



التخطيط السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية بالجزائر

Tourism planning and its role in achieving tourism development in Algeria

قرينات العلجة

جامعة حسيبة بن بو علي – الشلف، الجزائر

الملخص:

التخطيط هو النظر للمستقبل لتحقيق الأهداف ورسم الأساليب العلمية والعملية لبلوغها ومحاولة التغيير في الحياة الاجتماعية والتنبؤ بها وتنظيمها والتأثير فيها. والتخطيط السياحي هو أحد أنواع التخطيط التي ظهرت مؤخرا بشكل ملفت نظرا للمكانة التي تبوأتها السياحة في وقتنا الحالي وتحولها اليوم إلى أحد أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية في العالم، وذلك لدورها البارز في تنمية وتطوير البلدان، وهكذا تبلورت وازدادت أهمية التخطيط السياحي بتزايد أهمية التنمية السياحية التي أصبحت صناعة العصر بدون منازع. فالتخطيط السليم أداة للوصول إلى التنمية وليس التنمية السياحية فقط بل التنمية الوطنية الشاملة في أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال الاستغلال الأمثل لجميع الموارد السياحية المتاحة، وكذا ضبط وتنظيم وتوجيه وتقييم النشاطات السياحية بغية الوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناجح.

الكلمات الدالة: تخطيط، تخطيط سياحي، تنمية سياحية، موارد السياحية.

Abstract:

Planning is the view for the future to achieve the objectives and scientific and practical methods to attain them, and to try to change in the social life of the forecasting and try to organize and influence, tourism planning is one of the kinds of planning that have

emerged recently remarkably because of the place assumed by tourism in our current transformation into one of the most important economic and social sectors in the world, a prominent role in the development of developing countries, thus crystallized the importance of increased tourism development planning and increasing the tourist industry became the undisputed era, proper planning as a tool to access development and not only tourism development but overall national development in its economic, social and environmental dimensions through the optimal exploitation of all resources available, as well as the control and regulation, direction and evaluation of tourist activities in order to reach the desired objectives and desired and quickly and mature.

Key words: Planning, Tourism Planning, The development of tourism, Tourism resources.

- مُقدِّمة

تسهم السياحة في تنمية المجتمعات إسهاماً واضحاً مما يُحتّم التركيز على قطاع السياحة وتحسين الخدمات السياحية، ويتم ذلك من خلال استخدام التخطيط العلمي السليم المتكامل لتنمية السياحة. فالتنمية السياحية تتطلب تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق مُعدل من النمو السياحي بأقل تكلفة مُمكنة وفي أقرب وقت مُستطاع، إذ أنّ النشاط السياحي لا يستطيع أن يدفع عملية التنمية السياحية ما لم يلجأ إلى التخطيط وذلك حتى يتحقق التوازن والتنسيق. فلا يمكن لأي مجهودات أو أنشطة في المجال السياحي أن تنجح إلا بوجود إستراتيجيات مناسبة، ذلك أنّ التخطيط السليم بعناصره المُختلفة هو الضمانة الأكيدة لنجاح عملية التنمية، ولا شك أنّ التخطيط السياحي يخدم عمليات التنبؤ بالمستقبل مع تحديد الأهداف المثالية والثابتة ولاشك أيضاً أنّ الوصول إلى الأهداف السياحية لا يُمكن تحقيقها إلا من خلال خطط وبرامج سياحية مُحكمة قادرة على التعامل مع حاجات ورغبات ومتطلبات الأسواق السياحية العالمية.

1- إشكالية البحث

أصبح النشاط السياحي أحد أهم أعمدة الاقتصاد لكثير من الدول، حيث يُنسب إليه أنّه يسهم بتوفير قدر كبير من الوظائف في الدّاخل كما أنّه يُعدّ من المصادر الهامة للحصول على التّقد الأجنبي من الخارج، وهاتان الصّفتان تكسبان هذا القطاع وضعاً مُتميّزاً على المُستوى العالمي.

وتعتبر السياحة ظاهرة إنسانية ونشاط إقتصادي إجتماعي يُمثل قوى فاعلة ومؤثرة في حياة المجتمعات، كما أنها أصبحت تحتلّ حيزًا لا يُستهان به في حياة الأفراد والدول ككلّ على حدّ السواء، ولأهميتها المتزايدة كانت الحاجة ماسة وملحة للتنمية وتطوير وتخطيط وتفعيل هذا القطاع من أجل ضمان تحقيق أقصى استفادة منه.

والتنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة وهي بدورها مُتغلغلة في كلّ عناصر التنمية المختلفة وتكاد تكون مُتطابقة مع التنمية الشاملة، فكلّ مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية. فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسّع بالخدمات السياحية وإحتياجاتها وتتطلب السياحة التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر مُعدل مُمكن من النمو السياحي بأقلّ تكلفة مُمكنة وفي أقرب وقت مُستطاع، ويرتبط فهم التخطيط السياحي بشكل كبير بمعرفة مفهوم ومكونات التنمية السياحية وطبيعة العلاقة بينهما.

وعليه تكمن مشكلة البحث في وجود دول نامية لها مقومات سياحية هائلة على غرار الجزائر ثُمكُنْها من دخول المنافسة القائمة على المستوى العالمي في مجال السياحة، إلا أنها مازالت تُعاني من ضعف وتدهور الصناعة السياحية بها في حين كان بإمكانها تحقيق مستويات تنمية بفضل قطاع السياحة، كما أنّ وضع إستراتيجية وطنية من أجل تنمية سياحية فعّالة هو مصدر من المصادر الهامة لتمويل الخزينة الوطنية والتي تعتمد بشكل أساسي على إيرادات المحروقات، لكن سوء إستخدامها للتخطيط السياحي وإهماله وعدم جديته حال دون ذلك، وبناءً عليه نطرح الإشكالية التالية: ما الدور الذي يُؤدّيه التخطيط السياحي لتحقيق التنمية السياحية في الجزائر؟

2- أهمية البحث

تظهر لنا أهمية البحث في النقاط التالية:

- التخطيط أصبح لغة العصر الذي نحن فيه من أجل تحقيق الأهداف المرجوة وقد مسّ جميع المجالات والميادين، ولا يُمكن لقطاع السياحة أن يبقى بمنأى عن التخطيط الجيد؛
- الاهتمام المتزايد على المستوى العالمي بالتنمية السياحية والتي أصبحت الشغل الشاغل لجميع الدول المتقدمة منها والنامية على حدّ سواء وهذا بدوره يدفع بالضرورة إلى الاهتمام بالتخطيط السياحي؛

- أهمية انتهاز أسلوب التخطيط العلمي والمدرّس الذي من شأنه أن يُؤدّي دوراً فعّالاً في تطوير قطاع السياحة خاصة وأنّ بعض الدّول حقّقت فعلاً قفزات عملاقة وأصبحت رائدة في هذا المجال بفضل استخدام أسلوب التخطيط.

3- أهداف البحث

يهدف البحث إلى:

- التّطرق إلى التخطيط السياحي والبحث في جزئياته من خلال دوره ومكانته في عمليّة التنمية السياحية مع عرض مختلف المعوّقات التي تُواجهه ومحاولة إقتراح حلول لها؛
- التّعرّف على ماهيّة التنمية السياحية من خلال عرض أهميّتها وأهدافها؛
- الأهمية العلمية من خلال تطوير المعرفة العلمية في مجال التخطيط.

4- ماهيّة التخطيط السياحي

تعدّ السياحة أكثر الصّناعات ثمّواً في العالم، فقد إستحوذت صناعة السياحة على نصيب عالٍ من الاقتصاد العالمي وكسبت مكانة منذ مؤتمر السياحة والسّفر العالمي الذي عقّده الأمم المتحدة عام 1963م في مدينة روما، وتبنّت فيه فكرة السياحة والسّفر الدّولي. ومنذ ذلك الوقت أخذ عدد السّياح في إزدياد مُتّرد حتّى أصبحت الصناعة الأولى في العالم من حيث حجم الإنفاق العالمي، وهكذا ظهر مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح ومحدّد بتطور حركة السّفر الدّولية بشكل كثيف وسريع من أجل ضبط وتوجيه هذه الحركة حتّى يتمّ تحقيق أقصى درجات النّفع الاقتصادي، خصوصاً بعد أن أصبح يُنظر إلى السياحة على أنّها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم.

