

إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر

The Strategy of improving the touristic sector in Algéria

عرب عبد العزيز
أستاذ مساعد قسم « أ » جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس
البريد الإلكتروني: dj Janet1954@yahoo.fr

ملخص

بعد دراسة السوق السياحي الجزائري خالصنا إلى استنتاج مفاده أن الوضع الأمني والسياسي الذي مرت به الجزائر في العشرية الأخيرة من القرن الماضي، والأحداث والتقلبات السياسية التي شهدتها العالم ومنطقة الشرق الأوسط و شمال إفريقيا على وجه الخصوص، تجعلنا نفكر بضرورة إقامة سياحة داخلية (محلية) و سياحة تخص الجزائريين المقيمين في الخارج لا تتأثر كثيرا بالآزمات الاقتصادية الدولية والأحداث الوطنية، ولا تحتاج إلى تأشيرة ولا إلى ضمانات مالية ولا إلى تأمينات مثل تلك التي تفرضها بعض الدول على الرعايا الأجانب.

الكلمات الدالة : السياحة الداخلية، السياحة الخارجية، السياحة التي تخص الجزائريين المقيمين في الخارج، المتغيرات الداخلية، المتغيرات الخارجية.

Résumé

Cette étude succincte du secteur touristique algérien nous permet de conclure que la situation politique et sécuritaire qui a marqué la vie publique en Algérie à la fin du siècle dernier, conjuguée au contexte politique régional actuel n'est pas propice à l'essor d'une activité touristique destinée aux touristes étrangers comme ce fut le cas pour des pays comme le Maroc, la Tunisie ou l'Egypte il y trente ou quarante ans de cela. En attendant que les conditions nécessaires à un tel développement soient réunies, le tourisme interne et celui destiné aux Algériens expatriés pourrait s'avérer comme une activité alternative très prometteuse car moins sujette aux aléas géopolitiques et autres facteurs exogènes.

Mots clés : Tourisme interne, Tourisme destiné aux étranger, Tourisme destiné aux Algériens expatriés, Variables endogènes, Variables exogènes

Key words: Social Responsibility- Intellectual Capital- Arab Brain Drain

ب- الجانب الإيديولوجي

لم تكن أبدا الأزمات السياسية والأمنية في الجزائر العائق الوحيد أمام تشييد قطاع سياحي واعد. ففي الوقت الذي سخرت دول كثيرة إمكانات مادية وبشرية كبيرة للنهوض بهذا القطاع، كانت الجزائر تمارس سياسة انغلاق متعمد على الخارج وفق رؤية إيديولوجية متممة. لقد كان من الطبيعي أن ينعكس ذلك سلبا على النشاط السياحي الذي تم التضحية به لأسباب سياسية ودعائية، تبين سريعا انها تتعارض تعارضا صارخا مع أي طموحات لجعل القطاع السياحي قطاعا محركا لعجلة التنمية الاقتصادية. وعندما بدأت معظم دول العالم التفكير في تنشيط القطاع السياحي، لم تعط الجزائر أهمية لهذه الصناعة (حيث أنها كانت تطبق سياسة الانغلاق على الخارج المتعمد)؛ لا وجود لاستثمارات خاصة في القطاع السياحي، غياب للاقتصاد الحر بعبارة أخرى، مثلها مثل عدة دول كليبيا واسبانيا قبل 1975 في عهد Franco وروسيا وأوروبا الشرقية قبل انهيار جدار برلين في 9 نوفمبر من سنة 1989.

ج- غياب سياسة قطاعية واضحة

يبدو هذا واضحا إذ أن الجزائر تعاني من نقص فادح في الاستثمارات من حيث استحداث المرافق الإيوائية الفاخرة حيث تمتلك الجزائر 283 فندقا وحوالي 88694 سريرا مقارنة بتونس التي تتوفر على 305 فندق و 230 ألف سرير.

و يتطلب هذا تعمير وتنمية المناطق و الأقاليم بإقامة المؤسسات والقرى السياحية المناسبة وهو ما يتطلب استثمارات كبيرة وتنمية الصناعات التقليدية بهذه المناطق من حيث الكمية والجودة. و لن يتأتى ذلك إلا بتوفير الرصيد العقاري السياحي وتهيئته وتشجيع المستثمرين، وتدبير أخرى موازية إدارية وتشريعية.

