نظام المعلومات السياحي كخيار إستراتيجي لتفعيل الإستثمارات السياحية

- دراسة تحليلية لولاية جيجل (2003-2013) -

سمية بخاري –طالبة دكتوراه د. يدو محمد
جامعة البليدة2

ملخص:

رغم الحداثة النسبية لفكرة نظام المعلومات إلا أنه أصبح لها بعدا هاما في تحديد مسار التنمية السياحية المستدامة و المصدر المستقبلي لترقية الإستثمارات السياحية.و على إعتبار أن نظام المعلومات السياحي يعد من الأولويات الرئيسية لمعظم الدول السياحية في عصرنا الحالي،فولاية جيجل –و على غرار مختلف ولايات الجزائر– مطالبة بتبني نظام معلومات سياحي كبديل عن الإستراتيجيات المتبعة من أجل تفعيل المشاريع السياحية في البلاد.

الكلمات المفتاحية:السياحة،الإستثمارات السياحية،المشاريع السياحية،نظام المعلومات،نظام المعلومات السياحي

Resume:

Malgré le développement proportionnelle de l'idée du système des informations mais il devient à lui une dimension très importante de préciser le processus de développement touristique sustainable et l'origine prospectif de Investissements touristiques.et sur l'égard que le système d'informations touristique était l'un des prioritaires principales de la majorité des pays touristiques dans notre temps actuel ;alors Wilaya de Jijel et comme les différents wilayas d'Algérie- développer revendicateur d'adapter un système informatique touristique comme un Substitut des stratégies traditionnels pour activer Projets touristiques au pays.

Les mots clés :Tourisme, Investissements touristiques,Projets touristiques,Système D'information,Système d'informations touristique.

مقدمة:

لقد أصبح رهان تبني نظام المعلومات السياحي نشاطا مهما في معظم دول العالم،فقد أصبح من الضروري الإعتماد على نظام المعلومات السياحي كمطلب ملح لتحقيق تطور أسرع في المشاريع السياحية،و منه تدعيم قطاع الصناعة السياحية و الإرتقاء به.

و إدراكا لأهمية نظام المعلومات السياحي على المستوى العالمي و الوطني على حد السواء،فولاية جيجل عليها أن تسعى إلى تطبيق هذه الاستراتيجية كآلية لتفعيل الإستثمارات السياحية في الإقتصاد الوطني.

في هذا الاطار و بناءا على ما سبق،تنبثق إشكالية بحثنا الأساسية التي تتجلى في التساؤل الجوهري التالي:

"ما مـــدى نجاعة نظام المعلومات السياحي في تفعيل الإستثمارات السياحية بولاية جيجل ؟"

و تحت هذا التساؤل الرئيسي،تندرج الأسئلة الفرعية التالية:

– ما ذا نعني بنظام المعلومات السياحي؟و ما مزايا تطبيق هذه الاستراتيجية ؟

– ما المقصود بالإستثمارات السياحية ؟ وفيما تكمن أهميتها الإقتصادية في ولاية جيجل؟

– ما هي متطلبات تطبيق نظام المعلومات السياحي لتفعيل الإستثمارات السياحية في ولاية جيجل؟

- **فرضيـــــات الدراســـــــة:**

المنارة للاستشارات

لمعالجة إشكالية بحثنا و حتى يتيسر لنا الإلمام بجوانب الموضوع،قمنا بصياغة الفرضيات التالية التي نعتبرها تبقى دائما قابلة للاختبار والمناقشة.

- ✓ نظام المعلومات السياحي هو ذاك الهيكل المستمر و المتفاعل من الأفراد و التجهيزات و الإجراءات،يهدف إلى جمع،و تصنيف،و تحليل،و تقييم،و نشر المعلومات الملائمة عن الصناعة السياحية في الوقت المناسب الآتية من مصادر داخلية و خارجية،و الموجهة لخدمة متخذي القرارات و منه تفعيل التنمية السياحية المستدامة .
- ✓ يقصد بالإستثمارات السياحية توفير رؤوس الأموال و توجيهها إلى إقامة مشاريع مرتبطة بالصناعة السياحة،داخل مناطق التوسع السياحي و وفق برنامج استراتيجي يعمل على زيادة الأهمية الإقتصادية للمشاريع الإقتصادية عموما،و في ولاية جيجل على وجه الخصوص.
- ✓ نظام المعلومات السياحي الوطني يؤمن لأصحاب المشاريع السياحية في ولاية جيجل انسياب المعلومات المناسبة في الوقت المناسب و يوفر لهم الخيارات،بناءا على توفير المتطلبات الأساسية لقيام هذا النظام.

- **أهمية البحث:**

تتجلى أهمية هذا البحث من أهمية الموضوع الذي نتناوله،حيث تساعد الدراسة على إبراز الدور المهم الذي يلعبه نظام المعلومات السياحي في جذب و توجيه الإستثمارات السياحية في ولاية جيجل.

- **أهداف البحث:**

إنطلاقا من أهمية البحث و الإطار النظري و الفكري الذي وضع فيه،فهو يرمي إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ التعرف على ماهية نظام المعلومات السياحي.
- ✓ إبراز الأهمية الإقتصادية للإستثمارات السياحية في ولاية جيجل.
- ✓ توضيح دور نظام المعلومات السياحي في جذب و تفعيل الإستثمارات السياحية في ولاية جيجل.
- ✓ إبراز متطلبات تطبيق نظام المعلومات السياحي في ولاية جيجل من أجل تشجيع و تنمية المشاريع السياحية تنمية فعالة.
- ✓ السعي إلى تنبيه القائمين على قطاع الصناعة السياحية الجزائري،و خاصة ولاية ججيل بضرورة انتهاج استراتيجية تطبيق نظام المعلومات السياحي كأداة فاعلة في جذب و ترقية و تطوير الإستثمارات السياحية.

- **منهج البحث:**

من أجل دراسة موضوع بحثنا و معالجته من مختلف أبعاده و جوانبه إعتمدنا منهجية البحث العلمي الأكاديمي المستعملة في البحوث العلمية المعروفة،أي على المنهج الوصفي من خلال استعراض الجانب النظري لمختلف المفاهيم الأساسية المتعلقة بنظام المعلومات السياحي و الإستثمارات السياحية ،و على المنهج

المنارة للاستشارات

التحليلي من خلال جمع البيانات و المعلومات المتوفرة عن المؤشرات السياحية بولاية جيجل من مصادرها و معالجتها بطريقة علمية موضوعية للوصول إلى النتائج المتوقعة للبحث.

- **أدوات الدراسة:**

اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من:الكتب – مذكرات ماجستير و أطروحات دكتوراه– ملتقيات– مواقـــع إلكترونية.

كما أدرجنا ضمن هذه الأدوات ضرورة الاتصال ببعض الهيئات و المؤسسات المالية الرسمية الجزائرية وهي :

- ✓ وزارة السياحة والصناعة التقليدية.
- ✓ الديوان الوطني للإحصائيات"ONS".
- ✓ مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية جيجل.

