

أهمية التخطيط السياحي في تطوير القطاع السياحي دراسة حالة الجزائر

- د. أحمد ميلي سمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

تاريخ النشر: 2020/09/30

تاريخ القبول: 2020/08/12

تاريخ الاستلام: 2020/07/21

ملخص: لقد حظيت السياحة بأهمية متزايدة لدى الباحثين وصانعي القرار في معظم دول العالم، نظرا لما لها من آثار على التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات والدول، وتزايد الاهتمام بهذا القطاع في منتصف القرن العشرين باعتباره موردا اقتصاديا واجتماعيا لا يستهان به، مما يستوجب التفكير والعمل على كيفية استغلال إمكاناته على أحسن وجه، وبناء على ما تقدم لا يمكن لأي مجهود أو نشاط في المجال السياحي أن ينجح إلا بوجود تخطيط سياحي سليم بعناصره المختلفة، فهو الضمانة الأكيدة لوجود السياحة كنشاط إنساني من جهة وكرافد اقتصادي من جهة أخرى، فالكنوز السياحية المتنوعة مثل: السياحة الأثرية والعلاجية والدينية، وغيرها لا يمكن التقليل أو التغاضي عن أهميتها الإنسانية والحضارية والاقتصادية. ونظرا لهذه المزايا التي يحققها النشاط السياحي، سعت الجزائر إلى النهوض بهذا القطاع وجعلت منه أحد الخيارات الاستراتيجية للنهوض باقتصادها، إلا أن هذه الإجراءات لم تكن بالشكل الكافي والمطلوب من طرف الدولة.

الكلمات المفتاحية: السياحة، التنمية السياحية، التنمية الاقتصادية والاجتماعية، التخطيط، التخطيط السياحي.

Abstract:

Tourism has gained increasing importance among researchers and decision makers in most countries of the world, due to its effects on the economic and social development of societies and countries, and increased interest in this sector in the mid-twentieth century as an economic and social resource to be reckoned with, which requires thinking and action on how Exploiting its potential in the best way, and based on the foregoing, no effort or activity in the tourism field can succeed unless there is sound tourism planning with its various elements. Archaeological, curative, religious, and others cannot be overlooked or overlooked, their human, cultural and economic importance.

In view of these advantages achieved by tourism activity, Algeria sought to develop this sector and made it one of the strategic options for the advancement of its economy, but these measures were not sufficient and required by the state.

Keywords: Tourism, tourism development, economic and social development, planning, tourism planning.

مقدمة:

عرفت السياحة تناميا ملحوظا، خاصة منذ بداية القرن العشرين مع تطور وسائل النقل وتطور تكنولوجيا الاتصالات، الأمر الذي سهل احتكاك الشعوب بعضها ببعض، كما زادت التدفقات العالمية للسياح مما أدى بالدول إلى العمل على تطوير هذا القطاع وترقيته لجعله في خدمة التنمية الوطنية، حيث أصبحت السياحة رهانا تنمويا لهذه الدول. فاهتمام هذه الدول بالقطاع السياحي يترجم بالتكفل الأحسن بهذا القطاع وتنميته، ورسم سياسات وبرامج ومخططات للنهوض به، بالإضافة إلى وضع آليات تنظيمية ومؤسسية، وجعله من بين الأولويات السياسية العامة.

من هنا يأتي دور المخطط السياحي الذي يعتمد على الإمكانيات المتوفرة والقائمة فعلا لغرض التطوير والتنمية لأغراض السياحة واستغلالها الاستغلال الأمثل.

وعلى هذا الأساس انتهجت الجزائر مخطط التهيئة السياحية SNAT 2030 من أجل ترقية القطاع السياحي وجعله من الأولويات وتحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحي من الدرجة الأولى، لذلك قامت بالاعتماد على هذه الاستراتيجية الحكيمة والطموحة والفعالة التي تشمل جميع جوانب السياحة، وتعتمد على عدة مراحل المدى القريب والمتوسط والبعيد.

1- مشكلة الدراسة: تتمحور مشكلة الدراسة في كيفية النهوض بقطاع السياحة في الجزائر وجعله يواكب التطور الذي أحرزته الدول الأخرى وهذا اعتمادا على التخطيط السياحي لما له أثر فعال. وعليه يمكن

طرح الإشكالية الرئيسية التالية: ما هي أهمية التخطيط السياحي في تطوير القطاع السياحي؟

يندرج تحت هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي العوامل الأساسية للتنمية السياحية؟

- هل للسياحة آثار على الاقتصاد الوطني الجزائري؟

- فيما يتمثل الهدف من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر؟

2- الفرضيات: كإجابة على التساؤلات المطروحة يمكن وضع الفرضيات التالية:

- للقطاع السياحي دور مهم في عملية التنمية وإقصاده يؤدي إلى ضعف أداء الاقتصاد الوطني.

- للقطاع السياحي آثار اقتصادية واجتماعية للاقتصاد الوطني الجزائري.

- يهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى إعادة التنظيم السياحي والتحول بها قصد الارتقاء إلى المرتبة الثانية في الأنشطة الاقتصادية المصدرة بعد المحروقات.
- 3- **أهداف الدراسة:** تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي:
- إبراز المكانة الاقتصادية لقطاع السياحة والدور الذي يمكن أن يلعبه في عملية التنمية؛
- رصد مختلف الآثار الناجمة عن القطاع السياحي؛
- إبراز القطاع السياحي كقطاع مساهم في تمويل الاقتصاد الوطني بالعملة الأجنبية.
- 4- **منهج الدراسة:** اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أنهما مناسبين لتشخيص القطاع وإعطاء صورة واضحة عنه، ومعرفة الإيجابيات والسلبيات، وكذا تقديم الحلول للنهوض به.
- 5- **هيكل الدراسة:** من أجل الوصول إلى الأهداف السابقة الذكر والإجابة على مختلف الأسئلة، فقد تم تقسيم الدراسة إلى العناصر التالية:

أولاً: ماهية السياحة.

ثانياً: دور وآثار السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية.

ثالثاً: التخطيط السياحي وأهميته في تطوير القطاع السياحي.

رابعاً: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر (آفاق 2030).

أولاً: ماهية السياحة

تعتبر السياحة نشاطاً أساسياً نظراً لآثارها المباشرة على القطاعات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية فبفضلها تتلاقى الثقافات ويحصل التعارف، وتمنح فرصة لإقامة علاقات صداقة بين الشعوب أو تشكيل جو من التسامح بين الشعوب.

1- **تعريف السياحة:** تختلف تعريف باختلاف وجهات النظر، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية والبعض الآخر كظاهرة اقتصادية، ومنهم من يرى بأنها عامل لبعث العلاقات الإنسانية والتنمية الثقافية. ويمكن ذكر بعض التعاريف أهمها:

أ- **التعريف الأول:** عرفت السياحة من قبل العالم الاقتصادي النمساوي شولير نشرانتهاوس على أنها: "الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوجود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً."⁽¹⁾

ب- **التعريف الثاني:** يعرف هونزكينز رئيس سابق للجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين السياحة بأنها: "مجموعة العلاقات التي تترتب على سفر أو إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أم هذه

الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يوفر ربحاً لهذا الأجنبي.⁽²⁾

ج- **التعريف الثالث:** أما منظمة السياحة العالمية (WTO) فتعرف السياحة بأنها: "نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد عن الوسط الذي يقيم فيه ولمدة لا تتجاوز سنة متواصلة لغرض الترفيه والاستمتاع أو غيرها على أن لا تكون مرتبطة بممارسة نشاط يهدف للحصول على دخل."⁽³⁾

من هذه التعاريف نستخلص بأن مفهوم السياحة يجسد عنصراً أساسياً هو انتقال الأشخاص من مكان إلى مكان آخر لغرض إشباع رغباته المختلفة.

