدة في كل النشاطات، لا بد من تطوير المنتجات والخدمات وعمليات إنتاجها وتقديمها، هذه المنافسة المتنوعة والتي ظهرت لها أصنافا جديدة كالمنافسة بالإبداع والتي قوامها تقديم كل ما هو جديد، حيث يدعم تفوق المنظمة أو الدولة ويضمن لها البقاء والنمو، ومن أجل تحقيق ذلك على الدول بمؤسساتها استخدام وسائل وأساليب تمكنها من تقديم المنتجات والخدمات الجديدة وتطويرها باستمرار، هذه الأساليب والوسائل توفرها أنشطة البحث والتطوير الذي تؤذيها جهات مختلفة عامة وخاصة في كل المستويات.

فالبحث والتطوير يعتبر ركيزة أساسية للتقدم والتحديث والإصلاح الشامل لكل نشاط ولكل مؤسسة أو هيئة في الدولة، كل حسب خصوصياته واحتياجاته التي يجب التأقلم معها، حيث أصبحت أنشطة البحث والتطوير من الأنشطة الهامة التي تشكل عوامل مؤثرة في كل القطاعات، التي تعكس نتائجها على مجالات مختلفة كجمال السياحة والبيئة، من خلال العلاقة الوطيدة بين مؤسسات قطاع السياحة والعاملين فيه وبين منظومة البحث العلمي والتكنولوجي من أجل التطوير، والتي تشكل مدخلا تنمويا يساهم في عملية تحديث وتطوير القطاع السياحي واستدامته.

استطاعت الدول المتقدمة أن تحقق تطورا كبيرا في مختلف القطاعات بما فيها السياحة، فالإحصائيات تشير إلى أن الدول المتقدمة هي الأولى التي اهتمت بالإنفاق على أنشطة البحث والتطوير بتخصيص ميزانيات كبيرة لذلك، عكس الدول النامية التي ينخفض إنفاقها جدا على مثل هذه البحوث.

مما سبق نحاول على إشكالية هذه الدراسة محاولين الإجابة عليها في هذه الورقة البحثية والمتمثلة في: كيف تؤثر أنشطة البحث والتطوير في تحقيق تنمية قطاع السياحة والسير به قدما نحو الاستدامة؟

أهمية وأهداف الدراسة:

الأهمية البالغة التي تحتلها أنشطة البحث والتطوير على مستوى المؤسسة والدولة، مما يكسبها ميزة تنافسية تجعلها قادرة على المنافسة والحفاظ على بقائها، من خلال تسخير الإمكانيات التي توفرها أساليب البحث والتطوير والتكنولوجيا الحديثة من أجل تحقيق تنمية



سياحية مستدامة، ودعم القطاع السياحي وفق منهجية تشاركية تقوم على التكنولوجيا الحديثة لتمكين مؤسسات القطاع من النهوض به وفق مبادئ الاستدامة.

هيكل الدراسة: تم تقسيم البحث الى العناصر التالية:

أولاً- عموميات حول البحث والتطوير.

ثانياً: أثر البحث والتطوير على تحقيق العروض والأهداف والوجهات الجديدة للسياحة من أجل تحقيق الاستدامة.

ثالثاً: البحث والتطوير في السياحة الفرنسية من أجل استدامتها.

أولاً- عموميات حول البحث والتطوير.

يعد نشاط البحث والتطوير المغذي الرئيسي للإبداعات التكنولوجية، وخاصة في المؤسسات التي تتوفر على مخابر وإمكانيات مادية وبشرية معتبرة.

1- تعريف البحث والتطوير: إن كلمة البحث والتطوير هي كلمة مركبة من متغيرين لا بد من شرح مفهوم كل كلمة على حدى أولاً لغرض الوصول إلى تعريف يربط بينهما.

1-1-البحث: هو طريق الاستقصاء والتتبع المنظم والدقيق والموضوعي للكشف عن المعلومات والحقائق والعلاقات الجديدة، فضلاً عن تعديل وتحليل المعلومات القائمة.¹

أو هو التحقيق الأصيل والمنظم الذي يؤمل منه اكتساب معرفة جديدة أو الإحاطة والفهم العلمي أو الفني لأمر ما.²

وبالتالي فالبحث هو تعمق المعرفة، تقوم به المنظمة أو المؤسسة لغرض كسب فهم جديد سواء في نواحي علمية أو فنية، وتنقسم

عملية البحث عادة إلى نوعين من البحث هما:

أ-البحث الأساسي: البحث الأساسي هو البحث الخالص لغرض التقدم في العلم، ويستخدم في ذلك مدخلات العمل ورأس المال ومعارف عامة من أجل خلق معارف جديدة عامة أو نتائج أصلية.³



ب-البحث التطبيقي: هو بحث نهائي أي له أهداف منتهية تضم الأبحاث الأصلية، وتعمل على تحديد التطبيقات الممكنة لنتائج بحث أساسي ما، من أجل الحصول على تطبيقات جديدة تحقق أهداف مسبقة.⁴

1-2--التطوير: هو الاستثمارات الجديدة التي تسمح بالوصول إلى تنفيذ التطبيقات الجديدة بالاستناد إلى التجارب والنماذج وكذا مواصفات المنتج.⁵

كما يعرف على أنه استخدام نتائج البحث الأساسي منه والتطبيقي.⁶

مما سبق نقول أن التطوير هو نشاط يعتمد على المعارف العلمية التي تم التوصل إليها من البحث أو الخبرة العلمية بغرض إنتاج مواد جديدة أو إدخال تحسينات.

1-3-العلاقة بين البحث والتطوير: يقصد بهما كل الجهود المتضمنة تحويل المعارف المصادق عليها إلى حلول فنية في صور أساليب أو طرق إنتاج، ومنتجات مادية استهلاكية أو استثمارية.⁷

إن الهدف من البحث هو الفعالية بينما يهدف التطوير إلى إدخال منتج جديد بكفاءة وفي الوقت المناسب، كذلك العامل الرئيسي في البحث هو الإبداع بينما العامل الرئيسي في التطوير هو التنظيم.⁸

كذلك البحث هو نشاط غير مخطط وغير مبرمج بينما التطوير هو عملية جديدة تقدم القليل من الارتياح، ويعتبر البحث خط ميزانية تحقق معه نسب من أرقام الأعمال، بينما التطوير يهدف إلى مشروع تقييم للحصول على أهداف مسبقة.⁹

1-4-تعريف البحث والتطوير: إن نشاط البحث والتطوير يمثل حالياً الأنشطة الأساسية التي تعطي لها أهمية بالغة سواء على مستوى السياسات الحكومية من خلال توفير شروط مالية أو قواعد قانونية، أو على مستوى منشآتها. والتي تنشط في هذا المجال مثل الجامعات ومراكز البحث... إلخ.