والتخطيط السياحي يُعدّ من أهمّ الوسائل لتحقيق التنمية السياحية وتعظيم الفوائد والعوائد السياحية فضلاً عن دوره في صيانة الموارد السياحية، وذلك بالاستغلال الأحسن والواعي لها ومن هنا يُعدّ التخطيط السياحي ضرورة ملّحة لضمان رُقّيّ وتقدّم المجتمع، وجزء لا يتجزأ من الحاجة العمليّة لربط التّصورات والمفاهيم بالواقع العملي، فهو نوع من التخطيط التّنموي الذي غايته تحقيق التنمية.

فالتخطيط السياحي السّليم مطلوب الآن مهما كانت الظروف الاقتصادية من أجل ضمان البقاء والنمو وتطوير السياحة وإستغلال المُقوّمات السياحية أفضل وأحسن إستغلال.

4-1- مفهوم التخطيط السياحي

يُنظر إلى التخطيط بأنه عملية مُتناسقة تترايط مراحلها من خلال تسلسل منطقي، فالتخطيط لابد أن يتم في إطار شمولي تُصاغ فيه العلاقات في هيكل مترابط يشكل وحدة متجانسة يُطلق عليها النظام، وهذه الخطوات المرتبطة به تعتمد على عملية ديناميكية دائمة التبدل والتغير، والتخطيط يشتمل على التوقع والتنبؤ بالمستقبل ويُركز التخطيط بالقطاع السياحي على جميع الأنشطة المباشرة وغير المباشرة للسياحة (الطائي حميد وأبو عياش، 2004م، ص20)

ويتضمن التخطيط السياحي بشكل عام إختياراً بين عدة بدائل من الأهداف والسياسات والإجراءات والقواعد بعد تحديد وسائل تحقيقها، وهناك مجالات عديدة في قطاع السياحة يجب التعرف عليها لتخطيطها بأسلوب متناسق ومتكامل وبشكل خاص على المستوى المحلي، ويُنظر إلى التخطيط على أنه عملية تغيّر على نحو منظم وهو يقلل من مستوى الفوضى. (أحمد أديب أحمد، 2006م، ص30)

فالتخطيط السياحي في أبسط صوره هو: "رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية. (الروبي نبيل، 1987م، ص 65)

هذا التعريف يُنظر للتخطيط على أنه نظرة مستقبلية للعمل السياحي، حيث تقوم دولة ما بتحديد مختلف الإمكانيات المساعدة على النهوض بهذا القطاع ومن ثم تحقيق التنمية السياحية. فالتخطيط السياحي حسب هذا التعريف هو برنامج شامل ومنظم يُمس كل ما يتعلق بالسياحة من أجل النهوض بها وتطويرها.

ويُعرف أيضاً بأنه: "نوع من أنواع التخطيط التنموي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المنظمة التي تهدف إلى تحقيق إستغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاحة والكامنة ولأقصى درجات المنفعة، مع متابعة وتوجيه وضبط لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية عنه، وهو يهدف إلى تحقيق توازن بين العرض والطلب السياحيين." (عثمان محمد غنيم ونبيل سعد نبينا، 2003م، ص56)

هذا التعريف يجعل من التخطيط السياحي عملية تنظيم للقطاع السياحي وعدم ترك الأمور تسير بعشوائية، وإحاطة هذه العملية بالمتابعة المستمرة والتوجيه الهادف من أجل الوصول إلى أحسن النتائج المرجوة وتجنب الوقوع في الأخطاء.

وقد عرّفت منظمة السياحة العالمية (WTO) التخطيط السياحي بأنه: عملية مُنظمة تُترجم فيها الخطط من بين عدة بدائل وأنّ كلّ بديل يتمّ اختياره في ضوء مُعطيات وحقائق راسخة وفروض منطقية متأتية من خبرة المخطط السياحي واجتهاداته التي تنطلق من مُعطيات البيئة المُحيطة. (الطائي حميد، 2001م، ص323)

نلاحظ أنّ منظمة السياحة العالمية ترى من خلال هذا التعريف أنّ التخطيط السياحي هو عملية يقوم بها أهل الاختصاص من مخططين سياحيين لهم خبرة في هذا المجال، ويتمّ إعداد الخطط انطلاقاً من المعطيات الموجودة في الواقع ولها علاقة بالسياحة.

والتخطيط السياحي ليس عملية خاصة بالدولة فقط إنّما هو عملية مشتركة تتداخل فيها جميع أطراف المجتمع حتى الأفراد أنفسهم، إذ يجب من أجل إنجاح هذا التخطيط تفاعل وتكامل جميع جهود الفاعلين داخل المجتمع، ويلزم ذلك التخطيط السليم للموارد السياحية وكيفية إستغلالها بأفضل الطرق، وتوجيه القرى السياحية في إطار خطة علمية تُوضّح مسار العمل وإطار التنفيذ والأجهزة المسؤولة عن هذا التنفيذ، بالإضافة إلى مُعايشة الواقع فعلاً وليس مُجرّد متابعة الإحصاءات حتى يتسنى التدخل لوضع الحلول في الأوقات المناسبة. (أحمد أديب أحمد، 2006م، ص174)

وترسم خطة التنمية السياحية الأحداث المستقبلية وتأثيراتها المُحتملة، وهذا يعني أنّ التنمية غير المخطط لها أو التي يُخطط لها على المدى القصير والتي لا تتوقع المستقبل، سوف تقود بالتأكيد إلى خلاف ما بين التنظيمات السياحية والمؤسسات لهذا العمل، وكذلك العاملين أو المهتمين لها ممّا يدعو إلى أن تتفق جميع هذه الفئات على التنمية السياحية المُراد. (الفاعوري أسامة، 2004م)

من خلال ذكرنا لهذه التعاريف نلاحظ أنّها تختلف من باحث لآخر وهذا شيء بديهي وطبيعي، فنجد أنّ البعض ينظر إليه على أنّه عملية أو عمليات والبعض الآخر يراه عبارة عن مجموعة من الجهود المنظمة أو مجموعة من النشاطات في مجال السياحة، ويراه فريق آخر ويصفه بأنه عملية تنبؤ وتوقع للمستقبل، في حين يذهب آخرون إلى أنّه منهج أو أسلوب أو وسيلة

إلى غير ذلك من التعابير التي تعكس وجهة نظر واضعيها طبقا لثقافتهم وتخصصاتهم وكذا طبقا لأدوارهم ومشاركتهم في التخطيط أو في إحدى عملياته.

وعليه يمكن أن نخرج بالتعريف الإجرائي لمفهوم التخطيط السياحي بأنه مجموعة العمليات والجهود المنظمة والمدرسة والتي تعمل على استغلال مختلف الإمكانيات المتوفرة من أجل النهوض بالسياحة في بلد ما.

2-4- أهمية التخطيط السياحي

إنه لا يمكن لأي مجهودات أو أنشطة في المجال السياحي أن تنجح إلا بوجود استراتيجيات مناسبة ذلك أن التخطيط السليم بعناصره المختلفة هو الضمانة الأكيدة لوجود السياحة كنشاط إنساني من جهة وكرافد إقتصادي من جهة أخرى.

فللتخطيط السياحي أهمية بالغة في تطوير النشاط السياحي وتنظيمه وإبعاده عن العشوائية والارتجالية التي تهدر الطاقات دون فائدة، وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع مفرداته وأشكاله كما أنه يعمل على توفير إطار عمل مشترك لاثخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها مما يسهل عملها ويوفر كثيراً من الجهد الضائع.

