

التخطيط للسياحة المستدامة و انعكاسه على قدرتها التنافسية في المناطق شبه الصحراوية (منطقة بني وليد - دراسة حالة)

إعداد : د . عبد السلام محمد أحمد الحاج

أستاذ مشارك بكلية التربية -

جامعة بني وليد - ليبيا

abdusalamalhaj@gmail.com

ملخص :

يعرف التخطيط للسياحة بأنه رسم صورة مستقبلية للنشاط السياحي داخل الدولة ، و في فترة زمنية محددة ، و ذلك بغية إرساء و توطین سياحة مستدامة داخل الدولة لتكون مورداً من موارد الدخل فيها ، و في المناطق الصحراوية و شبه الصحراوية تبرز العديد من المقومات التي تؤهلها لقيام سياحة مستدامة تنافس غيرها من القطاعات داخل الدولة ، و لذلك يبرز تساؤلین مفادهما (هل يمكن إعداد خطط محكمة لقيام سياحة مستدامة بهذه المناطق ؟ و كيف يمكن أن تساهم هذه الخطط في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية فيها ؟) ، و تهدف الإجابة على هذين التساؤلین إلى تحديد مواطن الضعف و القوة في البرامج السياحية المعتمدة في هذه المناطق ، و الفرص و التحديات التي تواجهها و إبراز دور التخطيط في رفع مستوى التنافسية ، و توضيح قدرة هذه المناطق على إقامة سياحة مستدامة تساعد في تنميتها و تطويرها ، و توفير فرص عمل للباحثين عن العمل في هذه المناطق ، و رسم صورة مستقبلية واضحة المعالم للسياحة في المناطق شبه الصحراوية التي تمثل منطقة بني وليد أنموذجاً مثالياً يمكن القياس عليه في غيرها من المناطق ، و للوصول إلى نتائج دقيقة و موضوعية يستخدم منهج دراسة الحالة الذي يعتمد عدد من المناهج كالوصفي و الإستقرائي كما يعتمد على تحليل سوات في تحليل في نقاط القوة و الضعف و الفرص و التحديات بالمناطق شبه الصحراوية بوجه عام و في منطقة بني وليد على وجه الخصوص .

كلمات مفتاحية : التخطيط السياحي - التنافسية - التنمية السياحية المستدامة

Abstract :

Tourism planning defines a future picture of tourism activity within the country within a specific period of time in order to establish and establish sustainable tourism within the country as a source of income resources. In desert and semi-desert areas, many of the elements that qualify for tourism Sustainable, and competitive sectors compete with other sectors within the country, and therefore the question arises: can we prepare solid plans for sustainable tourism in these areas and how can these plans increase the competitiveness of tourism institutions ?

The aim of these two questions is to identify the strengths and weaknesses of the tourism programs adopted in these areas, the opportunities and the challenges they face and to highlight the role of planning in raising the level of competitiveness and to clarify the ability of these regions to establish sustainable tourism that helps in their development and development, Providing job opportunities for job seekers in these areas, and drawing a clear future picture for tourism in semi-desert areas, which represents the Beni Walid region, is an ideal model that can be measured in other areas. To reach accurate and objective results, Of the curriculum k The descriptive and inductive also depends on the analysis of Swat in the analysis of the strengths and weaknesses (Is it possible to prepare plans for the establishment of sustainable tourism in these areas? How can these plans contribute to increasing the competitiveness of tourism institutions?), The answer to these questions is to identify the weaknesses and strength in tourism programs, and to reach accurate results and Objectivity The case study approach, which adopts a number of approaches as descriptive and inductive, is based on Swat analysis in analyzing the strengths, weaknesses, opportunities and challenges of the semi-desert areas in general and in the Bani Walid region in particular.

Keywords: Competitive Tourism Planning Sustainable Tourism Development

مقدمة :

برزت السياحة في العصر الحديث كموردٍ إقتصادي لا يستهان به ، كونها تلعب دوراً مهماً في الرفع من مستوى الدخل القومي و تحسين ميزان المدفوعات التجاري ، و كمصدرٍ للحصول على النقد الأجنبي ، و لذلك تُعتبر من القطاعات المهمة في كثير من الدول لأنها توفر فرص عمل كثيرة فيما يتعلق بها من أعمال كالنقل و الخدمات الفندقية و غيرها ، و لذلك توليها الدول أهمية خاصة ، لأنها تسهم في التحفيز الإيجابي لبقية القطاعات الاقتصادية لتحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات و تحقق الرفاه لسكانها ، و هي في مضمونها ظاهرة اجتماعية لأنها نشاط أساسي في حياة الأفراد تتسع دائرة تأثيرها لتشمل جوانب متعددة من نشاطات المجتمع كالجوانب الاقتصادية و الثقافية و الاجتماعية ، و بالتعمن في أوضاع السياحة حول العالم يلاحظ أن السياحة تطوّرت بشكل لافت ، حيث نمت في العقود القليلة الماضية نمواً كبيراً و مستداماً من حيث عدد السياح و عائدات السياحة و الأنشطة المرتبطة بها ، و هذا ما نتج عنه آثاراً اقتصادية و اجتماعية و ثقافية و بيئية واسعة النطاق ، بل تعدى الأمر ذلك إلى اعتبار السياحة أحد أهم وسائل التقارب بين الشعوب و الدول ، و بدأت تدخل كعنصر مؤثر في حسابات الساسة و صناع القرار ، و الجدير بالذكر هو أن السياحة في عالمنا اليوم لم تعد تخضع للصدفة و العشوائية ، بل بدأ التخطيط يأخذ مكانته في صدارة المقومات التي تعتمد عليها السياحة ، و أصبحت التنافسية لاعباً رئيساً في تنشيط السياحة و تطويرها ، و بالتالي أصبحت الميزة التنافسية متغيراً مستقلاً و بقية مقومات السياحة متغيرات تابعة ، لأن الهدف التي تسعى كل الدول التي تهتم بتطوير قطاعها السياحي إلى تحقيقه هو رفع مستوى الميزة التنافسية لقطاعها السياحي ، و ذلك لأن السياحة لم تعد كما كانت قطاعاً هامشياً لا يُعول عليه في رفع المستوى الاقتصادي للدولة ، و تحقيق التنمية المستدامة ذات الأبعاد الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و البيئية .

مشكلة البحث :

تسعى ليبيا كغيرها من الدول المهتمة بالسياحة للرفع من مستوى القطاع السياحي لديها ، و ذلك بالعمل على تقديم أفضل الخدمات السياحية سواءً للسياح القادمين إليها أو أولئك المتنقلين داخل الدولة ، و ذلك لاعتماد السياحة كمورد اقتصادي مستدام ، و هذا السعي يتمثل في تطوير المرافق و البرامج السياحية على حدٍ سواء و خلق حالة من التنافسية بين مناطق الجذب السياحي فيها ، و تأتي المناطق شبه الصحراوية في طليعة المتنافسين لما لها من مقومات تؤهلها لخوض غمار هذه المنافسة إلا أن السياحة ليست مقومات فقط بل هي منظومة كاملة من البرامج و البنى التحتية يأتي في مقدمتها التخطيط للسياحة و هنا يبرز تساؤلين مفادهما (هل يمكن إعداد خطط محكمة لقيام سياحة مستدامة بهذه المناطق ؟ و كيف يمكن أن تساهم هذه الخطط في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية فيها ؟) ، الإجابة على هذين التساؤلين ليست بنعم أو لا بقدر ما تعني التفكير العميق في التخطيط المحكم للرفع من مستوى الخدمات السياحية و بالتالي الرفع من مستوى الميزة التنافسية لها .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى ما يلي :-

- إلى تحديد مواطن الضعف والقوة في البرامج السياحية المعتمدة في هذه المناطق.
 - رصد الفرص والتحديات التي تواجهها وإبراز دور التخطيط في رفع مستوى التنافسية .
 - توضيح قدرة هذه المناطق على إقامة سياحة مستدامة تساعد في تنميتها وتطويرها ، و توفير فرص عمل للباحثين عن العمل في هذه المناطق .
 - رسم صورة مستقبلية واضحة المعالم للسياحة في المناطق شبه الصحراوية التي تمثل منطقة بني وليد
- أنموذجاً مثالياً يمكن القياس عليه في غيرها من المناطق.