- حدود الدراسة:

للإجابة على إشكالية البحـــث،و تحقيقا للأهـــــــداف المرجـــوة من هذه الدراسة،ستكون دراستنا دراسة حالة لولاية جيجل.

- **محاور البحث:**

للإلمام بجوانب الموضوع و بلوغا للأهداف المرسومة لهذا الجهد العلمي،و محاولة منا لمناقشة و تقييم موضوع "نظام المعلومات السياحي كخيار إستراتيجي لتفعيل الإستثمارات السياحية–دراسة حالة ولاية جيجل "،ارتأينا تقسيم بحثنا إلى ثلاث محاور رئيسية،تمثلت في:

- ✓أولا:لمحة شاملة حول نظام المعلومات السياحي.
- ✓ثانيا:ماهية الإستثمارات السياحية .
- ✓ثالثا:الأهمية الإقتصادية للإستثمارات السياحية بولاية جيجل.
- ✓ثالثا:نظام المعلومات السياحي كآلية لتفعيل الإستثمارات السياحية في ولاية جيجل.

أولا:لمحة شاملة حول نظام المعلومات السياحي.

يعد نظام المعلومات السياحي الأسلوب الأنجع لترقية و تفعيل الإستثمارات السياحية،و تحقيق التنمية السياحية المستدامة،و بناءا على هذا سنتناول في هذا المحور التعريف بنظام المعلومات السياحي،عوامل تطوره،أهدافه،مكوناته،و الوظائف الرئيسية لهذا لنظام.

1–تعريف نظام المعلومات السياحي:

يوجد عدة تعريفات لنظام المعلومات السياحي تختلف باختلاف استخدامات هذا النظام في العلوم المختلفة،كما أن هذه التعريفات تتطور سريعا بالتطور المتلاحق للتكنولوجيا،و تطور تطبيقات هذا النظام،بحيث:

المنارة للاستشارات

يعرف نظام المعلومات السياحي على أنه:"وسيلة تعتمد أساسا على استخدام الحاسب في تجميع و تنظيم و تخزين،و معالجة و استرجاع،و تحويل و تحليل،و عرض البيانات السياحية المكانية لجزء من الأرض،باستخدام أحد أنظمة الإسناد الإسقاطي أو الإحداثي للتعامل مع البيانات السياحية" (H.Kefi Abdassalem,2001,p:38)،(Waugh,David,2002,p:277).

و يعرف على أنه:"نظام قاعدة بيانات سياحية تحتوي على المعلومات السياحية المرتبطة بالمواقع السياحية للبلد المقصود،بالإضافة إلى إحتوائه على مجموعة من العمليات التي تقوم بالإجابة على استفسارات حول ظاهرة مجالية من قاعدة المعلومات السياحية"..(Machen Florent,2009 ,p:13)

كما يعرف أيضا على أنه:"عملية معالجة آنية تتولى تسجيل الأحداث و تفاصيل الأنشطة اليومية للأعمال السياحية و الفندقية،و توضيحها بين الوحدات الإدارية في المنظمة السياحية،و تقييم الخدمات السياحية،و حفظ البيانات و المعلومات التاريخية و الضرورية،ما عدا الدراسات و الأبحاث الخاصة لتسيير المهن السياحية" (عصام حسن الصعيدي،2011،ص:08).

و منه نستنتج أن نظام المعلومات السياحي هو:"حالة خاصة من نظم المعلومات الجغرافية التي تحتوي على قواعد معلومات سياحية تعتمد على دراسة التوزيع المجالي للظواهر و الأنشطة السياحية،التي يمكن تحديدها مجاليا كالنقط أو الخطوط أو المساحات لجعل البيانات السياحية جاهزة لاسترجاعها و تحليلها أو الاستفسار عنها".

2-عوامل تطور نظام المعلومات السياحي:

تتمثل أهمها فيما يلي:(رامي رجب عوض،2010،ص ص:24-25) .

- الإزدياد الكبير للمعلومات المتعلقة بالبيانات السياحية،و التي أصبح من الممكن لهذه المعلومات و البيانات السياحية أن تمارس دورا حاسما في عمليات التنمية السياحية المستدامة من خلال تفعيل الإستثمارات السياحية على المستويات المحلية و الوطنية و الإقليمية.
- التقدم الحديث في النظرية الجغرافية و تقنياتها،و مناهجها و أساليبها الفنية.
- الطبيعة الثلاثية الأبعاد للمعلومات الجغرافية،و التي تتطلب آلية مركبة تستطيع التداول مع هذا التعدد في الأبعاد.
- تطور أساليب تدريس نظام المعلومات السياحي في الجامعات و المعاهد العليا.
- تطور أجهزة الحاسوب المستخدمة في مجال النظم و خاصة نظام المعلومات السياحي،بالإضافة إلى تطور البرمجيات التي تستخدم في مجال النظم.

3-أهداف نظام المعلومات السياحي:

يهدف تطبيق نظام المعلومات السياحي إلى:

المنارة للاستشارات

- بناء قاعدة بيانات سياحية وصفية و مكانية اعتمادا على المعطيات المتوفرة،لتلبية احتياجات الوزارة و كل الأطراف المستخدمة له من المعلومات،الإحصاءات،الأبحاث السياحية على المستوى الوطني و الإقليمي في أسرع وقت ممكن .
- المساهمة في إتخاذ القرار السياحي،بغرض تحسين الأداء في قطاع الصناعة السياحية،مع تحقيق الكفاءة و الفعالية.(عبد الناصر خري،2006،ص ص:83-84).(بتصرف)
- تشجيع الاستثمارات السياحية من خلال نشر الخرائط الرقمية و إظهار مكانة الدولة التاريخية و الثقافية و السياحية،و منه تحقيق تنمية سياحية مستدامة.
- العمل على تقديم خدمات وحدة نظم المعلومات الجغرافية GIS عن طريق intranet أو extranet،و ذلك ليتم ربط كافة أجهزة وزارة السياحية بنظام المعلومات السياحي.
- ربط المعلومات و البيانات السياحية في نظام موحد بطريقة دقيقة و فعالة،مع توفير آلية لتبادل المعلومات السياحية بين الإدارات على اختلاف أنواعها.

4-مكونات نظام المعلومات السياحي:

يتكون نظام المعلومات السياحي من مجموعة من العناصر التي تتآلف و تترابط معا،بحيث تعطى نظاما محددا يقوم بتحقيق أهداف معينة،حيث أنه يتكون من خمسة عناصر و هي:(رامي رجب عوض،2010،ص ص:37-38).(بتصرف)

1.4-الأجهزة:

يقصد بها تلك الأجهزة و المعدات المستخدمة في مجموعة العمليات التي تتم في النظام،و يمكن تقسيم تلك الأجهزة إلى ثلاث و هي أجهزة الإدخال،و أجهزة العمليات،و أجهزة الإخراج.

2.4-البرامج:

و هي مجموعة البرامج المستخدمة في الحاسب الآلي،لتقوم بعمليات محددة متخصصة في العمل على نظام المعلومات السياحي،و تتكون بدورها من البرامج التشغيلية و التطبيقية و التحويلية و غيرها من البرامج ذات العلاقة بالتطبيقات الجغرافية السياحية.