2- **تعريف السائح:** لقد عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين السائح بأنه: "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها." حيث يشمل هذا التعريف فئتين من الزائرين هما:⁽⁴⁾

أ- **السائح:** هو الزائر المؤقت الذي يقيم على الأقل لمدة 24 ساعة في الدولة التي يزورها.

ب- **المتنزه:** هو الزائر المؤقت لمدة تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورها، ويتمثل في:

ب-1 الأشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات أو أداء مهمات؛

ب-2 المشتركون في الرحلات البحرية على ظهور السفن، حتى وإن تعدت مدة إقامتهم 24 ساعة؛

ب-3 المسافرون الذين يتوقفون في الطرق حتى ولو زادوا على 24 ساعة.

3- **تعريف التنمية السياحية:** تعرف على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح وتشمل بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ومداخلي جديدة. فهي عبارة عن مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.⁽⁵⁾

4- **عناصر السياحة:** يمكن تقسيم عناصر السياحة إلى ما يلي:⁽⁶⁾

أ- **النقل:** يرتبط النشاط السياحي ارتباطاً وثيقاً بقطاع النقل، إذ أنه لا يمكن أن تنشأ السياحة وتتطور دون تطور وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماته. وتتمثل وسائل النقل في:

أ-1 **النقل البري:** تشمل: السيارات الخاصة والمؤجرة، القطارات، الدراجات النارية وغيرها؛

أ-2 **النقل البحري:** يشمل: المراكب والزوارق وغيرها؛

أ-3 **النقل الجوي:** يشمل الطائرات بأنواعها.

ب- **الإيواء:** لا توجد سياحة بدون أماكن الإيواء، فأول ما يبحث عنه السائح حين وصوله إلى أي دولة أو مكان هو البحث عن مكان مناسب للإقامة، ويتمثل الإيواء في الفنادق، الشقق السياحية، المخيمات.

ج- **البرامج:** تتمثل هذه البرامج في زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية، وأماكن الترفيه والمناطق العلاجية، أو الدينية أو غيرها، بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى مثل: المحلات، الأسواق والمنتزهات وغيرها.

5- **خصائص السياحة:** تتمثل خصائص القطاع السياحي فيما يلي:⁽⁷⁾

أ- تعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى؛

ب- لا يتوقف العرض السياحي فقط على مدى توافر الموارد وتنوع المقومات والخدمات، والتجهيزات السياحية بل وعلى غيرها من العوامل الأخرى مثل: أسعار خدمات السياحة الأساسية أو التكميلية؛

ج- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر، فهي واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، ومن ثم فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها، تكاليف نقلها؛

د- يتوقف الطلب السياحي إلى حد كبير على القدرة المالية للسائح، خاصة أن الطلب السياحي في جملته لا يرتبط بإشباع الحاجات الضرورية بل يرتبط غالبا بإشباع الحاجات الكمالية؛

هـ- تمثل صناعة السياحة حافزا للإبداع الثقافي والاجتماعي ومجالا لاستخدام التكنولوجيا المتطورة، لذا فهي تتطلب مستوى أكبر من الكفاءة والتأهيل في ظل وجود منافسة دولية؛

و- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية بما يتفق وحجم العرض والأسعار وخاصة وأن الطلب السياحي يتصف بالموسمية في معظم الأحوال، مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة، لذا تسعى المؤسسات السياحية والفندقية إلى ضرورة تحقيق أرباح كافية خلال الموسم وادخار جزء من العائد السياحي لمواجهة التراجع خلال الفترات الباقية من السنة.

6- **أنواع السياحة:** تختلف أنواع السياحة وتتعدد تبعا لتنوع الرغبات والاحتياجات المختلفة، كما ساهم التطور العلمي والاقتصادي والاجتماعي على هذا التنوع، فظهرت أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل

كسياحة المؤتمرات والمعارض والحوافز وغيرها، وفيما يلي نورد بإيجاز الأنواع المختلفة للسياحة والمعروفة:⁽⁸⁾

أ- **السياحة الدينية:** يقصد بها السفر من دولة لأخرى أو الانتقال داخل حدود دولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة، وذلك لأنها سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري.

ب- **السياحة العلاجية المعدنية:** تشمل هذا النوع شكل السياحة الصحية الأكثر انتشاراً، لكن التقاليد المنتشرة في هذا الميدان تجعلها تتجاوز هذا الإطار تماماً، حيث أنها تعتبر كإحدى وسائل التسلية والراحة.

ج- **السياحة الاجتماعية:** يطلق عليها أيضاً السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات، والسبب في تواجد مثل هذا النوع أن السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط، وبما أن التطورات العالمية توجب التغيير في كل ما يوجد من حولنا فكان لا بد من هذه التغييرات أن تحدث أيضاً مع السياحة لتواكب التطورات والمستحدثات العالمي لكي تضم السياحة أو تشرك معها الطبقات التي تمثل الغالبية العظمى من المجتمعات ذوي الإمكانيات المحدودة بإعداد رحلات سياحية لهذه الطبقات غير الثرية.

د- **سياحة المعرض:** هي سياحة تشمل جميع أنواع المعرض وأنشطتها المختلفة مثل: المعارض الصناعية والتجارية والفنية التشكيلية، ومعارض الكتب، وقد ارتبط هذا النوع من السياحة بالتطور الصناعي الكبير الذي حدث في مختلف بلدان العالم.

هـ- **سياحة المؤتمرات:** ارتبط هذا النوع من السياحة بالتطورات الكبيرة في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم، كما ترتبط ارتباطاً وثيقاً بسياحة المعارض.

و- **السياحة البيئية أو السياحة البحثية:** هي التي تشمل دراسات البيئة النباتية والحيوانية، وكذلك دراسة حركة الطيور وهجرتها العالمية.

ز- **سياحة السفاري والمغامرات:** هي السياحة التي تتم عبر الصحاري وتتنوع أنواعها وأهدافها، فالبعض يتجه إلى السلاسل الجبلية ومغامرة تسلقها، والبعض الآخر يتجه لزيارة الوديان وعيون الماء، وآخر يتجه للصيد البري في المناطق المسموح بها.

ح- **السياحة الرياضية:** يقصد بها الانتقال من مكان لآخر من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات، أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة ومشاهدتها.