منهجية الدراسة :

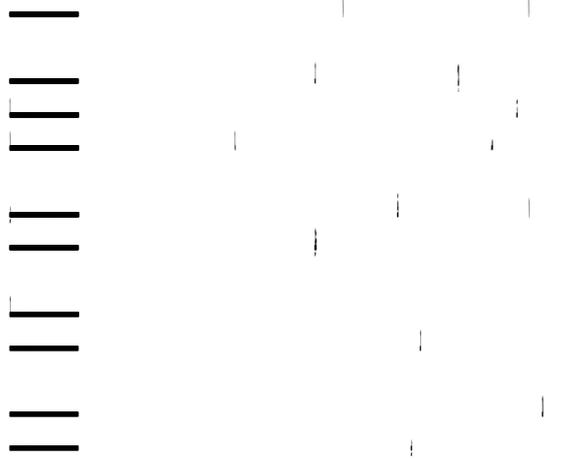
للوصول إلى نتائج دقيقة و موضوعية يستخدم منهج دراسة الحالة الذي يعتمد عدد من المناهج كالوصفي و الإستقرائي كما يعتمد على تحليل سوات في تحليل في نقاط القوة و الضعف و الفرص و التحديات بالمناطق شبه الصحراوية بوجه عام و في منطقة بني وليد على وجه الخصوص .

السياحة المستدامة :

تتوّعت مفاهيم السياحة كنتاج لتعدد أنواعها و التخصصات العلمية التي تناولتها بالدراسة ، ففي حين اعتبرها البعض ظاهرة حضارية قوامها الأخذ و العطاء في كل جوانبها المادية والمعنوية (المشهداني 1982 ، ص 29) ، يراها آخر أنها عملية انتقال من مكان إلى آخر بغية طلب الراحة و تغيير الهواء و البحث عن الراحة و الاستجمام دون أن يخالط سبب الانتقال رغبة في العمل أو تقديم الخدمات (كامل ، 1975 ، ص ص 16 – 15) ، و ربطها شراكتيهون بالاقتصاد فعرفها على أنها التفاعلات الاقتصادية المباشرة و غير المباشرة التي تنتج عن قدوم الزوّار إلى إقليم أو دولة بعيداً عن محل إقامتهم الأصلي ، و هذه التفاعلات هي التي توفر ما يحتاجون إليه من خدمات و تشبع حاجاتهم المختلفة طوال فترة إقامتهم بالمكان القادمين إليه (ناقور ، 2003 ، ص 16) ، و هذا اختلف عما ذهب إليه الباحث الإنجليزي نورفال الذي اعتبر كل شخص دخل لأي بلد أجنبي لأي غرض عدا اتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة له أو القيام بعمل منتظم مستمر يُعد سائحاً (الحريري ، 1991 ، ص 18) ، و عرفتھا المنظمة العالمية للسياحة (WTO) على أنها أحد الأنشطة المتعلقة بخروج الفرد عن محيطه الذي يعيش فيه ، لمدة لا تتجاوز سنة متواصلة ، لغرض الترفيه و الاستمتاع ، أو غير ذلك بشرط ألا يكون تنقله لغرض ممارسة عمل للحصول على دخل ، و هذا التعريف اتفق مع تعريف لجنة الخبراء الاقتصاديين التابعة للأمم المتحدة في العام 1973 للسائح حيث اعتبر كل من يسافر إلى مكان غير الذي يقيم فيه بصفة دائمة و يمكنه به أكثر من 24 ساعة لغير غرض العمل سائحاً (هاني ، 2013 ، ص 73) ، و تطوّر المفهوم إلى ما أصبح يعرف اليوم بأسم السياحة المستدامة و التي تركز على ضرورة انتقال السياحة إلى الاستدامة كنشاط اقتصادي ،

ففي العام 1988 م اقترحت المنظمة العالمية للسياحة مبدأ السياحة المستدامة (المنظمة العالمية للسياحة ، 2001 ، ص 3) ، و هذه الاستدامة تعني توافق الجوانب الثلاث المرتكزة عليها و المتمثلة في (الإستمرارية - حق الأجيال القادمة - المحافظة على البيئة) - شكل رقم (1)