3.4-البيانات و المعلومات السياحية:

تعرف البيانات بأنها حقائق خام غالبا ما تكون في شكل أرقام أو حروف أو مجموعات منها،أما المعلومات فهي البيانات التي أجريت عليها عمليات معينة،غيرت من شكلها الأصلي و أعطت لها معنى محدد.

4.4-المستخدمون:

و يمثلون الجانب الذي يقوم بتحريك العناصر الثلاثة السابقة و العمل عليها،و التفاعل معها بغرض تحقيق هدف معين،فتبعا لدرجة كفاءتهم سوف تكون النتيجة،و تبعا لقدراتهم سوف تكون المحصلة،و

المنارة للاستشارات

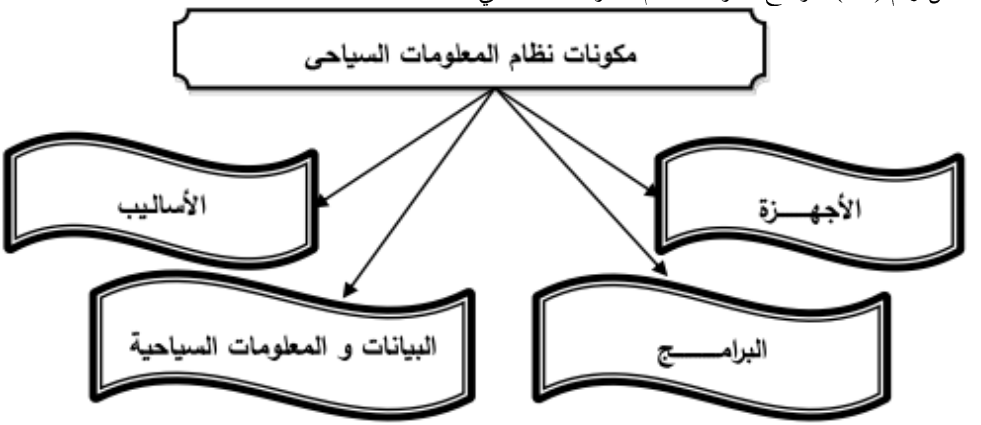
عليه أي شخص يقوم على استخدام نظام المعلومات السياحي،لابد و أن تتوافر فيه الشروط التالية:الخبرة و الكفاءة،القدرة على التطوير،الإبداع و الإبتكار.

5.4-الأساليب:

تعتبر من أهم المكونات،لأنها توفر الخطط و الأهداف و المسئولين و النظم الإدارية،اللازمة لتشغيل و إستخدام نظام المعلومات السياحي و نجاحه.

و للتوضيح أكثر،يمكننا تلخيص مكونات نظام المعلومات السياحي،من خلال الشكل الآتي:

شكل رقم (01): يوضح مكونات نظام المعلومات السياحي.



المصدر:من إعداد الطالبة،بناءا على التحليل السابق.

5- الوظائف الرئيسية لنظام المعلومات السياحي:

تتمثل الوظائف التي يعتمد عليها نظام المعلومات السياحي على تلك التي يعتمد عليها أي نظام،و فيما يلي شرح مفصل لكل وظيفة:(Armand Dayan,1999,p:34)،(نجوى عبد الصمد،محمد طلال،2014،ص ص:09-10).(بتصرف)

1.5-إدخال البيانات السياحية و تحليلها:

و هي مرحلة جمع البيانات (أي الأرقام الخام) التي تعبر عن العمليات و الأنشطة السياحية،و قد تكون بيانات جغرافية أو وصفية أو إحصائية،مع التأكد من صحتها و دقتها قبل إدخالها في النظام.

2.5- تخزين البيانات السياحية:

بعد إدخال البيانات السياحية إلى الحاسوب يجب تخزينها لغرض التعامل معها،و يتم تخزينها على أقراص مرنة مؤقتة أو الأشرطة الممغنطة إضافة إلى الأقراص الصلبة.

3.5-معالجة و تحليل البيانات السياحية:

تتضمن إجراءات المعالجة و التحليل الإحصائي السياحي ضمن نظام المعلومات السياحي،من خلال رسم الخرائط السياحية و تحويل البيانات من نوعيتها الخطية إلى المساحة الشبكية أو العكس.

المنارة للاستشارات

4.5-إخراج المعلومات السياحية:

من الأهداف الرئيسية لنظام المعلومات السياحي هو إنتاج المعلومات السياحية و تقديمها إلى المستخدمين،و ذلك لمساعدتهم في أداء مهامهم.و على هذا الأساس تتخذ المخرجات أشكالا مختلفة منها الخرائط و الرسومات،الجداول و النصوص الكتابية.

ثانيا:ماهية الإستثمارات السياحية.

تشكل الإستثمارات السياحية صناعة القرن الواحد و العشرين،باعتبارها العامل الأساسي في دفع عجلة التنمية السياحية المستدامة،و المحرك الرئيسي لاقتصاد أي بلد.

1-تعريف الإستثمارات السياحية:

تعد الإستثمارات السياحية من أكثر البرامج جذبا لرؤوس الأموال بالنسبة للمستثمرين محليين كانوا أم أجانب،لذا تتعدد المفاهيم المتعلقة بهذا النوع من الإستثمارات بتعدد مجالاتها،بحيث:

تعرف الإستثمارات السياحية على أنها:"صناعة مركبة من عدة أنشطة سياحية،و كل نشاط فيها لا يعتبر صناعة قائمة بذاتها و لكنها عندما تجتمع تمثل صناعة سياحية،و من ذلك:صناعة الإقامة،صناعة النقل".(أحمد فوزي ملوخية،2007،ص:35).

الإستثمار السياحي هو:" كل إقامة لمنشآت سياحية،وفق القواعد المتعلقة بالفندقة و أسس الإستثمار بشكله العام،و التي تقام داخل مناطق التوسع السياحي و تعتمد بشكل أساسي على العقار السياحي المهيأ لإنجاز هذه البرامج المحددة في مخطط التهيئة السياحية".(حيزية حاج الله،2006،ص :21). (بتصرف)

"الإستثمار السياحي هو ذلك النشاط الخدمي المرتبط بالميادين المتعلقة بالنشاط السياحي،بداية بالفندقة إلى تنظيم الأسفار مرورا بوسائل الترفيه و النزهة و الخدمات الإضافية المرتبطة بها".(فضيلة عينين،2011،ص:21).

أما المنظمة العالمية للسياحة فقد عرفته على أنه:"التنمية الإستثمارية للصناعة السياحية و التي تلبي احتياجات السياح في المواقع المضيفة إلى جانب حماية و توفير الفرص للمستقبل،و يتحقق معها التكامل الثقافي و العوامل البيئية،و التنوع الحيوي و دعم نظم الحياة".(رعد مجيد العاني،2008،ص:19).