ومنه يعرف البحث والتطوير على أنه: نشاط علمي تكنولوجي مؤسسي يقوم على توجيه مخطط للإنفاق الاستثماري، وفق معايير الجدوى التقنية والاقتصادية، نحو تعزيز المعرفة العلمية بمختلف اختصاصاتها وربطها بوسائل الاختبار والتطبيق والإنتاج، وذلك بما يضمن تطوير أو ابتكار الاختراعات والأفكار الأخرى الموجهة لتوليد أجهزة أو مواد أو أساليب منتجات جديدة أو محسنة قصد رفع الكفاءة الإنتاجية.¹⁰



أو هو كل الجهود المتضمنة تحويل المعارف المصادق عليها إلى حلول فنية، في صور وأساليب أو طرق إنتاج ومنتجات مادية استهلاكية أو استثمارية، تباشر مثل النشاطات إما في مخابر الجامعات أو في مراكز البحث التطبيقي وفي المؤسسات الصناعية دون اعتبار خاص حجمها.¹¹

مما سبق نقول أن البحث والتطوير هو المغذي الرئيسي للإبداعات والابتكارات التكنولوجية في المؤسسات والمخابر، يتطلب إمكانات مادية وبشرية معتبرة من أجل تنمية المعارف العلمية والتقنية قصد الحصول على منتجات جديدة وبرامج ومعدات وكذا أنظمة وأنماط إنتاج.

2- تنظيم وظيفة البحث والتطوير في المؤسسة: تتكون وظيفة البحث والتطوير من عمال، وسائل، وإجراءات التسيير، وكلها مجندة لإنجاز مشاريع البحث والتطوير، ويقوم بالإشراف على الوظيفة مسؤول يسمى مدير البحث والتطوير، يقوم بتوجيه العمال بغية تنفيذ النشاطات المعنية بالوظيفة حسب المشاريع المحددة، ويمكن تمييز شكلين لتنظيم وظيفة البحث والتطوير هما: التنظيم الوظيفي حيث يتم تقسيم كل مشروع بحث أو تطوير إلى أجزاء، يسند كل جزء إلى وحدة تنفيذ خاصة، ويتم التنسيق من خلال علاقات مباشرة بين مسؤولي الوحدات التنفيذية، التنظيم حسب المشاريع والذي يقوم على أساس تكوين فريق موحد، يضم المهندسين أو التقنيين اللازمين لإنجاز المشروع، وتخصص لكل مشروع الإمكانيات البشرية والمادية المحددة له.¹²

3- تسيير نشاطات البحث والتطوير: إن تسيير نشاطات البحث والتطوير يعتمد أساساً على كفاءة العنصر البشري، ومدى فعاليته في التعامل مع الآخرين، كما أن أغلب الكتب الحديثة تؤكد أن تسيير مستخدمي البحث والتطوير يستلزم مرونة معتبرة، واستجابة أكثر، وإضافة إلى أن الاهتمام بأعمالهم واقتراحاتهم وآرائهم يشجعهم على بذل مجهودات أكبر، وتحقيق خطوات إيجابية للرفع من إنتاجية رقم الأعمال.

3-1- أساليب تسيير عمال البحث والتطوير: يمكن التمييز بين أسلوبين رئيسيين هما:¹³

أ- أسلوب الإشراف الحازم أو المباشر: يتم في هذا الأسلوب إعطاء أوامر صارمة، والمتابعة المستمرة للقائمين بنشاطات البحث والتطوير داخل المؤسسة.



ب- أسلوب الإشراف اللين: هذا الأسلوب يمتاز بالإنسانية أكثر والموضوعية والحرية أكثر، مع إسناد المسؤولية في نفس الوقت لعمال البحث والتطوير.

3-2- رفع فعالية البحث والتطوير: ويتم ذلك من خلال:¹⁴

أ- ميزات مدير البحث والتطوير: فغالبا ما يكون لدى المؤسسات الكبيرة مستخدمين مهمتهم البحث والتطوير، ينتظمون في هيكل عضوي رسمي مرتبط بحجم المؤسسة، وعلى رأس كل هيكل يوجد مسؤول، ومن الخصائص التي تدعم فعاليته وتادية مهامه نجد:

- الإلمام بشؤون التسيير والتكوين، وبذل جهود للتنظيم والتنسيق، التوجيه، الرقابة؛
- الإشراف على المشروع بكيفية تضمن تحقيق أهداف المؤسسة؛
- الإشراف على الباحثين والأعوان بعناية وحزم في آن واحد.

ب- الكفاءة الفنية لعمال البحث والتطوير: من أهم الصفات التي يجب أن تتوفر فيهم:

- أن يكتسبوا معارف تقنية عالية؛
- أن تكون لديهم مهارات علمية جيدة؛
- أن يكونوا قادرين على فهم، وكذلك تفسير النتائج المخبرية؛
- أن يتمكنوا من الاستعمال الأمثل للمجالات المتخصصة كمصادر هامة للمعلومات.

ج- اختيار مشاريع البحث والتطوير: إن الدقة في اختيار مثل هذه المشاريع عنصرا أساسيا لنجاح برامج البحث والتطوير، وتتوقف هذه الدقة على إشراك جميع مسؤولي وموظفي وظائف المؤسسة، من أجل تقديم المعلومات اللازمة، كما يجب التمييز بين المشاريع قصيرة المدى، وطويلة المدى، فالأولى تصلح عادة لإجراء التحسينات الطفيفة، بينما تعد الأخرى للقيام بتعديلات كبرى، والاثنتان يختلفان من حيث الوقت والتمويل، ومستوى الأخطار.

3-3- نفقات البحث والتطوير: يعتبر الإنفاق على نشاطات البحث والتطوير بمثابة استثمار يدر عائدا، فهو يحتاج إلى تخطيط وفقا لأساليب عملية دقيقة، كما أن القسم الأول من الوظيفة "البحث" أقل تكلفة من "التطوير"، ومعرفة التكاليف أمر هام بالنسبة للمؤسسة في عملية تقييم الأداء، وذلك لتخصيص مواردها للإنفاق على هذه النشاطات، فغالبا ما يتم تخصيص جزءا من رقم الأعمال لتمويل



نشاطات البحث والتطوير، كما تحدد هذه النسبة بناء على معطيات وإحصائيات من تقارير النشاط السنوي للمنافسين، والمعايير أو المقاييس المطبقة في مختلف القطاعات، وفروع الصناعة المتعلقة بالبحث والتطوير.¹⁵

4- أهداف البحث والتطوير: يمكن أن نشق أهداف البحث والتطوير من خلال الإدارة العليا للمنظمة ومن أهمها:¹⁶

- اكتشاف وتعزيز المعرفة وتوليد الأفكار والمفاهيم الجديدة.

