

استراتيجية تحقيق تنمية سياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 في الجزائر

A strategy for achieve tourism development in accordance the objectives of under the Planning Guideline for the tourism development of the horizons of 2030 in Algeria

فوزية بوحبرة¹، بن عطة محمد²

Fouzia BOUKHOBZA¹, BENATA Mohamed²

¹جامعة مصطفى إسمطبولي معسكر (الجزائر)، fouzia.boukhobza@univ-mascara.dz

²جامعة مصطفى إسمطبولي معسكر (الجزائر)، mohamed.benata@univ-mascara.dz

تاريخ الاستلام: 2021/01/27 تاريخ القبول: 2021/02/09 تاريخ النشر: 2021/03/30

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على واقع الصناعة السياحية في الجزائر بالدراسة والتحليل، وتبسيط الضوء على استراتيجية الدولة لتحقيق تنمية سياحية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لسنة 2030، وإدراكا بأهمية هذا القطاع كمورد رئيسا يسهم في زيادة الدخل الوطني، وكذا نشاطا محفزا لمختلف القطاعات الأخرى كان للجهات الوصية وصناع القرار زيادة الاهتمام بهذا القطاع الاستراتيجي.

وخلصت الدراسة إلى أن الجزائر من بين الدول الغنية بالمقومات الطبيعية المتنوعة بدءا من موقعها الجغرافي الاستراتيجي مروراً بالثروات السياحية الهامة، مما يجعلها دائمة السعي إلى تطوير الصناعة السياحية ورغم تسطير أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلا أن القطاع يشهد ركودا ولا يرقى للمستوى المطلوب.

كلمات مفتاحية: السياحة، السياحة الالكترونية، الاستراتيجية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

تصنيفات JEL: D10، L81، Z32

Abstract:

This study aims to know the reality of tourist industry in Algeria to study and analyze, and highlight on the state strategy to achieve tourism development under the Planning guideline for the tourism development of the horizons of 2030 in Algeria, aware the importance of this sector as a

major resource that contributes to increasing national income, as well as stimulating activity for various other sectors guardians and decision-makers have had an increased interest in this strategic sector.

The study concluded that Algeria is among the rich countries with the diverse natural assets, starting from its strategic geographical location and important tourist wealth, that makes it a constant endeavor to develop the tourist industry, and despite the objectives of the tourism development under the Planning Guideline for the tourism development however, the sector is witnessing a recession and does not live up to the required level.

Keywords: Tourism; E-tourism; strategy; Planning Guideline for the tourism development.

JEL Classification Codes : Z32, L81, D10

المؤلف المرسل: فوزية بوخبزة، الإيميل: fouzia.boukhobza@univ-mascara.dz

1. مقدمة :

تعد السياحة إحدى أسرع الصناعات نموًا في النصف الثاني من القرن العشرين، وغالبًا ما تستخدم كمفتاح للنمو الاقتصادي في كل من البلدان المتقدمة والنامية، مع ضعف جوانب الاقتصاد الأخرى، حيث ترى العديد من المناطق والدول أن السياحة هي حل سريع وسهل لمكافحة أوجه القصور الاقتصادي للدولة على نحو متزايد، فتلجأ البلدان لتطوير وتعزيز مواردها من أجل جذب السياح من الداخل والخارج، والمتتبع للتطور السياحي الدولي يستطيع الجزم بأن هذا الأخير يساهم بشكل إيجابي في اقتصاديات دول عديدة مما أدى إلى اعتبار السياحة عاملاً ضرورياً من عوامل التنمية الاقتصادية المستدامة نتيجة ضخامة عائداتها، ورغم ظهور العديد من الانتقادات التي وجهت للسياحة كقطاع انتاجي سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو البيئية فإن الحكم على صحة هذه الانتقادات يتوقف بشكل مؤثر على الاستراتيجية التي اختيرت للتنمية السياحية، وبالنظر لما تنعم به الجزائر من تراث غني ومتنوع سواء كان طبيعياً، تاريخياً، أو ثقافياً، فإن ذلك يؤهلها لأن تكون وجهة سياحية حائزة على أهم مقومات أو عناصر الجذب السياحي، الأمر الذي يتطلب تنسيقاً وتعاوناً دقيقين من جميع صانعي القرار السياحي لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

1.1 الإشكالية: بغية الامام بجوانب الموضوع بالدراسة والتحليل واهم العناصر تتبلور لدينا الاشكالية التالية:
إلى أي مدى يمكن تحقيق تنمية سياحية في الجزائر في ظل تطبيق المخطط التوجيهي للهيئة السياحية
لآفاق 2030؟

2.1 الفرضيات:

- انطلاقا من الإشكالية المطروحة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:
- تبنت الجزائر المخطط الوطني للهيئة السياحية لآفاق 2030 قصد جعل الصناعة السياحية النشاط الأساسي لاقتصاد الدولة باعتبارها مصدر استقطاب للعملة المحلية والأجنبية على حد سواء؛
 - كلما كانت إستراتيجية التنمية السياحية فعالة أدى ذلك إلى الارتقاء الايجابي بالقطاع السياحي في الجزائر؛

3.1 أهداف البحث:

تميل الدراسة إلى أن تكون استكشافية تستهدف إلقاء مزيد من الضوء على المشكلة البحثية موضوع الدراسة وبلورتها كخطوة أولية نحو مساعدة متخذي القرار على ضمان الاستفادة من المزايا التنافسية التي يقدمها قطاع السياحة في الرفع من اجمالي الناتج المحلي للدولة والتخفيف من مشكلة البطالة ورفع معدل النمو الاقتصادي.

4.1 منهجية البحث:

اعتمدت الدراسة على مقارنة التحليل النظري الذي يجده الباحثان أكثر المقاربات البحثية ملاءمة، وذلك انطلاقاً من اعتبار أن السياحة أحد أهم القطاعات التي لها مدخلاتها ومخرجاتها الخاصة، والتي تستلزم إيجاد نظم للعمل والتنسيق بين مختلف الفاعلين المعنيين بقضية السياحة في الدولة.

1.5 الدراسات السابقة:

اعتمدنا في اعداد هذا المقال على مجموعة متنوعة من الدراسات السابقة التي عاجلت موضوع السياحة من عدو جوانب لعل أهمها:

أطروحة دكتوراه للأستاذ كواش خالد بعنوان أهمية ومكانة السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر 2004، تناول فيها الباحث أهمية النشاط السياحي وآفاقه وذلك بالاستناد على النتائج المحققة عالميا في القطاع، ومقارنة بين الدول العربية تونس والمغرب من ناحية أداء القطاع ومساهمته في الاقتصاد، فتوصل إلى أن القطاع لم يحض بالأولوية في البرامج التنموية، كما أجرت كل من الباحثين لعلمي فاطمة، ودولي سعاد من جامعة سيدي محمد بن عبد الله بالمغرب سنة 2015 دراسة تتضمن إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر اسنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 ، ووقد توصلنا إلى أن النتائج تظل بعيدة عن التطلعات والأهداف التي ترقبتها وسطرها الأطراف ذات المصلحة بالمقارنة مع الدول التي حققت نجاحا مثل تونس والمغرب والأردن، وهو الأمر الناتج أساسا عن ابتعاد هذه السياسات عن واقع الأقاليم، وعن التفاعلات الموجودة بين القطاعات الاقتصادية والجهات الفاعلة والموارد، ومن ثم كانت مناقشة استراتيجيات التنمية المستدامة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، بالإضافة الى دراسة الأستاذتين حاوشين ابتسام وبن بايرة ريم (2020) اللتان قامتا ببحث حول استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر: دراسة تحليلية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وكان الهدف منها إبراز معنى السياحة المستدامة ومتطلبات تطبيقها، مع تسليط الضوء على التجربة الجزائرية في مجال السياحة المستدامة ومعوقات تطوير القطاع.