شكل رقم (3) - جوانب الاستدامة

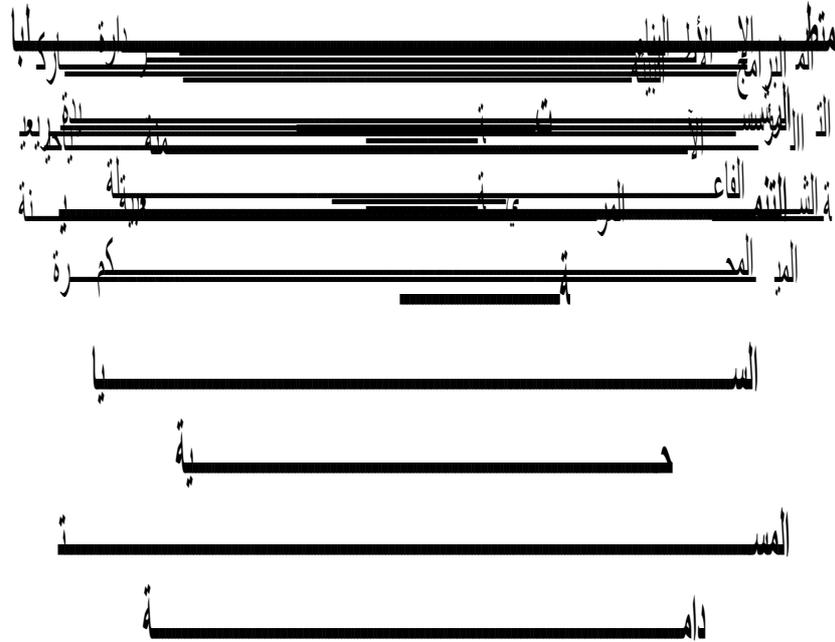


المصدر : من عمل الباحث

و باعتبار السياحة قطاعاً متجدداً صُنفت ضمن البرامج التنموية المستدامة ، خاصة إذا صاحبها إدارة رشيدة تحافظ على المحيط البيئي ، مما يكسبها صفة الاستدامة بشكل تام ، و تُعد السياحة المستدامة نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار و المنطقة المضيفة لهم مما يؤدي إلى حماية و دعم فرص التطوير في المستقبل بما يضمن إدارة جميع المصادر بطريقة توفر المتطلبات الاقتصادية و الاجتماعية و تشبع الحاجات الروحية ، و في ذات الوقت تحافظ على الواقع الحضاري و النمط البيئي الضروري للتنوع الحيوي و جميع مستلزمات الحياة و أنظمتها (حنون ، 2015 ، ص 31) ، و لذلك يمكن تعريف السياحة المستدامة على أنها نشاط مستمر يحافظ على البيئة و يضمن حق الأجيال القادمة ، و يتداخل مع مفهوم التنمية السياحية المستدامة التي عرفها الإتحاد الأوربي للبيئة و المنزهات القومية في سنة 1993 على أنها نشاط يحافظ على البيئة و يحقق التكامل الاقتصادي و الاجتماعي و يرتقي بالبيئة المعمارية ، و هي تنمية تقابل و تشجع احتياجات السياح و المجتمعات المضيفة الحالية و ضمان استفادة الأجيال القادمة في المستقبل ، هي في ماهيتها تعني إدارة المرافق السياحية بما يحقق المستهدف من العائدات الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية مع الإبقاء على القيمة الثقافية و التراثية و استمرارية العمليات الحيوية و التنوع الحيوي ، و مقومات الحياة الأساسية ، و لا يمكن تحقيق التنمية السياحية المستدامة دون إجراء الدراسات العلمية المستفيضة ، و إعداد الخطط و البرامج لها سواء داخل إقليم مجدّد أو داخل الدولة ككل (قطاف و أخريات ، 2012 ، ص 4) ، و التنمية السياحية تحقق الاستدامة بجوانبها المتعددة فعلى الصعيد الاقتصادي تساعد في النمو الذاتي الذي يعتمد على مبادئ الاقتصاد الكلي الذي يركز على توازن سوق النقود و سوق السلع و الخدمات و سوق العمل ،

إلى جانب اعتماده على قواعد الاستثمار المتمثلة في مخصصات الميزانية للقطاعات و معدلات الاستثمار و مستوى الإنتاجية ، و يهنا تهدف الاستدامة إلى تحقيق أكبر قدر من النمو دون الإفراط في عبء الديون التي يتم نقلها إلى الأجيال القادمة ، أما على الصعيد البيئي فتتمثل الاستدامة في مكافحة التلوث و المحافظة على الموارد غير المتجددة كما تعمل على نقل رأس المال الطبيعي للأجيال القادمة ، و على الصعيد الاجتماعي تتمثل الاستدامة في مكافحة الفقر و التفكك الاجتماعي ، و القضاء على البطالة بتوفير فرص العمل ، و تحقيق الرفاهية الاجتماعية و الاقتصادية ، و خلاصة القول فالتنمية السياحية المستدامة هي التي تلبى احتياجات السياح و المواقع المضيفة إلى جانب حماية و توفير الفرص للمستقبل ، و هي مجموعة من القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و يتحقق معها التكامل الثقافي و العوامل البيئية و التنوع الحيوي و دعم نظم الحياة (الجلد ، 2002 ، ص 51) ، وتتطلب التنمية السياحية المستدامة العديد من المتطلبات يوضحها الشكل رقم (2).

شكل رقم (2) متطلبات التنمية السياحية المستدامة



الاتجاهات الحديثة في السياحة :

تعتبر السياحة في العصر الحديث نشاطاً ديناميكياً ذو تأني متبادل و فعّال يشمل جميع الأنشطة الاقتصادية في الدولة ، و خارجها ، و تسهم في تحسين المستوى المعيشي للسكان ، كما أنها تساعد على التبادل الثقافي و الفكري بين الجماعات البشرية ، و في هذا الصدد حددت المنظمة العالمية للسياحة 185 نشاطاً متعلقاً بالسياحة حول العالم ،

و هذا ما يعكس الاهتمام الكبير بالقطاع السياحي كمورد اقتصادي بالغ الأهمية ، حيث بينت الإحصاءات التزايد الكبير في أعداد السياح و عائدات السياحة - جدول رقم (1)

جدول رقم (1) - تطور أعداد السياح و العائدات السياحية (2016 – 2011)

العائدات من السياحة		السياح		السنة
معدل النمو	القيمة بالمليار دولار	معدل النمو	العدد بالمليون	
-	1073	-	998	2011
2.6	1220	4.4	1235	2016

المصدر : (منظمة التعاون الإسلامي ، 2017 ، ص 1)
 بالتمتعن في الجدول السابق يلاحظ ضخامة العائدات الناجمة عن السياحة ، و ذلك تبعاً لتزايد عدد السياح ، و بقسمة العائدات على أيام السنة و أعداد السياح في العام 2016 تبين أن عائدات اليوم الواحد بلغت 3.34 مليار دولار أي ما يعادل 988 دولار لكل سائح وافد (منظمة التعاون الإسلامي ، 2017 ، ص 1) ، و قد بينت الإحصاءات التي رصدتها المنظمة العالمية للسياحة التابعة للأمم المتحدة أن أوروبا استأثرت بما نسبته 49.8 % من إجمالي عدد السياح في العام 2016 في حين لم تتجاوز نسبة السياح الوافدين للشرق الأوسط 4.34 % ، و هذه النسبة الضئيلة لم تساهم ليبيبا فيها بأي سائح ، و هذا بالطبع انعكس على عائدات السياحة التي كانت أوروبا أكبر المستفيدين منها ، حيث بلغت عائداتها 447.4 مليار دولار و أقل المستفيدين أفريقيا إذ بلغت عائداتها 34.8 مليار دولار في حين بلغت عائدات دول الشرق الأوسط 57.6 مليار دولار (منظمة التعاون الإسلامي ، مرجع سابق ، ص 77) ، و يستخلص مما تقدم أن عالم اليوم ينظر للسياحة على أنها قطاعاً رئيساً تجلب العديد من الفوائد أولها العائدات الاقتصادية التي تقدر بالمليارات ، و تأتي بعدها بقية الفوائد كتنقل الثقافات و تبادل الأفكار التي تسهم في تطوّر المجتمعات ، و كل ذلك لم يأت بشكل عشوائي بل كان نتيجة للتخطيط السليم و العمل الدؤوب على إعداد البنى التحتية المساعدة للقطاع السياحي ، و قبل ذلك كله تنمية السلوك السياحي الراقي لدى السكان لكي يتقبلون فكرة قدوم الآخر لبلدانهم و تقديم الخدمات إليه و العمل على راحته طيلة فترة مكوثه بينهم للاستفادة القصوى منه ، و هذا ما أصبح يعرف بالاتجاهات الحديثة في السياحة.

السياحة في ليبيا :

على الرغم من تعدد مقومات الجذب السياحي في ليبيا إلا أن قطاع السياحي لازال في المراتب الأخيرة من حيث الاهتمام و العائدات التي يحققها ، و ذلك لعدة أسباب متداخلة ، يمكن إيجازها في عدم اهتمام القطاع الخاص بالسياحة و قلة المؤسسات و الجمعيات الخاصة التي تهتم بها ، و تراجع مستويات الأجور و قلة الإنفاق الحكومي على القطاع السياحي و عدم الاهتمام بالبنى التحتية ، هذا بالإضافة إلى عدم الوعي لدى السكان بالفوائد الجمة الناجمة عن النشاط السياحي و عدم وجود تشريعات تسهل القيام بالأنشطة المتعلقة بالسياح ، كالصرافة و عدم تقييد حركة السياح و غيرها (العموري ، 2018 ، ص ص 437 ، 438) ،

