



Université El-Tarf
جامعة الطارف

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف

UNIVERSITE CHADLI BENJEDID -EL- Tarf



Université El-Tarf
جامعة الطارف

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

Faculté Des Sciences Économiques, Commerciales et Sciences de Gestion

الرقم التسلسلي:

السنة الجامعية: 2025/ 2024

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر

تحت عنوان:

دور القطاع السياحي في دعم الاقتصاد الوطني في الجزائر

-تحديات وآفاق-

تخصص: اقتصاد نقدي ومالي

تحت إشراف

♣ د. شبلي دنيا

من إعداد الطلبة

♣ صالح محمد إسلام

♣ لعمامرة عبد القادر



الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور القطاع السياحي في دعم الاقتصاد الجزائري، إضافة إلى تحديد طبيعة العلاقة بين النشاط السياحي والنمو الاقتصادي في الجزائر.

فالقطاع السياحي يلعب دورا متزايدا الأهمية في دعم الاقتصاد الوطني الجزائري، حيث توصلت الدراسة إلى أنه يساهم في تنويع مصادر الدخل، وخلق فرص العمل، وجذب الاستثمارات الأجنبية، إلى جانب دوره في تحسين ميزان المدفوعات. وتزخر الجزائر بمقومات سياحية طبيعية وتاريخية وثقافية متنوعة تجعلها وجهة سياحية واعدة على المستويين الإقليمي والدولي.

غير أن هذا القطاع يواجه جملة من التحديات، أبرزها ضعف البنية التحتية، وقلة الترويج السياحي، والمعوقات الإدارية والاستثمارية.

وفي الأخير أوصت الدراسة بضرورة وضع استراتيجية وطنية شاملة ومتكاملة لتطوير القطاع السياحي، واستغلال الإمكانيات السياحية غير المستغلة، بالإضافة إلى تحسين البنية التحتية والخدمات الأساسية في سبيل تطوير أكبر للسياحة في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: سياحة، قطاع سياحي، اقتصاد، نمو اقتصادي، الجزائر.

Abstract

This study aimed to explore the role of knowledge management in enhancing innovation. It focused on the case of Algérie Télécom in the Wilaya of El Tarf, using a descriptive-analytical approach. A questionnaire was designed and distributed to a random sample of 30 employees from the institution. The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) was used to analyze the study results and test the proposed hypotheses. The findings revealed that the organization under study (Algérie Télécom – El Tarf) applies the dimensions of knowledge management to a high or very high degree. Moreover, knowledge management in its various dimensions (knowledge generation, storage, distribution, and application) has a positive impact on innovation within the company.

The study concluded with several recommendations, including the need to activate knowledge distribution channels within the organization, establish specialized units or committees for knowledge management and innovation, and update the digital and knowledge infrastructure in line with technological developments to support digital innovation in services and operations.

Keywords: Tourism, tourism sector, economy, economic growth, Algeria.

إهداء

الحمد لله حبا وامتنانا على البدء والختام
ها أنا اليوم أتوج اللحظات الأخيرة في ذلك الطريق الذي يحمل في باطنه العثرات
ورغما عنها ظلت قدمي تخط بكل صبر وطموح وحسن ظن بالله
أهدي بكل حب ثمرة نجاحي إلى:
من خاضوا الحياة لأجلي، إلى من غرسوا في قلبي الحلم وسقوه بالدعاء، إلى من
كانوا نور دربي وظلي حين أثقلتني الأيام
إلى أمي الغالية "عواطف" وأبي "عبد المجيد" يا معنى الحياة.
إلى من وهبني الله نعمة وجودهم، إلى مصدر قوتي وأرضي الصلابة وجدار قلبي
أخوتي الأعزاء كل باسمه

إلى أصدقائي الأعزاء

إلى نفسي شكرا لي على الإصرار، على الثبات، على أنني لم استسلم يوما

محمد إسلام

إهداء

****الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله****

"يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير"
أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى روح والدتي الكريمة تغمدها الله برحمته الواسعة

إلى والدي العزيز حفظه الله وأطال في عمره

كما لا أنسى أخوتي الأعزاء

إلى كل الأصدقاء سواء من قريب أو بعيد

إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إعداد هذه المذكرة لكم جميعا أهدي هذا
العمل

عبد القادر

شكر وعرافان

شكر وعرافان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

" ومن أسدى لكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فأدعوا له "

على إثر إتمام هذه العمل نتقدم بالشكر ...

لله عز وجل قبل كل شيء نحمده حمدا كبيرا على توفيقه وعونه لنا،

كما نتوجه بالشكر والإمتنان للأستاذة المشرفة "شيلي دنيا"

التي شرفتنا بالقبول والإشراف على هذا العمل ولم تبخل علينا بالنصائح.

كما نشكر جميع الأساتذة على طول مشوارنا الدراسي الجامعي

وفي الأخير بشكل عام لكل من منح يد العون حتى ولو بكلمة.

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
51	مساهمة قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي خارج المحروقات 2021-2016	01-02
53	تطور ميزان المدفوعات في الجزائر (2020-2015)	02-02
54	تطور التوظيف في قطاع السياحة في الجزائر 2021-2015	03-02

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الملحق
40	أهم الحمامات المعدنية بالجزائر	01-02
49	المشاريع الاستثمارية السياحية 2010-2020	02-02
50	المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة 2010-2020	03-02
51	مساهمة قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي خارج المحروقات 2016-2021	04-02
52	وضعية تطور ميزان المدفوعات في الجزائر 2015-2019 (مليون دولار)	05-02
54	تطور التوظيف في قطاع السياحة في الجزائر 2015-2019	06-02
60	التوقعات الإيوائية المتوقعة حسب مخطط SDAT 2030	07-02



الصفحة	فهرس المحتويات
III	ملخص باللغة العربية
IV	ملخص باللغة الإنجليزية
V	الإهداء
VII	الشكر
VIII	قائمة الأشكال
IX	قائمة الجداول
X	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
الفصل الأول: المدخل للقطاع السياحي	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة
03	المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة
06	المطلب الثاني: تعريف السياحة والسائح
08	المطلب الثالث: أهمية السياحة وخصائصها
12	المبحث الثاني: عناصر السياحة، أسسها وأنواعها
12	المطلب الأول: عناصر السياحة
15	المطلب الثاني: أسس السياحة
19	المطلب الثالث: أنواع السياحة
21	المبحث الثالث: مقومات السياحة، وآثارها
21	المطلب الأول: مقومات السياحة
23	المطلب الثاني: الدور التنموي للقطاع السياحي
26	المطلب الثالث: آثار السياحة
29	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة	
31	تمهيد
32	المبحث الأول: القطاع السياحي في الجزائر
32	المطلب الأول: مقومات القطاع السياحي في الجزائر
36	المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

41	المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر
41	المطلب الأول: الإطار القانوني والمؤسسي للاستثمار السياحي في الجزائر
48	المطلب الثاني: مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر
51	المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني
55	المبحث الثالث: معوقات وآفاق تطوير القطاع السياحي في الجزائر
55	المطلب الأول: المعوقات التي تواجه القطاع السياحي في الجزائر
57	المطلب الثاني: الفرص والإمكانيات المتاحة لتطوير السياحة في الجزائر
58	المطلب الثالث: آفاق القطاع السياحي في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030
63	خلاصة الفصل
64	خاتمة
68	المراجع



مقدمة

تُعد السياحة من أبرز الظواهر الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في العصر الحديث، إذ لم تعد مقتصرة على كونها نشاطاً ترفيهياً فحسب، بل أصبحت تشكل أحد المحركات الأساسية للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في العديد من الدول. فقد شهد القطاع السياحي خلال العقود الأخيرة تطوراً ملحوظاً، سواء من حيث حجم الاستثمارات أو عدد السياح الدوليين، مما جعله يحتل مكانة استراتيجية في السياسات الاقتصادية للدول، باعتباره مصدراً مهماً للدخل الوطني، ورافداً حيويًا لسوق العمل، ومجالاً محفزاً لتطوير البنى التحتية وتحسين صورة البلد على الصعيد الدولي.

كما أن السياحة ترتبط مع قطاعات عديدة اقتصادية واجتماعية وثقافية الأمر الذي جعل تحديد مفهومها يختلف حسب اختلاف التخصصات العلمية للجهات الدارسة لهذه الظاهرة، فبالنسبة للاقتصاديين تعتبر هذه الظاهرة نشاط اقتصادي فهي حاجة وسلعة في آن واحد، أما بالنسبة للاجتماعيين فهي عبارة عن هجرة، وعلاقات إنسانية.

فالسياحة لم تعد مجموعة الأنشطة المتعلقة بالسفر، التنقل والإقامة خارج مقر السكن العادي لأغراض متعددة، بل أصبحت تعرف باسم صناعة القرن العشرين، لما حققت من نتائج وتطورات متسارعة، فهي تعتبر صادرات غير منظورة وبالتالي تحقيق إيرادات بالعملة الصعبة مما يؤثر على ميزان المدفوعات، كما إنها تساهم في خلق مناصب عمل على اعتبار أن السياحة تعتمد على العامل البشري بدرجة كبيرة، وبصفة عامة تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول.

كما أن العديد من الدول أدركت بأن السياحة في القرن الحالي ليست أكبر صناعة في العالم فحسب بل أنها ستكون الأكبر بين ما شهده العالم، وبفارق كبير حيث اهتمت هذه الدول بفتح اسواق جديدة إلى جانب الأسواق التقليدية لأجل استمرارية المد السياحي طيلة العام، وتقديم برامج سياحية بخدمات ذات نوعية عالية ومنافذ توزيعية مناسبة، من شأنها زيادة فترة اقامة السائح فضلا عن امتلاك وسائل متطورة للترويج السياحي والفندقي.

وتلعب السياحة في الوقت الحاضر دورا مهما في الاقتصاد العالمي نظرا لما تحققة المبادلات السياحية من نتائج معتبرة مقارنة بالمبادلات الزراعية والغذائية وكذلك تفوق أحيانا ما تحققة المبادلات الزراعية والغذائية وكذلك في بعض الأحيان بالنسبة لبعض البلدان ما تحققة المبادلات النفطية، فالسياحة تعتبر صناعة تصديرية وتتقارب أحيانا أخرى مع ما تحققة المبادلات النفطية، فنعتبر السياحة حاليا صناعة تصديرية فهي بالتالي قطاع اقتصادي هاما في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وتبرز الجزائر كبلد يتمتع بإمكانات سياحية كبيرة ومتنوعة، تتوزع بين السياحة الصحراوية والشاطئية، والسياحة الثقافية والدينية، فضلا عن التراث التاريخي والمعماري الفريد، حيث تتميز الجزائر على الدول الأخرى بموقع جغرافي جد هام إذ يربط بين القارة الإفريقية والقارة الأوروبية وباقي الدول العربية الأخرى. إلا أن هذه المؤهلات لم تُستثمر بعد بالشكل الأمثل، حيث لا يزال القطاع السياحي الجزائري يعاني من عدة عراقيل بنيوية وتنظيمية، منها ضعف الترويج

الخارجي، ونقص التكوين المهني، ورداءة الخدمات السياحية، إلى جانب غياب استراتيجية متكاملة ومستدامة لتطوير السياحة.

في ظل هذه التحديات، بادرت السلطات العمومية إلى إطلاق مجموعة من المخططات والبرامج الهادفة إلى إعادة تأهيل القطاع، لعل أبرزها "مخطط التهيئة السياحية" الذي يهدف إلى وضع رؤية مستقبلية لتطوير السياحة في الجزائر، من خلال تعزيز البنية التحتية، وتحسين البيئة الاستثمارية، وجلب رؤوس الأموال، وتشجيع الشراكات الوطنية والدولية. ومع أهمية هذه المخططات، تبقى فعالية تنفيذها مرهونة بجملة من العوامل التنظيمية والاقتصادية والاجتماعية.

1. اشكالية الدراسة:

تبعاً لما سبق، تحاول هذه الدراسة معالجة الاشكالية التالية: « كيف يمكن للقطاع السياحي أن يساهم في دعم الاقتصاد الجزائري في ظل التحديات التي تواجهه؟ ».

ويتفرع عن الإشكالية الرئيسية للبحث الأسئلة الفرعية التالية:

- ❖ ما مدى أهمية السياحة في الجزائر؟
- ❖ ما هو واقع القطاع السياحي في الجزائر؟
- ❖ ما هي سبل تعزيز دعم القطاع السياحي للاقتصاد الجزائري؟

2. فرضيات الدراسة:

على ضوء ما تقدم يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- ❖ الفرضية الفرعية الأولى: يساهم القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري؛
- ❖ الفرضية الفرعية الثانية: يواجه القطاع السياحي في الجزائر معوقات عديدة تحول دون دعم الاقتصاد الوطني وفق التطلعات؛
- ❖ الفرضية الفرعية الثالثة: تمتلك الجزائر آفاق وتطلعات كبيرة من أجل تطوير القطاع السياحي.

3. أسباب اختيار الموضوع:

- ❖ يندرج هذا الموضوع في مجال التخصص.
- ❖ الرغبة في معرفة مدى واقع السياحة وأهميتها ومختلف المصطلحات المتعلقة بها.
- ❖ معرفة الصعوبات التي تواجه السياحة في الجزائر.
- ❖ أهمية هذا الموضوع في ظل التحولات التي تشهدها مختلف الدول في ظل العولمة والصناعات السياحية.

4. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الأهمية التي تكتسبها السياحة كقطاع رئيسي للاقتصاد ولا بد من متابعة ما يجري من تطورات اقتصادية تحوم حولها، قد تساعد في تحسينها أو محاولة حمايتها من الظواهر السلبية التي قد تؤثر على مردوديتها، فالسياحة أضحت قطاعا ذو أهمية كبيرة من طرف الدول، وبالأخص الجزائر أين تمثل قطاعا مكملا لقطاع المحروقات، مما يساهم في تمويل الاقتصاد الوطني.

5. أهداف الدراسة:

تأتي هذه الدراسة لتحقيق جملة الأهداف التالية:

- ❖ توضيح وتبيان مفهوم السياحة والسائح؛
- ❖ إبراز مكانة وأهمية قطاع السياحة؛
- ❖ تسليط الضوء على السياسات السياحية والخطط التنموية لهذا القطاع في الجزائر؛
- ❖ محاولة معرفة النقائص التي يعاني منها هذا القطاع.

6. منهج الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وهذا بغرض تغطية الجانب النظري من خلال تحديد المفاهيم العامة التي شكلت مدخلا للدراسة، بالإضافة إلى المنهج التحليلي من خلال تحليل مختلف المؤشرات والاحصائيات، وهذا لمعالجة دور القطاع السياحي في دعم الاقتصاد الوطني، كما تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة بإسقاط المفاهيم النظرية للموضوع على حالة الجزائر.

7. الدراسات السابقة:

يمكن حصر أهم الدراسات السابقة ذات صلة بموضوع البحث في:

- ❖ دراسة عائشة بوثلجة (2017) بعنوان: "آفاق ترقية قطاع السياحة في الاقتصاد الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، العدد الاقتصادي، المجلد 30، العدد الثاني، جامعة زيان عاشور، الجلفة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع القطاع السياحي في الجزائر وآفاق تطويره، وذلك عبر التطرق إلى تعريف السياحة وأهميتها ومقوماتها، مع تحليل مجموعة من المعطيات الخاصة بالقطاع السياحي في الجزائر للفترة 2010-2015، للوصول إلى معيقات تفعيل القطاع السياحي ومتطلبات تفعيله.

وقد خلصت الدراسة إلى امتلاك الجزائر العديد من المقومات السياحية التي تجعلها مقصدا ممتازا وبديلا للمحروقات، لكن الواقع يثبت ضعفها، لتصل في النهاية إلى ضرورة تنمية المقومات السياحية وخاصة الطبيعية،

وعصرنة قطاع السياحة، ونشر الثقافة السياحية بين الأفراد، مع محاولة الاستفادة من تجارب دول الجوار في مجال السياحة.

❖ دراسة مستوي عادل (2019) بعنوان: "ثر تطوير القطاع السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1990-2016"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد الخدمات، جامعة الجزائر 03، 2019.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس اثر تطوير القطاع السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر، حيث ارتكزت على تشخيص وتحليل واقع تطور القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 1990-2016 وآفاق تطويره من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030، تحليل تطور بعض مؤشرات الاقتصاد الكلي والتنوع الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1990-2016، وأخيرا تم القيام بدراسة أثر تطور بعض متغيرات القطاع السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1990-2016 باستخدام نموذج شعاع الانحدار الذاتي VAR، ولقد خلصت هذه الدراسة إلى ضعف نمو وتطور القطاع السياحي في الجزائر وهذا ما عمق من إشكالية التنوع الاقتصادي، وعدم وجود علاقة تأثير لمتغيرات القطاع السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة.

لتتوصل الدراسة إلى ضرورة متابعة مشروع التهيئة السياحية في آفاق 2030، والاهتمام بالتسويق السياحي، بالإضافة إلى تقديم التمويلات والدعم للمشاريع والاستثمارات السياحية وتذليل الصعوبات التي تقف وراء المشاريع والاستثمارات السياحية.

❖ دراسة سماعيني نسبية، حاكمي بوحفص (2020) بعنوان: "أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد الثالث، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

هدفت هذه الدراسة إلى ابراز دور و أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، اذ أصبح هذا القطاع بلعب دورا هاما في التنمية الاقتصادية من خلال خلق مناصب شغل مباشرة أي في القطاع السياحي ذاته، أو غير مباشرة في القطاعات التي لها علاقة بالنشاط السياحي، كما له دور في سد عجز ميزان المدفوعات وتنشيط وتفعيل الاستثمار ومن ثم تطوير و تنمية المناطق السياحية.

والجزائر كغيرها من الدول أدركت حتمية تطوير هذا القطاع وإعطائه المكانة الحقيقية لدعم وتنمية الاقتصاد الوطني خارج المحروقات. ومن أجل تجسيد سياسة الدعم السياحي جاء مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 والذي أعلنت من خلاله الدولة نظرتها الى السياحة الوطنية من مختلف الآفاق.

وقد خلصت الدراسة إلى أن النتائج التي حققتها الجزائر في قطاع السياحة لا تعكس المقومات والموارد الطبيعية والثقافية والتاريخية، وأن قطاع السياحة يعاني من عدة نقائص وضعف برامج التنمية السياحية. لتتوصل الدراسة إلى ضرورة الاستفادة من تجارب الدول السياحية خاصة التي تتشابه في الامكانيات الطبيعية والتاريخية مع الجزائر، ووجوب إعطاء أهمية كبيرة لتعليم وتدريب العنصر البشري في المجال السياحي، بالإضافة إلى العمل على تنمية البنية التحتية والمرافق الأساسية باعتبارها ركائز ودعائم لقيام تنمية سياحية فعالة.

8. صعوبات الدراسة:

يمكن حصر صعوبات الدراسة فيما يلي:

- ❖ قدم الاحصائيات المتوفرة وصعوبات الحصول على بيانات محدثة؛
- ❖ تأثر السياحة في الجزائر بمختلف الأزمات السابقة مما خلق صعوبة في تحديد النتائج والأهداف.

10. هيكل الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية التي تم ذكرها فيما سبق، واختبار مدى صحة الفرضيات المقدمة وتحليلها، تم تقسيم الدراسة إلى فصلين، تمت محاولة الإمام بجل جوانب الدراسة من خلالها، والحرص على الحفاظ على الترابط والتسلسل بين الأفكار، وقد جاءت خطة الدراسة كالاتي:

مقدمة عامة حول موضوع الدراسة، إذ شملت على كل من الإشكالية الرئيسية للدراسة، التساؤلات الفرعية وفرضيات الدراسة.

❖ الفصل الأول بعنوان " المدخل النظري للقطاع السياحي".

تم التطرق في الفصل الأول لعرض المفاهيم المتعلقة بالسياحة، عناصرها وأنواعها، بالإضافة إلى مقوماتها وآثارها.

❖ الفصل الثاني بعنوان " واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في دعم الاقتصاد الوطني".

قد خصص هذا الفصل لعرض دراسة حول القطاع السياحي في الجزائر، واقعها، ومعوقات وآفاق تطوير القطاع

السياحي بالجزائر

خاتمة تضمنت النتائج التي خلصت بها الدراسة واختبار الفرضيات، هذا بالإضافة إلى مجموعة من الاقتراحات

وآفاق هذه الدراسة.

الفصل الأول

المدخل النظري للقطاع السياحي

تمهيد

السياحة أحد أبرز العوامل الاقتصادية التي لاقى اهتماما متزايدا خلال العقود الأخيرة، لما لها من دور محوري في دعم التنمية المستدامة وتعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب. فهي لا تقتصر فقط على التنقل والترفيه، بل تتعدى ذلك لتسهم في تنشيط الاقتصاد الوطني من خلال خلق فرص عمل، وزيادة الإيرادات، وتحفيز الاستثمار في البنية التحتية والمرافق العامة.

وتوفر السياحة منصة فريدة لتعزيز الهوية الثقافية للدول، حيث تمكن الزوار من التعرف على التراث الحضاري، والعادات، والتقاليد المحلية، مما يسهم في بناء جسور التواصل والتفاهم بين الثقافات المختلفة. كما تلعب السياحة دورا بارزا في المحافظة على المعالم التاريخية والطبيعية من خلال تحويلها إلى مصادر دخل مستدام، تشجع على حمايتها وصيانتها. ومع تطور وسائل النقل والتكنولوجيا الحديثة، أصبحت السياحة أكثر سهولة وتنوعا، مما زاد من الإقبال عليها سواء لأغراض ترفيهية أو ثقافية أو علاجية أو حتى بيئية.

ولتفصيل هذا التوجه، يتناول هذا الفصل بالتحليل المدخل النظري للسياحة من خلال ثلاثة مباحث أساسية:

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة

المبحث الثاني: عناصر السياحة، أسسها وأنواعها

المبحث الثالث: مقومات السياحة، وآثارها

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة

أضحت السياحة في العقود الأخيرة من أبرز القطاعات الحيوية التي تشهد توسعا متسارعا وتداخلا متزايدا مع مختلف المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية، مما جعلها محط اهتمام متنام لدى الباحثين وصانعي القرار على حد سواء. ولم تعد السياحة مجرد نشاط ترفيهي أو حراك فردي معزول، بل أضحت منظومة متكاملة تتقاطع فيها السياسات العمومية، أنماط الاستهلاك، استراتيجيات التنمية المستدامة، والرهانات الجيوثقافية.

المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة

لقد شكلت ظاهرة السياحة منذ أقدم العصور إحدى صور التعبير عن نزعة الإنسان الفطرية نحو الاكتشاف، والانتقال، والتفاعل مع بيئات وثقافات مغايرة. ورغم أن المفهوم الحديث للسياحة لم يتبلور إلا في السياق المعاصر، إلا أن الممارسة ذاتها تعود إلى أزمنة غابرة، ارتبطت في بداياتها بالحاجات البيولوجية كالتنقل من أجل الغذاء والأمان، ثم تطورت لاحقا لتصبح وسيلة للتجارة، والتبادل الثقافي، ثم مصدرا للترفيه والمتعة الجمالية.

ومع تعاقب الحضارات وتقدم وسائل النقل وتبدل البنى الاجتماعية والاقتصادية، تطورت السياحة من فعل فردي محدود إلى نشاط اقتصادي منظم، متداخل مع عدة قطاعات إنتاجية وخدمية. ومن أجل ضبط هذه الظاهرة وتحليلها تحليلا تاريخيا، يمكن تقسيم مسار تطورها إلى فرعين رئيسيين: الأول يركز على السياحة في العصور القديمة والوسطى، أما الثاني فيتناول تحولاتها في الحقبة الحديثة والمعاصرة¹.

أولا: السياحة في العصور القديمة والوسطى

ارتبطت السياحة في العصور القديمة والوسطى بحاجات الإنسان الأساسية، ثم تطورت تدريجيا لتأخذ أبعادا دينية، تجارية وثقافية، خاصة مع ازدهار الحضارات القديمة كالفينيقية، الإغريقية والرومانية، ثم في العالم الإسلامي خلال العصور الوسطى. وقد شكلت هذه الحقبة التاريخية الأساس الذي قامت عليه مفاهيم السفر والتنقل، وإن لم تكن السياحة بعد قد اتخذت طابعها المؤسسي الحديث.

¹. توفيق ماهر عبد العزيز، صناعة السياح، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص ص 14-15.

1. السياحة في الحضارات القديمة

في العالم القديم، كان التنقل جزءاً من الحياة اليومية للإنسان، دون أن يكون للحدود أو السياسات دور في تنظيمه. ومع نشأة الحضارات الكبرى كالفينيقية، الإغريقية، والرومانية، بدأت أشكال مبكرة من السياحة تتبلور. الفينيقيون، على سبيل المثال، مارسوا رحلات بحرية طويلة بحثاً عن التبادل التجاري والمعرفة، وبلغت أسفارهم مناطق واسعة من البحر المتوسط. أما الإغريق، فقد تميزوا بتنظيم الألعاب الأولمبية منذ عام 776 ق.م، والتي اجتذبت الزوار من مناطق مختلفة، ورافقها بناء فنادق أولية في أثينا.

وقد سجل المؤرخ الإغريقي هيرودوت في مؤلفاته ملاحظات حول جغرافية وثقافات الشعوب التي زارها، ما يعد من أقدم الشهادات السياحية المدونة. بدورهم، أنشأ الرومان شبكة طرق واسعة لتسهيل حركة الجيوش والتجارة، واستخدمت هذه الطرق لاحقاً من طرف الرحالة والمستكشفين والنخب لقضاء أوقات الفراغ في الاستجمام أو الاستشفاء أو زيارة الأماكن الدينية والثقافية¹.

2. السياحة في العصور الوسطى

رغم أن العصور الوسطى ارتبطت في أوروبا بانحسار الحركة السياحية نتيجة هيمنة الكنيسة، والنزاعات الطائفية، إلا أن السفر لم يتوقف تماماً، بل أخذ طابعا دينيا خاصا، من خلال رحلات الحج إلى المراكز المسيحية المقدسة. بالمقابل، شهدت السياحة ازدهارا في العالم الإسلامي خلال هذه الفترة، بفضل الاستقرار السياسي، وازدهار التجارة، واتساع نطاق الدولة الإسلامية. وقد عرفت المدن الكبرى كقرطبة، بغداد، ودمشق حركة كثيفة للزوار والعلماء والتجار، وظهرت منشآت الضيافة مثل الرباطات والخانات، وهي نواة الفنادق في العصر الوسيط². كما ساهم انتشار التعليم الديني والعلمي في تحفيز الرحلات العلمية، وكان من أبرز رحالة هذه المرحلة ابن بطوطة، الذي جاب العالم الإسلامي وصولاً إلى الهند والصين وروسيا وسجل ملاحظاته في "الرحلة". وقد ساهمت حركة الاستكشاف التي انطلقت في أواخر هذه المرحلة (اكتشاف رأس الرجاء الصالح 1497، واكتشاف الأمريكيتين 1492) في فتح آفاق جديدة للرحلات البحرية العابرة للقارات³.

¹. الزوكة، محمد خميس، صناعة السياحة من منظور جغرافي، الطبعة الثانية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995، ص ص 19 - 23.

². لطيف هدى سيد، السياحة: النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1994، ص 16.

³. الزوكة، محمد خميس، المرجع السابق، ص 24.

ثانياً: السياحة في العصر الحديث والمعاصر

شهدت السياحة ابتداءً من العصر الحديث تحولات جوهرية جعلتها تنتقل من نشاط فردي تقليدي إلى ظاهرة اجتماعية واقتصادية منظمة، مدفوعة بالتغيرات الكبرى التي عرفها العالم مع الكشوف الجغرافية، الثورة الصناعية، وتطور وسائل النقل والاتصال. وقد تسارعت هذه الديناميكية خلال العصر المعاصر، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، حيث أصبحت السياحة رافداً اقتصادياً هاماً، مدعوماً بتحسين مستوى المعيشة، وتزايد الاهتمام بالترفيه والثقافة، مما جعلها تُصنّف ضمن أبرز الصناعات العالمية نمواً في القرن العشرين.

1. السياحة في العصر الحديث:

انطلقت هذه المرحلة من القرن السادس عشر، وارتبطت بحركة الكشوفات الجغرافية والثورة الصناعية. فقد سمحت الاكتشافات الجغرافية بتوسيع المجال الرحلي نحو "العالم الجديد"، بينما أدت الثورة الصناعية إلى تطوير وسائل النقل (البواخر، القطارات، العربات) والاتصالات، ما جعل السفر أكثر سهولة وأماناً. كما ارتفعت القدرة الشرائية للطبقات البرجوازية، وبدأ ما يعرف بـ"السفر النخبوي" لأغراض ثقافية واستكشافية. وظهرت أولى مظاهر التنظيم القانوني للسفر، من خلال إصدار جوازات السفر، وتطبيق أنظمة التأشيرات، بفعل تشكل الدولة الحديثة¹.

2. السياحة في العصر المعاصر

يعد القرن العشرون، خاصة ما بعد الحرب العالمية الثانية، نقطة تحول كبرى في تاريخ السياحة. فقد ساهم الاستقرار السياسي والنمو الاقتصادي العالمي، إلى جانب تطور وسائل النقل الجوي والسككي والبحري، في ديمقراطية السياحة وانتقالها من طبقة النخب إلى عموم الفئات الاجتماعية². وقد ساعد تحسن ظروف العمل (العطل المدفوعة، تخفيض ساعات العمل، ارتفاع الأجور) في تنشيط السياحة الداخلية والخارجية. كما ظهرت مفاهيم جديدة مثل "السياحة الجماعية"، "السياحة الاجتماعية"، و"السياحة البديلة"، وبرزت شركات عملاقة متخصصة في تنظيم الرحلات وإدارة المنتجعات³.

¹. السيسى ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، مطابع الولاة الحديثة، القاهرة، مصر، 2002، ص 17.

². الزوكة، محمد خميس، مرجع سبق ذكره، ص 28.

³. لطيف هدى سيد، مرجع سبق ذكره، ص 18.

من جهة أخرى، ارتفع الاهتمام بالسياحة الثقافية، وأضحت بعض الوجهات (مصر، اليونان، الهند، الصين) نقاط جذب بفضل إرثها الحضاري والأثري.

وقد ساهم تأسيس منظمة السياحة العالمية عام 1975 في تدويل الظاهرة السياحية، وتحويلها إلى عنصر استراتيجي في الاقتصاد العالمي، حيث صارت تشكل مورداً مهماً للعمليات الصعبة ووسيلة للتنمية الإقليمية¹.

المطلب الثاني: تعريف السياحة والسائح

تعد السياحة من الظواهر الاجتماعية والاقتصادية المتعددة الأبعاد التي ارتبطت بالتطور الحضاري والإنساني عبر العصور، فقد شكلت على مر التاريخ نشاطا بشريا يعكس حاجات الأفراد للتنقل، والاكتشاف، والتبادل الثقافي، والاستحمام. وقد عرفت السياحة في العصر الحديث تحولا نوعيا، إذ لم تعد مجرد انتقال فردي عابر، بل غدت صناعة عالمية تتداخل فيها قطاعات متنوعة، وتلعب دورا محوريا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للدول.

وفي خضم هذا التطور، برزت الحاجة إلى ضبط المفاهيم المتعلقة بالنشاط السياحي، وعلى رأسها السياحة والسائح، من أجل توحيد الرؤية حول طبيعة هذه الظاهرة وأبعادها القانونية والاقتصادية والسوسولوجية. ففهم السياحة لا يقتصر على البعد الترفيهي، بل يشمل أيضا عناصر الهوية، والاقتصاد، والتفاعل البشري، ومن هنا تبرز أهمية التأسيس المفاهيمي الدقيق لهذه الظاهرة

أولا: مفهوم السياحة

لقد بدأت المحاولات الأولى لتعريف ظاهرة السياحة في أواخر القرن التاسع عشر.

التعريف الأول: قدم الباحث الألماني جويبر فرويلر سنة 1925 أحد أوائل التعاريف العلمية لها، واعتبرها "ظاهرة حديثة تنبع من الحاجة المتزايدة إلى الراحة، الاستجمام، تغيير الأجواء، التمتع بجمال الطبيعة وتذوقها، وكذلك الإحساس بالبهجة أثناء الإقامة في أماكن ذات طابع خاص"².

ورغم أهمية هذا التعريف، إلا أنه يؤخذ عليه إغفاله للأبعاد الاقتصادية المرتبطة بالنشاط السياحي.

¹ روبنسن، ه، ترجمة: محبات إمام، جغرافية السياحة، الجزء الأول، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1985، ص 25.

² طالب دليبة، وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 21-22 نوفمبر 2022، ص 172.

التعريف الثاني: ركز الباحث النمساوي شوليرن شارتنهوف من عام 1912 على البعد الاقتصادي، معرفا السياحة على أنها: "مصطلح يطلق على العمليات المتشابكة، لا سيما الاقتصادية منها، والتي ترتبط بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود دولة أو منطقة معينة"¹. وقد عبر هذا التعريف بوضوح عن الطابع الاقتصادي للنشاط السياحي، إلا أنه بالمقابل لم يول اهتمامًا كافيًا للجوانب النفسية والثقافية المرتبطة به.

لاحقًا، قدمت العديد من الهيئات الدولية والباحثين تعريفات أكثر شمولًا للسياحة، من أبرزها ما أورده منظمة السياحة العالمية.

التعريف الثالث: منظمة السياحة العالمية، حيث عرّفت السياحة بأنها: "أنشطة يقوم بها المسافر إلى وجهة خارج بيئته المألوفة، لمدة زمنية لا تتجاوز السنة الواحدة دون انقطاع، لأغراض الراحة أو لأهداف أخرى غير العمل"².

التعريف الرابع: الأكاديمية الدولية للسياحة والسياحة بأنها: "مجموعة من الأنشطة البشرية التي تنظم في إطار أسفار المتعة، أي الرحلات التي لا ترتبط بالعمل أو الإقامة الدائمة"³.

وعليه: يمكن القول إن السياحة لا تحظى بتعريف موحد، إذ يختلف تناولها بحسب الزاوية التي ينظر منها إلى الظاهرة. فبينما يراها البعض نشاطًا اجتماعيًا، يعطي آخرون الأولوية لبعدها الاقتصادي، في حين يركز فريق ثالث على دورها في تنمية التبادل الثقافي والعلاقات الإنسانية بين الشعوب. ورغم هذا التعدد في التفسيرات، فإن القاسم المشترك بين معظم التعاريف يتمثل في كون السياحة نشاطًا لا يهدف إلى الإقامة الدائمة، ولا يمارس لأغراض العمل، ويشترط أن تتجاوز مدته أربعًا وعشرين ساعة.

ثانياً: تعريف السائح

إن فهم ظاهرة السياحة لا يكتمل دون تحديد هوية الفاعل الرئيسي فيها، وهو السائح. وقد تنوعت تعريف هذا المفهوم تبعاً لاختلاف الزوايا التي تناولها بها الباحثون والمنظمات، سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو قانونية أو تنظيمية.

¹ توفيق ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 22.

² سعدي يحيى، العمراوي سليم، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة المسييلة، العدد 63، 2021، ص 2-3.

³ بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، المسييلة، 2016، ص 1.

التعريف الأول: يعد تعريف الباحث إيف تينار (Yves Tinard) من أبرز المحاولات الأولى لتحديد مفهوم السائح، حيث يرى أنه "كل شخص يتنقل خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تقل عن أربع (4) ساعات ولا تزيد عن أربعة (4) أشهر، وذلك لأغراض ترفيهية، صحية، دراسية، أو لأداء مهام وحضور اجتماعات¹."

التعريف الثاني: قدمه الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية، ويعرف السائح بأنه "أي شخص يزور دولة أو وجهة خارج مقر إقامته المعتاد، بشرط ألا تكون غايته من الزيارة ممارسة وظيفة مأجورة في الدولة المستقبلة²."

التعريف الثالث: عرفته بعض الدراسات الأكاديمية الحديثة بأنه "فرد ينتقل من مقر إقامته المعتاد إلى جهة أخرى، داخل بلده أو خارجه، بهدف تحقيق حاجات نفسية، ثقافية، اجتماعية، أو ترفيهية، دون نية الاستقرار أو ممارسة نشاط مأجور³."

وعليه: يمكن القول إن السائح هو الشخص الذي يغادر بيئته المعتادة بشكل مؤقت، بدافع لا يرتبط بالعمل أو الإقامة، وإنما بغرض الاستجمام، أو الترفيه، أو التعلم، أو التواصل الاجتماعي. وتتفق أغلب التعاريف على عنصرين أساسيين: الانتقال الجغرافي المؤقت والدافع غير المهني. وتختلف هذه التعاريف من حيث التفاصيل الدقيقة، إلا أنها جميعاً تؤكد على الطبيعة المؤقتة والهدف غير الربحي لهذا الشكل من التنقل.

المطلب الثالث: أهمية السياحة وخصائصها

أصبحت السياحة في العصر الحديث من أبرز الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية التي تراهن عليها الدول لتحقيق التنمية الشاملة، لما لها من قدرة على توليد الدخل، جذب الاستثمارات، وخلق فرص العمل، إلى جانب دورها الفعال في دعم الميزان التجاري وتعزيز التقارب الثقافي والحضاري بين الشعوب.

وتتبع أهمية السياحة أيضاً من طبيعتها الخاصة، حيث تتميز بجملة من الخصائص التي تجعلها قطاعاً مركباً، متداخلاً مع مختلف القطاعات الأخرى، شديد الحساسية للمتغيرات الخارجية، ومرتبطة بعوامل موسمية وثقافية واقتصادية يصعب التحكم فيها كلياً. ومن هذا المنطلق، فإن فهم أهمية السياحة لا يكتمل دون الإحاطة بخصائصها المميزة التي تحدد مسار تطورها وفعاليتها مساهمتها في الاقتصاد الوطني.

¹ . توفيق ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 23.

² . سعدي يحيى، العمراوي سليم، مرجع سبق ذكره، ص 36.

³ . بزة صالح، مرجع سبق ذكره، ص 5.

أولا أهمية السياحة

تعد السياحة من أبرز القطاعات الحيوية في الاقتصاد العالمي المعاصر، لما تحققه من عوائد مالية ضخمة، ومساهمتها الفعالة في خلق فرص العمل، وتنشيط القطاعات الإنتاجية والخدمية المرتبطة بها. كما تلعب دورا استراتيجيا في تعزيز التبادلات الثقافية والاجتماعية بين الشعوب، وتسهم في تحسين صورة الدولة على الساحة الدولية، مما يجعلها ركيزة أساسية للتنمية المستدامة في مختلف أبعادها¹.

1. الأهمية الاقتصادية للسياحة

تتجلى الآثار الاقتصادية للسياحة فيما يلي:

- **تحفيز الإنفاق الداخلي:** يمثل إنفاق السياح موردا ماليا ضخما، يمتد أثره إلى عدة قطاعات كالإيواء، الإطعام، النقل، الخدمات الترفيهية والتسويقية، مما يعزز من الدخل الوطني ويخلق دورات اقتصادية متجددة.
- **تحقيق مداخيل خارجية وتحسين ميزان المدفوعات:** تعد السياحة من أهم الصادرات غير المنظورة، إذ تمثل مصدرا للعملة الصعبة دون الحاجة إلى الشحن أو التخزين، وهو ما يسهم في تقليص العجز التجاري، خصوصا في الدول النامية².
- **توسيع فرص العمل:** تؤدي السياحة إلى استحداث مناصب شغل دائمة وموسمية مباشرة، في قطاعات الفنادق، النقل، الخدمات، والصناعات التقليدية، وغير مباشرة في القطاعات المرتبطة بها. كما يشير بعض التقديرات إلى أن كل غرفة فندقية يمكن أن توفر ما معدله 2.75 فرصة عمل³.
- **تنشيط الاستثمار المحلي والأجنبي:** بفضل تعددية أنشطتها، تشجع السياحة الاستثمار في قطاعات متداخلة مثل المنشآت الفندقية، النقل، المرافق الرياضية، القرى السياحية، والخدمات المساندة.
- **تحقيق التوازن الجهوي وإعادة توزيع الدخل:** من خلال تطوير المناطق النائية ذات المؤهلات الطبيعية، تسهم السياحة في إعادة توزيع الاستثمارات والدخول بين الحواضر والأرياف، وتحد من النزوح الريفي⁴.
- **أثر المضاعف السياحي:** الإنفاق السياحي لا يتوقف عند القطاع المباشر بل يدور عبر عدة قطاعات، ما يُحدث تأثيرا متسلسلا في الدخل والإنتاج.

1. حميداتو نصر، النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو الاقتصادي، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2010، ص 9.

2. سماعيني، نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مذكرة ماستر، جامعة وهران، 2013، ص 30.

3. السيسى ماهر عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص 126.

4. الزوكة، محمد خميس، مرجع سبق ذكره، ص 270.

- تأثير على سوق السلع: يسهم الطلب السياحي في تنشيط السوق الداخلية واستهلاك المنتجات المحلية والتقليدية.
- التهيئة العمرانية: تساهم السياحة في خلق البنية التحتية من شبكات الطرق، المياه، الصرف الصحي، وغيرها، مما يخدم التنمية الشاملة.
- الترويج الدولي للدولة: تمثل السياحة وسيلة غير مباشرة للإعلام الخارجي عن البلد، من خلال الاحتكاك المباشر للسياح بثقافة الدولة ومنتجاتها وصورها الرمزية¹.

2. الأهمية الاجتماعية للسياحة

- تنعكس الآثار الاجتماعية للسياحة على عدة مستويات، منها²:
 - رفع مستوى المعيشة: من خلال تحسين فرص التشغيل والدخل، ورفع نوعية الخدمات الأساسية، خصوصا في المناطق الريفية أو الأقل نموا.
 - تيسير الحراك الاجتماعي: يسهم انتقال الأفراد من قطاعات زراعية أو هامشية إلى خدماتية في تعزيز التمكين الاقتصادي والاجتماعي.
 - إحياء الصناعات التقليدية والفنون: يؤدي تزايد الإقبال السياحي إلى بعث الحرف اليدوية والفنون المحلية بوصفها جزءا من العرض الثقافي الجاذب.
 - الانفتاح الثقافي والتبادل الحضاري: يشجع الاختلاط بين السياح والسكان المحليين على انتشار قيم التسامح والانفتاح، والتقارب بين الشعوب.
 - تأثيرات عمرانية إيجابية: تتمثل في ترميم الموروث المعماري، وبناء أشكال عمرانية جديدة كالفنادق والمنتجعات، مما يضيف بعدا جماليا ووظيفيا للفضاء الحضري.

¹ صلاح الدين عبد الوهاب، اقتصاديات السياحة وأثرها في التنمية، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، مصر، 2001، ص 20-21.

² عبد العاطي، متولي، اقتصاديات السياحة والتنمية، دار المعارف، القاهرة، مصر، 2003، ص. 31.

ثانياً: خصائص السياحة

يمتاز القطاع السياحي بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن سائر القطاعات الاقتصادية، والتي تجعل منه نشاطاً مركباً وحساساً في آن واحد. ولا تقتصر أهميته على كونه مصدراً لتحقيق الدخل وخلق فرص العمل، بل إنه يتداخل عضوياً مع العديد من الأنشطة الإنتاجية والخدمية الأخرى، مما يمنحه طابعاً شمولياً وانعكاسات متعددة على الاقتصاد الكلي. ويمكن إجمال أهم خصائص القطاع السياحي فيما يلي:

1. **تشعب مكونات النشاط السياحي:** يتكون القطاع السياحي من أنشطة متداخلة ومتنوعة، تشمل النقل، الإيواء، الإطعام، الترفيه، والإرشاد، وهو ما يربطه عضوياً بقطاعات صناعية وخدمية متعددة (كالصناعة الغذائية، النقل، التجارة، والبناء).
2. **أثر المناخ السياحي على الطلب:** يتأثر الطلب السياحي بمفهوم المناخ السياحي الشامل، الذي لا يقتصر فقط على المناخ الطبيعي، بل يشمل المناخ الأمني، الاجتماعي، الثقافي، والخدمي، ما يجعله عاملاً حاسماً في تحديد جاذبية الوجهات السياحية محلياً ودولياً.
3. **تأثر الطلب السياحي بعوامل خارج العرض السياحي:** رغم أهمية توفر المقومات السياحية (الطبيعية، الثقافية، الترفيهية)، فإن الطلب السياحي يتأثر أيضاً بأسعار الخدمات، والبنية التحتية، والمعلومات السياحية، بما في ذلك جودة التسويق السياحي وشفافية الأسعار.
4. **حساسية الطلب السياحي للظروف الاقتصادية والتكنولوجية:** يتقاطع الطلب السياحي مع مستوى الرفاه الاقتصادي، وتطور وسائل المواصلات والاتصال، كما يتأثر بالتقلبات الاقتصادية (الرواج أو الانكماش)، فضلاً عن عوامل ثقافية وسياسية يصعب التحكم فيها (كالاستقرار السياسي، والقيود النقدية)¹.
5. **عدم قابلية الموارد السياحية للتسويق المباشر:** إن الموارد السياحية، كالمعالم الطبيعية والتاريخية، لا يمكن استغلالها اقتصادياً إلا من خلال إدماجها في "منتج سياحي" يسوق ضمن حزمة من الخدمات، ما يجعل السياحة أداة تحويلية لهذه الموارد إلى قيمة اقتصادية.
6. **تركيب المنتج السياحي:** المنتج السياحي هو منتج مركب، يتكون من مجموعة عناصر مادية وغير مادية (كالخدمة، الموقع، التجربة، الراحة)، وتؤثر فيه العلاقات بين قطاعات متعددة، ما يعقد من آليات تصميمه وتسويقه.