استنادا لعدد الدراسات التي تناولت بالدراسة والتحليل والتفسير واقع السياحة في الجزائر ومدى مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة في ظل المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية والذي تبنته الجزائر سنة 2008 بهدف تحسين صورة الجزائر السياحية بالخارج وجذب الاستثمارات من أجل تسويق المنتج السياحي، كانت لنا مساهمة بحثية في الموضوع من خلال التطرق لاستراتيجية تحقيق تنمية سياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 في الجزائر لنعرض بذلك بعض المقاربات النظرية حول السياحة والسياحة الالكترونية التي أضحت تتفوق على السياحة التقليدية لما لها من مميزات، بالإضافة الى دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وأهدافه واستراتيجية انعاش التنمية السياحية انطلاقا من هذا المخطط.

2. مقاربات نظرية حول السياحة والسياحة الإلكترونية

السياحة هي فعل سفر في شكل استجمام وترفيه، فمع تزايد عدد السياح حول العالم تزداد احتياجاتهم ومتطلباتهم لتجارب محددة، (Oklobdžija، 2015) وعلى غرار باقي الدول الأخرى تتمتع الجزائر بموارد سياحية متعددة ومتكاملة نادرا ما نجد لها مجتمعة في دولة واحدة، والتي يمكن أن تجعل منها وجهة سياحية رائدة في حوض البحر المتوسط. (كواش، 2010)

1.2 الخلفية المفاهيمية للسياحة:

يرجع الأستاذ "شمولر جوستاف" أن منشأ السياحة يعود إلى نشأة الإنسان نفسه وأن حاجات الإنسان الغريزية كالطعام والأمن هي التي دفعته إلى السفر والترحال، فعندما كانت مناطقه لا توفر له حاجياته من الطعام والأمن بدأ يبحث عن مناطق توفر له ذلك، إضافة إلى رغبة الإنسان في التغيير المؤقت لمكان إقامته وهو ما نسميه اليوم "السياحة"، كذلك ساهمت الديانات في نشأة وتطور السياحة ومن أهمها الديانة الإسلامية والتي تشمل الزيارة إلى الأماكن المقدسة كالحج الذي يلعب دورا فعالا في تنمية وتطوير السياحة مع تقديمها وتعريفها للغير، ثم جاء الفلاسفة الذين أتوا من مناطق غير معروفة لطلب العلم والمعرفة والتي بواسطتهم أصبحت عدة مناطق وشعوب معروفة لدى الأمم، فقد تم عن طريق الترحال اكتشاف قارات بأكملها (بالاطة، 2002).

1.1.2 تعريف السياحة:

بحلول أوائل القرن الحادي والعشرين، أصبحت السياحة الدولية واحدة من أهم الأنشطة الاقتصادية في العالم، وأصبح تأثيرها واضحا بشكل متزايد، لذلك فإن تاريخ السياحة له أهمية كبيرة، بدأ هذا التاريخ قبل وقت طويل من إصدار كلمة سائح في نهاية القرن الثامن عشر، في التقاليد الغربية، السفر المنظم مع البنية التحتية الداعمة (John K. Walton, 2021)، حيث تعددت التعاريف المتعلقة بالسياحة واختلاف كل تعريف عن الآخر يرجع إلى اختلاف الزاوية التي ينظر منها لهذا التعريف:

- السياحة هي فعل وعملية قضاء الوقت بعيداً عن المنزل سعيًا وراء الترفيه والاسترخاء والمتعة، مع الاستفادة من الخدمات التجارية المقدمة، على هذا النحو السياحة هي نتاج الترتيبات الاجتماعية

الحديثة. (John K. Walton, 2021)

- **تعريف المنظمة العالمية للسياحة:** قامت هذه المنظمة بتعريفها على أنها: "مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الافراد خلال السفر والانتقال إلى أماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة أو لأغراض أخرى" (Jean Pierre & et Michel Balfet, 2007, p. 4)؛

- عرفها الدكتور صلاح عبد الوهاب بأنها: "مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان وقتيا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية أو حرفية". (عيساني, عامر، 2010، صفحة 13) وفي الأخير نستعرض نظرة الجزائر الى تعريف السياحة: فلقد تبنت الجزائر نفس تعريف المنظمة العالمية للسياحة والتي تعرف السياحة على أنها: نشاط انساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الافراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة كاملة لغرض من أغراض السياحة المعروفة ماعدا الدراسة او العمل، ولكن الجزائر أضافت على هذا بعض المفاهيم وهي:

الدخول: كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني خارج مساحة العبور يعتبر دخيلاً؛
المسافر: كل شخص دخل التراب الوطني مهما كانت دوافع هذا الدخول ومهما كان مقر اقامته وجنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية، والجوال في رحلة بحرية هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها والتي يمكث على متنها طوال مدة اقامته في البلاد؛

الزائر: كل من دخل حدود الجزائر من غير ان يقيم فيها عادة ولا يمارس فيها أي نشاط مقابل أجر؛
السائح: كل زائر لفترة محدودة يبقى على الأقل 24 ساعة في البلاد، ويمكن تلخيص دوافع زيارته في الأغراض التالية: المتعة (في عطلة، أسباب صحية، دراسية، رياضية...)، أشغال (زيارة الأقارب، مهمة، اجتماع...) (بن تريح ، بوخربة ، و معزوي، 2018).