وإن الاهتمام بالبنية الأساسية الجاذبة للمشروعات الاستثمارية بصفة عامة وضخامة الدخل السياحي الذي قد يصل في بعض الدول إلى 25% من الناتج المحلي الإجمالي هو مصدراً للإنفاق الاستثماري على قطاعات أخرى قد ينخفض معدل نموها إذا ما قورن بالقطاع السياحي، كما أن تكلفة العامل السياحي أقل بكثير من تكلفة أي عامل في القطاعات الأخرى مما يؤثر إيجابياً ويقلل من معدل البطالة في الدولة وبالتالي ارتفاع معدل النمو والذي يساعد على تنشيط حركة التنمية الاقتصادية بصفة عامة. (أحمد عبد السميع علام، 2014م، ص5)

كما أن التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط. (نور الدين هرمز، 2006م، ص14)

ومن أهمّ المزايا والفوائد التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كلّ المستويات نذكر ما يلي: (شمسين نديم، 2001م، ص82)

- يُساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل؛
- يُساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كلّ مستوياتها؛
- يُوفّر أرضية مناسبة لأسلوب إتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقرّها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها؛
- يوفّر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات ويضعها تحت يد طالبيها؛
- يُساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع، كما يُقلّل من سلبات السياحة؛
- يُساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة والمتخلفة سياحياً؛
- يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط؛
- يُساهم في إستمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدّم في تطوير هذا النشاط والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.

وخلال السنوات القليلة الماضية بدأت مختلف الدّول تولي اهتماماً خاصاً بتطوير وتنمية إمكاناتها السياحية، ولا شكّ أنّ الوصول إلى الأهداف السياحية لا يُمكن تحقيقها إلا من خلال خطط وبرامج سياحية مُحكمة قادرة على التعامل مع حاجات ورغبات ومُتطلبات الأسواق السياحية العالمية ولنا في كلّ من ماليزيا وتركيا خير مثال على ذلك.

3-4- أهداف التخطيط السياحي

التخطيط السياحي أسلوب تنظيمي يهدف إلى تطوير النشاط السياحي وتحقيق التنمية السياحية خلال فترة زمنية معلومة وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه من خلال حصر الإمكانيات السياحية للدولة وتحريكها نحو تحقيق أهداف المجتمع، فهو يُوفّر إطار عمل مُشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد البشرية ويزوّد الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها ممّا يُسهّل عملها ويُوفّر كثيراً من الجهد الضائع، فالتخطيط السياحي يهدف إلى: (خالد مقابلة وعلاء السرابي، 2000م، ص ص 136-138)

- * الموازنة المثلى بين العرض والطلب؛
- * تحقيق أهداف المؤسسة السياحية المستثمرة؛
- * تحسين نوعية الخدمات باستمرار؛
- * تكوين صورة ذهنية إيجابية؛
- * التوسع في فرص العمل؛
- * المحافظة على التوازن البيئي وحماية الطبيعة؛
- * المساهمة في الاحتراف والتميز؛
- * الاختيار الأنسب للبنية الفوقية والتحتية.

كما يهدف التخطيط السياحي إلى تعظيم العوائد الاقتصادية والاجتماعية المترتبة على النشاط السياحي وخفض تكلفة الاستثمار بالنسبة للمشروعات الأخرى حيث الاهتمام بالبنية الأساسية للمشروعات السياحية سيخفض من تكلفة المشروعات التي تحتاج إلى هذه البنية، كما أنّ التخطيط السياحي هو جزء من الخطة العامة للدولة وبالتالي فنجاح خطة التنمية السياحية هو نجاح واستمرار للأنشطة الأخرى. (أحمد عبد السميع علام، 2014م، ص7)

ويعمل التخطيط السياحي أيضا على تفعيل حركية التنمية السياحية عن طريق التهيئة للمواقع السياحية والمحافظة عليها وجودة الخدمات السياحية واستيعاب عدد السياح من خلال الإحصاءات والأرقام المتوقعة وتوسعة النشاطات السياحية وتوفير العمالة المؤهلة والكفوة، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة عوائد التنمية السياحية ما من شأنه المساهمة في التنمية الوطنية والشاملة للبلد، ثمّ إنه يهدف إلى تحقيق التكامل بين المشروعات أيّا كان نوعية النشاط.

- ويرى محمد عثمان غنيم أن التخطيط السياحي الواعي والنّاضج يسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمّها: (محمد غنيم عثمان، 2004م، ص ص 45-46)
- تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها؛
 - ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية؛
 - تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ضرورياً؛
 - مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حدّ ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقلّ حدّ ممكن؛
 - الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النّادر منها؛
 - صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية؛
 - تنظيم الخدمات العامّة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية؛
 - المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة؛
 - توفير التمويل من الدّاخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية؛
 - تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.
- ويمكن أن نضيف إلى كلّ ما ذكر أنّ التخطيط السياحي يُؤدّي إلى التنمية السياحية وتنمية السياحة تعني إيجاد مورد جديد بعيداً عن النّفط المتقلّب الأسعار والذي يُسبّب انخفاض سعره فجأة إلى أزمات حادّة يمكن تفاديها بمداخل القطاع السياحي مثل الجزائر التي يعتمد اقتصادها بالدرجة الأولى على عائدات النّفط ويتأثر الاقتصاد الجزائري بشكل كبير عند تقلّبات أسعاره.
- وبصفة عامّة يهدف التخطيط السياحي إلى تحقيق تنمية سياحية شاملة ومُكاملة ومستدامة في أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال الاستغلال الأمثل لجميع الموارد السياحية المتاحة في المكان ومقوّمات وعوامل الجذب السياحي. (البنى محمود محمد عجعج ، 2007 م، ص207).

4-4- خصائص التخطيط السياحي

يُركّز التخطيط السياحي على ما هو متوقّر من منتوج سياحي من أجل الوصول إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه، وليس أيّ تخطيط هو تخطيط ناجح يُؤدّي بالضرورة إلى تحقيق المُبتغى إنّما هناك عدّة شروط ومُؤاصفات يجب توفّرها في التخطيط السياحي من أجل أن يكون ناجحاً وفعالاً، هذه الشروط تتمثل فيما يلي: (نور الدين هرمز، 2006م، ص15)

- تخطيط مرّن مُستمر وتدرّجي يتقبّل إجراء أيّ تعديل إذا ما تطلّب الأمر بناء على المُتابعة المُستمرّة والتغذية الراجعة؛
- تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية: الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية... إلخ؛
- تخطيط تكاملي يُعامل فيه السياحة على أنّها نظام مُتكامل، حيث كلّ جزء مُكمل للأجزاء الأخرى وكلّ عنصر يؤثّر ويتأثّر ببقية العناصر؛
- تخطيط مُجتمعي بمعنى أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المُختلفة؛
- تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعيّة والتاريخيّة، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مُستمر ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنيّة مُمكنة؛
- تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ أي أن لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيّات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعيّة وماليّة وبشريّة؛
- تخطيط مرحلي مُنظّم، يتكوّن من مجموعة من الخطوات والنشاطات المُتتابعة والمُتسلسلة؛
- تخطيط يتعامل مع السياحة على أنّها نظام له مُدخلات وعمليات ومُخرجات مُحدّدة. ويُمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.

