

دراسة استشرافية لمحددات المناخ السياحي في الجزائر

A prospective study of the determinants of the tourism climate in Algeria

*

تندرت محمد

مخير العولمة والسياسات الاقتصادية، جامعة الجزائر3 - الجزائر

tindertmohamed@gmail.com

تاريخ النشر: 2025/04/17

تاريخ القبول: 2025/03/11

تاريخ الإستلام: 2025/02/07

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تحديد المتغيرات المفتاحية التي تؤثر وتتأثر بمناخ السياحة في الجزائر، وتحديد المتغيرات التي تؤثر في المناخ السياحي دون تأثرها ببقية المتغيرات، وكذا تحديد المتغيرات تتأثر ببقية المتغيرات ومن ثم تأثرها في مناخ السياحة، وذلك باستخدام طريقة التحليل البنيوي (*micmac*)، وقد تم التوصل الى مجموعة من النتائج أهمها ان متغيرة الثقافة السياحية تؤثر في مستقبل مناخ السياحة وتتأثر كذلك بشدة ببقية متغيرات الدراسة، وان متغيرتي التعليم والاستقرار السياسي والأمني تؤثران بشدة في مناخ السياحة ولكنها لا تتأثر كثيرا ببقية متغيرات الدراسة، وان متغيرتي الترويج السياحي، الخدمات السياحية تؤثران بشدة في مستقبل المناخ السياحي، وان متغيرتي تقديم حوافز للمشاريع الاستثمارية وفرة المناطق السياحية تؤثران في مستقبل المناخ السياحي وتتأثران ببقية متغيرات الدراسة، وان (التسيير السياحي، الموارد البشرية المدربة، تهيئة المناطق السياحية، الفنادق): متغيرات مفتاحية تؤثر بشدة في المناخ السياحي في الجزائر، وتتأثر ببقية متغيرات الدراسة.

كلمات مفتاحية: محددات المناخ السياحي، تحليل بنيوي لمتغيرات الدراسة، متغيرات مفتاحية، استشراف.
تصنيفات JEL: Z320، E06.

Abstract:

This study aims to identify the key variables that affect and are affected by the tourism climate in Algeria, and identifying the variables that affect the tourism climate without being affected by the rest of the variables, and also to determine the variables that are affected by the rest of the variables and then their impact on the tourism climate, using the structural analysis method. A set of results were reached, the most important of which is that the variable of tourism culture affects the future of the tourism climate and is also strongly affected by the rest of the study variables, the variables of education, political stability and security have a strong impact on the tourism climate, but they are not greatly affected by the rest of the study variables, the variables of tourism promotion and tourism services greatly affect the future of the tourism climate, The variables of providing incentives for investment projects and the abundance of tourist areas affect the future of the tourism climate and are affected by the rest of the study variables, And (tourism management, trained human resources, development of tourist areas, hotels): key variables that strongly affect the tourism climate in Algeria, and are affected by the rest of the study variables.

Keywords: Determinants of tourism climate, structural analysis of study variables, key variables, foresight.

Jel Classification Codes: Z320; E06.

* المؤلف المراسل.

1. مقدمة:

تلعب السياحة دورا هاما في زيادة الدخل الوطني، وخلق فرص عمل من شأنها التخفيض من معدل البطالة، اذ يعد القطاع السياحي من اهم القطاعات الاقتصادية التي تساهم في استيعاب اليد العاملة، نظرا لمتطلبات الخدمات السياحية من وفرة في العنصر البشري، كما ان للسياحة آثار إيجابية في زيادة معدل النمو الاقتصادي وتقليص تبعية الاقتصاد الجزائري لقطاع المحروقات، ومن اجل جذب السياح وزيادة اعدادهم وجب توفير مناخ سياحي ملائم للسياح الأجانب والمحليين على حد سواء، وهذا ما سنتطرق اليه في دراستنا هذه.

1.1. الاشكالية: مما سبق نطرح الاشكالية التالية: فيما تتمثل محددات تفعيل مناخ السياحة في الجزائر؟

2.1. الاسئلة الفرعية:

- ما هي محددات السياحة في الجزائر؟
- ما هي المحددات التي تؤثر في مناخ السياحة ولا تتأثر به؟
- ما هي المحددات التي تتأثر بشدة ببقية محددات المناخ السياحي؟
- ما هي المحددات التي تتأثر ببقية المحددات وتؤثر في مناخ السياحة (المتغيرات المفتاحية)؟

3.1. أهمية البحث:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية السياحة في عديد المجالات لا سيما المجال الاقتصادي والاجتماعي لما له من أثر في خلق فرص عمل وزيادة المداخل من العملة الصعبة وبالتالي زيادة النمو الاقتصادي وتقليص التبعية لريع البترول ومن ثم المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية.

4.1. أهداف البحث: تتمثل اهداف الدراسة فيما يلي:

- البحث عن المحددات التي يرى الباحث ان لها علاقة من قريب او من بعيد بالسياحة في الجزائر.
- تحديد المتغيرات (من بين المحددات) التي تؤثر في المناخ السياحي ولا تتأثر ببقية متغيرات الدراسة.
- تحديد المتغيرات التي تتأثر بشدة ببقية متغيرات الدراسة ومن ثم تأثرها بالمناخ السياحي.
- تحديد المتغيرات التي تتأثر ببقية متغيرات الدراسة وتؤثر في مناخ السياحي (المتغيرات المفتاحية).

5.1. منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الاستشرافي، وذلك برسم رؤية استشرافية للمناخ الملائم للسياحة في الجزائر.

6.1. الدراسات السابقة:

سوف نتطرق الى الدراسات السابقة المتعلقة بالسياحة، والدراسات السابقة المتعلقة بالاستشراف:

❖ الدراسات السابقة المتعلقة بالاستشراف: لقد تناولنا واطلعنا على عدت دراسات ومراجع في مجال الاستشراف، ومن أهمها نذكر:

— Michel Godet, Régine Monti, Francis Meunier, Fabrice Roubelat, La boîte à outils de prospective stratégique, Laboratoire d'Investigation en Prospective, Stratégie et Organisation (LIPSOR) - Cahier n° 5 -, paris, Cinquième édition mise à jour Juin 2004 :

وقد تناول هذا الكتاب الفرق بين الاستشراف والتخطيط والاستراتيجيا، والأفكار الرئيسية للتنبؤ بالمستقبل والأدوات الاستشرافية الاستراتيجية كالسيناريوهات، ورش عمل الاستشراف الاستراتيجي، والتحليل البنيوي (MICMAC)، وتحليل استراتيجيات الفاعلين (MACTOR).