و بالرغم من الجهود التي تبذلها الحكومة الجزائرية في الآونة الأخيرة من أجل النهوض بالقطاع السياحي إلا أن السياسة السياحية لم تتضمن برامج عملية، خاصة فيما يخص السياحة الداخلية.

د- قصور في الثقافة السياحية عند الجزائريين

ليس من المستغرب أبدا أن تؤدي المشاكل المذكورة سائفا إلى قصور في الثقافة السياحية لدى المجتمع الجزائري بل العكس هو الذي كان يبعث على الاستغراب.

فعدد الموظفين الجزائريين في هذا القطاع محدود جدا وهذا دليل على عدم اهتمام الجزائريين بهذا القطاع عكس الدول المجاورة التي يوجد فيها عدد كبير من الشباب والطلبة للتكوين في المجال السياحي على مختلف المستويات و الفئات وهذا بالطبع مؤشر وليس سببا مباشرا.

كذلك يلاحظ تراجع كبير في الصناعات التقليدية من حيث تنوعها، كميتها ودرجة إتقانها، حيث أصبحت تباع في السوق الجزائري الأواني الفخارية التونسية والحلي المصرية والتركية والألبسة التقليدية المغربية والسورية. وهذا أيضا

السياحة الخارجية كقطاع أساسي كما هو الحال بالنسبة لمعظم دول حوض البحر الأبيض المتوسط وذلك لأسباب سياسية

وأمنية في المقام الأول. فالجزائر التي لها ميزات سياحية مؤكدة بما يجعل منها مزارا إقليميا وعالميا، وموردا متجددا لا ينضب و عناصر بارزا من عناصر التنمية المستدامة، يتعين عليها وضع إستراتيجية شاملة ومتكاملة قائمة على أسس ودعائم وركائز متنوعة حول كيفية تنمية السياحة وتنشيطها، أي إستراتيجية تشارك فيها كل الأجهزة والهيئات ذات الاختصاص وفي مقدمتها وزارة السياحة، والأجهزة الإعلامية المختلفة والقطاع العام دون إغفال القطاع الخاص الذي لا بد أن يلعب دورا غير منقوص ضمن إستراتيجية تطوير قطاع السياحة في بلادنا.

فقطاع السياحة في الجزائر يمكن أن يعول عليه لدعم إمكانات الاستقرار الاجتماعي و لرفع مستويات المعيشة لكثير من الفئات العاملة فيه. لكن السياحة باعتبارها «منتجا كماليا تخضع تماما لظروف العرض» أي أنها تعتبر صناعة حساسة (شديدة التأثير) بالأزمات كتدهور الأوضاع السياسية والأمنية، أو لأسباب إيديولوجية، أو بسبب غياب سياسة قطاعية واضحة أو لغياب الثقافة السياحية عند عامة المواطنين.

فالقول بأنه لا يمكن الاعتماد على السياحة الخارجية الآن وفي المدى المنظور، كقطاع أساسي و محوري ضمن إستراتيجية التنمية الشاملة كما هو الحال لكثير من دول حوض البحر الأبيض المتوسط، هو أمر لا جدال فيه تقريبا.

أ- الجانب السياسي والأمني

من المؤكد أن الأزمات السياسية والأمنية التي عصفت بالجزائر سنوات عدة وما شهدته منطقة الشرق الأوسط و شمال إفريقيا من أحداث مأساوية و دموية خلال الفترة الأخيرة، قد رسخت في أذهان السياح الأجانب وخاصة الغربيين منهم، فكرة أن الإرهاب هو ظاهرة لصيقة بالجزائر والشعوب العربية والإسلامية. فمن غير المستغرب أن يكون لهذا التوصيف النمطي انعكاسات سلبية على السياحة العربية والإسلامية بصفة عامة، وهو ما يجعلنا ن فكر في إقامة سياحة داخلية محلية تضاهي في أهميتها القطاع السياحي الخارجي أمرا لا مفر منه. ولكن كيف السبيل إلى ذلك؟

