

تحديات ورهانات ترقية الاستثمارات السياحية – رؤية تحليلية لحالة الجزائر خلال الفترة
2010 – 2018

**Challenges and bets to upgrade tourism investments - an
analytical vision of Algeria's situation in 2010- 2018**

سمية بوخاري¹، عبد القادر بورمانة²*

smboukhari@yahoo.fr، جامعة البليدة 2 (الجزائر)،¹

brmnaekd@yahoo.fr، المركز الجامعي تيبازة (الجزائر)،²

تاريخ الارسال: 2020/10/03؛ تاريخ القبول: 2020/11/03؛ تاريخ النشر: 2021/06/30

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى إبراز واقع تحديات تفعيل المشاريع السياحية في الجزائر خلال الفترة 2010-2018، ذلك أن الاستثمارات السياحية أصبحت تشكل اليوم، بالنسبة للعديد من دول العالم، القاعدة الأساسية للصناعة السياحية الحديثة، لذا فإن الجزائر سعت في السنوات الأخيرة إلى ترقية الاستثمار في هذا القطاع من خلال تشخيص الواقع واعتماد سياسات وأساليب لجذب الاستثمار واتخاذ التدابير اللازمة. لتوضيح ذلك، تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في عرض المفاهيم وتحليل الإجراءات المتبعة في ترقية الاستثمارات السياحية حيث تم التوصل إلى نتائج خلصت في جملها إلى أن للقطاع السياحي دور أساسي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، كما تعتبر الاستثمارات السياحية مطلباً أساسياً لتفعيل القطاع السياحي الجزائري، وأن تنوع مصادر تمويل الاستثمارات السياحية يعتبر شرطاً مهماً لرفع تحديات القطاع السياحي.

الكلمات المفتاحية: قطاع سياحي؛ استثمار سياحي؛ مشاريع سياحية؛ الجزائر.

رموز تصنيف jel: Z32؛ Z30

Abstract: This study aims to highlights the reality of the challenges of activating tourism projects in Algeria during the period 2010-2018, that For many countries of the world, the tourism investments today constitute the basic base of the modern tourism industry. Algeria has sought in recent years to promote investment in this sector by diagnosing the reality and adopting policies and methods to attract investment and take the necessary measures. To clarify this, a descriptive analytical approach was followed in presenting the concepts and analyzing the procedures followed by the Algerian authorities in the promotion of tourism investments.

Our results were as follows:

- The tourism sector has an essential role in achieving sustainable economic development.
- Tourism investments are a prerequisite for activating the Algerian tourism sector.
- Diversification of sources of financing tourism investments is an important condition for raising the challenges of the tourism sector.

Keywords: Tourist sector; tourist investment; tourism projects; Algeria.

Jel Classification Codes : Z30 ; Z32

تهديد :

إدراكا لأهمية الاستثمارات السياحية كمحرك للتنمية الاقتصادية، تحاول الجزائر في السنوات الأخيرة لاعتماد الاستثمارات السياحية كمورد من موارد العملة الاجنبية، فهي تسعى جاهدة لتحقيق التنمية في هذا القطاع من خلال بلورة سياسات سياحية تنموية شاملة مقارنة مع ما تملكه من قدرات مادية وبشرية، تتجلى في تقديمها لمخططات تنموية توجيهية للتهيئة السياحية (SDAT) تتماشى وفق منظومة تشريعية محكمة، يحرص القطاع على تطويرها كلما لاحظ عجزا في سابقتها.

لكن ورغم أن الدولة الجزائرية تمتلك ثروات ومقومات طبيعية وحضارية مختلفة تؤهلها لأن تكون قبلة سياحية هامة في نمو وتمويل اقتصادها الوطني، إلا أنّ توفّرها لهاته الإمكانيات السياحية أصبح لا يعني بالضرورة أن الصناعة السياحية بالجزائر في ازدهار، فهي لا تزال تواجه العديد من المشاكل ظلّت ولسنوات طويلة الانشغال الدائم الذي يلازم هذا القطاع، لذا لا بد من تنفيذ كل الإجراءات والتدابير الرامية إلى مواجهة كل التحديات التي من شأنها أن تعرقل مسار الاستثمارات السياحية، ومنه نتمنّى القطاع ورسم توجهاته بما يخدم التنمية الوطنية ومواجهة المنافسة الدولية. وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية من التساؤل التالي:

"فيما تتمثل تحديات ورهانات ترقية الاستثمارات السياحية في الجزائر؟"

محاولة منّا للإجابة عن هذه الإشكالية، حاولنا تقسيم هذا البحث إلى المحاور التالية :

المحور الأول : التأسيس النظري للاستثمارات السياحية؛

المحور الثاني : وسائل جذب الاستثمارات في مجال الصناعة السياحية؛

المحور الثالث : تشخيص معوقات الاستثمارات السياحية في الجزائر ؛

المحور الرابع : الإجراءات والتدابير اللازمة لترقية الاستثمارات السياحية في الجزائر.