2-دواعي الإستثمار في الصناعة السياحية:

هناك العديد من الأسباب التي تدفع بالاستثمار في المشاريع السياحية سواء على المستوى الوطني أو الإقليمي،بهدف زيادة الدخل و تقليل عجز ميزان المدفوعات،ومن بين هذه الدوافع التي تقف وراء الأخذ بالإستثمار السياحي ما يلي:

1.2-التنمية الإقتصادية و التقريب بين المستويات الإقليمية:

الاستثمارات بشكل عام عبارة عن دعامة للإقتصاد،و الاستثمارات السياحية تظهر آثارها على حجم النقد الأجنبي،فإذا ما أولت الدولة عناية بالاستثمارات السياحية فسيؤدي ذلك حتما إلى زيادة النمو الاقتصادي و الاجتماعي،الذي يقود بدوره الى التنمية الشاملة،كما ان توزيع المشاريع السياحية على الاقاليم المختلفة

المنارة للاستشارات

للدولة يعمل على تنميتها و تطويرها،من خلال خلق فرص عمل جديدة و تحسين مستويات المعيشة للسكان فيها،مما يؤدي إلى سد الفجوة التنموية الاقتصادية بين الأقاليم المتطورة و غير المتطورة داخل بلد واحد.(محمد يونسي،2008،ص ص:56-57).

2.2-زيادة الدخل الوطني و دعم ميزان المدفوعات السياحي:

تؤثر الاستثمارات السياحية في المناطق المختلفة للدولة إلى تزايد الدخل الوطني،و تزايد معدلات الإنفاق السياحي نتيجة ما ينفقه السائح مقابل الإقامة و مختلف الخدمات،كما تولي الكثير من الدول أهمية كبيرة للاستثمارات السياحية لما لها من تأثير مباشر و فعال على ميزان مدفوعاتها السياحي،و الذي يمثل الفرق بين مصاريف السياح الأجانب داخل الدولة المضيفة و مصاريف السياح الوطنيين خارج بلدهم.

3.2-توفير مناصب الشغل:

كذلك الإستثمارات السياحية تساهم بطريقة مباشرة و غير مباشرة في خلق العديد من مناصب العمل،و على سبيل المثال المرافق الفندقية من الدرجة الممتازة تتطلب عمالة معتبرة(على الأقل عامل لكل غرفة فندقية).

إضافة إلى ما سبق،للإستثمارات السياحية آثار أخرى غير مباشرة،نذكر البعض منها:

- أثرها على تنمية المرافق الأساسية:كالطرقات.
- أثرها على المساهمة في التهيئة العمرانية :كبناء منشآت سياحية في مناطق معزولة.

3-أسس قيام الإستثمارات السياحية.

لتنمية الإستثمارات السياحية و تطويرها،لابد من توفر عدة أسس و مقومات تتمثل فيما يلي:

- ✓ وضع بيئة قانونية و تشريعية من شأنها تهيئة و تنظيم الإستثمار في قطاع الصناعة السياحة.
- ✓ منح الحوافز و الإعفاءات الضريبية و الجمركية (أحمد جلاد،2003،ص:34).
- ✓ منح قروض بنكية ملائمة و بأسعار فائدة منخفضة.
- ✓ تقديم مساعدات فنية،من خلال إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية و الفنية للمشاريع السياحية .
- ✓ تأهيل الكوادر و الإطارات العاملة في قطاع الصناعة السياحية،و التي تعد من أسس نجاح و تطور المشاريع الإستثمارية السياحية.
- ✓ تسهيل إجراءات الدخول إلى البلد الذي سيقام فيه المشروع السياحي الإستثماري.
- ✓ تسهيل إجراءات التحويل النقدي فورا.
- ✓ توفير البنية التحتية:لأنها من العناصر الأساسية و المهمة لإنجاح أي مشروع إستثماري في قطاع الصناعة السياحية أو غيره. (نعيم الظاهر،سراب إلياس،2007،ص:283).

4-سمات الإستثمارات السياحية:

المنارة للاستشارات

تمتاز الإستثمارات السياحية بجملة من الخصائص،نذكر أهمها فيما يلي:(حميد عبد النبي الطاني،2004،ص:198)،(إلهام يحياوي،ليلى بوحديد،2014،ص:04).

- ✓ الإستثمارات السياحية تكون في أصول ثابتة و لمدة طويلة .
- ✓ فترة إسترداد رأس مال المشاريع الإستثمارية تكون طويلة.
- ✓ أغلب مصادر تمويل المشاريع الإستثمارية تكون أجنبية و طويلة الأجل.
- ✓ تحتاج الإستثمارات السياحية إلى مستوى عال من التشغيل و عمالة مدربة و مؤهلة لذلك.
- ✓ الإستثمارات السياحية لا تحتاج إلى عناصر معقدة كالتكنولوجيا مثلا،فهي تعتمد بشكل كبير على العنصر البشري.
- ✓ تساهم الإستثمارات السياحية في توفير فرص عمل جديدة تساهم في الدخل السياحي.
- ✓ تعتبر الإستثمارات السياحية من الصادرات غير المنظورة.
- ✓ تتميز الإستثمارات السياحية بارتفاع تكلفة التأسيس،و هي التكاليف الإستثمارية و الرأسمالية.

ثالثا:نظرة إستشرافية حول واقع الاستثمارات السياحية في ولاية جيجل:

تهتم ولاية جيجل كغيرها من ولايات الوطن بالاستثمارات السياحية كوسيلة لتحقيق التنمية السياحية و حتى الاقتصادية،و بغية تحقيق مؤشرات سياحية تتوافق مع السوق السياحية العالمية.غير أنه رغم هذه المساعي للارتقاء بالاستثمارات السياحية إلى درجة الإنتعاش الإقتصادي،تبقى هذه الأخيرة رهينة العديد من العراقيل التي تهدد بطرد الإستثمارات السياحية خارج الولاية .

1- تقييم مؤشرات السوق السياحية لولاية جيجل:

تعد السوق السياحية بولاية جيجل من أبرز الأسواق السياحية في الجزائر،من حيث ما تملكه الولاية من مقومات سياحية،و حجم الحركة السياحية إليها.

1.1-قياس العرض السياحي لولاية جيجل:

إن طابع العرض السياحي لولاية جيجل ليس بحاجة إلى إبراز،إذ تمتاز بمناظر فريدة من نوعها،بحرية و جبلية تؤهلها بأن تكون منطقة جذابة للاستثمار فيها.فولاية جيجل تحتل موقعا استراتيجيا في الشمال الشرقي للجزائر،و هي تتربع على مساحة قدرها 2.398 كلم^2 ،تطل على البحر الأبيض المتوسط شمالا بشريط ساحلي يمتد على مسافة 120 كلم^2(إليس عياشي،2009،ص:109) يتتوسط ثلاثة أقطاب إقتصادية هامة قسنطينة،سكيكدة و سطيف،و لها مخرج مينائي مفضل لإقليم الهضاب العليا الشرقية للبلاد و لبعض الدول الإفريقية.