إن ما حدث في الجارة تونس منذ بداية هذه السنة هو أمر بليغ جدا بهذا الخصوص. فقد صرح السيد حبيب عمار، مدير الديوان الوطني للسياحة التونسية، أن عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة ما بين 1 جانفي إلى غاية 20 أوت من سنة 2011، قد انخفض بأكثر من الثلث (38.9%)، حيث وصل إلى 2.7 مليون سائح مقارنة بـ 4.5 مليون سائح في نفس الفترة من السنة الماضية، و تم تسريح 89 ألف عامل من بين 400 ألف منصب عمل. كما شهد القطاع انخفاضا في عدد الليالي بالفنادق بحوالي (46.3%)، أي فقدان أكثر من 10 ملايين ليلة. وهكذا خسرت تونس 928.11 مليون دينار تونسي (470 مليون أرو) من مداخيلها خلال الفترة المذكورة.

جدول رقم - 2 - إحصاءات أحادية العينة
Test sur échantillon unique Valeur du test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle différence de confiance 95% de la	
					Inférieure	Supérieure
TE1	30,484	100	,000	3,6139	3,3787	3,8491
TAE1	47,960	200	,000	3,6219	3,4730	3,7708
TL1	54,205	250	,000	3,7928	3,6550	3,9306
TE2	21,397	100	,000	2,0792	1,8864	2,2720
TAE2	31,751	200	,000	2,6915	2,5244	2,8587
TL2	33,042	250	,000	2,5697	2,4166	2,7229

المصدر: مخرجات برنامج SPSS 8.0

والمتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، قيمة Z ومستوى المعنوية بالنسبة لكل متغير من المتغيرات موضع الدراسة كما وردت من إجابات عينة البحث:
من تحليل المتوسط العام لإجابات كل فئة من المتغيرات محل الدراسة يتضح ما يلي:

بالنسبة للسياح الأجانب: TE

❖ المتغيرات الداخلية بلغت 3.61 \ominus [4-3] وهي قريبة من 4؛ إذن، ميول إجابات السياح تميل إلى الرضا؛
❖ المتغيرات الخارجية بلغت 2.07 \ominus [2-3] وهي قريبة من 2؛ إذن، ميول إجابات السياح تميل إلى عدم الرضا.

بالنسبة للسياح الجزائريين المقيمين في الخارج: TAE

❖ المتغيرات الداخلية بلغت 3.62 \ominus [4-3] وهي قريبة من 4؛ إذن، ميول إجابات السياح تميل إلى الرضا؛
❖ المتغيرات الخارجية بلغت 2.69 \ominus [3-2] وهي قريبة من 3؛ إذن، ميول إجابات السياح تميل إلى الرضا بعض الشيء.

بالنسبة للسياح المحليين: TL

❖ المتغيرات الداخلية بلغت 3.83 \ominus [4-3] وهي قريبة من 4؛ إذن، ميول إجابات السياح تميل إلى الرضا؛
❖ المتغيرات الخارجية بلغت 2.69 \ominus [3-2] وهي قريبة من 3؛ إذن، ميول إجابات السياح تميل إلى الرضا بعض الشيء.

إجمالاً بلغ المتوسط العام لرضا السياح الأجانب عن إجمالي متغيرات الدراسة (الداخلية والخارجية) 2.84 \ominus [3-2] وهي قريبة من 3. إذن ميول الإجابات تميل إلى الرضا بعض الشيء بالنسبة للسياح الأجانب. وبلغ المتوسط العام لرضا السياح الجزائريين المقيمين في الخارج عن إجمالي متغيرات الدراسة (الداخلية والخارجية) 3.15 \ominus [4-3] وهي قريبة من 3. إذن ميول الإجابات تميل إلى الرضا بعض الشيء بالنسبة للسياح الجزائريين المقيمين في الخارج. وبلغ المتوسط العام لرضا السياح المحليين عن إجمالي متغيرات الدراسة (الداخلية والخارجية) 3.17 \ominus [4-3] وهي قريبة من 3. إذن ميول إجابات

مؤشر وليس سببا وافيا يفسر تراجع مستوى السياحة الخارجية في الجزائر على الأقل في المدى القصير.

ولإبراز هذه الجوانب وتدعيم هذه الملاحظات الأولية، قمنا بدراسة ميدانية لمعرفة آراء السياح وانطباعاتهم عما رأوه ولمسوه خلال زيارتهم للجزائر، من أجل الوقوف على هذا الواقع وتقييمه وبالتالي تدعيم الجوانب الإيجابية وتلافي الجوانب السلبية فيه. كما أن قبل الشروع في التخطيط السياحي لابد من معرفة آراء ومشاكل السياح وانطباعاتهم ومقترحاتهم.