- Geoffrey Delcroix, prospective, Défense Et Surprise stratégique Le stratège, L'improbable Et L'inattendu, Travaux Et Recherches De prospective — N°25, Paris, Mars 2005 :

واهم ما تطرقت اليه هذه الدراسة مساهمة النهج الاستشرافي في مراعاة السياق ديناميكي وتوسيع افاق صنع القرار، والتأمل في بيئة المنضمت وفائدة السيناريوهات.

- Michel Godet, prospective, prévision et panification, Pluralisme et complémentarités, Futuribles Novembre 1983 :

وقد هدفت هذه الدراسة الى ابراز أوجه التداخل والفرق بين الاستشراف والاستراتيجية والتخطيط، وقد توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها ان كل دراسة استشرافية تستوجب وضع استراتيجية، وان الاستراتيجية عبارة عن جميع قواعد سلوك الفاعل التي تسمح له بتحقيق أهدافه حيث تحقق ما هو مرغوب فيه وتجنب ما هو غير مرغوب فيه، أي أنها تتكون من التكتيكات التي تتوافق مع القرارات التي سيتم اتخاذها وفقا للسيناريوهات المختلفة للتطور المحتمل لتحقيق الأهداف، وان التخطيط الاستراتيجي يأخذ في الاعتبار عدم استقرار المحيط، وتكييف أهدافه وفقا لذلك.

- محمد سليم قلالة، قيس الهمامي، الاستشراف الاستراتيجي للمؤسسات والأقاليم، مخبر الابتكار والاستشراف الاستراتيجي والتنظيم، باريس:

ويتمثل هذا المرجع في كتاب ألفه ميشال غوديه وفيليب دورانس وقيس الهمامي، وعربه الأستاذين سليم قلالة وقيس الهمامي، تم التطرق في هذا الكتاب الى توضيح الفرق بين الاستشراف والتخطيط والاستراتيجية، كما تناول هذا الكتاب كيفية انجاز دراسة استشرافية، فقد تم التطرق لاهم مبادئ وخطوات الدراسات الاستشرافية واهم طرق ومناهج الاستشراف الاستراتيجي وادواته، ومن بين ادوات الاستشراف تم التطرق الى طريقة التحليل البنيوي (MICMAC) التي تم استخدامها في دراستنا هذه.

❖ الدراسات السابقة المتعلقة بالسياحة:

- ابراهيم بوناب محمد امين، دور رأس المال البشري في تحسين أداء القطاع السياحي في الجزائر، اطروحة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة الجزائر3، 2019/2018: وقد هدفت هذه الدراسة الى معرفة وتوضيح السياسة المنتهجة لتطوير القطاع السياحي في الجزائر، لا سيما في مجال تنمية الموارد البشرية السياحية، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: رغم اعتماد الاستراتيجية الوطنية لتطوير القطاع السياحي في الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتنمية السياحية افاق سنة 2030 لا تزال مؤشرات أداء قطاع السياحة ضعيفة لا سيما التدفقات السياحية، وعدم تأهيل عدد كبير من العاملين في القطاع السياحي مهنيا ولا علميا ولم يسبق لهم ان تلقوا تدريباً متخصصاً.
- بخوش بلال، مهري عبد المالك، الصناعة السياحية في الجزائر كركيزة لبناء نموذج اقتصادي ناجح من منظور التنوع الاقتصادي، مجلة الجغرافيا الاقتصادية، المجلد 01، العدد 02 (2024): واهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج، ان تنمية السياحة في الجزائر تتطلب تضافر جهود الدولة والجماعات المحلية والمتعاملين الاقتصاديين والمجتمع المدني لان كل هذه الأطراف تشارك في صناعة المناخ السياحي.

2. إطار مفاهيمي حول السياحة:

سوف يتم التطرق في هذا المحور الى بعض المفاهيم المتعلقة بالسياحة، على غرار مفهوم السياحة واهميتها وانواعها.

2.1. ماهية السياحة:

2.1.1. مفهوم السياحة: ذكرت تعاريف كثيرة للسياحة نذكر منها ما يلي:

عرفت السياحة لغويا وفق "المكتز الكبير" للسياحة من فعل ساج بمعنى تنقل في البلاد للتنزه وغيره. (صفية خميري،

2018/2019، ص10)

وحسب "منظمة السياحة العالمية" عرفت على أنها: مجموعة من النشاطات التي يقوم بها أشخاص مثل نشاط السفر، والإقامة في أماكن بعيدة أو خارج البيئة الاعتيادية التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة متتالية، ويكون ذلك بهدف التسلية، أو أي نشاطات أخرى ليست لها علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الأصلية. (آية بوقرو، انور جاهمي، 2021/2022، ص6)

كما عرفت السياحة بأنها نشاط السفر بهدف الترفيه وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط، والانتقال لغرض السياحة لمسافة تفوق 80 كيلومتر. (خالد محمد سمير محمد، 2024، ص271)

مما سبق يمكن تعريف السياحة بأنها السفر ليس لغرض العمل وانما لغرض الاستجمام والراحة والترفيه عن النفس، وقد تكون السياحة داخلية لما يكون تنقل السائح داخل البلد، وقد تكون السياحة خارجية لما يكون تنقل السائح خارج حدود بلده.

2.1.2. أهمية السياحة

تعد السياحة واحدة من النشاطات الاقتصادية المهمة التي تساهم في دعم الاقتصاد الوطني وتوفير مصدر اقتصادي يعزز الدخل القومي، ويحرك سوق الاستثمارات كما يوفر فرص عمل معتبرة، ويمكن ان نبين أهمية السياحة من خلال النقاط التالية: (زروقي ايمان، 2022\2023، ص55).

- زيادة الدخل القومي الإجمالي للبلد وتحدث هذه الزيادة من خلال الاستفادة من الخدمات التالية: إقامة، طعام، شراب، بضائع، وقود ومشتريات.
- تساعد السياحة في تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة.
- تزداد أهمية السياحة في الدول النامية التي تهدف الى تحقيق فائض او موازنة في مجال المدفوعات وتحقيق فائض في مجال العملة الصعبة، وتحقيق صناعة سياحية صادرة غير منظورة.
- السياحة هي رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد.
- تعمل السياحة على اشباع رغبات الافراد من حيث زيادة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها، بالإضافة الى زيادة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتهم وتقاليدهم.
- السياحة تمتاز بقدرتها على خلق فرص عمل للشباب وتساهم في حل مشكلة من المشكلات وهي مشكلة البطالة خاصة بين الخريجين من الشباب المتعلم الذي يتجه الى العمل في مجالات السياحة.
- تعد السياحة سوق قابلة للتوسع تفتح افاق واسعة لزيادة النشاط الاقتصادي نتيجة الزيادة في دخول الافراد بما يؤدي الى زيادة المشتريات وانعاش الإنتاج وتحقيق دورة إنتاجية جديدة دائمة.