و على مستوى الخارطة السياحية في ليبيا تشير بيانات مركز المعلومات والإحصاء السياحي أن إجمالي عدد المناطق المخرطة سياحياً 91 منطقة بمساحة بلغت 10724.07 هكتار ، و عدد المناطق المحددة سياحياً 58 منطقة بمساحة بلغت 22252.8 هكتار ، و بقياس فاعلية السياحة الفندقية و المؤسسات المشابهة تبين أن إجمالي عدد الفنادق 277 فندق بإجمالي عدد غرف 13916 غرفة ، و عدد أسرة بلغ 27334 سرير ، منها 89 فندقاً مصنفاً بها 7009 غرف في حين بلغ العدد الكلي للمقاهي و المطاعم 1055 مقهى و مطعم ، و يقوم بالخدمة السياحية في ليبيا عدد 828 مؤسسة منها 304 شركة سياحية بمتوسط عمالة 3040 عامل ، و 459 تشاركية (شركة صغيرة) بمتوسط عمالة 2295 عامل ، و 65 مكتباً للسفر و السياحة و عدد العاملين بها 130 عامل ، و في سنة

2008 م بلغ عدد الزوار 759771 زائر منهم 685120 نزلاء بالفنادق والقرى السياحية ، بحيث كان متوسط إقامتهم بهذه المرافق 7 أيام منفقين ما متوسطه 120 دولار في اليوم ، بحيث يُقدر إجمالي مصروفاتهم 575.5 مليون دولار (**الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق ، 2009 : ص 320**) . ، و بالإطلاع على بعض الإحصاءات التي أصدرتها الأمم المتحدة لوحظ أن ليبيا إختفت تماماً من خارطة السياحة الدولية بعد عام 2011 وذلك لما تعرضت له من أحداث أثرت بشكل سلبي على تدفق السياح إلى ليبيا ، وبالتمعن في مناطق الجذب السياحي في ليبيا تأتي المناطق شبه الصحراوية كأحد مناطق الجذب السياحي ففي منطقة بني وليد التي تتوسط شمال غرب ليبيا ، في المنطقة الانتقالية تضاريسياً ومناخياً ، ساهم موقعها إلى حد كبير في إكتساب المنطقة إلى العديد من المقومات الطبيعية والحضارية التي تجذب العديد من السياح المهتمين بهذه المقومات ، و تمتلك من المقومات ما يؤهلها لأن تكون بؤرة للجذب السياحي في ليبيا ، فبقدر ما تمتلك من معالم طبيعية تتمثل في الكثبان الرملية الناعمة والتنوعات الطبوغرافية الممتلئة في الشعاب والمصاطب الهضبية والأودية ذات الغطاءات النباتية المكونة من الأشجار دائمة الخضرة والنباتات الحولية والأعشاب الفصلية التي تزدهر في مواسم المطر ، و تكون مروجاً خضراء تجذب السياح من داخل المنطقة وخارجها ، تحظى بموقعها المتميز الذي ساعدها على أن تزخر بكثرة المواقع الأثرية والتي تُعد من أقوى عوامل الجذب السياحي البشرية لدى الكثير من السياح الأجانب وذلك لأنها تعود إلى عهود متفاوتة في القدم وفي القيمة التاريخية كالفينيقية والرومانية والبونيقية والإسلامية ، ولعل ما يمكن الإشارة إليه هو تميز المنطقة بوجود الآثار ذات الخصوصية الليبية مثل المسلات وشواهد القبور العالية ، و بالإضافة إلى ذلك توجد بالمنطقة مدينة بني وليد التي تُعد مقصداً رئيساً للكثير من الوافدين من المناطق المجاورة لغرض السياحة الحضارية حيث توجد بالمدينة العديد من المرافق الخدمية كالمحلات التجارية والخدمات التعليمية والصحية والإدارية.

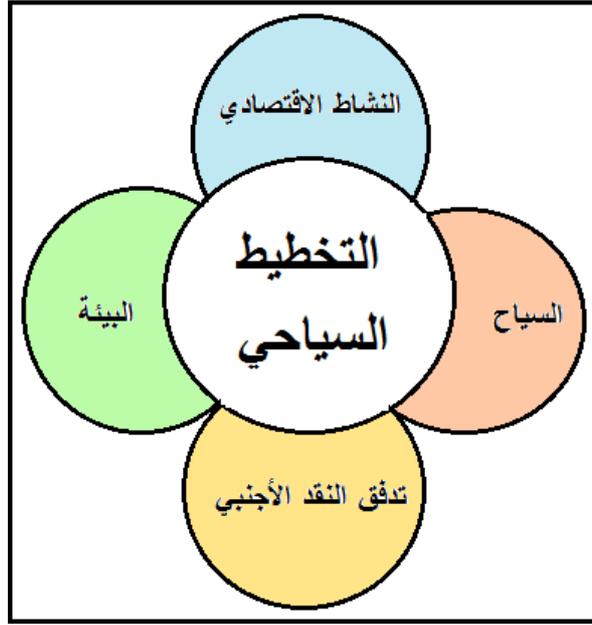
التخطيط السياحي :

أجمعت الدراسات الحديثة التي أجريت على العديد من مناطق الجذب السياحي أن التنمية السياحية لا يمكن لها أن تزدهر إلا عندما يسبقها وأن يرافقها تخطيط محكم ، فالتخطيط للسياحة لا يقل أهمية عن التخطيط لبقية الأنشطة الاقتصادية ، وذلك لما للسياحة من أهمية بالغة في تحقيق التنمية المستدامة على جميع المستويات القومية والإقليمية والمحلية ،

و التخطيط السياحي ما هو إلا أداة لتحقيق التوائم بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة وإيجاد التوازن المطلوب على قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم الآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع العمل على تخفيف آثارها السلبية ، فتنمية المناطق السياحية وتهيئتها للطلب السياحي تتطلب تخطيطاً شاملاً للقطاعات الاقتصادية المختلفة بهذه المناطق وضرورة التنسيق بينها مع ضرورة الأخذ في الإعتبار الآثار الإيجابية والسلبية للتنمية والبحث عن أنسب الحلول لمعالجتها (**فودة ، عبدالحليم ، 2017 ، ص 277**) و من خلال التخطيط يمكن إكتشاف السلبيات وتلافيها في المستقبل والإيجابيات ودعمها وتطويرها ، و يرتبط بالتنمية السياحية حيث يسهم في زيادة عوائدها ويقلل من الآثار السلبية الناجمة عنها ، كما أنه يساعد على توحيد جهود جميع الجهات المسؤولة عن تنمية وتطوير القطاع السياحي وتنسيق أعمالها والتقليل من ازدواجية القرارات وتداخل الأنشطة والمسؤوليات مما يساعد على تحقيق الأهداف المنشودة ، و

يعرف التخطيط السياحي على أنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في الدولة و في فترة محددة ، و ذلك يقتضي حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحقيق أهداف الخطة السياحية و تحقيق تنمية سياحية سريعة و منتظمة من خلال إعداد و تنفيذ برنامج متناسق يتصف بالشمولية لكل فروع النشاط السياحي و في كل مناطق الدولة (الروبي ، 1987 ، ص 65) ، و يرى البعض أن نجاح التخطيط السياحي يرتبط بعلاقته بعدة جوانب مهمة يأتي في مقدمتها علاقته بالنشاط الاقتصادي ، حيث يرتبط نجاحه في أي منطقة ارتباطاً وثيقاً بمستويات الأنشطة التي يمكنها أن تحقق زيادة مستدامة في الدخل ، و قدرة الاقتصاد المحلي على استيعاب هذه الدخول ، كذلك ينبغي أن يرتبط بالبيئة لأن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب البيئية كالمناخ و المناظر البيئية و الشواطئ و الكثبان الرملية و الظواهر التضاريسية الصحراوية ، أو عوامل الجذب التي صنعها الإنسان كالحدايق و المدن و المناطق التاريخية ، و علاقة التخطيط بالقادمين إلى المنطقة السياحية تُعد علاقة مهمة و لذلك ينبغي تهيئة المقيمين لتزويد السياح بالمعلومات التي تتيح لهم الاستمتاع بما يشاهدونه في المنطقة القادمين إليها ، حيث يتواءم الإمتاع النفسي و الإثراء الذهني و هذا يجعل السياح يرغبون في تكرار الزيارة للمناطق التي زاروها ،