و تمتاز جيجل إضافة إلى جمالها الطبيعي بتاريخ عريق،فهي تعتبر من أقدم المدن الجزائرية و التي يرجع تأسيسها إلى عهد الفنيقيين،الذين حلوا بها و شيدوا المدينة و من بين آثار المدينة:منطقة الرابطة و كذلك ميناء زيامة "شوبا"،و منطقة رأس الزان بجيملة التي تحتوي على آثار رومانية متمثلة في حمامات

المنارة للاستشارات

منحوتة على الحجر بالإضافة إلى حجارة مرصوصة تعود لعهد الرومان،و لقد عثر في المنطقة على قطع معدنية لعملة رومانية،و لا تزال تحتاج المنطقة إلى بحوث أثرية و استكشافات طوبوغرافية عديدة.

كما تشهد ولاية جيجل نهضة تنموية شاملة تتميز أساسا في المرافق التالية:ميناء جن جن الذي تتولى تسييره شركة موانئ دبي والذي يعتبر أكبر ميناء في الجزائر و المنطقة المغاربية (نبيهة بوسقيعة،2006،ص:67)،إضافة إلى مشروع الطريق المزدوج العملاق الرابط بين ميناء جنجن و الطريق السيار شرق غرب على مسافة 100 كم وهو ذو جدوى إقتصادية عالية،و مشروع الطريق الوطني رقم 77 و المبرمج إعادة تأهيله و اختيار مسار جديد له يضمن المرور بدائرة جيملة،مما يساهم في فك العزلة عنها،و مطار فرحات عباس الذي أعيد تأهيله ليصبح مطارا أساسيا بالمنطقة.

2.1-قياس الطلب السياحي لولاية جيجل:

لمعرفة مستوى الطلب السياحي في ولاية جيجل،اعتمدنا على الإحصائيات السنوية لعدد السياح الأجانب و المحليين المتوافدين على على حدود الولاية،إضافة إلى عدد الليالي السياحية في الفنادق بالولاية،كما هو مبين في الجدول الموالي:

جدول رقم (01):تطور عدد السياح (المحليين/ الأجانب) و الليالي السياحية في ولاية جيجل خلال الفترة (2003-2011).

السنوات	عدد السياح (المحليين/الأجانب) (سائح)	عدد الليالي السياحية في الفنادق (ليلة)
2003	43 656	64 454
2004	33 512	62 796
2005	49 277	114 227
2006	38 030	69 436
2007	43 338	73 405
2008	45 290	78 078
2009	49 394	84 247
2010	53 308	89 760
2011	57 567	97 323

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات مقدمة من:

- وزارة السياحة و الصناعة التقليدية الجزائرية،قسم الإحصاء السياحي.
- الديوان الوطني للإحصائيات"ONS".

من خلال تتبع التطور النسبي لإجمالي عدد السياح (المحليين/ الأجانب) القادمين إلى ولاية جيجل للفترة المدروسة من 2003 إلى 2011 (انظر الجدول رقم:01)،نميز بين مرحلتي:المرحلة الأولى من سنة 2003 إلى سنة 2006 و التي شهدت تزايد متذبذب في عدد السياح الوافدين من 43 656 سائح إلى 38 030 سائح،أما المرحلة الثانية و التي بدأت من سنة 2007 إلى سنة 2011 فاتسمت بتزايد متسارع في الحركة

المنارة للاستشارات

السياحية الولائية ،حيث انتقل عددهم الإجمالي من 43 338 سائح إلى 57 567 سائح على التوالي ،مما يعكس لنا الإهتمام الكبير من قبل ولاية جيجل على استقطاب المزيد من السياح خاصة و بعد التحسن النسبي للوضع الأمني في الولاية .

كما نلاحظ أنه هناك تطور ملحوظ على مستوى إجمالي الليالي السياحية في الفنادق بالولاية للفترة (2000-2011) حيث ارتفع عدد الليلي المقضاة من قبل السياح (المحليين/ الأجانب) من 64 454 ليلة سنة 2003 إلى 97 323 ليلة سنة 2011 ،و تدل هذه النتائج على مدى إقبال السياح (المحليين/ الأجانب) على الفنادق الجزائرية نتيجة التحسين في نوعية الخدمات المقدمة لهم من قبل هذه الهياكل السياحية في الولاية.

2-الأثار الإقتصادية للإستثمارات السياحية في ولاية جيجل: تساهم الاستثمارات السياحية بولاية جيجل في العديد من الأنشطة الاقتصادية،و هذا من خلال أثرها على:

1.2-المداخيل السياحية:

و تتمثل في مجمل التدفقات السياحية التي حققتها المشاريع السياحية في ولاية جيجل خلال الفترة (2010-2011)،حسب الجدول التالي:

جدول رقم (02):يوضح المداخيل السياحية للمشاريع السياحية في ولاية جيجل خلال الفترة (2010-2011).

الوحدة:دج

السنوات	2010	2011	الفرق
الفنادق	80072189,00	100952703,00	+20880514,00
المطاعم السياحية	14183199,00	16533500,00	+2350301,00
وكالات السياحة و السفر	58491567,58	106605685,82	+48114118,24
المجموع	152746955,58	224091888,82	+71344933,24

المصدر:من إعداد الطالبة بناء على معطيات مقدمة من:

- وزارة السياحة و الصناعة التقليدية الجزائرية،قسم الإحصاء السياحي.
- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية جيجل،الحصيلة النهائية لسنة 2011.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المداخيل السياحية في ولاية جيجل عرفت تطورا متزايدا من سنة 2010 إلى سنة 2011،حيث إرتفعت الإيرادات السياحية من 152746955.58 دج سنة 2010 إلى 224091888.82 دج سنة 2011،وهذا يدل على أن المشاريع السياحية في ولاية جيجل تساهم و بفعالية في زيادة الإيرادات السياحية.

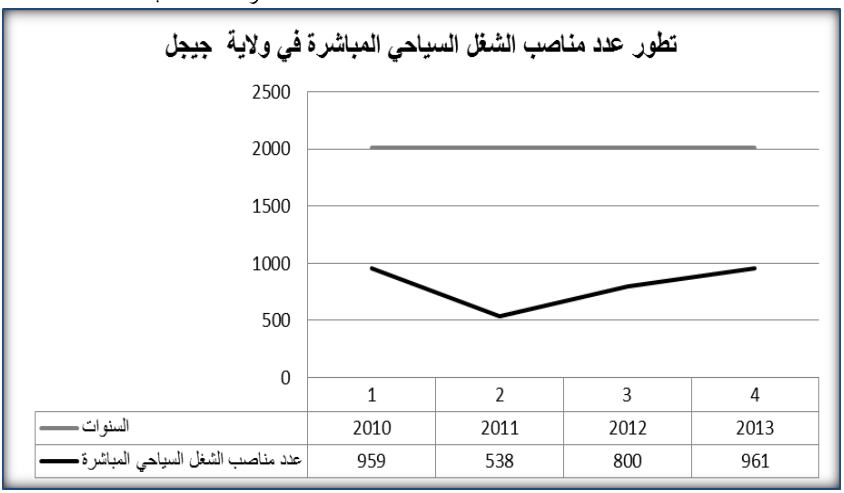
2.2-التشغيل السياحي بولاية جيجل:

المنارة للاستشارات

و بالنسبة لأثر الاستثمارات السياحية على توفير مناصب شغل في القطاع السياحي بولاية جيجل،فالجدول الآتي يوضح ذلك:

شكل رقم (02):يوضح تطور عدد مناصب الشغل السياحي في ولاية جيجل خلال الفترة (2010-2013).

