

إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر ، إسناداً للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)

الدكتورة : لعلي فاطمة

lalmi.fatima@yahoo.fr

- جامعة بشار

الدكتورة دولي سعاد

tn_hayat@yahoo.fr

- جامعة بشار

المخلص: نتيجة النمو المتسارع للسياحة، وتزايد أهميتها، برزت ظواهر سلبية على البيئة والثقافة المحلية، وصلاحيية الموارد السياحية، حيث تبلورت عن هذه التأثيرات مفاهيم ومواقف وسياسات أبرزها مفهوم الاستدامة، وتزداد أهمية السياحة بتطبيقها بشكل مستدام، تلبى من خلالها حاجة السياح. وفي نفس الوقت تحمي وتعزز مستقبل نمو القطاع، وتخفف الآثار السلبية على البيئة إلى حدودها الدنيا، وتولد الدخل للمجتمعات المحلية.

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها محاولة للربط بين الفكر التنموي المستدام، وبين مختلف المشاريع التنموية، التي من بينها التنمية السياحية، ومحاولة تطبيق إستراتيجيات تتماشى ومفهوم الاستدامة الذي أصبح من أكثر المفاهيم المتداولة خلال القرن الواحد والعشرين؛ حيث إتبعنا منهجين رئيسيين هما: المنهج الوصفي والمنهج الاستنتاجي لوصف موضوع الدراسة ولإستنتاج بعض المضامين والتوسع في عدة عناصر، ومن بين أهم توصياتها العمل على إنتهاج إستراتيجية تنموية سياحية تحقق التنمية الاجتماعية والاقتصادية دون الإضرار بالمحيط الإيكولوجي، والاجتماعي، والثقافي، والمحافظة على سلامة التنوع الحيوي والبيئي.

وبالرغم من الالتزام الذي أبدته الجهات الوصية فيما وضعت من سياسات عمومية، فإن النتائج تظل بعيدة عن التطلعات والأهداف التي ترقبتها وسطرتها الأطراف ذات المصلحة بالمقارنة مع الدول التي حققت نجاحا -تونس والمغرب والأردن- وهو الأمر الناتج أساسا عن إبتعاد هذه السياسات عن واقع الأقاليم، وعن التفاعلات الموجودة بين القطاعات الإقتصادية والجهات الفاعلة والموارد. ومن ثم كانت مناقشة إستراتيجيات التنمية المستدامة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030.

الكلمات المفتاحية : السياحة، التنمية السياحية المستدامة، الإستراتيجية، السياحة البيئية، السياحة المسؤولة، المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة 2030.

Résumé : Vu l'évolution progressive du tourisme d'une importance majeure. Par conséquent, il resurgit des fléaux négatifs sur l'aspect écologique, la culture locale et la validité des ressources touristiques, de faite qu'il s'incombe de ces influences des concepts, des opinions et des politiques dont le concept de continuité est capital. Cependant, le privilège du tourisme dépend à son application de façon constante, qui répond aux besoins des touristes de même qu'elle protège et renforce l'avenir du développement du secteur, ainsi qu'elle diminue les effets défectueux sur l'environnement vital par des répercussions inférieures et un développement de la rente au profit des sociétés locales.

L'importance de cette étude consiste à une tentative de mise en liaison entre la pensée du développement continu et les différents projets évolutifs parmi lesquels le développement touristique et la tentative de mettre en application des stratégies qui répondent au concept de continuité dont il demeure le concept le plus fréquent au vingt-unième siècle en optant deux principaux procédés dont: le procédé descriptif et le procédé déductif à l'effet de décrire l'objet d'étude et constatations de quelques teneurs et le développement de divers éléments or de ses recommandations la mise en œuvre par l'adoption d'une stratégie de croissance touristique reflétant positivement sur un développement social et économique sans préjudices sur l'environnement écologique, social, culturel, entre outre la préservation de l'inaltération du biodiversité et de l'environnement.

Quoique les autorités tutelles s'engagent en Algérie sur le plan de politiques public, les résultats vivent contrairement aux espérances et aux objectifs prévus par les parties ayant intérêt commun par rapport aux pays qui ont parvenu à réaliser un succès -Tunisie, Maroc, et la Jordanie- chose qui est certaine fondamentalement constatée suite à une incompatibilité des politiques adoptées avec le milieu territorial et les interactions relationnelles entre les secteurs économiques, les auteurs opérants et les ressources. C'est ainsi que la discussion sur les stratégies de développement indéfectible suivant un plan directif à la promotion touristique en perspective 2030.

MOTS CLES : tourisme, développement touristique durable, la stratégie, l'environnement vital le tourisme, le tourisme responsable, le plan directif pour la promotion touristique 2030.

أصبح الإهتمام بالقطاع السياحي ضرورة وطنية، لهذا تولت الجزائر القيام بأعمال تحسيس كبيرة حول رهان التنمية السياحية من جهة، وتطوير برامج إنحياز للنهوض بالسياحة الوطنية إلى مستوى المعايير الدولية من جهة أخرى، لذلك بات من الضروري اعتماد إطار إستراتيجي مرجعي، وبمنظرة واضحة نحو آفاق (2030) بالإعتماد على أهداف رقمية وواضحة، وتخطط الجزائر أن تصبح بلداً سياحياً من الدرجة الأولى بدلاً من كونه بلداً مصدرراً للسياح، وإلى إستقبال 11 مليون سائح في آفاق (2030)، وهذا ما تطلب إستراتيجية حكيمة، وإختيار هذه الفترة الزمنية لم يحدد بالصدفة بل كان نتيجة جهود، ودراسات قامت بها الجهات الوصية، من أجل تحقيق الأهداف المرجوة، ويفضل ما جاءت به الترتيبات القانونية من آليات وبرامج جد مغرية، والمعمول بها حالياً في الجزائر ومحاولة الإسترشاد بإستراتيجيات بعض الدول العربية الرائدة في القطاع السياحي .

بناء على ما سبق، تبرز معالم إشكالية البحث ضمن السؤال التالي:

ما جدوى الإجراءات والتدابير المعتمدة من قبل الجهات الوصية في الجزائر لغرض

النهوض بالسياحة وجعلها داعمة للتنمية المستدامة؟

محاولة الإجابة على السؤال، تقودنا إلى وضع جملة من الفرضيات التي تتمثل في:

- إعداد مخططات للتهيئة السياحية، يكون في ظل الاحترام الصارم للفضاءات الطبيعية والمواقع الثقافية وكذا المعالم التاريخية. ومنسق على طريق الاسترشاد بالتجارب الرائدة في السياحة .
- السياحة المستدامة تتضمن الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية بما في ذلك مصادر التنوع الحيوي وتخفيف آثار السياحة على البيئة والثقافة، وتعظيم الفوائد من حماية البيئة والمجتمعات المحلية.
- قطاع السياحة في الجزائر يمثل مصدراً حيوياً متجدداً يمكنه المساهمة بصورة فاعلة في تنويع هيكل الاقتصاد ومصادر الدخل الوطني. والتي تترتب عن اعتماد سياسة التنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030،

المحور الأول: خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT"¹، لا يقتصر على كونه إطاراً مرجعياً تتطور ضمنه المبادرات العمومية والخاصة إلى غاية سنة (2030)، إنما يرسم برنامجاً لتطوير السياحة الجزائرية، وترقيتها من أجل إدراجها ضمن الشبكات الدولية بدعم مكانة الجزائر كوجهة سياحية، ودعم مكتسباتها الطبيعية والثقافية عن طريق الإستثمار وجودة العرض، كما أن هذا المخطط يضع تفاصيل مشروع سياحي شامل يشرك أكبر عدد من الفاعلين، ومنهم على وجه الخصوص المجتمع المحلي المعني بالنشاط السياحي، وعليه أضحت تنمية السياحة بالجزائر أولوية وطنية، وخياراً أساسياً، من حيث هو عامل للنمو وأداة له.

أولاً: التعريف بالمخطط التوجيهي

نتج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية² SDAT، بفضل المسار الطويل من الأبحاث، والتحقيقات والدراسات والخبرات، ونتيجة لتفكير طويل، وتساور واسع مع الفاعلين الوطنيين، والمحليين العموميين والخواص، على إمتداد الندوات الجهوية، والخلاصات التي توصلت إليها، وهو جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية³ SNAT، والمصادق عليه، بمقتضى القانون 10-02 المؤرخ في 29 جوان (2011) (ج.رعدد: 61)، يحدد إستراتيجية طموحة لتهيئة الجزائر وتنميتها المستدامة في أفق (2030)، فهو الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين، وجميع القطاعات، وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لآفاق (2030)، والذي يوضح الطريقة التي تعترم الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي، العدالة الإجتماعية، الأداء الإقتصادي، والدعم الإيكولوجي في إطار التنمية المستدامة، على مستوى الجزائر بالنسبة للعشرين سنة المقبلة.

يتكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من ستة كتب:⁴

الكتاب 1: تشخيص السياحة الجزائرية؛

الكتاب 2: الحركيات الخمس، وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية، في المخطط الإستراتيجي؛

الكتاب 3: الأقطاب السياحية للإمتياز، والقرى السياحية للإمتياز؛

الكتاب 4: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملياتي)؛

الكتاب 5: المشاريع السياحية ذات الأولوية؛

الكتاب 6: تلخيص عام للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

ويعتبر توجيه تنشيط الصناعة السياحية في الجزائر، الميثاق الرسمي الذي يركز عليه المخطط، بحيث على الدولة والسلطات المحلية إظهار الصورة السياحية للجزائر في آفاق سنة (2030)، فهذا البرنامج يترجم إرادة الدولة في إعادة الإعتبار للنشاط السياحي، بشكل عام سواءً المادي أو المعنوي أو الثقافي، من أجل وضعه في خدمة المتعامل السياحي⁵، فالسلطات الجزائرية أدركت أنّ القطاع السياحي يعتبر من القطاعات الأكثر جاذبية للإستثمارات الأجنبية المباشرة، وهو القطاع الذي يمكن أن يساهم في تطوير القطاعات الأخرى، كما في بعض الدول نجد أن السياحة تحتل مكانة مرموقة، ضمن القطاعات الأخرى في الإقتصاد إنطلاقاً مما تدره من العملة الصعبة.

ويتمثل الرهان في ملائمة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مع جميع مراحل تطوره (الإعداد والإنجاز، والمتابعة) من طرف الفاعلين، والمتعاملين المركزيين، والمحليين في السياحة على مختلف المستويات (الإطارات الفندقية، وأصحاب المطاعم، ووكالات الأسفار، والمرشدين المتعاملين والجمعيات).

مما سبق، يتطلب إنجاز المخطط المرور على خمس مراحل نذكرها كالتالي:⁶

المرحلة 1: تشخيص الإتجاهات العالمية، والإشكاليات والرهانات؛

المرحلة 2: تحديد التوجيهات الإستراتيجية؛

المرحلة 3: تحديد الخطوط التوجيهية ((الحركيات الخمسة))؛

المرحلة 4: برامج العمل ذات الأولوية (الإنطلاقة (2008-2015) مخطط التهيئة السياحية)؛

المرحلة 5: تحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.

من أجل تحديد التوجيهات الإستراتيجية، يفترض تحديد الأهداف بكل دقة، وقد تم تعريف الأهداف المادية، وتحديد الميزانية المطلوبة لتحقيق الغاية المرجوة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

ثانياً: تحديد الأهداف

تبنت الجزائر إستراتيجية لتنمية السياحة إلى غاية سنة (2030)، بهدف تحسين صورة الجزائر السياحية بالخارج، وجذب الإستثمارات من أجل تسويق المنتج السياحي، كما بادرت بإصلاح منظومتها لتأهيل العاملين في مجال السياحة، بمشاركة هيئات دولية على رأسها المنظمة العالمية للسياحة، والتركيز على عامل تكوين كل الفاعلين في القطاع من مختصين وخبراء، وعمال الفنادق، والمرشدين السياحيين. حيث أن متطلبات السياحة لا تقتصر فقط على المرافق، وإنما هناك خدمات تغطي إحتياجات السائح بمفهومها الواسع.

ويهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، إلى ضمان الإنطلاق السريع للسياحة الجزائرية، ولهذا الغرض ركّز في مخطط الأعمال، على الأهداف المادية والنقدية.⁷

1- الأهداف المادية للمرحلة الأولى (2008-2015): تتمثل الأهداف المادية فيما يلي:

أ. إحترام نفس نسب الدول المجاورة، فإن عدد الأسرة التجارية المطلوب توفيرها في آفاق (2015)

75000 سرير من النوعية الجيدة، بإعتبار أن عدد السياح المتوقع إستقبالهم 2.5 مليون سائح؛

ب. هدف الأقطاب ذات الأولوية ما يقارب نصف قدرة الإستقبال المتوقع أي 40000 سرير بمقياس دولي

منها 30000 من الطراز الرفيع في المدى القصير، و10000 سرير إضافي في المدى المتوسط؛

ج. خلق 400000 منصب شغل (بشكل مباشر وغير مباشر) و91600 مقعداً بيداغوجياً؛

د. تحديد الأقطاب السياحية للإمتياز: سيتم إنجاز هذه الأقطاب في المناطق الشمالية، والغربية والشرقية

للوطن إلى جانب إنجاز أقطاب سياحية أخرى، بمناطق الهضاب العليا، والجنوب لتشجيع السياحة

المحلية. أنظر الملحق رقم: (03)

2- الأهداف النقدية للمرحلة الأولى (2008-2015): من أجل تنفيذ خطة الأعمال، والوصول إلى

الأهداف المادية للمخطط التوجيهي، تحتاج الجزائر إلى ميزانية معتبرة، بحيث قدر الإستثمار العمومي

والخاص الضروري للإنجاز المشاريع السياحية بين (2008-2015) ب 2.5 مليار دولار.

تم تقدير الإستثمار الإجمالي العمومي والخاص، المادي وغير المادي ب 60.000 دولار لكل سرير

خصص مبلغ 55.000 دولار إلى الإستثمارات المادية، ومبلغ 5000 دولار إلى الإستثمارات غير المادية.

ومن أجل توفير 40000 سرير التي يعتمزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز، يتوقع أن يزيد

المبلغ المخصص لهذا الإستثمار عن 2.5 مليار دولار، على مدى 7 سنوات لآفاق (2015) أي 350 مليون

دولار سنوياً وعلى السلطات العمومية (بكل وزاراتها) التكفل ب المبلغ، أي تخصيص 54 مليون دولار في السنة

إذا إحتفظنا بالنسبة الإعتبارية المقدرة ب 15% بالنسبة لحصة الإستثمار العمومي (بما فيه المادي وغير المادي).

ثالثاً: بيان خطة الأعمال بالأرقام:

يبين الجدول الموالي التقديرات المالية لتغطية الميزانية المقدرة للفترة (2007-2015).

الجدول رقم (1) : التقديرات المالية لفترة (2015-2007)

السنة	(2007)	(2015)
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7 %	3 % مقدرة
إيرادات (مليون دولار)	2.5	بين 15 إلى 20
مناصب شغل	200000	400000 (مباشر و غير مباشر)
التكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر : المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الكتاب الثاني مرجع سابق ص18.

من خلال الجدول رقم: (1) نلاحظ أن الجزائر تطمح خلال 08 سنوات إلى مضاعفة قدراتها وهذا ما يبين ويؤكد على إهتمام الدولة بتنمية القطاع، لكن بالرغم من هذا لا يزال الطموح أكبر من المخصصات بالمقارنة مع دول الجوار التي تمتلك أقل قدرات وأقل إمكانيات، فنجد مثلا تونس تطمح إلى توافد 10 ملايين سائح في (2015) في حين الجزائر تطمح إلى 2,5 مليون سائح آفاق (2015).

أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام (PIB)⁸ فكانت بمعدل تطور الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة بسنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007.

كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعداً بيداغوجياً.

رابعاً: تحديد المشاريع ذات الأولوية للمرحلة الأولى (2008-2015)

تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، فمنها الجاري إنجازه أو ما هو قيد دراسة كالآتي:⁹

- 1- فنادق الشبكة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29386 سرير؛
- 2- خمس حظائر بيئية وسياحية: تتمثل في حديقة دنيا بعنابة، وحديقة دنيا بقسنطينة، وحديقة دنيا بالجزائر العاصمة، وحديقة دنيا بوهران، وحدائق الواحات؛
- 3- ثلاث وعشرون قرية سياحية¹⁰ متميزة، وأرضيات جديدة مدججة، ومخصصة للتوسع السياحي مصممة لتناسب مع لطلب الدولي، والطلب الوطني؛

4- ثلاث مراكز للعلاج، والصحة والرفاهية: حمام قرقر (ولاية سطيف)، حمام ملوان (ولاية بليدة) حمام الشريعة (ولاية البليدة)؛

5- إطلاق 80 مشروع سياحي في 6 أقطاب سياحية يمتاز: يتوقع إنجاز 5986 سرير و 8000 منصب شغل في الأفق. والجدول الموالي يوضح عدد المشاريع الخاصة بكل قطب:

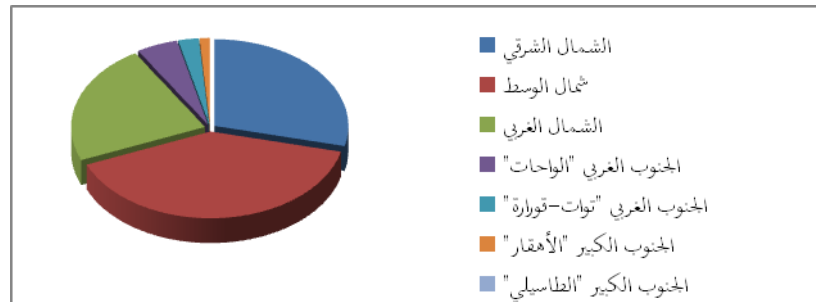
الجدول رقم (2) : عدد المشاريع في الأقطاب السياحية للامتياز

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية يامتياز
23	الشمال الشرقي
32	شمال الوسط
18	الشمال الغربي
04	الجنوب الغربي "الواحات"
02	الجنوب الغربي "توات-قورارة"
01	الجنوب الكبير "الأهقار"
00	الجنوب الكبير "الطاسيلي"
80	المجموع

المصدر: المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الكتاب الثاني، مرجع سابق، ص18.