I- التأسيس النظري للاستثمارات السياحية.

التنافس الشديد لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح المحليين أو الأجانب وما يدره القطاع السياحي من موارد مالية ومساهمته في موازنات الدول، دفع بالفكر الاقتصادي إلى البحث في أهمية

وأهداف ومكونات الاستثمارات السياحية، مما جعله يعتبر كصناعة خدماتية حديثة باعتبارها عنصرا حساسا وأداة فعالة للنهوض بالنشاط الاقتصادي.

1.I- مفهوم الاستثمارات السياحية.

لقد وردت عدة تعاريف للاستثمار السياحي نذكر منها ما يلي :

"الاستثمار السياحي هو كل إقامة لمنشآت سياحية، وفق القواعد المتعلقة بالفندقة وأسس الاستثمار بشكله العام، والتي تقام داخل مناطق التوسع السياحي وتعتمد بشكل أساسي على العقار السياحي المهيا لإلنجاز هذه البرامج المحددة في مخطط التهيئة السياحية."¹

"الاستثمار السياحي هو ذلك النشاط الذي ينتج عنه قيمة مضافة في مجال السياحة، حيث يمكن أن يكون هذا الاستثمار مباشرة في القطاع السياحي كبناء فنادق ومدن سياحية، كما يمكن أن يكون غير مباشر كتشييد بناء وطرق مطارات الخ."²

و يعرف أيضا على أنه ذلك الجزء من القابلية الانتاجية الأتية الموجهة إلى تكوين رأس المال السياحي، المادي والبشري، بغية زيادة طاقة البلد السياحية كالفنادق، المدن السياحية، الطرق، النقل، الكادر السياحي... الخ."³

كما أن الاستثمار السياحي ذو طبيعة مزدوجة، فهو استثمار في الأراضي والمباني والتشييد، والاستثمار في التجهيزات."⁴

من خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نعطي تعريفا شاملا للاستثمار السياحي :

"هو عبارة عن نشاط يقوم به أشخاص طبيعيين أو معنويين محليين كانوا أم أجنبان للقيام بالخدمات السياحية، كإشاء الفنادق وأماكن الإقامة وغيرها من الخدمات التكميلية مثل خدمات المواصلات، تسويق الاسفار، المطاعم والملاهي التي تقام داخل مناطق التوسع السياحي وفق مخططات التهيئة السياحية بهدف الحصول على أرباح وفوائد".

2.I- أهمية الاستثمار السياحي.

ترجع أهمية السياحة إلى تأثيراتها الاقتصادية والاجتماعية المختلفة :⁵

— يزيد الاستثمار السياحي من مصادر الدخل بالعمالات الصعبة، مما ينعكس أثره على تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات؛

- تعتمد السياحة على العامل الانساني، فكلما اتسع الاستثمار في القطاع السياحي كلما ساهم في توفير فرص عمل كثيرة، وحسب تقارير المجلس العالمي للسياحة والسفر، أنه يعمل في السياحة 01 من كل 11 مشغغل على مستوى العالم؛

- السياحة وعاء ضريبي مهم، حيث تستطيع الدولة تحقيق زيادة كبيرة في إيراداتها العامة عن طريق السياحة من خلال تحصيل أنواع مختلفة من الضرائب والرسوم التي تفرض على الأنشطة والخدمات السياحية؛

- يؤدي الاستثمار السياحي إلى الاهتمام بالقيم الحضارية والعادات والتقاليد والمعالم والتراث الشعبي والفني؛

- زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات وبين شعوب الدول المستقبلية لهم؛

- يلعب الاستثمار السياحي دورا هاما في تحقيق النمو المتوازن لإحداث التنمية الاقتصادية.

I.3- أهداف الاستثمار السياحي.