الوحدة:منصب



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات مقدمة من:

- وزارة السياحة و الصناعة التقليدية الجزائرية،قسم الإحصاء السياحي.
- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية جيجل،الحصيلة النهائية لسنة 2013.

يظهر لنا الجدول أعلاه بأن التشغيل السياحي في ولاية جيجل أنه و ابتداءا من سنة 2011 يعرف تزايدا مستمرا،حيث بلغ عدد مناصب الشغل في هذه الولاية 961 منصب شغل سنة 2013،بعدما كان يقدر عددهم 538 منصب سنة 2011،و هذا ما يفسر لنا أن مستقبل التشغيل السياحي في ولاية جيجل يبقى مرهونا بوزن الإستثمارات السياحية في ولاية جيجل.

3-وضعية الإستثمارات السياحية في ولاية جيجل:

تتجسد وضعية الإستثمارات السياحية في ولاية جيجل كالآتي:

1.3-المشاريع السياحية قيد الإنجاز في ولاية جيجل:

كأي ولاية من ولايات الوطن تحظى ولاية جيجل بعدد معتبر من الإستثمارات السياحية،حيث يتمثل عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز في الولاية،حسب الجدول الآتي:

جدول رقم (03):يوضح تطور المشاريع السياحية قيد الإنجاز بولاية جيجل خلال الفترة (2003-2012)

المنارة للاستشارات

السنوات	عدد المشاريع (مشروع)	طاقات الإيواء (سرير)	مناصب الشغل (منصب)	المساحة الكلية (متر مربع)	التكاليف التقديرية (مليون دينار)
2003	3	154	50	65,28	5 550,00
2004	4	130	55	5 700,00	77,28
2005	3	144	50	5 550,00	65,28
2006	8	400	118	20 094,00	212,63
2007	8	436	123	21 843,00	203,70
2008	4	-	-	-	-
2009	4	268	106	21 260,50	292,26
2011	6	369	156	-	-
2012	22	1996	480	-	-

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات مقدمة من:

- وزارة السياحة و الصناعة التقليدية الجزائرية،قسم الإحصاء السياحي.
- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية جيجل،الحصيلة النهائية لسنة 2012.

يوضح لنا الجدول أعلاه أن عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز بما فيها عدد طاقات الإيواء و تكاليف الإنجاز التقديرية ،هي في تذبذب مستمر خلال الفترة (2003-2012) ،و هذا يعود لوجود عدة أسباب أهمها:نقص التمويل السياحي،قلة المعلومات حول المواقع السياحية في الولاية،و التي أعاقت عملية جذب المزيد من الاستثمارات السياحية محلية كانت ام أجنبية إلى ولاية جيجل.

2.3- المشاريع السياحية الموقفة بولاية جيجل:

أما فيما يخص تطور المشاريع السياحية الموقفة في ولاية جيجل،فهي مبينة في الجدول الموالي:

جدول رقم (04):يوضح تطور المشاريع السياحية الموقفة بولاية جيجل خلال الفترة (2003-2011)

السنوات	عدد المشاريع (مشروع)	طاقات الإيواء (سرير)	مناصب الشغل (منصب)	المساحة الكلية (متر مربع)	التكاليف التقديرية (مليون دينار)
2003	22	2 065	479	146 969,00	878,97
2004	26	2 213	588	206 303,00	979,39
2005	25	2 237	576	205 153,00	976,79
2006	19	1 755	472	72 652,00	823,27
2007	18	1 761	402	167 812,00	762,99
2008	16	1 453	354	130 212,00	482,42
2009	15	1 385	339	90 087,00	596,6
2011	13	1230	301	-	-

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات مقدمة من:

- وزارة السياحة و الصناعة التقليدية الجزائرية،قسم الإحصاء السياحي.

من خلال الجدول رقم (04) أعلاه،و بمقارنته مع معطيات الجدول رقم (03) نجد أن عدد المشاريع السياحية الموقفة أكبر من تلك التي هي قيد الإنجاز ،فمثلا و بالرجوع إلى سنة 2011 نجد أن هناك 13

المنارة للاستشارات

مشروع سياحي لم يتم الإنطلاق في تنفيذه بطاقة إيواء قدرها سرير 1230 ،و 301 منصب شغل،مقابل 6 مشاريع فقط هي قيد الإنجاز بطاقة إيواء بلغت 369 سرير و 480 منصب شغل،و هذا راجع لوجود العديد من العراقيل التي حالت دون إتمام ما تم برمجته .

4-تحديات الإستثمار في المشاريع السياحية بولاية جيجل:

على الرغم من المجهودات التي تبذلها ولاية جيجل لدعم و ترقية الصناعة السياحية فيها من خلال تشجيع الإستثمارات المحلية و الأجنبية في هذا المجال ،إلا أن الواقع العملي و مؤشرات إنجاز المشاريع السياحية في الولاية يكشف عن وجود الكثير من العراقيل التي تحول دون تدفق الإستثمارات السياحية إليها.و من اهم هاته التحديات نجد:

1.4-مشكل العقارات السياحية:

فمثلا أن أغلب العقارات السياحية و المتواجدة على مستوى مناطق التوسع السياحي(إبراهيم فتوسي،2009،ص ص:80-81) ،تعود ملكيتها للخواص،إضافة إلى ذلك فالواقع العملي يكشف عن وجود تأخر كبير في منح رخص البناء من قبل مديرية البناء في الولاية.

2.4-صعوبة التمويل السياحي:

و هذا لوجود عدة مشاكل مرتبطة بعملية التمويل المالي لهذا الإستثمار،و التي تعود أسبابها إلى:طول المدة التي تستغرقها دراسة ملفات القروض،شدة الضمانات التي تطلبها البنوك الجزائرية لتغطية قروضها (World Bank,2006,p:13)،و التي عادة ما تكون في شكل رهن رسمي لعقارات مبنية أو غير مبنية.

3.4-إنتشار الفساد و البيروقراطية و انعدام الأمن السياحي في ولاية جيجل.

4.4-مشكل الحصول على البيانات و المعلومات السياحية:

وهذا ما يعاني منه العديد من المستثمرين،نظرا لصعوبة حصولهم على معلومات كافية حول المناطق السياحية بولاية جيجل ،و يعود هذا إلى:

- ✓ قلة المنشورات حول الفرص الإستثمارية السياحية في ولاية جيجل.
- ✓ جمود المواقع الشبكية لأغلب الوكالات و المؤسسات السياحية لولاية جيجل،من بينها الموقع الرسمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية للولاية،مما إلى عجز كبير في عملية تسويق المواقع السياحية لولاية جيجل.