- تساهم السياحة في توفير مداخيل من العملة الصعبة، مثل مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في القطاع السياحي والمدفوعات التي تحصل عليها الدول مقابل منح تأشيرات لدخول البلاد وغيرها.
- تعتمد السياحة على العنصر البشري بشكل كبير، لذلك فهي تعمل على خلق فرص عمل كثيرة وتقليص معدلات البطالة.
- تؤدي تنمية السياحة الى زيادة الاستثمارات في البنى التحتية.
- تساعد السياحة على تنمية المناطق النائية والريفية.
- تزيد السياحة من الاهتمام المستمر بصيانة المرافق والعمل على تحسين الخدمات بالمناطق السياحية المختلفة والمحافظة على الحرف اليدوية والفنون الشعبية مما يقدم دورا فعالا في حماية القيمة الثقافية.
- يؤدي النشاط السياحي الى زيادة الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها ضد التلوث الهوائي والمائي والبصري.

2.2. أنواع السياحة وأشكالها

1.2.2. أنواع السياحة: هناك عدت أنواع للسياحة، نذكر أهمها:

- السياحة الدينية: وهي سياحة ترتبط بزيارة المواقع المقدسة والأماكن الدينية البارزة، وهي الانتقال المؤقت للأفراد خلال أوقات معينة للقيام بمجموعة من الشعائر الدينية مثل زيارة المسلمين للاماكن المقدسة كالمسجد الحرام وأداء الحج او العمرة في مكة المكرمة او زيارة المسجد النبوي في المدينة المنورة. (قمايز كنزة، تقار عبد المجيد، 2022\2023، ص4)
- السياحة العلاجية: عرفها الاتحاد العالمي للسياحة أنها تقدم التسهيلات الصحية باستخدام المصادر الطبيعية للدولة وبشكل خاص المياه المعدنية والمناخ، وتعد السياحة العلاجية من الأنواع الهامة للسياحة الحديثة خصوصا في الدول التي تتمتع بوجود العيون والآبار الكبريتية التي تساعد على الشفاء من بعض الأمراض. (ابراهيم بوناب محمد امين، 2018/2019 ص10)
- السياحة الخضراء: الممارسة الأفضل هي أساس السياحة الخضراء، والمقصود بالممارسة الأفضل انتهاج كل ما من شأنه تكييف صناعة السياحة مع المتغيرات وضغوط السوق لتقديم افضل منتج سياحي ممكن، وفي السابق كانت السياحة تنتج خدمات ذات جودة عالية لكن على حساب البيئة والموارد الطبيعية، اما اليوم فان السياحة الخضراء في اطار مبدا الأفضل تنطوي على اتباع متكامل يشمل على إدارة البيئة كجزء لا يتجزأ من العمليات التي تقوم بها مؤسسات السياحة، حيث تساهم منظمة السياحة العالمية WTO ومجلس السفر والسياحة العالمي WTTC على تقديم برنامج مكثف للأعضاء يطلق عليه اسم البرنامج الكوني الأخضر لترسيخ ثقافة المحافظة على البيئة. (زروقي ايمان، 2022\2023، ص61).
- السياحة الموسمية: تعني اتجاه السياح في موسم معين نحو مناطق محددة دون أخرى، فترة الاقامة فيها تمتد من شهر إلى 3 أشهر، لارتباطها بعدة اعتبارات مختلفة كالمناخ والطبيعة، كتوجه السياح إلى الشواطئ في فصل الصيف للاستجمام والترفيه وممارسة الرياضات الشاطئية، بحيث يتضمن هذا النوع من السياحة صفة الدورية أين يتم تكرار الزيارة لنفس المكان في كل سنة. (فاتح سردوك، 2023\2024، ص26)
- السياحة الاثرية: تهتم بهذا النوع شريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم حيث يتم التركيز على زيادة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة، ويمثل هذا النوع نسبة 10 في المئة من حركة السياحة العالمية، ونجد هذا النوع من السياحة متمثل في في الاستمتاع بالحضارات القديمة. (زروقي ايمان، 2022\2023، ص61).

- سياحة المؤتمرات: وهي الانتقال المؤقت للأفراد الى المناطق التي تقام فيها مؤتمرات دولية او إقليمية او محلية او دورات تدريبية بصورة تسمح بالقيام ببعض الأنشطة الترفيهية الأخرى. (قمايز كنزة، تقار عبد المجيد، 2023\2022، ص5)
- سياحة المعارض: ترتبط بالمعارض التي تقام في الدول المختلفة، كالمعارض الصناعية والتجارية والفنية التشكيلية ومعارض الكتاب إضافة الى المعارض الدولية للسياحة وهذا النوع أصبح من اهم عوامل الجذب السياحي وعاملا من عوامل التنشيط السياحي. (زروقي ايمان، 2023\2022، ص62).
- السياحة الصحراوية: هي نوع من أنواع السياحة البيئية مجالها الصحراء بما فيها من مظاهر طبيعية تتمثل بالتجمعات فوق الكثبان الرملية، الرق، العرق، السير والجمال الجرداء والادوية الجافة والواحات الطبيعية، والغابات والقيعان، ومن مظاهر البشرية تتمثل بأسلوب حياة، وثقافة الشعوب الصحراوية المتنوعة والمنسجمة تماما مع طبيعة الصحراء ولتشكل في تفاعلها الطبيعي والبشري هذا نمطا غريبا عن أنماط الحياة المألوفة في المدن والارياف. (تالة أحلام، 2019\2018، ص10)
- السياحة الرياضية: وهو السفر من مكان لآخر داخل الدولة او خارجها من اجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات او من اجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة والاستمتاع بمشاهدتها، وعن الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة فنجدها متمثلة في ممارسة رياضة الغوص والتزلج على الماء والصيد، ويشترط في ممارستها توافر المقومات الخاصة بها من الشواطئ الساحرة، بالإضافة الى الملاعب والصالات وحمامات السباحة إذا كان الغرض إقامة الدورات والمسابقات الدولية. (ابراهيم بوناب محمد امين، 2019/2018، ص9)
- السياحة الثقافية: هي كل ما يدفع السياح للسفر من أجل لرؤية أشياء جديدة لم يكن يعرفها من قبل، وزيارة البلدان الاجنبية من أجل التعرف على ثقافتهم والمميزات التي يتصف بها شعوبها عن غيرهم، كما تشمل الرحلات التي يراد منها المشاركة في المهرجانات الدينية والثقافية والمناسبات الفنية. (فاتح سردوك، 2023\2024، ص25)
- 2.2.2. أشكال السياحة: فيما يتعلق باي بلد معين يمكن التمييز بين اشكال السياحة التالية: (زروقي ايمان، 2023\2022، ص62).
- السياحة المحلية: وتشمل الأشخاص المقيمين في البلد المعني للمسافرين داخل هذا البلد فقط.
- السياحة الوافدة: وتشمل الأشخاص غير المقيمين المسافرين في البلد المعني.
- السياحة الخارجية: وتشمل السكان المسافرين الى بلد اخر.
- اما من زاوية الطلب السياحي فان اشكال السياحة تأخذ الصيغ التالية:
- السياحة الداخلية: وتشمل السياحة المحلية والسياحة الوافدة.
- السياحة الوطنية: وتشمل السياحة المحلية والسياحة الخارجية.
- السياحة الدولية: وتشمل السياحة الوافدة والسياحة الخارجية.
- 3. تطبيق طريقة التحليل البنيوي لمناخ السياحة في الجزائر (طريقة MICMAC)
- سوف يتم التطرق في هذا المحور الى تطبيق طريقة التحليل البنيوي لمناخ السياحة في الجزائر (طريقة MICMAC)، من اجل تحليل العلاقات بين مكونات مناخ السياحة في الجزائر (المحددات) ومن ثم تحديد المتغيرات المفتاحية والمتغيرات الأكثر تأثيرا وتأثرا بمناخ السياحة في الجزائر، وتحليل النتائج التي تم التوصل اليها عن طريق MCMAC، والتي نعني بها