- ط- **سياحة التسوق**: هي سياحة حديثة تكون لغرض التسوق وشراء منتجات بلد ما، وعادة ما تسري عليها التخفيضات من أجل جذب السواح إليها.
- 7- **العوامل التي ساعدت على انتشار السياحة**: هناك مجموعة من الأسباب التي أدت إلى انتشار السياحة أهمها ما يلي:⁽⁹⁾
- أ- الانتقال من الريف إلى المدينة مما أدى إلى زيادة الطلب على الخدمات، بالإضافة إلى تعرضهم للروتين الذي أدى إلى ضرورة التمتع بإجازة سنوية؛
- ب- تقليل ساعات العمل نتيجة دخول الآلات الحديثة مما أدى إلى زيادة أوقات الفراغ وأصبحت هناك الحاجة إلى السفر؛
- ج- التمتع بالإجازات المدفوعة الثمن بعد إحداث العديد من قوانين العمل والتنظيم والتشريعات التي تحدد الإجازات الإجبارية المدفوعة الثمن؛
- د- زيادة وحدات الإنتاج الذي يؤدي إلى حصول فائض في الإنتاج وبدء التجار والصناعيين في البحث عن أسواق جديدة لتصريف بضائعهم وهذا يحتاج إلى السفر؛
- هـ- تطور وتقدم وسائل الاتصالات الحديثة التي ساهمت بشكل فعال في السياحة والسفر؛
- و- التقدم العلمي في مجالات الطب والأدوية ومعالجة الأمراض، والقضاء على الأوبئة مما ساعد على زيادة السياحة وعدم خوف السواح من تعرضهم إلى الإصابة بالأمراض؛
- ز- زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي وانتشار المعلومات، مما أدى إلى زيادة الرغبة لدى الكثير من الناس إلى زيارة البلدان لغرض الاطلاع على ثقافتهم وأمور معيشتهم.
- 8- **مقومات السياحة**: تركز السياحة على مقومات بعضها طبيعي والآخر بشري، والعنصر الثالث مادي ويمكن إيجاز هذه المقومات فيما يلي:⁽¹⁰⁾
- أ- **المقومات الطبيعية**: تمثل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول، ومناطق دافئة، حمامات معدنية... الخ، أي كل مظاهر جذب السواح. فالجزائر هي من الدول التي تتوفر على إمكانات سياحية متنوعة لها مكانتها في الساحة الإقليمية والدولية مما يجعلها مؤهلة للنهوض بهذا القطاع إذا ما توافرت الجدية الكافية لتطوير هذا القطاع.
- ب- **المقومات البشرية**: تتمثل في الجوانب التاريخية كالأثار والمعالم، والشواهد والأطلال، والفنون الشعبية بطبوعها المختلفة، بالإضافة إلى الثقافات والعادات لدى السكان. حيث احتكت الجزائر بالعديد من

الحضارات عبر مختلف العصور تمتد جذورها إلى أعماق التاريخ، مما أورثها خاصية تتسم بتنوع حضارتها التي تعكس عمق وأصالة هذا البلد.

ج- **المقومات المالية والخدمية:** تتمثل في مدى توافر البنية التحتية كالمطارات النقل البري والجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية والتجارية، والبنوك وغيرها، بالإضافة إلى مدى توافر الخدمات المكملة كالبريد والإطعام، المقاهي والفنادق، ومراكز الترفيه والتسلية.

كما تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات ومستوى للأسعار، وقدرة دعائية في مختلف وسائل الإعلام على جذب السواح، بالإضافة إلى مواصلات سهلة ووجود أمن واستقرار، ورعاية صحية كاملة، وحسن معاملة وقدرة على إبراز جميع الجوانب والخصوصيات التي تهم السائحين بمختلف فئاتهم ورغباتهم.

ثانيا: دور وآثار السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية

بالنظر إلى الدور الكبير للسياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، اعتبرها المحللون الاقتصاديون قطاعا اقتصاديا هاما في الاقتصاد العالمي، حيث أن لها انعكاسات في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية لمختلف الدول.

1- **الدور الاقتصادي للسياحة:** للسياحة دور كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة، مما ينعكس إيجابا على اقتصاديات الدول السياحية، وهذا نظرا لمساهمتها في:

أ- **تدفق الموارد المالية:** تساهم السياحة بدرجة كبيرة وملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية، خصوصا وأن أغلب الدول السائرة في طريق النمو تعاني من نقص في رصيد العملة الصعبة خارج قطاع المحروقات (الجزائر)، واللازمة لإنشاء الاستثمارات الواجبة للتنمية الاقتصادية، ويمكن تلخيص هذه التدفقات فيما يلي:⁽¹¹⁾

أ-1 مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في إنشاء الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة كبناء الفنادق والمطاعم؛

أ-2 المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد؛

أ-3 الاتفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية الأساسية والتكميلية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.

ب- **تحسين ميزان المدفوعات:** من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية، وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية وما تستحقه السياحة من موارد نتيجة إيجاد

علاقات اقتصادية بينها وبين القطاعات الأخرى في الدولة متزامنا مع ما تحصل عليه الدولة من منافع اقتصادية المتمثلة في الإيرادات المتحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية، وكذلك الداخلية مما يساهم في زيادة الناتج الوطني للدولة والمساهمة في عملية البناء الاقتصادي.⁽¹²⁾

ج- **تنمية المهارات الإدارية وخلق طبقة جديدة من المديرين:** إن وجود الشركات الأجنبية في مجال السياحة يمكن أن يؤدي إلى تطوير وتحسين أنظمة وفنون الإدارة في هذا القطاع، وتبرز أهمية هذا في كون السياحة تعد كوسيلة وأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال إدارة الفنادق.⁽¹³⁾ بالإضافة إلى هذه النقاط للسياحة دور في تحقيق التنمية الاقتصادية في مختلف الدول عن طريق ما يلي:⁽¹⁴⁾

- أ- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتوجيهها نحو استثمارات جديدة وذلك لوجود حركة على مستوى اقتصاديات الدول بفضل قطاع السياحة؛
- ب- استغلال الموارد الطبيعية بشكل أفضل وذلك لظهور أنشطة جديدة؛
- ج- تطوير وتوسيع القطاعات الخدمية الأخرى كقطاع النقل البري والبحري والجوي، وقطاع الصناعات الغذائية.
- د- الانقسام الطبقي الذي يظهر لنا سياحة ريفية وأخرى دنيا؛
- هـ- ظهور عادات استهلاكية في الدول النامية لا تتناسب مع مستوى معيشتها نتيجة الحركة السياحية الخارجية.

2- **دور السياحة في تحقيق التنمية الاجتماعية والثقافية:** لقد أدى التوسع في النشاطات السياحية إلى تغيير أنماط العمل والثقافات ورفعت في مستويات المعيشة لدى الكثير من الدول، لذلك يمكن القول أن للسياحة دور إيجابي في تحقيق التنمية الاجتماعية من خلال العناصر التالية:

- أ- **توفير فرص العمل وحل مشكلة البطالة:** باعتبار السياحة قطاع متعدد ومتشعب النشاطات والفروع، ولها علاقات عديدة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأخرى، فهي بطريقة مباشرة أو

غير مباشرة تساهم في خلق العديد من مناصب الشغل والعمل بالمنطقة التي تنشأ المرافق أو المركبات السياحية أو المرافق المكمل لها.⁽¹⁵⁾

ب- **تحسين مستوى معيشة السكان:** تنشأ عن النشاط السياحي انعكاسات على المواطنين سواء كان ذلك على مستوى معيشتهم أو على مستواهم الثقافي والأخلاقي، فالسياحة كغيرها من الأنشطة الاقتصادية الأخرى تسعى إلى رفع مستوى المعيشة للمجتمعات وتحسين نمط حياتهم، وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية للمواطنين والوافدين من السياح.⁽¹⁶⁾

ج- **تحقيق الاستقرار الاجتماعي والسياسي:** رغم عدم وجود معايير يمكن استخدامها للحكم على مدى استقرار دولة ما سياسيا واجتماعيا إلا أن هناك بعض المؤشرات التي تمكن من التنبؤ بدرجة هذا الاستقرار في دولة ما، فارتفاع معدل التضخم والبطالة وما ينجر عنها من آفات اجتماعية تعتبر عوامل تهدد الاستقرار السياسي والسلام الاجتماعي في الدولة، ومن ثم فإن تطوير وتحديث القطاع السياحي وما يمكنه من نتائج إيجابية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية يساهم بشكل كبير في حل المشكلات السابقة وبالتالي ضمان الاستقرار الاجتماعي للدولة، وتدعيم الثقة بالحكومة.⁽¹⁷⁾

بإضافة إلى العوامل السابقة هناك عوامل أخرى تساعد على تحقيق التنمية الاجتماعية أهمها:⁽¹⁸⁾

أ- تساعد على تطوير الأماكن والخدمات العامة؛

ب- تنمي لدى المواطن شعوره بالانتماء إلى وطنه من خلال تنمية فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل من المجتمع المضيف والسائح؛

ج- تعمل على تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين؛

د- توفير التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث للمباني وللمواقع الأثرية التاريخية.