¹. نسبة سماعي، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مذكرة ماستر، جامعة وهران، 2013، ص 30.

7. مرونة السياحة وتعرضها لعوامل عدم الاستقرار: تعتبر السياحة الدولية منتجا تصديريا ذا حساسية مفرطة للتغيرات الخارجية، سواء تعلق الأمر بالأسعار، الدخل، الأوضاع السياسية أو المناخية. كما تتأثر بتقلبات أسعار الصرف وقرارات الرقابة على العملة.

8. الموسمية وصعوبة التوازن في العرض والطلب: يعاني النشاط السياحي من ظاهرة الموسمية، بسبب ارتباطه بالعطل المدرسية والمناسبات السنوية، مما يؤدي إلى تذبذب مستويات التشغيل والإيرادات، ويجول دون إمكانية تخزين أو نقل "المنتج السياحي" كالمنتجات المادية.

9. صعوبة استقطاب السياح واستمرار ولائهم: المنافسة الشديدة بين الوجهات السياحية العالمية، وتنوع البدائل المتاحة، تجعل من استقطاب السائح والمحافظة عليه تحديا مستمرا. لذا تسعى المؤسسات السياحية إلى بناء ولاء قائم على الرضا والتجربة المميزة¹.

المبحث الثاني: عناصر السياحة، أسسها وأنواعها

تعد السياحة منظومة متكاملة تقوم على عناصر متشابكة وأسس متداخلة، تبدأ من وجود السائح كفاعل اقتصادي واجتماعي، مروراً بتوفر مقومات العرض السياحي، ووصولاً إلى تفاعل قوى السوق من طلب وإنفاق واستثمار. كما تتنوع أشكال السياحة باختلاف الدوافع والأهداف والمجالات الجغرافية، مما يجعل دراستها ضرورية لفهم بنيتها، وتحليل مساهمتها في التنمية. ومن هذا المنطلق، يصبح تناول عناصر السياحة وأسسها وأنواعها خطوة تأسيسية لفهم طبيعة هذا النشاط وخصائصه المتشعبة.

المطلب الأول: عناصر السياحة

عناصر السياحة هي المكونات الأساسية التي تساهم في تشكيل وتجسيد القطاع السياحي بشكل عام، وتعتبر دعائم رئيسية لنجاح هذه الصناعة. تتنوع هذه العناصر لتشمل مجموعة من الجوانب المرتبطة بمختلف المجالات السياحية، التي تنعكس إيجاباً على تجربة السائح والاقتصاد الوطني بشكل عام. يمكن تلخيص هذه العناصر في النقاط التالية:

أولاً: المقصد، الخدمات البنية التحتية والأنشطة الترفيهية

تعتبر السياحة نشاطاً اقتصادياً واجتماعياً متنوعاً يرتبط بشكل وثيق بالعديد من العناصر الأساسية التي تساهم في نجاح أي وجهة سياحية. من بين هذه العناصر نجد المقصد السياحي، والخدمات السياحية، والبنية التحتية، فضلاً عن

¹. نصر حميدان، النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو الاقتصادي، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2010، ص 9.

الأنشطة الترفيهية التي تقدمها الوجهة السياحية. كل من هذه العوامل تلعب دوراً محورياً في جذب السياح وتعزيز تجربة زيارتهم، مما يجعلها ركائز أساسية في صناعة السياحة. ويمكن توضيح ذلك في مايلي¹:

1. المقصد السياحي (الوجهات السياحية)

- التنوع الجغرافي والمناخي: المواقع الطبيعية مثل الشواطئ، الجبال، الصحارى، والغابات، وكذلك التنوع المناخي الذي يوفر ظروفاً مثالية لأنواع مختلفة من السياحة.
- المواقع الثقافية والتاريخية: تشمل الآثار، المتاحف، المدن القديمة، والمعالم التي تروي تاريخ وثقافة المنطقة.
- الأنشطة السياحية: تشمل الأنشطة المختلفة التي يتمتع بها السائح في الموقع مثل الرياضات المائية، التزلج على الجليد، السياحة البيئية، والأنشطة الثقافية.

2. الخدمات السياحية

- الإقامة: تشمل الفنادق، المنتجعات السياحية، الشقق الفندقية، والنزل، وتعتبر من العناصر الأساسية التي تؤثر على جودة تجربة السائح.
- النقل والمواصلات: يشمل هذا العنصر كافة وسائل النقل مثل الطائرات، القطارات، الحافلات، ووسائل النقل المحلية التي تساهم في تسهيل حركة السائح داخل الدولة.
- المطاعم والوجبات: توفر خيارات متعددة للطعام بما يتناسب مع ثقافات وتفضيلات الزوار.

3. البنية التحتية السياحية

- تشمل: الطرق، الموانئ، المطارات، شبكات الاتصالات، والمرافق العامة التي تسهل عملية الوصول والتحول داخل الوجهة السياحية.
- البنية التحتية التكنولوجية: مثل المواقع الإلكترونية، تطبيقات السفر، وأنظمة الحجز الإلكتروني.

4. الأنشطة الترفيهية والثقافية

- الفعاليات والمهرجانات: مثل المهرجانات الثقافية والفنية، المعارض، والاحتفالات المحلية التي تضيف طابعاً خاصاً للوجهة السياحية.
- الأنشطة الرياضية والترفيهية: تشمل الرياضات المائية، الجولات الطبيعية، ومرافق الترفيه مثل الحدائق والمراكز الرياضية.

¹ Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. **Marketing for Hospitality and Tourism**". Pearson Education. 2017. P 88-89.

ثانياً: البيئة والتراث، السياحة الإنسانية والاجتماعية، الاستثمار السياحي و التسويق السياحي

تعتبر البيئة والتراث والسياحة الإنسانية والاجتماعية والاستثمار السياحي والتسويق السياحي من الجوانب الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر في نجاح قطاع السياحة، حيث تتداخل هذه العناصر وتعمل معا لتقديم تجربة سياحية غنية وجاذبة. فيما يلي استعراض لهذه المفاهيم وأهميتها في السياحة:

1. البيئة الطبيعية والتراث الثقافي

— البيئة الطبيعية: الحميات الطبيعية، المنتزهات، البحيرات، والغابات التي تجذب السياح المهتمين بالأنشطة البيئية.
— التراث الثقافي: يشمل الفنون، الموسيقى، الأطعمة التقليدية، والطقوس التي تعد جزءاً من الهوية الثقافية للمجتمع المحلي.

2. السياحة الإنسانية والاجتماعية

تتعلق بالأبعاد الإنسانية والاجتماعية للسياحة مثل تعزيز التفاهم بين الشعوب، تعليم السياح حول الثقافات المحلية، والمساهمة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات المحلية¹.

3. الاستثمار السياحي

يشمل ذلك كافة الاستثمارات التي تدعم القطاع السياحي من تطوير المشاريع السياحية، تحسين الخدمات، بناء فنادق ومنتجعات، وتوفير مرافق جديدة تواكب احتياجات السياح.

4. التسويق السياحي

— الترويج للوجهات السياحية: يشمل حملات الترويج عبر الإنترنت، الإعلانات في وسائل الإعلام، والمشاركة في المعارض السياحية الدولية لجذب السياح.
— استراتيجيات تسويقية مبتكرة: مثل تسويق السياحة المستدامة، السياحة البيئية، والسياحة الرقمية².

كل من هذه العناصر يعمل في تكامل مع العناصر الأخرى لضمان تقديم تجربة سياحية متكاملة وناجحة للسائح، وبالتالي تعزيز النمو الاقتصادي للبلد.

¹ Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. *The Psychology of Leisure Travel: Applications to Tourism*. CBI Publishing. 1981.p112.

² Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Wiley. 2012. P 45.

المطلب الثاني: أسس السياحة

مثلها مثل باقي الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية الحديثة، تقوم السياحة على جملة من الأسس المتداخلة التي تضمن نشأتها وتطورها واستمرارها. ويتوقف نجاح السياسات السياحية على فهم العلاقة الديناميكية بين هذه الأسس التي تشمل بالدرجة الأولى: الطلب السياحي، العرض السياحي، الإيرادات السياحية، الاستثمار السياحي، والإنفاق السياحي. تمثل هذه الركائز المحددات الأساسية لأي تخطيط استراتيجي أو تقييم اقتصادي لقطاع السياحة.

أولاً: الطلب السياحي

يعد الطلب السياحي أحد المحاور الأساسية لفهم ديناميكية النشاط السياحي، إذ يمثل القوة المحركة لهذا القطاع ومحددات رئيسية لاتجاهاته ومستوى تطوره. فالسياحة، على غرار باقي السلع والخدمات، تخضع لقوانين السوق من عرض وطلب، غير أن خصوصيتها كمجال غير مادي وتجريدي يجعل دراسة الطلب السياحي أكثر تعقيداً، نظراً لتداخل العوامل النفسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في تشكيله.

1. تعريف الطلب السياحي

يعرف الطلب السياحي بأنه التعبير الكمي والنوعي عن رغبة الأفراد في السفر نحو وجهات سياحية معينة، بهدف الاستفادة من خدمات سياحية متنوعة. ويتأثر هذا الطلب بجملة من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية، كما يتجلى من خلال عدد الوافدين إلى دولة معينة، أو من خلال الإنفاق السياحي الموجه نحو منتج معين أو برنامج سياحي محدد¹.

2. أنواع الطلب السياحي

يصنف الطلب السياحي إلى ثلاثة أنواع رئيسية²:

- **الطلب السياحي العام:** يشمل الطلب الشامل على الخدمات السياحية بكافة أشكالها دون تحديد نوع أو وجهة معينة.
- **الطلب السياحي الخاص:** يتعلق ببرنامج أو منتج سياحي معين يستهدف إشباع رغبات محددة لفئة معينة من السياح.

¹. بلاطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، العدد 12، ص 30.

². نفس المرجع، ص ص 30-33.

– **الطلب السياحي المشتق:** يمثل الطلب على العناصر المكتملة للسياحة مثل الإقامة، النقل، الإطعام، ويعد نتيجة مباشرة للطلب الأساسي على الوجهة السياحية.

3. خصائص الطلب السياحي

- **المرونة:** يتميز الطلب السياحي بمرونة عالية تجاه تغيرات الأسعار والدخل؛ فكلما انخفضت الأسعار أو ارتفعت القدرة الشرائية، ارتفع الإقبال السياحي، والعكس صحيح.
- **الحساسية:** يتأثر الطلب السياحي بسرعة بالمتغيرات السياسية، الأمنية، والاجتماعية، ما يجعل الاستقرار عاملاً حاسماً في استقطاب السياح.
- **التوسع:** شهد الطلب السياحي توسعاً كبيراً بفعل التطور التكنولوجي في النقل والاتصال، وتحسن مستويات المعيشة، وازدياد أوقات الفراغ.
- **الموسمية:** يخضع الطلب السياحي لموسمية واضحة مرتبطة بالعطلة المدرسية، الأعياد، والمناسبات، ما يؤثر على تذبذبه خلال السنة.
- **المنافسة وعدم التكرار:** تختلف الوجهات السياحية في جاذبيتها، ويلاحظ أن السائح غالباً لا يكرر زيارة نفس الوجهة إلا في حالات استثنائية¹.

ثانياً: العرض السياحي

يعتبر العرض السياحي من الركائز الأساسية التي تسهم في تحقيق التنمية المستدامة لقطاع السياحة، حيث يشمل كافة الموارد والخدمات التي توفرها الوجهات السياحية لجذب الزوار. يتضمن العرض السياحي مزيجاً من العناصر الطبيعية، الثقافية، الترفيهية، والتاريخية التي تميز كل وجهة عن غيرها، إضافة إلى البنية التحتية والخدمات الداعمة مثل الفنادق، المطاعم، وسائل النقل، والأنشطة المساندة. يعتمد نجاح العرض السياحي بشكل كبير على تنسيق هذه المكونات وتطويرها بما يتناسب مع احتياجات السائح، مما يخلق تجربة سياحية متميزة. ومن هنا تبرز أهمية فهم العرض السياحي كعنصر رئيسي في استراتيجية تنمية القطاع، والتفاعل مع متغيرات السوق السياحي العالمي والمحلي.

¹. أحسن صليحة، محددات دالتي الطلب والعرض السياحي، جامعة مستغانم، 2012، ص 30.

1. تعريف العرض السياحي

العرض السياحي هو مجموع الموارد والخدمات التي تقدمها الدولة أو المنطقة بغرض جذب السياح، ويشمل ذلك المعالم الطبيعية والثقافية، البنية التحتية، وكفاءة القطاع الخدمي. ويعد العرض السياحي مركبا من عناصر غير متجانسة تقدم في إطار متكامل يضمن تجربة سياحية مميزة للسائح¹.

2. خصائص العرض السياحي

تتمثل خصائص العرض السياحي في:²

- عدم القابلية للتخزين أو النقل: السياحة خدمة تستهلك في موقعها، ولا يمكن تخزينها أو نقلها من مكان إلى آخر.
- إمكانية الإحلال: يمكن في بعض الحالات استبدال منتج سياحي بآخر، كاستخدام المخيمات بدل الفنادق.
- قلة المرونة: صعوبة تعديل العرض بسرعة وفقاً لتغير الأذواق في المدى القصير.
- الموسمية: يتأثر العرض مباشرة بتقلبات الطلب الموسمي.
- استقلالية المكونات: يتكوّن العرض من عناصر مستقلة (مواقع، خدمات، تنظيم) تتكامل دون خضوع لمنتج موحد.
- تعدد المنتجين: يتوزع العرض السياحي بين قطاعات حكومية وخاصة، ومقدمي خدمات مباشرة وغير مباشرة.
- التزامن بين الإنتاج والاستهلاك: يُستهلك المنتج السياحي في الوقت والمكان ذاته الذي ينتج فيه.
- خضوعه للمنافسة: على الصعيدين المحلي والعالمي، حيث تتنافس الدول والمناطق في تقديم عروض جذابة.

3. تصنيف المنظمة العالمية للسياحة للعناصر المكوّنة للعرض السياحي

يمكن تصنيفها إلى ما يلي:³

- الموارد الطبيعية (الجبال، السواحل، الصحاري).
- التراث الثقافي والمادي.
- البنية التحتية والخدمات (النقل، الإيواء، الإطعام).
- الأنشطة الاقتصادية والمالية المرتبطة.
- الظروف الاجتماعية والثقافية.

¹ بزة صالح، مرجع سبق ذكره، ص 40.

² بوفحيل نبيل، دراسة مقارنة لواقع القطاع السياحي في دول شمال إفريقيا، الملتقى الوطني الأول، جامعة البويرة، 2011، ص 30.

³ سماعيني نسبية، مرجع سبق ذكره، ص 63.

- الإطار التنظيمي والسياسي.
- الجاذبية العامة للوجهة السياحية.

ثالثاً: الإيرادات السياحية والاستثمار السياحي

يعد القطاع السياحي من أبرز القطاعات الاقتصادية التي تسهم بشكل ملحوظ في زيادة الإيرادات الوطنية وتعزيز التنمية الاقتصادية، إذ يعتبر من المصادر الحيوية التي تساهم في خلق فرص العمل، تحسين الميزان التجاري، وتطوير البنية التحتية. يعتمد نجاح الاستثمار في السياحة على قدرة الجهات السياحية على جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية وتوجيهها نحو تطوير البنية التحتية والخدمات السياحية المتنوعة، سواء كانت متعلقة بالإقامة، التنقل، أو الأنشطة السياحية.

تتفاوت الإيرادات السياحية من دولة إلى أخرى وفقاً للعديد من العوامل مثل نوع السياحة السائدة، جودة الخدمات المقدمة، والموقع الجغرافي. كما أن استثمار القطاع الخاص والعام في السياحة يعد من الاستراتيجيات الفعالة لدعم الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية المستدامة. يمثل الاستثمار في البنية التحتية السياحية، التسويق السياحي، وتنمية الموارد البشرية عناصر حيوية لزيادة العوائد الاقتصادية وتحقيق الأهداف الاستراتيجية للدول في هذا المجال.

1. الإيرادات السياحية:

تشير إلى العائدات المالية التي تحققها الدولة من توافد السياح، بما في ذلك إنفاقهم على الخدمات السياحية، الضرائب غير المباشرة، والعوائد الضريبية من المؤسسات السياحية. وتتأثر هذه الإيرادات بعوامل عدة منها: جودة المنتج السياحي، كفاءة الخدمات، أسعار الصرف، والظروف الأمنية والسياسية.

2. الاستثمار السياحي:

هو مجموع الأموال الموظفة في القطاع السياحي من قبل الدولة أو الخواص أو رؤوس الأموال الأجنبية. يعد الاستثمار السياحي محركاً للتنمية من خلال دعم البنى التحتية وخلق فرص العمل، كما أنه يعد من أكثر الاستثمارات مردودية في حال توفر الاستقرار والطلب المستمر على المنتج السياحي¹.

¹. بلاطة مبارك، كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص 35.

رابعاً: الإنفاق السياحي

الإنفاق السياحي هو كل ما ينفقه السائح خلال رحلته في الدولة المستقبلية، ويعد من المؤشرات الرئيسية لنمو القطاع السياحي. كما يمثل مورداً مهماً في ميزان المدفوعات، وينظر إليه على أنه محرك للدورة الاقتصادية من خلال تأثيره في الطلب على المنتجات المحلية، ورفع معدلات الادخار، وتحفيز الاستثمار الجديد¹.

المطلب الثالث: أنواع السياحة

تعد السياحة نشاطاً متعدد الأبعاد يشمل أنواعاً مختلفة بناءً على الغرض من السفر والأنشطة التي يمارسها السياح. يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع عدة، مثل السياحة الثقافية التي تركز على استكشاف التراث والتاريخ، والسياحة الترفيهية التي تهدف إلى الاستجمام، والسياحة البيئية التي تركز على الحفاظ على البيئة. هذا التنوع يساعد في تطوير استراتيجيات سياحية تستهدف فئات مختلفة من السياح.

أولاً: السياحة الطبيعية والبيئية

يتعلق هذا الفرع بأنواع السياحة التي تركز على استكشاف الطبيعة والبيئة والتفاعل معها، حيث يسعى السائح للاستمتاع بالمناطق الطبيعية والبيئة المحيطة. يشمل هذا:

1. السياحة البيئية (الإيكولوجية)

تستهدف السياحة البيئية الأشخاص الذين يهتمون بالحفاظ على البيئة والطبيعة. تشمل زيارة الحدائق الوطنية، المحميات الطبيعية، ومناطق الحياة البرية.

2. السياحة المغامرات

تركز هذه السياحة على الأنشطة المثيرة والمليئة بالتحدي، مثل تسلق الجبال، القفز بالمظلات، التخميم، وغيرها من الأنشطة التي توفر الإثارة والمغامرة².

¹. المرجع نفسه، ص 35.

². نور الدين، عادل، مقدمة في السياحة: المفاهيم والتطبيقات، دار العلوم للنشر، 2017، ص 45.

3. السياحة الشاطئية

تتمحور حول زيارة الشواطئ للاستمتاع بالماء والرمال البيضاء، حيث يشارك السياح في الأنشطة المائية مثل السباحة، والغوص، وركوب الأمواج.

4. السياحة الريفية

تستهدف السياحة الريفية أولئك الذين يفضلون زيارة المناطق الريفية لاستكشاف الحياة الريفية البسيطة والطبيعة الهادئة، مثل الإقامة في مزارع أو القرى التقليدية¹.

ثانياً: السياحة الثقافية والاجتماعية

يتعلق هذا الفرع بأنواع السياحة التي تركز على النشاطات الثقافية، الاجتماعية، والدينية، حيث يسعى السائح للحصول على تجربة تعكس الثقافات المختلفة وتعزز من تواصله مع المجتمعات المحلية. يشمل هذا:

1. السياحة الثقافية

تتضمن زيارة المعالم التاريخية والثقافية مثل المتاحف، الآثار، المهرجانات الثقافية، والفنون. تهدف إلى إثراء معرفة السائح بالتراث الثقافي والتاريخي للمكان.

2. السياحة الدينية

تتركز هذه السياحة في زيارة الأماكن المقدسة لأغراض دينية، مثل الحج في الإسلام، أو زيارة الفاتيكان في المسيحية. تهدف إلى تعزيز الروحانية والتواصل مع الأماكن المقدسة.

3. السياحة التعليمية

تتركز على الأنشطة التي تستهدف التعلم الأكاديمي أو الثقافي، مثل زيارة الجامعات أو المشاركة في برامج تعليمية أو مؤتمرات علمية دولية².

¹ الطاهر فؤاد، الأنواع المتنوعة للسياحة وأثرها على الاقتصاد، مجلة الدراسات السياحية، العدد 22، 2018، ص 122.

² صالح محمد، السياحة الطبيعية وأثرها على التنمية المستدامة، دار الفكر العربي، 2020، ص 57.

4. السياحة الرياضية

تستهدف هذه السياحة حضور الفعاليات الرياضية الكبرى مثل كأس العالم أو الأولمبياد، أو المشاركة في الأنشطة الرياضية المختلفة مثل الماراثونات والبطولات.

5. السياحة الطبية والصحية

تتضمن السفر بغرض العلاج الطبي أو الاستفادة من العلاجات الصحية مثل العلاج الطبيعي، الجراحة التجميلية، أو العلاج في المنتجعات الصحية¹.

المبحث الثالث: مقومات السياحة، وآثارها

تعد السياحة من القطاعات الحيوية التي تلعب دورًا أساسيًا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في العديد من دول العالم. من خلال تنوع أنشطتها وامتداد تأثيراتها على مختلف الجوانب، تسهم السياحة في تعزيز قدرة الدول على تحقيق أهداف التنمية المستدامة وتحسين مستويات معيشة السكان المحليين. لكن لكي تكون السياحة فعّالة في تحقيق التنمية المستدامة، يجب أن تكون مستندة إلى مجموعة من المقومات الأساسية التي تحفز نمو هذا القطاع مع الحفاظ على البيئة والموروث الثقافي.