- تطوير وإبداع المنتجات الجديدة وتحسين المنتجات الحالية المطلوبة في السوق.

- تحسين وتطوير عمليات الإنتاج أو البيع من خلال تقليل التلف أو الضياع وتحسين المركز التنافسي للمشروع.

- المحافظة على حجم المبيعات وزمن التقديم في السوق.

- التنوع في المنتجات لتلبية رغبات أكبر قاعدة ممكنة من المستهلكين.

- توسيع المبيعات إلى مناطق جغرافية جديدة أو اختراق أسواق جديدة.

- الاستفادة من السعة الإنتاجية المعطلة وتحسين جودة المنتجات الحالية.

- تقليص الفجوة بين الاختراع والابتكار.

5- تصنيفات البحث والتطوير: تقليدياً تركزت البحوث الصناعية في مجموعة متنوعة من الأنشطة البحثية التي تتم داخل المنظمة، هذه

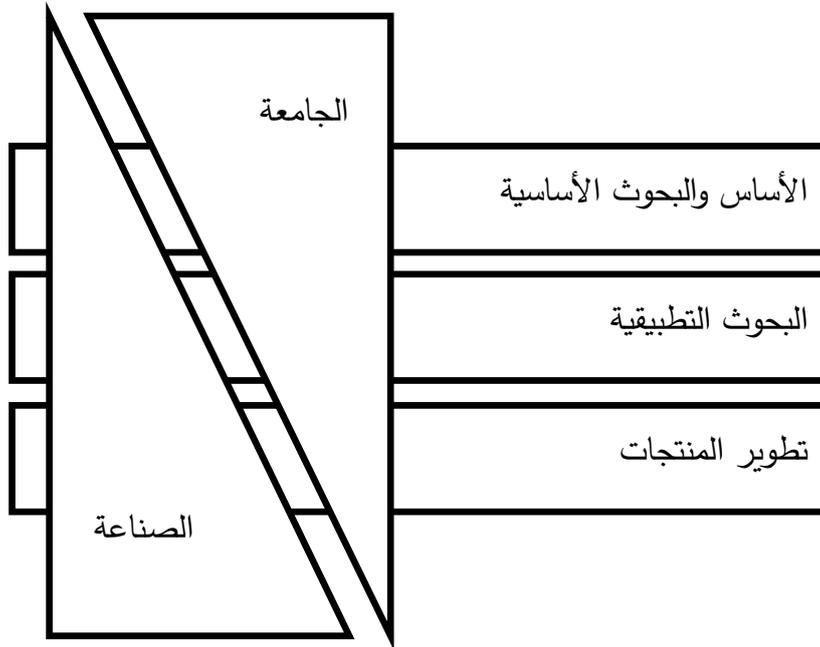
الممارسة كانت على غرار البحوث التي أجريت في الجامعات خلال الجزء الأول من القرن العشرين، هذه النظرة كانت عمومية البحث

وعمومية التمويل وبالتالي الإنتاج عمومي¹⁷. بعد ذلك تغيرت النظرة باكتشاف معارف وتطبيقات جديدة موسعة للعام والخاص، ومن ثم

أصبح تطوير منتج جديد يمر على ثلاث تصنيفات داخل وظيفة البحث والتطوير نلخصها في الشكل التالي:



الشكل رقم (01): تصنيف مجالات التركيز في الصناعة والجامعة



Source: Paul Trott, Innovation management and new product development, fifth edition, pearson education limited, London: uk, 2012, p282.

6- الأهمية الاقتصادية للبحث والتطوير:

6-1- عناصر الأهمية الاقتصادية للبحث والتطوير: إن هناك عوامل عديدة تدفع مختلف المنشآت والبلدان إلى الاهتمام بالبحث

والتطوير من أهمها:¹⁸

- تقليص الفجوة بين الاختراع والابتكار، وذلك لكون البحث والتطوير يعد المجال الأكثر خصوبة الذي يمكن من خلاله أن يتحول

الاختراع إلى ابتكار وأن ينتج أو يطور جهاز أو ناتج جديد، مما يسهم في تقليص الفجوة الزمنية بين الفكرة المعنية وتطبيقها.

- إن توليد منتجات جديدة من خلال البحث والتطوير يعتبر محور اهتمام الاستثمار الصناعي وذلك بسبب تزايد الطلب على هذه

المنتجات في فترة قصيرة.

- يساهم البحث والتطوير في جعل الجهاز الإنتاجي مرنا لمواجهة الطلب المتغير وقادرا على استيعاب التحولات الجديدة في ظروف

السوق.

- إن البحث والتطوير يرفع من معدل إحلال عناصر الإنتاج وخاصة فيما بين العمل ورأس المال.



- يساهم البحث والتطوير في ظهور المنتج وذلك من خلال:

إدخال منتج جديد وسيطرة الدولة على المبيعات الدولية لهذا الابتكار.

نضوج المنتج الجديد ومع انتشار التكنولوجيا يحفز على ظهور منافسين آخرين.

تقيس الإنتاج وتبسيط عملياته.

- توفير بدائل جديدة للطاقة تتميز بإنتاجية أعلى وتكلفة أدنى وبسلامة أكثر للبيئة وبالتالي الاستدامة.

- تزايد الاهتمام ببرامج التعليم العالي لدى الشرائح المختلفة للمجتمع، وخاصة بعد توافر التسهيلات الكفيلة بزيادة استيعاب الجامعات

للأفراد من مختلف الفئات وبالتالي توسع التعليم العالي.

- مساهمة بحوث هندسة الجينات والتكنولوجيا الحيوية لدفع إنتاجية النشاطات الزراعية وتكثيف المحتويات الأساسية للمنتجات الزراعية.

- مع ظهور التحالفات الدولية مثل الاتحاد الأوروبي قد وفر البيئات المناسبة للاستثمارات المشتركة في البحث والتطوير، وبالتالي القيام

بنشاطات ابتكارية عالية التكاليف.