والشكل يوضح بيانات الجدول أعلاه:

الشكل رقم (1): عدد المشاريع في ستة أقطاب السياحية للامتياز



المصدر من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول أعلاه

من خلال الجدول رقم: (2) نلاحظ أنه تم إطلاق أكبر عدد من المشاريع في قطب شمال الوسط(32)، ويليه قطب الشمال الشرقي(23)، وهذا يعكس الإهتمام بالسياحة الشاطئية لأن معظم المشاريع مخصصة للمناطق الشمالية، وحصصة الجنوب من المشاريع تكاد تكون معدومة، ففي قطب الجنوب الكبير الأهقار مشروع (01) فقط، أما بالنسبة للطاسيلي، لم يتم إطلاق المشاريع فيها بعد.

خامسا: أهم شروط الترقية السياحة التي وضعها المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة.

قدّم المخطط ثلاثة شروط ضرورية لنجاح الترقية السياحة في الجزائر بيّناها كالتالي:

- 1- الإعراف: بأن السياحة أولوية وطنية وتقوم على إلتزام سياسي لمنظور آفاق (2030).
- 2- المعرفة الإستراتيجية: من خلال القيام بالفحص والمعرفة، لنقاط القوة والضعف، كشرط مسبق للإستراتيجية والمقاربة الشاملة.

3- المقاربة الشاملة لفائدة تحديد إستراتيجية للعمل: تمثل مجمل مشروع المخطط، وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، جملة من الأهداف تدور أساساً حول تشجيع، ودعم الإستثمار من أجل تعزيز القدرة الإيوائية، كماً ونوعاً، وتحسين جودة العروض السياحية، ونوعية الخدمات التي يعرضها المتعاملون سواء في مجال الفنادق أو الأسفار، أو تأهيل الموارد البشرية، إضافة إلى تامين المقصد السياحي وتعزيز الحلقة السياحية.

سادسا: أهمية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030)

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أن السياحة ليست فرعاً، ولا قطاعاً للنشاط إنما صناعة فنية، توفق بين ترقية السياحة والبيئة، وبالنسبة للجزائر فإن السياحة أصبحت ضرورة وطنية وليس خياراً بما أنها تشكل محركاً للتنمية، وتضمن التراث الوطني الثقافي والتاريخي، وداعمة للنمو. إن وعي الجزائر بمسألة التنمية السياحية كناقل للتنمية الإقتصادية، والإجتماعية يتطلب الحاجة إلى تطوير إطار إستراتيجي، بدعم الأهداف الواردة في هذا المخطط، وتسعى الإستراتيجية السياحية من خلال هذا المخطط إلى تحقيق ثلاث نقاط مهمة:

- تحسين التوازنات الإقتصادية الكلية: التشغيل، الميزان التجاري والمالي، والإستثمار؛
 - توسيع الآثار المترتبة عن هذا القطاع إلى القطاعات الأخرى: الفلاحة، الصناعة، النقل والخدمات التشغيل؛ أنظر الملحق رقم: (4)
 - المساهمة في المبادلات، والإفتتاح على الصعيد الوطني والدولي؛
- وتسعى هذه السياسة إلى إعادة تنظيم هياكل الإدارة، والمصالح المشرفة على التنظيم السياحي بصورة تسمح لها بالتكفل الناجح بمهامها، في إطار إستراتيجية وطنية، تعتمد على إشراك جميع الفاعلين في المجال وتهدف إلى ما يلي:

- السهر على سير توجيهات المخطط الوطني للتهيئة السياحية، ومتابعة تطبيقها خلال جميع المراحل؛
 - تحديث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كل خمس سنوات، ومتابعة مدى تلاؤمه مع قدرات البلاد، والسوق الدولية؛
 - تحديد الأهداف لكل متعامل في الأقطاب السياحية المقترحة؛
 - تكييف المخطط مع جميع المتعاملين في السياحة (مديريات، دوواين، وكالات...).
- وكلها أهداف لا تتحقق إلا بإتباع سياسة واضحة المعالم، تستخدم أحدث التكنولوجيات والتقنيات المتوصل إليها، وقد تم تحديد أهمية المخطط في العناصر التالية نذكر منها:¹¹

1- جعل السياحة إحدى محركات النمو الإقتصادي من خلال:

- الترويج للسياحة في الجزائر، وجعلها وجهة سياحية بإمتياز، ومنازة في حوض المتوسط قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة، وبصورة أساسية في الإقتصاد العام للبلاد؛
- تنظيم العرض السياحي بإتجاه السوق الوطنية؛

- ترقية إقتصاد مكمّل لقطاع المحروقات.

2- **الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى** (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية الصناعة التقليدية، الخدمات) من خلال النظر إلى السياحة في إطار مقارنة عرضية، تشمل مختلف العوامل (النقل التعمير، والبيئة التنظيم المحلي، والتكوين) تأخذ بعين الإعتبار منطق جميع المتعاملين الخواص (الجزائريين وأيضاً الأجانب) والعموميين.

3- **التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة:** في هذا السياق، وقع برنامج الأمم المتحدة للبيئة التابع لمنظمة الأمم المتحدة مع منظمة السياحة العالمية، إعلان مشترك للتوافق بين السياحة والبيئة عام (1982) م، وتشكلت لجنة دائمة (لجنة السياحة والبيئة) والهدف من تشكيلها، هو نشر الوعي البيئي بين شعوب دول العالم كما أن منظمة السياحة العالمية عقدت مؤتمرها في أكتوبر عام (1997) في مدينة إسطنبول التركية، تحت شعار السياحة قطاع رائد في القرن الحادي والعشرين، لإيجاد فرص عمل وحماية البيئة.

وتظهر أهمية العلاقة بين البيئة والسياحة من خلال:¹²

- السياحة والبيئة متلازمتان، وتنمية الموارد البيئية يؤدي إلى إستمرار ونمو النشاط السياحي ؛
- البيئة النظيفة هي الضمان لسياحة جديدة، وتعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي؛
- تعد البيئة أحد أهم العوامل المؤثرة على الإستثمار السياحي في المستقبل؛
- البيئة هي الأساس الذي يتركز عليه النشاط السياحي؛
- البيئة غير النظيفة تسيء إلى سمعة المقصد السياحي.

4- **تثمين التراث التاريخي، الثقافي، والشعائري:** يرتبط الإقتصاد السياحي إرتباط متين مع الإقليم، المعبر عن التاريخ والتنوع الثقافي، وتعتبر العناصر التأسيسية للتراث الإقليمي (الإنسان، والطبيعة، والمناخ التاريخ إلخ....) وتشكل صورته، وجاذبيته، وموقعه وإنتاجه، وأمام الأولوية المستهدفة للسياحة، وخاصة في المناطق الإقتصادية الهشة، التي تكمن في إنشاء وظائف وفي مضاعفة التدفقات المالية وفي الإبقاء وخلق خدمات أمام إستراتيجية تنمية مستدامة تدمج الإهتمام بالحفاظ على التراث التاريخي والثقافي وإنعاشه.

5- **التحسين الدائم لصورة الجزائر:** من خلال تغيير الذهنيات والتصرفات، لبناء ثقافة سياحية جديدة ودائمة في الجزائر، خاصة وأن هذا القطاع في حاجة إلى تصورات، وسلوكات جديدة، تمكن من إعطاء صورة لائقة ولامعة للقطاع، ويرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون، في السوق الجزائرية ضمن منظور يجعل منها سوقاً هامة وليست ثانوية، بما في ذلك مجموعة المواد، والطاقت المتاحة، والتي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين.

المحور الثاني: الحركات الخمس للتفعيل السياحي للجزائر

تشكل الحركات الخمسة الطريق السريع، والمستدام لإنعاش السياحة، مدعومة بعودة الجزائر إلى الساحة الدولية، وثمين موقعها الإستراتيجي، مما يدعو إلى إعادة الإعتبار للمكان، والدور الذي يتعين على

السياحة أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، وتمثل الحركات الخمس فيما يلي:¹³

أولاً: مخطط الجزائر الوجهة

على غرار الدول السياحية، السياحة الجزائرية تطمح أن تكون، ممثلة في المواقع الرئيسية الموفدة للزبائن من جهة، وجمع وإحداث تعاون بين كل الطاقات، الإجتماعية المهنية على أساس إستراتيجية التسويق من جهة أخرى، وفي هذا الإطار فإن سياسة تنمية السياحة لآفاق عام (2030) ترمي إلى وضع بنية وجهة سياحية تكون:

- منافسة على المستوى الدولي، وقادرة على تلبية الإحتياجات الوطنية في التسلية والراحة، ومنتجة إقتصادياً، وإجتماعياً؛
- ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية، لتصبح وجهة سياحية كاملة، فالهدف هو زيادة شهرة الجزائر وإعطاء صورة شاملة وجذابة.