يسعى المستثمر في المجال السياحي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، حفاظا على مكانته ولتحسين علاقته مع غيره من الأعوان الاقتصاديين، وتمثل هذه الأهداف فيما يلي :⁶

I.3-1- أهداف اقتصادية : تتجلى الأهداف الاقتصادية للاستثمار السياحي فيما يلي :

- توفير رأس المال اللازم لدفع عجلة النمو الاقتصادي وزيادة الطاقة الانتاجية في أي دولة؛
- خلق مشروعات تنموية تؤمن عوائد اقتصادية للبلد وتنشط الدورة الاقتصادية؛
- تنمية وتأهيل مناطق الجذب السياحي بهدف زيادة العائدات السياحية التي تساهم في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات.

I.3-2- أهداف سياسية: تتمثل الأهداف السياسية للمشروع الاستثماري السياحي في :

- رفع مكانة الدولة سياسيا من خلال زيادة القدرة الأمنية وأداء النظام السياسي بشكل قوي؛
- تعزيز القدرات التفاوضية للدولة مع الدول والمنظمات الأخرى؛
- تغيير سلوك الأفراد وانتظامهم في المنظمات والمشروعات تجعل منهم قوة فاعلة في المجتمع تؤكد أمن الوطن؛

I.3-3- أهداف اجتماعية : يهدف الاستثمار السياحي اجتماعيا إلى :

- رفع مستوى المعيشة.

- سد الفجوة التنموية الاقتصادية بين أقاليم الدولة المتطورة وغير المتطورة من خلال الحد من الهجرة الداخلية وهذا عن طريق تطوير مناطق الجذب السياحي؛
- القضاء على كافة أشكال الفساد الاجتماعي والأمراض الاجتماعية الخطرة التي تفرزها البطالة من خلال خلق فرص عمل جديدة.

4.I- أسس ومقومات الاستثمار السياحي.

لتنمية الاستثمار السياحي، لا بد من توفر عدة عوامل تتمثل فيما يلي :

4.I-1- تهيئة مناخ الاستثمار السياحي :

و يتجلى ذلك من خلال وضع بيئة قانونية وتشريعية تنظم الاستثمار عامة والصناعة السياحة على وجه التحديد⁷، ووجوب السهر على تنفيذها ومراقبتها مما يسهل مباشرة الاستثمار السياحي.

4.I-2- الحوافز والإعفاءات :

وتكون بعد الموافقة على المشاريع التي تتلاءم مع البرامج والخطط التنموية السياحية:

- الاعانات : سواء كانت إعانات نقدية تتمثل في المبالغ المالية التي ترصد لمساعدة المستثمرين في مجال الصناعة السياحية، أو إعانات عينية كمنح الأراضي في المناطق السياحية أو تأجيرها.⁸
- منح قروض طويلة الأجل ذات سعر فائدة منخفض :

ويكون هذا من قبل البنوك والمؤسسات الحكومية مع منحهم فترة سماح لمدة تتراوح ما بين سنة إلى 3 سنوات من تاريخ تشغيل المشروع، ثم يبدأ تسديد أقساط القرض لمدة تتراوح ما بين 20 إلى 25 سنة.⁹

● تقديم مساعدات فنية :

من خلال إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية للمشاريع أو بتدريب الاطارات العاملة في القطاع لرفع كفاءاتهم المهنية.

● منح إعفاءات ضريبية وجمركية:¹⁰

- إعفاءات ضريبية كاملة لمدة 5 سنوات؛
- إعفاءات ضريبية جزئية في السنوات التالية لمدة تتراوح بين 10 و 15 سنة؛
- السماح بإدخال كل الموارد والسلع المتعلقة بالمشروع الاستثماري السياحي دون عراقيل، مع منح إعفاءات أو حتى تخفيضات جمركية عليها.

I. 4-3- العنصر البشري :

تعد الموارد البشرية المؤهلة والمدربة من أسس نجاح وتطور المشاريع الاستثمارية السياحية، وفقا لمقاييس الاحترافية الدولية المعمول بها، والتي تليي رغبات وأذواق السائح المحلي والأجنبي.

I. 4-4- تسهيلات أخرى : وتتمثل في :

- تسهيل إجراءات الدخول إلى البلد الذي سيقام فيه المشروع الاستثماري؛
- تسهيل إجراءات التحويل النقدي فورا؛
- توفير البنية التحتية : لأنها من العناصر الأساسية والمهمة لإنجاح أي مشروع استثماري في قطاع الصناعة السياحية أو غيره، وتتمثل في:¹¹

- النقل والطرق المعبدة؛
- أسلاك الاتصال؛
- المرور والخدمات الكهربائية؛
- شبكة المياه وتصريف المياه.

