

واقع التخطيط السياحي في الجزائر بين أهم المعوقات والإشكاليات

في ظل صناعة رؤية إستراتيجية حول السياحة

The reality of tourism planning in Algeria is among the most important obstacles and problems in light of making a strategic vision about tourism

خرموش منى

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 02 (الجزائر)

amounarym@yahoo.fr

بحري صابر*

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 02 (الجزائر)

Bahri.saber43@yahoo.fr

ملخص:	معلومات المقال
إن قطاع السياحة اليوم يلعب دورا جوهريا في التنمية الاقتصادية ولم تعد السياحة مجرد قطاع خدماتي بل تحولت لقطاع صناعي بامتياز قائم على خطط ورؤى إستراتيجية من أجل ضخ العملة الصعبة لإقتصاديات الدول، ولعل ذلك ما جعل الجزائر كغيرها من البلدان تهتم بهذا القطاع الذي يبقى دون تحقيق المستوى المطلوب بالنظر للإمكانات المتوافرة والتي تزخر بها الجزائر، لذا من المهم صناعة رؤية إستراتيجية حول السياحة، ولعل ذلك في واقع الأمر تكتنفه العديد من المعوقات والإشكاليات التي تلامس واقع التخطيط السياحي وهو ما سنحاول أن نتطرق إليه.	تاريخ الارسال: 2021/04/24 تاريخ القبول: 2021/09/20
	الكلمات المفتاحية: ✓ صناعة السياحة: ✓ الرؤية الإستراتيجية: ✓ التخطيط السياحي:
Abstract :	Article info
Today's tourism sector plays a crucial role in economic development Tourism is no longer just a service sector but has become an industrial sector with excellence Based on the plans and visions of a strategy for the injection of hard currency to the economies of countries ,Perhaps that is why Algeria, like other countries, is interested in this sector Which remains below the required level given the potential Which is rich in Algeria,It is therefore important to create a strategic vision of tourism,Perhaps this is in fact To alleviate the many obstacles and problems that touch the reality of tourism planning Which we will try to address in this article.	Received 24/04/2021 Accepted 2/09/2021
	Keywords: ✓ Tourism industry: ✓ strategic vision: ✓ Tourism planning:

1. مقدمة:

يعد التخطيط السياحي إستراتيجية جد هامة تقوم بها أي دولة تريد أن تجعل من القطاع السياحي ميدان يتم الإعتماد عليه في مجال التنمية الإقتصادية، ولأن الكثير من دول العالم اليوم أضحت تعتمد على السياحة كمدخل أساسي يدر عليها بالعملة الصعبة في سبيل خلق بدائل لتنويع إقتصادياتها من جهة بالنسبة للكثير من البلدان التي تعد الجزائر أحدها، فإن الكثير من الدول جعلت من السياحة المجال الأول لبناء إقتصادياتها ولعل ذلك ما جعل السياحة لا تعتمد فقط على ما تزخر به الدولة من إمكانات مادية وبشرية وطبيعية بل إن عملية التخطيط لهذا القطاع في ظل الإعتماد على التسويق السياحي بالنظر للميزة التنافسية التي تعرفها السياحة اليوم.

إن أي دولة سياحية اليوم تقوم على مسألة التخطيط السياحي الذي يعد ضرورة حتمية لا بد من المرور عبرها في ظل تسويق الخدمة السياحية للزبون السياحي أينما كان، وهو ما يجعل من التخطيط السياحي علما مدروسا يتطلب الكثير من الفواعل والقائمين عليه لترسيخ تخطيط سياحي مبني على أسس متينة في سبيل خلق الثروة، ولعل تلك الأهمية التي يكتسبها التخطيط السياحي اليوم جعل من أمر معرفة واقع التخطيط السياحي في الجزائر أمر ضروري خاصة بالنظر لإتجاه الجزائر اليوم لقطاع السياحة كبديل إستراتيجي للبترول خاصة بعد الأزمة المالية وما تبعها من سياسات كان شعارها التقشف كمدخل جديد في السياسة المالية الجزائرية، ومعرفة الواقع ستؤكد لنا تلك التجليات الخاصة بأهم الإشكاليات التي يعرفها التخطيط السياحي.

إنطلاقا من ذلك جاءت مداخلتنا هذه في محاولة للإجابة على التساؤلات التالية: ما هو التخطيط السياحي كمدخل أساسي لتنمية السياحة في الجزائر؟

ما واقع التخطيط السياحي في الجزائر في ظل السياسات الجديدة؟

ما هي أهم الإشكاليات التي تواجه التخطيط السياحي في الجزائر؟

سنهدف من خلال هذا المقال إلى تحديد واقع التخطيط السياحي في الجزائر في ظل مختلف السياسات الجديدة المرتبطة بقطاع السياحة بالإضافة لرصد أهم الإشكاليات التي تواجه التخطيط السياحي في الجزائر، وسنعمد في ذلك على المنهج الوصفي من خلال وصف واقع التخطيط السياحي في الجزائر وتحليل مختلف الإشكاليات التي تواجهه، في ظل علاقات تلك الإشكاليات المطروحة على المستوى السياحي بالمناخ العام وواقع السياحة كقطاع إستراتيجي في الجزائر.

2. التخطيط السياحي كمدخل أساسي لتنمية السياحة في الجزائر

يعد التخطيط السياحي مدخل أساسي لتنمية السياحة إنطلاقا من الدور الذي تلعبه السياحة اليوم في جل مناحي الإقتصاديات العالمية، ولأن الجزائر إتجهت مؤخرا في محاولة لتنويع الإقتصاد إلى قطاع الساحية كخيار إستراتيجي في محاولة منها لجعله موردا أساسا للعملية الصعبة، ورغم أن هناك العديد من المعوقات والعوامل التي تحد من ذلك، إلا أن الإعتماد على التخطيط السياحي سيمكن لا محالة الدولة من بلوغ الهدف المنشود، خاصة وأن ذلك سيؤدي إلى تنمية سياحية مقصودة في ظل ما تعيشه الجزائر اليوم، ولأن التخطيط عملية هادفة الغرض منها إختيار أفضل السبل لتحقيق أهداف المجتمع لبلوغ مستويات أعلى إقتصادية وإجتماعية من خلال الإستخدام الأنسب لموارد الثروة المتاحة في فترة زمنية محددة، وبعبارة أخرى فإن التخطيط يعني عملية إتخاذ القرارات الاقتصادية المتعلقة بماذا وكيف ومتى ولمن سيوزع الإنتاج على أساس مسح إقتصادي شامل وتقرير واع من قيادة سياسية كفؤة، على أن هناك من ينظر إلى أن التخطيط شأنه شأن التكنولوجيا محايد من وجهة النظر السياسية، فهم ينكرون أي إرتباط بين النظام السياسي وطابع التملك وبين التخطيط الإقتصادي، وهناك من يرى أن الفصل بين السلطة السياسية والوضع الإقتصادي للمجتمع أمر غير ممكن، فالتخطيط بنظر هؤلاء هو علم إدارة الإقتصاد¹، لذا فمن الممكن الإعتماد عليه في سبيل تحقيق خطة سياحية ناجعة في الجزائر وفق المتغيرات الراهنة.