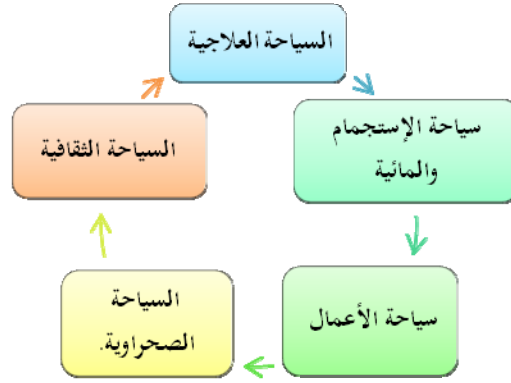
ثانياً: الأقطاب السياحية للإمتياز

تهدف هذه الحركية إلى إبراز "الأقطاب السياحية"¹⁴ كتماذج من قبل السوق السياحي الدولي وهذه الأقطاب ستساهم بطريقة فعالة في صناعة الصورة السياحية للجزائر.

إن أقطاب الإمتياز، هي الفضاءات التي تقدم القدرات السياحية ذات النوعية الرفيعة، بشكل يساعد على إنجاز إقامات سهلة الوصول والبلوغ، وذات جودة شاملة ومتميزة، فهي في طبيعتها إطار لربط وتعاون الكفاءات المعارف، والحرف والإمكانات المادية والمالية، كما أنها تشجع الابتكار، وخلق القيم بهدف الإزدهار الذي تتيحه من خلال ترقية بقية الأنشطة المحلية خاصة الخدمية، ويعتبر القطب السياحي متعدد الأبعاد، يُدمج المنطق الإجتماعي (الإحتياجات الأولية للسكان) والثقافي، بالإضافة إلى الإقليمي (خاصيات، ميزات الإقليم)، والتجاري (الأخذ بعين الإعتبار التوقعات، ومتطلبات السوق) كما يمكن لرقعته الجغرافية أن تدمج منطقة أو عدة مناطق التوسع السياحي، فهو يُركز على موضوع رئيسي (السياحة الصحراوية، وسياحة الإستحمام، والسياحة العلاجية والصحية) من أجل التماسك في ترفعه، غير أنه يخوض في المواضيع الأخرى قصد تجنب أحادية الوظيفة. وبهذا التعريف تصبح الأقطاب مؤهلة لتكون أقطاب سياحية للإمتياز، وواجهات للنهضة السياحية في الجزائر، وإنطلاقاً من تهيئة هذه الأقطاب يصبح الهدف هو الشروع في الإنطلاق التي تدفع بالترقية السياحية.

وترتكز تنمية أقطاب الإمتياز على القدرات السياحية الجزائرية المتعددة، إذ يتعلق الأمر بتنمية المنتج، والفروع الأكثر تمثيلية، والأفضل وفقاً للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية، والتي تتمحور حول العناصر التي يوضحها الشكل الموالي:

الشكل رقم (2) : المنتج السياحي الذي تركز عليه تنمية أقطاب الإمتياز آفاق (2030)



المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على وزارة السياحة والصناعات التقليدية (2012).

نلاحظ من خلال الشكل رقم: (2) أن هناك ستة فروع لها الأفضلية في الفترة (2008-2015) وتتمثل في سياحة الإستجمام البحري، والسياحة الصحراوية، والثقافية، والعلاجية الصحية، وكذا سياحة الأعمال المطلوب تطويرها حسب أهداف كل فرع، وكل قطب يمنح أولوية التطوير للفروع الواعدة والغالبة. فقد تبنت الجزائر فكرة الأقطاب السياحية، حين أصبحت العولمة، والتطور العالمي يحثان على البحث، والتميز عن طريق الأقاليم ذات المواقع التنافسية المركزة على بعض المجالات المشكّلة لأقطاب الإمتياز. والجدول التالي يوضح توزيع عدد المشاريع حسب الأقطاب السبعة للإمتياز، وتحديد الطاقة الإيوائية المستقبلية آفاق (2030).

الجدول رقم (3) : جدول يوضح الطاقة الفندقية لأقطاب السبعة

القطب السياحي لإمتياز	عدد الأسرة للفنادق من جميع الأصناف	عدد القرى السياحية	عدد الأسرة للقرى السياحية
القطب السياحي شمال وسط	9295	11	39849
القطب السياحي شمال شرق	5965	3	7378
القطب السياحي شمال غرب	10146	4	6852
القطب السياحي جنوب شرق الوحات	2092	1	92
القطب السياحي جنوب غرب توات الوحات	1513		
القطب السياحي الجنوب الكبير الطاسلي	150		
القطب السياحي الجنوب الكبير احقار	225		
إجمالي الأسرة (فنادق)	29368		
إجمالي الأسرة (قرى)			54171
إجمالي الأسرة (فنادق+قرى)		83557	

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثالث، الأقطاب السياحية السبعة لإمتياز، جانفي (2008)، ص 5.

من خلال الجدول رقم: (3) نلاحظ أن نصيب الأقطاب الشمالية يحظى بحصة الأسد فيما يخص عدد القرى السياحية، بحيث يقدر العدد بـ 18 قرية، وهذا ما يترجم التركيز على السياحة الساحلية، في حين لاحظنا إهمال المناطق الجنوبية بحيث يكاد يكون نصيبها من القرى السياحية معدوم، وهذا بالرغم من أن مساحة الجنوب تمثل 70% من مساحة الجزائر، بالإضافة إلى المناطق السياحية التي يمكن إن إستغلت إستغلالاً رشيداً أن تعود بإيرادات هامة للدخل الجزائري.

ثالثاً: مخطط نوعية السياحة

بقصد الإستجابة للهدف، المادي والنقدي، في مخطط الأعمال لآفاق (2030)، أصبح تكوين المورد البشري أمراً ضرورياً، وقد حددت ثلاثة أهداف إستراتيجية للتكوين، للوصول إلى الحزف السياحية الحقيقية، وتحضير الجزائر سياحياً لآفاق (2030).

إن مخطط النوعية يركز على التكوين، وتعليم الإمتياز كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والإتصال

في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم، و تهدف هذه الحركية إلى: ¹⁵

- تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال دمج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية، ومن خلالها تحقيق إحترافية أكبر؛
- تميم المناطق السياحية، وخلق إستدامة للعرض السياحي الجزائري من خلال وضوح الرؤية وتحسين النوعية للسياح؛
- العمل على إستفادة المؤسسات السياحية المشاركة في هذه العملية عن طريق تقديم المساعدة والأدوات اللازمة لتنميتها، بما في ذلك مرافقتها في عمليات الترميم على ترقيات، وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين؛
- ضمان ترويج مميز للمتعاملين المشاركين في المقاربة الخاصة بالنوعية من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات التي تحمل علامة نوعية السياحة الجزائر، عن طريق ضمان أفضل إندماج في القنوات التجارية من خلال وضع أفضل.

هذا، ويرمي مخطط النوعية إلى الإجابة على ثلاثة أسئلة:

1- لماذا المخطط النوعي للسياحة؟ : من أجل بناء مقصد سياحي جزائري، وتثمينه، وتحسين صورته والإرتقاء بالجودة والنوعية بمفهومها الواسع، إلى المقاييس العالمية، وتعزيز كل حلقات السلسلة السياحية، وتوفير التسهيلات والإجراءات المدعمة للنشاط السياحي بمختلف أنواعه.

2- مع من مخطط النوعية السياحية؟ : يعتمد مخطط النوعية السياحية على التعرف على المؤسسات الشريكة، ويتعلق تنفيذه في المرحلة الأولى بأربعة شركاء: الحصة الكبرى من الحظيرة الفندقية (200 فندق مصنف أو يعاد تصنيفه) الإطعام الفاخر، ووكالات السياحة والسفر، والغرف السياحية المحلية الرئيسية.

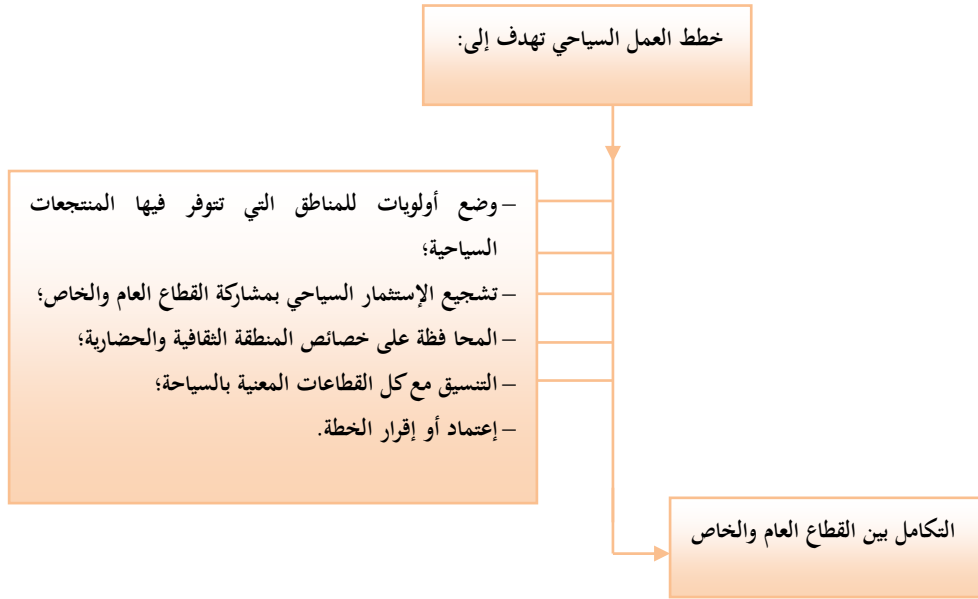
3- كيفية تنفيذ مخطط نوعية السياحة الجزائرية؟ : تمثل إجراءات وآليات تنفيذ مخطط نوعية السياحة في:

- ♦ الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة، وتحديد إلتزاماته؛
- ♦ تقييم إلتزامات المحترفين على مستوى: الإعلام/ الإتصال والإستقبال؛
- ♦ مراقبة الأماكن (المواقع)، والنظافة والصيانة، وتقويم المورد المحلي؛
- ♦ إبرام عقود الرخص النوعية السياحية مع المؤسسات التي تنخرط في مسعى النوعية؛
- ♦ تقويم المحترفين بإيجاد دمغة عليها "السياحة النوعية الجزائرية" توضع على مدخل مؤسساتهم.