II - وسائل جذب الاستثمارات في مجال الصناعة السياحية.

تتعدد وتنوع وسائل جذب الاستثمارات السياحية بتعدد وتنوع الخطط التنموية للدول والمناطق السياحية، وهي تركز بشكل أساسي على دراسة وفهم سلوك المستثمر بهدف جذبه وتحقيق الرضا المنشود لديه، حيث تتمثل هذه الوسائل في كل عناصر المزيج التسويقي السياحي، وهي :

II. 1- الخدمة السياحية أو "المنتج السياحي": هي كل خدمات تسويق الأسفار أو استعمال

منشآت سياحية بقابل، سواء شمل ذلك الإيواء، الاطعام الترفيه والتسليّة، السفر والتنقل.¹²

II. 2- التنشيط السياحي: يمثل العنصر السياحي الثاني من عناصر المزيج التسويقي السياحي،

ويقصد به تلك الجهود التي تبذل بمختلف وسائل الترويج السياحي من الاعلام والاتصالات السمعية والبصرية والشخصية، لتوضيح الصورة السياحية للدولة وإبراز أهم المواقع السياحية ذات فرص الاستثمار السياحي أمام المستثمرين المرتقبين، وجذب انتباههم إلى هذه المواقع، وذلك باستخدام مختلف وسائل الدعاية¹³ : كالمصقات والنشرات الدعائية المتعددة والدليل السياحي المرشد، بالإضافة إلى وسائل الاعلان المسموعة في الاذاعات المختلفة والمقروءة في الصحف والمجلات اليومية والاسبوعية، والمرئية في التلفزيون والسينما وكل المعارض السياحية والاعلانات الضوئية، مع الاعتماد على العلاقات العامة، باعتبارها وسيلة فعالة للاتصال الشخصي بين رجال التسويق السياحي والمستثمرين السياحيين، من

خلال بلاغ صحفي أو ندوات صحفية أو حتى حفلات الاستقبال. كما توصف الدعاية والاعلان والعلاقات العامة ب "المركب التنشيطي للاستثمار السياحي".

II.3- العنصر البشري: يعتبر المحور الأساسي الذي يدور حوله الاستثمار السياحي في كل مراحل

المختلفة، حيث تتطلب عملية تنمية الثروة البشرية جهودا تدريجية كبيرة متنوعة، وعلى مختلف المستويات والتخصصات كونه من يقوم بعملية التنشيط السياحي لجلب العديد من الاستثمارات السياحية.¹⁴

II.4- التوزيع السياحي: يعتبر التوزيع السياحي من أهم المنافذ التي تعتمد عليها الدولة السياحية

في عرض برامجها وخدماتها ومقوماتها السياحية، لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستثمرين المحليين والأجانب، حيث يكون هذا من خلال سوق الصناعة السياحية للدولة¹⁵، مما يسهل عملية التعارف بين المستثمرين وتبادل المعلومات والبيانات عن الدولة العارضة للاستثمار السياحي، وغالبا ما يتم الالتقاء في أسواق تجارية دولية أو المهرجانات والحفلات.

II.5- بحوث التسويق السياحي: تدخل بحوث التسويق السياحي كعنصر مشترك مع باقي

الوسائل الأخرى المكونة للمزيج التسويقي السياحي، فاكتشاف طبيعة الأسواق السياحية وإمكاناتها يحتاج إلى بحوث التسويق، التي تتفرع إلى بحوث الدوافع وبحوث المستثمرين، من وجهة النظر الشخصية والميولات والمؤثرات التي تحرك دوافعهم ورغباتهم في الاستثمار السياحي إلى جانب التعرف على المشكلات والعقبات التي تواجههم بهدف تخطيط وترشيد سياسات الاستثمار السياحي، مما يحقق الرغبة في الاستثمار السياحي ويقضي في نفس الوقت على المشكلات التي تعترض سبيل الاستثمار السياحي.

II.6- التسعير السياحي: يعتبر وضع الأسعار السياحية أحد أهم أنشطة الاستثمار السياحي،

وعنصر هام من عناصر المزيج التسويقي السياحي لما له من تأثير على جذب الاستثمارات السياحية، بحيث تتأثر قرارات المستثمرين بشكل كبير بمقدار التكلفة المادية للمشروع السياحي وما يتضمنه من خدمات متاحة، لذلك فإن سلوك وقرار المستثمر في المجال السياحي يرتبط دائما بتسعير التكلفة الاستثمارية للمشروع السياحي.