2.1.2 خصائص السياحة:

يتميز النشاط السياحي بجملة من الخصائص التي تجعله كصناعة تختلف عن باقي الصناعات الاقتصادية الأخرى (الروبي ، 2008، صفحة 9)، كما تعتبر صادرات غير منظورة والمنتج السياحي منتج مركب يتميز بعرض غير مرن، أما الطلب السياحي فيتميز بالموسمية والمرونة السعرية، كما يتميز بالحساسية اتجاه العوامل السياسية والاقتصادية المحيطة بالنشاط السياحي، يجب أن تتم تنمية السياحة بطريقة تتوافق مع مبادئ التنمية المستدامة على وجه التحديد. (Cronin , 2015)، حيث تصنف السياحة ضمن قطاع الخدمات، لكنها تختلف عن بقية الأنشطة الخدمية الأخرى كونها تتميز بعدة خصائص أبرزها:

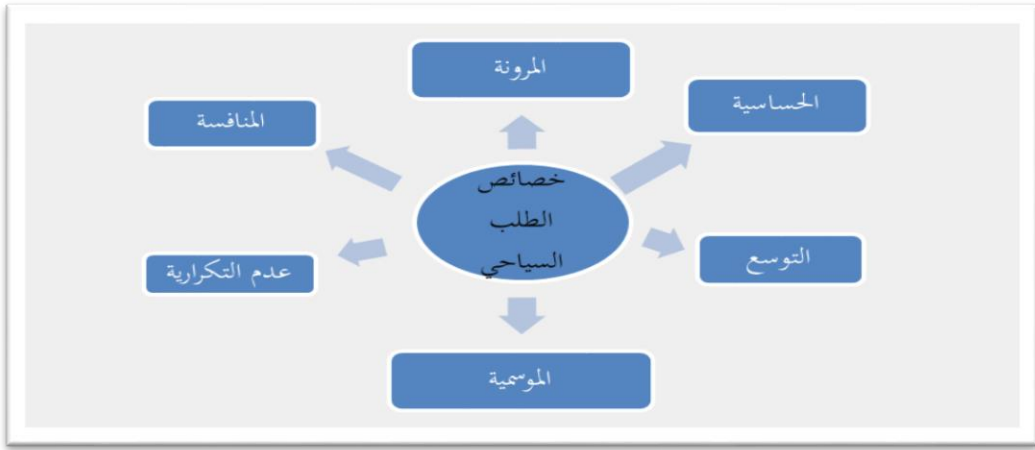
- الخدمة السياحية منتج مركب، يتشكل من سلع مادية ومن سلع غير مادية؛
- السياحة قطاع من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، كما أنها تؤثر على القطاعات الأخرى؛
- نطاق المنافسة الذي يتحرك فيه هذا القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، فالمنافسة في مجال السياحة غالبا ما تكون عالمية؛
- السوق المستهدفة لقطاع السياحة يمتد من عملاء السياحة الداخلية إلى عملاء السياحة الخارجية؛
- تتأثر صناعة السياحة بعوامل أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى المداخل للأفراد بصورة كبيرة، أي تتغير بسهولة قرارات السياح وتوجهاتهم؛
- صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم، نظرا لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة؛
- يمتاز المنتج السياحي بالاختلاف، لأنه من المستحيل عمليا إنتاج منتجين سياحيين متطابقين لأنه سيكون هناك دوما اختلاف في الجودة. (مفيدة، نادي، 2012، صفحة 35)

3.1.2 السوق السياحية:

يعتبر السوق أحد أطراف التبادل حيث توجه السلع والخدمات التي تنتجها المؤسسات السياحية فتظهر جليا المعرفة الحقيقية لنفسية السائح وكيفية تفكيره، وهذا قصد المحافظة عليه وتلبية رغباته، وسنتطرق بشيء من الدراسة والتفصيل في كل من الطلب السياحي والعرض السياحي.

أولاً: الطلب السياحي: يعرف الطلب السياحي بأنه تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين، أو زيارة منطقة معينة أو دولة بحد ذاتها، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة الدوافع والرغبات والقدرات، الميول، الحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة، (عبيدات، 2000، صفحة 80) حيث يتميز الطلب السياحي بعدة خصائص فريدة تميزه عن باقي أنواع الطلب الأخرى مثلما يوضحه الشكل الموالي:

شكل رقم 01: خصائص الطلب السياحي



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على (عبيدات، 2000)

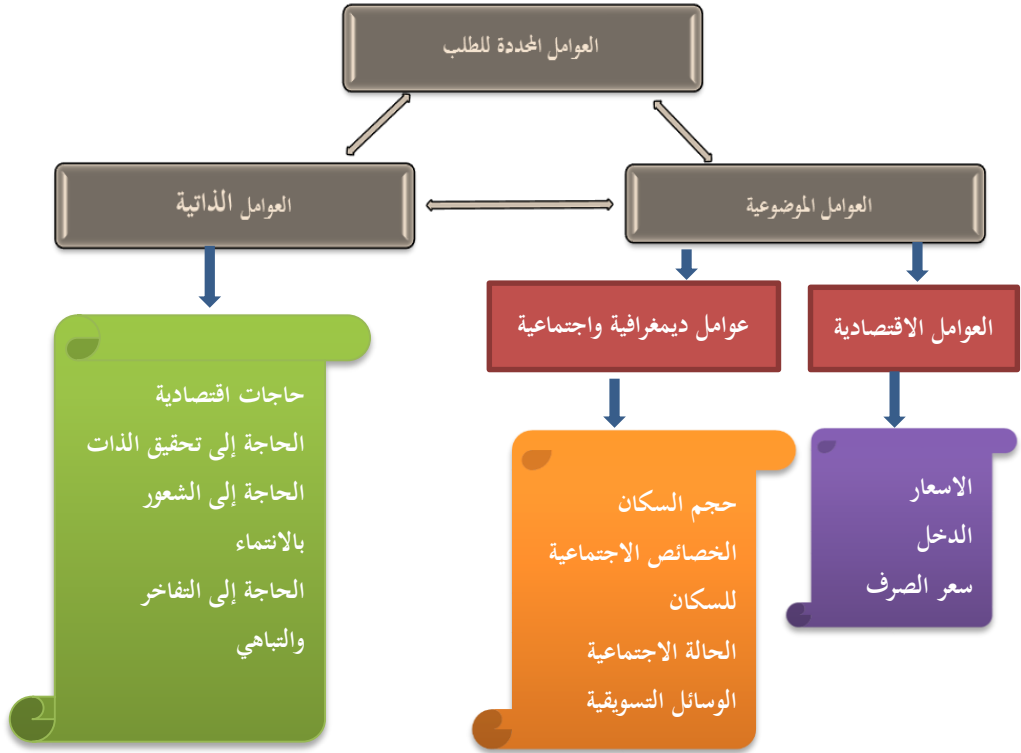
حيث يتأثر الطلب السياحي بنوعين من العوامل تتمثل أساسا في العوامل الموضوعية والعوامل الذاتية ولكل منها بعض العوامل الثانوية التي تتحكم فيها حسب ما يبينه الشكل رقم 2.

ثانيا: العرض السياحي

يعرف العرض السياحي على أنه مجموع السلع والخدمات النهائية التي يقترحها القطاع السياحي على المستهلك بهدف اشباع حاجاته السياحية، ويتمثل أيضا في أن العرض السياحي هو مجموعة المعالم الطبيعية وعناصر الجذب المختلفة من مناطق معينة بالإضافة الى الخدمات المتنوعة التي من شأنها خلق رغبة لدى السائحين واقناعهم بزيارة تلك المناطق (البناء، 2005، صفحة 66)، كما يقصد به: "كل ما تملكه الدولة من مغريات، وسائل جذب، مرافق وخدمات سياحية بهدف تنمية الحركة السياحية الوافدة إليها من مختلف

دول العالم"، (صبري عبد السميع، 2007، صفحة 71) أو هو "مجموعة المعالم الطبيعية وعناصر الجذب المختلفة في منطقة معينة بالإضافة الى الخدمات المتنوعة التي من شأنها خلق رغبة لدى السائحين، واقتناعهم بزيارة هذه المنطقة"، (البناء، 2005، صفحة 66) حيث يتميز العرض السياحي أو المنتج السياحي بمجموعة من الخصائص (حماد أبو رمان، 2000، صفحة 5) نوردتها في الشكل رقم 3.