رابعاً: مخطط الشراكة العمومية - الخاصة

من أجل تحقيق التنسيق الكامل بين القطاع العام والخاص في مجال التنمية السياحية، توضع خطط عمل سياحية تهدف إلى تحقيق الأهداف على حسب الشكل الآتي:

الشكل رقم (3) : هدف تحقيق التكامل بين القطاع العام والخاص.



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على عثمان محمد غنيم، بينتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، مرجع سابق، ص 212.

يستخدم القطاع العمومي عوائد الرسوم في تطوير خدمات البنية التحتية، بينما القطاع الخاص يقوم بتطوير المرافق والخدمات السياحية، ولكن تبقى مهمة القطاع العمومي التخطيط والرقابة، ويظل التنسيق والتكامل بين القطاع العام والخاص، ضرورياً مع مساهمة المجتمع المحلي، وبعدها يتم تبني الخطة الخاصة بالتنمية السياحية، وتدمج مع خطط القطاعات الأخرى.

ويمكن الحديث عن شراكة عمومية خاصة، عندما يتحرك المتعاملون العموميون، والخواص سوياً للإستجابة بأكثر فعالية للطلب الجماعي، عن طريق تقسيم الموارد، والأخطار والأرباح، وحينها يلعب كل واحد دوره (الدولة والقطاع الخاص).

هذا، وتلعب الدولة، والجماعات المحلية دوراً ضرورياً في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت كالمطارات والطرق... الخ، في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، وتدير المتاحف والصروح التاريخية، وتصون الصورة الرفيعة للبلاد، والمواقع بواسطة سياساتها، وعمليات الإتصال.

خامساً: مخطط تمويل السياحة

أخذ مخطط التمويل بعين الإعتبار ببطء عائدات الإستثمار في القطاع السياحي، لغرض دعم الأنشطة السياحية، وجذب المستثمرين المحليين والأجانب، كما تشمل بعض الإجراءات الضرورية نذكر منها:¹⁶

♦ مرافقة المستثمرين المرقين، وأصحاب المشاريع كالمساعدة في أخذ القرار في تقدير المخاطر، وفي تمويل عتاد الإستغلال؛

♦ إنشاء أداة جديدة متمثلة في بنك الإستثمار الذي يهدف إلى تشجيع الإستثمار بالسماح للمتعامل المبدع بتقليل المخاطر أي بتحديد شروط إستمرارية المشروع؛

♦ تخفيف إجراءات منح القروض البنكية، ومنح الحسم؛

♦ التمديد في مدة القرض.

والإطار الذي يعمل به مخطط التمويل هو بنك الإستثمار المستقبلي الذي يهدف إلى:

♦ إجراءات الدعم، والإلزام بالإكتتاب في مخطط نوعية السياحة (PQT)¹⁷؛

♦ المساعدة في إتخاذ القرار والمساعدة على تقييم المخاطر؛

♦ يضع بنك الإستثمار أو البنك التجاري، التمويل الأكثر تكييفا مع (التأخير، وتسليم المشاركة) ومفهرس في أداء المؤسسة، وفصيلة النشاط؛

♦ ضرورة منح رؤية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية حتى يحظى بإهتمام كبار المستثمرين المحليين والدوليين.

كما يقدم بنك الإستثمار، الهندسة الأولية لإطلاق المشاريع بالتكفل بكل أو جزء من الدراسات ويتم الدعم المالي بالتمويل بنسبة 80% لدراسة سقفها 500.000 دينار جزائري.¹⁸

المحور الثالث: مراحل تنفيذ، وتقييم المخطط التوجيهي آفاق (2030)

تنفيذ المخطط التوجيهي يتم عبر ثمانية مراحل كالتالي:¹⁹

أولا: وضع هيكل القيادة

تمثل هذه المرحلة خارطة الطريق، لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT)، وتحدد إطار التنفيذ، والترتيبات التنظيمية، والنشاطات التي يتعين القيام بها، وكذلك المدة الزمنية، ويُكَلَّف مدير الهيئة ومختلف الرؤساء، بالمهام ويُنظَّم إجتماع الإنطلاق من أجل:

- تحديد البرنامج التقديري لإنجاز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛

- تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، و شرح أهدافه ومحتواه؛

- توضيح أدوار كل متدخل؛

- تحديد طريقة سير الهيئة؛

- تخطيط إجتماعات العمل.

ثانياً: تنظيم ورشات العمل لكل مشروع

تعتبر هذه المرحلة مرحلة التنظيم، بحيث يتمثل هدف ورشات العمل في جمع كل أعضاء الخلية للعمل حول مشروع محدد، وتحديد الطريقة العملية المناسبة، وتعالج ضمن الورشات مختلف الإشكاليات التالية: الفروع العقارية، والهياكل المالية، وفيما بين القطاعات، والمتعلقة بكل مشروع ذي أولوية، بحيث يتم التطرق لكل

مشروع من مختلف أوجه موضوعاته، والتي تكون عبارة عن الإيواء والإطعام والتجهيزات السياحية والتسليية، والترقية والإتصال، وطريقة التسيير بالإضافة إلى المقاربة العمرانية.

ثالثاً: تعريف الإستراتيجية وفقاً لكل قطب سياحي

في هذه المرحلة، يحدّد كل مكلف بمهمة محلية مراحل تنفيذ المخطط على مستوى قطبه، بناءً على ما تم تحديده في المرحلة الثانية، وهكذا سَتَبَرُّز أولويات التدخل، كما حددتها مختلف الورشات، والتي تخص القطب السياحي الذي يتولى التكفل به، ويقوم بإعداد رزنامة تقديرية، وتحديد مختلف الدراسات الضرورية لإنجاز الأقطاب.

رابعاً: انطلاق المرحلة قبل العملية للمخطط

يتم في هذه المرحلة إجتماع إتصالي مع ممثلي القطاعات الأخرى، الفاعلين المعنيين بكل مشروع وممثلي مختلف الفروع، والشروع في الدراسات، ومتابعتها، بالإضافة إلى وضع المرصد وأداة المتابعة، وتقييم الأقطاب السبعة السياحية للإمتياز، والبحث عن المستثمرين.

خامساً: إنطلاق أول الورشات والمفاوضات

الورشات الأولى، هي الورشات ذات الأولوية، لكنها الورشات التي لا تعترضها صعوبات خاصة العقار أو إعادة تأهيل المنشآت الموجودة وتتم من خلال:

1- تنظيم مسابقات التحكم في الأعمال؛

2- إختيار مقدمي الخدمات؛

3- إنطلاق الورشات؛

4- دراسات التنفيذ.

وبمجرد إنطلاق الورشات الأولى، يتم الشروع في المفاوضات الضرورية، لتنفيذ المشاريع الأخرى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، (إشتراك القطاعات الأخرى عن طريق إقتناء العقار، والبحث عن التمويل، ودعم المرافقة، بالإضافة إلى التعرف على الشركاء).

سادساً: وضع إستراتيجية للترقية والإتصال

ترتبط الحركة السياحية إلى حد كبير، بالصورة الذهنية حول المقصد السياحي، تلك الصورة التي يشكلها الإعلام بدرجة ملحوظة، بحيث يستوجب محور الإعلام السياحي توفر المعلومات حول المقاصد بصورة جذابة، وحقيقية ومحدثة، كإختيار صيغ الخطاب الإعلامي الملائم للأسواق، والفئات السياحية المختلفة، وكذلك يتطلب الإلحاح في تقديم الصورة الجاذبة للمقصد بأساليب متنوعة ومدروسة.

ولا يقتصر إهتمام هذا المحور فقط بإبراز المقومات السياحية بالمقاصد الجزائرية، وإنما ينبغي أن يهدف إلى تقديم صورة شاملة للمجتمع المحلي المحيط بالمقصد من حيث قيمه، وعاداته، وتقاليد وثقافته، وعلى الأخص ما يدل فيها على الإفتتاح على شعوب العالم، وترحيبه وتفهمه للتنوع الثقافي لديهم.