المطلب الأول: مقومات السياحة

تعتبر السياحة نشاطًا متنوعًا ومعتمدًا على مجموعة من المقومات الضرورية التي تتراوح بين الموارد الطبيعية والجغرافية، وكذلك الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة. وتحتاج التنمية السياحية في أي بلد إلى توافر هذه المقومات الأساسية، التي تساهم بشكل رئيسي في تعزيز هذا القطاع. وتتمثل هذه المقومات في موارد السياحة، المعطيات الجغرافية والطبيعية، ووسائل النقل والمواصلات، إلى جانب قدرات الإيواء والاستقبال. تتمثل مقومات السياحة فيما يلي:²

أولاً: المقومات الطبيعية

وتتمثل في الموارد الطبيعية التي رزق الله بها بعض البلدان، ومن أهم هذه الموارد: البحار، الأنهار، المناخ، الواحات، الجبال، الغابات، الجو اللطيف، المناظر الساحرة، الثلوج، المياه المعدنية الكبريتية.

¹ أبوشامة، سعيد، التسويق السياحي: استراتيجيات وأساليب جذب السياح، الأكاديمية العربية للعلوم والنشر، 2019، ص 34.

² هتهات الشيخ، واقع السياحة المستدامة في الجزائر ودورها في حماية البيئة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة بيئية وسياحية، جامعة الجزائر 03، 2023، ص 45.

ثانيا: المقومات البشرية

وتعني العمل الذي يتمثل في الإنجازات السياحية الجديدة، والمضافة إلى الإنجازات الكبيرة التي تركها الأجداد واستكملتها الأجيال المتلاحقة فإلى جانب ما تركه الأباء والأجداد من ثروات سواء كانت التاريخية أو الإسلامية أو المسيحية وغيرها من الآثار القديمة التي تزخر بها بعض الدول، فإن الجهود البشرية التي تبذل في مختلف الأنشطة السياحية تمثل صورة أخرى من صور الأنشطة السياحية تمثل صورة أخرى من صور العمل الذي يعد عنصرا هاما من عناصر المنتج السياحي واستخدامه، يساعد على جذب السياح مثل القرى السياحية، والمنتجات والمنشآت الحديثة سواء كانت فنادق مطاعم إلى جانب المناطق الترفيهية المختلفة التي تعمل على راحة وجذب السياح سواء كانت ملاهي بواخر سياحية، أسواق تاريخية، رياضيات خاصة وغيرها من وسائل الترفيه والراحة والاستمتاع وبصورة عامة فإن عوامل الجذب الطبيعية غير قابلة للمنافسة إذ يستطيع الإنسان أن يبني جبال أو سهول وتكون المنافسة بها غير شريفة، أما العوامل غير الطبيعية فيمكن المنافسة عليها ما عدا الآثار والأماكن الدينية، فأغلب الدول تتنافس على هذا النوع من العوامل.

ثالثا: المقومات المالية

رأس المال هو المقوم الأساسي الثالث من مقومات صناعة السياحة، حيث يعتبر رأس المال من أهم المقومات التي تعمل على استثمار الأموال في مختلف المشروعات السياحية بإقامة المنشآت السياحية والفنادق والشركات السياحية وغيرها من معدات وأدوات ومباني، لذا يعد رأس المال مقوم أساسي لما له من أهمية كبيرة للقيام بالمشروعات الاستثمارية المختلفة وتدعيم الخدمات السياحية.

كما يفيد توافر رأس المال في القيام بالحملة الدعائية والإعلامية اللازمة لتسويق المنتج السياحي حيث يمكن عن طريق توافر المال القيام بالحملة الإعلامية المخططة والمتنوعة والمستثمرة في الداخل والخارج والقيام بالترويج والإعلان المناسب للمنتج السياحي وكثرة إنتاج المطبوعات الفاخرة بكافة ألوانها. بالإضافة إلى ذلك تعد التسهيلات السياحية المقدمة إلى الزائر والأسعار المناسبة للخدمات المقدمة و تسهيلات النقل و ما يتوفر بها من امان و راحة و سرعة من التي تساعد على تدعيم المقومات السياحية بصفة عامة، وبذلك تكتمل جميع مقومات الصناعة السياحية كصناعة حديثة ظهرت في عالم اليوم.¹

¹ ناصر مراد، دور السياحة في التنمية المستدامة - حالة الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية المستدامة ، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة، الجزائر، أفريل 2012، ص 07.

المطلب الثاني: الدور التنموي للقطاع السياحي

يتفرع الدور التنموي للسياحة إلى فرعين رئيسيين؛ الأول هو دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة، والآخر هو دور السياحة في تعزيز التنوع الثقافي والاجتماعي. في هذا السياق، يمكن تناول هذا الموضوع من خلال فهم العلاقة المتبادلة بين السياحة والبيئة، والآثار التي تترتب على هذه العلاقة، سواء كانت إيجابية أو سلبية، بالإضافة إلى إبراز الأبعاد المختلفة للسياحة المستدامة.

أولاً: دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة

في ظل التحديات البيئية العالمية، مثل التغيرات المناخية وتدهور الموارد الطبيعية، أصبحت السياحة البيئية أحد الأبعاد الأساسية التي تسهم في تحقيق التنمية المستدامة. فالسياحة البيئية لا تقتصر فقط على تقديم تجارب سياحية فريدة، بل تسهم في الحفاظ على البيئة وتعزيز الوعي البيئي لدى الزوار، مما ينعكس إيجاباً على المجتمعات المحلية والنظام البيئي ككل.

1. العلاقة التفاعلية بين السياحة والبيئة

تتسم العلاقة بين السياحة والبيئة بتوازن حساس للغاية، حيث تمثل السياحة مصلحة اقتصادية، بينما البيئة تعتبر مصدر الجذب السياحي. بحسب إعلان مانيليا 1980، لا ينبغي أن يتم تلبية احتياجات السياحة بطريقة تلحق الضرر بالمصالح الاجتماعية أو الاقتصادية للمجتمعات المحلية أو تضر بالموارد الطبيعية والمواقع الثقافية. في هذا السياق، تشدد السياحة البيئية على الحفاظ على البيئة والتوازن بينها وبين الأنشطة السياحية¹.

2. الآثار الإيجابية للسياحة البيئية

- حماية البيئة: يمكن أن تلعب السياحة دوراً مهماً في حماية البيئة من خلال دعم المشاريع التي تهتم بالحفاظ على الموارد الطبيعية.
- إدارة النفايات: تقوم السياحة بتوفير آليات إدارة جيدة للنفايات، وهو ما يساهم في تقليل التلوث.
- تحسين مستوى معيشة المجتمع المحلي: تساهم السياحة في تحسين الحياة الاقتصادية للمجتمعات المحلية عبر خلق فرص عمل وتعزيز الاستثمار في البنية التحتية.

¹ خان أحلام، زاوي صورية، السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية صادرة عن جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر، العدد السابع، جوان 2010، ص 228.

– الاستثمار في التراث الثقافي: يمكن أن تساعد مشاريع التنمية السياحية في ترميم وصيانة المباني التاريخية والتراثية¹.

3. الآثار السلبية للسياحة البيئية²

– تدمير الموارد الطبيعية: قد يؤدي التوسع السياحي غير المدروس إلى تدمير البيئة المحيطة، مثل تدمير المناظر الطبيعية أو إحداث تلوث.

– فقدان الأنشطة الاقتصادية التقليدية: قد يتسبب الانجذاب الكبير نحو السياحة في تراجع النشاطات الاقتصادية الأخرى التي اعتمد عليها السكان المحليون.

– الضغط على البنية التحتية: زيادة السياحة قد تؤدي إلى ازدحام الأماكن السياحية وضغط شديد على الخدمات الأساسية مثل المياه والكهرباء والصرف الصحي.

لضمان استدامة السياحة وحمايتها للبيئة، يجب اتباع ممارسات مثل:

✓ الاستناد إلى طاقة الاستيعاب: يجب أن تعتمد السياسات السياحية على تقدير دقيق للطاقة الاستيعابية للمناطق السياحية لتجنب الضغط البيئي.

✓ تطبيق معايير بيئية صارمة: يتعين وضع معايير بيئية للتخطيط السياحي والتأكد من الالتزام بها.

ثانياً: أبعاد التنمية السياحية المستدامة

تعتبر التنمية السياحية المستدامة من المفاهيم الحديثة التي تسعى لتحقيق التوازن بين متطلبات النمو السياحي وضرورة الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية للأجيال القادمة. إنها لا تقتصر على تطوير قطاع السياحة فحسب، بل تشمل أيضاً الاعتبارات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تساهم في تحسين جودة الحياة في المجتمعات المحلية.

تسعى التنمية السياحية المستدامة إلى تحقيق ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

¹ . عايد راضي خنفر، إباد عبد الإله خنفر، تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي، مجلة جامعة أسبوط للبحوث البيئية، ص 55-58.

² . خان أحلام، زاوي صورية، مرجع سبق ذكره، ص 229.

1. البعد البيئي

السياحة المستدامة تركز على الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية وتخفيف التأثيرات السلبية التي قد تنجم عن النشاط السياحي. هذا البعد يتطلب توازناً بين تلبية احتياجات السياح والحفاظ على التنوع البيولوجي. يتضمن هذا الحفاظ على معايير صارمة لحماية البيئة والتقليل من استهلاك الموارد.

2. البعد الاقتصادي

السياحة المستدامة تساهم في النمو الاقتصادي من خلال خلق فرص عمل جديدة وزيادة العائدات من السياحة دون التأثير على البيئة. السياسات السياحية يجب أن تسعى إلى تحقيق توازن بين الاستفادة الاقتصادية والحفاظ على البيئة.

3. البعد الاجتماعي والثقافي

تسهم السياحة المستدامة في الحفاظ على القيم الثقافية للمجتمعات المحلية وضمان مشاركة السكان المحليين في عمليات التنمية السياحية. كما تشجع السياحة على الحفاظ على الهوية الثقافية وتوفير فرص للأنشطة الاجتماعية التي تشرك المجتمع المحلي بشكل فعال¹.

ثالثاً: تفعيل الثقافة البيئية لتحقيق سياحة بيئية مستدامة

إن الثقافة البيئية تعد عنصراً أساسياً لتحقيق سياحة بيئية مستدامة، فهي تساهم في تعزيز وعي الأفراد والمجتمعات حول أهمية الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، وتوجيههم نحو سلوكيات مسؤولة تجاه البيئة. تفعيل الثقافة البيئية ليس مقتصرًا فقط على تحسين الوعي لدى السياح، بل يشمل أيضاً تعزيز فهم المجتمعات المحلية حول أهمية السياحة البيئية ودورها في التنمية المستدامة.

1. أهمية الثقافة البيئية

الوعي البيئي يلعب دوراً أساسياً في تفعيل السياحة البيئية المستدامة. من الضروري أن يتم تزويد السياح والمجتمعات المحلية بالمعرفة البيئية اللازمة التي تشجعهم على اتخاذ سلوكيات سليمة بيئياً. تعزز الثقافة البيئية من خلال تطوير برامج توعية تهدف إلى تغيير سلوكيات الأفراد تجاه البيئة وضمان استدامتها للأجيال القادمة².

¹ سليم حميد سالم، طارق سلمان، الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد 01، العدد الثاني، 2009، ص 91.

² مريم أحمد مصطفى، إحسان حفطي، قضايا التنمية في الدول النامية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص 134.

2. نشر الثقافة السياحية

إلى جانب الثقافة البيئية، تساهم الثقافة السياحية في تعزيز الوعي بأهمية الحفاظ على المواقع السياحية من خلال تشجيع السياح على اتباع سلوكيات تحترم البيئة المحلية. هذا يتضمن تعزيز الالتزام البيئي في مختلف الأنشطة السياحية، بدءاً من الأنشطة الترفيهية إلى أساليب التنقل التي لا تؤثر سلباً على الطبيعة¹.

وعليه: إن السياحة البيئية المستدامة لا تتطلب فقط اهتماماً بالجانب البيئي، بل أيضاً تفاعلاً إيجابياً مع المجتمع المحلي، واستدامة اقتصادية تعزز من تطور السياحة دون أن تؤدي إلى تدهور البيئة أو تفريط في الموارد الطبيعية.

المطلب الثالث: آثار السياحة

تعتبر السياحة من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية التي تترك آثاراً متنوعة على المستوى المحلي والدولي. حيث تؤثر السياحة بشكل كبير في النواحي الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية للدول والمجتمعات التي تحتضن هذه الأنشطة. ولقد ازدادت أهمية السياحة في العقود الأخيرة بفضل ما حققته من نتائج ملموسة في تعزيز الاقتصادات الوطنية وتحقيق التبادل الثقافي بين الشعوب. ومن خلال هذه الآثار، يتضح الدور الحيوي للسياحة في التنمية المستدامة، حيث يمكن أن تكون قوة دافعة نحو تحسين مستويات المعيشة وتعزيز التفاهم بين الثقافات.

إلا أن السياحة لا تقتصر على الفوائد الاقتصادية فحسب، بل لها أيضاً آثار اجتماعية وثقافية تؤثر في المجتمعات المستقبلية للسياح. هذا ما يجعل من الضروري فحص آثار السياحة بشكل دقيق في مختلف المجالات. لذا، سيتم في هذا المطلب استعراض أبرز الآثار التي تترتب على النشاط السياحي في إطارين رئيسيين:

أولاً: الآثار الاقتصادية للسياحة

يعتبر القطاع السياحي من أكبر مصادر الدخل للدول النامية والمتقدمة على حد سواء. إذ تسهم السياحة بشكل كبير في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وتوفير فرص العمل في مختلف القطاعات مثل النقل، الإقامة، الطعام، والأنشطة الترفيهية. علاوة على ذلك، تساهم السياحة في زيادة الاستثمارات المحلية والدولية، سواء في البنية التحتية أو في المشروعات الصغيرة والمتوسطة. وبالتالي، تلعب السياحة دوراً مهماً في تحفيز النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة من خلال استثمار الموارد الطبيعية والبشرية في الأنشطة السياحية².

¹. ليلى محمد خضير، تأثيرات المجتمعات المحلية على منشآت السياحة البيئية مع التركيز على معايير تصميم الفندق الفني، مذكرة ماجستير في الهندسة المعمارية، قسم الهندسة المعمارية، كلية الهندسة، جامعة عين شمس، مصر، 2005، ص 24.

². عبد الحميد أبو زيد، السياحة والتنمية المستدامة، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2018، ص 133.

1. **دعم الناتج المحلي الإجمالي:** السياحة تساهم بشكل مباشر في زيادة الناتج المحلي الإجمالي للدول من خلال الإيرادات التي يحصل عليها البلد من السياح، سواء من خلال الإنفاق على الإقامة، النقل، الأنشطة السياحية، والمشتريات.
2. **تحفيز الاستثمار:** يشجع النمو في قطاع السياحة على جذب الاستثمارات في بنية تحتية جديدة مثل الفنادق، المنتزهات الترفيهية، والمرافق السياحية الأخرى، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد المحلي.
3. **توفير فرص العمل:** السياحة تخلق العديد من الوظائف المباشرة وغير المباشرة، سواء في القطاع الفندقي، النقل، الإرشاد السياحي، أو الصناعات المرتبطة مثل صناعة الهدايا التذكارية والطعام والمشروبات. بالإضافة إلى ذلك، توفر السياحة فرص عمل للمجتمعات المحلية في المناطق السياحية¹.
4. **تنمية الصناعات المحلية:** عبر تدفق السياح، تزداد الحاجة إلى المنتجات المحلية مثل الحرف اليدوية، الطعام، الملابس التقليدية، مما يعزز الصناعات المحلية ويوفر فرصًا للتوسع والنمو.
5. **زيادة العائدات الحكومية:** من خلال الضرائب والرسوم التي تفرض على السياحة (مثل ضريبة القيمة المضافة على الخدمات السياحية أو رسوم الدخول للمواقع السياحية)، تزيد إيرادات الحكومات، مما يساهم في تمويل مشاريع التنمية والبنية التحتية².

ثانياً: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة

السياحة لها تأثيرات عميقة على المجتمعات المستقبلية من الناحية الاجتماعية والثقافية. فهي تساهم في تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب، مما يزيد من الفهم المتبادل ويشجع على التسامح. كما تساهم السياحة في الحفاظ على التراث الثقافي والبيئي، إذ تعتبر زيارة المواقع التاريخية والثقافية حافزاً للحفاظ على الهوية الثقافية المحلية. ومع ذلك، قد تترك السياحة آثاراً سلبية على القيم والعادات المحلية، خاصة إذا لم يتم التحكم في أنماطها بشكل صحيح، مثل التأثير على النسيج الاجتماعي أو تعرض المجتمعات للتغيير الثقافي نتيجة الانفتاح على ثقافات أخرى.

السياحة لا تقتصر آثارها على النواحي الاقتصادية فقط، بل تترك أيضاً آثاراً اجتماعية وثقافية لها تأثيرات بعيدة المدى على المجتمعات المحلية.

¹ أحمد عبد الفتاح الجزار، الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة، دار الكتب الحديثة، القاهرة، مصر، 2014، ص 88.

² فهد بن محمد حمود، أثر السياحة في التنمية الاقتصادية في الدول النامية، مجلة جامعة الملك سعود - العلوم الإدارية، المجلد 27، العدد 2، 2015، ص

1. **تعزيز التبادل الثقافي:** السياحة تسهم في تبادل الثقافات بين السياح والمجتمعات المحلية. هذا التبادل يعزز التفاهم والتعاون بين مختلف الشعوب ويخلق فرصًا لتعريف السياح بالثقافات والعادات المحلية في وجهاتهم السياحية.
2. **الحفاظ على التراث الثقافي:** مع زيادة الاهتمام بالسياحة، تتوجه الحكومات والمجتمعات المحلية إلى الحفاظ على التراث الثقافي والطبيعي. من خلال تسليط الضوء على المعالم التاريخية والتراثية، تشجع السياحة على الحفاظ على هذه الموارد التي تمثل جزءًا من الهوية الثقافية للمجتمع¹.
3. **تأثير السياحة على القيم الاجتماعية:** السياحة قد تؤدي إلى تغييرات اجتماعية في المجتمعات المحلية، حيث يمكن أن تؤثر في القيم والعادات الاجتماعية للمجتمع المحلي، إما من خلال التأثيرات الإيجابية التي تنطوي على الانفتاح على العالم أو التأثيرات السلبية مثل انحراف القيم أو تفكك بعض الهياكل الاجتماعية التقليدية.
4. **الآثار السلبية على المجتمعات المحلية:** رغم الفوائد التي توفرها السياحة، فإنها قد تؤدي أيضا إلى بعض الآثار السلبية على المجتمعات المحلية، مثل ارتفاع تكاليف المعيشة بسبب زيادة الطلب على السلع والخدمات، وتغيير أنماط الحياة التقليدية، بالإضافة إلى مشكلات الازدحام والتلوث الناتج عن التدفق الكبير للسياح.
5. **تمكين المجتمعات المحلية:** السياحة تساهم في تعزيز هوية المجتمعات المحلية من خلال زيادة الوعي بأهمية الحفاظ على التراث الثقافي. كما توفر فرصا للمجتمعات المحلية للمشاركة في الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية المتعلقة بالقطاع السياحي، مما يعزز من قدرتهم على المساهمة في التنمية المستدامة².

¹ المنظمة العربية للسياحة، التنمية السياحية المستدامة في الوطن العربي، تقرير سنوي، الأمانة العامة للمنظمة، جدة، 2019، ص 56.

² عبد الحميد أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 134.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق ، تضح أن السياحة تعد من أبرز القطاعات الحيوية التي تسهم في تعزيز الاقتصاد وتبادل الثقافات بين الشعوب، فهي ليست مجرد تنقل وترفيه، بل هي وسيلة للتقارب الإنساني والتنمية المستدامة. فالدول بإمكانها أن تحقق مكاسب كبيرة على مختلف الأصعدة من خلال استثمار المؤهلات الطبيعية والثقافية. لذا، فإن الاهتمام بتطوير البنية التحتية، وتحسين الخدمات السياحية، والحفاظ على الموروث البيئي والثقافي، يشكل خطوة أساسية نحو جعل السياحة رافعة للتنمية ومصدراً للفخر الوطني.

الفصل الثاني

واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في دعم
الاقتصاد الوطني

تمهيد

يعد القطاع السياحي من القطاعات الحيوية ذات الأهمية المتزايدة في دعم الاقتصاد الوطني الجزائري، نظرا لما تزخر به البلاد من مقومات سياحية متنوعة تشمل التراث الثقافي الغني، والتنوع الطبيعي الجغرافي، والموقع الاستراتيجي على ضفاف البحر الأبيض المتوسط.

ورغم هذه المؤهلات، لا يزال القطاع يواجه تحديات تعيق استغلال إمكانياته بالشكل الأمثل، مثل ضعف البنية التحتية، ونقص الاستثمارات، والاعتماد المفرط على قطاع المحروقات. ومع ذلك، ينظر إلى السياحة كأحد البدائل الاستراتيجية لتحقيق التنويع الاقتصادي، من خلال خلق فرص العمل، وجذب العملة الصعبة، وتنشيط النشاطات المرتبطة بها كالنقل والخدمات والحرف التقليدية. لذا فإن تطوير هذا القطاع بات ضرورة ملحة ضمن الرؤية الشاملة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر.

من خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في دعم الاقتصاد الوطني من

خلال:

- المبحث الأول: القطاع السياحي في الجزائر
- المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر
- المبحث الثالث: معوقات وآفاق تطوير القطاع السياحي في الجزائر

المبحث الأول: القطاع السياحي في الجزائر

يعتبر القطاع السياحي في الجزائر من القطاعات الواعدة لما تمتلكه البلاد من تنوع طبيعي وثقافي كبير، وفي هذا المبحث سيتم التطرق إلى واقع القطاع عبر مقوماته، أنواع السياحة في الجزائر، وتطور الخصائص الهيكلية والتنموية للقطاع السياحي في الجزائر

المطلب الأول: مقومات القطاع السياحي في الجزائر

إن المقومات السياحية تمثل تلك الإمكانيات الطبيعية والمادية التي يتوفر عليها أي بلد والتي هي بمثابة الركائز الأساسية للعرض السياحي، ويعتبر التميز بين الدول في مدى توافر هذه الموارد والمقومات شرطا ضروريا أو أحد العوامل الرئيسية المحددة للطلب السياحي في أغلب الأحيان وللبعض الأنماط السياحية بشكل خاص مثل السياحة التاريخية والدينية، أما الخدمات السياحية تعتبر شرطا لتحقيق الجذب السياحي المطلوب.

أولاً: الموقع

تعد الجزائر القلب النابض للمغرب العربي والبوابة الإفريقية المطلة على أوروبا والبحر الأبيض المتوسط فهي دولة تجمع بين الصفات الإفريقية والمتوسطية، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الغرب المغرب، ومن الجنوب الغربي موريتانيا، ومن الشرق تونس وليبيا، ومن الجنوب مالي والنيجر فهي ثاني أكبر بلد إفريقي من حيث المساحة بعد السودان، تقع بين خطي عرض 18 و38 شمالا. خطي طول 9 غربا و12° شمالا بمساحة تقدر بـ (2381741 كم) وشريط ساحلي يقدر بـ 1200 كلم يتسم بأروع المناظر والشواطئ.