6-2-علاقة البحث والتطوير بكفاءة الأداء الاقتصادي: أو هو علاقة البحث والتطوير بالإنتاجية وكون أن نسبة كبيرة من جهود

البحث والتطوير توجه عادة نحو إدخال مواد أو أساليب أو منتجات جديدة، فإن ذلك يؤدي إلى تدنية تكاليف المدخلات المعوضة أو

المطورة وتزايدها في كفاءة المنشأة مع تبني التحسينات النوعية في المنتجات وبالتالي ينعكس على التكاليف بالهبوط وعلى الإنتاجية بالارتفاع.

لقد وجد Minasian أن معامل الارتباط بين البحث والتطوير وزيادة الإنتاجية قد قدر بـ 0.7 وأثبت Solow أن 90%

من زيادة ناتج الفرد في القطاع الزراعي الأمريكي خلال فترة 40 سنة (1909-1949) تعود إلى تغيير تقني ترافقه زيادات ضئيلة في

الرأسمال الإنتاجي لكل فرد.¹⁹

وتأييدا لهذا الاتجاه أوضح K.A.Stroctmair بأن زيادة الإنفاق على البحث والتطوير في المنشآت الصغيرة والمتوسطة بواقع

مرتين ونصف إلى ثلاث مرات قد أسهمت في تقليل رأس المال المطلوب بحوالي (20% - 30%) وبالنتيجة ارتفاع إنتاجية العمل بست

إلى سبع مرات وازداد الاعتماد على المكائن التي لها كفاءة إنتاجية مثلى وخاصة تلك المعتمدة على وسائل أوتوماتيكية. وفي مقابل ذلك يرى

Denison أن زيادة الإنتاجية تعود إلى وفورات السعة وبمعدل أكبر من معدل تأثير التحول التكنولوجي.²⁰



وقد بين البعض ومنهم Kohn-Scot أن المنشأة الأكبر حجما أكثر كفاءة في البحث والتطوير من المنشأة الصغيرة أو المتوسطة، وذلك بعد إثبات فرضية مفادها أن مستوى معطى من البحث والتطوير ينتج قيمة مضافة أعلى في منشأة أكبر واعتمد هذا الاتجاه على الفكرة التي قدمها J.Schumpeter والتي تضمنت أن المنشأة الكبيرة تكون ذات بحوث متممة بفعالية أكثر من المنشأة الصغيرة، فتكون نتائج هذه البحوث متناسبة مع أحجام المنشآت المعنية.

وهنا من الضروري عدم الخلط بين دور سعة الإنتاج المجرد كعامل مؤثر في حجم الإنتاج من خلال مجموع مروونات الإنتاج إلى

عناصر الإنتاج من جهة، فمثلا في دالة Cobb-Douglas:

$$Q=AL^{\alpha}K^{\beta}$$

- تزايد الإنتاج إلى السعة عند $(\alpha+\beta)>1$.

- تناقص الإنتاج إلى السعة عند $(\alpha+\beta)<1$.

- ثبات الإنتاج إلى السعة عند $(\alpha+\beta)=1$.

ومن جهة أخرى دور سعة الإنتاج كمحدد هام في الإنفاق الاستثماري على البحث والتطوير ومن ثم كمؤشر في مدى فاعلية

البحث والتطوير في حجم الإنتاج، وإذا اعتمدنا نموذج Z.Griliches فإن معدل نمو الإنتاجية يكون مساويا: ²¹

$$/QQ = \alpha + \pi IR \text{ و } Q=\alpha+\beta k$$

حيث أن:

α : ثابت مطلق أو تقاطعي.

β : ثابت حدي، معامل رأس المال.

K: رأس المال المستثمر.

π : معدل عائد نفقات الاستثمار على البحث والتطوير.

Q: الناتج الكلي.

IR: الإنتاج الصافي في البحث والتطوير.

QIR: الاستثمار الصافي في البحث والتطوير كنسبة من الناتج الكلي.



واعتمادا على فرضية ثبات الإنتاج إلى السعة خلص Z.Griliches إلى أن (β) في القطاع الزراعي يبلغ 0.05 وفي القطاع الصناعي التحويلي يقدر بـ 0.1 ويقترح هنا الصيغة التالية لتحديد الناتج الكلي $Q(t)$ خلال الفترة (t) .

$$Q(t) = \lambda I_{R(t-1)} + AL_t^\alpha K_t^\beta$$

حيث أن λ هو الميل الحدي للناتج الكلي للاستثمار الصافي في البحث والتطوير في وقت سابق للوقت الخاص بـ $Q(t)$:

A: ثابت النشاط التقاطعي.

L: العمل كمستخدم تقليدي.

K: رأس المال كمستخدم تقليدي.

α : مرونة الإنتاج إلى العمل.

β : مرونة الإنتاج إلى رأس المال.

وهنا فإن علاقة الإنتاج الكلي بالاستثمار الصافي في البحث والتطوير قائمة على التأخر الزمني، وإن علاقة الناتج الكلي بالعمل

ورأس المال كمستخدمين تقليديين، قائمة على التزامن.

وعليه فإن العامل المتبقي Residual Factor يرتبط بالاستثمار في البحث والتطوير وذلك للدلالة على دور الاستثمار في

الفرق الذي يتحقق بين نمو الإنتاج الكلي الحقيقي وتغيير أحجام العناصر المستخدمة في دالة معطاة للإنتاج.

كما أنه تستخدم مؤشرات عديدة لقياس حجم أو شبه مساهمة البحث والتطوير ومن أهم هذه المؤشرات:

- حجم الإنفاق الاستثماري الحقيقي ونسبة هذا الإنفاق إلى مجموع الإنفاق في المنظمة أو في الصناعة أو الإقليم أو البلد؛

- عدد العلماء والباحثين المتخصصين العاملين في البحث والتطوير؛

- قيم المخرجات (المادية والبشرية والمعلوماتية) المباشرة لنشاطات البحث والتطوير مثل الأجهزة الرأسمالية والمواد المستخدمة والمنتجات

النهائية والكوادر المتدربة والأبحاث العلمية المتخصصة والأساسية وبراءات الاختراع وقواعد المعلومات...

6-3- الاستثمار في البحث والتطوير:



أ- مفهوم الاستثمار في البحث والتطوير: ينبغي النظر إلى الإنفاق على البحث والتطوير على أمد طويل، ويمكن تقليل الربحية على المدى القصير حيث يطرح محاسبي الشركات إشكالية الحاجة إلى مبالغ مالية لغرض الاستثمار في هذه الأنشطة حيث يشككون في العائد المنتظر من إنفاقها، فالعديد من الاتجاهات ترى ان الأموال العمومية يجب أن تستخدم لغرض البحث البحت عندما لا يكون هناك تطبيق واضح.