مصفوفة تطبيق تصنيف التأثيرات التقاطعية المضاعفة، matrice d' impacts croisés multiplication appliqués micmac)، classement، مصفوفة تطبيق تصنيف التأثيرات التقاطعية المضاعفة).

1.3. تحديد قائمة محددات المناخ السياحي في الجزائر، وإنشاء مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID).

1.1.3. تحديد قائمة محددات الاستثمار الأجنبي المباشر: للقيام بدراسة استشرافية للمناخ السياحي في الجزائر بطريقة التحليل البنيوي (MID)، يتم ادراج جميع المتغيرات التي تؤثر أو قد تؤثر بدرجة قوية أو بدرجة ضعيفة، حاليا أو في المستقبل، في المناخ السياحي في الجزائر، إذ تم في هذه الدراسة ادراج 24 متغيرة (محددات المناخ السياحي)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول 1: محددات المناخ السياحي في الجزائر.

N°	Intitulé long	Intitulé court	Description	Thème
1	الفنادق	فنادق	اول ما يبحث عنه السائح هي الفندق	اقتصادي
2	وفرة المناطق السياحية وتنوعها	مناطق سياح	المناطق السياحية هي التي تستقطب السياح	اقتصادي
3	تهيئة المناطق السياحية	تهيئة مناط	المناطق السياحية يجب ان يتم تهيئتها ونشاء المرافق الضرورية لاستقطاب السياح	اقتصادي
4	الترويج السياحي	ترويج سياح	الترويج السياحي هو الوسيلة الأساسية لتحسين صورة السياحة والتعريف بالمناطق السياحية من اجل استقطاب السياح	اقتصادي
5	اجراءات دخول السياح	اجراءات دخ	كل الإجراءات المطلوبة على السائح من طرف السلطات الجزائرية، بداية بشروط منح التأشيرة السياحية	اقتصادي
6	اجراءات دخول المستلزمات	دخول مستلزل	قد يحتاج السائح الى بعض المستلزمات خلال رحلته السياحية، لا سيما إذا كانت هذه الرحلة عبر البر، فقد يحتاج الى دراجة مثلا او سيارة او بعض مستلزمات ممارسة هوايته مثل تسلق الجبال وغير ذلك من المستلزمات	اقتصادي
7	الخدمات السياحية	خدمات سياح	توفر الخدمات السياحية ونوعيتها تلعب دورا في رضى السائح	اقتصادي
8	تسيير سياحي	تسيير سياحي	قطاع السياحة يتطلب تسيير وإدارة محكمة من اجل تطويره	اقتصادي
9	تقديم حوافز للمشاريع السياحية	حوافز مشاريع	الحوافز من شأنها تشجيع المستثمرين على الاستثمار في السياحة، وقد تكون هذه الحوافز في عدت اشكال كالإعفاءات الضريبية والقروض وغيرها من الحوافز	اقتصادي
10	تذبذب قيمة العملة	تذبذب عملة	يؤثر سعر الصرف على الإيرادات، حيث ان ارتفاع قيمة عملة البلد المضيف تؤدي الى انخفاض الطلب السياحي الاجنبي، والعكس يحدث عند انخفاض قيمة العملة	اقتصادي
11	بنية التحتية	بنية تحتية	(السكك الحديدية الطرق المطارات الموانئ...).	اقتصادي
12	البيروقراطية	بيروقراطية	مدى تعاون الموظفين مع السياح وتبسيط الأمور وشرحها، تشغيل الموظفين الأكفاء، وحجم الوثائق المطلوبة على السياح	اداري
13	الاستقرار السياسي والامني	إ-سياس أمني	استقرار الحكومة، الصراع الداخلي على السلطة، الديمقراطية، الانقلابات، والأمن.	سياسي
14	التمييز بين السياح الاجانب والمحليين	ت-أجانب محل	مدى التمييز بين السياح الأجانب والمحليين في طريقة المعاملة والاسعار ونوعية الخدمة وغيره	سياسي
15	العلاقات السياسية	علاقة سياس	مثلا قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر وإسرائيل تجعل من تواجد السياح الاسرائيليين في الجزائر ضربا من المستحيل، وكذلك الامر بالنسبة للمغرب فمنذ قطع العلاقات الدبلوماسية معها قل ما نجد سائحا مغربيا في الجزائر، أما العلاقة الحسنة بين الجزائر وروسيا أدت إلى قدوم معتبر للسياح الروس الى الجزائر	سياسي
16	انصاف السياح	إنصاف منازع	حماية السائح وانصافه إذا حدثت منازعة قضائية بينه وبين اي مواطن جزائري او بينه وبين	قانوني