ثانياً: الأقاليم

تنقسم الجزائر إلى أقاليم طبيعية تمتد من الشرق إلى الغرب بشكل متوازي وهي:¹

- **الإقليم الأول:** هو إقليم الساحل والذي يمتد على شكل شريط ضيق بمحاذاة الساحل وتتكون أراضي هذا الإقليم من سلاسل صخرية عالية وعدد من الشواطئ الرملية والخلجان.
- **الإقليم الثاني:** وهو إقليم التل ويتكون من عدد من السهول الساحلية المنخفضة والسهول الداخلية المرتفعة وتنحصر هذه السهول بين المرتفعات الجبلية وتوجد معظم الأراضي الصالحة للزراعة في منطقة الوديان الوفيرة الموجودة بها.

¹ عيساوي رياض، هاني محمد، واقع ومقومات السياحة في الجزائر ودورها في زيادة النمو الاقتصادي، الملتقى الوطني حول دور قطاع السياحة في التنمية والتنوع الاقتصادي في الجزائر، جامعة الجزائر 01، يوم 06 ديسمبر 2023، ص 09.

- **الإقليم الثالث:** وهو إقليم الصحراء ويشكل أكبر مساحة في الأراضي الجزائرية حيث يحتل حوالي 80 % من الأراضي الجزائرية وتقع في الشمال الشرقي منه منطقة تتجمع فيها أهم الواحات.

ثالثا: المناخ

تتميز الجزائر بتنوع مناخها حيث يسود منطقة التل في الشمال مناخ البحر المتوسط فهو دافئ جاف صيفا معتدل ممطر شتاء وهي أكثر المناطق رطوبة حيث يبلغ معدل سقوط الأمطار ما بين 400 إلى 1000 مم وتتراوح درجات الحرارة ما بين 25 في الصيف و11 في الشتاء ومناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماني وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 أو أقل في بعض المناطق أما باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة تصل إلى أكثر من 30 أما منطقة الصحراء فتعتبر من المناطق المتطرفة في درجات الحرارة اليومية فضلا عن الرياح والجفاف الشديد، وعموما لا يزيد معدل سقوط الأمطار سنويا عن 102 مم حيث تصل أحيانا درجات الحرارة إلى أكثر من 40 أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسط ودافئ ما يمكن نشاط حركة السواح في فصل الصيف.¹

رابعا: الحمامات المعدنية

تتوفر الجزائر على ما يفوت 200 منبع للمياه الحموية الجوفية و7 محطات حمامات معدنية ذات طابع وطني ومركز واحد للعلاج بمياه البحر، كما يوجد ما يقارب 50 محطة حموية ذات طابع محلي تستغل بطريقة تقليدية وبالنسبة للحمامات المعدنية فهي حمام بوغراة بتلمسان (500 كم غرب العاصمة القريبة من الحدود مع المغرب، حمام بوحنيفة بمنطقة معسكر، حمام ريغة بعين الدفلى (170 كم) غربا، وفي الشرق يوجد حمام الشلالة بولاية قالمة، حمام قرقور بولاية سطيف، حمام الصالحين ببسكرة، أما عن المنابع الحموية غير مستغلة التي لا تزال على حالتها الطبيعية ما يفوق 60% من المنابع المحصاة 149.²

خامسا: المواقع التاريخية

عرفت الجزائر حضارات عبر مختلف العصور فقد عثر على بقايا وآثار نشاط إنساني تعود إلى سبعة آلاف عام قبل الميلاد، واحتكت بعدة حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية التي تعامل معها الأمازيغ سكان الجزائر آنذاك، كما خضعت الجزائر في القرن السابع ميلادي لحكم قرطاج ثم احتلها الرومان سنة 42 قبل الميلاد وفي عام 682 م بدأ العصر الإسلامي. وبالرجوع إلى قائمة التراث العالمي المدرجة في لجنة التراث العالمي في اليونسكو ضمن مواقع التراث

¹. وليد عباد، الامكانيات المتوفرة للسياحة الداخلية في الجزائر، الملتقى الوطني حول دور قطاع السياحة في التنمية والتنوع الاقتصادي في الجزائر، جامعة الجزائر 01، يوم 06 ديسمبر 2023، ص 04.

². عيساوي رياض، هاني محمد، مرجع سبق ذكره، ص 11.

الدولية التي يمكن أن تكون هذه المواقع طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال وقد تكون من صنع الإنسان كالبنيان والمدن ومن أهمها:¹

- **قلعة بني حماد:** وهي من المواقع التي بنيت في 1007م على يد حماد بن بلكين وتقع شمال شرق ولاية مسيلة على بعد 36 كم أحد رموز الدولة الإسلامية بالجزائر ويوجد بها الكثير من الكنوز والمعالم الأثرية أهمها المسجد الكبير ومصلى قصر المنار الذي يعتبر أصغر مسجد في العالم، بالإضافة إلى القصور الممتدة عبر مساحات القلعة وعلى امتداد أكثر من 50 كم على غرار قصر الأمير الذي يحتوي على بحيرة تعد مشاهدة لقصر الحمراء بالأندلس جميلة: جميلة كويكل (cuicul) القديمة على بعد 50 كم من مدينة ستيفيس سطيف حاليا تحتوي على أجمل المعالم الأثرية القديمة أسسها الإمبراطور الروماني نرفا Nerva في عامي 96 و98م توسعت إثرها المدينة في القرنين الثاني والرابع حسب مخطط هندسي مدروس من حمامات حدائق، متاحف.....

- **وادي ميزاب:** أدرجته اليونسكو ضمن التراث العالمي في 1982م وهو هضبة كلسية تقع شمال الصحراء سميت ببلاد الشبكة نظرا لشبكة الأودية العديدة والتي لا يتجاوز عمقها 100م تتجه كلها من الشمال الغربي نحو الجنوب الشرقي لتنتهي عند بحيرة تكتنفها الرمال شمال غرب مدينة الجزائر.

- **تيمقاد:** تقع تيمقاد على بعد 36 كم شرق ولاية باتنة بناها الرومان سنة 100م في عهد الإمبراطور تراجان الذي أمر ببنائها لأغراض إستراتيجية شيدت على مساحة 11 هكتار سماها الرومان تاموقادي وتحظى المدينة بتصميم جميل إذ يشقها طريقتان كبيران متقاطعان من الشرق إلى الغرب ومن الشمال إلى الجنوب. ينتهي كل شارع ببنيان كبيرين في طرفيه يزينها قوسان ضخمان من الحجارة وأعمدة منحوتة، وابتداء من النصف الثاني ميلادي عرفت المدينة تطورا عمرانيا هاما تطلب مساحات إضافية فظهرت أحياء سكنية جديدة وشيدت المعابد وبلغ التطور العمراني ذروته في القرن الثالث ميلاد إذ بنيت منشآت جديدة مثل المكتبة العمومية والسوق ومسكن أوسع وأكثر رفاهية وفي القرن الخامس ميلادي احتل الوندال المدينة ودام الاحتلال قرابة قرن بعد أن احتل البيزنطيون مكانهم 152.

- **تيبازة:** تقع على ساحل البحر الأبيض المتوسط تبعد عن الجزائر العاصمة ب 50 كم غربا أسسها الفينيقيون كإحدى مستعمراتهم التجارية العديدة حيث كانت لها مكانة مرموقة، وتعني كلمة تيبازة في اللغة الفينيقية (الممر) لأنها كانت معبرا ومرا للأفراد بين مدينتي إيكوزيوم (الجزائر) وإبول (شرشال) ثم أصبحت تعرف بقرطاجية وقد

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي وتنمية مستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012، ص 105.

عرفت أيام مجدها إبان حكم الملك النوميدي جوبا الثاني وأصبحت مستعمرة لاتينية إبان إمارة كلوديوس في القرن الأول لتتحول إلى مستعمرة رومانية في القرن الثاني ميلادي.

- **القصة:** التي تكتظ بالمساجد وتتميز بشوارعها الضيقة وقلعتها الأثرية والتي تم بنائها في القرن 16م وتتميز بشرائها المعماري التاريخي الهام والذي دفع منظمة اليونسكو تسجيلها ضمن التراث العالمي عام 1992م ومن المعالم الشهيرة بالقصة، الحدائق المرصد الفلكي، المتحف الوطني، دار الكتب الوطنية، جامعة الجزائر التي تأسست عام 1909م كما يوجد بها الكثير من القصور والمنازل الفاخرة ذات طراز عربي إسلامي ومن أبرز مساجدها المسجد الكبير ومسجد كتشاوة الذي تم بناءه في العصر التركي 1021م 153.

سادسا: المواصلات والاتصالات

1. المواصلات

تحتوي الجزائر على عدة وسائل وطرق للمواصلات أهمها:

الطرق البرية: يقدر طول شبكة الطرق البرية الجزائرية بـ 127 000 كلم من الطرق، كواحدة من أكبر الشبكات الأكثر كثافة في القارة الإفريقية، وبلغ عدد الهياكل أكثر من 10 آلاف بنية هندسية. أما شبكة السكك الحديدية فيبلغ طولها 4 498 كلم وهي تربط حاليا 30 ولاية جزائرية. وتتوفر الجزائر أيضا على خط للنقل عن طريق مترو الأنفاق السريع وذلك في العاصمة¹.

تعتبر سيارة الأجرة وسيلة مهمة في الرحلة السياحية خاصة للسائح الأجنبي الذي يكون عادة من غير مركبة سياحية، فهي تمكنه من التنقل بحرية من مكان لآخر وتلعب دورا مهما في إنجاح التجربة السياحية، وحسب إحصائيات الديوان الوطني للإحصائيات فقد بلغ عدد رخص سيارات الأجرة المستغلة 111 899 رخصة وذلك سنة 2017.

ما يعيب النقل البري في الجزائر هو كثرة حوادث المرور فهذه الأخيرة تشكل نقطة سوداء لمستعملي شبكة الطرق البرية، وتشير الإحصائيات أن عدد حوادث المرور في المناطق البرية والحضرية بلغ 22 507 حادث سنة 2019 خلفا 3 275 وفاة والألاف من المصابين بجروح متفاوتة².

¹ عبد الرزاق موالي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد الرابع، جامعة ورقلة، الجزائر، 2016، ص 68.

² بن تركية مسعود، محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر "دراسة قياسية خلال الفترة 1995-2019"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وإحصاء تطبيقي، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2024، ص 73.

- **السكك الحديدية:** تربط شبكة السكة الحديدية أهم المدن الشمالية ببعضها وتصل خطوطها من مناطق استخراج المواد الأولية إلى وصولها للمدن الصناعية والموانئ، وتعد من أهم الدول الإفريقية من حيث كثافة السكك الحديدية والتي يبلغ طولها 4200 كم منها 215 كم خطوط مكهربة وتغطي 17% من النقل البري.
- **النقل الجوي:** نظرا لشساعة المساحة وبعد المسافات بين جهات الجزائر واتساع مساحة الصحراء أصبح للنقل الجوي أهمية خاصة، ويتكون الأسطول الجوي من 63 طائرة معظمها من نوع بوينغ وايرباص وتضمن شركة الخطوط الجوية الجزائرية سنويا نقل 6 ملايين مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع، كما يوجد 35 مطار منها 12 مطار دولي والباقي داخلي جهوي أو خاص أهمها مطار هواري بومدين ومطار وهران.
- **النقل البحري:** يتم النقل البحري عبر 12 ميناء بعضها مخصص لتصدير المحروقات كميناء بجاية سكيكدة بينما ميناء الجزائر العاصمة وهران وعنابة موانئ متعددة النشاطات كما يتضمن الأسطول البحري 74 سفينة بحرية منها 5 ناقلات بترول 9 ناقلات الغاز السائل، 7 لنقل المواد الكيميائية و5 لنقل الأفراد والبضائع.

2. الاتصالات

أدت التحولات الاقتصادية الكبرى التي اعتمدها الجزائر والتي ارتكزت على الانفتاح على الأسواق الدولية إلى تحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية ما أدى إلى ثورة الاتصالات من خلال التطور الكبير الذي عرفه الهاتف المحمول، بالإضافة إلى التعامل موبيليس المحلي، يتواجد المتعامل المصري أراسكوم تليكوم تحت اسم "جيزي" والقطري كيوتيل تحت اسم "اوريدو" ما أدى إلى زيادة المنافسة وازدياد عدد مستعملي الهاتف. وقد توسعت شبكة الانترنت لتصبح شبكة الجيل الخامس حيث تغطي أغلب التراب الوطني.. كما تتوفر الجزائر على عدة محطات أرضية للاتصالات بالأقمار الصناعية مدعمة بخدمات الربط التكنولوجي بشبكة الأنترنت الدولية.¹

المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

تتمتع الجزائر بمكانة سياحية هامة نظرا لموقعها الاستراتيجي المتميز على البحر الأبيض المتوسط، وهذا راجع إلى امتلاكها العديد من المقومات السياحية التي تمكنها من تحقيق صناعة سياحية ناجحة وبكل أنواعها، حيث يمكننا التمييز بين عدة أنواع من السياحة في الجزائر نذكر منها:

¹. حميدة بوعموشة، مرجع سبق ذكره، ص 108.

أولاً: السياحة الساحلية

يقصد بالسياحة الساحلية هي تلك السياحة التي تنشأ وتقام على سواحل المدن، فهي تتم من طرف الأفراد على امتداد شواطئ البحار والمحيطات ومن المعروف أن الساحل الجزائري يمتد على طول 1200 كلم، تتخلله شواطئ بديعة، وغابات أخاذة، وسلاسل جبلية ذات مناظر ساحرة على طول الشريط الساحلي.

وبالرغم من انتشار الهياكل السياحية في المناطق الساحلية، إلا أن فاعليتها لا تزال دون المستوى المطلوب، وذلك لأسباب عديدة أهمها غياب الرؤية الواضحة اتجاه السياحة في الجزائر وغياب المنافسة، وتهميش القطاع الخاص وقلة الاعتمادات المالية المخصصة لهذا القطاع، وتحظى باهتمام كبير من أجل الاستحمام ولأغراض علاجية، ولكي تحقق هذه الأخيرة الأهداف المرجوة منها لا بد من توفير وتحسين الظروف التي تتلاءم مع طبيعة المنطقة منها:¹

- الحفاظ على نظافة الشواطئ وإشعار السياح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشرات المختصرة والواضحة وبلغات متعددة؛
- الحيلولة دون حدوث سلوكيات منافية للآداب العامة من السياح ومن عامة الناس؛
- إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الأمن فيها؛
- إنشاء ملاعب للرياضات الأكثر جذبا للسائح وتوفير القوارب الفردية والجماعية والتجهيزات الخاصة بالسياحة والغوص كأدوات للتسلية ومصادر للدخل؛
- توفير وجبات غذائية خفيفة وكاملة وفقا للمقاييس المعمول بها دوليا وذلك بالتنسيق مع منظمة السياحة العالمية والمنظمات القارية والجهوية المتخصصة؛
- توفير محلات تجارية تعرض كل ما قد يحتاج إليه السائح خاصة الصناعات التقليدية.

ثانياً: السياحة الجبلية

تشكل الجبال في الجزائر من سلسلتين تكاد تكونان متوازيتين ممتدتان من الشرق إلى الغرب هما سلسلة الأطلس التلي، يتراوح ارتفاعها بين 1.000 كلم و 2.000 كلم أعلاها قمة لالا خديجة بجبال جرجرة، تمتد هذه السلسلة من جبال سوق أهراس شرقا إلى جبال تلمسان غربا وهي تشكل حاجزا طبيعيا لتأثيرات البحر الأبيض المتوسط على باقي البلاد، أما سلسلة الأطلس الصحراوي فهي تمتد من جبال النمامشة وتبسة شرقا إلى جبال القصور في الجنوب الغربي

¹. عميش سميرة، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري على مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015، ص ص 37-38.

للبلاد، يتراوح ارتفاع قممها ما بين 1.200 كلم و2.000 كلم، وتعتبر قمة شيليا بجمال الأوراس أعلاها بارتفاع 2.328 كلم، وهي تشكل حاجزا مضاعفا لإيقاف تأثيرات الصحراء جنوبا والتأثيرات المتوسطية شمالا .

لكن حاليا أصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تقتصر فقط على التزحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة)، وتلاغيف (ولاية تيزي وزو) والشرية (ولاية البليدة) وهذا راجع إلى طبيعة مناخ الجزائر، إذ أن كميات الثلوج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل استغلالها ظريفي، بالرغم من أن هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة، الطيور النادرة والنباتات العذبة والتي تتميز بالبرودة صيفا والفتوة شتاء، والكهوف والمغارات الطبيعية التي تمتد على مسافات طويلة، وكلها تعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح لاكتشاف المكونات السياحية المتنوعة.

كما نشير إلى أن المناطق الجبلية تحتوي على ثروات سياحية هامة إضافة إلى المناظر الطبيعية الجميلة كالمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة، لذلك فالسياحة الجبلية لا تحتاج إلى استثمارات كبيرة، بل إلى الترويج لهذا المناطق السياحية فقط التي لها جاذبيتها لنوع معين من السياح.¹

ثالثا: السياحة الصحراوية

إن الاهتمام بالسياحة في الجنوب الجزائري يتنامى بشكل تدريجي، حيث تصل مساحة المناطق الصحراوية في الجزائر، إلى حوالي مليوني كلم مربع، موزعة على أربع مناطق كبرى في الجنوب، فالمنطقة الأولى وهي أدرار والتي تعرف بتمازج مختلف الثقافات وقلعتها القديمة، ووادي ميزاب والمعروفة بمعالمها المعمارية وبساتين النخيل ونظام جمع المياه، أما المنطقة الثانية فهي إليزي والتي تعرف بتواجد الحضيرة الوطنية للطاسيلي، حيث تنصهر فيها العناصر الطبيعية مع العناصر التاريخية الثقافية، حيث صنفت من طرف الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة منذ 1982 كتراث عالمي، أما المنطقة الثالثة فهي تمنراست والمقار والتي تتميز بتضاريسها وثروتها الغابية والحيوانية والنقوش الحجرية، أما المنطقة الرابعة فهي تندوف وهي مشهورة بقصورها القديمة وتضم السياحة الصحراوية في الجزائر الأنواع التالية:

1. سياحة العروض المتجولة

ويقصد بالعروض المتجولة إقامة المخيمات الصحراوية في عدة مناطق في الصحراء الجزائرية الشاسعة، حيث تنقل هذه المخيمات في كل مرة إلى منطقة أخرى وذلك حتى يتم التعريف بالصحراء الجزائرية، وبالتالي السياحة التي يمكن أن تقام فيها.

¹ . صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة الجزائر، 2008، ص 03.

2. السياحة الزراعية الصحراوية

وتهدف السياحة الزراعية الصحراوية إلى تنمية الإنتاج المصغر حول النخيل والتمثل في التمور بشتى أنواعه، بالإضافة إلى مختلف الخضر والفواكه التي لا تنمو إلا في الصحراء، وبالتالي تشكل طابعا مميزا للسياحة هناك.

3. سياحة الجولات على طريق الواحات

وتتم الجولات على طريق الواحات وذلك من خلال الاستفادة من السلسلة الكبيرة للواحات المشكلة من واحات في عدة ولايات جنوبية والتي تعتبر كأماكن للترفيه ومن أهمها الواحات المتواجدة في غرداية والأغواط والبيض.

رابعا: السياحة الحموية

وهي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين، وتمارس السياحة الحموية بهدف الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع، وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب، وتسمى السياحة الحموية بـ"سياحة العلاج" والصحة لكونها تضم سياحة العلاج من خلال المياه المعدنية الحارة، وهيئة السكنات المؤثثة والإطعام لأغراض علاجية، وكذا سياحة الاستطباب كالمعالجة بالاستحمام البحري والتسليّة بالحرارة.

وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الحموية، حيث تتوفر في الجزائر 202 منبع مائي تم إحصاؤه على مستوى التراب الوطني، وهذه المنابع مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية، من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية، حيث أن 136 منها صنف بأهمية محلية، و55 منبع طبيعي معدني صنف بأهمية جهوية، بينما المنابع التي صنفت بأهمية وطنية فعددها 11 منبع طبيعي.¹

والجدول الموالي يوضح توزيع أهم محطات المياه المعدنية عبر مختلف ولايات الجزائر، والتي تختلف من حيث درجة حرارة مياهها، والمعادن الأساسية المتواجدة فيها، بالإضافة إلى خصائصها العلاجية:

¹. منى لخساف، دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003، ص 89.

جدول رقم (01-02): أهم الحمامات المعدنية بالجزائر

الحمام	الولاية	درجة حرارة المياه	المعادن الأساسية	الفوائد العلاجية
حمام شيقر	تلمسان	30°	كلور الصوديوم	أمراض المفاصل والجلد وأمراض النساء
عين فرانين	وهران	35°	بيكاربونات	أمراض المفاصل والجلد
عين ورقة	النعامة	46°	كلور الصوديوم	أمراض المفاصل والأوعية
حمام كسانة	البويرة	60°	كلور الصوديوم	الأمراض العصبية والتنفسية والجلدية
حمام شارف	الجلفة	42°	كلور الصوديوم	الأمراض العصبية والتنفسية والتناسلية
حمام بوزيان	قسنطينة	24°	بيكاربونات	أمراض الجهاز الهضمي والبولي
حمام زايد	سوق أهراس	39°	بيكاربونات	أمراض الجهاز الهضمي

المصدر: بن الحاج جلول ياسين، عبد الهادي مختار، مدى مساهمة القطاع السياحي في دعم الاقتصاد: حالة الجزائر 2010-2019، مجلة الدراسات المعاصرة في الأعمال والاقتصاد، المجلد الثالث، العدد الثالث، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020، ص 43.

خامسا: السياحة الثقافية

تحتل السياحة الثقافية مكانة هامة في العرض السياحي مستقبلا حسب الدراسات الاستشرافية المنجزة من طرف المنظمة العالمية، فالجزائر تتميز بغناها الثقافي الكبير وكغيرها من البلدان تسعى للحصول على حصة من الأسواق السياحية عن طريق استغلال ما تمتلكه من إمكانيات تؤهلها لتطوير عرض سياحي ثري ومتنوع وتنافسي ومطلوب جدا يدمج بين:

- عراقة الحضارة والتراث الأثري المتنوع؛
- تعدد المعامل والبنىات الثقافية والدينية كالمدين الرومانية والزوايا؛

¹ فاطيمة بوداو، ابراهيم لجلط، لطيفة لمطوش، القطاع السياحي كبديل استراتيجي لدعم التنمية الاقتصادية في الجزائر، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد الخامس، العدد الأول، 2020، ص 104.

- الأعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية؛
- المهرجانات والمعارض الوطنية والدولية؛
- الصناعات التقليدية والحرفية .

المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر

يتناول هذا المبحث واقع السياحة في الجزائر من خلال الإطار القانوني والمؤسسي للاستثمار السياحي في الجزائر، مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر، ومساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني.

المطلب الأول: الإطار القانوني والمؤسسي للاستثمار السياحي في الجزائر

أولاً: الإطار القانوني للاستثمار السياحي في الجزائر

1. قانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة

صدر هذا القانون من اجل تحديد شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وكذا تدابير وادوات تنفيذه ويهدف

هذا القانون كما نصت عن ذلك المادة 02 منه الى:¹

- ترقية الاستثمار السياحي وتطوير الشراكة في هذا القطاع؛
- تحسين صورة الجزائر السياحية في المحافل الدولية؛
- رفع قدرات الايواء للفنادق والمقاصد السياحية واعادة الاعتبار لها؛
- تنوع المنتج السياحي واستحداث منتجات سياحية جديدة؛
- الاهتمام بالسياحة الداخلية من خلال توفير ما يطلبه السائح؛
- المساهمة في حماية البيئة وتثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية؛
- تحسين نوعية الخدمات السياحية؛
- الاهتمام بالموروث الثقافي والتراث السياحي الوطني؛
- ترقية وتنمية الشغل في القطاع السياحي.

وقد ركز هذا القانون على تنمية الانشطة السياحية ومراعاة مبادئ حماية الموارد الطبيعية والثقافية التاريخية وذلك من

اجل ديمومة العرض السياحي وتحسينه وتنويعه وقد نصت المادة السابعة من هذا القانون على التزام الدولة بتوفير كل الشروط لترقية الاستثمار السياحي من خلال اعطاء الأولوية لهذه المشاريع داخل مناطق التوسع السياحي مع تكفل

¹ . المادة 02 من قانون رقم 03-01، المؤرخ في 2003/02/17، المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، ج ر العدد 11، المؤرخة في 2003/02/19.

الدولة بالأعباء المترتبة عن اعداد الدراسات واشغال البنية القاعدية وانجازها داخل مناطق التوسع السياحي وقد ركز هذا القانون على النقاط التالية:

- التهيئة السياحية

هي مجموعة الدراسات واشغال انجاز المنشآت القاعدية والاسس التحتية من اجل تهيئة كل الظروف لاستقبال الاستثمارات السياحية ويساهم مخطط التهيئة السياحية حسب المادة 13 من هذا القانون على:¹

- التنمية المنسجمة للمنشآت والهياكل السياحية والاستغلال العقلاني لمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية والمحافظة عليها؛
- ادماج الانشطة السياحية في إطار تهيئة الاقليم والتعمير.

وتشتمل التهيئة السياحية تهيئة منابع المياه الحموية التي تقوم بها الدولة وذلك من اجل المحافظة عليها وكذا تقوم بإعداد الحصيلة الحموية وتعيينها بشكل دائم مع العلم ان استغلال المياه الحموية يخضع الى نظام الامتياز طبقا لدفتر شروط وتستفيد مناطق التوسع والمنابع الحموية من النظام التفصيلي المقرر في المواد 20 الى 24 من الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 اوت 2001.

- التنمية السياحية

تنص المادة 20 من هذا القانون على انشاء هيئة عمومية وهي الوكالة الوطنية للتنمية السياحية مهمتها اقتناء وتهيئة وترقية واعادة بيع او تأجير الاراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع السياحي وتعمل الدولة على دعم الاستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية وتطوير القطاع السياحي بشكل عام وذلك بمنح امتيازات جبائية ومالية.²

- الاهتمام بالموارد البشرية في القطاع السياحي

إن الموارد البشرية لها دور بالغ الأثر في تنمية القطاع السياحي وعليه فإن الدولة أخذت على عاتقها الاهتمام بالموارد البشرية وذلك من خلال ادماج الحرف السياحية ضمن المنظومة الوطنية للتكوين المهني وانشاء مؤسسات تكوين جديدة في مختلف الشعب السياحية.

2. قانون 03-02 المتعلق بقانون الاستغلال السياحي للشواطئ

يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة باستغلال الشواطئ في المجال السياحي ويهدف الى:³

- حماية الشواطئ والاهتمام بما قصد استفادة المصطافين منها بالسياحة والاستحمام والخدمات المرتبطة بها؛

¹ المادة 02 من قانون رقم 01-03 المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة سابق الذكر.

² المادة 20 من قانون رقم 01-03 المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة سابق الذكر.

³ قانون 02-03 المتعلق بقانون الاستغلال السياحي للشواطئ، المؤرخ في 2003/02/17، ج ر العدد 1، المؤرخة في 2003/02/19.

- الاهتمام بالنظافة والامن وحماية البيئة على امتداد الشواطئ وذلك استجابة الى حاجات المصطافين وتحقيق تنمية متوازنة فيها؛

- تحسين خدمات اقامة المصطافين؛

- خلق برامج تسلية متناسبة مع النشاطات السياحية الشاطئية.

يخضع استغلال الشواطئ الى حق الامتياز حسب دفتر شروط محدد ويمنح هذا الحق بصيغة أولوية الى المؤسسات الفندقية المصنفة بالنسبة للشواطئ التي يكون امتداد لها اما الشواطئ الاخرى فتمنح الى كل شخص طبيعي او اعتباري ترسو عليه المزايدة ويتعهد باحترام دفتر الروط ويتم تحديد اجزاء او ساحات من الشواطئ لتكون محل امتياز بقرار من الوالي بناء على اقتراح من لجنة ولائية.

3. قانون رقم 03-2003 المتعلق بمناطق التوسع السياحي

يحدد هذا القانون مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية تسيير مناطق التوسع السياحي ويهدف الى الاستخدام الامثل للوارد السياحية وادراج هذه المناطق في المخطط الوطني لتهيئة الاقليم والاستغلال لكل الامكانيات الثقافية والتاريخية والدينية ويقصد بمناطق التوسع السياحي.

كما جاء في المادة الثانية من هذا القانون على أنها كل منطقة او امتداد من الاقليم يتميز بصفات او بخصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية هي مناسبة للسياحة مؤهلة لإقامة او تنمية منتجة سياحية وبممكن استغلالها في تنمية نمط او اكثر من السياحة ذات مردودية.¹

4. مرسوم رقم 06-25 بتاريخ 18/09/2006 المتعلق بتحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية

يهدف هذا المرسوم الى تحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها ونصت المواد من 04 الى المادة 09 على مجموعة من الاجراءات وجب التقيد بما عند بناء مؤسسات فندقية وهي:²

- عدم إحداث أي تغيير في العناصر الاساسية للبنائة؛

- عند القيام بترميم البنائيات المصنفة كمعالم تاريخية يجب إعطاء عناية كبيرة لهذه المعالم وعدم المساس بها لما لها من أثر تاريخي؛

- عند القيام بعمليات التجديد وجب الالتزام بتحسين الخدمات داخل المؤسسة الفندقية؛

¹. قانون رقم 03-2003 المؤرخ في 17/02/2003، المتعلق بمناطق التوسع السياحي، ج ر العدد 1، المؤرخة في 19/02/2003.

². مرسوم رقم 06-53 المؤرخ بتاريخ 18/09/2006، المتعلق بتحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها، ج ر العدد 58، الصادرة بتاريخ 20 سبتمبر 2006.

- في حالة إعادة الاعتبار للمؤسسة الفندقية يجب ان لا تتسبب الاشغال في حذف عنصر من عناصر أمن واستقرار البناية؛
- يجب احترام مخططات التزيين والنقوش والعناصر الاصلية في أشغال الترميم؛
- يجب ان يكون هناك تناسق مع تجهيزات البناية ومخطط التصميم؛
- يجب ان تتطابق المساحات الدنيا للغرف والمطابخ والاماكن المشتركة حسب النموذج والصنف المطلوب؛
- يجب ان تكون التصاميم من طرف مكاتب متخصصة في هذا المجال؛
- يجب توفر إضاءة كافية من اجل ضمان حركة سير سهلة تسمح بالقيام بتحركات أمنية؛
- يجب أن تكون المساحة بين المدخل وقاعة الاستقبال تتوفر على إشارات مختلف الاماكن والمصالح؛
- يجب ان تتوفر المطاعم على تجهيزات جيدة تسمح بالرفاهية للزبون؛
- يجب توفر المؤسسة الفندقية على قاعات اجتماعات ومطاعم متخصصة كل حسب تصنيفه؛
- يجب ان يكون مدخل المصلحة والبضائع مستقلة عن مدخل الزبائن؛
- يجب إرفاق كل طلب لإنجاز مؤسسة فندقية بمخططات تبرز الجانب المعماري وتكون موقعة من طرف مهندس معماري.

5. المرسوم التنفيذي رقم 23-07-2 الصادر بتاريخ 28/01/2007 المتعلق بطريقة بيع العقار السياحي

داخل مناطق التوسع

يحدد هذا القانون كيفية اعادة بيع الاراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية ومنح حق الامتياز عليها وتقوم الدولة ببيع أو تخصيص الاراضي المقبولة بمخطط التهيئة السياحية لصالح الوكالة الوطنية للتنمية السياحية باتفاق ودي بين وزيرى السياحة والمالية ومن ثم تقوم الوكالة بتهيئة هذه الاراضي بشكل كامل من خلال تزويدها بالمياه والانارة العمومية ومجاري الصرف الصحي وشبكة الطرق والساحات الخضراء ومن ثم تقوم الوكالة بتبليغ المستثمرين بكل الوسائل لهذه الاراضي وتعطيهم فكرة كافية على موقع الارض وسعر البيع أو مبلغ الامتياز ومساحة الأرض والمشاريع المحددة في برنامج التهيئة وكذا الاعانات والدعم المالي المحتمل الممنوح من طرف الدولة.¹

6. مرسوم تنفيذي رقم 07-99 المؤرخ بتاريخ 19 فيفري 2007 المتعلق بكيفيات منح امتياز استعمال

واستغلال المياه الحموية

¹. المرسوم التنفيذي رقم 23-07 الصادر بتاريخ 28/01/2007، المتعلق بطريقة بيع العقار السياحي داخل مناطق التوسع.

ينص هذا القانون على كفاءات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، وقد عرف المياه الحموية على أنها المياه المجذوبة من نبع طبيعي أو بئر محفورة، والتي يمكن أن يكون لها خاصية علاجية نظرا للطبيعة الخاصة لمصدرها وثبات مميزات الطبيعة ومكوناتها الكيماوية، ومن أجل الاستثمار في المياه الجوفية يقوم المستثمر بطلب إلى الوزير المكلف بالمياه الحموية عن طرق الوالي المختص اقليميا، ومن ثم يقوم الوالي بإرسال الطلب بعد ان يبدي رأيه فيه في أجل شهرين ويرفق الطلب بملف إداري.

7. قرار بتاريخ 10 سبتمبر 2009 متعلق باستغلال الهياكل المعدة للفندقة

يحدد هذا القرار شروط وكفاءات ومقاييس استعمال الهياكل الاخرى المعدة للفندقة 16 اذ أنه يفرض على المستثمر طلب رخصة الاستغلال مرفقا بملف كامل يودع لدي المدير الولائي للسياحة وهذا الاخير يجب أن يرد على الطلب في أجل 30 يوم يوما ابتداء من تاريخ استلامه للملف وبإمكانه استشارة المؤسسات والادارات الاخرى التابعة للدولة ومن ثم يصدر قراره اما بالقبول أو بالرفض مع التعليل وفي حالة القبول يستلم صاحب الطلب رخصة الاستغلال ومن ثم يقوم بتكيب شارة او لافتة تحمل عبارة مؤسسة معدة للفندقة.¹

ثانيا: الإطار المؤسسي للاستثمار السياحي في الجزائر

1. وزارة السياحة

تعتبر الوزارة الهيئة المكلفة بالسياحة في مجال الاستثمار السياحي، باعتبارها المنسق بين مختلف الهيئات والمؤسسات سواء التابعة لها أو لوزارات أخرى، تمارس مهامها بواسطة ممثليها وأولهم الوزير المكلف بالسياحة وذلك ضمن الصلاحيات والمهام الممنوحة له، وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 213/06 المؤرخ في 18/06/2006 المحدد لصلاحيات وزير السياحة المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 175/03 المؤرخ في 24/02/2003 الذي حدد المهام والصلاحيات التي يتولاها وزير السياحة بالاشتراك مع الوزارات الأخرى من أجل تسيير الاستثمار السياحي، حيث جاء في المادة 02 منه أنه:

- يعد عناصر ضبط النشاطات السياحية الفندقية الحموية المناخية وينفذها ويراقبها؛
- يعد ويقترح أدوات التهيئة السياحية والتدابير المرتبطة بالحصول على العقار ومراقبة العقار السياحي والحموي، وكذا المحافظة على التراث السياحي والفندقي والحموي والمناخي ويضمن مراقبة ذلك؛

¹. قرار بتاريخ 10 سبتمبر 2009 متعلق باستغلال الهياكل المعدة للفندقة.

- يبادر ويضع التدابير المتعلقة بترقية النشاطات السياحية والفندقية والحموية والمناخية.¹

وحسب المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 06 / 213 يسهر وزير السياحة على دمج النشاطات السياحية والفندقية والحموية والمناخية في مخططات التهيئة السياحية.

2. المجلس الوطني للاستثمار

وهو المتعلق بتطوير الاستثمار ويوضع المجلس الوطني للاستثمار تحت سلطة ورئاسة الوزير الأول وتأسس بموجب المادة 18 من الأمر رقم 03/01 المؤرخ في 20 أوت 2001، ويتولى عدة مهام ذكرت في الفقرة الثانية للمادة 18 تكمن في تكليف المجلس بالمسائل المتصلة باستراتيجية الاستثمار وبالموافقة على الاتفاقيات المنصوص عليها في المادة 125 أعلاه، وبصفة عامة بكل المسائل المتصلة بتنفيذ أحكام هذا الأمر.²

3. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار

هي مؤسسة عمومية إدارية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي. نظمها المشرع الجزائري بموجب المادة 06 من الأمر 03/01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بترقية الاستثمار.

أما عن المهام التي تتولاها الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار فقد حددتها المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 356/06 المؤرخ في 2006/10/09 المعدل والمتمم، وتتمثل في جمع المعلومات ونشرها ومن مساعدة ومرافقة المستثمرين وتسجيل الاستثمارات ومتابعتها، وتبسيط وتسهيل الإجراءات، وشكل إنشاء المؤسسات وترقية الشراكة، وتسيير المزايا وتحسين مناخ الاستثمار.³

4. الوكالة الوطنية لتنمية السياحة

هي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تم إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 70/98 المؤرخ في 1998/03/01 المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، وتخضع الوكالة تحت تصرف الوزير المكلف بالسياحة ويوجد مقرها في الجزائر، ويمكن نقله إلى أي مكان آخر من التراب الوطني بقرار من السلطة الوصية تتكفل الوكالة بتنشيط وترقية وتطوير النشاطات السياحية، في

¹ المرسوم التنفيذي رقم 03/75 المؤرخ في 2003/02/24 المحدد لصلاحيات وزير السياحة، ج.ر، المؤرخة في 2003/02/26، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 2013/06 المؤرخ في 2006/06/18، ج.ر. العدد 40، المؤرخة في 2006/06/18، ص 8.

² شاهد الياس، فرور عبد النعيم، الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسسي، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد الأول، العدد الأول، 2016، ص 35.

³ المادة 06 من الأمر 03-01، المؤرخ في 2001/08/20 الخاص بتطوير الاستثمار، المعدل والمتمم، ج ر العدد 47، المؤرخة في 2001/08/22.

إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية، كما تتكفل بالخصوص حسب المادة 04 إلى 506 من المرسوم رقم 70/98 بما يلي:¹

- تقوم باقتناء الأراضي الضرورية لإنشاء الهياكل السياحية وملحقاتها؛
- تقوم بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية؛
- تساهم مع المؤسسات المعنية في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع السياحي وحول منابع المياه المعدنية؛
- تسهر مع المؤسسات المعنية على التسيير العقلاني للأماكن والتجهيزات ذات المنفعة المشتركة، وتقديم كل اقتراح يهدف إلى ضرورة تحسينها وتحديثها وتوسيعها؛
- تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها.

5. بنك المعطيات السياحية

- يهدف بنك المعطيات السياحية إلى جمع المعلومات السياحية ومعالجتها، ونشرها حسب ما جاء في المادتين 02 و03 من المرسوم التنفيذي رقم 81-04 المؤرخ في 14/03/2004 ويجب أن يشمل بنك المعلومات على:²

- القدرات السياحية التي تزخر بها البلاد؛
- تنظيم السياحة وكذا الإطار القانوني لتشجيع الاستثمار السياحي في الجزائر؛
- طاقات الاستقبال وأصناف الإيواء؛
- كل معلومة ذات طابع اقتصادي واجتماعي لها صلة بالنشاط السياحي.

6. صندوق دعم الاستثمار

يساهم في التنمية الوطنية ودعم المستثمرين لاقتناء الأراضي بأسعار معقولة وهو يساهم بشكل فعال لبعث قوة من شأنها تدعيم الاستثمار السياحي، وقد تم إنشائه بموجب قانون المالية لسنة 2002.³

7. الديوان الوطني للسياحة

هو عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تم إنشاؤه بموجب مرسوم رقم 214/88 المؤرخ في 31/10/1988 المتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه. ومن مهامه:

¹ . شاهد الياس، فرور عبد النعيم، مرجع سبق ذكره، ص 36.

² . المرسوم 81-04 المؤرخ في 14/03/2004 يحدد كيفية وضع بنك معطيات للسياحة.

³ . القانون رقم 21/01 المؤرخ في 22/12/2001، المتعلق بقانون المالية 2002.

- يحدد التقنين الذي تخضع له الأعمال الفندقية والسياحية، ويسهر على تطبيقه؛
- يحدد القواعد النوعية لاستغلال الموارد الخاصة بالحمامات المعدنية وحمائتها ورقابتها في إطار التشريع المعمول به؛
- يحدد المعايير الفنية التقنية والمعايير الخاصة بالتسيير الفندقي والسياحي، وقد أسند القانون رقم 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة بموجب الفقرة الثالثة من المادة 26 منه مهمة تأطير الترقية السياحية إلى الديوان الوطني للسياحة.¹

8. المجلس الوطني للسياحة

أنشأ بموجب المرسوم الرئاسي رقم 02/2479 المؤرخ في 2002/12/31 والمتضمن إنشاء المجلس الوطني للسياحة ويحدد صلاحياته وتنظيمه وعمله يكلف المجلس الوطني بإبداء رأيه في السياسة الوطنية للسياحة، وباقتراح كل التدابير والأدوات التي من شأنها تشجيع تنمية النشاطات السياحية وترقيتها ومن مهامه:

- تحديد أعمال الدعم الضرورية لحماية الموارد السياحية بكل مكوناتها وهيئتها وتسييرها، بما فيها العقار السياحي؛
- تشجيع ترقية صورة الجزائر السياحية لاسيما في الخارج. إبداء الرأي في تدابير اللجنة الوطنية وتوصياتها لتسهيل النشاطات السياحية؛

- إبداء الرأي في الملفات المتعلقة بالسياحة التي يقدمها له الوزير المكلف بالسياحة.

المطلب الثاني: مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر

عرفت مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر عدة تطورات وتباينت بين الإيجابية والسلبية، فمنها ما أنجز وتطور، ومنها ما لا يزال قيد، الانجاز، ومنها ما توقف. وهذا التباين تسببت فيه انخفاض اسعار البترول وسياسة التقشف، ومن بعدها جائحة كورونا التي عرقلت العديد من المشاريع وأوقفت السياحة.

أولاً: مشاريع الاستثمار السياحي قيد الانجاز في الجزائر للفترة (2010-2020):

أطلقت الوزارة الوصية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتدعيم القطاع السياحي العديد من المشاريع والجدول الموالي يبين حصيلة المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الانجاز خلال الفترة (2010-2020) كما يلي:

¹. شاهد الياس، فرور عبد النعيم، مرجع سبق ذكره، ص 37.

جدول رقم (02-02): المشاريع الاستثمارية السياحية 2010-2020

السنوات عدد المشاريع	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المشاريع	329	344	405	382	385	504	584	764	799	889	804
معدل النمو %	2.49	4.56	17.73	5.68	0.79	30.91	15.87	30.82	4.58	11.26	9.56
عدد الأسرة	35861	38731	49561	54311	54884	69138	76670	101772	100866	118254	99567
معدل النمو %	2.66	8.00	27.96	9.58	1.06	25.97	10.89	32.74	0.89	17.23	15.8
عدد الوظائف	12517	16866	23426	23648	25526	28835	32592	44840	41879	118254	40117

المصدر: موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz/principaux-agregats-du-tourisme، تاريخ الاطلاع 2025/04/29، على الساعة 21:30.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن المشاريع السياحية قيد الإنجاز مرت بثلاثة مراحل كالتالي:

- بالنسبة للفترة (2010-2012): شهدت هذه الفترة زيادة في عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز، ولكن بمعدلات نمو ضعيفة من سنة إلى أخرى، رغم أنه تم إطلاقها تماشيا مع بداية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وعلى العموم سجل خلال هذه الفترة إجمالي عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز بـ 1698 مشروع سياحي، بطاقة استيعاب تقدر بـ 187321 سرير، بالإضافة إلى توفير ما يقارب أكثر من 77000 منصب شغل متوقع.
- بالنسبة للفترة (2013-2014): نلاحظ خلال هاتين السنتين نقص في عدد المشاريع السياحية الجاري إنجازها مقارنة بسنة 2012 التي وصل عدد المشاريع السياحية بها 405 مشروع سياحي، حيث سجل خلال سنة 2013 عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز 382 مشروع سياحي بمعدل نمو 5,68% لترتفع إلى 385 مشروع سياحي سنة 2014 بمعدل نمو 0,79% ويرجع الانخفاض في عدد المشاريع السياحية بهذه الفترة إلى سياسة التقشف التي اعتمدها الدولة.
- الفترة (2015-2020): يتضح من خلال بيانات الجدول أن هذه الفترة شهدت زيادة معتبرة في عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز قدرت بـ 4344 مشروع سياحي أي بنسبة 64% من مجموع المشاريع السياحية

خلال الفترة (2008-2020) أما طاقة الاستيعاب الفندقية المتوقعة تقدر بـ 566267 سرير وكذا عدد الوظائف المتوقعة 306517 منصب شغل أي بنسبة 70.8% من مجموع مناصب الشغل المتوقعة. إن هذا التذبذب بالزيادة والانخفاض في عدد المشاريع الاستثمارية السياحية يفسر بغياب استراتيجية واضحة للدولة من أجل تطوير القطاع السياحي رغم وجود المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

ثانيا: مشاريع الاستثمار السياحي المتوقعة في الجزائر للفترة (2010-2020)

يبين الجدول الآتي توزيع المشاريع السياحية المتوقعة بالقطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2008-2020)

جدول رقم (02-03): المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقعة 2010-2020

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المشاريع	121	130	122	102	104	104	101	119	181	239	308
معدل النمو %	-20.92	7.44	6.15-	-16.39	1.96	1.96	-2.88	17.8	52.10	32	28.8
عدد الأسرة	13179	20088	12631	8345	9123	9123	8591	13397	19745	27816	37002
معدل النمو %	16.99	52.42	-17.2	-4.3	9.32	9.32	-5.83	55.9	47.38	40.8	33.0
عدد الوظائف	5180	5672	5962	3092	3797	3797	3732	5003	8535	27816	15717

المصدر: موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz/principaux-agregats-du-tourisme، تاريخ الاطلاع 2025/04/29، على الساعة 23:00.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن مشاريع الاستثمار السياحي المتوقعة خلال الفترة 2010-2020 وصل عددها 2001 مشروع سياحي أي بنسبة 29.32% من مجموع المشاريع السياحية قيد الانجاز، أما الأسباب التي أدت إلى توقف هذه المشاريع فترجع أساسا إلى:

- الأسباب المالية؛

- عدم تسوية الوضعية الإدارية كالحصول على رخصة البناء؛

- عدم الحصول على عقود الملكية والتي تسمح بالحصول على قروض بنكية؛

- أسباب داخلية.