و تُعد علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي بالغة الأهمية ، لأن نجاح التخطيط يقاس بقدرته على زيادة التدفق الأجنبي خاصة في الدول النامية سواءً كان هذا التدفق مصدره تدفق السياح من خارج الدولة أو انسياب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي (الشيراوي ، 2002 ، ص 37) شكل رقم (3) .
شكل رقم (3) - العلاقات الرئيسية للتخطيط السياحي



المصدر : من عمل الباحث

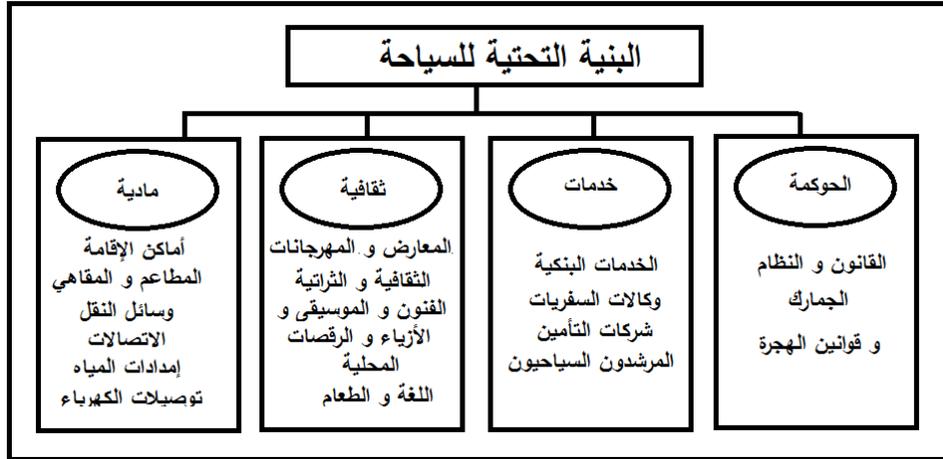
التخطيط السياحي في المناطق شبه الصحراوية :

نظراً لأن التخطيط السياحي من العمليات الحيوية لتطوير السياحة و الرفع من مستوى التنافسية بالقطاع السياحي تحتاج المناطق السياحية للتخطيط المحكم و المتابعة الدقيقة لمواجهة المتغيرات السلبية و الاستفادة من المتغيرات الإيجابية ، و استغلالها الإستغلال الأمثل بغية الوصول إلى الفوائد و المنافع الناجمة عن السياحة على جميع المستويات الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية ، و في المناطق شبه الصحراوية ينبغي أن توضع الخطط السنوية لإدارة القطاع السياحي و تحديد اتجاهات نموه ، و العمل على الإستغلال الأمثل للإمكانيات و الموارد مما يخفض من التكاليف إلى حدها الأدنى ، و التعرف على الفرص المتاحة و في ذات الوقت معرفة المخاطر الكامنة في المستقبل ، و الرقابة على الأداء السياحي التي تعني ضمان مواءمة الأنشطة السياحية للخطط الموضوعه ، و يجب أن يضع المخططون نصب أعينهم كأهداف ينبغي تحقيقها كضمان تنوع المنتج السياحي و توفير الخدمات المرتبطة به لتحسين و تنمية الموارد على مستوى الدولة ككل و هذه المناطق على وجه الخصوص ، كذلك تحقيق الإستغلال الأمثل للموارد بما يتماشى مع الإحتياجات المحلية و العالمية ، و ترشيد إستخدام هذه الموارد بما يجعل من القطاع السياحي قطاعاً مستداماً ، و المحافظة على هذه الموارد و حمايتها من التدهور ، و الإهتمام برأس المال البشري من خلال إعداد القوى البشرية الفاعلة لضمان تقديم أفضل الخدمات للحصول على أعلى العائدات (أحمد ، 2011 ، ص ص 58 ، 59) ،

و مما يسهم في نجاح الخطة السياحية بهذه المناطق هو أن تكون الخطة السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة الشاملة في الدولة لكي يتحقق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة داخل الدولة ، و يجب أن تكون متكاملة معها فالتنمية تتطلب تنمية القطاع السياحي جنباً إلى جنب مع مشروعات رأس المال الاجتماعي و الإنتاجي ، بحيث تكون السياحة جزءاً من النظام الشامل للتوقعات و الاختيارات ، كما يجب أن تراعى الاعتبارات الاجتماعية عند التركيز على السياحة الدولية ، و يتمثل ذلك في أهمية تجنب الاختلال بين إتجاه الرغبة في زيادة التدفق السياحي و القبول الاجتماعي لهذا الإتجاه ، و الجدير بالذكر هو أن التخطيط السياحي في هذه المناطق قد

يواجه بعض الصعوبات المتمثلة في غياب البيانات الدقيقة لأعداد السياح المحليين لعدم وجود توصيف دقيق للسائح داخل الدولة ، كذلك عدم وجود خارطة سياحية شاملة تشمل الفعاليات السياحية السنوية التي تقام بهذه المناطق و توضح مواقعها ، بالإضافة إلى نقص الخبراء في المجالات السياحية المختلفة ، و الأهم من ذلك كله قلة الوعي بأهمية التخطيط للسياحة على جميع المستويين الشعبي و الحكومي ، حيث أن وعي المواطن و المسئول يلعب دوراً كبيراً في تهيئة المناخ المناسب للتنمية السياحية (فودة ، عبدالحليم ، 2017 ، ص 278) ، و بالنظر إلى واقع البنى التحتية للسياحة في المناطق شبه الصحراوية يلاحظ التدني الشديد في المرافق بالمواقع السياحية ، مما يجعل التخطيط للسياحة يبدأ بها ، و هذا بالطبع يدخل تحت مظلة الخطة الشاملة للدولة ، فالتباعد بين المواقع السياحية يستوجب شق طرق معبدة للربط بينها و سهولة الوصول إليها ، كذلك مد توصيلات الكهرباء و المياه لأن البعض منها يقع في مناطق نائية بعيدة عن المراكز العمرانية خاصة المواقع الأثرية و التاريخية ، و البنى التحتية متنوّعة بوجزها الشكل رقم (4) .