على الرغم من وجود آثار إيجابية للسياحة على الناحية الاجتماعية والثقافية إلا أن هناك آثار سلبية هي كالتالي:⁽¹⁹⁾

أ- **التحولات الاجتماعية:** يتطلب النشاط الاقتصادي الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتتميتها وإعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك أماكن الإقامة المختلفة، ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي نشؤ وتربوا عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في هذه المنتجات.

ب- **انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والثقافي:** تعاني بعض الدول من انخفاض مستويات المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة في الوقت الذي توفد إلى الدول أنماط مختلفة من السائحين

بعاداتهم الاستهلاكية وقدراتهم المالية، مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وإن كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر عند كافة الوسطاء والمستغلين للسائح في مختلف المجالات والمروجين لبعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة كالتسلية والترفيه.

ج- **التصادم الثقافي:** تتعارض وتختلف الأفكار والأساليب الغالبة في المجتمع والقادمة من الخارج نتيجة لسلوك بعض السائحين وتصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة عن أسلوب حياتهم اليومية في بلادهم، وإنما يرجع ذلك لأسباب مختلفة كحب المغامرة وحب الاستطلاع، الأمر الذي يؤدي إلى إثارة وضيق أفراد البلد المضيف ورفضهم للسياحة.

ثالثاً: التخطيط السياحي وأهميته في تطوير القطاع السياحي

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذا أهميته ب بروز السياحة كظاهرة حضارية سلوكية من جهة وظاهرة اقتصادية اجتماعية من جهة أخرى.

1- **تعريف التخطيط:** يعد مفهوم التخطيط من المفاهيم الأساسية التي تناولها الإنسان تطبيقاً منذ نشأته الأولى وإن لم يكن يسميها باسمه. فقد عرفه البروفسور ميردال بأنه: "البرنامج المنظم الذي تتبناه الدولة كنظام للتدخل في الشؤون الاقتصادية عن طريق التأثير على قوى السوق وتوجيه ذلك نحو العمليات الاجتماعية".

أما فريدمان فقد عرفه بأنه: " الطريق في التفكير بحل المشاكل والمعضلات الاقتصادية والاجتماعية ويكون موجهاً للمستقبل، وبذلك لا بد من وجود ترابط منطقي ما بين الأهداف والقرارات أي العمل والوسيلة وهما برنامجان شاملان وعليه فإن فكرة إصدار القرارات يجب أن تكون متكاملة وشاملة". من هنا نستنتج بأن التخطيط هو ذلك الجهد الموجه للتنبؤ بكيفية استثمار الموارد المادية والبشرية والمالية بكفاءة عالية لتحقيق الأهداف الموضوعية في فترة زمنية محددة وبجهد محدد.⁽²⁰⁾

2- **تعريف التخطيط السياحي:** يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية 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. كما ينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد.⁽²¹⁾

من هذا التعريف نستنتج بأن التخطيط السياحي هو نوع من أنواع التخطيط التكاملي الذي هو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة المنظمة المشرفة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن وبأقصى درجات المنفعة، مع متابعة وتوجيه وضبط هذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية قد تنجم عنه.

3- خصائص التخطيط السياحي: يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي وكذا على عمليات الترويج والتسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، ولا بد أن تتوفر في التخطيط السياحي الجيد عدة خصائص أهمها:⁽²²⁾

أ- تخطيط مرن ومستمر وتدرجي يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة؛

ب- تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية والاقتصادية، والاجتماعية والثقافية، وغيرها؛

ج- تخطيط تكاملي تعامل فيه السياحة على أنه نظام متكامل، حيث كل جزء هو مكمل للأجزاء الأخرى، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر الأخرى؛

د- تخطيط مجتمعي، أي أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة؛

هـ- تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنة؛

و- تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ أي أن لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية؛

ز- تخطيط مرحلي منظم يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة؛

ح- تخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.

4- عوامل نجاح التخطيط السياحي: يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدة عوامل أهمها:⁽²³⁾

أ- تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية؛

ب- يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة؛

ج- يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، وتكون هذه الصناعة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة؛

د- قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي؛

هـ- يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية؛

و- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

كما يرى بعض الباحثين أن من بين عوامل نجاح التخطيط السياحي وجوب توفر أربعة علاقات هي:

أ- **علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي:** فنجاح النشاط السياحي في أي منطقة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمستويات الأنشطة التي يمكنها أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخل وإمكانية الاقتصاد المحلي على امتصاص هذه الدخول واستخدامها.

ب- **علاقة التخطيط بالبيئة:** باعتبار أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، أو في عوامل جذب من صنع الإنسان كالمناطق التاريخية الأثرية والحديثة وغيرها، ومن هنا تتضح ضرورة المحافظة على الأصول البيئية.

ج- **علاقة التخطيط بالقدامين إلى المنطقة السياحية:** حيث يكون من الملائم تهيئة المقيمين لتزويد السائحين بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية، فإن تزواج كل من الإمتاع النفسي والإثراء الذهني يجعل السائحين أكثر رغبة في زيارة المنطقة مرة أخرى.

د- **علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي:** فإذا كان التخطيط يهدف إلى زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي فإن نجاح التخطيط السياحي يقاس بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة سواء من خلال عائدات السياحة الدولية أو من خلال انسياب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي.

5- **أنواع التخطيط السياحي:** ينقسم التخطيط السياحي إلى مستويات عدة طبقاً للأنشطة الاقتصادية أو المركزية أو طبقاً لنوع النظام، وتتمثل هذه الأنواع فيما يلي:⁽²⁴⁾

أ- **التخطيط السياحي حسب المستوى المكاني:** ينقسم هذا النوع إلى ما يلي:

أ-1 **التخطيط على المستوى القومي:** يهدف هذا النوع إلى تنمية وتطوير السياحة أو القطاع السياحي بشكل عام في ذلك البلد عن طريق تهيئة الإمكانيات والموارد المتوفرة ضمن البقعة المكانية وخلال مدة زمنية محددة، حيث يهيئ هذا النوع الإطار الذي يمكن للنشاطات الاقتصادية وبقية الصناعات التكميلية أن تأخذ مكانها الطبيعي في انسجام تام مع السياحة كإنشاء المطارات وشبكات الطرق الرئيسية.