وقد إرتبط ظهور التخطيط بالسياحة وتطوره وكذلك أهميته ببرزو السياحة كظاهرة حضارية سلوكية من ناحية وظاهرة إقتصادية إجتماعية من ناحية أخرى، وقد حظيت السياحة المعاصرة كنشاط إنساني بأهمية وإعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، الأمر الذي إستدعى توجيه الإهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناضج²، خاصة وأن السياحة اليوم تعتبر قطاعا إستراتيجيا يدر على الدولة العديد من المداخل العملية الصعبة إذ أنه يعد بديلا حيويا لإعتماد الجزائر على قطاع المحروقات خاصة إذ تم إستغلاله الإستغلال الأمثل في ظل النظر للسياحة كصناعة وليس مجرد قطاع خدمات.

ويعني التخطيط السياحي فن "قراءة صناعة السياحة، وتوجهات أنشطتها ومؤشراتها المستقبلية، وذلك إعتمادا على تحديد إتجاهات ومقادير التغيرات والتبادلات المستقبلية في العوامل والتغيرات السياحية، وهذا يتطلب إستخدام الأساليب العلمية المستندة إلى أصول وأساليب البحث العلمي ومنهجيات الدراسات العلمية وفق تسلسل منطقي، وعلاقات إنسانية منطقية تعكس طبيعة المراحل التي تمر بها عملية التخطيط³، لذا فمن المهم أن يكون التخطيط السياحي في الجزائر مبني أو قائم على أسس وقواعد علمية وليس مجرد سياسة بريكولاج أو سياسة فوضوية آنية ظرفية، بل لا بد أن يكون التخطيط السياحي مستمر ويهدف لتطوير السياحة في الجزائر وجعله قطاعا بديلا عن قطاع الطاقة من جهة، وأيضاً هادفا للتنمية السياحية بمختلف أبعادها من جهة ثانية.

ويعد التخطيط السياحي الأساس العلمي لصيانة الموارد الطبيعية وتفاذي حدوث المشكلات البيئية، وحتى ينجح التخطيط في هذا المجال لابد من تعميق أسسها النظرية في تفسير العمليات والتطورات الجارية في الطبيعة، والتنبؤ بمستقبلها والتخطيط لإدارتها من أجل تحقيق التنمية المتوازنة للبيئة والمجتمع⁴، ذلك أن التنبؤ بالمستقبل وما يمكن أن يحدث سيسهم في وضع الإستراتيجيات الكفيلة بمواجهة التحديات المحلية والعالمية التي يمكن أن تواجه السياحة الجزائرية اليوم.

إن مسألة تحقيق تنمية "إقتصادية سياحية يتطلب العمل على بناء وتنمية المقومات السياحية للدولة المقصودة أو المدينة على المستوى المحلي، وهذا ما يمكن تحقيقه عن طريق عملية التخطيط السياحي، بهدف تطوير وتحسين الأوضاع الإقتصادية ومستويات المعيشة لسكان تلك الدولة أو المدينة⁵، فالتنمية السياحة مبنية على أساس التخطيط السياحي بهدف تحسين وتطوير الشأن السياحي القائم، خاصة وأن السياحة تساهم في الإنعاش الإقتصادي وتحسين مستوى معيشة الأفراد لأنه القطاع الذي له علاقة مباشرة بين المواطنين والمداخل السياحية، وهو ما يسهم في تنمية حقيقية قائمة على السياحة.

كما يعد التخطيط السياحي من أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة، التي تهدف إلى زيادة الدخل الفردي الحقيقي والقومي، وإلى تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية في البلاد، والتالي فإن تخطيط التنمية السياحية يعتبر جزءا لا يتجزأ من خطة التنمية الإقتصادية والإجتماعية الذي يقتضي إلزام كافة الوزارات والأقاليم والأجهزة والإدارات الحكومية والغير الحكومية بتنفيذ السياسة التنموية السياحية، كما أن التخطيط السياحي يسهم في تنمية وتطوير مناطق ومواقع التراث الأثري والمناطق الطبيعية بغرض تأهيلها للجذب السياحي، ومن ثم إنشاء مشروعات التنمية السياحية المستدامة التي تعود بالفوائد والمنافع الإقتصادية والإجتماعية والثقافية على المستوى القومي والمحلي⁶، لذلك نلاحظ الكثير من الدول اليوم تهتم التخطيط السياحي على إعتباره المساهم الأساسي والفاعل الأول في زيادة الدخل القومي والفردي في ظل إعتماد الكثير من إقتصاديات العالم على السياحة، لذا فإن الإهتمام به من خلال التخطيط السياحي سينعكس بصورة إيجابية ومباشرة على الدخل القومي والفردي في الجزائر، وهو أمر جد ممكن بتبني برامج وخطط موضوعية علمية تسعى للنهوض بالقطاع السياحي وذلك على مستوى جميع المناحي والأصعدة على إعتبار أن السياحة قطاع متداخل ومتشابك من حيث القطاعات التي تساهم فيه وتأثره بجميع العوامل والمداخل الإجتماعية والسياسية والقانونية والإقتصادية في البلد.