شكل رقم (4) أشكال البنية التحتية السياحية



المصدر: من عمل الباحث استناداً إلى كوليرز انترناشيونال ، 2018 ، ص 2

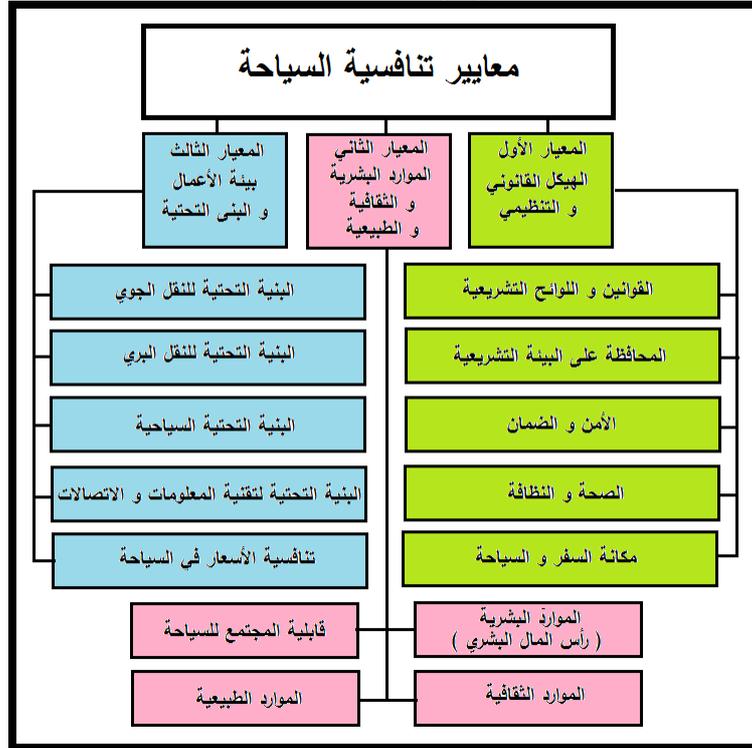
القدرة التنافسية للسياحة في المنطقة :

مع تطوّر السياحة و ارتباط صفة الاستدامة بها ، أصبح الرفع من القدرة التنافسية لمناطق الجذب السياحي الشغل الشاغل لصناع القرار و القائمين على النشاط السياحي ، و تزايدت الرغبة إلى الإستمرارية في التطوّر و تحسين الأداء على جميع المستويات ،

و يختلف مفهوم التنافسية باختلاف المستوى الذي تكون عليه فعلى المستوى الوطني يعرفها المعهد العربي للتخطيط على أن التنافسية الوطنية تتعلق بالأداء الحالي و الكامن للأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالتنافس مع الدول الأخرى (وديع ، 2003 ، ص 7) ، أما على مستوى الشركات فتعرف على أنها إنتاج السلع و الخدمات بالتنوع الجيدة و السعر المناسب و في الوقت المناسب ، و هو ما يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر

كفاءة من المنشآت الأخرى ، و على الصعيد القطاعي تعرف التنافسية على أنها قدرة المؤسسات المنتمية لنفس القطاع في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الإعتماد على الدعم و الحماية الحكومية ، و هذا ما يؤدي إلى تميز الدولة في هذه الصناعة (مريميت ، بن يوب ، 2011 ، ص 2) ، و على مستوى الدول تعرفها منظمة التنمية و التعاون الاقتصادي على أنها القدرة على إنتاج السلع و الخدمات التي تواجه اختبار المزاومة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي (برحال ، سرحان ، 2011 ، ص 4) ، و تعرف التنافسية السياحية بأنها مقدرة المؤسسات العاملة بالقطاع السياحي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الإعتماد على الدعم و الحماية الحكومية ، و يعتبر القطاع تنافسياً عندما تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة سواء المحلية أو الدولية من خلال المحافظة على حصتها السوقية و العمل على تنميتها بإستمرار و تحقيق العائدات بشكل متنامي و مستمر (بن شوك ، يحيوي ، 2018 ، ص 104) ، و تحكم التنافسية السياحية العديد من المعايير و الإشتراطات مثل المعايير المتعلقة بالهيكل التنظيمي و القانوني و الموارد البشرية و الثقافية و الطبيعية و بيئة الأعمال و البنى التحتية - شكل رقم (5) .

شكل رقم (5) معايير تنافسية السياحة



المصدر : من عمل الباحث استناداً إلى (شياد ، 2014 ، ص 59)

و بتطبيق معايير التنافسية الواردة بالشكل على منطقة الدراسة يلاحظ عدم استيفاء المنطقة للكثير من المعايير ، حيث تأتي البنى التحتية كأول المعايير غير المستوفية للمعايير القادرة على المنافسة سواء داخل الدولة أو مع ما يشابهها من أقاليم في الدول المجاورة ، و مع أن المنطقة تزخر بالموارد الطبيعية و الثقافية و البشرية إلا أن قابلية المجتمع للسياحة لازالت ضعيفة ، و يمكن استيضاح قدرات المنطقة التنافسية من خلال تحليل بيئة السياحة في منطقة الدراسة .

تحليل بيئة السياحة في منطقة الدراسة :

تتجه الدراسات الحديثة إلى استخدام بعض الأساليب العلمية المحكمة في تقييم الأعمال و وضع الأسس الراسخة لتطويرها و النهوض بها ، و يأتي التحليل الرباعي (S . W . O . T) في مقدمة هذه الأساليب و ذلك لأنه من أهم أدوات التخطيط الاستراتيجي لتحليل القوة و الضعف و الفرص و التهديدات التي تتعرض لها المؤسسات العاملة بالقطاع أو حتى القطاع بأكمله ، و يساعد التحليل الرباعي على معرفة نقاط القوة للبناء عليها و تحديد نقاط الضعف لمعالجتها ، كما يساعد على الاستفادة الكبرى من الفرص و تحديد التهديدات و التعامل معها بطريقة منظمة للتقليل من أخطارها ، و بالتعرف على ما تمتلكه المنطقة من مقومات جذب سياحي و ما يكتنفها من نقاط ضعف أثرت بشكل سلبي على السياحة بها يمكن تحليل بيئتها الداخلية و الخارجية كما يلي :

● **نقاط القوة بالمنطقة Strengths** : و تتمثل في التنوع في مقومات الجذب السياحي الطبيعية و الثقافية و الحضارية ، حيث توجد بها الكثير من المظاهر الطبيعية الخلابة و العديد من المعالم الأثرية ذات القيمة التاريخية العالية ، هذا بالإضافة إلى النمط الحضري المتطور بمدينة بني وليد الذي يتمثل في المحلات التجارية و المراكز الخدمية .

● **نقاط الضعف Weaknesses** : و تتمثل في تباعد معالم الجذب السياحي و ضعف البنى التحتية داخل المدينة و على مستوى المنطقة ككل ، كذلك عدم وجود مؤسسات سياحية تضطلع بالإشراف المنظم على النشاط السياحي ، كذلك عدم تفاعل المجتمع شبه الصحراوي مع المناشط السياحية ، و عدم وجود القوى البشرية المؤهلة و المتمكنة من القيام بالأنشطة السياحية المختلفة .

● **الفرص المتاحة Opportunities** : و تتمثل في السياسة العامة التي تتبعها الدولة بتشجيع القطاع السياحي و دعم المناشط السياحية ، و تدفق الاستثمار الخاص في القطاع السياحي ، قرب المنطقة من المراكز العمرانية الكبرى مما ييسر حركة السياح منها و إليها .

● **التهديدات المحتملة Threats** : تتمثل التهديدات في عدم قدرة القطاع السياحي على المنافسة في المنطقة مع غيره من الأنشطة الاقتصادية و مع نظرائه في مناطق أخرى داخل الدولة ، عدم وجود البيئة الآمنة للنشاط السياحي في المناطق شبه الصحراوية البعيدة نسبياً عن المراكز العمرانية .