III- تشخيص معوقات الاستثمارات السياحية في الجزائر.

III.1- واقع مؤشرات المساهمة الاقتصادية للمشاريع السياحية في الجزائر :

III.1-1- مساهمة الاستثمارات السياحية في الناتج المحلي الخام: إن نسبة مساهمة

الاستثمارات السياحية في الناتج المحلي الاجمالي في تذبذب، وهي تعتبر ضعيفة جدا إذا ما تمت

مقارنتها بالمعدلات العالمية، حيث أنها لا تتجاوز 1.7 % في أحسن أحوالها كما هو مبين في الجدول (1)، ويرجع هذا التأخر إلى قلة تدفق الاستثمارات السياحية المحلية والأجنبية.

الجدول (1) : مساهمة الاستثمارات السياحية في الناتج المحلي الخام خلال الفترة 2010-2018

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الناتج المحلي الاجمالي (%)	1.5	1.4	1.4	1.5	1.5	1.4	1.5	1.6	1.7

المصدر : من اعداد الباحثين بناء على معطيات مقدمة من : وزارة السياحة والصناعة التقليدية، قسم الاحصاء السياحي.

ملاحظة : الناتج المحلي الخام خارج المحروقات

III.1-2- مساهمة الاستثمارات السياحية في رفع معدل العمالة :

للاستثمارات السياحية دور كبير في توفير مناصب عمل والتخفيف من البطالة، فرغم أنها في ارتفاع مستمر، إلا أن نسبة مساهمتها في سوق الشغل لا تزال ضئيلة مقارنة مع ما تزخر به الجزائر من إمكانيات هائلة لتنمية هذا القطاع، وهذا ما يظهر لدينا من خلال الجدول (2) الذي يبين ارتفاع عدد العمال النشطين في الهياكل السياحية في الجزائر خلال الفترة 2014-2018، لكن بقييم متقاربة ومتذبذبة تعكس لا تعكس التنمية المرغوب فيها في هذا القطاع.

الجدول (2) : مساهمة الاستثمارات السياحية في رفع معدل العمالة (فرع فنادق، المقاهي، المطاعم) خلال

الفترة 2014-2018

السنة	2014 (*)	2015 (*)	2016 (*)	2017 (*)	2018(*)
عدد العمال	289261	303265	317270	300000	308027

المصدر : من اعداد الباحثين بناء على معطيات مقدمة من: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، قسم الاحصاء السياحي.

(*) : تقدير

III.1-3- مساهمة الاستثمارات السياحية في تدفق الإيرادات السياحية وتحسين ميزان المدفوعات :

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3)، فيما يتعلق بمساهمة الاستثمارات السياحية في تدفق الإيرادات السياحية، أن هناك تطورا في مجموع الإيرادات السياحية التي تعد مصدرا مهما من مصادر الدخل ذات الأثر المباشر على ميزان المدفوعات، غير أنها لم تصل إلى المستوى المطلوب، ويتعلق هذا بعدة

أسباب من بينها تدني مستوى الخدمات السياحية المقدمة وانخفاض عدد السياح المحليين والاجانب، بالإضافة إلى قلة الهياكل السياحية التي تستوعب كافة أطراف السياح.

الجدول (3) : مساهمة الاستثمارات السياحية في تحسين ميزان المدفوعات خلال الفترة 2015-2018

مليون دولار

السنة	2015	2016	2017	2018(*)
ايرادات	304	209	140,5	250
نفقات	677	475	580	212.5

المصدر : من اعداد الباحثين بناء على معطيات مقدمة من: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، قسم الاحصاء السياحي.
(*) : تقدير

III.1-4- مساهمة الاستثمارات السياحية في زيادة طاقات الإيواء :

يبين الجدول (4) مدى مساهمة الاستثمارات السياحية في زيادة طاقات الإيواء خلال الفترة 2015-2018 ، والتي تعكس العلاقة الإيجابية بين زيادة عدد الاستثمارات السياحية وزيادة طاقات الإيواء بصفة مستمرة، ولكن بمعدل بسيط، الأمر الذي يرجع سببه إلى توقف إنجاز العديد من الاستثمارات السياحية على غرار التي هي في قيد الإنجاز.