أ-2 التخطيط على المستوى الإقليمي: يهدف هذا التخطيط إلى تنمية سياحية متكاملة للإقليم ضمن التنمية القومية الشاملة، ويتم ذلك من خلال دراسة وإعداد المشاريع والإمكانات المتوفرة في الإقليم يحدد بموجبها الاحتياجات للمشاريع وفق خطط محددة، وأهمية هذا التخطيط تتحدد من خلال مدى ملاءمة المنطقة أو الإقليم لأغراض التنمية السياحية وكذا نوعية الإنشاءات التي يجب أن تلائم طبيعة الأرض المعدة لأغراض التخطيط والتطوير وترسيخ الروابط المحلية والإقليمية، ومعرفة احتياجات الاستثمار من أجل التعمير والتنمية.

أ-3 التخطيط السياحي على المستوى المحلي: يحتاج هذا النوع إلى دراسة تفصيلية عن واقع ومستقبل الحركة السياحية في المنطقة، ومن ثم يهتم بتقييم مجموع الإمكانيات القائمة فعلا أو المحتمل قيامها ضمن الإطار المكاني المحلي للموقع السياحي وإمكانات المناطق المجاورة الأخرى.

ب- التخطيط السياحي حسب المستوى الزمني: يعتبر هذا التخطيط من المواضيع المهمة في إعداد الخطة بعد الحصول على البيانات والمعلومات الأساسية، حيث يبين لنا مدى الاستفادة من الإمكانيات المتاحة في عملية التخطيط وفق البعد الزمني المعد للمشاريع المراد إنشاؤها أو تطويرها، وينقسم هذا التخطيط إلى ثلاث مستويات هي:

ب-1 التخطيط طويل الأجل: تتراوح مدته من 10 سنوات فما فوق.

ب-2 التخطيط متوسط الأجل: تتراوح مدته من 5 إلى 10 سنوات.

ب-3 التخطيط قصير الأجل: تقدر مدته بسنة واحدة ويطلق عليه في بعض الأحيان بالخطة السنوية.

ج- التخطيط السياحي حسب الغرض أو الهدف: ينقسم إلى قسمين هما:

ج-1 التخطيط السياحي أحادي الغرض أو الهدف: يسعى هذا التخطيط إلى تحقيق غرض أو هدف واحد سواء هذا الهدف تابعا إلى تطوير وتنمية السياحة الدينية ضمن إقليم معين أو السياحة العلاجية أو الأثرية أو اقتصادي أو اجتماعي، أو تحسين البيئة الطبيعية.

ج-2 التخطيط السياحي متعدد الأهداف: يشمل هذا التخطيط أهداف متعددة منها الاقتصادية والاجتماعي أو أهداف سياحية عديدة.

6- مراحل التخطيط السياحي: للتخطيط عدة مراحل يجب القيام بها هي: (25)

أ- تحديد أهداف القطاع السياحي: يتطلب تحديد الأهداف العامة للتخطيط سواء طويل أو قصير الأجل إلى تحليل خصائص الاقتصاد الوطني في ضوء القيود والمتغيرات والإمكانات المتاحة، تحديد الأهداف الأولية التي تكون قابلة للتعديل في ضوء الظروف والأوضاع التي تسفر عنها مراحلها

الخطية، حيث يتم تحديد هذه الأهداف في ضوء أهداف الخطة العامة للدولة خلال فترة زمنية من حيث تحديد مساهمة قطاع السياحة في خطة التنمية الشاملة للدولة. ويتم بعد ذلك وضع الأهداف الخاصة بالقطاع السياحي ذاته مثل: تنمية حركة السياحة الداخلية من قبل المواطنين والمقيمين أو من قبل الأجانب أو كلاهما، بالإضافة إلى تطوير الموارد والعناصر والمقومات السياحية الحالية ودعم الجهود لزيادة الاستثمارات العامة وتشجيع الاستثمارات الخاصة في القطاع السياحي. كما يجب عند وضع الأهداف المتعلقة بالسياحة مراعاة الجوانب التالية:

أ-1 أثر تنمية القطاع السياحي على تنمية القطاعات الاقتصادية الأخرى التي تتكامل بصورة جلية تستوجب تخطيطاً متوازناً؛

أ-2 القيم الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع، حيث لا تتضمن الخطة السياحة أي أهداف أو سياسات تتعارض مع القيم الدينية والعادات والأعراف السائدة؛

أ-3 البيئة الطبيعية والمحافظة على الموارد البيئية ومراعاة عدم حدوث أي نوع من أنواع التلوث أو التدهور البيئي؛

أ-4 توزيع التنمية السياحية على الأقاليم المختلفة في الدولة؛

أ-5 أثر التنمية السياحة على مستوى رفاهية الأفراد.

ب- **المسح الشامل للموارد السياحية:** يعتمد حصر الموارد السياحية على مدى توفر المعلومات والبيانات والإحصائيات المتعلقة بالنشاط السياحي، حيث أن رسم الصورة المرتقبة لمستقبل القطاع السياحي تعتمد على الصورة السابقة للاقتصاد الوطني والقطاع السياحي، ويتم في هذه المرحلة تتبع تغيرات الهيكل الاقتصادي وتجميع المعلومات التفصيلية عن مختلف الأنشطة والموارد السياحية بالدولة والعلاقات المتبادلة بين القطاع السياحي والأنشطة المختلفة وغيره من القطاعات الأخرى، ثم تحليل هذه المعلومات وصياغتها بصورة واضحة تمكن المخطط من رسم السياسات المناسبة. كما تتضمن هذه المرحلة استخدام الأدوات الإحصائية في الدراسات الاستقصائية لتحديد مستقبل تطور المتغيرات الاقتصادية وفي تحديد تقييم والمقومات السياحية.

ج- **رسم الإطار الإجمالي للخطة:** يقصد بها الصورة العامة للتنمية السياحية، حيث تشمل المجالات العامة التي سيتم على أساسها اختيار المشروعات في المرحلة التالية، وتعتمد هذه المجالات على مجموعة من المعايير أهمها: الأهمية الاقتصادية، تكلفة الاستثمار، العائد المالي، العوائد الاقتصادية، مدى

توفر عناصر الإنتاج، الوقت اللازم لنضوج الاستثمار في كل مجال، توزيع هذه المجالات بين الأقاليم المختلفة، القدرة التمويلية في الاقتصاد، السياسات والتشريعات العامة.

د- **رسم الإطار التفصيلي للخطة:** يقصد بها إعداد الدراسة التفصيلية للمشروعات الإنمائية السياحية، حيث تتضمن تفاصيل المشروعات من عدة جوانب أهمها: دراسة الظروف المحيطة بكل مشروع، أهداف المشروع، دراسة السوق وتحليله، دراسة العائد الاقتصادي، دراسة العوائد غير الاقتصادية. كما تتضمن الخطة التفصيلية برنامج زمني يتم من خلال تنفيذ هذه المشروعات، والخطط المتعلقة بتتمة عناصر السياحة.

هـ- **اعتماد الخطة السياحية:** يمكن اكتمال الإطار التفصيلي للخطة من اتخاذ القرار النهائي وإصدار التشريعات وتطبيق السياسات الخاصة بالسياحة.

و- **تنفيذ الخطة:** يستلزم تنفيذ الخطة بقطاع السياحة اللامركزية، حيث أن القطاع السياحي قطاع خدمي يعتمد على القدرة التنظيمية والإدارية في التنفيذ حتى يمكن تحقيق درجة أكبر من المرونة وسرعة في اتخاذ القرارات التي تحقق الأهداف العامة.