إنَّ إرتباط الحملات الإعلامية ذات الكفاءة مع جهود الترويج السياحي يكون له تأثير إيجابي بالغ في نجاح تلك الجهود²⁰. ففي المرحلة الأولى، يتوجه الإعلام إلى المحترفين (المتعامل السياحي، وكالات السفر) وإستعادة الثقة وتحديد صورة الجزائر، وإعطاء ضمانات بتنمية سياحة ذات نوعية.

سابعاً: إطلاق مخطط نوعية السياحة .

يتم تجسيد مخطط نوعية السياحة، بمعرفة المؤسسات الفندقية (فنادق، ومخيمات، وإقامات...) أصحاب المطاعم، والدواوين السياحية المحلية، وكالات السياحة والسفر والناقلين. وتشمل عملية (مخطط نوعية السياحة) 20% من الحظيرة الفندقية (200 وحدة، مصنفة أو يعاد تصنيفها) وبواسطة تنشيط الهيئات النقابات المهنية (الإتحادية الوطنية للفندقيين، جمعية أصحاب المطاعم) كما تدعم أيضاً بواسطة:

- عصنة المؤسسات السياحية؛
- التصنيف القانوني؛
- مخطط التكوين.

ثامناً: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030).

إن إنجاز المشاريع المدعومة بمختلف الإجراءات المرافقة، يكون بإرتكاز على مخططات العمل المحدد في المرحلتين الثانية والثالثة. وتقييم سير العمل من خلال عقد إجتماع كل ستة أشهر، للتعرف على درجة تقدم المشاريع وإحصاء الإنحرافات، و إعادة ضبط طريقة العمل الضرورية.

والجدول التالي يبين المشاريع التي شرع في إنجازها والتي في طريق الإنطلاق:

الجدول رقم (4) : المشاريع التي شرع في إنجازها والتي في طريق الإنطلاق

الأقطاب	عدد الفنادق	عدد الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	86	5965
القطب السياحي شمال وسط	49	9295
القطب السياحي شمال غرب	85	10146
القطب السياحي جنوب شرق الواحات	26	2092
القطب السياحي جنوب غرب توات	23	1513
القطب السياحي الجنوب الكبير طاسيلي	01	150
القطب السياحي الجنوب الكبير	04	225
المجموع	274	29386

المصدر: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، (2013): www.mta.gov.dz/accueil.htm

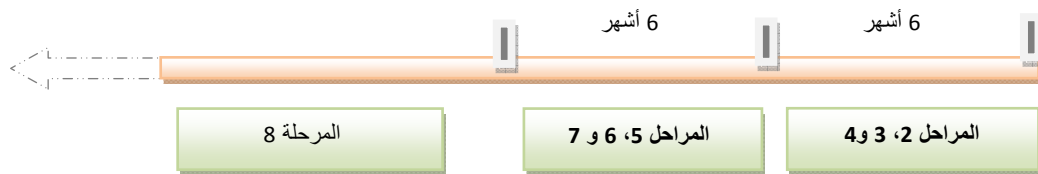
يبين الجدول رقم: (4) بأن المشاريع المرتقب إنجازها قد بلغ 247 مشروعاً موزعة على مختلف الأقطاب السبعة، مع ملاحظة أن أكبر عدد من المشاريع متمركزة في الأقطاب الشمالية والتي قدرت بـ 220 فندق، وفي المقابل الأقطاب الجنوبية حوالي 54 فندق، ويرجع السبب في ذلك لحيوية المنطقة الشمالية وإقبال السواح على السياحة الشاطئية وسياحة الأعمال، أما بالنسبة للقرى السياحية المخطط إنجازها لآفاق (2030). فالجدول الموالي يوضح عددها :

الجدول رقم (5) : القرى السياحية المراد إنجازها في إطار المخطط التوجيهي (2030)

الأقطاب	اسم المشروع	المستثمر	الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية مسيدة	الشركة الإماراتية ELLC	2440
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية سيدي سالم	الشركة السعودية سیدار	4938
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية أقيون بجاية	سيفيتال	1282
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية صيران بومرداس	الشركة الإماراتية ELLC	2697
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية MEDISEA بومرداس	الشركة الأمريكية التونسية الجزائرية سياح	17510
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية عين طابة الجزائر	الشركة الإماراتية ELLC والمجموع الكويتية	5985
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية موربي الجزائر	المجموعة الإماراتية EMIRAL	2004
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية الساحل الجزائري	شركة التنمية الفندقية الجزائرية	460
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر	الشركة الإماراتية القدرة	360
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية زرالدة	الشركة السعودية سیدار	6885
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية العقيد عباس تيبازة	الشركة الإماراتية إعمار	1240
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية واد بلح سيزاري تيبازة	مجموعة سيفيتال	1426
القطب السياحي شمال غرب	الحلم السياحي وهران	مراغ وهران	5900
القطب السياحي شمال غرب	هيلوس كريستيل وهران	إقامة هيليو فرنسا	220
القطب السياحي شمال غرب	موسكاردة تلمسان	الشركة الإماراتية ELLC	732
القطب السياحي جنوب غرب	قصر ماسين تيميمون - أدرار	مجموعة الجنوب SID	92
القطب السياحي شمال وسط	حديقة دينا الجزائر	المجموعة الإماراتية ELLC	1000
المجموع			55166

المصدر: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية : (2013) www.mta.gov.dz/accueil.htm

الجدول رقم: (5) يبين أنه سيتم إنجاز حوالي 17 قرية سياحية، موزعة حسب الأقطاب السبعة لإمتياز ونلاحظ بأن الأقطاب الشمالية تحتوي على أكبر عدد من القرى السياحية، 16 قرية سياحية في حين كان نصيب الجنوب بقرية واحدة، بطاقة إيواء 29 سرير فقط، وأن أغلب المستثمرين أجانب خاصة من الإمارات. مما سبق، نقول أن الإستراتيجية السياحية أصبحت، تعمل على تطوير، وإعادة الإعتبار للقطاع السياحي في الجزائر، والتركيز على منتج السياحة الساحلية، من خلال تدعيم المنشآت القاعدية والبنى التحتية، وضمان المحافظة على الإرث الثقافي والحضاري، وتطوير الخدمات وتأهيل الموارد البشرية²¹. ومن أجل إنجاز وتنفيذ المخطط التوجيهي، كان لابد من وضع جدول زمني لكل مرحلة من مراحل المخطط، على حسب المؤشر التالي:



من جوان (2007) وتم في هذه الفترة:

- تجسيد مسار إعادة تكييف إستراتيجية من خلال عقد الجلسات الوطنية؛
- إطلاق مخطط تكوين ومدارس تكوين في السياحة؛
- تحويل الأقاليم إلى أقطاب سياحية.

ومن أكتوبر (2007) إلى غاية جوان (2008) تم:

- الشروع في ترتيبات الإستقبال في الأراضيات الكبرى لدخول التراب الوطني؛
- دراسة وتيرة التقدم في بلوغ أهداف المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة؛
- تعزيز أعمال تنفيذ المخطط والمرافقة المالية؛
- وضع إستراتيجية لتسويق وجهة الجزائر؛
- إطلاق مخطط نوعية سياحية.

◀ و إلى غاية ديسمبر (2007) تم:

- إرساء الأسس الجديدة للإستراتيجية السياحية؛
- تجسيد الإطار الجديد للعمل السياحي.

◀ ومن ديسمبر (2007) إلى غاية (2015) سيتم:

- إنطلاق مفاوضات الشروع في إنجاز القرى السياحية بإمتمياز؛
- تعريف وتحديد الأقطاب والقرى السياحية بإمتمياز؛
- الإطلاق المتزامن للحركات الخمس؛
- إطلاق الإستثمار السياحي.

◀ من (2015) إلى غاية (2030) سيتم تعزيز سياسة التحول السياحي للجزائر، وتجسيد المخطط التوجيهي، ويتم تسيير متابعة المشاريع من خلال اللجنة الوطنية للقيادة لضمان المطابقة، والتصديق على مراحل الإنجاز بالنظر لإلتزامات مكتب التسيير بسمعة دولية، والوساطة بين القوى العمومية والمستثمرين ومكتب متخصص للإستشارة في المنازعات وإعداد دليل بالشروط المطبقة على المشاريع.²²

مما سبق، نستنتج بأن المخطط التوجيهي شرع فعلاً في تنفيذ مراحل الأولى إبتداء من جوان (2007) إلى غاية ديسمبر (2007) في وضع اللبنة للإستراتيجية الجديدة بواسطة تنفيذ مسار إعادة ملائمة إستراتيجية (2030) من خلال عقد الجلسات الوطنية والبدء في إنشاء مدارس التكوين في السياحة والتحول إلى أقطاب في الأقاليم السياحية .