الجدول (4) : مساهمة الاستثمارات السياحية في زيادة طاقات الإيواء خلال الفترة 2015 - 2018

السنة	2015	2016	2017	2018
عدد المشاريع المنجزة	58	106	107	67
طاقات الايواء	102 244	107 420	112 264	119 155

المصدر : من اعداد الباحثين بناء على معطيات مقدمة من : وزارة السياحة والصناعة التقليدية، قسم الاحصاء السياحي.

III.2- تحديات الاستثمارات السياحية في الجزائر .

على الرغم من الجهود التي تبذلها الدولة الجزائرية لدعم وترقية الصناعة السياحية فيها من خلال سن القوانين والتنظيمات واللوائح التي تهدف إلى جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية في القطاع

السياسي، إلا أن الواقع العملي ووضع الجزائر في المؤشرات الدولية والإقليمية لقياس جاذبية مناخ الاستثمار السياسي يكشف عن وجود الكثير من العراقيل التي تحول دون تدفق الاستثمارات السياحية إليها :

III. 2-1- مشكل العقار السياحي : رغم وجود قدرات سياحية هامة في الجزائر تتمثل في 225 منطقة التوسع السياحي بمساحة إجمالية 56.472.06 هكتار موزعة على 34 ولاية¹⁶، إلا أن مسألة الحصول على العقار السياحي تظل العائق الأكبر أمام الاستثمار السياحي في الجزائر وهذا يعود لأسباب عدّة منها :

● تعدد الوضعية القانونية لهذه الأراضي (الأموال الوطنية العامة، الأملاك الوطنية الخاصة، الملكيات الخاصة)؛¹⁷

● صعوبة تطبيق الاحكام المتعلقة بتسيير العقار السياحي على مستوى مناطق التوسع السياحي، مما يفسر لنا تمركز غالبية المشاريع السياحية خارج هذه المناطق؛¹⁸

● غياب أدوات مختصة تتحكم في العقار السياحي مما أدى إلى تحويل العقار السياحي إلى بناءات فوضوية غير شرعية؛

● وجود أسعار باهضة غير عقلانية للعقار السياحي، تثبط من عزيمة المستثمر في هذا المجال؛¹⁹

● غياب استراتيجية تنموية تسمح بتوسيع حجم العقار السياحي وتوضيح إجراءات الاستفادة منه.²⁰

III. 2-2- صعوبة التمويل السياحي :

تظل الأدوات المستحدثة مؤخرا لتسهيل حصول المستثمرين على القروض والضمانات غير كافية لتحقيق انطلاقة الاستثمار السياحي، وهذا لوجود عدّة مشاكل مرتبطة بعملية التمويل المالي لهذا الاستثمار، والتي تعود أسبابها إلى :

● طول المدة التي تستغرقها دراسة ملفات القروض قبل الموافقة على منحها، وقد تكون الاجابة بالرفض في كثير من الأحيان؛²¹

● شدة الضمانات التي تتطلبها البنوك الجزائرية لتغطية قروضها، والتي عادة ما تكون في شكل رهن رسمي لعقارات مبنية أو غير مبنية؛²²

- قيام البنوك الجزائرية بمنح قروض قصيرة ومتوسطة الأجل لتمويل الاستثمار السياحي، والتي لا تتلاءم مع طبيعة هذا الاستثمار الذي يتطلب قروض بنكية طويلة الاجل، مما أدى إلى توقف العديد من المشاريع السياحية؛²³
- ارتفاع معدل الفائدة المطبق على الاستثمارات السياحية والذي يقدر بـ 12% مما يجعل معظم المستثمرين غير قادرين على تحملها؛
- وجود نظام مالي لا يتميز بالفعالية وغير قادر على التأقلم مع متطلبات المستثمرين، مما جعل العديد منهم يعانون من صعوبات في العمليات المالية الجارية (كتحويل وسحب الأموال)؛
- ضيق السوق المالية الجزائرية نظرا لحدائثة نشأتها، وعدم اندماجها مع الأسواق المالية العالمية.²⁴

III.2-3- مشكل الحصول على المعلومات السياحية.

- يعاني العديد من المستثمرين من مشكل "اتخاذ القرار الرشيد" فيما يخص الاستثمار السياحي في الجزائر، نظرا لصعوبة حصولهم على معلومات كافية حول المناطق السياحية الجزائرية، ويعود هذا إلى:
- قلة المنشورات حول الفرص الاستثمارية السياحية؛
 - جمود المواقع الشبكية لأغلب الوزارات وعجز كبير في عملية تسويق الوجهة الجزائرية؛
 - ضعف تغلغل تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الصناعة السياحية الجزائرية؛
 - ضعف التحكم في التقنيات العصرية للتسيير الالكتروني من قبل أغلب المهنيين والمسؤولين في المؤسسات والوكالات السياحية.