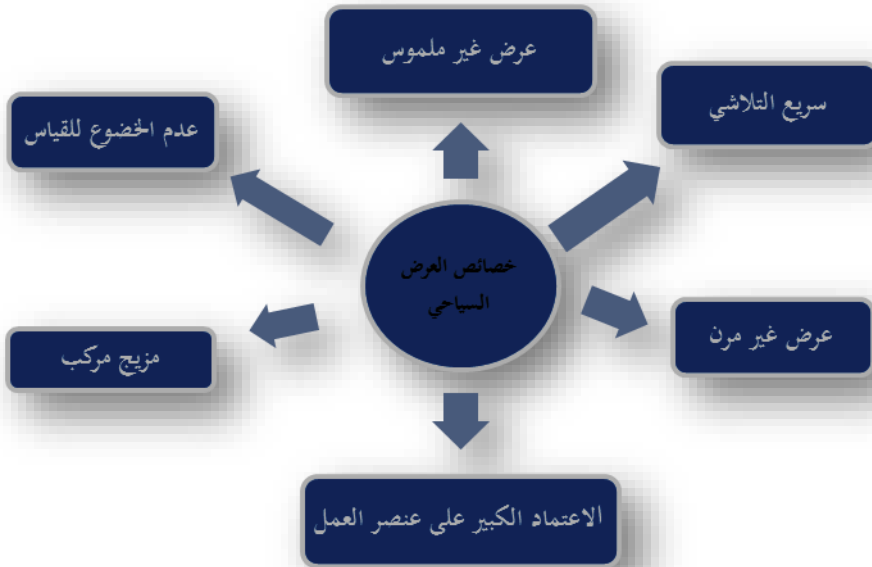
شكل رقم 02: العوامل المحددة للطلب السياحي



المصدر: من إعداد الباحثين بالاستناد الى (عبيدات، 2000)

من خلال الشكل رقم 3 نستنتج أن العرض السياحي بجميع أنواعه يحتاج الى دعائم ووسائل من أجل تسويقه وهذا يتطلب يد عاملة ذات خبرة واسعة وجهود مبذولة، إن مشاكل الفائض والعجز في العرض السياحي تسبب الاختلال في التوازن السياحي، فيبقى سلوك الخدمة السياحية في النشاط السياحي يتسم بالجمود وانخفاض المرونة (البناء، 2005).

شكل رقم 03: خصائص العرض السياحي



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد (حماد أبو رمان، 2000)

تشمل استراتيجيات جانب العرض التخصيص الأفضل للموارد الموجودة في الوجهة السياحية المقصودة، مما يعني أنه بدلاً من النظر إلى حسابات الربح والخسارة ، ينظر المرء إلى صافي المنفعة الاجتماعية المكتسبة، حيث ينطوي مفهوم صافي المنفعة الاجتماعية على الحصول على أكبر قدر ممكن من التنمية بأقل ضرر بيئي واجتماعي، بالإضافة الى ذلك فإن النظر إلى تنمية السياحة من جانب الوجهة يعني أيضاً اعتبار السياحة استثماراً طويلاً الأجل يجب الاحتفاظ بالموارد لأنها هي الوحيدة المتاحة بمجرد الاستخدام. (Font & E. Ahjem, 1999, p. 75)

2.2. السياحة الالكترونية، النشأة والتعريف:

1.2.2 أسباب ظهور السياحة الالكترونية:

ظهر منذ سنوات قليلة مفهوم السياحة الالكترونية، وتناولت العديد من المنظمات الدولية تطبيقاته المختلفة وأثرها على زيادة النمو السياحي خصوصاً في الدول الأقل نمواً، والتي تشكل فيها عوائد السياحة نسبة كبيرة من الناتج المحلي الإجمالي، وقد أسهم في زيادة انتشار هذا المفهوم وتطبيقاته المختلفة عدة عوامل

أهمها ارتفاع نسبة إسهام السياحة الإلكترونية في إجمالي التجارة الإلكترونية الدولية، وما ينتج عن دمج هذا المفهوم في البنى المؤسسية للهيئات المعنية بالسياحة من تخفيض في تكاليف الخدمات السياحية المقدمة وبالتالي الأسعار، وتطوير المنتج السياحي المقدم واستحداث أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة، وذلك فضلا عن زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية، وما يترتب عليها من زيادة في القيمة المضافة للقطاع السياحي في الاقتصاد القومي. (حطاب، 2017)

تعود بداية السياحة الإلكترونية إلى العام 1990 وذلك مع استعمال الإنترنت في سوق التجارة العالمية وظهور ال Web: World Wide Web www ، وفي كل قنوات التجارة سواء كانت بين الشركات مباشرة أو بين الشركات والمتعاملين الاقتصاديين أو بين المستهلكين، وأول ممثل لهذا القطاع كان موقع ديكريفتور في العام 1991 (حميد سالم، 2016)، فقد ظهرت الحاجة إلى السياحة الإلكترونية من خلال المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم، والتي تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية، ولعل أهم هذه المنافع تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة من خلال تأمين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع، وتأمين الثقة في وسائل الدفع عبر الانترنت، ومن هنا أصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الإنترنت (بن سليمان العمار، 2009)، حيث يعتبر الانتشار السريع للأنترنت كوسيلة للاتصال في العالم والمميزات الخاصة التي يتمتع بها قطاع السياحة من أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور السياحة الإلكترونية، ناهيك عن حجم العروض الكبيرة والمختلفة من المنتجات والخدمات السياحية الواجب عرضها وتحديثها مع كل تغيير أو تطور، كما أن شراء الرحلات السياحية يتطلب الوقت والتفكير ومقارنة أكثر من رحلة قبل أخذ القرار بالشراء، ووجود الانترنت التي توفر تغطية شاملة لهذا الحجم الهائل من العروض أتاح الفرصة للمقارنة للبحث عن مختلف المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات السياحية وأيضاً مناقشة كل هذه المعلومات عبر المنتديات والدردشة بين المستهلكين، أو بين المستهلكين والمؤسسات السياحية. (حميد سالم، 2016)

2.2.2 تعريف السياحة الالكترونية:

تعرف السياحة الالكترونية على أنها: " تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض انجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الالكترونية، وتتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك، فهي تشمل السياحة المتنقلة أو الجواله المستخدمة للأجهزة الالكترونية المحمولة وغيرها" (بختي و محمد فوزي، 2010، صفحة 276)، كما تعرف على أنها: "استخدام الأعمال الالكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين" (Chulwon , 2004).