5.4-تمركز أغلب المشاريع السياحية خارج مناطق التوسع السياحي:و الجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم (05):يوضح تمركز المشاريع السياحية داخل و خارج مناطق التوسع السياحي خلال الفترة (2006-2011)

السنوات	المشاريع السياحية الموقفة		المجموع	المشاريع السياحية المنفذة		المجموع
	داخل مناطق التوسع	خارج مناطق التوسع		داخل مناطق التوسع	خارج مناطق التوسع	

المنارة للاستشارات

	السياحي		السياحي		السياحي	
2006	11	8	19	4	4	8
2007	9	9	18	6	2	8
2008	7	9	16	2	2	4
2009	8	7	15	1	3	4
2011	2	2	4	-	-	-

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات مقدمة من:

– وزارة السياحة و الصناعة التقليدية الجزائرية،قسم الإحصاء السياحي.

رابعا:تطبيقات نظام المعلومات السياحي و دوره في تفعيل الإستثمارات السياحية لولاية جيجل.

لنظام المعلومات السياحي أهمية قصوى في الإقتصاد السياحي الجزائري عامة و ولاية جيجل على وجه الخصوص،خاصة و أنها تواجه العديد من المعوقات و المشاكل التي تحول دون رقي و تطور التنمية السياحية فيها،و عليه فإنه على الهيئات و المؤسسات السياحية تنفيذ بعض الآليات التي تسمح بنجاح إستراتيجية نظام المعلومات السياحي لتفعيل التنمية السياحية فيها بشكل راق و لائق يسمح لإشباع متطلبات و حاجيات السياح في الولاية .

1–آليات نظام المعلومات السياحي في تفعيل الإستثمارات السياحية لولاية جيجـــل:و تتمثل فـــــــــي:

- إمكانية عرض كل المعلومات و البيانات الوصفية عن المعالم الطبيعية و الحضارية و الثقافية لولاية جيجل.
- تمثيل المؤشرات و البيانات السياحية الإحصائية لولاية جيجل.
- إظهار الأرضيات المينائية و الجوية التي تتوافر عليها الولاية.
- عرض المواقع الأثرية و التاريخية للولاية.
- إنشاء خرائط سياحية بمختلف المقاييس،تستخدم كدليل سياحي يخدم المستثمر المحتمل في ولاية جيجل ،و حتى المسؤول عن ترقية الصناعة السياحية في هذه الولاية .
- تزويد كل المستفيدين من مستثمرين و سياح و مسئولين بكل المعلومات الجغرافية و الوصفية،مع إمكانية التحديث حسبة الرغبة لتسهيل تبادل البيانات و المعلومات على اختلاف أنواعها.(Omur Esen and other ,2008,P: 02)
- يسمح بالتخطيط السياحي الفعال و تحديد الاحتياجات المستقبلية للاستثمارات السياحية.
- تحديد الطلب و العرض السياحي في الولاية.
- توفير آلية فعالة لنقل و تبادل المعلومات السياحية،و رفع مستوى الإستفادة منها،من خلال مثلا الرد على الإستفسارات عن طريق التحاور بين النظام و المستثمر(Pauline Sheldon, Shu-Hsia yu ,2012,P: 53).

2– تشخيص معوقات تطبيق نظام المعلومات السياحي في ولاية جيجل:

هناك العديد من المعوقات التي تحد من تطبيق نظام المعلومات السياحي في ولاية جيجل،نذكر أهمها فيما يلي:

المنارة للاستشارات

1.2- نقص الوعي و الثقافة المجتمعية في ولاية جيجل بأهمية نظام المعلومات السياحي:حيث ينظر المجتمع الجزائري إلى التنمية السياحية المستدامة بأنها لم تقدم له أي شيء.

2.2- الافتقار إلى الخبرة و المهارة الفنية في مجال تطبيق نظم المعلومات الجغرافية:إذ تعاني الهيئات و المؤسسات السياحية بولاية جيجل من قلة أو بالأحرى إنعدام الكفاءات و الإطارات و الكوادر المتخصصة و المؤهلة لتطبيق نظام المعلومات السياحي،و هذا لقلة الخبرة و التدريب في مجال تطبيق نظم المعلومات الجغرافية بالدرجة الأولى .

3.2-نقص أو إنعدام الأجهزة الخاصة بإدخال نظام المعلومات الجغرافية:مثل جهاز التوقيع العالمي GPS و الأجهزة المساحية.

4.2-نقص المعلومات السياحية و عدم وضوح الخرائط و المخططات السياحية بولاية جيجل:حيث أن هناك العديد من المناطق ذات موقع سياحي جذاب لا يتم لا الإعلان و لا حتى الترويج عنها،مما ينتج عنه عدم تكامل البيانات و المعلومات السياحية للمستخدم عن تلك المواقع السياحية.

5.2-إرتفاع التكلفة و ضعف التمويل السياحي:هذا لأن تكلفة إنشاء نظام معلومات سياحي عالية جدا،و في المقابل لا تزال ولاية جيجل ككل ولايات الجزائر تعاني من قلة التمويل السياحي.

6.2-غياب الخطة الأستراتيجية الخاصة بنظام المعلومات السياحي بولاية جيجل: إذ أن نظام المعلومات السياحي لا يعتبر أصلا على أولويات قطاع الصناعة السياحية في الجزائر بما في ذلك ولاية جيجل.

7.2-عدم وجود سياسة عامة في الدولة لتبني نظام المعلومات السياحي: حتى هذه اللحظة لا توجد خطط أو أهداف أو برامج يظهر منها اتجاه الحكومة الجزائرية لتبني نظام المعلومات السياحي في جميع ولاياتها،و لعل ذلك يعود لعدم وجود مفاهيم لدى الحكومة عن تقنيات نظام المعلومات السياحي.

3- متطلبات تطبيق نظام المعلومات السياحي لتفعيل الإستثمارات السياحية بولاية جيجل:

لتنفيذ تطبيقات نظام المعلومات السياحي كاستراتيجية فعالة لتشجيع الاستثمار في المشاريع السياحية بولاية جيجل و بشكل ناجح،لابد من الدولة الجزائرية إرساء المتطلبات التالية:

- ✓ أن يكون نظام المعلومات السياحي ضمن أولويات خطة التنمية السياحية المستدامة في الدولة الجزارية عموما،و في ولاية جيجل على وجه الخصوص.
- ✓ تشجيع التعليم و التدريب في مجال تطبيق نظام المعلومات السياحي على ثلاث مستويات:لصانعي القرار،المهنيين،الفنيين.
- ✓ توفير الأجهزة و المعدات و البرامج المناسبة لتطبيق نظام المعلومات السياحي بولاية جيجل،مع توفير التمويل السياحي اللازم و الملائم لتنفيذ هذا النظام.
- ✓ الحفاظ على المواقع الأثرية و التاريخية بأنواعها:لأن نظام المعلومات السياحي يعتمد في عملية تفعيل الإستثمارات السياحية و تطويرها على الإرث الحضاري للولاية،من العادات و التقاليد و

المنارة للاستشارات

ثقافة الشعب المضيف إضافة إلى مواقع الجذب السياحي الطبيعية التراثية العمرانية،التي هي أصلا أسباب قدوم أغلب السياح إلى هذه المواقع في الولاية .