III.2-4- الافتقاد إلى الوعي السياحي.

من أهم مظاهره :²⁵

- ضعف اهتمام المجتمع المدني بالصناعة السياحية وعدم التعاون مع الجهات المسؤولة على التطوير السياحي، لعدم إدراكهم وإحساسهم بالفوائد الاقتصادية التي تعود عليهم من خلال مشاركتهم في عملية التطوير ومدى الإمكانات المتوفرة التي تجعل من هاته الصناعة موردا حقيقيا؛
- انعدام التنسيق بين مختلف الفاعلين في قطاع الصناعة السياحية في الجزائر، إذ أنه ليس هناك تنسيق بين مديريات السياحة والوكالات السياحية والمؤسسات السياحية الأخرى؛
- قلة الدراسات أو بالأحرى انعدامها على مستوى الوزارة المكلفة بالصناعة السياحية.

III.2-5- انعدام التدريب الفني في قطاع الصناعة السياحية.

قطاع الصناعة السياحية في الجزائر يعاني من نقص كبير في تأهيل المهارات المطلوبة لمؤدي الخدمة السياحية²⁶، سواءً في المواقع السياحية أو على مستوى المتعاملين السياحيين في الفنادق ووكالات السياحة والسفر، لضمان إدارة الموارد السياحية والمنتجات السياحية ذات الجودة العالية، ويعود ذلك إلى ضعف التكوين والتدريب المتخصص.

III-2-6- الافتقار إلى سياسة تسويقية إعلامية فعالة.

حيث تفتقر الجزائر إلى وجود سياسة تسويقية سياحية فعالة في وسائل الاعلام تمكنها من ان تكون قطبا سياحيا، وهذا يُعد سببا من الاسباب التي جعلت سكان العالم يجهلون الإمكانيات السياحية في الجزائر، مما أعاق التنمية المستدامة للصناعة السياحية فيها.²⁷

III-2-7- التلوث البيئي.

للتلوث البيئي اثار سلبية على الصناعة السياحية، خاصة ما إذا كانت إدارته سيئة²⁸، فالتلوث الكبير الذي تعاني منه أغلب شواطئ الجزائر فضلا على الإهمال الذي تعرفه خلال فصل الاصطيف؛ أدى إلى رداءة مياهها وسوء منظرها، وبالتالي نفور السياح منها.

III-2-8- انتشار الفساد والبيروقراطية في الجزائر.

يُعد الفساد ظاهرة عالمية تحد وتقلص من فعالية الصناعة السياحية، فهو يؤدي إلى تشويه صورة البلد وإبطاء معدل التنمية السياحية، ومن بين مظاهر الفساد تقديم خدمة بمنعها القانون أو تسريب معلومات سرية أو تقديم تراخيص غير مسموح بها قانونا²⁹، وعادة ما ينتشر الفساد بسبب تفشي البيروقراطية التي أسهمت بشدة في تخلف التنمية السياحية في الجزائر، ومن بينها سوء الخدمة ونقص الخبرات الادارية في المجال السياحي، مما أدى إلى تأخر العديد من المشاريع السياحية ومنها الفندقية التي تصل إلى 50 عاما.³⁰

III-2-9- المشكل الأمني.

عرفت الجزائر في العشرية السوداء اضطرابات أمنية أعاققت حركة السياح داخلها بلغت نسبة انخفاضها 70% سنة 1991³¹، مما جعلها لم تسجل أي تطور في هذا المجال، على الرغم من الإمكانيات المادية، الجغرافية، التاريخية والثقافية التي تمتلكها، والتي تجعلها في عداد الدول السياحية المجاذبة في العالم.

إن عدم وجود شرطة خاصة بالصناعة السياحة في بلادنا يزيد في تفاقم الجرائم السياحية، مما يجعل رجال الاعمال يستبعدون فكرة الاستثمار السياحي في الجزائر أو يسحبون استثماراتهم إن كانوا قد سبق وباشروا في أنشطتهم الاستثمارية.³²

III.2-10- نقص المرافق والمنشآت القاعدية لقطاع الصناعة السياحية.