كما أعلنت وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، على توقيع 49 عقد إستثماري جديد سيتم بلوغ تحقيق نسبة 68 % من الإستراتيجية الوطنية لمخطط التهيئة السياحية، وأن منح هذه الموافقة تضاف إلى 483 تمت الموافقة عليها مسبقاً، بإمكانها رفع طاقة الإستيعاب بـ 70 ألف سرير في آفاق (2015). وأن الجزائر تعتمزم إستقبال 2,5 مليون سائح في آفاق (2015) وذلك بعد إعادة تأهيل حوالي 85 ألف سرير، لتبلغ طاقة الإستيعاب 75 ألفاً بالمقاييس الدولية، بالإضافة إلى المشاريع التي سيتم إنجازها في إطار المخطط الوطني لتهيئة القطاع. بحيث بلغ عدد السواح مليون سائح سنة (2009) وتمكنت من تحقيق مداخيل قدرت بـ 330 مليون دولار، وتهدف الدولة في إطار إستراتيجيتها إلى تحقيق مداخيل تقدر بحوالي 2 مليار دولار، لتساهم بنسبة 3 % في الدخل الوطني الخام.²³

المحور الرابع: معوقات ومبادئ التنمية السياحية

تسعى العديد من الدول، وخاصة الدول التي تهدف إلى تحقيق تنمية مستدامة إلى تطوير، وتنشيط القطاع السياحي، لما يُحدثه من تنمية إقتصادية وإجتماعية. والجدير بالذكر أن السياسات السياحة لا تبنى فقط على إعتبرات إقتصادية وتكنولوجية، ولكن يجب أن يؤخذ بعين الإعتبار أيضاً الحفاظ على البيئة وإحتياجات السكان المضيفين عامة والذين يعملون في الحقل السياحي خاصة، إذ أن السياحة التي تستجيب لهذه الشروط هي السياحة البديلة أو السياحة المتوافقة.

والجزائر كغيرها من الدول عند تبنيها لمبادئ التنمية السياحية المستدامة، واجهتها بعض المشاكل وبناء عليه سنحاول أن نُسلط الضوء على أهم المشاكل التي يواجهها القطاع السياحي في الجزائر ومبادئ التنمية السياحية:

أولاً: معوقات التنمية السياحية

تم إحصاء إحدى عشر مشكل يعيق التنمية السياحية كالتالي:²⁴

- 1- غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية، بحيث نجد:
 - غياب التشاور حول الأمور الأساسية وتجاوب ضعيف مع حقائق الميدان؛
 - مواقع بلا صيانة وغير مثمرة بصورة كافية.
- 2- طاقات إيواء غير كافية، وذات نوعية سيئة
 - هياكل إيواء ذات نوعية رديئة وبأسعار باهظة نسبياً بالنسبة للسكان المحليين؛
 - عجز في طاقات الإستقبال، والهياكل الفندقية والإطعام ذات نوعية؛
 - 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.
- 3- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق بالنسبة لوكالات الأسفار
 - أنشطة موجهة نحو السياحة الموفدة 80% عمرة وأسفار نحو الخارج 10% إستقبال (وكالات الجنوب) و 10% تذاكر؛
 - عدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الإلكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز والخدمات؛
 - غياب التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية، والذي هو في تحول مستمر؛
 - خضوع إستقبال السياح في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم؛
 - عدم وجود تنظيم لوكالات الأسفار وميثاق يحكم المهنة؛
 - نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين؛
 - غياب مخطط للتكوين المستمر.
- 4- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق خاصة.
 - نوعية تكوين غير ملائمة، مع متطلبات عرض سياحي بإمتياز؛
 - نقص التأهيل والكفاءة لدى المستخدمين في القطاع السياحي.

5- ضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية

خدمات مرتفعة السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية أقل للمنافسة الدولية (التونسية والمغربية).

6- توغل ضعيف لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في السياحة

- عدم كفاية مواقع الإنترنت مع التركيز على ترقية الصحراء، والإكتشاف الثقافي؛
- صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع السياحة؛
- عدم وجود سند تفاعلي وإتصالي.

7- ضعف نوعية النقل

- عدم القدرة على خدمات النقل متكيفة مع الطلب، وزادت حدة من خلال التسعير المبالغ فيه؛
- سوء الربط الجوي بإتجاه الجنوب بالإضافة إلى إنعدام التنسيق في رحلات الربط عند المغادرة بإتجاه الخارج.

8- بنوك وخدمات مالية غير متكيفة

- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع العصرية، على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح؛
- قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواءً بالنسبة للإستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج؛
- تعارض طريقة تمويل الإستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الإستثمار السياحي.

9- مشاكل الأمن

مشاكل متكررة ومتفرقة (غياب الأمن الصحي، الغذائي، إضطرابات) وعدم وجود حماية للسياح والزوار وعدم إتخاذ التدابير التي من شأنها منع وقوع الجرائم في المرافق السياحية، أو تعرض السياح للمخاطر الصحية والأخلاقية، ومراقبة العناصر المشبوهة التي تستغل السياح والزوار، ومطاردتهم.

10- تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية

- غياب أدوات التقييم، ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي؛
- المبالغة في إجراءات إستخراج التأشيرات والدخول؛
- طريقة تسيير غير متكيفة مع السياحة العصرية.

11- عجز في تسويق وجهة الجزائر

- ضعف الإتصال الداخلي والخارجي، وضعف في التعاون بين مختلف القطاعات، والشركات في قطاع السياحة؛

- عدم وجود أدوات للإعلام للتسويق الإستراتيجي على النشاط السياحي؛
- وسائل ترقية متآكلة وغير مؤهلة (قديمة) لا تتماشى مع تقنيات الإتصال الحديث؛
- لوحات إخبارية غير كافية وعادية وغير متكيفة مع التسويق الجوي؛
- ضعف تسويق الوجهة الجزائرية.

ثانياً: مبادئ التنمية السياحية المستدامة.

تتطلب التنمية السياحية تطوير النشاطات البشرية في الأقاليم، مما يؤدي بصفة نظامية إلى إزدياد في حجم النفايات (نفايات الورشات، نفايات منزلية، نفايات المؤسسات السياحية) زيادة في إستهلاك المياه وزيادة في المخلفات من المياه المستعملة، وتغيير في أنظمة تصريف مياه الأمطار، وإحتياجات جديدة في مجال التنقلات، وكذلك زيادة في الطلب من الطاقة (التدفئة، الماء الساخن، والإنارة) بالإضافة إلى أضرار صوتية جديدة (إقامة أنشطة بها ضجيج، تنقلات...)

ومن خلال كل ما سبق كان لابد من وضع مبادئ للتنمية السياحية المستدامة والتي تتمثل فيما يلي:²⁵

- 1- **مبدأ التخطيط الإستراتيجي:** يتطلب تحقيق التنمية المستدامة إيجاد تغييرات سياسية، ومؤسسية تُصمم بعناية لتلبي الإحتياجات التي تمّ تحديدها، ويتحقق ذلك من خلال تطبيق مبدأ التخطيط الإستراتيجي.
- 2- **مبدأ وضع أهداف واقعية، ومرنة للسياسة:** توضع الأهداف للمساعدة في تحديد كمية، وجودة المخرجات المتوقعة أو الأوضاع المرغوب فيها، وتعتبر الأهداف التي يصاحبها الحوافز من أدوات تنفيذ السياسة الأكثر فاعلية، وتستخدم عندما تتاح القدرة على ذلك، وتمثل الأهداف تحدياً، ومع ذلك فإنها واقعية ويمكن تحقيقها.
- 3- **مبدأ السياسة المتكاملة بين القطاعات المختلفة:** ولتحقيق أكبر قدر من التكامل يجب في البدء بتحديد السياسات المتضاربة وتأثيراتها، وبالتالي يمكن تحقيق التوازن بين السياسات بإستخدام الأدوات المنهجية المناسبة.
- 4- **مبدأ الحكم الرشيد:** لتحقيق التنمية المستدامة يجب أن يقوم الحكم في المستويات الوطنية، والمحلية والمحافظة على الشفافية في صنع القرار ومشاركة المواطنين، والمجتمع المدني في صنع القرار والمسئولية والمساءلة والمحاسبة في التنفيذ .
- 5- **مبدأ لامركزية السلطة والتفويض:** من الضروري أن تتحقق تدريجياً لامركزية إتخاذ القرار إلى أقل مستوى ممكن، حيث تنتقل الإختصاصات والمسئوليات من المستوى المركزي إلى المستويات المحلية.
- 6- **مبدأ رفع الوعي:** يؤكد هذا المبدأ على أهمية التعليم وبناء القدرات في رفع الوعي، وإستيعاب كل فئات المجتمع لقضايا التنمية المستدامة، وزيادة الإهتمام العام بهذه القضايا.
- 7- **مبدأ العدالة بين الأجيال:** يؤكد هذا المبدأ على ضرورة أن تترك الثروات الطبيعية للأجيال القادمة بنفس القدر الذي تسلمت به الأجيال الحالية تلك الثروات، حتى يتوفر للأجيال القادمة نفس الفرص أو فرص أفضل لتلبية إحتياجاتها مثل الجيل الحالي.

8- مبدأ تحقيق العدالة بين الجيل الحالي: يدعو هذا المبدأ إلى التوزيع العادل للدخل مع تأمين الاحتياجات البشرية الأساسية لكل فئات المجتمع، علماً بأن عدم الإنصاف الاجتماعي داخل هذا الجيل يمكن أن يؤدي إلى الإحباط الاجتماعي وسوء استخدام الموارد الطبيعية وتدميرها .

9- مبدأ الحفاظ على الموارد الطبيعية: يدعو هذا المبدأ إلى ترشيد استخدام الموارد الطبيعية لضمان استدامة التنمية وبحيث تستخدم الموارد الطبيعية بطريقة تضمن الحفاظ على التنوع البيولوجي وحماية القيم والمناظر الطبيعية .