دراسة استشرافية لمحددات المناخ السياحي في الجزائر

N°	Intitulé long	Intitulé court	Description	Thème
	الاجانب في المنازعات		الدولة الجزائرية	
17	افات اجتماعية	افات اجتماعية	(الجرائم والاعتداءات- السرقة -الفقر...)	اجتماعي
18	الصحة	صحة	(توفر العلاج وجودته قد يكون سبب قدوم السياح من اجل العلاج، او مدى توفر العلاج وجودته لما تحدث ازمة صحية للسائح خلال فترة تواجده في الجزائر)	اجتماعي
19	الثقافة السياحية لدى المواطنين	ثقافة سياح	ثقافة الافراد السياحية ونظرة المجتمع للسياحة	اجتماعي
20	التعليم	تعليم	نسبة المتعلمين من إجمالي السكان، وجودة التعليم	اجتماعي
21	البطالة	بطالة	معدل البطالة	اجتماعي
22	الموارد البشرية المدربة	مبشري مدرب	ان البشري المورد يعتبر من العناصر المهمة التي تحيا بها المنظمات والمحرك الأساسي لأي نشاط سياحي تقوم به، حيث يعتمد نجاح هذا النشاط على المورد البشري وكفاءته في الأداء، ومن هنا تأتي أهمية التدريب حيث أن للتدريب دور فعال في رفع كفاءة وقدرة ومهارات الموارد البشرية وتمكينهم من الإبداع والابتكار وتقديم الجديد والاحسن	اجتماعي
23	الموقع الجغرافي	موقع جغراف	القرب من البلدان التي تفضل السياحة في الجزائر، بسبب الطبيعة المناسبة لهؤلاء السياح	جغرافي
24	التأثير التاريخي	تأثير تاريخ	مخلفات الفترة الاستعمارية، والعلاقة مع المستعمر	تاريخي

المصدر: من إعداد الباحث.

2.1.3. إنجاز مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID) وتحديد العلاقة بين المتغيرات: يتم إنجاز مصفوفة مربعة مكونة من 24

سطر و 24 عمود (24*24)، بحيث ان المتغيرات (محددات السياحة) يتم ادراجها في السطر الأول من المصفوفة وإعادة ملاحا

في العمود الأول من نفس المصفوفة في حين تمثل الخانات الفارغة في وسط المصفوفة التقاطعات بين المتغيرات (محددات

السياحة)، بحيث يتم ملا هذه التقاطعات بدرجات تأثير المتغيرات في بعضها البعض، وهناك اربع درجات كما يلي:

0: يعبر عن عدم وجود تأثير مباشر للمتغيرة i (الاسطر) على المتغيرة j (الاعمدة).

1: يعبر عن وجود علاقة تأثير مباشرة ضعيفة للمتغيرة i على المتغيرة j.

2: تعبر عن وجود علاقة تأثير مباشرة متوسطة للمتغيرة i على المتغيرة j.

3: تعبر عن وجود علاقة تأثير مباشرة قوية للمتغيرة i على المتغيرة j.

P (potentielle المحتملة): تعبر عن احتمال وجود علاقة تأثير مباشرة في المستقبل.

وتكون المصفوفة كما يلي:

جدول 2: مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID)

	1: فنادق	2: مناطق سياح	3: تهيئة مناطق	4: ترويج سياح	5: اجراءات دخول مستقر	6: خدمات سياح	7: تسير سياحي	8: حوض مشايخ	9: اوقات اجتماع	10: اوقات اجتماع	11: اوقات اجتماع	12: اوقات اجتماع	13: اوقات اجتماع	14: اوقات اجتماع	15: اوقات اجتماع	16: اوقات اجتماع	17: اوقات اجتماع	18: اوقات اجتماع	19: اوقات اجتماع	20: اوقات اجتماع	21: اوقات اجتماع	22: اوقات اجتماع	23: اوقات اجتماع	24: اوقات اجتماع
1: فنادق	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2: مناطق سياح	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3: تهيئة مناطق	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4: ترويج سياح	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5: اجراءات دخول مستقر	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6: خدمات سياح	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7: تسير سياحي	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8: حوض مشايخ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24: اوقات اجتماع	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

المصدر: من إعداد الباحث بتطبيق برنامج MICMAC.

2.3. إبراز المتغيرات المفتاحية للمناخ السياحي في الجزائر.

بعد ان يتم ملا مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID) أعلاه في MICMAC يتم تصنيف المتغيرات لإبراز ومعرفة المتغيرات المفتاحية (المتغيرات المحورية الأساسية في المناخ السياحي في الجزائر)، وذلك باستخدام طريقة MICMAC، ولأجل ذلك لذلك يتم انجاز عدت عمليات كما يلي:

1.2.3. اختبار نسبة ملاءة مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID) وإستقراريتها: لكي تكون الدراسة صحيحة ونتائجها مقبولة ومعبرة أكثر عن الظاهرة المدروسة، يجب أن تحقق مصفوفة التأثيرات المباشرة شرط استقراريته، إضافة الى شرط معدل ملاءتها:

❖ اختبار معدل ملاءة مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID):

يتم في هذا الاختبار تطبيق شرط نسبة الملاءة التي لا يجب تجاوزها للمصفوفة (MID)، حيث يجب أن لا تتجاوز هذه النسبة (50%) وإلا فإن الدراسة لن تكون معبرة جيدا عن الظاهرة المدروسة. وقد تم تسجيل في هذه الدراسة نسبة ملاءة مقدرة ب 34.89583% كما هو موضح في الجدول أدناه، وبما ان شرط معدل الملاءة متوفر فان الدراسة معبرة عن الظاهرة المدروسة وبإمكاننا مواصلة بقية مراحل التحليل البنيوي (MICMAC).

جدول 3: خصائص مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID)

INDICATEUR	VALEUR
Taille de la matrice	24
Nombre d'itérations	2
Nombre de zéros	375
Nombre de un	40
Nombre de deux	62
Nombre de trois	57
Nombre de P	42
Total	201
Taux de remplissage	34,89583%

المصدر: من إعداد الباحث بتطبيق برنامج MICMAC.

❖ اختبار الاستقرارية:

يتم حساب نسبة الاستقرارية يتم حسابها آليا في برنامج MICMAC، وذلك عن طريق طرح المصفوفة $M(n-1)$ من المصفوفة Mn ثم طرح $M(n-2)$ من $M(n-1)$ ، وتتكرر هذه العملية إلى أن تستقر المصفوفة MID (حيث أن $\text{Nombre d'itérations (n)}$ يساوي عدد تكرارات عملية الطرح).

نلاحظ من الجدول أدناه أن نظام الدراسة مستقر بنسبة 101% في التأثيرات، ونسبة 104% في التأثيرات.