3. استراتيجية إنعاش الصناعة السياحية في الجزائر في آفاق 2030

تعتبر الصناعة السياحية من أهم روافد التنمية مما يستدعي وضع خطة وطنية للسياحة مع تبني محفزات للتقليل من السياحة الخارجية، الامر الذي يستدعي توفير جهود ضخمة لتنمية الصناعة السياحية وتحويلها إلى وجهة ذات قدرة تنافسية عالمية بالتوسع في الاستثمارات السياحية، (عيساني، 2012) ورغبة في جعل الجزائر بلدا سياحيا وفقا لشروط التنمية المستدامة فقد وضعت استراتيجية تمثلت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 لأجل تطبيق تنمية سياحية مستدامة، حيث يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الاطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، فهو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية الذي من خلاله تعلن الدولة لجميع الفاعلين ولجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي في إطار التنمية المستدامة بضمان التوازن الثلاثي المتمثل في العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية وحماية البيئة على مستوى كامل الإقليم الوطني. (بوعموشة، 2012).

تبنت الجزائر هذا المخطط قصد جعل السياحة النشاط الأساسي للاقتصاد، كونها قطاع مكون من ثروات زاهرة ومصدر للعملة المحلية والاجنبية، لذلك لابد من تشجيع الاستثمار بواسطة الدعاية السياحية لتأهيل الجزائر كمقصد سياحي دولي منافس عالميا (مسكين، 2010)، وفي اطار هذه الاصلاحات التي يتضمنها المخطط صنف الجزائر في المرتبة 132 في قائمة الدول الأكثر تطورا في قطاع السياحة والطيران،

والتي تضم 139 دولة، وفق تقرير التنافسية للسفر والسياحة لعام 2013، الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي، بحيث يلاحظ أن هذا التصنيف يوصف بالجيد نظرا للمكانة السابقة التي كانت تعرفها الدولة. (التجارة الإلكترونية: ضرورة حتمية لتفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر، 2021)

1.3 أهداف التوجيهي للهيئة السياحية 2030:

يساهم المخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2030 في مسعى شامل ومنسجم في تنمية الإقليم الجزائري، ويهدف لتسهيل بروز حقيقية تنمية السياحة المستدامة، وترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات ويساهم في التوازنات الاقتصادية والمالية الكبرى بتفعيل الآثار المحفزة للتوازنات الكبرى والآثار المترتبة عنها على القطاعات الأخرى، يهدف كذلك إلى تحقي تهمين صورة الجزائر وتهمين التراث التاريخي، الثقافي وكذا التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة (حاوشين و بن بايرة، 2008، صفحة 316)، يتضمن هذا المخطط عدة أهداف أساسية تنقسم الى فرعين يضم الفرع الأول الاهداف العامة بينما يشتمل الفرع الثاني على الاهداف التي تضمنها المخطط (عيساني ع.، 2010) خلال الفترة الممتدة ما بين 2007-2015 والتي نوردتها فيما يلي:

1.1.3 الأهداف العامة:

تستهدف السياسة السياحية الجديدة ضمن المخطط الوطني للهيئة السياحية مجموعة من الأهداف العامة تتمثل فيما يلي (شريط، 2015، صفحة 142):

- تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي والاستثمار؛
- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، الشغل)؛
- الانفتاح السياحي سواء على الصعيد الوطني أو الدولي؛
- التوفيق بين الترقية السياحية والبيئة: ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة من مجمل حلقة التنمية السياحية؛

- تـمـيـن التـراث التـاريـخي، الثـقـافـي والشـعائري، كـون هـذه العـنـاصـر تـمـثـل عـوـامـل جـاذـب هـامـة فـان اسـتـراتـيجـيات السـياحـة المتـواصـلة (المـسـتـدامـة) عـلـيـها احـتـرام التـنـوع الثـقـافـي وحـمـاية التـراث والمـساهـمة فـي التـنـمـية المـحـلية؛
- التـحـسـيـن الدائـم للـجـزائـر: يـرمـي بـرنامـج بـنـاء الجـزائـر السـياحـية اـلى اـحـداث تـغيـيرات فـي التـصـور الـذي يـحـمـله المتـعـامـلون الدـوليـون اتـجـاه السـوق الجـزائـرية، ضـمـن افـاق تـجـعـل مـنـها سـوقا هـامـة و لـيـسـت ثـانـويـة. (عـيسـانـي عـ، 2010)

- 2.1.3 الأهداف المادية والنقدية للمخطط:

- إضافة الى الاهداف العامة التي يتضمنها المخطط نجد بعض الاهداف المادية والنقدية والتي يرجى بلوغها في حدود سنة 2015 (عيساني عـ، 2010)، من بين هذه الاهداف نذكر ما يلي:
- إن هدف الجزائر في آفاق 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح، يقابله توفير 75 ألف سرير من النوعية الرفيعة؛
 - توفير 40 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر، و91600 مقعد بيداغوجي؛
 - المساهمة في الناتج المحلي الخام بنسبة 3%؛
 - تحقيق إيرادات تقدر بـ (1500 إلى 2000) مليون دولار؛
- يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، ويعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات عن مشروعها السياحي (الحسين، 2013)، والجدول الموالي يوضح أهم البرامج التي تنبأها المخطط الوطني للتهيئة السياحية في الجزائر لأفاق 2030.
- يتضح من خلال الجدول أن المخطط الوطني لتهيئة الإقليمية يتكون من خمسة خطوط رئيسية، يندرج تحت كل خط توجيهي مجموعة من البرامج الجزئية تسعى هذه البرامج إلى تحقيق الهدف الرئيسي لكل خط توجيهي، إذ يهدف الخط التوجيهي الأول إلى تحقيق إقليم مستدام وذلك من خلال خمسة برامج إقليمية، ويهدف الخط التوجيهي الرابع إلى خلق حركة إعادة التوازن الإقليمي، وذلك من خلال برامج إقليمية، أما الخط التوجيهي الثاني يعمل على ضمان جاذبية وتنافسية الأقاليم، وذلك من خلال برامج إقليمية كذلك،

أما الخط التوجيهي الثالث فيهدف إلى تحقيق العدالة الإقليمية من خلال برامج إقليمية، وأخيرا الخط التوجيهي الخامس الذي يسعى إلى ضمان حكم إقليمي راشد كما تشكل هذه الخطوط الخمسة الرئيسية التوجهات الإستراتيجية للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم، كما تستجيب للرهانات الكبرى لهذا المخطط. (حوشين و بن بايرة، 2008، صفحة 317)

الجدول رقم 01: برامج المخطط الوطني للتهيئة السياحية في الجزائر 2030

المحور	الهدف	البرنامج
01	ضمان إقليم مستدام	دمومة المورد المائي، التراث الثقافي والمحافظة على التربة، محاربة التصحر والمحافظة على الأنظمة البيئية.
02	ضمان جاذبية وتنافسية الإقليم	الانفتاح الدولي للإقليم، التنمية المحلية، بناء الفضاءات الجديدة، بناء الأقطاب التنافسية والامتياز، عصنة الأشغال العمومية.
03	تحقيق العدالة الإقليمية	استدراك وتأهيل المناطق ذات العوائق مع التحديد الريفي وبناء سياسة المدينة.
04	خلق حركية إعادة التوازن الإقليمي	فرملة التوسع نحو الساحل وبناء نظام حصري متصل ومفصل وإعادة الموقعة الصناعية والإدارية
05	ضمان حكم إقليمي راشد	يندرج هذا الخط التوجيهي في إطار المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية 2030 وفق منطق الشراكة، بالإضافة إلى وظائف التحكم والضبط.