وعلى صعيد النشاط الاقتصادي الدولي أصبح النشاط السياحي من أكثر الأنشطة الخدمانية إدرازا للدخل وتوليدا لفرص العمل، وذلك لإرتباطه وتأثيره في عدد كبير من الأنشطة ضمن الجانب الاقتصادي، وتساهم التنمية السياحية في⁷:

- تحقيق الانتعاش الاقتصادي لدولة المقصد السياحي عن طريق تنمية حصيلة العملات الأجنبية مما يساهم في تغطية إحتياجات التنمية الاقتصادية للبلد من المكونات الإنتاجية اللازمة للنشاط الإنتاجي.

- توليد فرص التوظيف من خلال خلق فرص جديدة للعمل في القطاع السياحي والقطاعات المرتبطة به.

- المساهمة في التنمية المحلية والعمرانية، وذلك عن طريق تنمية مناطق جديدة للجذب السياحي في محليات مختلفة، ويساهم هذا في تحقيق نمو متوازن على مستوى الاقتصاد الكلي وفي تحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي بين الأقاليم السياحية الأخرى وحقيقة فإنه لا يمكن إغفال الدور الذي لعبته السياحة ولا تزال في تعمير عدد من المناطق غير المأهولة التي يمكن تحويلها إلى مراكز جذب سياحي وما يرتبط بها من تطوير المطارات ومد شبكات الطرق وهي بلا شك بنية أساسية يمتد تأثيرها إلى تحفيز إقامة مجتمعات عمرانية جديدة ومشروعات صناعية وزراعية تضاف منتجاتها إلى الناتج القومي.

إن التخطيط السياحي اليوم في الجزائر يعد مدخلا أساسيا لا بد من الإهتمام به في سبيل بلوغ أهداف التنمية السياحية على المستوى المحلي والدولي، خاصة وأن الجزائر اليوم تراهن على قطاع السياحة من أجل تنويع صادراتها من جهة والتخلي ولو نسبيا على إقتصاد المحروقات خاصة بعد الأزمة المالية التي تعرض لها الإقتصاد مؤخرا، والذي جعل من ضرورة إيجاد الآليات والإستراتيجيات الكفيلة بالنهوض بالقطاع السياحي أمر جد ضروري من خلال العديد من المسارات التي تبنتها الحكومة والتي يعد التخطيط السياحي أحد أبرزها في ظل الرغبة الملحة في تبني إستراتيجية وطنية شاملة للنهوض بالسياحة والترويج لها للمساهمة في الدخل الوطني والقومي.

3. واقع التخطيط السياحي في الجزائر في ظل السياسات الجديدة

إن القطاع السياحي الجزائري لم يستفد من أي تنمية محددة المعالم خلال الفترة 62-66، فالسياحة خلال هذه المرحلة تميزت بضعف وتردي الهياكل السياحية، نقص اليد العاملة المؤهلة، إنعدام الوكالات السياحية التي تتكفل بالدعاية والإشهار، إنعدام أي تنظيم للهياكل والثروات السياحية، وعموما فإن القطاع السياحي إتصف عشية الإستقلال بجملة من النقائص تتمثل في:

- تخلف هيكلي، ضعف الصناعة الفندقية وعدم قدرتها على تلبية حاجيات المواطنين في المجال السياحي.

- الظروف الإجتماعية (التخلف والفقر) السائدة عشية الإستقلال جعلت الأغلبية الكبيرة من الشعب الجزائري لا تهتم بالسياحة وتجهل حتى معنى العطل المدفوعة الأجر.

- إنعدام وجود عادات وتقاليد فندقية وسياحية.

- إنعدام العمال المؤهلين والأكفاء في المجال السياحي.

هذه الظروف دفعت الدولة إبتداء من سنة 1963 إلى محاولة إستغلال الثروات السياحية، وتجلى ذلك بعملية إحصاء شامل للمشاكل التي تعاني منها السياحة، غير أن الظروف الإقتصادية والإجتماعية التي سادت غداة الإستقلال أدت إلى تأخير عملية إستغلال الثروات السياحية إلى غاية سنة 1966 من خلال صدور الميثاق السياحي⁸.

لقد أصبحت السياحة من الأنشطة الإقتصادية المهمة، لما لها من آثار إقتصادية وإجتماعية وبيئية وثقافية تنعكس على إقتصاد الدولة، إذ أنها تعمل على زيادة التواصل الحضاري والثقافي بين الشعوب المختلفة لأنها حاجة إنسانية ونفسية ولم تكن السياحة كما كانت عليه منذ سنوات، فقد تشعبت فروعها وتداخلت وأصبحت تدخل في أغلب مجالات الحياة اليومية، وأثبتت التجارب أن السياحة لا تنضب ولا تندثر بل إنها تنمو عاما بعد عام، إذ إنها مرتبطة بالرغبة الإنسانية، وعلى أساس تلك الأهمية للنشاط السياحي لا بد من وضع آليات

تنمية لإستمرار وإستدامة وديمومة هذا المورد الفاعل لقدرته في إمتصاص ظاهرة البطالة وتوفير فرص العمل وتحقيق الرفاه الإقتصادي والاجتماعي للبلد⁹.

وتسعى الدولة الجزائرية من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى زيادة حصتها من السوق السياحي العالمي من خلال¹⁰:

- إمكانية تعويضه لقطاع المحروقات.

- تنظيم العرض السياحي بحسب السوق الوطني.

- جعل من الجزائر وجهة سياحية عالمية تعتمد على المميزات والهوية الخاصة بها.

- المساهمة في تحسين الموازنات الكبرى (الميزان التجاري للمدفوعات، توازنات الميزانية).

- الدفع بواسطة الأثر العكسي على قطاعات أخرى (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية، الصناعة).

- تهمين التراث التاريخي والثقافي والشعائري.

- التحسين الدائم لصورة الجزائر.

ويشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، وبعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها لآفاق 2030، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تهمين القدرات الطبيعية، الثقافية، والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق القفزة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية لدولة يجب النظر إليها على أنها ل تعد خيارا بل أصبحت ضرورة لأنها تشكل موردا بديلا للمحروقات، ويتضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية نظرة الجزائر للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق (على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، المدى الطويل 2030) فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة، وذلك من أجل الرقي الاجتماعي والاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة¹¹.