إن توقف هذه المشاريع وعدم إنجازها يكلف البلد بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة فقدان طاقة فندقية ممتلئة في

214148 سرير، وكذا الوظائف المتوقعة بـ 99745 منصب شغل، بالإضافة إلى ذلك التكاليف المالية التي تم

صرفها من بداية المشروع إلى غاية توقفه.

المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني

تلعب السياحة دورا مهما وفعالا في تنمية الاقتصاد الوطني وتساهم في رفع إجمالي الناتج المحلي كغيره من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

أولا: مساهمة قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي (GDP) في الكثير من الدول، ولإشارة فإن بعض الدول المصدرة للبتروال أعطت للسياحة أهمية متميزة ضمن قطاعاتها الاقتصادية، وبالنسبة للجزائر فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لها يفسره حجم الإيرادات التي تم تسجيلها على مستوى هذا القطاع.

جدول رقم (02-04): مساهمة قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي خارج المحروقات 2016-

2021

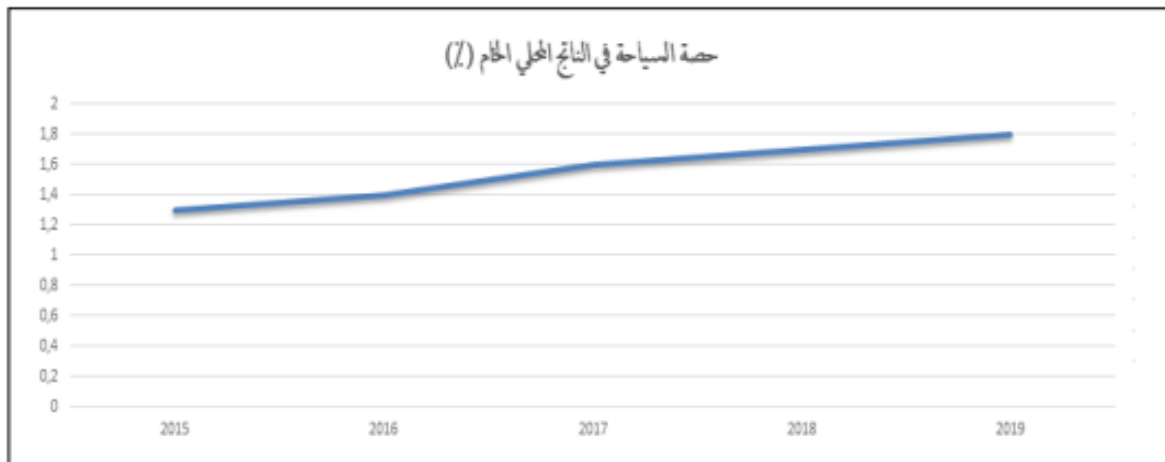
السنة	2016	2017	2018	2019	2020	الثلاثي الأول من 2021
حصة السياحة من الناتج المحلي %	1.4	1.6	1.7	1.8	1.10	1.65

المصدر: موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz/principaux-agregats-du-tourisme، تاريخ الاطلاع

2025/04/30، على الساعة 20:05.

والشكل الموالي يمثل النتائج السابقة:

شكل رقم (02-01): مساهمة قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي خارج المحروقات 2016-2021



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على الجدول (02-03)

تشير البيانات الواردة في الجدول والشكل السابقين إلى النمو البطيء لمساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خارج المحروقات خلال الفترة الممتدة من 2016 إلى الثلاثي الأول من سنة 2021. حيث ارتفعت هذه الحصة تدريجياً من 1.4% سنة 2016 إلى 1.8% في 2019، مما يعكس جهوداً محدودة لتنمية هذا القطاع. إلا أن سنة 2020 شهدت تراجعاً ملحوظاً إلى 1.10%، بسبب تداعيات جائحة كوفيد-19 التي أثرت بشكل كبير على حركة السياحة العالمية والوطنية. ورغم هذا الانخفاض، أظهرت بيانات الثلاثي الأول من سنة 2021 تحسناً نسبياً بوصول النسبة إلى 1.65%، ما قد يشير إلى بداية تعافٍ جزئي. إلا أن هذه الأرقام، عموماً، تبقى ضعيفة مقارنة بالإمكانات السياحية التي تزخر بها الجزائر، وهو ما يستدعي تبني سياسات أكثر فاعلية لتعزيز هذا القطاع ضمن جهود تنويع الاقتصاد الوطني.

ثانياً: مساهمة قطاع السياحة في تحسين ميزان المدفوعات

تعتبر السياحة مصدراً مهماً من مصادر الدخل الأجنبي فتقاس أهميتها الاقتصادية كذلك بحجم تأثيرها على ميزان المدفوعات، ويتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري، سواء أكانت سلبية أم إيجابية، فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكانت النتيجة الصافية للميزان السياحي إيجابية فإنه يغير العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو يخفف منه على الأقل، أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري إيجابية وكانت النتيجة الصافية للميزان السياحي إيجابية فإنها أيضاً تعزز وضع الميزان التجارية والجدول الموالي يمثل وضعية تطور ميزان المدفوعات في الجزائر:

جدول رقم (02-05): وضعية تطور ميزان المدفوعات في الجزائر 2015-2019 (مليون دولار)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019
إيرادات	304	209	141	169	165
نفقات	677	475	580	494	500

المصدر: موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع 2025/04/30، على الساعة 22:30.

والشكل الموالي يعزز بيانات الجدول:

شكل (02-02): تطور ميزان المدفوعات في الجزائر (2015-2020)



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على الجدول (02-04)

تظهر بيانات الجدول والشكل السابقين الخاصة بتطور ميزان المدفوعات السياحي في الجزائر خلال الفترة 2015-2020 اختلافا واضحا بين الإيرادات والنفقات، حيث ظلت النفقات السياحية (إنفاق المواطنين الجزائريين في الخارج) أعلى بكثير من الإيرادات السياحية (عائدات السياح الأجانب في الجزائر)، ما أدى إلى تسجيل عجز مزمن في الميزان السياحي. فعلى سبيل المثال، بلغت الإيرادات في سنة 2015 حوالي 304 مليون دولار مقابل نفقات قدرت بـ 677 مليون دولار، واستمرت هذه الهوة في السنوات التالية. أما سنة 2020، فلم تسجل فيها بيانات رسمية دقيقة، وذلك بسبب تداعيات جائحة كوفيد-19 التي شلت حركة السفر والسياحة عالمياً، وتسببت في توقف شبه تام للتنقلات الدولية، مما جعل العائدات والنفقات السياحية تتراجع بشكل حاد أو تصبح غير قابلة للرصد. كما يلاحظ أن الإيرادات السياحية الرسمية لا تعكس بدقة حجم النشاط السياحي الحقيقي، بسبب الانتشار الواسع لسوق الصرف الموازية خاصة من طرف الجزائريين المقيمين بالخارج. وبالتالي، فإن الميزان السياحي خلال الفترة المدروسة بقي في وضعية عجز، مما يبرز الحاجة إلى تطوير السياحة الوافدة والحد من تسرب العملة الصعبة إلى الخارج.

ثالثا: المساهمة في خلق مناصب عمل

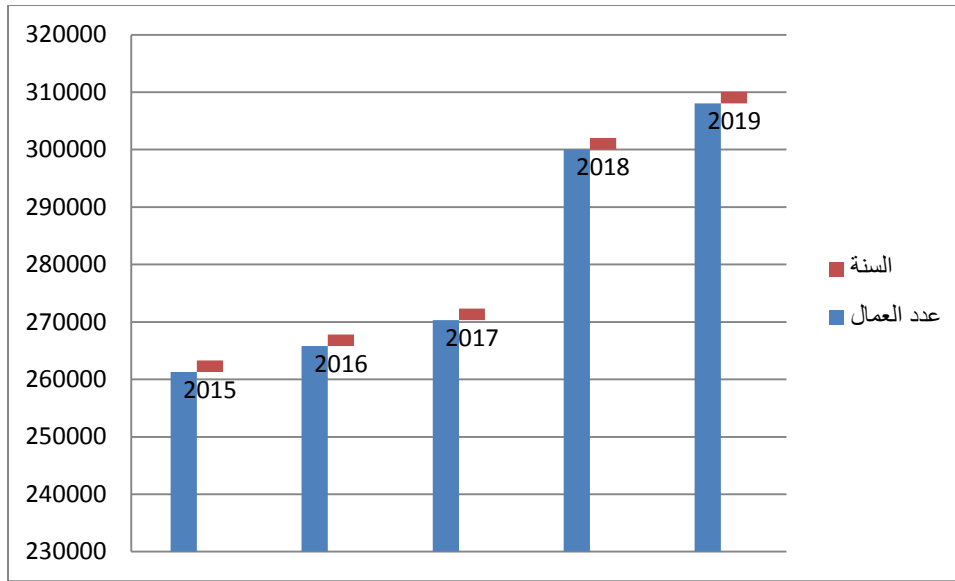
يعد قطاع السياحة أحد القطاعات التي يعتبر فيها العامل البشري أساس قيام النشاط السياحي، فهو يساهم بشكل كبير في توفير فرص عمل للأفراد باعتباره صناعة متشعبة ومتداخلة مع باقي القطاعات الأخرى التي تتطلب يد عاملة كبيرة، فلقد جعلت الجزائر من السياحة قطاعا بديلا لخلق الثروات وإدماج الشباب في الحياة المهنية من خلال ما تملكه من إمكانيات سياحية.

جدول رقم (02-06): تطور التوظيف في قطاع السياحة في الجزائر 2015-2019

السنة	2015	2016	2017	2018	2019
عدد العمال	261289	265803	270317	300000	308027

المصدر: موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع 2025/05/02، على الساعة 16:00. والشكل الموالي يمثل هذا التطور:

شكل (02-03): تطور التوظيف في قطاع السياحة في الجزائر 2015-2021



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على الجدول (02-05)

تشير بيانات الجدول رقم والشكل السابقين إلى تطور ملحوظ في حجم التوظيف السياحي في الجزائر خلال الفترة 2015-2019، حيث ارتفع عدد العمال من 261,289 سنة 2015 إلى حوالي 308,027 سنة 2019، مما يعكس جهودًا متزايدة من الدولة لإدماج اليد العاملة في هذا القطاع الحيوي وتعزيز مساهمته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. غير أن سنة 2020 لم تُسجَل فيها بيانات رسمية، وهو ما يُعزى إلى تداعيات جائحة كوفيد-19 التي أثرت سلبًا على القطاع، وتسببت في شلل شبه تام للأنشطة السياحية، خاصة مع غلق الحدود وتراجع كبير في الطلب السياحي. ويُتَـمَل أن يكون عدد مناصب الشغل قد تقلص بشكل ملموس في تلك السنة بسبب توقف نشاط الفنادق والوكالات السياحية. هذا الوضع يُبرز هشاشة التشغيل في قطاع السياحة، ويؤكد ضرورة تطوير آليات مرنة ومستدامة لحماية مناصب العمل في الأزمات، وضمان استمرارية نشاط هذا القطاع الاستراتيجي.

المبحث الثالث: معوقات وآفاق تطوير القطاع السياحي في الجزائر

رغم ما تزخر به الجزائر من مميزات وامكانيات في القطاع السياحي، إلا أنها لا تزال بعيدة عن تحقيق المأمول وخاصة مثل دول الجوار، رغم تشابه الخصائص، وسيتم في هذا المبحث التطرق إلى معوقات القطاع السياحي، بالإضافة إلى آفاق القطاع السياحي في الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030.

المطلب الأول: المعوقات التي تواجه القطاع السياحي في الجزائر

تعرف الجزائر ضعفاً كبيراً في قطاع السياحة خاصة في ميدان التدفقات الوافدة أو المساهمة في تكوين الناتج الداخلي الخام والتشغيل والاستثمارات الوطنية والأجنبية، حيث يردّ العديد من الخبراء والاقتصاديين هذا الضعف إلى بعض المعوقات التنظيمية والتسويقية المختلفة التي يتميز بها مناخ السياحة في الجزائر، حيث تتضمن هذه المشاكل:

أولاً: الأسباب التنظيمية

تتمثل الأسباب التنظيمية فيما يلي:¹

- عدم الاستغلال الأمثل للقدرات السياحية الموجودة في الجزائر كتنمية المناطق الصحراوية وإنشاء مساحات خاصة بالقطاع السياحي؛
- ضعف الخدمات المرتبطة بالجودة الفندقية؛
- عدم الاستفادة من التجارب السياحية الناجحة لبعض البلدان الشقيقة كتونس المغرب ومصر؛
- ضعف دور وكالات السياحة والأسفار في خلق جو ملائمة وإبراز الجزائر كوجهة سياحية جذابة؛
- غياب الدورات التكوينية لعمال ومستخدمي القطاع السياحي في الجزائر؛
- اقتصار نظرة أصحاب الفنادق والمطاعم الجزائرية على السائح الجزائري دون الاطلاع على رغبات وتفضيلات السواح الأجانب؛
- معوقات الاستثمار السياحي وما ينجر عنها من العوائق الإدارية والقانونية وانتشار البيروقراطية، وغياب الشفافية، وكذا تدهور الاستقرار السياسي، وإشكالية تمويل الاستثمار السياحي في ظل سيطرة البنوك العمومية على الساحة المصرفية؛
- غياب التنسيق بين الديوان الوطني للسياحة والخطوط الجوية الجزائرية وأصحاب الفنادق.

¹ . عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات 2000-2025 في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2013، ص 228.

ثانيا: الأسباب التسويقية

وأهمها:¹

- انعدام أساليب التسويق الحديثة والفعالة التي من شأنها رفع القدرات على المستوى الإقليمي؛
- عدم وجود مواقع التسويق السياحي الكتروني الفعالة التي تعمل على إبراز وجهة الجزائر؛
- ضعف الدور الإعلامي للراديو والتلفزيون في إبراز التراث السياحي الجزائري؛
- التغلغل الضعيف لتكنولوجيات الإعلام والاتصال؛
- ضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية وهذا لانعدام النظافة والصيانة للفضاءات العامة والخاصة؛
- ضعف نوعية النقل والمواصلات؛
- وكذا غياب وكالات الأسفار في التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية، والمتمثلة أساساً في استعمال تكنولوجيا الاتصال في حجوزات الفنادق والمطاعم والنقل لصالح السياح.

ثالثا: أسباب تنافسية

يلاحظ أن المنتج السياحي في الجزائر ضعيف، إذا ما تم قياسه بنمو حجم الحصة السوقية للقطاع أو الموارد المالية التي يتم تحصيلها سنويا من جهة، ومن جهة أخرى عدم قدرة المؤسسات السياحية الوطنية على مجابهة المنتج السياحي الأجنبي، خاصة فيما يتعلق بنوعية السلع والخدمات السياحية المقدمة.

وقد أبرزت دراسة مسحية قامت بها مصالح وزارة السياحة من خلال زيارات للمواقع السياحية عدة نقائص

تشكل في مجملها معوقات وتحديات تحد من فاعلية قطاع السياحة، وأهمها:²

- غياب الرؤية حول صناعة السياحة وانعدام التنسيق والتعاون بين متعاملي السياحة؛
- انخفاض مستوى جودة المنتج السياحي، فهناك رداءة للخدمات السياحية والإيواء والفندقة والنقل؛
- ضعف أداء وكالات الأسفار، حيث يلاحظ عدم وجود تنظيم للوكالات وعدم تكييفها مع الطرق العصرية للإدارة الالكترونية وغياب التحكم في التقنيات الحديثة لسوق السياحة؛
- نقص تكوين وتأهيل المستخدمين، وعدم ملائمتهم لمتطلبات العرض السياحي؛
- تغلغل ضعيف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياحة، يتبين في عدم كفاءة المواقع الالكترونية؛
- عدم تكييف الخدمات البنكية. وغياب الأمن سواء الصحي أو الغذائي أو الاعتداءات؛

¹ عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، مرجع سبق ذكره، ص 77.

² حوتية عمر، واقع قطاع السياحة في الجزائر وآفاق تطوره، مجلة الحقيقة، المجلد 13، العدد الثاني، جامعة أدرار، الجزائر، 2014، ص 405.

- سوء التنسيق والتنظيم للسياحة، وغياب أدوات تقييم ومتابعة تطور السياحة محليا ودوليا؛
- ضعف في وسائل ترقية وتسويق السياحة، وغياب أنشطة إعلامية كالمشاركة في المعارض؛
- المشاكل الأمنية على الحدود والناجمة عن توتر الأوضاع في دول الجوار.

المطلب الثاني: الفرص والإمكانيات المتاحة لتطوير السياحة في الجزائر

بناء على التشخيص سالف الذكر، يمكن تقديم الخطة الإستراتيجية والفرص والامكانيات المناسبة قصد الرقي بالقطاع وإعطائها المكانة التي يستحقها وكذا بلوغ الأهداف المسطرة في المخطط التوجيهي لتهيئة الإقليم، هذه الإستراتيجية تبنى وفق ما يلي:¹

- وضع رؤية ورسالة وأهداف الصناعة السياحية في الجزائر، حيث تقدم الجزائر على أنها وجهة سياحية متنوعة وعلى مدار الفصول الأربعة نتيجة التنوع الجغرافي والمناخي، وتهدف الجزائر لبلوغ عدد معتبر من السياح المحليين والخارجيين وتضمن لهم كل وسائل الراحة والهدوء والأمن، وذلك من خلال تنظيم وتأطير النشاط السياحي وتحديد قواعد التهيئة السياحية، وتوحيد الإجراءات على جميع الفاعلين في القطاع السياحي؛
- ضمان توفير وتسهيل الخدمات السياحية فيما يخص المعلومات، والوكالات السياحية؛
- إعادة الاعتبار للوكالة الوطنية لتنمية السياحة؛
- تهيئة وتطوير الموارد البشرية حتى نضمن جودة الخدمات؛
- التواصل والتشاور بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى لتجاوز العراقيل والمشاكل التي يمكن أن تحدث؛
- تشجيع الاستثمار السياحي وتكوين احتياطات عقارية من شأنها القضاء على مشكل العقار الذي عطل العديد من المشاريع السياحية؛
- استكمال انجاز مشاريع المخطط الوطني التوجيهي لتهيئة السياحة؛
- نشر الوعي وتهيئة المجتمع المحلي للتفاعل الإيجابي مع النشاط السياحي من خلال إكسابه ثقافة سياحية قائمة على اعتبار السياحة صناعة ويمكن أن تساهم بشكل كبير في الناتج الداخلي الخام وجلب العملة الصعبة وتوفير مناصب شغل وتشجع المقاولاتية والصناعات الصغيرة والتقليدية؛
- تبسيط إجراءات منح تأشيرات الدخول للسياح الأجانب وتوفير التجهيزات السياحية المناسبة؛

¹. حبال سهيلة، مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، مجلة آفاق علمية، المجلد 11، العدد الثاني، 2019، ص 288.

- فتح مكاتب الصرف (الصرفيات) لتسهيل عملية تحويل العملة الأجنبية من جهة، والقضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة من جهة أخرى وهذا من شأنه تدعيم وحماية الاقتصاد الوطني؛
- إتباع أساليب تسويقية حديثة من خلال المنشورات والمطويات والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، والقيام بحملات إخبارية عبر وسائل الإعلام والاتصال؛
- تشجيع وتطوير السياحة العلمية والعلاجية لما تتوفر عليه الجزائر من مواقع أثرية وحمامات معدنية؛
- تشجيع السياحة المظلمة Dark Tourism كون الجزائر تزخر بمواقع كانت مسرحا لأحداث دامية ومروعة أثناء الاستعمار الفرنسي، علما أن هذا النوع من السياحة أصبح الآن يستقطب العديد من السياح الفضوليين للوقوف على المواقع التي كانت مسرحا للتعذيب والتقتيل الجماعي والتنكيل بالأفراد والجماعات في مختلف الدول والمجتمعات.

المطلب الثالث: آفاق القطاع السياحي في الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030

ضمن إطار استراتيجي مرجعي لسياسة تطوير السياحة بشكل عام في الجزائر، اعتمدت الدولة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على الدراسات والأبحاث والاستشارات الموسعة بين الفاعلين المباشرين وغير المباشرين في القطاع، وهذا ما يوحى بشكل واضح جدية الدولة في تعزيز مكانة السياحة في الاقتصاد الوطني، خاصة في السنوات الأخيرة التي عرفت تراجع مداخيل النفط، وحتمية البحث عن مصادر ثروة جديدة، كما سعت الدولة إلى دعم الميزات التنافسية سواء الطبيعية والتاريخية والثقافية التي تتوفر عليها.

أولا: مرتكزات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030

ويرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على المحاور التالية¹:

- وضع خطة على المدى القصير 2009 أو على المدى المتوسط 2015 أو على المدى الطويل 2030؛
- توازن بين العناصر التالية: الإنصاف الاجتماعي والفعالية الاقتصادية وحماية البيئة؛
- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية؛
- تقويم وجهة الجزائر لتعزيز جلب فرص الاستثمار والتنافس؛
- تنمية الأقطاب والقرى السياحية وذلك بترشيد الاستثمار؛

¹. عبد الرحمان عبد القادر، حساني بن عودة، مكانة قطاع السياحة في الجزائر - الواقع والمأمول-، مجلة الحقيقة، مجلد 17، العدد الثاني، جامعة أدرار، 2018، ص 165.