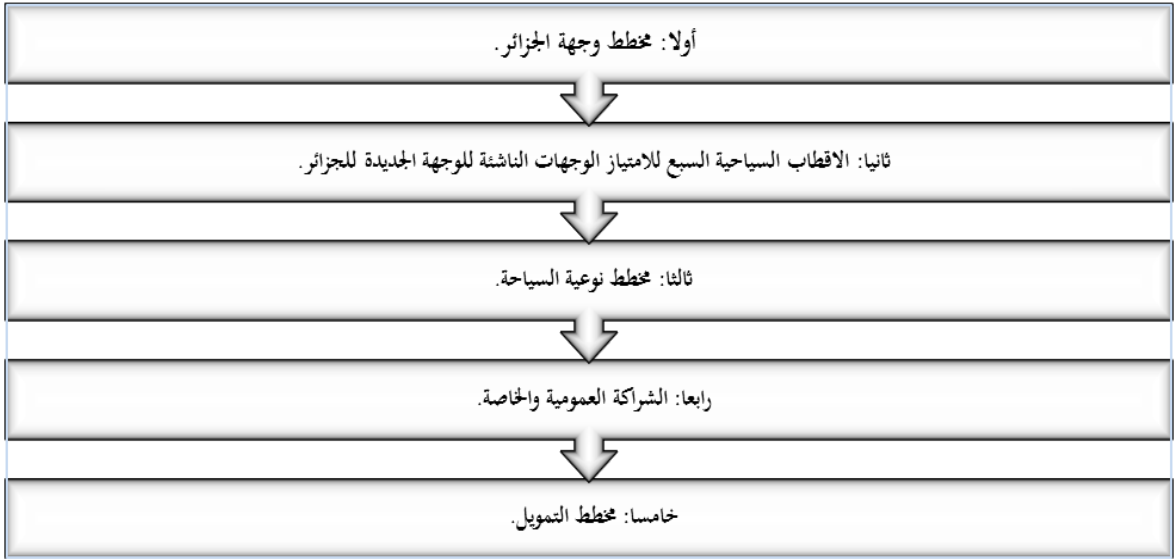
المصدر: (براي و عمارة، 2018)

تشكل الحركات الخمس للتفعيل السياحي بالجزائر الطريق لإنعاش سريع ومستدام للسياحة، مدعومة بعودة الجزائر إلى الساحة الدولية وموقعها الاستراتيجي (وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، 2008)، نوجز هذه الحركات في الشكل رقم 4.

شرعت برامج العمل السياحية ذات الأولوية ابتداء من سنة 2008 في تفعيل التحول السياحي الجزائري بواسطة مضاعفة جاذبية وشهرة ووجهة الجزائر عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات أولوية وكدوافع للانطلاق السياحي مدعومة بمخطط تسويق واتصال، مخطط النوعية، الشراكة العمومية والخاصة، فالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يعد أداة تترجم إرادة الدولة في تهيئة للثروة

الطبيعية والتاريخية والثقافية للبلاد، ووضعها في خدمة التحول السياحي للجزائر، وكون هذه الاخيرة تقع في محيط تنافسي فإنه يعتبر ضروريا الامام بمحاور الاستراتيجية التي تتبعها البلدان المنافسة والرائدة في القطاع. (بوعموشة , حميدة، 2012)

شكل رقم 04: الحركات الخمس للتنفيع السياحي بالجزائر



المصدر: من اعداد الباحثين بالاستناد الى (وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، 2008)

2.3 مساهمة الصناعة السياحية في التنمية المستدامة:

رغم توفر الجزائر على العديد من الموارد السياحية، فإن مؤشرات القطاع السياحي تبقى بعيدة نسبيا عن قيمة وأهمية تلك الموارد التي تمتلكها، مما يستدعي إعادة التفكير في وضع أو بالأحرى البحث عن سياسة سياحية، خاصة وأن الجزائر تتوفر على المؤهلات اللازمة وكذا الشروط المتعلقة بالجوانب الطبيعية، الجغرافية، البشرية، التي تجعل منها وجهة سياحية رائدة والتساؤل الذي يستدعي المناقشة هو لماذا لا يتم الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في المجال السياحي؟ على سبيل المثال: مصر، تونس، المغرب والاردن بغية تخطيط سياسة سياحية تمكن الجزائر من اقتحام السوق السياحية العالمية، الأمر الذي يستدعي من هذه الاخيرة تهيئة الظروف وكذا الإطار القانوني والتشريعي، المناخ الملائم، والعمل بالتخطيط السياحي، والتسويق السياحي للتعريف بالمنتج الجزائري في السوق العالمية للسياحة. (كواش، 2010)

1.2.3 دور السياحة في معالجة مشكل التنمية:

تتطلب التنمية السياحية توفر جملة من الشروط الموضوعية والاساسية والمتمثلة أساسا في الموارد السياحية التي تشمل المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية، اماكن الراحة والترفيه، الجبال، الانهار، الشواطئ، الغابات، الصحاري، بالإضافة الى الموارد (الآثار) التاريخية المعمارية، الدينية، والصناعات التقليدية، الفلكلور، الفنون الشعبية المختلفة، العادات والتقاليد حيث تعتبر هذه الموارد اساس النشاط السياحي (كواش، 2010)، كما أن الدلائل العلمية وتجارب مختلف الدول تدل على زيادة الدور الهام الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في مسألة التنمية المستدامة بمفهومها الاقتصادي (سعيد و العمراني، 2013)، والذي يمكن تلخيصه في النقاط التالية من خلال الشكل رقم 5.