وقمنا باستطلاع آراء السياح من خلال القيام باستجواب عينة من السائحين (سياح أجانب وسياح جزائريين مقيمين بالخارج وسياح محليين) (استجوابا لعينة عشوائية). ثم قمنا بتحليل تفصيلي لنتائج الدراسة الميدانية، و التي اتبعناها لاختبار العينة أولا ثم اختبار قبول أو رفض فرضية الدراسة التي بنيت عليها وأهم النتائج التي تم التوصل إليها.

التحليل المبداي للبيانات

يتضمن هذا الجزء تحليل البيانات الخاصة بقياس درجات الرضا عند السياح الأجانب والسياح الجزائريين المقيمين بالخارج والسياح المحليين حول مستوى الخدمات السياحية المقدمة في الجزائر وذلك باستخدام - مقياس لكرت - المدرج ذي الخمس درجات للرضا كما يلي:

- 1: غير راض على الإطلاق؛
- 2: غير راض؛
- 3: راض بعض الشيء؛
- 4: راض؛
- 5: راض تماما.

وكانت النتائج المتحصل عليها الموضحة في الجدول رقم - 1 - والجدول رقم - 2 - والتي تبين التوزيع النسبي لمستويات الرضا

جدول رقم - 1 - إحصاءات أحادية العينة

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
TE1	100	3,6139	1,1914	,1185
TAE1	200	3,6219	1,0707	,07552
TL1	250	3,7928	1,1086	,06997
TE2	100	2,0792	,9766	,09717
TAE2	200	2,6915	1,2018	,08477
TL2	250	2,5697	1,2321	,07777

المصدر: مخرجات برنامج SPSS 8.0

ليصل عددهم سنة 2010 إلى 980 ألف سائح ، بزيادة قدرها أكثر من (8 %) بالنسبة لسنة 2009. وهذا في الحقيقة راجع لضعف السياحة الداخلية ضمن المخططات الوطنية، رغم أن هذه الدول تتميز بنفس المميزات الطبيعية الموجودة في بلادنا. بالإضافة إلى السياح الجزائريين المقيمين في الخارج الذين بلغ عددهم سنة 2009 حوالي 1.230 مليون سائح، ويمثل هذا العدد (71 %) من إجمالي عدد السياح الزائرين للجزائر في تلك السنة.

لذلك لا بد أن تدخل السياحة الداخلية ضمن الإستراتيجية الرئيسية لتنشيط صناعة السياحة. في عصر يتميز بالمنافسة الشديدة في ظل اتفاقات الشراكة الأوروبية وما يستتبعه مسعى الانضمام إلى منظمة OMC من التزامات صارمة والأزمة السياسية والأمنية التي شهدتها بلادنا ولا زالت آثارها ماكثة أمامنا إلى اليوم. يقترح ضرورة عمل نظام «حصّة للسياحة الداخلية» كما هو معمول به في الدول السياحية الكبرى والدول العربية المجاورة كالمغرب ومصر.

لهذا نقول أنه لا بد أن تدخل السياحة الداخلية ضمن الإستراتيجية الرئيسية للنهوض بالقطاع السياحي وليس مجرد إستراتيجية يُستعان بها في أوقات الأزمات المالية والأمنية أو في أوقات الكساد (المواسم التي تنقص فيها حركة السياحة)، خاصة وأن عدد السياح الجزائريين وكذلك إنفاقهم في الخارج وقدرتهم الشرائية في تزايد مستمر. وهذا ما نلاحظه من خلال توجه الجزائريين إلى الخارج لوجهات إقليمية خاصة فرنسا، تونس، المغرب، سوريا وتركيا.

إن السياحة نشاط حيوي لم يعد حكرا على الدول والأقاليم التي تملك المقومات الطبيعية فحسب. فإمارة دبي مثلا هي خير مثال عن إقليم اتخذ له نصيبا ومكانة مميزة بين الوجهات السياحية العالمية بالاعتماد على إستراتيجية غير مسبوقّة من حيث استحداث وتطوير قطاع سياحي بارز لا يستند إلى مقومات تقليدية وإنما يعتمد على ميزات تنافسية «اصطناعية» تم إنشاؤها من العدم.