ز- **متابعة وتقييم الخطة السياحية:** تختص هذه المرحلة بالرقابة والإشراف على تنفيذ الخطة للتعرف على أوجه القصور فيها لتذليلها واتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة، ووضع البدائل لمواجهة المستجدات الاقتصادية والاجتماعية أثناء التنفيذ.

7- **أهمية وأهداف التخطيط السياحي:** يلعب التخطيط السياحي دورا مهما في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهجا علميا لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها، كما يسهل عملها ويوفر كثيرا من الجهد الضائع. بالإضافة إلى أنه يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عمله، وكذا يقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط.

ومن أهم المزايا والفوائد التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي ما يلي:⁽²⁶⁾
أ- يساعد على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل؛

- ب- يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها؛
- ج- يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط، والمخططات والتقارير والاستبيانات ويضعها تحت يد طالبيها؛
- د- يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية من خلال تطوير القطاع السياحي، بالإضافة إلى توزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع، كما يقلل من سلبيات السياحة؛
- هـ- يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط؛
- و- يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط، والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.
- كما يمكن لهذه الفوائد والمزايا أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناصح الذي يسعى لتحقيق الأهداف التالية:⁽²⁷⁾
- أ- تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة وطويلة الأجل، ورسم السياسات السياحية، ووضع إجراءات تنفيذها؛
- ب- ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية؛
- ج- تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضرورياً؛
- د- مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن؛
- هـ- صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية؛
- و- توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية؛
- ز- تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

رابعاً: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SNAT) آفاق 2030

يشكل هذا المخطط التزام الدولة بتنفيذ السياسات السياحية، وكذلك من خلال وضع الشروط الرئيسية للتهيئة السياحية والعامل الأساسي لدعم النمو الاقتصادي، فهو يسعى لإعادة التنظيم السياحي والتحول بها قصد الارتقاء إلى المرتبة الثانية في الأنشطة الاقتصادية المصدرة بعد المحروقات.

1- **تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:** هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية والذي

تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، والمتعلق بتهيئة الإقليم

والتنمية المستدامة،⁽²⁸⁾ وتسعى الدولة من خلال هذا المخطط إلى ما يلي:⁽²⁹⁾

أ- تحديد المحطات الرئيسية للتنمية السياحية الوطنية على فترات مختلفة، حيث عمدت الدولة إلى اختيار

المحطة الأولى على المدى القصير خلال سنة 2009، ثم المحطة الثانية تكون على المدى المتوسط

خلال سنة 2015، والمحطة الأخيرة للتنمية السياحية تكون على المدى البعيد وذلك في آفاق 2030؛

ب- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ وتحديد شروط قابلية تجسيده؛

ج- تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية (التشغيل، الميزان التجاري، الاستثمار)؛

د- المساهمة في المبادلات والانفتاح على الصعيد الوطني والدولي؛

هـ- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة.

2- **مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:** يركز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس

ديناميكيات هي:⁽³⁰⁾

أ- مخطط الجزائر كوجهة سياحية؛

ب- الأقطاب السياحية ذات الامتياز؛

ج- مخطط الجودة السياحية؛

د- مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص؛

هـ- مخطط تمويل السياحة.

3- **الأهداف الاستراتيجية للمخطط:** يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى تحقيق مجموعة من

الأهداف هي:

أ- **الأهداف العامة:** تتمثل هذه الأهداف في العناصر التالية:⁽³¹⁾

أ-1 توسع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى مثل: الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات،

التشغيل؛

أ-2تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي والاستثماري؛

أ-3التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية؛

أ-4تنميين التراث الثقافي، التاريخي، كون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فإن استراتيجية السياحة

المتواصلة عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث، والمساهمة في التنمية المحلية؛

أ-5التحسين الدائم لصورة الجزائر، حيث يرمي البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله

المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية.

ب- الأهداف المادية: للمرحلة 2008-2015، يمكن تلخيص الأهداف المادية في الجدول رقم (01)

الجدول رقم (01): خطة الأعمال السياحية من 2008 - 2015

السنة	2007	2015
عدد السياح	1,7 مليون	2,5 مليون
عدد الأسرة	84,869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1,7 %	3 %
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200000	400000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008، ص 18.

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن الجزائر تسعى إلى تحقيق 1,7 مليون سائح في مقابل 84869 سرير، بالإضافة إلى المساهمة في الناتج المحلي الخام بنسبة 1,7 % مقابل 250 مليون دولار للإيرادات، أما مناصب الشغل لسنة 2007 فهي 200000 منصب شغل وتكوين 51200 مقعد بيداغوجي. أما خلال سنة 2015 فمن خلال مخططها تسعى بالتقريب إلى تحقيق ضعف ما حقق خلال سنة 2007.

ج- الأهداف النقدية: من أجل تنفيذ خطة الأعمال والوصول إلى الأهداف المادية للمخطط التوجيهي، تحتاج الجزائر إلى ميزانية معتبرة، حيث قدر الاستثمار العمومي والخاص الضروري لإنجاز المشاريع السياحية بين 2008-2015 بـ 2,5 مليار دولار على مدى سبعة سنوات، أي 350 مليون دولار سنويا.⁽³²⁾

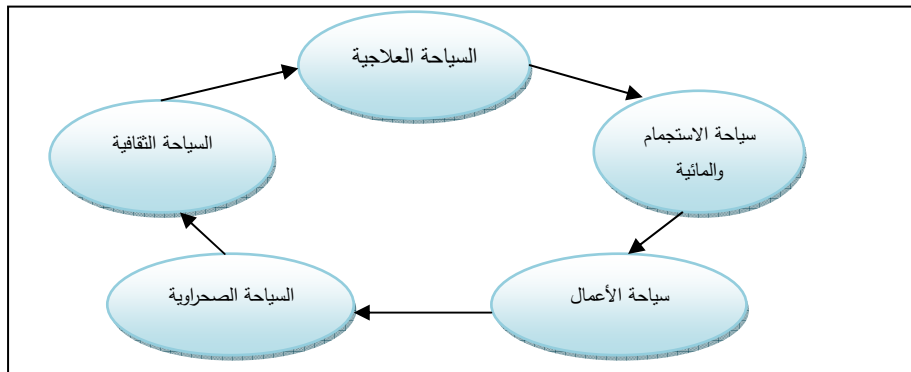
د- الحركيات الخمس للتفعيل السياحي للجزائر: تشكل الأدوات الآتي ذكرها طرق إنعاش سريع ومستدام للسوق السياحية، تضمن إعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يتعين على السياحة الجزائرية أن تلعبه على مستوى السياحة الدولية، ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، ولقد شرع في الجزائر العمل ببرنامج السياحة ذات الأولوية ابتداء من سنة 2008، قصد تفعيل التحول السياحي للجزائر وذلك عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز أو القرى

السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات الأولوية وكدافع للانطلاق السياحي ابتداء من سنة 2008، وتتمثل هذه المخططات في العناصر التالية:⁽³³⁾

د-1 **مخطط وجهة الجزائر:** تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية، وغياب الصورة والاستثمار السياحي، لذا عليها اختبار أوراقها القوية من أجل تقوية صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة. ولهذا فإنه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالتموقع بالصورة على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها والفئات السكانية المستهدفة، ففي المرحلة الأولى يجب منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع والمنتوج الواجب تطويره، كما يتعين تحديد الأهداف لهذه الأسواق.