4-5- عوامل نجاح التخطيط السياحي

حتى يكون التخطيط السياحي ناجحاً لا بدّ من توقّر عدّة عوامل وهي: (نور الدين هرمز، 2006م، ص14)

➤ أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية؛

- أن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة؛
- أن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية؛
- أن تكون هذه الصناعة جزءا من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة؛
- قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي؛
- أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية؛
- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

وهناك العديد من العناصر المتنوعة والتي ترتبط ببعضها البعض في الخطة وذلك من أجل الوصول إلى تنمية سياحية راقية، والجدول التالي يبين لنا ترابط هذه العناصر. (الطائي حميد، 2001 م، ص32)

الجدول رقم 1: عوامل نجاح التخطيط السياحي

المخرجات (التنمية)		العمليات (الخطة للوصول إلى التنمية)		المدخلات (الإمكانات المتاحة في الدولة)
- خدمات سياحية راقية. - جذب عدد هائل للسواح - وتنشيط الحركة السياحية.	⇐	- بناء نماذج التخطيط (المخططات السياحية) - التنظيم. - التنفيذ. - المراقبة والمتابعة. - التقييم.	⇒	- البنى التحتية (طرق+محلات تجارية...) - الموارد. - الأيدي العاملة. - الصناعات التقليدية - والحرفية. - المهن السياحية (الإرشاد - السياحي- الفندقية) - تشريعات وقوانين.
↓		⇒	⇒	↑ التغذية الراجعة

من خلال الجدول نلاحظ أنّ التخطيط السياحي لا بدّ له من توفر عدة عوامل حتى ينجح ويُحقّق الغرض المطلوب، هذه العوامل المترابطة والمتداخلة فيما بينها يمكنها إذا توفرت مجتمعة أن تؤدي إلى تنمية سياحية ملموسة.

4-6- معوقات التخطيط السياحي

كلّ عملية يقوم بها الإنسان إلا ونجد لها معوقات تقف حجر عثرة وتحول دون تحقيق الأهداف المرجوة، فذلك التخطيط السياحي له معوقاته، ولعلّ أهمّها تتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي فلا شك أنّ توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تُعتبر أحد الأعمدة التخطيطية، فالنظام الإحصائي في بعض الدول خصوصاً العربية منها يتّصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية وعدد السائحين مُوزَّعاً على شهور السنة وعدد الليالي السياحية، إنّ الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمّة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة مثل: (بلاسكة صالح ومزياني نور الدين، 2014م، ص7)

- توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (برّاً أو بحراً أو جواً)؛
- الغرض من القدوم؛

- أماكن إقامة السياح (المدن- المصايف- الفنادق- القرى السياحية- بيوت الشباب)؛

- الأماكن التي يزورها السائح، استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية؛

- تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القدوم.

إنّ توفر هذه البيانات والمعلومات يُمكن القائمين بالتخطيط على تركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق من فئة مُعيّنة وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى وكذلك تنمية وتطوير الموارد والمقومات السياحية الموجودة، كما أنّ معرفة عدد السياح مُوزَّعاً طبقاً لطريقة الوصول يُساعد في تطوير أو دعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد إلى الخارج أو من خارج البلد إلى الأماكن السياحية الموجودة داخل البلد، فالتخطيط لا بدّ له من كمّ هائل من المعلومات الدّقيقة والتفصيلية.

كما أنّ عدم توقّر كراريس وكتيبات وخرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي القائمة وتضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارة المُختصة بالسياحة وبعض

المؤسسات والوزارات الأخرى ذات العلاقة، وانخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري كما هو في بعض دول العالم الثالث، وعدم توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي تُعتبر جميعها من أهم العوامل السلبية الرئيسية المؤثرة على التخطيط السياحي.

من معوقات التخطيط السياحي أيضاً ضعف في مستوى مهارات العاملين بالهيكل التخطيطي داخل القطاع السياحي بالإضافة إلى نقص الخبرات التي تتعامل مع نظم تكنولوجيا المعلومات الحديثة وتقنياتها المستحدثة وهو ما يُقلل فرص تطوير التخطيط السياحي الجيد في عمليات التنمية السياحية للمناطق السياحية والأثرية.

وما تجدر الإشارة إليه أنّ التخطيط السياحي يتأثر بالتقلبات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة فهي قد تكون من معوقات التخطيط السياحي أيضاً.

5- مشاركة التخطيط السياحي في التنمية السياحية

التخطيط أساس للانطلاق في طريق التنمية السياحية فهو وسيلة لها لإمكان الوصول إلى نموّ سياحي يتلاءم مع إمكانيات الدول السياحية وتضافر الجهود بين السياحة وبين القطاعات الإنتاجية الأخرى لإحداث تنمية اقتصادية واجتماعية متوازنة تحقق الرّخاء للمواطنين. ويُمثل التخطيط السياحي أحد مداخل الإدارة السياحية فهو ليس غاية في حدّ ذاته ولكنه أحد مكونات السياسة الشاملة لتحقيق الأهداف المبتغاة من التنمية السياحية.

ويرتبط فهم التخطيط السياحي بشكل كبير بمعرفة مفهوم ومكونات التنمية السياحية وطبيعة العلاقات بين هذه المكونات والتنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلغلة في كلّ عناصر التنمية المختلفة وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة فكلّ مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية. (كافي حسين، 1987م، ص37)

فلا يُمكن الحديث عن التخطيط السياحي بمعزل عن التنمية السياحية ولا يُمكن أيضاً تجاهل الدور الكبير الذي أصبحت تقوم به السياحة في إقتصاديات الدول وكيف أنّها تمثل أحد الروافد الرئيسية للدّخل القومي، وفي ظلّ التحوّلات الاقتصادية زادت أهمية التنمية السياحية فأصبحت تُشكل ركيزة أساسية من الركائز الاقتصادية التي تزداد أهميتها مع ارتفاع مردودها المادي والذي

بات يُشكل مصدراً من مصادر تمويل الاقتصاد الوطني تستفيد منه الدول ذات الإمكانيات السياحية كونه يُساهم في زيادة الدخل القومي بالعملة الأجنبية.

والتنمية السياحية أحد الأساليب الفعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة عن طريق عمل نوع من التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية لإحراز التّقدم في نوعية الحياة ومستوياتها وتحقيق الرّخاء للمواطنين.

1-5- تعريف التنمية السياحية

يُعبّر إصطلاح التنمية السياحية عن مختلف البرامج والخطط التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي وهي عملية مُركّبة ومُنشعبة تضمّ عدّة عناصر مُتصلة ببعضها ومُتداخلة بعضها مع البعض تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي وربط ذلك بعناصر البيئة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها في برامج التنمية.

لقد تعدّدت المفاهيم المرتبطة بالتنمية السياحية بتعدّد وجهات النظر إليها، فيرى البعض أنّها: "تحقيق زيادة مستمرة في الموارد السياحية أو في الإنتاجية السياحية إلا أنّها لا يُمكن أن تقتصر على تنمية العرض السياحي فقط أو أجزاء منه ببناء فنادق وقرى سياحية وإلّا يجب أن تمتدّ إلى أهداف محدّدة وطنية وقطاعية وإقليمية". (نوال هاني، 2013م، ص73)

ويعرّف التنمية السياحية على أنّها: "التصنيع المُتكامل الذي يعني إقامة وتشديد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته بها وبالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية للفئات من السّاحين". (مثنى طه الحوري وإسماعيل محمّد علي الدّباغ، 2001م، ص42)

والتنمية السياحية هي أيضاً: "مدى إتّساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السّاحين". (جليلة حسن حسنين، 2006م، ص09)

وهي: "الاستخدام الأمثل أو تفعيل كافة الموارد البيئية السياحية المُتاحة لزيادة التدفق السياحي الرّشيد وذلك من خلال الأخذ بمختلف البرامج والخطط التي تهدف إلى تحقيق تنمية سياحية متواصلة". (يسري دعبس، 2003م، ص397)

أي أنها تتضمن كلا من الخطط والبرامج والمشاريع والخدمات المختلفة التي تهدف إلى تحسين إنتاجية القطاع السياحي ومن ثم زيادة الموارد السياحية لدولة ما.

فيمكن حصر مفهوم التنمية السياحية في الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها بحيث تتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق مُعدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة مُمكنة وفي أقرب وقت مُستطاع (يوسف مصطفى كافي، 2006، ص ص 106-107)

فمفهوم التنمية السياحية الذي نخرج به هو: مجموع الخدمات التي تقدّم للسائح من أجل راحته ومحاولة العمل على تحسين هذه الخدمات التي من شأنها جذب العديد من السياح.