جدول 4: استقرارية مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID)

Itération	Influence	Dépendance
1	104 %	112 %
2	101 %	104 %

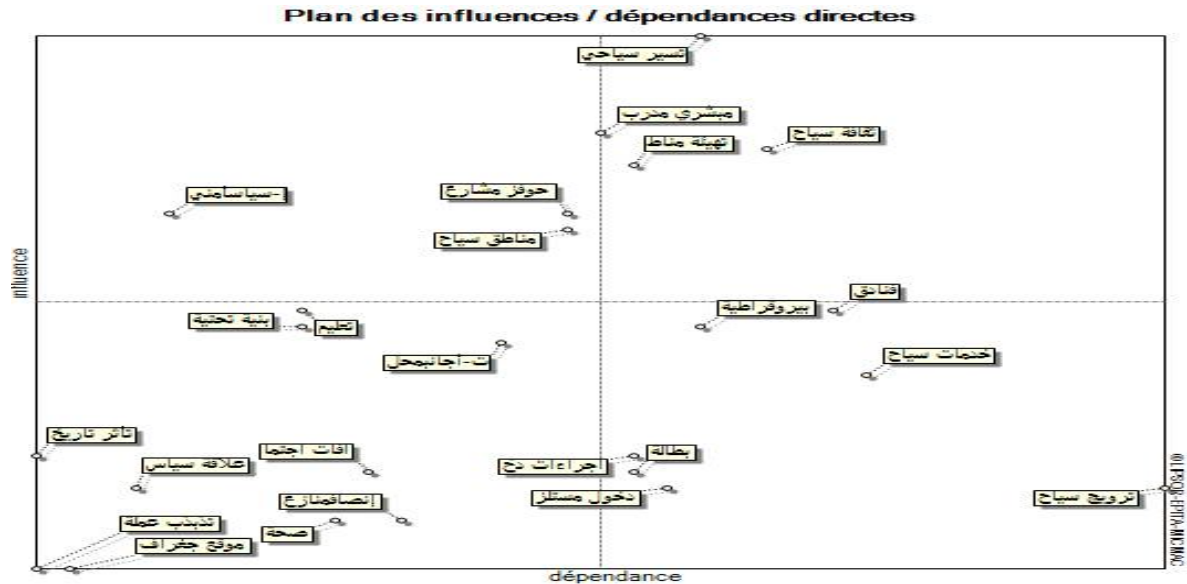
المصدر: من إعداد الباحث بتطبيق برنامج MICMAC.

بما ان مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID) يتوفر فيها شرطا نسبة الملاءة والاستقرارية، فإنها تعبر عن الظاهرة المدروسة (مناخ السياحة)، وبالتالي بالإمكان اعتماد وعرض وتحليل نتائج التي اسفر عنها برنامج التحليل البنيوي.

2.2.3. مرحلة عرض النتائج التي أسفر عنها برنامج التحليل البنيوي (MICMAC):

❖ مخطط التأثيرات والارتباطات المباشرة: يبين ويوضح هذا المخطط المتغيرات المفتاحية التي نتجت عن تأثير وتأثر المتغيرات فيما بينها (مصفوفة MID)، كما يلي:

شكل 1: مخطط التأثيرات والارتباطات المباشرة.



المصدر: من إعداد الباحث بتطبيق طريقة MICMAC.

من خلال المخطط أعلاه نستنتج أن المتغيرات المفتاحية الناتجة عن مصفوفة التأثيرات المباشرة (MID)، تظهر (المتغيرات المفتاحية) في المربع العلوي على اليمين في المخطط السابق، هي: الثقافة السياحية، التسيير السياحي، الموارد البشرية المدربة، تهيئة المناطق السياحية، الفنادق.

وما يظهر جليا كذلك من خلال المخطط ان متغيرة الترويج السياحي ليست مفتاحية ولكنها تقع في اقصى اليمين من مربع المتغيرات الأكثر تأثرا بمتغيرات الدراسة، وتليها متغيرة الخدمات السياحية، وهذا يدل بان المتغيرتين تتأثر بقدر كبير وبصفة مباشرة بجل متغيرات الدراسة، أي ان جل متغيرات الدراسة تؤثر في هاتين المتغيرتين، وبعبارة أخرى نستطيع القول ان هتين المتغيرتين هما الأكثر حساسية لمناخ السياحة في الجزائر، أي انه كلما تحسن مناخ السياحة في الجزائر كلما تحسنت الخدمات السياحية وزاد الترويج للسياحة في الجزائر، والعكس صحيح.

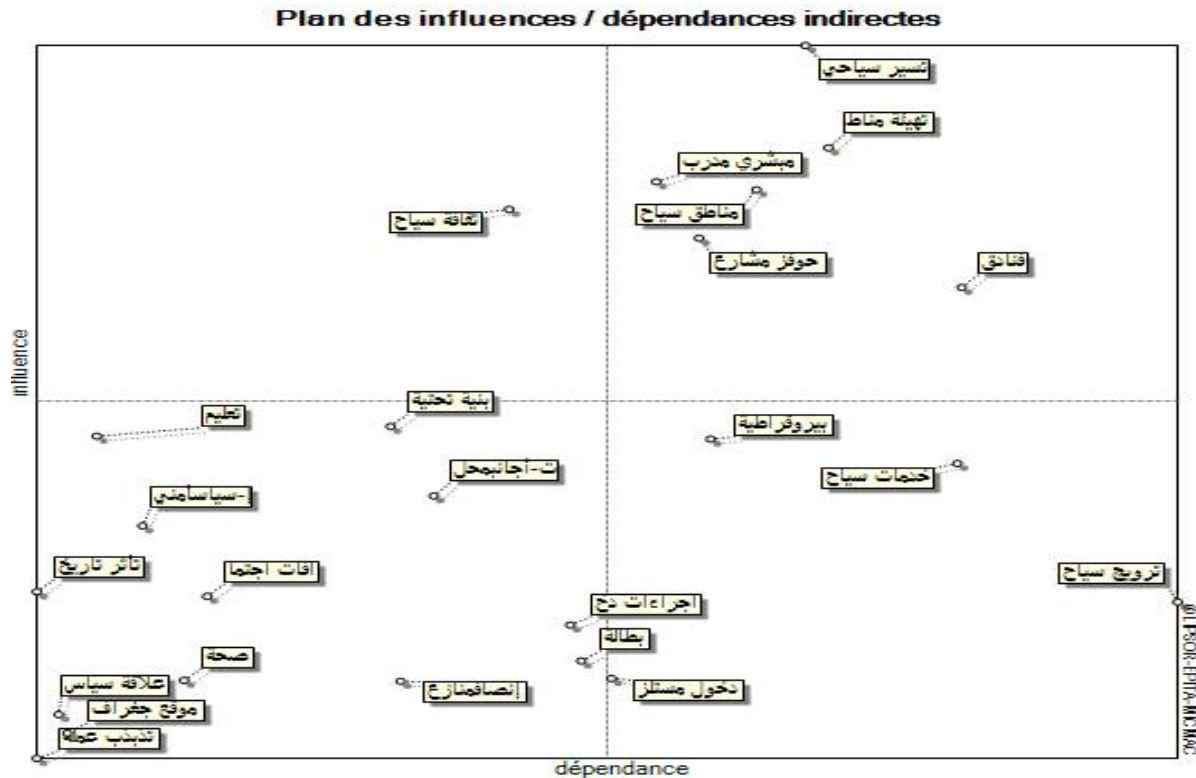
كما نلاحظ كذلك من خلال مربع التأثيرات (المربع العلوي جهة اليسار) ان المتغيرات التي تؤثر في مناخ السياحة ولا تتأثر كثيرا ببقية المتغيرات هي: الاستقرار السياسي والأمني، وتقديم حوافز للمشاريع السياحية، وتوفير المناطق السياحية. وبعد النتائج التي تم التوصل اليها من خلال مصفوفة (MID)، تتم مواصلة البحث عن نتائج أخرى من خلال مصفوفة التأثيرات الغير مباشرة (MII)، وكذلك مصفوفة التأثيرات الغير مباشرة المستقبلية (MIIP)، وهذا ما سوف يتم التطرق اليه في المراحل التالية.