د-2 **الأقطاب السياحية للامتياز:** هو عبارة عن تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة والدورات السياحية، بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية، ومتعدد الأقطاب، كما يدمج المنطق الاجتماعي، الثقافي والإقليمي والتجاري، مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات طلبات السوق. وترتكز تنمية أقطاب الامتياز على القدرات السياحية الجزائرية المتعددة، إذ يتعلق الأمر بتنمية المنتج والفروع الأكثر تمثيلية، والأفضل وفقا للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية، والتي تتمحور حول العناصر التي يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (01): المنتج السياحي الذي تركز عليه تنمية أقطاب الامتياز آفاق 2030



المصدر: سعاد دولي، فاطمة لعلمي، استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر إسنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)، أنظر إلى الموقع: <http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7650/f4.pdf?sequence=1&isAllowed=y> ص 10.

نلاحظ من الشكل رقم (01) أن هناك ستة فروع لها الأفضلية في الفترة (2008-2015) وتتمثل في سياحة الاستجمام والمائية، السياحة الصحراوية والثقافية، والعلاجية والصحية، وأيضا سياحة الأعمال المطلوب تطويرها حسب أهداف كل فرع، وكل قطب يمنح أولوية التطوير للفروع الواعدة والغالبة.

وقد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في هذا الإطار سبعة أقطاب سياحية للامتياز الموضحة في الجدول رقم (02).

الجدول رقم (02): الأقطاب السياحية للامتياز

عدد الأسرة للقرى السياحية	عدد القرى السياحية	الولايات	الأقطاب السياحية للامتياز
7378	03	عناية، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس	القطب السياحي للامتياز شمال شرق
39849	11	الجزائر، تيبازة، بومرداس، البلدية، الشلف، عين الدفلة، البويرة، بجاية، تيزي وزو	القطب السياحي للامتياز شمال وسط
6852	04	مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان	القطب السياحي للامتياز شمال غرب
92	01	الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعية	القطب السياحي للامتياز جنوب شرق
		توات، القارة، طرق القصور (أدرار، تيميمون، بشار)	القطب السياحي للامتياز جنوب غرب
		طاسيلي، اليزي، جانت	القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير
		أدرار، تمنراست	القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير
54171			المجموع

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثالث، الأقطاب السياحية السبعة لامتياز، 2008، ص 05

المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني، عبر إنشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع.

د-3 مخطط النوعية السياحية: لقد أصبحت النوعية اليوم مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبيرة، إنها

الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني، فهو مرتكز

على التكوين والتعليم، كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي

في العالم، فالمخطط النوعي للسياحة يشمل:

✓ تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي؛

✓ منح رؤية جديدة للمحترفين؛

✓ حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية؛

✓ نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.

وقصد الاستجابة للهدف المادي والنقدي في مخطط الأعمال 2025، أصبح تكوين العنصر البشري أمرا ضروريا، وعلى هذا الأساس حدد المخطط ثلاثة أهداف استراتيجية للتكوين قصد تحفيز الجزائر سياحيا في آفاق 2030:

✓ ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة؛

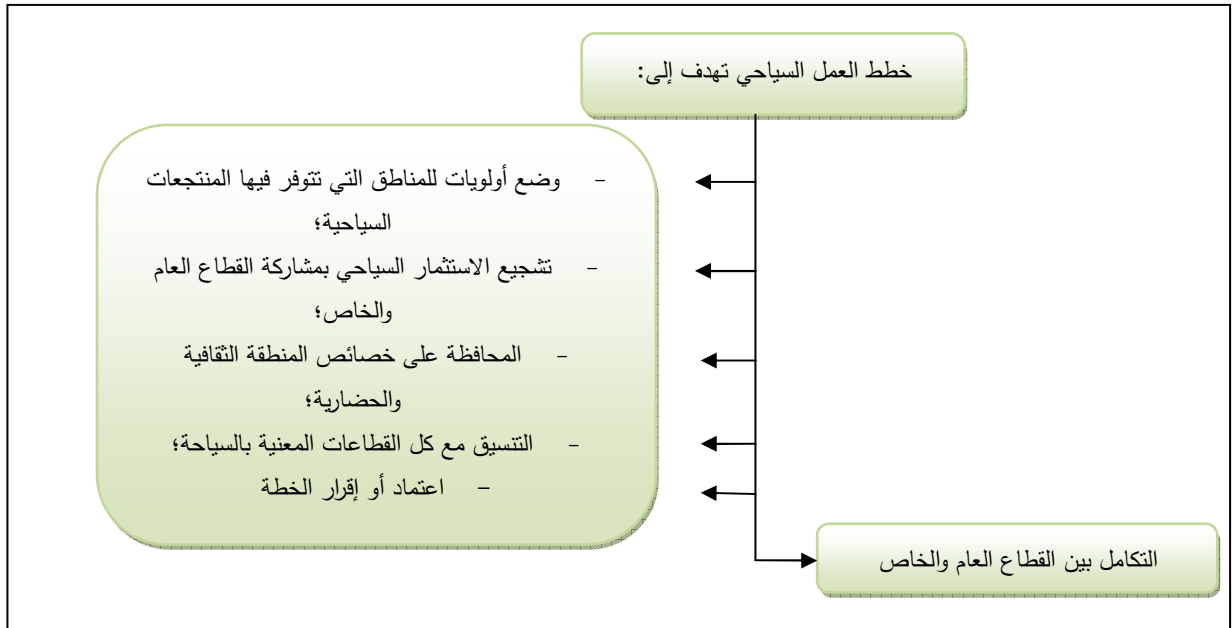
✓ إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي؛

✓ الابتكار واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مخطط النوعية السياحية.

د-4 مخطط الشراكة العمومية الخاصة: لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي والخاص، ويمكن الحديث عن الشراكة العمومية الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة لطلب الجامعي للمنتجات السياحية. وعلى هذا الأساس يسعى مخطط الشراكة العمومية الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلا.

هذا ما يوضحه الشكل رقم (02) التالي:

الشكل رقم (02): يوضح هدف تحقيق التكامل بين القطاع العام والخاص



المصدر: سعاد دولي، فاطمة لعلمي، استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر إسنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)، أنظر إلى الموقع: <http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7650/f4.pdf?sequence=1&isAllowed=y> ص 12.

د-5 مخطط تمويل السياحة: يتعلق الأمر بالنسبة لمحتوى مخطط تمويل السياحة في العناصر التالية:

✓ مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار في تقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الاستغلال؛

✓ تخفيف إجراءات منح القروض البنكية (التمديد في مدة القرض)؛

✓ مرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع من خلال نظام مرافقة مالي؛

✓ مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، وإنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية (إنشاء بنك الاستثمار السياحي).

الخاتمة: من خلال ما سبق يتضح لنا بأن السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية وتعد من القطاعات الرائدة لإحداث التنمية في كثير من الدول النامية، وذلك لما توفره من توازنات اقتصادية واجتماعية في هذه الدول. وبناء على ما تقدم لا يمكن لأي مجهود أو نشاط في المجال السياحي أن ينجح إلا بوجود تخطيط سياحي سليم بعناصره المختلفة، فهو الضمانة الأكيدة لوجود السياحة كنشاط إنساني من جهة وكرافد اقتصادي من جهة أخرى، فالكنوز السياحية المتنوعة مثل: السياحة الأثرية و العلاجية والدينية، وغيرها، لا يمكن التقليل أو التغاضي عن أهميتها الإنسانية والحضارية والاقتصادية.