ما يمكن تأكيده أن المناخ العام يلعب دورا مهما في المخطط السياحي الجزائري أين نلاحظ أن قطاع السياحة كقطاع إستراتيجي لم يحظى بذلك الإهتمام اللازم والذي يليق به كقطاع حساس يمكن الإعتماد عليه في تنويع الدخل الوطني من خلال جلب العملة الصعبة في ظل غياب الهياكل اللازمة والإستراتيجية الواضحة لتشجيع السياح للقدوم إلى الجزائر، فبالرغم من الأهداف المتوخاة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 إلا أن عدم تحديد الآليات الفعالة التي من شأنها النهوض بالسياحة في الجزائر وجعلها رقما فاعلا في الإقتصاد جعل مختلف السياسات مجردة من التنفيذ في أمر الواقع، من خلال ترجمة مختلف المخططات لواقع يلامسه السياحي خاصة وأن الجزائر تزخر بالمقومات السياحية التي تجعلها رائدة في مجال السياحة الذي يمثل لدى الكثير من الدول عصب إقتصادها. ويهدف هذا المخطط لتحقيق جملة من الأهداف تتلخص فيما يلي¹²:

- ترقية إقتصاد بديل للمحروقات.

- تهمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بإمتياز.

- تنشيط التوازنات الكبرى وإنعكاسها على القطاعات الأخرى.

- تهمين التراث التاريخي، والثقافي مع مراعاة خصوصية كل إقليم من التراث الوطني.

- التوفيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة.

وعلى الرغم من أهمية الأهداف المتوخاة لتحقيق في القطاع السياحي إلا أن هذه الأهداف تحتاج لعمليات إجرائية لتحديد مدى تحقيقها من خلال تقييم السياسات السياحية لمعرفة نقاط القوة ونقاط الضعف مما يجعلنا نرسم سياسة سياحية قائمة على التقييم ما يجعلنا

نتخلص من كل النواقص والسلبيات التي ميزت السياسات السياحية الماضية، وما يجعلنا نغير من الأهداف المراد تحقيقها على المدى القصير، والمتوسط والبعيد، ولن يتم ذلك إلا من خلال وضع إستراتيجيات واليات واضحة من شأنها المساهمة في تحقيق الأهداف وفق رؤية إقتصادية.

لقد أكد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على عدة آليات لإنعاش السوق السياحية في الجزائر والتي نوردتها فيما يأتي¹³:

مخطط وجهة الجزائر: يهدف إلى تعزيز جاذبية وجهة الجزائر عن طريق تحسين صورتها والتموقع في الأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها والفئات السكانية المستهدف، المرحلة الأولى تتمثل في منح الأولوية لهذه الأسواق، مع حصر الفروع والمنتوج الواجب تطويره، وتحديد الأهداف لهذه الأسواق.

الأقطاب السياحية للإمتياز: حدد المخطط سبعة أقطاب سياحية للإمتياز هي القطب شمال شرق، ويشمل مدن عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس، القطب شمال وسط ويشمل مدن الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، البويرة، بجاية، تيزي وزو، القطب شما غرب ويشمل مدن مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان، القطب جنوب شرق يشمل الوحات، غرادية، بسكرة، الوادي، المنيع، القطب جنوب غرب ويشمل توات، القراة، طرق القصور، أدرار، تيميمون، بشار، القطب الجنوبي الكبير ويشمل الطاسيلي، إليزي، جانت، قطب الجنوب الكبير ويشمل أدرار وتمنراست، والهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الإنتشار السياحي في كل التراب الوطني عبر إنشاء مجموعة من القرى السياحية للإمتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع.

مخطط الجودة السياحية: يشمل مجموعة من المهام منها تحسين الجودة وتطوير العرض السياحي، منح رؤية جديدة للمحترفين، حث المتعاملين في هذا القطاع على العمل بإجراءات الجودة ونشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة ذات جودة، قصد الإستجابة للهدف المادي والمالي للمخطط أصبح تكوين العنصر البشري أمرا ضروريا، لذا حدد المخطط ثلاثة أهداف إستراتيجية للتكوين افاف 2025 متمثلة في ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، تأهيل المؤطرين، إعداد مقاييس الإمتياز للتربية والتكوين، وكذا الابتكار وإستعمال تكنولوجيا الإعلام والإتصال.

مخطط الشراكة العمومية-الخاصة: يسعى مخطط الشراكة العمومية-الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي ذو جودة عالية، وجعل المواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية، لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلا.

مخطط تمويل السياحة: يتعلق الأمر بمرافقة المستثمرين المرقين وأصحاب المشاريع بمساعدتهم في إتخاذ القرار، في تقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الإستغلال، تخفيف إجراءات منح القروض البنكية، التمديد في مدة القرض، دعم ومرافقة المؤسسات المعدة لإحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع من خلال نظام مرافقة مالي، مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للجودة وإنشاء أداة جديدة لتمويل الإستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الإستثمار السياحي.

ما يمكن تأكيده في هذا المقام أن "السياسة السياحية الجديدة تشكل مثلما رسمها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، سياسة طموحة براغماتية تبدأ من مرحلة التخطيط السياحي إلى غاية تحول الجزائر إلى وجهة سياحية تنافسية في آفاق 2030، وهي سياسة مستوحاة من العديد من التجارب الناجحة في البلدان المطلة على المتوسط وغيرها، قصد تفادي إستنساخ الأخطاء الصارخة المرتكبة مسبقا، وإستلهام الترتيبات الملائمة لميثاق السياحة المستدامة لسنة 1995، وإن كان المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 يرمي للإرتقاء بالسياحة إلى مصاف صناعة واعدة ذات أبعاد إستراتيجية، وذلك بواسطة عمل في العمق، وإعادة صهرها ثانية

قصد ربط السياحة بمختلف القطاعات الأخرى، وتفعيل تأثيرها الأفقي الذي يجعلها تتقاطع مع كل الميادين وذلك بتمكين الأقاليم وإبراز جاذبيتها السياحية¹⁴.

على الرغم من مختلف الآليات التي يتم من خلالها تفعيل السياحة في الجزائر، إلا أن الواقع يؤكد لنا أن الجزائر لا تزال بعيدة كل البعد على اعتبار السياحة كقطاع إستراتيجي، فلا تكفي فقط مجرد رسم السياسات بل من المهم الحرص على تنفيذ تلك السياسات اللازمة على الواقع رغم أن هناك خلل كبير في مختلف السياسات من ناحية التطبيق، حيث من المهم أن يتم ترجمة تلك السياسات لواقع ملموس وهو الأمر المطلوب، إذ من المهم إعادة التفكير في رسم الإجراءات التي من شأنها تحقيق المطلوب.