2-5- أهمية التنمية السياحية

تُعدّ التنمية السياحية أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة لما لها من قدرة على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص عمل وإيجاد فرص مدرة للدخل فضلا عن المساهمة في تحسين أسلوب ونمط الحياة الاجتماعية والثقافية لعموم أفراد المجتمع. وإنّ الاهتمام المتزايد بالسياحة دفع إلى تعاظم دورها في التنمية حيث تشجيع الاستثمار في إنشاء المشروعات السياحية في إطار الإعفاءات الضريبية على واردات السياحة كما ستوفر فرصاً مهمة لمساهمة الدول في إنشاء مشاريع البنى التحتية في البلاد، ويُعدّ قطاع السياحة رائداً في تواجد علاقة مع بقية الفروع والأنشطة الاقتصادية الأخرى فهذا القطاع يشمل العديد من القطاعات وهو يعمل على الربط فيما بينها جميعاً.

وتكمن أهمية التنمية السياحية في: (صلاح زين الدين، 2016، ص 18)

1- تحسين ميزان المدفوعات؛

2- توفير فرص عمل وحلّ مشكلة البطالة؛

3- زيادة الفرص الاستثمارية المربحة؛

4- تحقيق التنمية المتوازنة بين الأقاليم.

3-5- أهداف التنمية السياحية

للتنمية السياحية أهداف عدّة وترتكز هذه الأهداف على التنمية البشرية في تكاملها مع استراتيجيات التنمية لمختلف الدول حسب ظروفها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ويساهم قطاع السياحة بطريقة مباشرة وغير مباشرة في تحقيق هذه الأهداف أهمّها: (سيد فتحي أحمد الخولي، ص ص 7-8)

* تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى وبالتالي تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية؛

* تعقيم الآثار الإيجابية للسياحة في النواحي الاجتماعية والثقافية؛

* دعم القدرة التنافسية لصناعة السياحة وذلك برفع إنتاجية الموارد البشرية التابعة لقطاع السياحة؛

* المساهمة في تنمية البيئة والاهتمام بمناطق الجذب السياحي؛

كما يمكن إضافة أهداف أخرى للتنمية السياحية: (صلاح زين الدين، 2016م، ص 20)

* القضاء على الفقر المطلق في العالم؛

* القضاء على الجوع في العالم؛

* رفع كفاءة وإنتاجية العمل والنمو الاقتصادي؛

* تطوير الصناعة والتكنولوجيا الملائمة والبنية الأساسية؛

* ضمان تحقيق إطار عام للاستهلاك والإنتاج؛

* رفع المستوى الصحي والشعور بالسعادة؛

* القضاء على الأمية وتحسين منظومة التعليم؛

* منع التفرقة وتحقيق المساواة بين الجنسين؛

* تطوير المجتمع المحلي وإحداث التوازن الإقليمي؛

* استحداث مؤسسات قوية للعمل من أجل السلام والعدالة الاجتماعية.

4-5- عناصر التنمية السياحية

للتنمية السياحية عناصر عدة غير أنّ أهمّها: (غنيم محمد عثمان، 2004م، ص48)

- عناصر الجذب السياحي وتشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال السطح والمناخ والغابات وعناصر من صنع الإنسان كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية؛
- النقل بأنواعه المختلفة البرّي، البحري والجوّي؛
- أماكن التّوَم سواء التجاري منها كالفنادق والموتيلات وأماكن التّوَم الخاصة مثل: بيوت الضيافة، وشقق الإيجار؛
- التسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك...؛
- خدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء والاتصالات... ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنقّذة للتنمية فالتنمية السياحية تتفّذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

5-5- صناعة السياحة

أصبحت صناعة السياحة على المستوى العالمي واحدة من أكبر وأسرع الصناعات نمواً، وتعتبر السياحة الآن مصدراً للدخل القومي لكثير من الدول كما أنّها صناعة متكاملة تتضمّن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج وهي أيضاً صناعة تستوعب طاقة عمل كبيرة وتساعد على رواج العديد من الصناعات والخدمات المكملّة لها.

فالمتنبّع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية يلاحظ فعلاً أنّ صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إن لم تكن أكبرها على الإطلاق وذلك لكونها قطاعاً إنتاجياً يؤدّي دوراً هاماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات ومصدراً للعملة الصعبة وفضاءً واسعاً لتشغيل الأيدي العاملة وهدفاً لتحقيق برامج التنمية.

ونظراً لهذه الأهمية الكبيرة تشهد الساحة العالمية تنافسية شديدة بين مختلف الدول التي أدركت وتفتنت لأهمية السياحة هذه المنافسة الشديدة التي تعيشها صناعة السياحة في العالم تفرض

على القائمين بشؤون التخطيط أن يكونوا مخططين بارعين وذلك بأن تكون الخطط السياحية التي يعتمدون عليها تواكب التغيرات الحاصلة على المستوى العالمي في مجال السياحة من حيث تطوير الخدمات والبنى التحتية، لأن الكثير من الحقائق الراسخة في المستقبل قد تتغير ولا يمكن التعرف على ما سيحصل في المستقبل إلا من خلال التخطيط المدروس والمنظم البعيد عن العشوائية.

إنّ الفاعلية الاقتصادية لصناعة السياحة تكمن في درجة استغلال الطاقات الإنتاجية للثروات السياحية خلال فترة محدّدة من الزمن لإنتاج وتسويق الحدّ الأقصى من البضائع والخدمات لتلبية حاجات السياح وبالتالي فإنّ السياحة تؤثر على الاقتصاد في أيّ دولة من خلال إستهلاك السياح لكثير من السلع والبضائع والخدمات السياحية،" ففي دراسة لمنظمة السياحة العالمية UNWTO أنّ السياحة صناعة كثيفة العمل وذات أثر مضاعف على 70 صناعة وخدمة مغذية ومكملة وهي توفر فرص عمالة في أنشطة ومهن متعدّدة بشكل مباشر وغير مباشر." (صلاح زين الدين، 2016م، ص10)

لقد إنتقلت السياحة من نشاط يعني التنقل لإشباع رغبات الإنسان إلى صناعة حقيقية قائمة بذاتها وهذا ناجم عن تطوّر ونمو العلاقات الاقتصادية والسياسية بين الدول وما تبعها من حرية التنقل للأشخاص بالإضافة إلى نموّ وتحسّن المداخل وتطوّر وسائل النقل والاتصال ممّا أسهم في إثارة الرغبة في التنقل والاكتشاف فأصبحت السياحة مورداً رئيسياً وقطاعاً إستراتيجياً يتضمّن: التخطيط، الاستثمار، التشييد، التسويق والترويج. " فالتّشّاط السياحي لا يستطيع أن يدفع عملية التّمو السياحي ما لم يلجأ إلى التخطيط، فالتّخطيط السياحي يُعدّ ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة حتى يمكن للدول النامية أن تواجه المنافسة في السوق السياحي... والتنمية السياحية متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة فكل مقومات التنمية الشاملة هي كل مقومات التنمية السياحية". (وفاء زكي إبراهيم، 2006م، ص ص384-385)

5-6- إستراتيجيات التنمية السياحية

يُمكن القول بأنّه لا توجد إستراتيجية واحدة للتنمية السياحية يُمكن اعتمادها في جميع الدول، ولكن توجد إستراتيجيات تقوم على الأسس العلمية السليمة والقدر الكافي من الموضوعية والخبرة السياحية التي يُمكن إختيار الأفضل منها بما يتناسب مع الظروف الجغرافية والمناخية والبيئية

والاجتماعية والاقتصادية والتمويلية الخاصة بالمقصد السياحي بما يتلاءم مع الطلب السياحي الخارجي والداخلي المتاح أو المحتمل.