التخطيط للرفع من القدرة التنافسية :

أجمعت الدراسات المتعلقة برفع القدرة التنافسية على أنه لا يمكن رفعها إلا بالتخطيط السليم الذي يساعد على تلافي الأخطاء و دعم برامج التطوير ،

و التخطيط للسياحة يشمل جوانب متعددة لعل أولها يقع خارج القطاع السياحي و يكون جزءاً من الخطة الشاملة في الدولة ، و هو الجانب المتعلق بالبنى التحتية المتمثلة في الطرق و إقامة أماكن الراحة و الترفيهية كالفنادق و المطاعم و المقاهي و دور السينما و المسارح و قاعات المؤتمرات و مدن الملاهي و المنتزهات ، هذا بالإضافة إلى ترسيخ الثقافة السياحية من خلال المناهج الدراسية و التوعية المجتمعية من خلال المؤسسات المختلفة ، و التخطيط السياحي الذي يرفع من مستوى التنافسية يشمل جوانب متعددة كما يلي :

● **العرض السياحي** : يبدأ التخطيط بعرض المنتج السياحي الذي يتضمن ما تقدمه المنطقة على السواح الفعليين و المتوقع قدمهم ، و ذلك بالتعريف بمواقع الجذب الطبيعية و الحضارية و الخامات و السلع التي قد توثر على خيارات السياح فيفضلون المنطقة عن غيرها ، و العرض السياحي هو في حقيقته مجموعة متكاملة من

المتطلبات التي يحتاجها السائح ابتداءً من ما يحقق له المتعة والهدوء والراحة كالمناظر الخلابة و انتهاءً بما يلبي احتياجاته كالاتصالات والخدمات المصرفية والتنقل، والجدير بالذكر هنا هو أن المنتج السياحي يختلف من سائح إلى التنقل، والجدير بالذكر هنا هو أن المنتج السياحي يختلف من سائح إلى آخر، ومع أن العرض السياحي يرتبط بفترة معينة وأسعار معينة إلا أنه يمكن إعداد الخطط الكفيلة بتقديمه في أفضل الصور لجذب أكبر عدد من السياح ولتكون البرامج السياحية في المنطقة خياراً مناسباً لأكبر عدد منهم (عيساوي ، حوحو ، 2017 ، ص ص 83 ، 84) .

• **الجودة :** تعتبر الجودة و قياسها من أهم الجوانب التي تشغل أذهان صناع القرار في قطاع السياحة لما لها من أثر بالغ في تحديد خيارات السائح مما ينعكس على تدفق السياح للمنطقة ، و لذلك تعرف الجودة في القطاع السياحي حسب ما ورد في تعريف المنظمة الأوروبية على أنها العملية الإدارية التي تضمن رضا و مطابقة المنتج و الخدمة السياحية مع متطلبات و توقعات الزبائن (السياح) بالسعر المقبول و هذه المطابقة تأخذ بعين الاعتبار ما هو مصمم من قيم و فعاليات مثل الأمان و الحفاظ على الصحة و سهولة المنال و الأصالة و الإنسجام مع البيئة الطبيعية و البشرية ، و في تعريف آخر تعرف بأنها تفاعل المدخلات (الأساليب - السياسات - الأجهزة) لتحقيق جودة عالية للمخرجات مع التركيز على الإشتراك الفاعل لكل العاملين ، و كذلك التحسين المستمر لجودة المخرجات و يرتبط الرفع من القدرة التنافسية بالجودة ارتباطاً وثيقاً ، لأن المنتج السياحي يتطلب تحقيق الجودة بكل ما تعنيه الكلمة لكي يصبح قادراً على المنافسة ، (زرواط ، ملاحى ، 2013 ، مرجع سابق ، ص ص 27 ، 28) .

• **البنى التحتية :** أشار تقرير منظمة السياحة العربية إلى أهمية البنى التحتية في قطاع السياحة و المتمثلة في النقل الجوي و البري و البحري في صناعة السفر و السياحة ، فالدول التي لديها المطارات و الموانئ و محطات القطارات و الطرق البرية يسهل تدفق المسافرين إليها ، و يبقى النقل الجوي هو الأكثر تفضيلاً و جاء في تقارير منظمة السياحة العالمية أن حوالي 54 % من السياح يستخدمون النقل الجوي ، و كل نوع من النقل له مؤشرات خاصة به لقياسه فمؤشرات النقل الجوي تشمل عدد المطارات و جودتها و عدد شبكات الطيران و عدد الرحلات الدولية ،

و كذلك الحال بالنسبة إلى بقية وسائط النقل (بوراوي ، عيساني ، 2015 ، ص 79) و البنية التحتية للسياحة لا تقتصر على وسائط النقل بل تعدتها إلى عدد من الجوانب مثل الحوكمة المتمثلة في القانون و الجمارك و الخدمات المتمثلة في الخدمات البنكية



www.mecs.j.com/ar

و وكالات السفر و شركات التأمين و المرشدين السياحيين ، بالإضافة للبنية التحتية الثقافية المتمثلة في المعارض و المهرجانات الثقافية و التراثية و الفنون و الموسيقى و الأزياء و الرقصات المحلية و اللغة و الطعام ، و تتمثل البنية التحتية المادية في أماكن الإقامة و المطاعم و الاتصالات و إمدادات المياه و توصيلات الكهرباء (كولير إنترناشيونال ، 2018 ، مرجع سابق ص 2) .

: □ □ □ □ □ □ □ □

تأسيساً على ما تقدم يتضح أن السياحة في عالمنا اليوم لم تُعد نشاطاً عشوائياً يمارس دون تخطيط مسبق بل بينت الدراسات التي أجريت في الدول التي تنشط بها السياحة أن التخطيط السياحي السليم هو السبب الرئيس في تطوّر السياحة بها ، و يمكن من خلال الدراسة استخلاص ما يلي :

- السياحة في منطقة الدراسة تعاني من بعض نقاط الضعف التي يمكن معالجتها و نقاط القوة التي يمكن دعمها و تقويتها .
- هناك العديد من فرص النجاح التي تنتظر قطاع السياحة في المناطق شبه الصحراوية ، و مع ذلك هناك بعض التحديات التي يجب التغلب عليها لضمان استدامة الأداء السياحي و رفع مستوى الميزة التنافسية له .
- المناطق شبه الصحراوية بما يتوفر فيها من مقومات للجذب السياحي قادرة على جذب السياح و يمكن تنشيط البرامج السياحية بها .
- مستقبل السياحة في المناطق شبه الصحراوية إجمالاً و في منطقة بني وليد خاصة واعد و مبشر بالخير و كل مقومات الاستدامة في الأداء موجودة و لا يحتاج إلى إلى تخطيط سليم.
- تتطلب التنمية السياحية المستدامة في المنطقة إلى الإدارة الرشيدة الفاعلة و البناء المؤسسي المحكم و الأطر التشريعية الميسرة ، و المشاركة الشعبية و البرامج السياحية المرنة و البيئة الآمنة للعمل.
- قلة الإهتمام بالقطاع السياحي انعكس سلباً على موقع ليبيا في خارطة السياحة الدولية .
- لا سياحة مستدامة بدون تخطيط ، و بالتالي لا مجال للتنافسية على أي صعيد سواء داخل الدولة أم خارجها .
- التخطيط السياحي في المناطق شبه الصحراوية ينبغي أن يكون جزءاً من الخطة الشاملة للدولة و أن يكون جزءاً من النظام الشامل للتوقعات و اتلاخيارات ، و أن يراعي الإعتبارات الاجتماعية و يعتمد على رأس المال البشري .
- التخطيط السياحي في المناطق شبه الصحراوية قياساً بمنطقة بني وليد تعترضه معوقات عديدة أهمها غياب البيانات الدقيقة لأعداد السياح المحليين و عدم وجود توصيف دقيق للسائح المحلي ، و عدم وجود خارطة سياحية شاملة تشمل الفعاليات السياحية السنوية التي تقام بهذه المناطق .
- إرتباط السياحة بالاستدامة كان دافعاً رئيساً للرفع من مستوى القدرة التنافسية لها مما أدى إلى الإهتمام بالكثير من الجوانب المتعلقة بها .
- التخطيط للرفع من القدرة التنافسية يتمثل في العرض السياحي و جودة هذا العرض و البنى التحتية التي تدعم هذا العرض .