وبالتالي فإن المخرجات تقدم للاستعمال الصناعي لغرض توليد الثروة، وهذا الطرح قامت به المملكة المتحدة في برامج تكنولوجية عديدة.

وهنا تطرح مسألة التقييم لأنشطة البحث والتطوير، في حين أن البعض من الشركات والمنظمات يشككون في عملية التقييم على أساس أنه لا مانع من القيام بذلك، وكم من المال الذي يجب أن ننفقه على البحث والتطوير للحصول على عائد منه؟ وما هي العمليات التي تأخذ الأولوية ومتى يجب القيام بذلك؟²²

ب- أهمية الاستثمار في البحث والتطوير: إن الاستثمار في البحث والتطوير يأخذ أهميته حسب الهدف أو الأهداف المنشودة منه، وحسب الطاقة المالية المتاحة للمؤسسة وكذا ثقافة المؤسسة، حيث أن الاستثمار المباشر يعتبر جذاب لأنه مناسب لإستراتيجية المستثمر، ذلك رغم الخطورة التي يقدمها من الحفظة الضيقة من جهة المساهمين المهمين وبالتالي تخفيض الفرص لغرض مساهمتهم في صناديق مستقلة تسمح بتوسيع العدد المسموح به.

المنظمات التي تتخلص من وسائل هامة والتي لها أهداف خاصة جدا للوصول إلى إنشاء صناديق استثمار حسب المقاييس فإنها تجذب مستثمرين مؤسسيين وهأئيين، عن مؤسسات أخرى صناعية وتجارية كانت تبدو لها أهمية في سوق التنافس.

في كل الحالات فإن صناديق الاستثمار لا بد أن تسير من قبل مسيرين ومحترفين من ذوي الخبرة في هذا المجال ولهم دراية كذلك بأنشطة البحث والتطوير ومتطلباتها.²³

6-4- أهمية البحث والتطوير في تعزيز القدرة التنافسية: يعتبر الاهتمام بالعلم والتكنولوجيا أحد المؤشرات المحورية لمدى تقدم الأمم وقوتها الاقتصادية ومن ثم قدرتها التنافسية، فالبحث والتطوير هو المصدر الرئيسي للإبداعات والابتكارات التكنولوجية وخاصة في المنظمات الكبيرة، بحيث كلما كبر حجم المؤسسة أدى ذلك إلى ضرورة الحاجة إلى تنشيط البحث والتطوير، وقد أثبتت بعض الدراسات



على وجود علاقة إيجابية بين الإنفاق على البحوث والتطوير في البلدان المتقدمة من جهة، والبلدان النامية المستوردة لمنتجاتها، بالإضافة إلى انتقال التقنية مع السلع والخدمات ومن الممكن أن تتوصل مؤسسات الدولة المستوردة إلى أسرار مواصفات هذه المنتجات وبالتالي محاكاتها واختراع بدائل لها.

فالهندسة العكسية هي أحد روافد التطوير الصناعي والتحديث التكنولوجي المنخفض التكلفة وهو ما تعتمد عليه بلدان شرق آسيا مثل الصين واليابان وكوريا منذ بداية نهضتها الصناعية وذلك بتقليد المنتجات ذات التفوق العلمي والفني بهدف نقل التكنولوجيا. ويتولد الابتكار من جراء تطور أنشطة البحث والتطوير وهو التطبيق الوضعي للمعرفة في شكل تكنولوجيات جديدة ومحسنة وكقوة محركة للتطور والنمو، وتأهيل اقتصاد قائم على شبكات البحث والتطوير والأنظمة المرتبطة بالمعلومات، وبالتالي تحسين التكنولوجيا فضلا عن المساهمة في تحسين وسائل تحقيق الرفاهية، وهو ما يؤثر على تعزيز القدرة التنافسية، لهاته المؤسسات ودولها.²⁴

6-5- دور وظيفة البحث والتطوير في خلق ميزة تنافسية جديدة: تلعب وظيفة البحث والتطوير دورا هاما في مجالات ووظائف المؤسسة الأساسية، وذلك قصد خلق وتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة.²⁵

أ- في مجال التسويق: حيث أن المؤسسة من خلال أبحاثها تصل إلى معرفة دقيقة لرغبات المستهلكين وميولاتهم حتى تتمكن من إنتاج وتقديم ما يساعدهم ويلبي احتياجاتهم بأحسن صورة، سعيا لكسبهم كمستهلكين ربما دائمين، وبالتالي إيجاد ميزة تنافسية جديدة في مجال التسويق سيمكن من ربط اتصال مباشر بين المؤسسة والمستهلك، وإن تحقق هذا الأمر سيصبح المستهلك طرفا رئيسيا مساعدا للمؤسسة في اتخاذ قراراتها الإستراتيجية والتنافسية.

ب- في مجال الإنتاج: إن إنتاج سلع جديدة أو إدخال تحسينات مضافة على منتجات المؤسسة أو القدرة على إنتاج المنتج الجديد المبتكر أو استخدامات جديدة للبواقي والمخلفات، لا يكون إلا بالمعرفة المنتجة في مجال بحوث الإنتاج وتطويراته، والمؤسسة مجبرة في محيطها الصعب على تدعيم قدراتها التنافسية وضمان مردود مجهوداتها بالاستمرار في إنجاز مثل هذه البحوث والدراسات.

ج- في مجال المواد: التحكم في المواد بالنسبة للمؤسسة معناه القدرة على التحكم في الإنتاج كما ونوعا وتوقيتا، أي القدرة على إنتاج سلع جديدة و/أو إدخال تحسينات على سلع موجودة مع الاستغلال الأمثل للمواد وقدرة توفرها بالكميات اللازمة وبالتكلفة المناسبة، أي تحقيق ميزة تنافسية جديدة في مجال المواد يعتبر من أسس تحقيق التنافسية.



د-التجهيزات وعمليات الصنع: وتتجسد المعرفة المنتجة في هذا المجال في الأفكار الجديدة واقتراحات التطوير المختلفة في الطرق والأساليب والمناهج والتنظيمات، بما يحقق الأمثلية في الإنتاج والعمليات وعقلنة التصرف والاستخدام لكل ماهو متاح، كما يجب مراعاة الإمكانات المادية والمالية والبشرية المتوفرة لدى المؤسسة في إنجاز مثل هذه البحوث والدراسات.