فمقولة أننا نمتلك شواطئ تمتد على 1600 كلم والجبال والصحاري وغابات ومناطق أثرية وتاريخية، حمامات معدنية ومناخ معتدل لجذب السياح، لن تجدي نفعاً لوحدها ذلك لأن السياحة هي صناعة ترفيهية تتطلب جهود دؤوبة ومتواصلة تنهض على ثقافة الخدمة وبدونها لا يمكن أن نصل إلى التقدم المرجو لتلك الصناعة داخل الجزائر.

إن صناعة السياحة في العالم ليست مجرد فندق وإنما هي ترفيه وخدمات راقية المستوى ومعدلة الأسعار وتتطلب بيئة مناسبة من حيث الاستقرار السياسي والأمني وإستراتيجية مناسبة وطموحة.

لهذا لا بد من التفكير في وضع إستراتيجية تضع السياحة المحلية من أولوياتها ولا بد أن تركز على تطوير العديد من المواقع والفعاليات السياحية نذكر منها:

زيادة كبيرة في الخدمات السياحية كما ونوعا وإنشاء العديد من الفنادق ومناطق الجذب السياحي والأيدي العاملة المكونة.

السياح تميل إلى الرضا بعض الشيء بالنسبة للسياح المحليين. وبناء على ذلك فإن النتائج المتحصل عليها من إجابات السائحين تعكس من وجهة نظرنا ميلا عاما إلى الرضا بعض الشيء من جانب الفئات الثلاثة للسياح عن زيارتهم للجزائر سواء كان سائحا أجنبيا أو سائحا جزائريا مقيما في الخارج أو محليا.

تعتبر مجموعة المتغيرات الداخلية أكثر المتغيرات دلالة في تحديد درجة رضا السياح مقارنة بمجموعة المتغيرات الخارجية موضع الدراسة. حيث يتضح من الجداول المذكورة أن متوسط درجة رضا السياح عن إجمالي المتغيرات الداخلية بلغ $3.76 \pm [3-4]$ وهي قريبة من 4. إذن ميول إجابات السياح تميل إلى الرضا بالنسبة للمتغيرات الداخلية. ومتوسط درجة رضا السياح عن إجمالي المتغيرات الخارجية بلغ $2.44 \pm [2-3]$ وهي قريبة من 2. إذن ميول إجابات السياح تميل إلى عدم الرضا بالنسبة للمتغيرات الخارجية.

نستنتج مما سبق أن أكثر المتغيرات البيئية تأثيرا في درجة رضاء السياح هي العوامل الخارجية المحيطة بقطاع السياحة في الجزائر والتي تتسم بأنها تخرج عن سيطرة أو تحكم الأجهزة المسؤولة عنه أو المؤسسات العاملة فيه.

ويلاحظ من مراجعة نتائج اختبار الفرضية أن تأثير معظم المتغيرات الخارجية موضع الدراسة على درجة رضا السياح عن زيارتهم للجزائر كان تأثيرا سلبيا بدرجة كبيرة؛ وتعود هذه النتائج السلبية إلى تأثير المتغيرات الخارجية التي تخص السياح الأجانب والتي بلغت 2.07 وهي تميل إلى عدم الرضا عن المتغيرات الخارجية التي تخص السياح الجزائريين المقيمين في الخارج والسياسيين المحليين والتي كانت نتائجهم تميل إلى الرضا بعض الشيء.

اختبار معنوية الفروق بين المتوسطات

عند اختبار مدى جوهرية الفروق بين مختلف فئات السياح حول المتغيرات المذكورة محل الدراسة باستخدام اختبار T test تبين أن جميع هذه الفروق جوهرية بالنسبة لجميع المتغيرات، وهذا يعني أن هذه الفروق ترجع إلى اختلافات حقيقية في إجابات السياح وليس إلى عوامل الصدفة. وهذا ما يؤكد اختبار من طرف واحد (بمجال 95% من الثقة، حيث أن كل قيمة متوسط موجودة داخل مجال ثقتها $\pm x \pm SD$ ، وتؤكد النتائج السابقة عن وجود تفاوت في الأهمية بالنسبة لإجمالي المتغيرات (التسويقية والخارجية) في تأثيرها على درجة رضا مختلف الفئات الثلاثة للسياح عن زيارتهم للجزائر.