طبعاً لكل دولة مقوماتها السياحية ومواردها المالية التي تُعدّ الأساس في اختيار الإستراتيجية المناسبة، فمثلاً الإستراتيجية في بلد مثل الجزائر تختلف عنها في بلد آخر كتونس أو تركيا، وأنّ النموذج الذي يُمكن تبنيه أو الإستراتيجية التي يُمكن اختيارها للتنمية السياحية يجب اختيارها بشكل سليم ودقيق حتى يُمكن تفادي مخاطر وتكاليف التنمية السريعة الخطى غير الخاضعة للقدر الكبير من الرقابة التخطيطية.

6- مراحل إعداد مخطط التنمية السياحية

تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على مجموعة من الخطوات المتسلسلة والمتراصة كالتالي: (نور الدين هرمز، 2006م، ص20)

- أ- إعداد الدراسات الأولية؛
 - ب- تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يُمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار؛
 - ج- جمع المعلومات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية؛
 - د- تحليل البيانات (المسوحات) وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تمّ جمعها من خلال المسوحات وتوليفها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة ورسم خطواتها العامة والتفصيلية؛
 - هـ- إعداد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتمّ تقييم هذه السياسات (البداية) لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة وكذلك يتمّ تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة؛
 - و- تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتمّ تحديدها في المرحلة السابقة؛
 - ز- تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.
- والجدير بالذكر أنّ المسوحات وجمع البيانات وتحليلها تشكل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية وتحتاج هذه المرحلة إلى دقة وتنظيم كبيرين.

7- التنمية السياحية في الجزائر

تعتبر المقومات الطبيعية والتاريخية من أهم عوامل الجذب السياحي والجزائر هي إحدى البلدان التي تزخر بمختلف هذه المقومات وتتوفر على الشروط الأساسية لقيام صناعة سياحية رائدة، فهي تتميز بتنوع المناخ كما تتوفر على مظاهر طبيعية متنوعة يأتي في مقدمتها الموقع الاستراتيجي وإملاكها شريط ساحلي يمتد على طول 1200 كم وصحراء شاسعة ممتدة ضمن أجمل الصحاري في العالم حيث تشكل أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق، إضافة إلى احتوائها على معالم وأثار تاريخية تدلّ على عراقة التاريخ من جميلة في سطيف، الهوقار والتاسيلي وقلعة بني حماد، وتيمقاد وشرشال، كما تحتوي على أكثر من 200 منبوع معدني تمتد من الشرق إلى الغرب ومن الشمال إلى الجنوب، وكذا إملاكها لعشر محميات طبيعية، دون نسيان الغابات والواحات والأنهار والمناخ المعتدل، والتنوع الثقافي الذي تتميز به الجزائر فهي تعدّ موطنًا للعديد من الحضارات المتعاقبة والعريقة...

فكلّ هذه المقومات تمثل شروطاً مُحفزة لتنمية سياحية تعود عليها بمردود إقتصادي مُعتبر. لكن رغم كلّ هذه الإمكانيات إلا أنّها تسجّل تدفقات بشرية ضعيفة، فالجزائر بلد سياحي بامتياز يستطيع أن يكون في مقدّمة الدول السياحية، فهو يمتلك لكلّ عناصر التنمية السياحية الناجحة والتي تشكل قطاعاً واعداً للتنمية في الجزائر، حيث تقوم بإنعاش الاقتصاد وتطويره.

1-1- التخطيط السياحي في الجزائر

لقد تبثت الجزائر منذ الاستقلال مخططات وطنية كان الهدف منها التّهوض بالقطاعات الوطنية من خلال تخصيص مبالغ مالية ضخمة، ولكن الملاحظ أنّ قطاع السياحة كان في المراتب الأخيرة بمبالغ جدّ ضئيلة مقارنة بالقطاعات الأخرى وهي آخر القطاعات من حيث معدلات التنفيذ فحوالي 40% لم ينفذ، وهذا ما يعكس لنا السياسة المنتهجة من قبل الدولة بعد الاستقلال والتّوجه الإنمائي لها.

فلا يُمكننا إنكار وجود التخطيط السياحي في الجزائر بل هو موجود وهناك العديد من الخطط السياحية التي كان الغرض منها التّهوض بالسياحة في الجزائر إلا أنّه غير جاد وغير مدروس وذلك لاعتماد الدولة على الرّيع النّفطي منذ الاستقلال حيث أنّ الجزائر منذ ذلك الوقت وهي تعتمد

بالدرجة الأولى على مداخل النفط في إقتصادها ولم يكن التفكير جاداً باستبدال هذه الثروة الزائلة بالسياحة الدائمة، لكن ومع تقلبات أسعار النفط غير المتوقعة ودخول البلد في أزمات اقتصادية متتالية بسبب هذا التذبذب وتناقص كمية النفط سنة بعد أخرى كان لزاماً على القائمين بشؤون الدولة التفكير في تطوير السياحة بالجزائر خاصة إذا علمنا أن المقومات السياحية التي تمتلكها لا توجد في أشهر البلدان سياحة مما يشجع على التهوؤ بهذا القطاع.

فظهرت بعض المخططات التي أعطت دفعة لهذا القطاع المهمل لكن تطبعها الارتجالية في التخطيط وعدم الواقعية مما أدى إلى فشل الخطط السابقة أو بالأحرى ظلّ حبرا على ورق وهذا راجع لربط تنفيذ الخطط بمدة زمنية قصيرة وبوسائل وإجراءات يحتاج في تحضيرها إلى خطط متكاملة نظرا لتشابك قطاع السياحة مع الكثير من القطاعات الأخرى، مما أدى إلى فشل قطاع السياحة في تحقيق الأهداف المنشودة والتهوؤ بعجلة التنمية رغم الإمكانيات السياحية للجزائر مقارنة بدول أخرى لا تملك ولو الجزء القليل من هذه الإمكانيات.

توسّع الحكومات أهدافها وتوجهاتها في مجال التنمية السياحية لأبعد من فوائدها الاقتصادية فإنّ التخطيط يُصبح مُهماً وحيوياً أكثر للنجاح في تحقيق تلك الأهداف ونمو السياحة خلق ضغطا على الدول لاستخدام التخطيط كوسيلة لخلق مواقع ذات نوعية متميزة. (حيزية حاج الله، 2006، ص77)

إنّ غياب الفكر التخطيطي الحديث والاستمرار في وضع الخطط التقليدية غير المدروسة بشكل علمي ودقيق والذي لا يُراعي أموراً كثيرة على رأسها الأبعاد البيئية لطبيعة الأماكن المُراد حصرها وتنميتها وهو ما يُظهر ضعف وقصور في الخطط السياحية وعدم ملائمتها مع الواقع الفعلي نتيجة لقصور في جمع وحصر البيانات وتدوينها بشكل مُنسّق وعلمي وتوثيقها بأسلوب تكنولوجي جديد باستخدام الكمبيوتر من خلال استخدام برامج مُخصّصة في عملية جمع البيانات والصّور والمخططات وكافة المُحتويات مما يُسهّل عملية التخطيط للسياحة انطلاقاً من البيانات المتوفرة.

ولمّا كان لصناعة السياحة فوائد إقتصادية وإجتماعية بارزة وأصبحت حلاً اقتصادياً سريعاً أدّت إلى نمو غير مُحكم على حساب الموارد والخدمات في الكثير من البلدان أصبح من الضروري

توفير قاعدة شاملة للتخطيط السياحي والعمل على التنسيق بشكل دقيق في وضع الأهداف وتحديد الوسائل المتاحة.

لقد حان الوقت في الجزائر التّهوض بالسياحة وإنّ تنمية القطاع السياحي في الجزائر تحتاج إلى تخطيط استراتيجي مُحكم يُراعى فيه الاعتبارات البيئية والموارد المتاحة والإمكانيات السياحية المتوفرة، لذلك نجد أنّه لا بد من تخطيط فعّال وتنفيذ ومُتابعة وإدارة كافة المستويات مع إتبّاع منهج علمي صحيح وبرامج خاصّة لحصر الموجود من الإمكانيات وكيفية إستغلالها بشكل أمثل. نعم فالجزائر لا ينقصها سوى التخطيط السياحي الجادّ والجيد ويجب أن تأخذ الدّروس من الماضي بأن تُعطي قطاع السياحة المكانة اللائقة به فلا بدّ من تضافر الجهود وتنظيمها من أجل تحقيق التنمية السياحية.