❖ مخطط التأثيرات والارتباطات الغير مباشرة

هذا المخطط يبين التأثيرات الغير مباشرة التي اسفرت عنها مصفوفة التأثيرات الغير مباشرة (MII)، وبالتالي يتم من خلال هذا المخطط استنتاج المتغيرات التي تؤثر وتتأثر بصفة غير مباشرة بمناخ السياحة في الجزائر، وتسمى هذه المتغيرات (المتغيرات الخفية variable cachée)، وسميت بهذه التسمية لأنها لا تظهر كمتغيرات مفتاحية في مخطط التأثيرات المباشر

وتظهر كمتغيرات مفتاحية في مخطط التأثيرات الغير مباشرة ، أي انها لا تؤثر بصفة مباشرة، ولكن تؤثر بصفة غير مباشرة في مناخ السياحة في الجزائر، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل 2: مخطط التأثيرات والارتباطات الغير مباشرة.



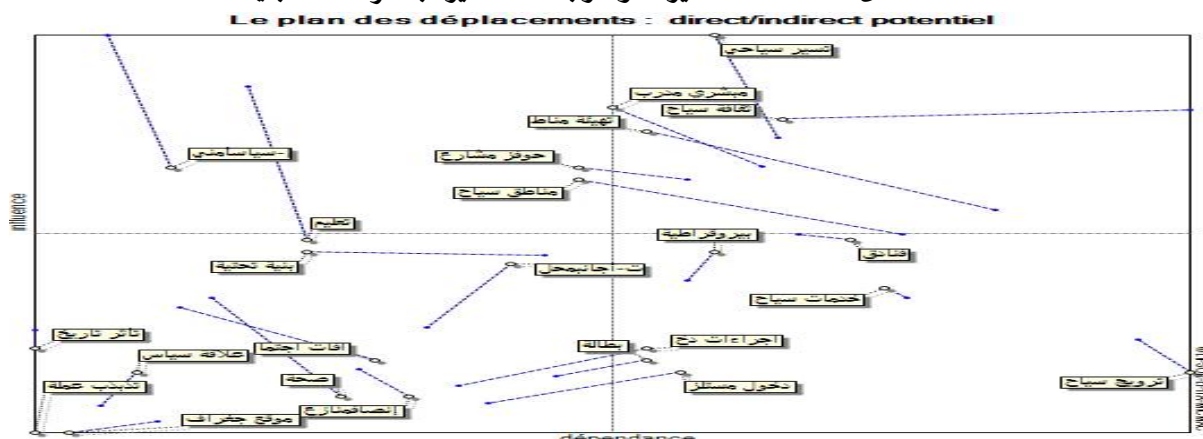
المصدر: من إعداد الباحث بتطبيق طريقة MICMAC.

ما نلاحظه هو أن متغيرتي (تقديم حوافز للمشاريع الاستثمارية ووفرة المناطق السياحية وتنوعها) لم تكن متغيرات مفتاحية في مخطط التأثيرات والتأثيرات المباشرة وأصبحت متغيرات مفتاحية في مخطط التأثيرات والتأثيرات الغير مباشرة، وهذا يدل على أن متغيرتي (تقديم الحوافز للمشاريع الاستثمارية ووفرة المناطق السياحية وتنوعها) لا يظهر تأثيرهما مباشرة في المناخ السياحي بالقدر الذي يجعل منها متغيرات مفتاحية ، ولكن تؤثر فيه بصفة غير مباشرة، أي انها تؤثر في متغيرات أخرى وسيطة وهذه الأخيرة هي التي تؤثر مباشرة في المناخ السياحي في الجزائر.

❖ منحى التأثيرات الغير مباشرة

يوضح المنحنى التالي التأثيرات الغير مباشرة المهمة في المناخ السياحي في الجزائر، بحيث يان السهم يبدأ من المتغيرة المؤثرة بصفة غير مباشرة في المناخ السياحي، ويتجه نحو المتغيرة المؤثرة مباشرة في المناخ السياحي. وما يتم ملاحظته أن التأثيرات الأكثر اهمية هي: (التسيير السياحي، تهيئة المناطق السياحية، وفرة المناطق السياحية، الثقافة السياحية) على الترويج السياحي، بدرجات (989 ، 816 ، 755 ، 752) بالترتيب، وتأثير (التسيير السياحي، تهيئة المناطق السياحية، الفنادق) على الخدمات السياحية، بدرجات: (791، 668، 552) على التوالي. ومنه نستنتج أن المتغيرتين: (الترويج السياحي، الخدمات السياحية) تؤثران بصفة مباشرة في المناخ السياحي في الجزائر، عن طريق متغيرات وسيطة: (التسيير السياحي، تهيئة المناطق السياحية، وفرة المناطق السياحية، الثقافة السياحية، الفنادق) والتي تسمى بالمتغيرات الخفية (variables cacher) لأنها تؤثر بصفة غير مباشرة في المناخ السياحي.

شكل 4: مخطط التأثيرات والارتباطات الغير مباشرة المستقبلية



المصدر: من إعداد الكاتب بتطبيق طريقة MICMAC.

❖ تحليل النتائج:

من خلال ما تم التطرق اليه في العمليات السابقة باستخدام طريقة التحليل البنيوي MICMAC تم استنتاج المتغيرات المفتاحية والمتغيرات الأكثر تأثيرا والمتغيرات الأكثر تأثرا بمناخ السياحة في الجزائر، وتتمثل هذه المتغيرات فيما يلي:

الثقافة السياحية، التسيير السياحي، الموارد البشرية المدربة، تهيئة المناطق السياحية، الفنادق، تقديم حوافز للمشاريع الاستثمارية، وفرة المناطق السياحية، تهيئة المناطق السياحية، التعليم، الاستقرار السياسي والأمني، الخدمات السياحية، الترويج السياحي.