التوصيات :

بعد ما خلصت له الدراسة من نتائج توصي بما يلي :

- تشجيع الباحثين على إجراء الدراسات المعمقة عن السياحة بكل جوانبها كالتخطيط و العرض و التسويق و الترويج و غيرها ، لضمان توفير البيانات لإعداد الخطط في المستقبل .
- العمل على إعداد خطط محكمة تتسم بالمرونة و الشمولية و الفاعلية تسهم في الرفع من مستوى القدرة التنافسية للسياحة في المنطقة .
- تشجيع الإستثمار في صناعة السياحة بهذه المناطق بتقديم الخطط المحكمة و الواقعية للمستثمرين .
- تنمية رأس المال البشري و تأهيل العاملين في المواقع المرتبطة بقطاع السياحة لتقديم أفضل الخدمات ، و تحسين جودة الأداء السياحي .
- تحسين مستويات الخدمة في الفنادق و المطاعم و المقاهي و على الطرق المؤدية للمواقع السياحية .
- ترسيخ فكرة جدوى السياحة كقطاع يحقق دخلاً مستداماً و يخلق فرصاً للعمل تقلل من نسب البطالة بين الشباب القادرين على العمل .
- رفع مستوى الثقافة السياحية لدى سكان المناطق شبه الصحراوية بزيادة الوعي بأهمية السياحة و جدوى الأنشطة السياحية ، و تقبل الثقافات الوافدة و التعامل معها .

قائمة المراجع

أولاً / الكتب :

1. أحمد ، منال شوقي عبدالمعطي (2011) م، **أسس التخطيط السياحي** ، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر ، الطبعة الأولى
2. الجراد ، أحمد ، (2002) ، **السياحة المتواصلة البيئية** ، عالم الكتاب ، الطبعة الأولى ، مصر
3. الحريري ، محمد موسى ، **جغرافية السياحة** ، دار المعرفة الجامعية ، الطبعة الأولى ، الإسكندرية
4. الروبي ، نبيل ، (1987) ، **التخطيط السياحي** ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الطبعة الأولى ، الإسكندرية
5. الشيراوي ، محمد عبدالمنعم ، (2002) ، **واقع و آفاق مستقبل السياحة في البحرين** ، دار الكنوز الأدبية ، الطبعة الأولى
6. كامل ، محمود ، (1975) ، **السياحة الحديثة علماً و تطبيقاً** ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، الطبعة الأولى
7. ناقور ، هاشم بن محمد بن حسين (2003) ، **أحكام السياحة و آثارها - دراسة شرعية مقارنة** ، دار ابن الجوزي ، الطبعة الأولى ، المملكة العربية السعودية
ثانياً / رسائل الدكتوراه و الماجستير :
 1. حنون ، مرام محمد حسن ، (2015) ، **السياحة البيئية في محافظة أريحا - الوضع الراهن و إستراتيجيات الاستدامة** ، رسالة ماجستير منشورة ، جامعة بيرزيت
 2. المشهداني ، خليل ابراهيم ، (1982) ، **أثر التحضر في تطوير المواقع السياحية في مدينة كربلاء** ، رسالة ماجستير منشورة ، جامعة بغداد ، مركز التخطيط الحضري و الإقليمي
ثالثاً / المجلات العلمية :

1. بوراوي ، ساعد ، عيساني ، عامر (2015)، تقييم تنافسية قطاع السفر و السياحة في بلدان المغرب العربي - دراسة مقارنة بين الجزائر ، تونس و المغرب ، بحث منشور ، **مجلة العلوم الإنسانية** العدد 40، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر
2. زرواط ، فاطمة الزهراء ، ملاحى ، رقية (2013))، أثر غياب الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للخدمة السياحية - دراسة حالة ولاية مستغانم ، **المجلة الجزائرية للعلوم و السياسات الاقتصادية** ، العدد 4 ،
3. شياد ، فيصل ، أبريل (2014)، تنمية السياحة العربية البيئية - العقبات و الحلول ، ، بحث منشور **مجلة رؤى استراتيجية** ، الجزائر
4. العموري ، فوزية الصادق أحمد،(2018) دور التخطيط السياحي الممنهج في نشر ثقافة التنمية السياحية بين السكان في ليبيا ، بحث منشور ، **مجلة جامعة المدينة العالمية** ، العدد الثالث

5. عيساوي ، سهام ، حوحو ، فطوم ، مايو (2017)، واقع العرض و الطلب السياحي في كل من الجزائر و تونس - دراسة مقارنة ، **مجلة اقتصاديات المال و الأعمال JFBE** ، الجزائر
6. هاني ، نوال (2013)، تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية ، بحث منشور ، **مجلة الباحث** ، العدد 13
7. وديع ، محمد عثمان ، ديسمبر (2003)، القدرة التنافسية و قياسها (سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية) ، **مجلة المعهد العربي للتخطيط** ، العدد 24 ، الكويت

رابعاً / المؤتمرات الدولية :

1. برحال ، عبدالوهاب ، سرحان ، سامية ، (2011) تقييم القدرة التنافسية للاقتصاد الجزائري وفقاً لمؤشر التنافسية العالمي ، بحث منشور ، الملتقى الوطني الأول حول دور القطاع الخاص في رفع تنافسية الاقتصاد الجزائري و التحضير لمرحلة ما بعد البترول ، جامعة جيجل
2. قطاف ، ليلي و أخريات (2012) ، أثر السياحة البيئية الداخلية على تحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة ولاية مستغانم ، ورقة بحثية منشورة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول فرص و مخاطر السياحة الداخلية في الجزائر 20 - 19 نوفمبر 2012 ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة الجزائر

خامساً / شبكة المعلومات الدولية :

1. بن شوك ، وهيبه ، يحيوي ، نصيرة ، (2018)، تحليل واقع و تنافسية القطاع السياحي في بعض الدول العربي ، ورقة عمل منشورة بشبكة المعلومات الدولية ، تاريخ الإطلاع 2019 / 2 / 9

2. فودة ، سلوى حسن محمد ، عبدالحليم ، محمد فرج ، (2017) أثر التخطيط الإستراتيجي في القطاع السياحي على رضا العملاء (دراسة حالة الحالة ولاية البحر الأحمر في الفترة 2016-2004 ، ورقة عمل منشورة بشبكة المعلومات الدولية ، تاريخ الإطلاع 9 / 2 / 2019
3. كوليرز إنترناشيونال ، (2018)) ، البنية التحتية للسياحة ، تقرير منشور على شبكة المعلومات الدولية ، دبي ، تاريخ الإطلاع 9 / 2 / 2019
4. مريم ، عديلة ، بن يوب ، فاطمة ، (2011) تنافسية الدول - تجارب من الواقع ، بحث منشور ، الملتقى الوطني الأول حول دور القطاع الخاص في رفع تنافسية الاقتصاد الجزائري و التحضير لمرحلة ما بعد البترول ، جامعة جيجل ، ورقة عمل منشورة بشبكة المعلومات الدولية ، تاريخ الإطلاع 9 / 2 / 2019

سادساً / تقارير :

1. مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (2017)، السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي - الآفاق والتحديات ، تقرير منشور ، أنقرة ، تركيا
2. المنظمة العالمية للسياحة ، (2001)،- تنمية السياحة المستدامة ، تقرير منشور مقدم إلى لجنة التنمية المستدامة العاملة بوصفها اللجنة التحضيرية لمؤتمر القمة العالمي للتنمية الاجتماعية ، 30 أبريل - 3 مايو 2001