4. أهم الإشكاليات التي تواجه التخطيط السياحي في الجزائر

إن التخطيط السياحي كأمر ضروري من أجل النهوض بقطاع السياحة تواجه العديد من الإشكاليات التي تتعلق بالبيئة السياحية في الجزائر، ولعل معرفة هذه الإشكاليات جد مهم للنهوض بهذا القطاع والإرتقاء به في سبيل تنمية سياحية حقيقية تنعكس وتساهم في التنمية الإقتصادية، وسنحاول الإشارة لأهم الإشكاليات التي تواجه التخطيط السياحي في الجزائر فيما يأتي:

التسعير السياحي: يعد التسعير السياحي (تحديد الأسعار) أحد العمليات المؤثرة في العمل السياحي وعنصر هام من عناصر المزيج التسويقي لما له من تأثير على الحركة السياحية بشكل مباشر، حيث تتأثر قرارات السائحين بشكل كبير بمقدار التكلفة المادية للرحلة أو البرنامج السياحي وما يتضمنه من خدمات متاحة، لذلك فإن سلوك وقرارات السائح ترتبط دائما بتسعيرة هذه الخدمات، فالأسعار المناسبة في حد ذاتها وسيلة تسويقية فعالة ومؤثرة في تنشيط الطلب السياحي حيث أنها كلما كانت في متناول ومقدرة عدد كبيرة من شرائح السوق السياحي كلما كانت أكثر فعالية وإيجابية في الأسواق المصدرة للسائحين والتي تهتم بالأسعار بشكل خاص، ولا يغيب عن الأذهان أن الدول السياحية الناجحة إلى جانب إهتمامها بالسعر فإنها تهتم أيضا بجودة المنتج السياحي حيث توائم بين الأسعار المطبقة ومستوى الخدمات والمنتجات السياحية المقدمة مما يرفع القيمة المدركة لدى السائح¹⁵، فمن المهم أن يكون هناك تخطيط سياحي قائم على الرؤية المستقبلية لتسعير مختلف الخدمات السياحية مقارنة بما يحدث على المستوى العالمي، فبمقارنة التسعير السياحي في الجزائر مقارنة بالخدمات المقدمة نجده مبالغ فيه نوعا ما، لذا فمن المهم التخطيط لتسعير سياحي قائم على مراعاة القدرة الشرائية للمواطن من جهة وكذا قائم على نوعية وجودة الخدمات السياحية المقدمة لتفعيل سياحة موضوعية في هذا الإتجاه.

تنمية السياحة المستدامة: لتحقيق التنمية السياحية المستدامة، سنورد بعض المبادئ والأنظمة التي لاقت نجاحا في الموازنة بين رغبات ونشاطات السياح من جهة وحماية الموارد البيئية والاجتماعية والإقتصادية من جهة أخرى، وذلك بهدف تطبيقها وهي: -وجود مركز دخول في المواقع السياحية لتنظيم حركة السياح وتزويدهم بالمعلومات الضرورية.

- ضرورة توافر مراكز للزوار تقدم معلومات شاملة عن المواقع وإعطاء بعض الإرشادات الضرورية حول كيفية التعامل مع الموقع، ويفضل أن يعمل في هذه المراكز السكان المحليون الذين يتدربون على إدارة الموقع والتعامل مع المعطيات الطبيعية.

- ضرورة وجود قوانين وأنظمة تضمن السيطرة على أعداد السياح الوافدين وتأمينهم بالخدمات والمعلومات وتوفير الأمن والحماية بدلا من إحداث أي أضرار بالبيئة.

- ضرورة وجود إدارة سليمة للموارد الطبيعية والبشرية في المنطقة يمكنها أن تحافظ على هذه المكتنزات للأجيال القادمة من خلال عناصر بشرية مدربة.

- التوعية والتثقيف البيئي من خلال توعية السكان المحليين أولا بأهمية البيئة والمحافظة عليها، فكثيرا ما نلاحظ السكان المحليين هم الذين يسعون إلى تخريب وتدمير بيئتهم لأسباب مادية، ولكن هؤلاء لا يعرفون أنهم يدمرون قوتهم ومستقبل أولادهم من خلال هذا التخريب،

ولذلك يجب التركيز على التوعية والتثقيف البيئي للسكان المحليين وللعاملين في الموقع، مع الحرص على وجود اللوحات الإرشادية التي تؤكد أهمية ذلك.

- تحديد القدرة الإستيعابية للمكان السياحي، بحيث يحدد أعداد السياح الوافدين للمنطقة السياحية بدون إزدحام وإكتظاظ، حتى لا يؤثر ذلك على البيئة الطبيعية والاجتماعية من جهة وعلى السياح من جهة أخرى، فيرون بيئة جذابة توفر لهم الخدمات والأنشطة¹⁶، فالتخطيط السياحي جد مهم في مجال التنمية السياحية من أجل خلق جو سياحي موافق للسياح وجاذب لهم في ظل الإستثمارات الأجنبية.

نقص الإستثمارات السياحية: بينما يعد الإستثمار في الخدمات نشاطا إقتصاديا راسخا في البلدان المتقدمة، فإنه لا يزال متأخرا في البلدان النامية، فالإستثمار في المشاريع الخدمية، وخصوصا السياحية منها، في البلدان النامية غالبا ما ينظر إليه على أنه نشاط مخوف بالمخاطر، لذلك فعلى الرغم من إمكانية توفر المقومات السياحية الطبيعية فإنه من الصعب بمكان على البلدان الفقيرة والبلدان الأقل نموا أن تحصل على التمويل اللازم لمشاريعها السياحية حتى وإن نجحت في التعامل مع مشاكل تحديد وتخطيط تلك المشاريع¹⁷، لذا فمن المهم التخطيط السياحي القائم على جذب الإستثمار الأجنبي ولن يكون ذلك إلا من خلال إزالة العراقيل خاصة منها الإدارية التي تعيق عملية الإستثمار السياحي خاصة وأن الكثير من المستثمرين المحليين والأجبيين يتخوفون من الإستثمار السياحي بسبب العراقيل المتواجدة على مستوى القطاع السياحي.