10- مبدأ تغريم الجهة المتسببة في التلوث: يدعو هذا المبدأ الجهات التي يتسبب نشاطها في إحداث ضغوط على البيئة، أو إذا أنتجت أو استخدمت أو تاجرت في المواد الخام أو المنتجات شبه النهائية أو المنتجات التي تحتوي على المواد المضرة بالبيئة، تقوم هذه الجهات بدفع رسوم مقابل تسببها في هذا التدهور .

11- مبدأ قيام المستخدم بالدفع: ينص هذا المبدأ على أن أي فرد يستخدم الموارد الطبيعية، يجب أن يدفع سعر واقعي، في مقابل هذا الاستخدام على أن تغطي هذه القيمة تكاليف معالجة مخلفات الاستخدام ويطبق هذا المبدأ على الخدمات مثل الإمداد بمياه الشرب، وجمع مياه الصرف الصحي ومعالجتها، وجمع المخلفات البلدية والتخلص منها... الخ .

12- مبدأ المسؤولية المشتركة: يحتاج تحقيق التنمية المستدامة إلى شعور المتفاعلين بمسئوليتهم المشتركة تجاه الحد من ضغوط التنمية على البيئة والموارد الطبيعية والمجتمع .

13- مبدأ التخطيط والتنمية العمرانية، واستخدامات الأراضي: يعتبر التخطيط العمراني وتخطيط استخدام الأراضي أداء رئيسية لتحقيق التنمية الحضرية، والريفية المستدامة، والإستخدام المستدام للأراضي وتخصيص الموارد، مع الأخذ في الإعتبار تأمين الفاعلية الإقتصادية، والإجتماعية وصحة ورفاهية المجتمعات الريفية، والحضرية.

الخاتمة :

لقد سمح التشخيص والتدقيق اللذان أنجزا في إطار إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030) بتحديد التوجيهات الكبرى للصناعة العامة للسياحة، وتحديد تعريف تطلعات الزبائن المحليين والدوليين، وإبراز القدرات والرهانات السياحية الكبيرة للجزائر وتعريف الإختلالات التي يمكن أن تعيق التنمية السياحية، لكن وفي نفس الوقت الإنعطافات التي يمكن أن تدعمها.

ومن ثم، تعين القيام بعمل معمق لإعادة صياغة السياحة الجزائرية، لجعلها وافداً جديداً في السياحة المتوسطة مع مراعاة تجسيدها أيضاً في تنمية الإقليم وفي محيطه المحلي.

هذا، ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، ميثاقاً مشتركاً لجميع الفاعلين وإطاراً مرجعياً للعمل، ويساهم في مسعى شامل، ومنسجم في تنمية الإقليم الجزائري، ويستهدف هذا الميثاق تسهيل بروز سياسة حقيقية للتنمية السياحية المستدامة، وترقية إقتصاد مكمل لقطاع المحروقات. ويساهم في التوازنات الإقتصادية والمالية الكبرى، والهدف من هذا المخطط هو تمشين صورة الجزائر.

كما لاحظنا، بأن المفهوم الجديد للسياحة في الجزائر، يقوم على خمس ديناميكيات تهدف إلى تهمين وجهة، وعلامة الجزائر بغية مضاعفة جاذبيتها وقدرتها التنافسية وتحسين توقعها، وإنشاء أقطاب الإمتياز السياحية وتنظيمها حول قرى سياحية، يُعتمد فيها إبراز أصالة الواحات، وجمال المواقع المتوسطة، وتطبيق مخطط الجودة السياحية، بغية ضمان إمتياز العرض السياحي الوطني، إضافة إلى كون إدماج تكوين مهني عالي الجودة، والتفتح على تكنولوجيات الإعلام والإتصال، والتموقع في خانة سياحية جديدة تتماشى مع التوجهات العالمية الصاعدة، فضلا عن ترقية الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص، من خلال حلقات السلسلة السياحية، بما يضمن الفعالية وهذا بأن تصب مساعي كافة المتعاملين في توحى نفس الغاية ألا وهي إرضاء السائح، وأخيرا وضع خطة تمويل بسيطة وواضحة لدعم المستثمرين، ومرافقتهم وتأطيرهم وإقامة علاقات ثقة معهم، ذلك أنه يستحيل إنعاش النمو دون إسترجاع الثقة المتبادلة، ومن ثم بات من الضروري أن يدرك المستثمر المحلي، مثله مثل المستثمر الدولي، الأهمية التي توليها الدولة لأمنه ولأمن ممتلكاته.

وكذلك لولحظ أن قضية السياحة والإستدامة قضية هامة بصورة متزايدة، وأي مقياس للسياحة وأثرها على الإقتصاد أن يجب يأخذ في الإعتبار الآثار الإجتماعية، والإقتصادية والبيئية، وينبغي أن تكون الروابط مع العنصر الأخير ذات أولوية عليا.

¹ – SDAT: Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

² – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تقرر إعدادها وتحديد معالمها بالقانون 01-20 بتاريخ 12 ديسمبر (2001) المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة (ج.ر: عدد 76).

³ – Le Schéma National d'Aménagement du Territoire .

⁴ – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب الرابع المخطط العملي، وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، الجزائر، جانفي (2008) ص 3.

⁵ – SAHEL SIDI MOHAMED, KERRIS BAHIDJA CHERIFA, **Nouvelle politique pour la relance du secteur touristique en Algérie : quelle stratégie?** journée de recherche sur le tourisme- 03/04/(2009). Groupe Sup de Co la Rochelle .pp :5-6.

⁶ – Le Schéma National d'Aménagement du Territoire : voir le : <http://www.assisesdutorisme-dz.net/>.

⁷ – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب الثاني، مرجع سابق ص 19.

⁸ – (PIB) Le produit intérieur brut.

⁹ – علي رحال ، عامر عيساني إستراتيجية التنمية السياحية دراسة مقارنة (الجزائر، مصر و تونس) للملتقى الدولي حول: إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة بسكرة يومي 09 و 10 مارس ، (2010) ، ص 129.

¹⁰ – القرية السياحية، هي المكان المستخدم للإسترخاء والراحة أو الترفيه، وجذب الزوار في العطلات. وتقوم المنتجعات بتقديم جميع ما يحتاجه النازلون فيها مثل: الطعام والشراب، والسكن، والرياضة، والترفيه، والتسوق. ويوجد عدد من المدن تكون فيها المنتجعات السياحية أهم أنشطتها الاقتصادية مثل شرم الشيخ في مصر، وتسهم المنتجعات بشكل متزايد في جذب السياح والزوار إليها، لذلك تحتم بعض الدول بإنشائها لتكون أحد أهم مقومات السياحة فيها أنظر المرجع: الموسوعة الحرة وكيبديا، القرى السياحية من موقع: <http://ar.wikipedia.org/wiki>

¹¹ – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب الأول مرجع سابق، ص 22.

¹² – رؤوف محمد علي الأنصاري، السياحة والبيئة مجلة الموروث الإلكترونية شهرية متخصصة في عالم الكتب، العدد السابع والخمسون، نوفمبر، (2012):

.. <http://www.iraqla-iq.com/fp/journal57/images/button11.jpg>

¹³ – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثاني الحركات الخمس ، مرجع سابق، ص 22.

¹⁴ – مفهوم القطب السياحي للإمتياز: القطب مفهوم قوي في إقتصاد الإقليم وأداة جد متطورة في الخط التوجيهي الثالث فيما يخص الجاذبية وتنافسية الإقليم. القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للإمتياز، في رقعة جغرافية معينة، مزود بتهيئات الإقامة التسلية، الأنشطة السياحية والإدارات السياحية، في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية يستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي. أنظر المرجع: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب الثاني الحركات الخمس.

¹⁵ – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثاني الحركات الخمس، مرجع سابق، ص 47.

¹⁶ – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثاني الحركات الخمس، مرجع سابق، ص 57.

17 – PQT : Plan qualité tourisme.

<http://www.andt-dz.org/ar> .

¹⁸ – الوكالة الوطنية لتطوير السياحة وزارة السياحة، والصناعات التقليدية. الجزائرية.

¹⁹ – المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة، الكتاب الرابع، المخطط العملي، مرجع سابق، ص 32.

²⁰ – المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة، الكتاب الرابع، المخطط العملي، مرجع سابق، ص 34.

²¹ – محجوب بدة وآخرون، **الحدود والإحترافية مفتاح الوجهة السياحية الجزائرية**، مجلة الأبحاث الاقتصادية، العدد 13 تصدر عن دار الأبحاث للترجمة و النشر والتوزيع الجزائر، (2009)، ص 45.

²² – المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة، الكتاب الرابع، المخطط العملي، مرجع سابق، ص 34.

www.mta.gov.dz/accueil.htm.

²³ – وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، الجلسات الوطنية، مرجع سابق .

²⁴ – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب 1، مرجع سابق، ص 53.

²⁵ – هيئة الأمم المتحدة، لجنة التنمية المستدامة.

http://www.un.org/esa/dsd/csd/csd_csd17.shtml