ه- في مناهج وطرق التسيير: يتوفر المناخ العملي المناسب وإيجاد المسير الكفء الرشيد الديناميكي والعامل المتكامل والمتوازن، القادر على تحمل مسؤولياته في الشغل زيادة على استعداده النفسي للعمل الجماعي والتطوع الذاتي، وهذا ما يمكن من الأمثلية في التسيير الإداري ويربط مصلحة الفرد بمؤسسته بما يحقق المناخ الداخلي المناسب للانطلاق السليم نحو العمل الجاد التنافسي.

ثانيا: أثر البحث والتطوير على تحقيق العروض والأهداف والوجهات الجديدة للسياسة من أجل تحقيق الاستدامة

1- العروض الجديدة من أجل قاعدة تنافسية: تشمل العناصر الموالية:

1-1-رفع القيود عن طريق تجمع الشركات لتخفيض التكلفة: إن تحرير أسواق النقل حدد المؤسسات المعنية بالابتكار قصد البقاء في

المنافسة، في بيئة عالمية، وهذا ما يثير الابتكار في المناظر الطبيعية والوجهات وكذا تخفيض الأسعار، مع تطوير عرض التكلفة المنخفضة.²⁶

أ-تحرير النقل الجوي والنقل بالسكك الحديدية كشرط قبل ظهور الفاعلين الجدد: إن هذه التجربة قد بدأت في الولايات المتحدة

الأمريكية سنة 1978 ولم يتم تطبيقها في أوروبا إلا في بداية عام 1987، من أجل تسقيف التضخم الحكومي، وبالتالي لم تعد تذاكر

النقل مثبتة عند سعر معين، حيث تم تعميم الفكرة في عام 1993 على كل أوروبا.

هذا التطور الجديد سمح بتعدد الشركات المنافسة على تخفيض التكلفة، خصوصا في قطاعي النقل الجوي وقطاع السكك

الحديدية، وهو ما حصل على جميع شركات القطاعين في عام 2010.

إن هذا التحرير الذي نجم عنه تنافس في التخفيض قد أدى إلى ظهور بعض مظاهر الابتكار الذي سمح لبعض الشركات بخلق

نوع من التنوع في خدماتها في بعض الخطوط، مما نجم عنه ظهور عروض جديدة.

ب-ظهور الشركات الجوية المنخفضة التكلفة كابتكار مسيطر في مجال العرض ونماذج الأعمال:

إن الشركات المنخفضة التكلفة تقدم ابتكار على مستويين:



-ابتكار منتج: إن عرض تخفيض التكلفة يسمح باقتراح جزء جديد من السوق له إمكانية السفر بطريقة قانونية عن طريق خفض تكلفة بمستوى مقبول من الخدمات. وهذا ما حتم على الشركات التقليدية أو الحكومية بإتباع نفس النهج للاستمرار في السوق.

-ابتكار نموذج اقتصادي: والذي يعتمد على الاقتصاد في التكاليف البنيوية والعمليات بالمقارنة مع الشركات الأخرى.

1-2- عولمة الوجهات السياحية الجديدة: إن العولمة الاقتصادية، السياسية والثقافية تشجع ظهور الوجهات السياحية الجديدة، إذ يمكن

اليوم السفر في كل اتجاه من العالم وضمن ظروف جد حسنة:²⁷

أ-تشجيع العولمة لظهور الوجهات السياحية الجديدة: من أجل توفير وجهات متنوعة للزبائن في أوقات متعددة، فإن شركات النقل تغير

من هيكلها لتصبح شركات عالمية من أجل إعطاء أولوية للعرض داخليا وخارجيا، وبالتالي فإن التعاون بين الشركات خاصة الجوية يسمح

بتنوع الوجهات، وتعدد الأوقات المتاحة وتسهيل الاتصال بين الزبائن أو السياح من أي مكان، هذا الطرح قد أدى إلى:

- تهيئة النهج الاقتصادي والسياسي لبعض البلدان؛

- توسيع الاتحاد الأوروبي، فضاء تشغن، تبني الأورو؛

- العولمة الثقافية، بحيث أصبحت اللغة الإنجليزية هي اللغة العالمية بحكم التعامل بها في السياحة والسفر.

ب-الأخطار الناجمة عن جذب بعض الوجهات السياحية: العديد من العوامل العرضية والثابتة، تثبت تصاعد وتيرة العرض في الوجهات

السياحية مثل الهجمات الإرهابية، الكوارث الطبيعية والأوبئة وكذا الأزمات السياسية. وهذا ما جعل القطاع السياحي من حيث البنية ذو

بعدين: توسيع عدد الوجهات السياحية في المدى البعيد، وتفعيل تخفيض تدفق السياح نحو بعض الوجهات السياحية.

2- الأهداف الجديدة للبحث والتطوير في السياحة: أو ما يعرف بالتطوير الاجتماعي، الاقتصادي والمشير للاحتياجات الجديدة:

1-2- تطور الخلية العائلية: إن المبادئ العائلية لم تعد هي نفسها اليوم كالماضي، حيث أصبحت أكثر تفكيكا، كما أن سيطرة الآباء لم

تعد موجودة نحو الأبناء، مما جعل هؤلاء الشباب يتخذون قرارات أكثر حرية للسفر ومفردهم، ومما سهل هذا كثرة الانفصال بين الأولياء،

وبالتالي انتقال الأولاد من وجهة لوجهة للاتصال بين الطرفين، كل هذا قد خلق سواح جدد من نوع خاص لهم متطلباتهم وشروطهم،

الشيء الذي حتم على الشركات السياحية لأخذ بعين الاعتبار هذا التطور في السوق السياحية.²⁸



أ- ازدواجية السعر في حالة تعدد العائلة: لقد أصبح الأولياء يتدمرون من تضاعف السعر في الوجهات السياحية والإقامات لتفريق الأولاد عن الآباء ويطالبون بابتكار سعر عائلي متلائم للحفاظ على الطلب الحالي، أو وضع سعر خاص للمراهقين وللأطفال وحتى وإن كانوا في نفس الغرفة، وهذا ما قامت به بعض النوادي للرد على احتياجات العائلات بوضع أسعار مخفضة ومجانبة حسب الحالات للأطفال والمراهقين.