- إعداد برنامج سياحية نوعية؛

- تنسيق العمل وذلك بتعزيز السلسلة السياحية واقامة شراكة عمومية وخاصة؛

- وضع مخطط تمويل عملي من أجل دعم النشاطات السياحية وجلب كبار المستثمرين والمتعاملين.

ثانيا: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر

يهدف المخطط إلى الوصول إلى العديد من النقاط من بينها:¹

- ترقية الاقتصاد الجزائري؛

- تسمين صورة الجزائر وجعلها مقصداً سياحياً بامتياز؛

- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاساتها على القطاعات الأخرى؛

- تسمين التراث التاريخي والثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني؛

- التوفيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة؛

- دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية؛

- بلوغ المهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني؛

- تسمين المناطق السياحية الوطنية؛

- تحسين جودة الخدمات السياحية تجاه الزبائن المحليين أو الأجانب؛

- ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة وإدماجهم في المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية (جودة السياحة

الجزائر).

ثالثا: التوقعات الإيوائية ضمن البرنامج

تسعى الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030)، إلى إحداث قفزة نوعية في مجال

القطاع السياحي وهذا عن طريق إحداث 18 قرية سياحية مصممة وفقا للطلب المحلي والدولي، ولذلك قامت بمنح هذه

القرى المجموعة من الشركات الرائدة في مجال الاستثمارات السياحية، وهذه القرى تحقق للجزائر إجمالي عدد أسرة

55171 سرير في حين أن دفع المشاريع ذات الأولوية والمحددة من طرف هذا المخطط لإنعاش الاستثمارات الوطنية في

شبكة الفنادق من جميع الفئات سيبلغ عدد الأسرة بها إلى 29327 سرير، ومن خلال حاصل مجموع الأسرة المحققة من

¹ . موقع الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، على الرابط: <http://www.andt.dz.org/ar/?action=formunik&type=menu&idformunik=22>.

تاريخ الاطلاع 26/04/2025.

شبكة الفنادق من جميع الفئات والأسرة المحققة من القرى السياحية للامتياز نجد أن الجزائر ستبلغ 84498 سرير مصممة وفقا للمواصفات الإقليمية والدولية والتي تحقق لها ميزة تنافسية في هذا المجال.

والجدول التالي يوضح الأقطاب السياحية للامتياز وعدد القرى السياحية للامتياز والشركات القائمة على الإنجاز وعدد الأسرة بكل قطب.

جدول رقم (02-07): التوقعات الإيوائية المتوقعة حسب مخطط SDAT 2030

إجمالي عدد الأسرة	المستثمر	القرى السياحية للامتياز	جميع الفئات عدد الأسرة	القطب السياحي للامتياز
4938	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية سيدي سالم عنابة	5876	الشمال الشرقي
2440	الشركة الاماراتية للاستثمار الدولي	القرية السياحية مسيدة الطارف		
7378			5876	المجموع
2004	الشركة الاماراتية إمبريال	القرية السياحية فورم موريتي 1 الجزائر	9295	القطب السياحي شمال وسط
640	مؤسسة التنمية الفندقية ماريوت	القرية السياحية الساحل الجزائر		
360	الشركة الاماراتية القدرة	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر		
6885	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية زرالدة غرب الجزائر		
5985	المجموعة الكويتية للاستثمار	القرية السياحية عين الشرب الجزائر		
1240	الشركة الإماراتية إعمار	القرية السياحية العقيد عباس تيبازة		
1426	مجموعة سوفيتال	القرية السياحية وادي لاح سيزاري تيبازة		

2697	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية الصغيرات بومرداس		
17510	المؤسسة الأمريكية التونسية الجزائرية	مشروع MEDI SEA بودواو البحري بومرداس		
1282	مجموعة سوفيتال	القرية السياحية أقريون بجاية		
40029			9295	المجموع
220	ش.م.م إقامة هيلوس فرنسا	قرية هيلوس كرستل وهران		
732	الشركة الاماراتية للاستثمار الدولي	القرية السياحية موسكاردا تلمسان	10146	الشمال الغربي
5900	مجموعة جيلالي مهري	الحلم السياحي مداغ وهران		
6852			10146	المجموع
/	/	/	2092	جنوب شرق
912	مجموعة الجنوب لتنمية الاستثمار	قرية ماسين، تميمون، أدرار	1513	جنوب غرب توات قرارة
/	/	/	150	الجنوب الكبير طاسيلي ناجر
/	/	/	255	الجنوب الكبير الأهقار
/	/	/	29327	إجمالي الأسرة
+29327 =55171 84498 سرير				إجمالي الأسرة فنادق وقرى

المصدر: حنيش فتحي، بن علي لخضر، مكانة الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال فترة 2006-2016 ضمن برنامج SDAT، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 13، العدد الأول، جامعة غرداية، الجزائر.

يعكس الجدول توقعات الإيواء السياحي ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030، والذي

يهدف إلى توفير حوالي 84498 سرير سياحي عبر إنشاء قرى وفنادق بمواصفات دولية.

وتظهر الأرقام تركيزا واضحا للاستثمارات في الأقطاب الشمالية، خاصة القطب الشمالي الأوسط الذي يحوز النصيب الأكبر من الأسرة بفضل مشاريع ضخمة كمشروع MEDISEA بودواو البحري. إلا أنه وبالرغم من هذه التوقعات الطموحة، فإننا في سنة 2025 نشهد تعثرا واضحا في تجسيد بعض هذه المشاريع، حيث تأخر إنجاز العديد منها، وتوقف البعض الآخر لأسباب مالية أو تنظيمية، بل وصلت بعض الحالات إلى فسخ العقود مع الشركاء الأجانب نتيجة الإخلال بالالتزامات أو تغيير أولويات الاستثمار. هذا الوضع يفرض إعادة تقييم المخطط وتحيين أولوياته، خاصة ما يتعلق بضمان استقرار الشركات وتحقيق توازن في التوزيع الجغرافي للاستثمارات، مع إعطاء أهمية أكبر للمناطق الجنوبية التي لا تزال تعاني من ضعف في البنية التحتية السياحية رغم إمكاناتها الواعدة.

خلاصة الفصل

يعد قطاع السياحة في الجزائر من القطاعات ذات الإمكانيات الكبيرة غير المستغلة بالشكل الأمثل، رغم ما تزخر به البلاد من تنوع طبيعي وجغرافي وتراثي يؤهلها لتكون وجهة سياحية واعدة في المنطقة المتوسطة والإفريقية. وقد سعت الدولة خلال السنوات الأخيرة إلى جعل السياحة أحد البدائل الاستراتيجية لاقتصاد ما بعد المحروقات، من خلال إطلاق برامج دعم للاستثمار السياحي وتطوير البنى التحتية الفندقية وتعزيز التكوين المهني في المجال. ومع ذلك، تُظهر المؤشرات أن مساهمة هذا القطاع في الاقتصاد الوطني لا تزال محدودة. ولهذا سعت الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر كخطوة استراتيجية إلى إحداث نقلة نوعية في القطاع السياحي، من خلال تطوير عرض سياحي متكامل ومستدام، وتحويل الجزائر إلى وجهة سياحية تنافسية على المستويين الإقليمي والدولي. عبر التركيز على تحسين البنى التحتية، تشجيع الاستثمار الخاص، تنويع المنتجات السياحية (الصحراوية، الساحلية، الثقافية، البيئية)، وتطوير الموارد البشرية، مع مراعاة مبادئ الاستدامة البيئية والاجتماعية. وبالتالي تنويع الاقتصاد الوطني وتقليل الاعتماد على قطاع المحروقات

خاتمة

في ضوء ما تم التوصل إليه من خلال هذه الدراسة، يمكن القول في ختام هذا الطرح، أن السياحة تُعد من الركائز الأساسية لدعم الاقتصاد الوطني، لما توفره من عوائد مالية وفرص عمل، إضافة إلى مساهمتها في تحريك قطاعات حيوية متعددة. فهي تمثل وسيلة فعالة لتنويع مصادر الدخل، وتعزيز التنمية المستدامة، ورفع مستوى الخدمات والبنية التحتية. ورغم الإمكانيات الكبيرة لهذا القطاع، إلا أن دوره الاقتصادي لا يزال يواجه عدة صعوبات وتحديات تتطلب جهودًا متكاملة من الدولة والقطاع الخاص، مثل تحسين البنية التحتية، وتوفير الأمن، وتطوير الموارد البشرية، وتحديث التشريعات المنظمة للسياحة. كما أن تعزيز التعاون الإقليمي والدولي يمكن أن يساهم في تجاوز هذه العقبات.

لقد ساهمت الجزائر في محاولة منها للارتقاء القطاع السياحي وإقحامه في السوق السياحية العالمية من خلال تبني مخططات واستراتيجيات على المدى القريب والبعيد من خلال مجموعة من التقنيات في إطار استراتيجية التسويق السياحي العام من أجل تحسين الاستراتيجية السياحية وأبرزها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030، غير أن الجزائر مازالت عاجزة على استغلال الإمكانيات السياحية ووضع ميكانيزمات للاستثمار في القطاع السياحي وجعله مصدر هام من مصادر الدخل في الجزائر، حيث لا بد من وجود ارادة سياحية قائمة على تربية سياحية سليمة وخطط مدروسة بدقة وعناية لجلب ثقة السائح المحلي ليكتشف بلده أولاً، قبل الترويج لفكرة جذب السياح ومن ثم الانتقال إلى السواح الأجانب من أجل تنمية الاقتصاد الجزائري.

ومنه نستخلص أن النشاط الاستثماري في قطاع السياحة في الجزائر مزال بعيدا عن مواكبة احتياجات السوق في ضوء ما تملكه الجزائر من مقومات سياحية، حيث تركزت المشاريع السياحية حتى الآن في عدد قليل من المدن الرئيسية بينما بقيت مناطق كثيرة عاجزة عن قيام استثمارات ومشاريع سياحية فيها رغم توفر الإمكانيات والمعامل السياحية، وهذا ما تعمل عليه في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وآفاق 2030 من أجل تنمية السياحة بالجزائر.

1. نتائج الدراسة

ومن خلال هذه الدراسة، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يساهم القطاع السياحي بشكل فعلي في دعم النمو الاقتصادي الوطني، حيث يوفر فرصا لخلق الثروة وتنويع مصادر الدخل، كما يمثل أحد البدائل الاستراتيجية لتقليل الاعتماد المفرط على قطاع المحروقات؛
- يمتلك القطاع السياحي في الجزائر إمكانيات طبيعية وثقافية وتاريخية هائلة وغير مستغلة بالشكل الكافي؛
- تُعد جائحة كوفيد-19 من أبرز العوامل التي زادت من تدهور وضع السياحة في الجزائر وعدم تحقيق النتائج المرجوة من مخطط الهيكلية السياحية، حيث أدت إلى توقف شبه كامل للأنشطة السياحية، مما أثر سلبا على مساهمة القطاع في الناتج المحلي؛

- تواجه الجزائر جملة من المعوقات البنيوية والتنظيمية التي تحدّ من فعالية القطاع السياحي.
- التوجهات الحكومية الحديثة أظهرت وعياً بأهمية السياحة كرافد بديل للاقتصاد الوطني، لا سيما من خلال دمج السياحة في برامج الإنعاش الاقتصادي، ومحاولة جذب الاستثمار الخاص، وتوسيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص، مما يُبرز آفاقاً مستقبلية واعدة لتطوير القطاع.

2. اختبار فرضيات الدراسة

- **الفرضية الفرعية الأولى:** يساهم القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري.
- أثبتت الدراسة أن القطاع السياحي في الجزائر يساهم في الاقتصاد الوطني رغم ضآلة ذلك، حيث تلعب السياحة دوراً مهماً وفعالاً في تنمية الاقتصاد الوطني وتساهم في رفع إجمالي الناتج المحلي وميزان المدفوعات، بالإضافة إلى التوظيف والتشغيل. وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** يواجه القطاع السياحي في الجزائر معوقات عديدة تحول دون دعم الاقتصاد الوطني وفق التطلعات.

أكدت الدراسة أن: الجزائر تعرف ضعفاً كبيراً في قطاع السياحة خاصة في ميدان التدفقات الوافدة أو المساهمة في تكوين الناتج الداخلي الخام والتشغيل والاستثمارات الوطنية والأجنبية، بالنظر إلى بعض المعوقات التنظيمية والتسويقية المختلفة التي يتميز بها مناخ السياحة في الجزائر. وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

- **الفرضية الفرعية الثالثة:** تمتلك الجزائر آفاق وتطلعات كبيرة من أجل تطوير القطاع السياحي.
- بينت الدراسة أن الجزائر تعمل على تقديم خطة استراتيجية وآفاق مناسبة قصد الرقي بالقطاع وإعطائها المكانة التي يستحقها وكذا بلوغ الأهداف المسطرة في المخطط التوجيهي لتهيئة الإقليم، من خلال وضع رؤية ورسالة وأهداف للصناعة السياحية في الجزائر، وخلال تنظيم وتأطير النشاط السياحي وتحديد قواعد التهيئة السياحية، وتوحيد الإجراءات على جميع الفاعلين في القطاع السياحي، وذلك في إطار مخطط التهيئة السياحية آفاق 2030. وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

3. توصيات الدراسة

استناداً إلى التحليل والنتائج المستخلصة من الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى تعزيز فعالية السياحة في الجزائر :

- ضرورة وضع استراتيجية وطنية شاملة ومتكاملة لتطوير القطاع السياحي؛

- استغلال الإمكانيات السياحية غير المستغلة (الصحاري، السواحل، المواقع الأثرية، الثقافة المحلية) من خلال تطوير مشاريع سياحية مهيكلية، وتحفيز الاستثمار المحلي والأجنبي؛
- تحسين البنية التحتية والخدمات الأساسية في المناطق السياحية (طرق، نقل، اتصالات، مرافق الإيواء) بما يرفع من جاذبيتها لدى السياح المحليين والأجانب؛
- شجيع السياحة الداخلية كخيار استراتيجي في مواجهة الأزمات، من خلال تخفيض الأسعار، وتحسين الخدمات، وتنويع العروض السياحية.

4. آفاق الدراسة

- أثر الرقمنة والتحول الرقمي في تطوير القطاع السياحي في الجزائر؛
- تحليل جدوى الاستثمار السياحي في الجزائر في ظل التحديات الاقتصادية الراهنة؛
- أثر الترويج الإعلامي والسياحي في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية دولية؛
- دور وكالات السفر السياحية في تعزيز السياحة الداخلية بالجزائر؛
- السياحة الجبلية في الجزائر: واقع، تحديات وآفاق.

المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب:

1. أبوشامة، سعيد، التسويق السياحي: استراتيجيات وأساليب جذب السياح، الأكاديمية العربية للعلوم والنشر، 2019.
2. أحمد عبد الفتاح الجزار، الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة، دار الكتب الحديثة، القاهرة، مصر، 2014.
3. توفيق ماهر عبد العزيز، صناعة السياح، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.
4. روبنسن، هـ، ترجمة: محبات إمام، جغرافية السياحة، الجزء الأول، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1985.
5. الزوكة، محمد خميس، صناعة السياحة من منظور جغرافي، الطبعة الثانية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995.
6. السيسي ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، مطابع الولاة الحديثة، القاهرة، مصر، 2002.
7. صالح محمد، السياحة الطبيعية وأثرها على التنمية المستدامة، دار الفكر العربي، 2020.
8. صلاح الدين عبد الوهاب، اقتصاديات السياحة وأثرها في التنمية، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، مصر، 2001.
9. عبد الحميد أبو زيد، السياحة والتنمية المستدامة، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2018.
10. عبد العاطي، متولي، اقتصاديات السياحة والتنمية، دار المعارف، القاهرة، مصر، 2003.
11. لطيف هدى سيد، السياحة: النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1994.
12. لعروق، محمد الهادي، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2002.
13. مريم أحمد مصطفى، إحسان حفطي، قضايا التنمية في الدول النامية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001.
14. المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الدليل الاقتصادي والاجتماعي للجزائر، الجزائر، 1989.
15. نور الدين، عادل، مقدمة في السياحة: المفاهيم والتطبيقات، دار العلوم للنشر، 2017.

1. Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. **Marketing for Hospitality and Touris**". Pearson Education. 2017.
2. Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. **The Psychology of Leisure Travel: Applications to Tourism** .CBI Publishing.
3. . Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**. Wiley. 2012

ثانيا: الأطروحات و المذكرات الأكاديمية.

1. بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016.
2. بن تركية مسعود، محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر "دراسة قياسية خلال الفترة 1995-2019"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وإحصاء تطبيقي، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، 2024، ص 73.
3. حميداتو نورو، النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو الاقتصادي، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2010.
4. حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي وتنمية مستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012.
5. عميش سميرة، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري على مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015.
6. عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات 2000-2025 في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2013.
7. ليلي محمد محمد خضير، تأثيرات المجتمعات المحلية على منشآت السياحة البيئية مع التركيز على معايير تصميم الفندق الفني، مذكرة ماجستير في الهندسة المعمارية، قسم الهندسة المعمارية، كلية الهندسة، جامعة عين شمس، مصر، 2005.

8. منى لخساف، دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003.
9. نسيبة سماعيني، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مذكرة ماستر، جامعة وهران، 2013.
10. هتهات الشيخ، واقع السياحة المستدامة في الجزائر ودورها في حماية البيئة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة بيئية وسياحية، جامعة الجزائر 03، 2023.

ثالثا: المجالات والدوريات

1. بلاطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، العدد 12.
2. بن الحاج جلول ياسين، عبد الهادي مختار، مدى مساهمة القطاع السياحي في دعم الاقتصاد: حالة الجزائر 2010-2019، مجلة الدراسات المعاصرة في الأعمال والاقتصاد، المجلد الثالث، العدد الثالث، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020.
3. حبال سهيلة، مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، مجلة آفاق علمية، المجلد 11، العدد الثاني، 2019.
4. حوتية عمر، واقع قطاع السياحة في الجزائر وآفاق تطوره، مجلة الحقيقة، المجلد 13، العدد الثاني، جامعة أدرار، الجزائر، 2014.
5. خان أحلام، زاوي صورية، السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية الصادرة عن جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر، العدد السابع، جوان 2010.
6. سعدي يحيى، العمراوي سليم، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة، العدد 63، 2021.
7. سليم حميد سالم، طارق سلمان، الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد 01، العدد الثاني، 2009.
8. شاهد الياس، فرور عبد النعيم، الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسسي، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد الأول، العدد الأول، 2016.
9. صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة الجزائر، 2008.

10. الطاهر فؤاد، الأنواع المتنوعة للسياحة وأثرها على الاقتصاد، مجلة الدراسات السياحية، العدد 22، 2018.
11. عايد راضي خنفر، إياد عبد الإله خنفر، تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي، مجلة جامعة أسبوت للبحوث البيئية.
12. عبد الرحمان عبد القادر، حساني بن عودة، مكانة قطاع السياحة في الجزائر - الواقع والمأمول-، مجلة الحقيقة، مجلد 17، العدد الثاني، جامعة أدرار، 2018.
13. عبد الرزاق موالي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد الرابع، جامعة ورقلة، الجزائر، 2016.
14. فاطيمة بوداو، ابراهيم جلط، لطيفة لمطوش، القطاع السياحي كبديل استراتيجي لدعم التنمية الاقتصادية في الجزائر، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد الخامس، العدد الأول، 2020.
15. فهد بن محمد حمود، أثر السياحة في التنمية الاقتصادية في الدول النامية، مجلة جامعة الملك سعود - العلوم الإدارية، المجلد 27، العدد 2، 2015.

رابعاً: الملتقيات والمؤتمرات

1. بوفحيل نبيل، دراسة مقارنة لواقع القطاع السياحي في دول شمال إفريقيا، الملتقى الوطني الأول، جامعة البويرة، 2011.
2. طالب دليلا، وهراي عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 21-22 نوفمبر 2022.
3. عيساوي رياض، هاني محمد، واقع ومقومات السياحة في الجزائر ودورها في زيادة النمو الاقتصادي، الملتقى الوطني حول دور قطاع السياحة في التنمية والتنوع الاقتصادي في الجزائر، جامعة الجزائر 01، يوم 06 ديسمبر 2023.
4. وليد عباد، الامكانيات المتوفرة للسياحة الداخلية في الجزائر، الملتقى الوطني حول دور قطاع السياحة في التنمية والتنوع الاقتصادي في الجزائر، جامعة الجزائر 01، يوم 06 ديسمبر 2023.

خامسا: التقارير

1. المنظمة العربية للسياحة، التنمية السياحية المستدامة في الوطن العربي، تقرير سنوي، الأمانة العامة للمنظمة، جدة، 2019.

سادسا: القوانين والمراسيم

1. الأمر 03-01، المؤرخ في 20/08/2001 الخاص بتطوير الاستثمار، المعدل والمتمم، ج ر العدد 47، المؤرخة في 22/08/2001.

2. القانون رقم 21/01 المؤرخ في 22/12/2001، المتعلق بقانون المالية 2002.

3. قانون رقم 03-01، المؤرخ في 17/02/2003، المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، ج ر العدد 11، المؤرخة في 19/02/2003.

4. قانون رقم 03-03 المؤرخ في 17/02/2003، المتعلق بمناطق التوسع السياحي، ج ر العدد 1، المؤرخة في 19/02/2003.

5. المادة 02 من قانون رقم 03-01، المؤرخ في 17/02/2003، المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، ج ر العدد 11، المؤرخة في 19/02/2003.

6. المرسوم التنفيذي رقم 03/75 المؤرخ في 24/02/2003 المحدد لصلاحيات وزير السياحة، ج.ر، المؤرخة في 26/02/2003، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 06/2013 المؤرخ في 18/06/2006، ج.ر العدد 40، المؤرخة في 18/06/2006.

7. المرسوم 81-04 المؤرخ في 14/03/2004 يحدد كيفية وضع بنك معطيات للسياحة.

8. مرسوم رقم 06-53 المؤرخ بتاريخ 18/09/2006، المتعلق بتحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتجهيزتها، ج ر العدد 58، الصادرة بتاريخ 20 سبتمبر 2006.

9. المرسوم التنفيذي رقم 23-07 الصادر بتاريخ 28/01/2007، المتعلق بطريقة بيع العقار السياحي داخل مناطق التوسع. قرار بتاريخ 10 سبتمبر 2009 متعلق باستغلال الهياكل المعدة للفندقة.

10. قانون 03-02 المتعلق بقانون الاستغلال السياحي للشواطئ، المؤرخ في 17/02/2003، ج ر العدد 1، المؤرخة في 19/02/2003.

سابعا: المواقع الالكترونية

1. موقع الوكالة الوطنية لتنمية السياحة [.http://www.andt.dz.org](http://www.andt.dz.org)
2. موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz/principaux-agregats-du-tourisme