- ✓ الحفاظ على البيئة،التي تشكل ركنا أساسيا عند إعداد خطط الإستثمار في المشاريع السياحية للولاية.
- ✓ أن تقوم الولاية بتوفير المعلومات و الإحصائيات السياحية الضرورية لعمل نظام المعلومات السياحي.

خاتمـــة:

إستنادا إلى ما تقدم يمكننا القول بأنه بالرغم من أهمية نظام المعلومات السياحي من جهة،و ثراء ولاية جيجل بالموارد و الإمكانات السياحية التي تتميز بالتنوع و التفرد مقارنة بالموراد و الإمكانات السياحية في باقي ولايات الوطن من جهة أخرى،غير أنه لا تزال الصناعة السياحية في ولاية جيجل تعاني من عدة مشاكل حالت دون تطبيق هذا النظام.الأمر الذي يستدعي توفر العديد من المقومات و المتطلبات الرامية إلى تطبيق نظام معلومات سياحي فعال بالولاية،و الذي من شأنه زيادة فرص الاستثمارات السياحية في الولاية ،و في المقابل تحقيق تنمية سياحية مستدامة.

التوصيـــــــــــــــــــــــــــــــات:

على ضوء الدراسة السابقة يمكننا تقديم بعض التوصيات،و المتمثلة في:

- ✓ جعل نظام المعلومات السياحي على رأس قائمة أولويات المخططات و السياسات التنموية للصناعة السياحية المستدامة التي من شأنها تفعيل الاقتصاد الوطني.
- ✓ ينبغي على الدولة الجزائرية إنشاء معاهد و كليات متخصصة في تدريب الكوادر و إعدادها في مجال نظم المعلومات الجغرافية السياحية في الوطن عامة،و في ولاية جيجل على وجه الخصوص.
- ✓ ضرورة إنشاء بنك معلومات وطني خاص بنظام المعلومات السياحي ليتم الوصول إلى المعلومات السياحية الخاصة بولاية جيجل بسهولة و استخدامها من كافة الجهات المختصة.
- ✓ يجب على الدولة الجزائرية إعادة النظر فيما يخص نشر الوعي و التحسيس بأهمية نظام المعلومات في تفعيل الاستثمارات السياحية على المستوى الوطني و حتى على المستوى الولائي.
- ✓ توفير المناخ الملائم لتطبيق نظام معلومات سياحي فعال في ولاية جيجل.

المنارة للاستشارات

الهوامـــــــــــــــش و المراجـــــــــــــــع:

1. أحمد جلاد،التنمية و الإعلام السياحي المستدام،(القاهرة:عالم الكتب،الطبعة الأولى ،2003).
2. أحمد فوزي ملوخية،مدخل إلى علم السياحة،(مصر :دار الفكر الجامعي،الطبعة الأولى،2007).
3. حميد عبد النبي الطائي،التسويق السياحي،(دار الوراق:الأردن،الطبعة الأولى،2004).
4. رعد مجيد العاني،الاستثمار و التسويق السياحي،(عمان:دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع،الطبعة الأولى،2008).
5. عصام حسن الصعيدي،نظم المعلومات السياحية،(عمان:دار الراية للنشر و التوزيع،الطبعة الأولى،2011).
6. نعيـــــم الظاهر،سراب إلياس،مبادئ السياحة،(عمان:دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،الطبعة الثانية،2007).
7. إلهام يحياوي،ليلى بوحديد،"مساهمة الإستثمار السياحي في تطوير مناطق التوسع السياحي بالجزائر"،في ملتقى علمي دولي حول:الإستثمار السياحي بالجزائر و دوره في تحقيق التنمية المستدامة،المركز الجامعي بتيبازة،الجزائر، 26-27 نوفمبر 2014.
8. إلياس عياشي،"الخدمات السياحية الفندقية و التنمية الحضرية في جيجل-مدينة جيجل نموذجا"،مذكرة ماجستير،تخصص:علم الإجتماع الحضري،كلية العلوم الإنسانية و الحضرية،جامعة قسنطينة،الجزائر،2009.
9. حيزية حاج الله،"الإستثمارات السياحية في الجزائر"،مذكرة ماجستير،تخصص:نقود و مالية و بنوك،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير،جامعة البليدة،الجزائر،2006.
10. رامي رجب عوض،"معوقات تطبيق نظم المعلومات الجغرافية في بلديات قطاع غزة-فسطين"،مذكرة ماجستير،تخصص:إدارة أعمال،كلية التجارة،الجامعة الإسلاميّة،جامعة غزة،فلسطين،2010.
11. عبد الناصر خري،"دور نظام المعلومات التسويقية في تفعيل القدرة التنافسية للمؤسسة-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس"،مذكرة ماجستير،تخصص:تسويق،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير،جامعة البليدة،الجزائر،2006.
12. فضيلة عينين،"النظام القانوني للإستثمار السياحي في الجزائر"،مذكرة ماجستير،تخصص قانون الأعمال،كلية الحقوق،جامعة البليدة،الجزائر،2011.
13. محمد يونسي،"أهمية التمويل في تنمية الإستثمارات السياحية في الجزائر"،مذكرة ماجستير،تخصص: بنوك،نقود ومالية،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير،جامعة البليدة،الجزائر،2008.
14. نبيهة بوسقيعة،"السياحة الإيكولوجية خيار للتنمية السياحية بولاية جيجل"،مذكرة ماجستير،تخصص:التهيئة الإقليمية،كلية علوم الأرض و الجغرافيا و التهيئة العمرانية،جامعة قسنطينة،الجزائر،2006.

المنارة للاستشارات

15. إبراهيم فتوسي،"السياحة و الإستثمار السياحي في ولاية جيجل"،مذكرة نهاية التربص لمفتشي السياحة،المدرسة العليا للسياحة،الجزائر،2009.

16. نجوى عبد الصمد،محمد طلال،"دور نظم المعلومات الجغرافية في إدارة الموارد الوطنية"،الموقع الالكتروني: www.drdsi.cerist.dz/،تاريخ الاطلاع:2014/02/08.

17. *Armand Dayan,"Marketing indistriel",Vuibert,4éme édition,1999.*
18. *Waugh,David,"Geography An Integrated Approach",Third Edition,United Kingdom,2002.*
19. *H.Kefi Abdassalem,"évaluation des technologies et systèmes d'information- cas d'un entrepôt de données implanté dans une instillation financière",thèse doctorat en science de gestion,Paris, 2001.*
20. *Machen Florent,"Système D'information Touristique pour le Web Applicatif",mémoire de stage,université Sharles de Gaulle,paris,2009.*
21. *Omur Esen and other, "The Establishment of a tourism information system by theory of constraint (TOC)",site electronique: http://www.fig.net/pub/,19/06/2008.*
22. *Pauline Sheldon,Shu-Hsia yu,"Applications and Benefits of tourism information technology in travel intermediaries in Taiwan", Site electronique: http:// web.nkuht.edu.tw/master/,14/04/2012.*
23. *World Bank,"Pilot Algeria investment climat assessment (June 2003)",site electronique: http://site resource.world bank.org/, septembre 2006.*

المنارة للاستشارات