أي أنه من أجل تحسين مناخ السياحة في الجزائر، يجب تحسين هذه المتغيرات من خلال استكشاف مناطق سياحية جديدة وتهيتها وتوفير الخدمات السياحية وجودتها وبناء الفنادق، وتقديم التعليم وجودته للمواطن من أجل اكتسابه الثقافة السياحية، وتدريب الموارد البشرية في السياحة، وضرورة التسيير والإدارة المحكّمة من أجل تطويره قطاع السياحة، وتقديم حوافز تشجيعية للمشاريع الاستثمارية، وضرورة الترويج السياحي من أجل التعريف بالسياحة والمناطق السياحية في الجزائر، وضرورة توفر الاستقرار السياسي والأمني من أجل قدوم السياح إلى الجزائر.

4. خاتمة:

من اجل تهيئة مناخ سياحي جذاب للسياح الأجانب والمحليين على حد سواء تم القيام بدراسة استشرافية باستخدام أداة من أدوات الاستشراف الاستراتيجي (MICMAC) التحليل البنيوي لمتغيرات الدراسة، وقد تم التوصل الى النتائج التالية:

1.4. النتائج:

تتمثل المتغيرات المفتاحية والمتغيرات الأكثر تأثيرا والمتغيرات الأكثر تأثرا بمناخ السياحة في الجزائر فيما يلي:

- ✓ تقديم حوافز للمشاريع الاستثمارية، وفرة المناطق السياحية: هتين المتغيرتين تؤثران في مستقبل المناخ السياحي وتتاثران ببقية متغيرات الدراسة.
- ✓ متغيرة الثقافة السياحية تؤثر في مستقبل مناخ السياحة وتتاثر كذلك بشدة ببقية المتغيرات الدراسة.
- ✓ متغيرتي التعليم، الاستقرار السياسي والأمني تؤثران بشدة في مناخ السياحة ولكنها لا تتأثر كثيرا ببقية متغيرات الدراسة.
- ✓ متغيرتي الترويج السياحي، الخدمات السياحية تؤثران بشدة في مستقبل المناخ السياحي.
- ✓ (التسيير السياحي، الموارد البشرية المدربة، تهيئة المناطق السياحية، الفنادق): متغيرات مفتاحية تؤثر بشدة في المناخ السياحي في الجزائر، وتتاثر ببقية متغيرات الدراسة.

✓ كل دراسة استشرافية تستوجب وضع استراتيجية.

✓ الاستراتيجية: عبارة عن جميع قواعد سلوك الفاعل التي تسمح له بتحقيق أهدافه، حيث تحقق ما هو مرغوب فيه وتجنب ما هو غير مرغوب فيه، أي أنها تتكون من التكتيكات التي تتوافق مع القرارات التي سيتم اتخاذها وفقا للسيناريوهات المختلفة للتطور المحتمل لتحقيق الأهداف.

✓ التخطيط الاستراتيجي: يأخذ في الاعتبار عدم استقرار المحيط، وتكييف أهدافه وفقا لذلك.

✓ كل دراسة استشرافية تستوجب وضع استراتيجية، وان الاستراتيجية عبارة عن جميع قواعد سلوك الفاعل التي تسمح له بتحقيق أهدافه حيث تحقق ما هو مرغوب فيه وتجنب ما هو غير مرغوب فيه، أي أنها تتكون من التكتيكات التي تتوافق مع القرارات التي سيتم اتخاذها وفقا للسيناريوهات المختلفة للتطور المحتمل لتحقيق الأهداف، وان التخطيط الاستراتيجي يأخذ في الاعتبار عدم استقرار المحيط، وتكييف أهدافه وفقا لذلك.

2.4. التوصيات: من خلال النتائج السابقة، تم اقتراح التوصيات التالية:

من اجل تحسين مناخ السياحة في الجزائر، يجب تحسين المتغيرات المذكورة في النتائج، وذلك من خلال استكشاف مناطق سياحية جديدة وتهيتها وتوفير الخدمات السياحية وجودتها وبناء الفنادق، وتقديم التعليم وجودته للمواطن من اجل اكتسابه الثقافة السياحية، وتدريب الموارد البشرية في السياحة، وضرورة التسيير والإدارة المحكمة من اجل تطويره قطاع السياحة، وتقديم حوافز تشجيعية للمشاريع الاستثمارية، وضرورة الترويج السياحي من اجل التعريف بالسياحة والمناطق السياحية في الجزائر، وضرورة توفر الاستقرار السياسي والأمني من اجل قدوم السياح الى الجزائر.

5. قائمة المراجع:

1. ابراهيم بوناب محمد امين، دور رأس المال البشري في تحسين أداء القطاع السياحي في الجزائر، اطروحة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة الجزائر3، 2019/2018.
2. آية بوقرو، انور جاهي، تنمية المورد البشري لترقية الخدمات السياحية الفندقية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، 2022/2021.
3. بخوش بلال، مهري عبد المالك، الصناعة السياحية في الجزائر كركيزة لبناء نموذج اقتصادي ناجح من منظور التنوع الاقتصادي، مجلة الجغرافيا الاقتصادية، المجلد 01، العدد 02 (2024).
4. تالة أحلام، دور العلاقات العامة في تنمية السياحة الصحراوية، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2019/2018.
5. خالد محمد سمير محمد، السياحة الرياضية كأحد دعائم السياحة المستدامة لرؤية مصر 2030_ دراسة تحليلية، المجلة العلمية للبحوث التطبيقية في المجال الرياضي- وزارة الشباب والرياضة، المجلد 5 العدد 1، 2024، ص 271.
6. فاتح سردوك، دور تسويق السياحة الصحراوية في تنشيط السياحة الداخلية بالجزائر دراسة حالة إقليم الاهقار، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2023/2024.
7. قمايز كثر، تقار عبد المجيد، السياحة الدينية وأثرها في التنمية الاقتصادية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت، 2023/2022.
8. صفية خميري، تنمية الموارد البشرية السياحية كآلية لتطوير السياحة في الجزائر، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في ميدان الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2019/2018.
9. محمد سليم قلالة، قيس الهمامي، الاستشراف الاستراتيجي للمؤسسات والأقاليم، مخبر الابتكار والاستشراف الاستراتيجي والتنظيم، باريس.
10. زروقي إيمان، دور التسويق الالكتروني في تنشيط السياحة، مذكرة ماستر في علم اجتماع الاتصال، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2022/2023.
11. Geoffrey Delcroix, prospective, Défense Et Surprise stratégique Le stratège, L'improbable Et L'inattendu, Travaux Et Recherches De prospective – N°25, Paris, Mars 2005.
12. Michel Godet, Régine Monti, Francis Meunier, Fabrice Roubelat, La boîte à outils de prospective stratégique, Laboratoire d'Investigation en Prospective, Stratégie et Organisation (LIPSOR) - Cahier n° 5 -, paris, Cinquième édition mise à jour Juin 2004.
13. 14-Michel Godet, prospective, prévision et panification, Pluralisme et complémentarités, Futuribles Novembre 1983.