فلا شك أنّ التخطيط السياحي الجيد يحقق زيادة في حجم الطلب والدّخل السياحي والذي بدوره يحقق التنمية السياحية التي تؤدي هي الأخرى إلى زيادة في الدّخل القومي، ولا شك أنّ الالتجاء إلى البحوث العلمية يحقق الكثير من هذه المعايير من خلال ضوابط علمية يجب عدم تجاوزها من حيث علاقة هذه الخطة بالنشاط الاقتصادي ككل ومن حيث تطوير البنية الاقتصادية من خلال منظومة علمية تتضمّن جهود الباحثين وخبراء السياحة لتضمين الخطة الجوانب الإيجابية لتذليل العقبات التي تنشأ على أرض الواقع ووضع أطر جانبية للتخطيط السياحي يشمل كلّ إطار على جذب استثمارات قومية في مختلف المجالات لتحقيق تدفقات نقدية أجنبية، تلك التي تصبح مصدرا لتسريع عجلة التنمية.

لقد أثبتت التجارب في العديد من دول العالم أنّه يُمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويُمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والنّاضج والمبني على معلومات واقعية دقيقة بعيداً عن العشوائية والارتجالية.

وهكذا فإنّ التخطيط السياحي لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة وقطاع السياحة يجب أن يُجعل أولوية وطنية للدولة لأنّه يُشكّل مورداً مُكمّلاً لقطاع المحروقات والفلاحة في عملية تمويل الاحتياجات الوطنية.

وإدراكا منها لأهمية التخطيط السياحي في التنمية السياحية أعادت النظر في سياستها السياحية والابتعاد عن القرارات العشوائية وشرعت برامج العمل السياحية في تفعيل التحول السياحي الجزائري بواسطة مضاعفة جاذبية وشهرة وجهة الجزائر عن طريق مجموعة من المخططات أهمها على الإطلاق:

2-7- مخطط جودة السياحة

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة خلال الانتهاج الإداري للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم وطنيين وأجانب ثم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية مع مهنيين ومن أجلهم طبقا للمعايير الدولية، يسمح مخطط جودة السياحة الجزائرية الجودة بتحديد المسار من أجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية (موقع وزارة السياحة، www.mta.gov.dz/index.php/ar):

- تأسيس العلامة التجارية جودة السياحة الجزائرية؛

- تدعيم كفاءات الموارد البشرية؛

- تنظيم الأنشطة السياحية؛

- تحديث البنى التحتية.

3-7- أهداف مخطط جودة السياحة الجزائرية

- دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية؛

- بلوغ أفضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني؛

- تثمين المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية؛

- خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن

الوطنيين والأجانب؛

- إفادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة وذلك بتوفير الوسائل الملائمة

لتحقيق تنميتها وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين؛

- ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة " جودة السياحة الجزائرية" وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري وتموقع أفضل.

4-7- آفاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025م

يُشكل المخطط التوجيهي الإطار المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر ويُعدّ هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعاتها السياحية لآفاق 2025م وهو مخطط يعمل على تحقيق قفزة مطلوبة وجعل السياحة من أولويات التنمية في الجزائر.

فإدراكا منها لأهمية التخطيط السياحي المُحكم وبعد فشل كلّ المخططات السابقة ظهر مخطط التهيئة كجزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، ويرتكز هذا المخطط على خمس ديناميكيات: (بودلال علي، 2014م، ص 15)

* تقويم وجهة " الجزائر" لتعزيز جلب فرص الاستثمار والتنافس؛

* تنمية الأقطاب والقرى السياحية السامية وذلك بترشيد الاستثمار؛

* إعداد برامج نوعية سياحية؛

* تنسيق العمل وذلك بتعزيز السلسلة السياحية وإقامة شراكة عمومية وخاصة؛

* تحديد ووضع حيز التنفيذ مخطط تمويل عمل من أجل دعم النشاطات السياحية.

وهكذا يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها جزءا من إستراتيجيات التنمية للدولة، كما يجب أن يتمّ تخطيط وإدارة السياحة بشكل متداخل وموحد يتضمّن إشراك وكالات حكومية مختلفة ومؤسسات خاصة ومواطنين سواء كانوا مجموعات أم أفرادا لتوفير أكبر قدر من المنافع، فالتحدي الآن هو تنمية السياحة والعمل على إدراجها ضمن الشبكة التجارية للسياحة في العالم والعمل على ظهور وجهة الجزائر كمقصد سياحي مرجعي على الصعيد الدولي وهذا يحتاج إلى تخطيط مُحكم مبني على قراءات صحيحة ورؤيا واضحة لتكريس وجود إقتصاد سياحي بديل للموارد غير المتجددة (الغاز والتفط).

إنّ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تتويج ناضج لمسار طويل من البحث، التحقيقات، الدراسات، الخبرات والاستشارات، إله نتيجة لعمل فكري كبير ولاستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص على مدار اللقاءات الجهوية والإثراء الذي

أسفر عنه. وهو يهدف إلى ضمان الانطلاق للسياحة الجزائرية إذ يركز على مخطط الأعمال بأهداف مادية ونقدية فخطة الأعمال ترمي إلى تلبية الطلب الدولي والطلب الوطني الذي سيزيد عن 11 مليون سائح في آفاق 2025م حسب التقديرات والإحصاءات المتوقعة.

- خاتمة

لقد ساهمت السياحة بشكل إيجابي في اقتصاديات دول عديدة بشكل أصبحت عاملا مهما في التنمية الاقتصادية نتيجة ضخامة عائداتها ومرونة واستخدام تلك العائدات في قطاعات عديدة من الاقتصاد الوطني، كما ساهمت أيضا في توليد الناتج القومي وتوفير فرص عمل وجذب الاستثمارات. وإن المتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية يلاحظ أن صناعة السياحة أصبحت من أكبر الصناعات في العالم فقد بلغ عدد السياح في مختلف أنحاء العالم حوالي 917 مليون سائح عام 2008 وتطور عام 2010 ليصبح 940 مليون، كما بلغ إنفاق السياح لعام 2010 نحو 920 مليار دولار وتتوقع بعض الهيئات السياحية الإقليمية والعالمية وصول عدد السياح على صعيد العالم بأكمله نحو 1,6 مليار سائح في عام 2020 وإنفاق ما يقارب 2000 مليار دولار مما يجعل السياحة في مقدمة الصناعات العالمية.

والجزائر بلد يملك من المقومات وعوامل الجذب السياحي ما يؤهله أن يترفع عرش التنمية السياحية في العالم، كما يمكنه أن يصبح قطبا سياحيا عالميا وأن يُنافس كبريات الدول السياحية، ويمكن أيضا بفضل هذا القطاع القضاء على جملة من المشاكل التي تعاني منها الجزائر منذ الاستقلال والتي تزداد تفاقمًا يومًا بعد يوم ولم تستطع أن تجد لها حلولًا على مرّ السنين رغم أنّ الحلّ موجود في السياحة التي لم تلق الاهتمام البالغ، كمشكل البطالة ومشكل الاعتماد على النفط فقط. فأصبح إجراء التخطيط السياحي أمرًا ضروريًا لاسيما في الظروف الراهنة التي تعيشها الجزائر، حيث يمثل الأداة الفعالة لتحريك القطاع من خلال تنظيم وإنشاء مشاريع جديدة أو تجديد المشاريع السياحية القائمة في مجال الإيواء، الإطعام، النقل، التسلية والترفيه وغيرها لتوفير طاقات وخدمات ذات جودة عالمية تؤدي إلى النهوض بالقطاع.