لذلك فإن ترقية صورة الجزائر في الأسواق السياحية العالمية وجعلها وجهة للسياح تستوجب عملا جادا وتخطيطا استراتيجيا فعالا يعمل على رفع مكانة الجزائر السياحية، وكذا بناء قطاع بديل لقطاع المحروقات يقوم على أساس موارد دائمة غير نافذة وتوفير استثمارات جديدة، مما يجعلها قادرة على حل مشاكلها.

1- نتائج الدراسة: لقد سمحت دراستنا بالتوصل إلى النتائج التالية:

- أ- عدم وجود استراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي، وذلك لتبني الجزائر سياسة الصناعات المصنعة والتي تتطلب أموال كبيرة لجلب التجهيزات والمعدات، وكان ينظر للقطاع السياحي بأنه قطاع ثانوي؛
- ب- يتطلب التخطيط السياحي مجموعة من الخطوات والمراحل، حيث تكون كل خطوة فيها خاضعة للتعديل في أي مرحلة من مراحل النشاط السياحي، لذلك يستوجب على الجزائر الاهتمام بالتخطيط السياحي وإتباع سياسة صارمة لتنفيذ خططها؛
- ج- عدم وجود تمويل كافي للمشاريع الاستثمارية في المجال السياحي، بالرغم من قيام الدولة بمجموعة من الإجراءات لتحفيز المستثمرين لكنها بقيت بعيدة عن المستوى المطلوب؛

د- غياب ثقافة سياحية لدى المواطنين الجزائريين، وذلك راجع للظروف الصعبة من جهة وغياب أساليب ترويجية من جهة أخرى.

2- **التوصيات:** بناء على ذلك يمكننا اقتراح التوصيات التالية:

أ- يجب إعطاء القطاع السياحي أهمية لا تقل عن باقي القطاعات الأخرى؛

ب- تخصيص إمكانات مادية وبشرية خاصة لتطوير القطاع ودعم المخططين والمستثمرين؛

ج- وضع خريطة للاستثمارات السياحية، وفك العزلة عن المناطق النائية بتشجيع الاستثمارات الخاصة فيها؛

د- ضرورة تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في المجال السياحي، وتبقى الدولة كمراقب للمشاريع.

التهميش والمراجع:

¹: فلاق علي، التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي، مجلة البحوث والدراسات العلمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المدينة، العدد6، 2012، ص 61.

²: محمود كامل، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975، ص 16.

³: Pierre.py : Tourisme Un Phénoméme Economique, Paris, 2007, p11

⁴: يسري دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، الطبعة الأولى، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، 2002

⁵: أحمد الجراد، السياحة المتواصلة البيئية، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، مصر، 2002، ص 43

⁶: أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز للنشر والتوزيع، 2007، ص ص 28-29

⁷: برنجي أيمن، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، مذكرة ماجستير، فرع الإدارة التسويقية، جامعة بومرداس، 2009، ص 47

⁸: فلاق علي، المرجع سبق ذكره، ص ص 63-64

⁹: أحمد محمود مقابلة، المرجع سبق ذكره، ص ص 27-28

¹⁰: هواري معراج، محمد سليمان جرادات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية-حالة الاقتصاد الجزائري-، مجلة الباحث، العدد 1، 2004، ص ص 22-23

¹¹: أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 1999، ص 18

¹²: فلاق علي، المرجع سبق ذكره، ص ص 63-64

¹³: المرجع نفسه، ص 74

¹⁴: المرجع نفسه، ص 75

¹⁵: المرجع نفسه، ص 75

¹⁶: صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، باتنة، 2010، ص 157

¹⁷: برنجي أيمن، المرجع سبق ذكره، ص 56

- 18: فلاق علي، المرجع سبق ذكره، ص 75
- 19: نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص ص 97-98
- 20: سعد ابراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى، جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، 2008، ص 26
- 21: الروبي نبيل، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 1987، ص 65
- 22: وزاني محمد، السياحة من منظور التنمية المستدامة، ص 9
- 23: محمد الشيراوي، عبد المنعم، واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين، دار الكنوز، بيروت، 2002
- 24: سعد ابراهيم حمد، المرجع سبق ذكره، ص ص 73-80
- 25: سيد فتحي أحمد الخولي، تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاقتصاد والإدارة، العدد 1، جدة، 2000، ص ص 26-29
- 26: شمس نديم، مبادئ السياحة، الجمعية الجغرافية السياحية، دمشق، 2001، ص 82
- 27: غنيم محمد عثمان، التخطيط السياحي والتنمية، الأردن، 2004، ص ص 245-246
- 28: www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2017/11/14
- 29: عوينات عبد القادر، الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة آفاق 2030، الملتنقى العلمي الدولي حول، السياحة رهان التنمية المستدامة دراسة تجارب بعض الدول، ص 06
- 30: www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2017/11/14
- 31: الحسين عبد القادر، استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر، العدد 02، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، الجزائر، 2012، ص 179
- 32: شريط حسين الأمين، فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر، العدد 14، مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2015، ص ص 141-142
- 33: عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة- حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص 17

المراجع:

باللغة العربية:

- 1- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 1999
- 2- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز للنشر والتوزيع، 2007
- 3- الجلال أحمد، السياحة المتواصلة البيئية، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، مصر، 2002
- 4- محمد الشيراوي، عبد المنعم، واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين، دار الكنوز، بيروت، 2002
- 5- محمود كامل، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975
- 6- نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة، الأردن، 2007
- 7- الروبي نبيل، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 1987

- 8- شمس نديم، مبادئ السياحة، الجمعية الجغرافية السياحية، دمشق، 2001
- 9- غنيم محمد عثمان، التخطيط السياحي والتنمية، الأردن، 2004
- 10- يسري دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، الطبعة الأولى، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، 2002
- 11- فلاق علي، التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي، مجلة البحوث والدراسات العلمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المدينة، العدد6، 2012
- 12- هوارى معراج، محمد سليمان جرادات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية-حالة الاقتصاد الجزائري-، مجلة الباحث، العدد 1، 2004، ص ص 22-23
- 13- برنجي أيمن، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، مذكرة ماجستير، فرع الإدارة التسويقية، جامعة بومرداس، 2009
- 14- صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، باتنة، 2010
- 15- سعد ابراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى، جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، 2008، ص 26
- 16- سيد فتحي أحمد الخولي، تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاقتصاد والإدارة، العدد 1، جدة، 2000
- 17- عوينات عبد القادر، الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة آفاق 2030، الملتقى العلمي الدولي حول، السياحة رهان التنمية المستدامة دراسة تجارب بعض الدول.
- 18- الحسين عبد القادر، استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر، العدد 02، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، الجزائر، 2012.
- 19- شريط حسين الأمين، فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر، العدد 14، مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2015

20- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة- حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010

21- سعاد دولي، فاطمة لعلمي، استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر إسنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)، أنظر إلى الموقع:

-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7650/f4.pdf?sequence=1&isAllowed=y http://e-biblio.univ
www.mta.gov.dz -22

باللغة الأجنبية:

23- Pierre.py , Tourisme Un Phénomène Economique, Paris, 2007