التسويق والترويج السياحي: وذلك من خلال:

- إستخدام الوسائل المختلفة والفعالة للترويج السياحي وتوسيع وتنوع فعاليات وأساليب الترويج السياحي.
- تحسين الصورة السياحية للجزائر في الأسواق المصدرة للسياحة.
- دخول أسواق سياحية جديدة وواعدة لزيادة حصة الجزائر من السوق السياحي الدولي.
- تحقيق الزيادة في معدل النمو للسياحة الوافدة بنسبة تتراوح بين (5-10-15) بالمائة في السنة.
- رفع معدل النمو في العادات النقدية للسياحة الدولية بنسبة تتراوح بين (5-10-15) بالمائة في السنة.
- تنشيط السياحة الداخلية¹⁸.

فما يمكن ملاحظته هو غياب الرؤية المستقبلية للترويج السياحي القائم على المستجدات التكنولوجية لذا فمن المهم الحرص على إستخدام كل ما هو متاح في سبيل الترويج السياحي إذ لا يمكن تصور النهوض بقطاع السياحة الجزائرية بعيدا عن الترويج ووضع رؤية مستقبلية مخططة لطريقة الترويج السياحي المنفذ الأساسي لجذب السياح.

الحيط السياسي: إن المحيط السياسي له صلة وثيقة بالسياحة حيث تتدخل الدولة من خلال وضع السياسات السياحية الملائمة التي تهدف إلى تخطيط وتوجيه وتأطير السياحة وجعلها تستجيب للأهداف المراد بلوغها قصد تلبية الحاجيات المتنوعة للطلب السياحي الداخلي والخارجي، من جهة أخرى فإن الإستقرار السياحي والانسجام الاجتماعي يلعبان دورا هاما في ترقية الصورة السياحية لأي بلد يرغب تسويق منتجاته السياحية لا سيما على مستوى الأسواق الخارجية التي تتأثر كثيرا وبسرعة بالتفاعلات السياسية التي تحدث على مستوى أي بلد، كما أن الاستثمار السياحي الأجنبي وحتى المحلي في بعض الأحيان يتأثران بالأوضاع السياسية السائدة لأن ازدهار السياحة مرتبط أساسا بالاستقرار السياحي والانسجام الاجتماعي والسلام والطمأنينة، إضافة إلى لك فإن الممارسات السياسية تنجم عنها نشاطات عديدة ومتنوعة تتمثل في اللقاءات والاجتماعات والندوات والمؤتمرات السياسية التي يتم احتضانها على مستوى المرافق الفندقية والسياحية وهذا من شأنه زيادة الطلب السياحي والتأثير حتى على العرض السياحي بدليل أن بعض الفنادق قد تخصصت في

سياحة المؤتمرات والأعمال¹⁹، فمن المهم الحرص على توضيح الرؤية السياحية من الناحية السياسية وذلك من خلال إبتهاين رؤية السياسيين لقطاع السياحة بهدف تشجيع الإستثمار الأجنبي من جهة، والإبتها الخاص بالمحافظة على الإستقرار السياسي في البلد والترويج له سعيًا لجل الجزائر مقصد سياحي في ظل التنافسية في السوق السياحي اليوم.

الحصول على التأشيرة: نظرا لتلقي السياح الأجانب صعوبات على مستوى السفارات الجزائرية في الخارج التي تستغرق كثيرا من الوقت على طلب التأشيرة، وهو مشكل يجب معالجته نظرا لتأثيره المباشر على تدفق السياح الأجانب إلى الجزائر، وغالبا ما يشتكي الزوار الأجانب من أن التأشيرة الجزائرية تعد من الأصعب في العالم، ومن بين الإجراءات المتخذة في هذا الإطار اعتماد وزارة الخارجية بالتنسيق مع وزارة السياحة لإجراءات جديدة من شأنها التخفيف من مدة الحصول على التأشيرة الجزائرية إلى 72 ساعة شريطة إرسال الطلب من الولاية المعنية إلى وزارة الخارجية مباشرة، حيث سجل تحسن في بعض التمثيليات في الخارج على غرار سفارة الجزائر بإسبانيا وبولونيا لتقديم خدمات سريعة للراغبين في زيارة الجزائر، إلا أن هذه التسهيلات لا يمكن حسب وزارة السياحة أن تتجاوز مبدأ المعاملة بالمثل مع الدول الأجنبية، حيث لا يمكن للجزائر أن تفتح أبوابها أمام مواطني دول أجنبية دون أن يكون للجزائريين نفس التسهيلات في زيارة تلك الدول²⁰، فمن المهم وضع تخطيط سريع لمنح التأشيرة من خلال تنظيم العملية بما يخدم القطاع السياحي ويحافظ على سيادة الدولة، خاصة وأن الحصول على التأشيرة الجزائرية تكتنفه الكثير من المعوقات والعوامل التي وجب التخطيط للتغلب عليها خدمة للجل السياحي.

الحيط الاجتماعي والثقافي: تتشابه العوامل الاجتماعية والثقافية مع العديد من العناصر التي تدخل في تشكيل السياحة وبلورة مفهومها ومن ضمنها الثقافة التي يتمتع بها السائح، كما يلعب الدين دورا أساسيا فيهما، وكذلك اللغة والتقاليد المتوارثة عبر الأجيال، وتمثل العوامل الاجتماعية والثقافية والمستوى الاجتماعي والثقافي للفرد دور مهم في ذلك، فلكما زاد وارتفع هذا الأخير إقباله على السفر نتيجة الرغبة في تذوق المتعة الثقافية بأنواعها²¹، فمن المهم التخطيط من الناحية الاجتماعية والثقافية وذلك بوضع خطة ورؤية مستقبلية لتطوير التصورات الاجتماعية حول السائح بما يساهم في تكوين ثقافة تتقبل السائح بما يشجع السياحة ويساهم في تطويرها، خاصة وأن المجتمع الجزائري يبقى مغلق في هذا المجال، لذا من المهم تطوير القطاع السياحي من خلال وضع برامج تتماشى والسياسات السياحية في البلد من خلال التعليم والتربية ومختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تساهم في التنمية السياحية.