والجزائر التي عانت الكثير من كبوات التخطيط العشوائي والعمل الارتجالي عليها الاستفادة من تجارب الدول المجاورة التي حققت نتائج باهرة في هذا المجال رغم إفتقارها لمقومات السياحة، ولم يكن ذلك صدفة أو بضربة حظ إنما نتيجة التطور الحاصل في عقلنة وعلمية التنمية السياحية

من خلال التنظيم والتخطيط المحكم والفعل والثرقية السياحية والتسهيلات المالية والتقنية لعملية التنمية السياحية.

وأخيرا نقدّم بعض الاقتراحات من أجل النهوض بقطاع السياحة وتحقيق التنمية السياحية:

- تتطلب التنمية السياحية تدخّل التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي؛
- استغلال جميع المقومات السياحية المتوفرة في كلّ ربوع الجزائر من مقومات طبيعية وتاريخية وأثرية وتراثية وغيرها والنهوض بقطاع السياحة التي تمثل الثروة والمورد الذي لا ينضب؛
- التنسيق بين قطاع السياحة ومختلف القطاعات الأخرى التي لها علاقة معه وتحقيق التكامل في التنمية بين كافة القطاعات والتطابق والتوافق بين الطلب السياحي والمنتج السياحي المقدم، وأيضا تحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة وتأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية والتوسع وإيجاد مناطق سياحية جديدة تتلاءم مع تغيّر وتطور عمليات التنمية السياحية؛
- اعتماد التخطيط السياحي للتنمية السياحية وإدراجه ضمن إستراتيجية التنمية الوطنية الشاملة؛
- تبني عملية التخطيط لصياغة إستراتيجية سياحية ثلاثية المتغيرات الدولية وتتماشى مع الأسواق العالمية للسياحة وتعمل على استغلال ثروات الجزائر استغلالا ناجعا وفعالا؛
- تساهم السياحة في تنمية المجتمع إسهاماً واضحاً مما يُحتمّ التركيز على قطاع السياحة بشكل كبير من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والفندقية والنقل وإعادة برامج تدريبية في هذا المجال باستخدام التخطيط العلمي السليم المتكامل؛
- تأطير عمليات التخطيط للتنمية السياحية من طرف الحكومات والسلطات المعنية بالاشتراك مع المؤسسات والمنظمات الوطنية والسكان المحليين؛
- أن يشتمل التخطيط السياحي على برامج تهتم بتنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية ودور التنمية السياحية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد وتغيير المفاهيم والسلوكيات والممارسات الخاطئة تجاه السياحة وإيجاد بيئة ملائمة وصديقة للسياحة؛

- أن يكون ضمن التخطيط السياحي برامج وأعمال إيجاد إعلام سياحي فاعل يتمتع بالمهنية ويستخدم أكفأ الوسائل وأكثرها تقدماً وتقديم رسائل إعلامية توعوية ومعرفية وإقناعية باعتماد أفضل المداخل ويساهم في نشر الثقافة السياحية؛
- العمل على تطوير آليات التخطيط السياحي ومسايرة التطورات الحاصلة في جميع المجالات ودخول المنافسة التي تشهدها الساحة العالمية في مجال السياحة؛
- تأسيس بنك معلومات يوفر مختلف المعلومات المتخصصة والمفصلة المطلوبة لعملية التخطيط السياحي؛
- العمل على التخطيط على حماية وترميم الأماكن السياحية ومناطق الجذب السياحي؛
- التخطيط على تحسين وتنويع الخدمات السياحية والاهتمام بالبنى التحتية وتحسينها بما يريح السائح طيلة مدة إقامته؛
- إدخال تخصص " التخطيط السياحي " ضمن برامج التدريس في الجامعات، حيث يتم تكوين كوادرات وإطارات متخصصة في هذا المجال ومؤهلة للعمل في مجال التخطيط السياحي؛
- ترك عملية التخطيط السياحي لأهل الخبرة والاختصاص من الباحثين واعتمادهم على الأسس العلمية في ذلك.

- الهوامش

- (1)- الطائي حميد وأبو عياش، التخطيط السياحي، عمان، الأردن، 2004م.
- (2)- أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية (دراسة ميدانية)، جامعة تشرين، رسالة ماجستير في الإحصاء والبرمجة، 2006م.
- (3)- الروبي نبيل، التخطيط السياحي، الإسكندرية، مؤسسة الثقافة الجامعية، 1987م.
- (4)- عثمان محمد غنيم ونبيل سعد نبينا، التخطيط السياحي، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، 2003م.
- (5)- الطائي حميد، أصول صناعة السياحة، الأردن، مؤسسة الوراق للنشر، ط1، 2001م.
- (6)- الفاعوري أسامة، التخطيط السياحي ودوره في التنمية السياحية، عمان، صحيفة الرأي، 2004/6/21م. منشورة على الأنترنت. (<http://www.alrai.com>)

- (7)- أحمد عبد السميع علام، علاقة التخطيط السياحي بالتنمية الاقتصادية الشاملة في الدول النامية، ورقة بحثية مقدمة بجامعة أبو ظبي، الإمارات، 2014م.
- (8)- نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 3، 2006م.
- (9)- شمس الدين نديم، مبادئ السياحة، دمشق، الجمعية الجغرافية السياحية، 2001م.
- (10)- خالد مقابلة وعلاء السرابي، التسويق السياحي الحديث، الأردن، دار وائل للنشر، 2000م.
- (11)- أحمد عبد السميع علام، "علاقة التخطيط السياحي بالتنمية الاقتصادية الشاملة في الدول النامية"، ورقة بحثية مقدمة لجامعة أبو ظبي، الإمارات، 2014م.
- (12)- عثمان محمد غنيم، التخطيط السياحي والتنمية، الأردن، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2004م.
- (13)- لبنى محمود محمد عجيج، "تخطيط وتنمية السياحة التراثية في محافظة نابلس"، رسالة مقدمة لنيل ماجستير في التخطيط الحضري والإقليمي، جامعة النجاح الوطنية، 2007م.
- (14)- بلاسكة صالح ومزياني نور الدين، "مساهمة الإستراتيجية السياحية في دعم التنمية الاقتصادية- عرض تجربة الأردن- "ورقة بحثية مقدمة لملتقى: "الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، المركز الجامعي تيبازة، نوفمبر 2014م..
- (15)- حسين كافي، رؤية عصرية للتنمية السياحية، القاهرة، دار النهضة المصرية، 1987م.
- (16)- نوال هاني، تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية، مجلة الباحث، عدد 13، ورقة، 2013م.
- (17)- مثنى طه الحوري وإسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، عمان، مؤسسة الوراق، الطبعة الأولى، 2001م.
- (18)- جلييلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، مصر، الدار الجامعية، 2006م.
- (19)- يسري دعبس، السياحة والبيئة، مصر، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، 2003م.
- (20)- يوسف مصطفى كافي، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات نينار للنشر والتوزيع، 2006م.

- (21)- صلاح زين الدين، "دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر"، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، جامعة طنطا، 26-27 أبريل 2016م.
- (22)- سيد فتحي أحمد الخولي، تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية، مجلة الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، مجلد 14، عدد 1.
- (23)- وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، دراسة تقييمية للقرى السياحية، 2006م.
- (24)- حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير، البليدة، جامعة سعد دحلب، 2006م.
- (25)- موقع وزارة السياحة الجزائرية: www.mta.gov.dz/index.php/ar - تمّ تفحصه يوم الخميس 14 ديسمبر 2017م على الساعة: 12:20 زوالاً.
- (26)- بودلال علي، "الصناعة السياحية المستدامة في الجزائر كأحدث شروط تأهيل الاقتصاد الجزائري"، ورقة بحثية مقدّمة لملتقى "الاستثمار السياحي ودوره في التنمية المستدامة"، المركز الجامعي تيبازة، يومي 26/27/نوفمبر 2014م.