ب- حاجة الأطفال للمرافقة في السفر: إن بعض الشركات المخفضة للتكلفة لا تسمح بسفر الأطفال لوحدهم، وللقضاء على هذا المشكل قامت بابتكار بعض الخدمات المرافقة لجذب الأولياء نحو السفر مع الأطفال.

ج- اختيار شبكات السفر الاجتماعية من طرف العزاب: إن هذه الشبكات قد نتجت عن التقارب بين الشركات في الأداء، من أجل تبادل الأفكار والابتكارات، وذلك عن طريق مواقع إلكترونية هدفها التطور السريع وذلك لبداية الترفيه والاستجمام منذ البداية أي من السفر كمغامرة أولية مثيرة في وسيلة النقل، كما قامت هذه الشركات بابتكارات حسب الفئات العمرية، الجنس، الأذواق، والهدف من الرحلة، الميزانية وحتى خبراتهم السياحية.

2-2- النمو المتكامل لسوق الشباب: مع تطور وتنوع طلب واحتياجات الشباب السواح، ظهرت أسواق مبتكرة وخاصة بماته الفئة ومتطلباتها:²⁹

أ- الشيخوخة سبب لأسواق الشباب: مع تحسن الرعاية والوقاية الصحية أصبح العالم يحوي على عدد كبير من المعمرين والذين تجاوزوا سن الشباب، حيث أن هاته الفئات آملها وطموحها يختلف عن أفكار وطموحات الشباب وحتى طلباتهم... ومع ازدياد الطلب العالمي للسياحة خاصة في فئة الشباب، مما أثار رغبة الشركات في ابتكار خدمات تتماشى مع احتياجاتهم للتنافس على جذبهم.

ب- الإمكانيات السياحية لأسواق الشباب: إن حاجة الشباب لعرض خاص، وبتزايد عددهم في السفر والسياحة وبالتالي أصبح من الضروري النظر في العناصر التالية:

- أسعار مقبولة ومعقولة، وذلك لضعف القدرة الشرائية للشباب وضعف مداخيلهم.

- سهولة الحجز، لعدم تمكنهم من الحصول على الوسائل التكنولوجية المتطورة التي تتطلب أموال.

- توفير خدمات مناسبة للشباب، فيما يخص التنقل، المساعدة، الرفاهية...



2-3- آثار تخفيض أوقات العمل على الأجراء وفراغ المتقاعدين: لقد أصبح في الوقت الراهن الكثير من الوقت والفراغ بالنسبة

للعائلات، مما يثيرهم لطلب الراحة والاستجمام عبر السفر والسياحة:³⁰

أ- أثر التقاعد المهم: للتقاعد أثر كبير على الطلب السياحي وذلك من حيث وقت الفراغ ومدة السفر، خصوصا مع عدم وجود التزامات عائلية.

ب- نحو نهاية عطل الصيف: إن فترات الاستجمام الصغيرة خصوصا نهاية الأسبوع قد تطورت في المدن الكبرى والوجهات الثقافية العلمية.

ثالثا: البحث والتطوير في السياحة الفرنسية من أجل استدامتها.

1- التدريب والبحوث والمراقبة في مجال السياحة (نطاق وإمكانيات للتنمية): بالرغم من الإمكانيات المادية والمعالم السياحية الفرنسية، ورغم احتلالها الريادة العالمية في عدد السياح بأكثر من 80 مليون سائح سنويا، إلا أن فرنسا تبقى تحتل ما بين الثالثة أو الرابعة عالميا فيما يخص المداخل السياحية، كما تحتل المرتبة التاسعة عالميا فيما يخص المداخل حسب السائح الواحد، وبالتالي وجود تنافسية عالمية مع الولايات المتحدة الأمريكية وإسبانيا والطرف الصاعد الجديد الصين في مجال السياحة، وذلك نظرا للإستراتيجيات والبحوث التي تتعامل وتعمل بها الدول مع السياحة والسائح، وبالتالي لا بد من:³¹

1-1- تأهيل الموارد البشرية: في ظل البيئة التنافسية، يصبح تدريب وتأهيل موارد بشرية لتجنيدها على جميع المستويات قصد تحسين الخدمات لتلبية طلبات ورغبات العملاء، من خلال تحسين أداة تنبؤية في نوعية وحجم كل وظيفة من وظائف الشركات السياحية سواء الكبيرة منها أو الصغيرة، وبالتالي تجنيد بعض مؤسسات التدريب لتأهيل الموارد البشرية قصد تطوير مهنة السياحة وجعلها احترافية وإبتكارية أكثر، للقضاء على المقارنة الكبيرة بين إمكانيات وطاقات فرنسا السياحية وواقع صناعة التدريب والسياحة والبحوث.

1-2- تعدد التخصصات مع تعدد المهن: وتختلف المهن من:

أ- فروع النشاط الأساسي للسياحة من تنظيم الرحلات والإستقبال والإيواء.

ب- الفروع الملحقه بالنشاط السياحي كالإطعام والنقل والترفيه والمعارض.



وبالتالي فإن قطاع الفنادق يمثل 80% من موظفي النشاط السياحي الفرنسي وبالتالي كان لابد من تركيز البحوث والتطوير في هذا القطاع العام.

1-3- المستويات والشهادات: يتم تخرج سنويا حوالي 60000 متربص وطالب وباحث في مجال السياحة، وذلك خلال فتح عروض التكوين عبر عدة مراكز وجامعات ومعاهد متخصصة، من 06 وزارات هي: التعليم والتعليم العالي والبحث العلمي، الاقتصاد والمالية، السياحة وشؤون المستهلكين والثقافة والاتصالات والزراعة وصيد الاسماك، البيئة والتنمية والتخطيط المستدام.

2- تشخيص البحث والتطوير السياحي: تتم صناعة السياحة من خلال التدريب والبحوث والابتكار لضمان الاستخدام الفعال للموارد البشرية سواء كميا أو نوعيا، للتكيف مع العرض والطلب السياحيين من حيث القدرة التنافسية: من خلال:³²

1-2- تشخيص مسؤولية الدولة في هذا المجال: من خلال:

- مبادرات محددة ومتخصصة وفعالة لإنشاء دورات إجراء أو إطلاق الابتكارات؛
- وضع تكامل أفقي أو عمودي بين المبادرات المتخذة؛
- وجود إستراتيجية مرئية حول الأهداف المنتظرة؛
- قرارات منضبطة فيما يخص مشاركة الخدمات العامة القائمة.