الجانبي النفسي: بالإضافة إلى الاعتبارات المادية للسائح والاجتماعية والتي تحكم حركته السياحية، فإن المؤثرات النفسية التي تخالجه لها دور فعال في دوافعه ورغباته السياحية، وتمثل أهم العوامل النفسية المؤثرة في الجل السياحي:

- الوعي السياحي بأهمية السياحة في عمليات التنمية.
- سيادة مشاعر الأمن والأمان وحسن المعاملة.
- تأصيل خدمة الإرشاد السياحي الشعبي.
- المزاج العام للسكان ومدى ترحيبهم بالسياح من مختلف الجنسيات.
- السمات الشخصية لسكان البلد السياحي من حيث الأمانة والصدق في التعامل.
- عدم وجود سمات الكراهية لدى معظم سكان البلدان المقصودة.
- عدم وجود الخوف من الغرباء والتعامل معهم²²، فالتخطيط الاجتماعي وحده غير كاف لنجاح أهداف التنمية السياحية، لذا فمن المهم التخطيط من الجانب النفسي من أجل تغيير الذهنيات وبناء الفرد الجزائري الذي يتقبل السائح.

الجانب البشري: ويقصد بالعوامل البشرية هي أولئك الأفراد الذين يتكون بالسياح بشكل مباشر، وبالتالي يكون لهم تأثير مباشر عليهم، حيث يعتبر العنصر البشري مهم في تقديم الخدمات السياحية، فهو يقوم بدور مباشر في خلق صورة ذهنية عن المنطقة السياحية لدى السياح وتحكم مدى تكرارهم للطلب السياحي أو لا²³، لذا فمن المهم التخطيط لتكوين الموارد البشرية خاصة القائمين على المجال السياحي.

البرامج السياحية: لا يمكن لأي سياحة أن تنجح بدون وجود برامج سياحية والجزائر في الواقع تعاني من غياب برامج سياحية مسطرة ومخططة من طرف الفاعلين في الميدان السياحي، وبهذا لن تتطور السياحة في ظل غياب هذا العنصر، خاصة وأن "أي سياحة لن تنجح بدون برنامج معين يحجز له مسبقا وعند وصوله البلد المعني، وهذه البرامج تشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية، وبالإضافة إلى الخدمات الأخرى مثل المحلات، الأسواق، المنتزهات، وإعداد البرنامج يشمل:

- تحديد مسار الرحلة (الأماكن السياحية، وسيلة النقل، القدرة المالية في الإنفاق).

- تحديد الأسعار (المواصلات، الإقامة، المطعم، ربح وعملة وكيل السفر).

عمل برنامج كامل للرحلة (وضع بروتوكول خاص فيه كافة المعلومات من صور وللمناطق السياحية والفنادق، وسهولة النقل والخدمات).
عملية الترويج لبرنامج الرحلة (عمل دعائية وإعلان عن طريق التلفاز، الصحف، البروستور)²⁴، لذا فمن المهم التخطيط بوضع برامج سياحية فعالة تؤدي لتحقيق أهداف التنمية السياحية.

سياسة تكوين الموارد البشرية في قطاع السياحة: لا يختلف اثنان على أنه لا يمكن لأي سياسة سياحية أن يكتب لها النجاح دون وجود موارد بشرية مؤهلة ومكونة تكوينا جيدا، فعملية التكوين في مجال السياحة تلعب دورا مهما لا يستهان به من خلال تحسين نمط التسيير، وكذا النهوض بمستوى الخدمات للضفر بمكانة محلية وعالمية مرموقة، ومنه فإن الاستثمار في العنصر البشري صار أكثر من ضرورة، مثله مثل الاستثمار في الهياكل القاعدية السياحية، والجزائر تدرك حتما هذه الضرورة الملحة، ويتجلى ذلك من خلال قيام القائمين على القطاع بإنشاء مدارس علي ومعاهد للتكوين السياحي والفندقي والتي تذكر منها²⁵:

- مركزي التكوين المهني بوهان وقسنطينة.

- معهدي التكوين ببوسعادة وتيزي وزو.

- المعهد العالي للفندقة بالجزائر العاصمة.

- وبالرغم من كل ما قامت به الجزائر لتحسين التكوين السياحي، إلا أن ذلك يبقى بعيدا عن حاجة السوق الجزائرية لتلك الأيدي الماهرة والمدرّبة.

ومن المهم وضع تخطيط سياحي في مجال تكوين الموارد البشرية خاصة وأننا نسجل في الواقع الكثير من النقائص في هذا المجال سواء من ناحية الكم أو جودة التكوين، لذا فعلى القائمين على شؤون السياحة التفكير في وضع برنامج تكويني قائم على الجودة ويساهم في تلبية حاجات السوق السياحية من اليد العاملة وهو أمر مهم في ظل توجهات الجزائر للسياحية كمقصد إستراتيجي لتنويع الإقتصاد.

السياسة البنكية: ما يمكن ملاحظته على السياسة البنكية والمالية الجزائرية أنها لا تزال تراوح مكانها من التطور، حيث تعتمد على الأمور التقليدية في التعامل خاصة من ناحية عبور الأموال وهو ما يضيق نوعا ما على السائح الأجنبي الذي يختار الوجهة السياحية التي تسهل عليه عملية الحصول على المال، بالإضافة لكون أغلبية البنوك الجزائرية تعمل وفق وقت محدد وليس على مدار الأسبوع والأيام كما

نسجله في الكثير من المناطق السياحية ما يجعل الاستفادة من خدماتها مقتصر ومحدود وهو ما يجعل السائح ينفر من التعامل معها نتيجة لذلك التأخر المسجل في إجراءاتها، فالخدمات المقدمة من طرف البنوك تتميز بما يلي²⁶:

- عدم الملائمة وضعف وسائل الدفع الحديثة على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح.
- قوانين تحد من توطين العمليات سواء بالنسبة لاستقبال أو إفاد السياح من وإلى الخارج.
- غياب المنتجات المالية وعدم وجود تحفيزات خاصة بالمستثمرين في قطاع السياحة، وتعارض طرقها وشروطها إن وجدت، مع طبيعة النشاط السياحي (مثل القرض الفندقي بسعر منخفض تماشيا مع خصوصيات القطاع الذي يتطلب في الغالب تمويلات ضخمة)، وذلك خلافا لما هو معمول به في الدول السياحية.
- ولأن السياسة البنكية في الجزائر للأسف تتميز بالكثير من المعوقات فإن العمل على تطويرها بتخفيف إجراءات الحصول على العملة وتحويلها أمر جد مهم بوضع خطة ورؤية مستقبلية تهتم بإحتياجات السوق السياحية، لذا فمن المهم وضع خطة مستقبلية لتطوير النظام المالي الجزائري بما يلي حاجيات السائحين ويطور التنمية السياحية.
- ما يمكن ملاحظته أن هناك العديد من الإشكاليات التي تواجه التخطيط السياحي في الجزائر، والتي يمكن التغلب عليها في ظل رؤية مستقبلية قائمة على دراسات علمية موضوعية تشخص الواقع السياحي بالنسبة للتخطيط السياحي، وتعمل على تنفيذ خطة سياحية تسعى لتطوير القطاع السياحي بما يخدم الإقتصاد من خلال تنمية سياحية واقعية تسعى لجذب السياح وتشجيع السياحة المحلية الداخلية وهو أمر ممكن في ظل تضافر الجهود وتبني الإستراتيجيات الفعالة التي يمكنها أن تحقق ذلك.

5. خاتمة

إن الإشكال الحقيقي الذي يقع على قطاع السياحة يمكن أن يكون ذو حدين الأول خاص بإشكالية التخطيط السياحي الهادف للتنمية السياحية إذ لا بد أن يكون هذا التخطيط قائما على إحتياجات القطاع السياحي أين أنه قبل بداية أي تخطيط لا بد من إنجاز دراسة شاملة تشخص واقع القطاع وتحاول أن تبني رؤية مستقبلية لهذا القطاع في ظل الواقع السياحي المعاش، ذلك أن أي محاكاة أو إستنساخ لأي تخطيط سياحي ستؤدي لا محالة لفشل ذلك النموذج والتجربة لأنها ستصطدم بواقع وخصوصيات ثقافية وإجتماعية وسياسية وإقتصادية تميز الواقع الجزائري عن غيره، أما الإشكالية الثانية فإنها تتعلق بطريقة التنفيذ والتطبيق للمخطط لأن عدم إزالة العراقيل والمعوقات التي تقع أمام تطور السياحة والنهوض به كقطاع جاذب للإستثمار سيؤدي أيضا لفشل أي مخطط مهما كانت درجته ومستواه ونوعيته، لذا فالرهان الحقيقي اليوم الذي يقع على عاتق القائمين على قطاع السياحة هو تطوير قطاع السياحة وفق منظور ورؤية مستقبلية محلية تلي إحتياجات السوق السياحي بما يخدم التنمية السياحية الشاملة.

6. قائمة المراجع

1. محمد أزهر سعيد السماك (2007)، مناهج البحث في التخطيط السياحي بمنظور جغرافي معاصر، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، م14، ع3.
2. الكتاني مسعود مصطفى (1990)، علم السياحة والمتنزهات، جامعة الموصل، العراق.
3. عبد الإله أبو عباس، حميد عبد النبي الطائي (2010)، التخطيط السياحي مدخل إستراتيجي، ط1، دار الورق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
4. الربيع جصاص (2017)، التخطيط السياحي البيئي والتنمية السياحية المستدامة، مجلة الباحث الاجتماعي، ع13، جامعة ورقلة.
5. خطاب عمران صالح، كمال الدين محمد عثمان (2017)، التخطيط السياحي كأداة لتنمية السياحة الأثرية والدينية في مدينة سامراء، مجلة الملوية للدراسات الاثرية والتاريخية، م4، ع7، س4.
6. أسماء محفوظ عمر، سوزان بكري حسن، غادة محمد وفيق (2017)، دور التخطيط السياحي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة بحماية وادي الريان، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، م11، ع1.
7. فضيل حضري، وهيبة بورعين (2014)، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ع10، جامعة محمد خيضر بسكرة.
8. خالد كواش (2004)، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، ع1، جامعة الشلف.
9. نسرین عواد الجصاني، زينب كاظم جواد شكر (2015)، تنمية السياحة الطبيعية وإستدامتها في محافظة النجف الأشرف، مجلة البحوث الجغرافية، ع21، العراق.
10. شريط حسين الأمين (2015)، فعالية التخطيط الإستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، ع14، جامعة الجزائر.
11. صحراوي محمد تاج الدين، السبي وسيلة (2017)، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للإقتصاد والتجارة، ع2، جامعة جيجل.
12. عماري عصام، السعيد بوعنقة (2018)، رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 بين الواقع والآفاق، مجلة الشريعة والإقتصاد، م7، ع1، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، الجزائر.
13. مجاوي خديجة (2017)، قراءة تحليلية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، مجلة معارف، ع22، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة البويرة.
14. عماري عصام، السعيد بوعنقة، المرجع السابق.
15. فاتح مجاهدي، عبد الرحي زديوي (2017)، تبني التخطيط التسويقي الاستراتيجي كأداة لتفعيل قطاع السياحة في الجزائر، مجلة إقتصادية المال والأعمال، م1، ع4.
16. موفق علي (2011)، التنمية السياحية والبيئة، مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، م8، ع1.
17. نبيل دبور (2004)، مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي، مجلة التعاون الإقتصادي بين الدول الإسلامية.
18. سهام مجاوية (2015)، التخطيط السياحي كأدوات لتحقيق التنمية السياحية دراسة إستشرادية بتجربة تونس - إسقاط على الجزائر -، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر.

19. جميل نسيم، (2010)، السياحة الثقافية وتأمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران.
20. بوفاس الشريف، بن خديجة منصف، (2014)، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر الوقع والتحديات، الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، 22-23 أبريل 2014، جامعة قلمة.
21. عميش سميرة، (2015)، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 01.
22. نفس المرجع.
23. نفس المرجع.
24. نعيم الظاهر، سراب إلياس (2007)، مبادئ السياحة، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
25. هدير عبد القادر، (2006)، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر.
26. مروان صحراوي، (2012)، التسويق وأثره على الطلب السياحي، ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.