2- على ضوء النتائج المتوصل إليها، يمكننا التساؤل عن قدرة السياحة المحلية والسياحة التي تخص الجزائريين المقيمين في الخارج أن تحرك عجلة تطور القطاع السياحي في الجزائر؟

الجواب حسب رأي الباحث نعم وذلك راجع للأسباب التالية: عدد السياح المحليين المحتمل معتبر جدا حيث أن الجزائريين ظلوا يتوافدون على دول مثل المغرب وسوريا وتركيا بأعداد كبيرة جدا. وفي هذا الصدد، فإن تونس تبقى حالة خاصة وهي التي استقطبت ما يزيد عن 400 ألف سائحا جزائريا سنة 2002،

باللغة الفرنسية

Hocine Ait Ahmed, L'affaire Mécili, 2007, La Découverte, Collection La Découverte/Poche.

Lanvin & Bhagwati, in : Giarini & Roulet, 1988 .

Mayaux, in : Dumoulin & Flipo, 1993.

Apte Uday, in : Deans & Jurison, 1996

<http://www.tourismag.com>

<http://www.mta.gov.dz/> Source : Direction plan qualité

http://www.rtbef.be/info/economie/detail_en-tunisie-la-crise-du-tourisme-se-confirme?id=6651953

<http://www.lesafriques.com>

الهوامش

- http://www.rtbef.be/info/economie/detail_en-tunisie-la-crise-du-tourisme-se-confirme?id=6651953

- Hocine Ait Ahmed, L'affaire Mécili, 2007, La Découverte, Collection La Découverte/Poche.

- <http://www.mta.gov.dz/> Source : Direction plan qualité

- <http://www.lesafriques.com/actualite/tourisme>

- la tunisie grignote l'argent de ses voisins petro.html? Itemid= 89? articleid= 9765

- <http://www.tourismag.com/articles/2116/tunisie>

-le nombre des touristes algeriens en hausse de 81 sur les dix premiers mois de 2010. html

- [www.lesafriques.com/algerie/algerie-4eme-destination-africaine. html? Itemid= 38? articleid= 28695](http://www.lesafriques.com/algerie/algerie-4eme-destination-africaine.html? Itemid= 38? articleid= 28695)

إنشاء خدمات سياحية متكاملة من مأوى ومأكل ومشرب إضافة إلى مراكز ترفيهية وأخرى إعلامية وملائمة بأسعار الخدمات السياحية لرغبات السياح المحليين وأذواقهم وأن يُمنح السائح المحلي أسعار تشجيعية كحافز لتشجيع المواطن على السياحة، ولا بد من القيام بعملية التوعية باستعمال وسائل الإعلام المختلفة السمعية والبصرية والصحف والمجلات والمدارس وإدخالها ضمن المناهج التعليمية، وأن لا يكون طرح هذه الإستراتيجية كبديل للسياحة الخارجية في حالة الأزمات وذلك لما لها من فوائد ترجع على الاقتصاد الوطني فهي تقلل من خروج العملة الصعبة إلى الخارج وكذلك امتصاص السياح الجزائريين المتوجهين إلى الخارج. وكذلك تضمن حركة سياحية دائمة للمناطق السياحية خاصة تلك التي تعتمد على موسمية السياحة الدولية، فتبقى مرافق وخدمات تلك المناطق قائمة على الدوام مما يحد من تسريح العمال الموسمي الذي يقوم عليه تشغيل هذه المرافق الموسمية إضافة إلى ترسيخ المفهوم التاريخي والثقافي والحضاري للمواطنين وزيادة ثقتهم في بلادهم.

قائمة المراجع:**باللغة العربية**

محسن أحمد الخضيرى ، التسويق السياحي: مدخل اقتصاد متكامل، القاهرة، مكتبة مدبولي، 1993.

د. نبيل الروبي، نظرية السياحة، الإسكندرية ، مؤسسة الثقافة الجامعية، 1984.

ماهر عبد الخالق السيسى، شركات السياحة ووكالات السفر، الإطار العلمي والمجال التطبيقي، القاهرة، مطابع الولاة الحديثة، 2004.