2-2- التشخيص حسب مجال البحث: من خلال:

أ-البحث: حيث نلاحظ وجود أكثر من 265 باحث متخصص في السياحة، لكن تم تسخير القليل من الأعمال البحثية، عدا الملتقيات العلمية والبحوث العامة غير التخصصية. لكن توجد حوالي 41 جامعة بما تخصصات ذات علاقة بالسياحة، مع 21 باحث متخصص في السياحة، ووجود عدة معاهد جامعية متخصصة في السياحة وتطويرها.

ب-الملاحظة، الاستعداد، الإبداع: هاته المراحل مقدمة لتطوير الابتكارات السياحية من خلال ملاحظة التجارب الخارجية للبلدان المنافسة والاستعداد لتطبيقها، من خلال توفير الوسائل ثم القيام بخلق إبداعات بتحسين الخدمة أو المنتج الحالي أو تقديم إبتكار جديد، بالرغم من عدم وجود علاقة بين أعمال البحث والتطوير وذلك لعزلها من قبل الفاعلين الرئيسيين في القطاع.



ج- التكوين: نظرا لغيابه فإن ما بين 30% و50% من الخريجين لا يكملون العمل في القطاع، وعدم وجود تخصصات جامعية حول البحث والتطوير في قطاع السياحة، نظرا لنقص التأطير وتحليل فعلي للسوق السياحية.

خاتمة:

حاولنا في دراستنا هذه إظهار أثر أنشطة البحث والتطوير على تنمية السياحة وفق مبادئ الاستدامة، وذلك من خلال التطرق لشرح مفهوم أنشطة البحث والتطوير وبعض المفاهيم المتعلقة بها، والتي تعتبر أساسا وقاعدة تقوم عليها هذه الأنشطة، وتعتبر هذه الأخيرة المغذي الرئيسي لها، حيث يتطلب البحث والتطوير إمكانيات مادية وبشرية من أجل الحصول على منتوجات وبرامج جديدة وكذا يتطلب إمكانيات مالية كبيرة. وقد عملت معظم الدول التي تتميز بالمقومات السياحية على تنمية وتطوير هذا القطاع الهام من أجل زيادة مداخيلها، حيث احتلت فرنسا الصدارة العالمية في هذا المجال، من خلال تطبيق مبادئ الاستدامة على أنشطتها السياحية، وذلك بالمحافظة على البيئة والمكتسبات والمقومات السياحية وترشيد استخدامها، للحفاظ على حقوق الأجيال المتعاقبة، واستطاعت أن تصل إلى تحقيق بعض مؤشرات استدامة القطاع، من خلال اعتمادها على أساسيات البحث والتطوير في كافة المجالات.

الهوامش:

- ¹ - طالب قويدر، بوطيبة فيصل، (مداخلة بعنوان الاندماج في اقتصاد المعرفة الفرص والتحديات)، ورقة بحث ضمن الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة، ورقة، مارس 2004، ص 257.
- ² - عصام مرعي، قواعد المحاسبة الدولية، لجنة قواعد المحاسبة الدولية، دار العلم، بيروت: لبنان، 1987، ص 100.
- ³ - Frank Richard, Recherche Invention et Innovation, Economica, Paris: France, 1998, p68.
- ⁴ - Idem, p 09.
- ⁵ - محمد العربي ساكر، (حوكمة وظيفة البحث والتطوير في المؤسسة الاقتصادية)، ملتقى الإبداع والتغيير في المنظمات الحديثة، دراسة تحليل تجارب وطنية ودولية، 18-19 ماي 2011، جامعة بسكرة، ص 08.
- ⁶ - شخي محمد، تمجدين نور الدين، (الخيارات الإستراتيجية لتفعيل دور البحث والتطوير)، ملتقى الاقتصاد والسياسات الصناعية، جامعة بسكرة، 02-03 ديسمبر 2008.
- ⁷ - محمد العربي ساكر، مرجع سابق، ص 08.
- ⁸ - Vittorio Chiesa, R and D strategie and organisation, Imperial collage presy, London: UK, 2001, p185.
- ⁹ - Jean Claude Tarondeau, Recherche et developpement, Vuibert, Paris: France, 1994, p67.
- ¹⁰ - هوشيار معروف، تحليل الاقتصاد التكنولوجي، الطبعة الثانية، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان: الأردن، ص 242.
- ¹¹ - محمد السعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 113.
- ¹² - محمد سعيد أوكيل، اقتصاد وتسيير الأبداع التكنولوجي، د م ج: الجزائر، 1994، ص 49.
- ¹³ - نفس المرجع، ص 85..



¹⁴- نفس المرجع، ص 85.

¹⁵- محمد سعيد أوكيل، م اقتصاد وتسيير الابداع التكنولوجي مرجع سابق، ص ص 92-94.

¹⁶محمد قويدري، واقع وآفاق أنشطة البحث والتطوير في بعض البلدان المغاربية، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، 09-10 مارس 2004، ص 163.

¹⁷- Paul Trott, Paul Trott, Innovation management and new product development, fifth edition, pearson education limited, London: uk, 2012 p281.

¹⁸-هوشيار معروف، مرجع سابق، ص ص 249-257.

¹⁹-K.Norris and J.Vairey, The Economics of Resarch and Technology, Allen, London, UK, 1973, p131.

²⁰-M.J.Baker, Industrial Innovation technology, Policy diffusion, Macmillian, London, UK, 1999, p211.

²¹- هوشيار معروف، مرجع سابق، ص 246.

²²- Paul Trott, Op Cit, p278.

²³- Jean Claude Tarondeau, Op Cit, p101.

²⁴- نزار كاظم الخيكاني، (إمكانات البحث والتطوير في بلدان عربية مختارة ودورها في تعزيز القدرة التنافسية)، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية،

المجلد 12، العدد 1، الكويت، 2010، ص ص 102-103.

²⁵-عرابة الحاج، تمجدين نور الدين، (وظيفة البحث والتطوير كاساس لتحقيق ميزة تنافسية جديدة في المؤسسات الاقتصادية)، الملتقى الدولي للمعرفة في

ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف: الجزائر، 27-28 نوفمبر 2007، ص ص 13-14.

²⁶-Kalfon. P, Tourisme et Innovation , l'Harmattan ,Paris : Farance,2009, pp45-51.

²⁷-Idem, pp51-57.

²⁸- Idem, pp59-61.

²⁹-Idem, pp61-63.

³⁰-Idem, pp65.

³¹-Luc Chatel, La creation d'un pole d'excellence autour de la fonation, la recherche et l'innovation dans le tourisme, DGE, Paris: France, 2008, pp08-11.

³²-Idem, pp11-13.