شكل رقم 05: دور السياحة في التنمية المستدامة



المصدر: من اعداد الباحثين بالاستناد الى (سعيد و العمراني، 2013)

2.2.3 الصناعة السياحية الجزائرية والافاق المستقبلية:

تسعى الجزائر جاهدة منذ عدة سنوات إلى الانتقال من بلد مصدر للسياح إلى مستقبل لهم، ولكن الاصرار والعمل المتواصلين من الحكومة جعلتا القطاع يرقى إلى مستوى أصبحت فيه الدولة مستقبلة للسياح أكثر منها مصدرة، فقد أعلن وزير السياحة والصناعة التقليدية السابق عن تسهيلات جديدة في منح التأشيرة الجزائرية للسياح الأجانب، تدخل في إطار خطة شاملة لتحويل الجزائر إلى وجهة سياحية إقليمية نتيجة

بعض الصعوبات على مستوى السفارات الجزائرية في الخارج التي تستغرق الكثير من الوقت للإجابة على طلب التأشيرة، وهو مشكل ينبغي التصدي له لأن تأثيره مباشر على تدفق السياح الأجانب إلى الجزائر لأنه غالبا ما تشتكي هذه الفئة من أن التأشيرة الجزائرية تعد من بين الأصعب في العالم (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2014)، كما لفت وزير القطاع السابق إلى اعتماد وزارة الخارجية بالتنسيق مع وزارته إجراءات جديدة من شأنها التخفيف من مدة الحصول على التأشيرة الجزائرية إلى 72 ساعة، على أن هذه التسهيلات لا يمكن أن تتجاوز مبدأ أساسيا في العلاقات الدولية وهو 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 الدول، باعتبار أن هذا يطرح مشكلا يتعلق بالسيادة الوطنية التي لا يمكن التلاعب بها.

لقد حقق قطاع السياحة في الجزائر عدة نتائج على مستوى أصعدة مختلفة تجلت فيما يلي: (www.elkhabar.com/ar/autres/fotouressabah/385945.html ، 2014)

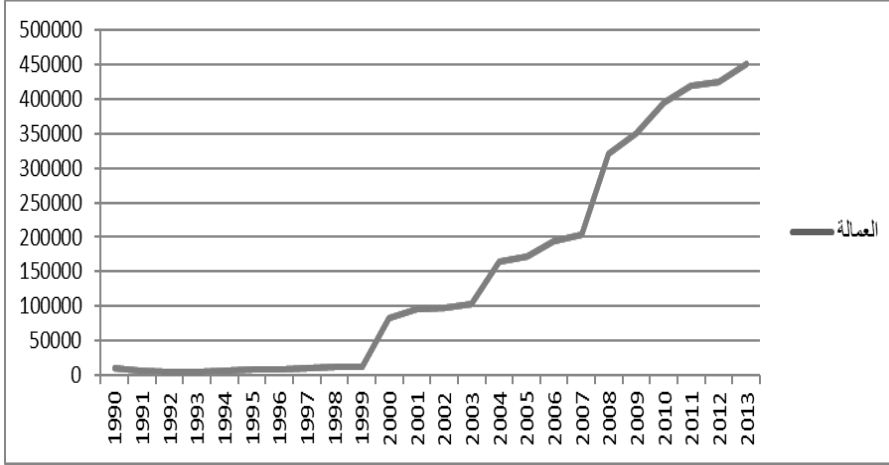
- استقبال 7 آلاف سائح أجنبي في الثلاثي الأخير من سنة 2013 في خمس ولايات أغلبها صحراوية من بينها: إليزي، تموشنت، أدرار، بشار وبسكرة؛
- بلغت قيمة الاستثمارات 300 مليار دينار بين وطنية وأجنبية؛
- 746 مشروع سياحي وطني بتكلفة 240 مليار دينار، ينتظر أن تعطي طاقة استيعابية بـ 84 ألف و 643 سرير، علما أن تكلفة السرير في الجزائر تتراوح بين 200 و 600 مليون سنتيم على أقصى تقدير؛
- استحداث 40 ألف منصب شغل؛
- 377 استثمار سياحي وطني في طور الإنجاز ستكتمل على أقصى تقدير في ظرف سنتين، لتدعم الحظيرة الوطنية بحوالي 50 ألف سرير إضافي؛
- 143 مشروع لم ينطلق بعد، بسبب صعوبات بيروقراطية على المستوى المحلي مع السلطات الولائية، بينما بلغ عدد المشاريع المستلمة 21 مشروعا في 2013؛
- 129 مشروع متوقف لأسباب تتعلق بعجز التمويل؛

- بلغت قيمة الاستثمارات الأجنبية بالجزائر في قطاع السياحة 59 مليار دينار جزائري، ما يعادل 750 مليون دولار.
- عدد السياح فاق 2.7 مليون، حيث بلغ عددهم العام الماضي نحو 2 مليون و732 ألف سائح بزيادة قدرها 4% مقارنة بالسنة التي سبقتها.

3.2.3 مساهمة قطاع السياحة في توفير فرص العمل:

يشهد قطاع السياحة توفير عدد معتبر من مناصب الشغل خاصة خلال الفترة الممتدة ما بين 1990 الى غاية 2013 حسب ما يوضحه الشكل الموالي:

شكل رقم 06: مساهمة السياحة في العمالة خلال الفترة 1990-2013



المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات.

4. خاتمة:

في ختامنا لهذه الدراسة نخلص إلى القول أن الصناعة السياحية تمثل إحدى الأنشطة الرئيسية التي تقوم عليها اقتصاديات الكثير من الدول المتقدمة والناشئة، إضافة الى كونها تعتمد على بني استراتيجية لتحقيق تنمية الاقتصاد السياحي للوطن، إذ لا يمكن لبلدنا أن يهمل التكفل بهذا القطاع باعتبار تنوع الانتاج والتصنيع ضرورة لا بد منها، حيث شهدت السياحة نموا متواصلا على مدى العقود الأخيرة سواء من حيث المداخل أو عدد السياح فهي تدر منافع كبيرة على البلدان المستضيفة للسياح من خلال الآثار

الاقتصادية، الاجتماعية أو البيئية المختلفة، والصناعة السياحية لها أبعادها وأهدافها بداية من مساهمتها في الدخل الوطني وكذا في دعم الاقتصاد من خلال ما تجنيه من عملة ورؤوس أموال والرفع من ميزان المدفوعات، والتقليل من البطالة، وبذلك الإسهام في تحسين الإيرادات الحكومية للدولة.

يتمتع القطاع في الجزائر بمؤهلات وقدرات توصف بالجيدة تعمل السياسة الاقتصادية على استغلالها مؤخرًا من خلال التركيز على وضع استراتيجية تحدد مستقبل الصناعة السياحية الجزائرية واقحامها ضمن السوق السياحية العالمية إلا أن القطاع لا يرقى إلى المستوى المطلوب رغم الإمكانيات والبرامج المستخرجة لذلك.

1.4 نتائج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة نستخلص النتائج التالية:

- نظرًا لما تحتويه الجزائر من تنوع في الثروات السياحية جعل منها مركزًا مهما وطموحًا لدى الطبقة السياسية كي تجعل من السياحة موردا هاما ومساهما في آليات تحقيق التنمية المستدامة لتكون قطبا سياحيا؛

- رغم توفر الامكانيات السياحية التي تمتلكها الجزائر إلا أن بعض الصعوبات حالت دون تطوره؛

- السياحة الجزائرية بحاجة إلى الاحترافية والاستفادة من تجارب الدول الرائدة في المجال؛

- تعتبر السياحة اليوم صناعة متكاملة تتميز باتساع أنشطتها وتعدد أنواعها، وما يميزها أيضا أنها نشاط اقتصادي يؤثر على الكثير من مجالات التنمية المستدامة؛

2.4 توصيات البحث:

استنادا لما سبق يمكن تقديم التوصيات والاقتراحات التالية:

- إنعاش التسويق السياحي الجزائري وتطويره، والعمل على تبني وسائل الاعلام والاتصال الحديثة لتحسين مستوى الخدمات التي تقدمها السياحة والسياحة الالكترونية في الجزائر؛

- محاولة التقليل من المشاكل والتحديات والعراقيل التي تحول دون تطور ونمو الصناعة السياحية في الجزائر، مع العمل على استغلال مجمل الامكانيات السياحية المتوفرة؛

- توفير البيانات والاحصائيات السياحية الحديثة لتسهيل مهام الباحثين والمخططين السياحيين؛

- يجب أن يكون لكل وجهة سياحية جذابة استراتيجية تسعى إلى تحسين الفوائد المحتملة لسياحة أرقى بالإضافة إلى ذلك، فإن المراقبة المستمرة ضرورية مع تكييف استراتيجيات السياحة مع أي تغييرات، مواكبة التكنولوجيات الحاصلة وتقنيات الابتكار بما في ذلك الأحداث المختلفة، التي تلعب دورًا رئيسيًا، خاصة فيما يتعلق بجودة المنتج السياحي؛
- الاهتمام باستثمارات القطاع الخاص في السياحة واعطائها الأولوية مع احتفاظ السلطة العمومية بوظيفة التخطيط المرن والمراقبة المستمرة؛
- تكثيف تكوين الطلبة والباحثين في مجال السياحة والاستفادة من خبراتهم العلمية؛
- جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل لقطاع للمحروقات؛
- ضمان إشراك القطاعات الأخرى، كقطاع الأشغال العمومية، قطاع الفالحة وقطاع الثقافة والجمتمع المدني؛
- تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة.

5. قائمة المراجع:

قائمة المراجع بالعربية:

- عبد الحفيظ مسكين. (2010). دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر، مذكرة ماجستير. مذكرة ماجستير . الجزائر .
- ابتسام حاوشين، و رعة بن بايرة. (2008). استراتيجية التنمية السياحة المستدامة في الجزائر :دراسة تحليلية للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2025. Alternatives Managériales et Economiques، 305-322.
- إبراهيم بخي، و شعوي محمد فوزي. (2010). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة . مجلة الباحث ، 276.
- اسعد حماد أبو رمان. (2000). التسويق السياحي والفندقي -المفاهيم والاسس العلمية. دار حامد، الاردن.
- التجارة الإلكترونية: ضرورة حتمية لتفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر. (2021). تم الاسترداد من www.elkhabar.com/ar/economie/326049.html
- الجزائر وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة. (2008). المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية. الجزائر.

- بن تريح بن تريح ، الغالي بوخروبة ، و عيسى معزوزي. (2018). واقع السياحة بالجزائر في ظل تطبيق استراتيجية المخطط التوجيهي للهيئة السياحية S.D.A.T : بين الواقع والمأمول. ندوة علمية بعنوان: واقع وأفاق صناعة السياحة في الجزائر.
- بوعموشة , حميدة. (2012). دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر. مذكرة ماجستير. جامعة سطيف.
- حسين الأمين شريط. (2015). فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.
- حميدة بوعموشة. (2012). دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر-. مذكرة ماجستير. جامعة سطيف 1.
- خالد كواش. (2010). مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر. مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، 213-237.
- ربيع عيساني. (2012). دور البنوك في تنشيط التنمية السياحية -دراسة حالة ولاية سطيف-. مذكرة ماجستير . جامعة باتنة .
- سالم حميد سالم. (2016). التسويق عبر الانترنت ودوره في تنشيط السياحة الدينية. مركز التطوير والتعليم المستمر.
- صبري عبد السميع. (2007). التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية. مصر : المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- عامر عيساني. (2010). الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر . اطروحة دكتوراه. جامعة باتنة .
- عبد القادر لحسين. (2013). إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2025. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، 184-197.
- عبد الله بن سليمان العمار. (2009). السياحة الإلكترونية. الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر.
- عطا الله أبو سيف أبادير. (1981). دور الايرادات السياحية في تمويل التنمية الاقتصادية في جمهورية مصر العربية، دراسة تحليلية مقارنة. مذكرة ماجستير غير منشورة. القاهرة .
- عيساني، عامر. (2010). الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة. أطروحة دكتوراه تخصص: تسيير مؤسسات. جامعة الحاج لخضر، باتنة.
- مبارك بلالطة. (2002). أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني،. مذكرة ماجستير. جامعة الجزائر 3 .
- محمد البنا. (2005). اقتصاديات السياحة والفندقة . مصر : الدار الجامعية .
- محمد عبيدات. (2000). التسويق السياحي مدخل سلوكي . الاردن: دار وائل للنشر.
- محمد مسعد محيي . (1998). الإطار القانوني للنشاط السياحي و الفندقى . مصر : المكتب العربي الحديث.
- مفيدة، نادي. (2012). انعكاسات الجغرافيا السياحية على التنمية الاقتصادية باستخدام معطيات بائل، . رسالة ماجستير تخصص: مالية واقتصاد دولي. جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف.
- موراد خطاب. (2017). فعالية التجارة الالكترونية في القطاع السياحي - مقارنة حالة الجزائر مع بعض الدول العربية-. الاقتصاد والتنمية. تم الاسترداد من المدن التاريخية والتراث الثقافي:

www.historicalcities.wordpress.com

- نبيل الروي . (2008). التخطيط السياحي . مصر : مؤسسة الثقافة الجامعية الاسكندرية.

- وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (2014). الجزائر.
- وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة الجزائرية. (بلا تاريخ). المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية.
- يحي سعيدي، و سليم العمراوي. (2013). مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية — حالة الجزائر، . مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية.
- .(2014). www.elkhabar.com/ar/autres/fotouressabah/385945.html

قائمة المراجع الأجنبية:

- Chulwon , K. (2004). E-TOURISM: AN INNOVATIVE APPROACH FOR THE SMALL AND MEDIUM-SIZED TOURISM ENTERPRISES (SMTES) IN KOREA. OECD.
- Cronin , L. (2015). A Strategy for Tourism and Sustainable Developments. World Leisure & Recreation, 37-41.
- dfgf. (fgf). gdf. fdg: dfg.
- Font, X., & E. Ahjem, T. (1999). Searching for a balance in tourism development strategies. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 73-77.
- Jean Pierre , & et Michel Balfet. (2007). Management du tourisme. 2ème Edition, France: Pearson Education France.
- John K. Walton. (2021). Tourism. Retrieved from Journal of Tourism History: <https://www.britannica.com/topic/tourism>
- Oklobdžija, S. (2015). УЛОГА ДОГАЂАЈА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА. Стручни рад/ Professional paper, 83-97.