إن الاهتمام المتأخر من قبل الدولة الجزائرية بتنمية قطاع الصناعة السياحية، جعلها تعاني من نقص كبير في الهياكل القاعدية للصناعة السياحية: حيث يضم قطاع الصناعة السياحية حوالي 339 وكالة سياحة وسفر من صنف "أ" وصنف "ب"، وهي موزعة عبر جميع ولايات الوطن، تشغل ما يزيد عن 2 130 شخص، والجدولين التاليين (5) و (6) يوضحا النقص في هاته المرافق :

جدول (5) : تطور عدد وكالات السياحة الناشطة في الجزائر خلال الفترة (2015 - 2018).

الوحدة : وكالة سياحة واسفار.

السنوات	2015	2016	2017	2018
عدد الوكالات السياحية الناشطة	1643	2 041	2 220	2 626

المصدر : من اعداد الباحثين بناء على معطيات مقدمة من : مديرية مخطط جودة السياحة والضبط.

- وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المديرية الفرعية للضبط والمراقبة.

يبين الجدول (5) التطور الملحوظ لعدد الوكالات السياحية الناشطة في الجزائر ابتداء من سنة 2015 إلى غاية 2018، وهذا ما يعكس الاهتمام الملحوظ للقطاع الخاص المحلي في الاستفادة من عائدات تقديم الخدمات السياحية للجزائريين، حيث بلغت نسبة نمو هذه الوكالات خلال هذه الفترة بحوالي 63%. أما الجدول (6)، فيبين لنا تطور عدد المنشآت الفندقية في الجزائر خلال الفترة من سنة 2012 إلى غاية 2016 باختلاف الأصناف من 1 إلى 5، حيث يظهر لنا أن شبه الركود التام في خلق الفنادق ذات الأصناف 5^{*}، 4^{*}، 3^{*}، 2^{*}، بينما هناك نوع ما من الحركة النسبية لتطور خلق الفنادق من الصنف 1^{*}، وهذا ما يعطي الصورة السلبية لتطور خدمات الإيواء للنشاط السياحي في الجزائر خلال هذه الفترة.

جدول (6) : تطور عدد المنشآت الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2012-2016).

الوحدة : فندق.

السنة	2012	2013	2014	2015	2016
الصنف	08	08	8	8	13
	5 [*]				

12	6	6	05	05	4 [*]
51	39	39	38	38	3 [*]
46	46	46	46	46	2 [*]
158	158	149	149	116	1 [*]
280	257	248	246	213	المجموع

المصدر : من اعداد الباحثين بناء على معطيات مقدمة من : وزارة السياحة والصناعة التقليدية، قسم الاحصاء السياحي.

III-2-11- تدهور التراث الطبيعي والثقافي.

إن إهمال التراث السياحي سواء الطبيعي أو الثقافي من طرف الحكومة، بالإضافة إلى إهمال المناطق الأثرية العريقة وغياب الثقافة السياحية لدى السكان بضرورة المحافظة عليها، أدى إلى تدهور الموارد السياحية وتشوه سمعة الجزائر السياحية.

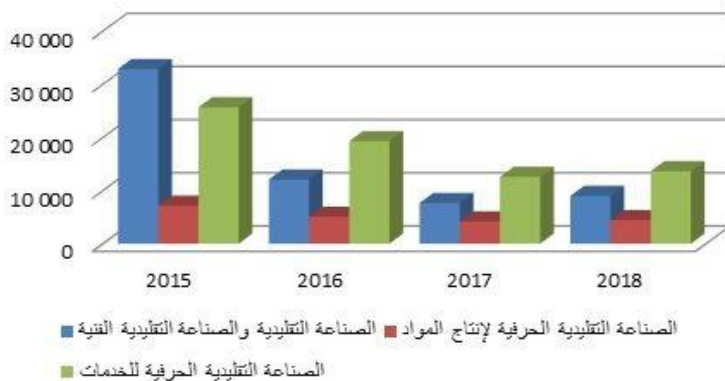
III-2-12- تدهور الصناعة التقليدية.

يعاني قطاع الصناعة السياحية في الجزائر أيضا من تدهور في مجال الصناعة التقليدية، نتيجة عدّة مشاكل يتم عرضها باستمرار في العديد من المناسبات الموسمية المتعلقة بمعارض الصناعات التقليدية في الجزائر، نذكر منها :

- صعوبة حصول الحرفيين على المواد الخام اللازمة لعملية الانتاج؛
- عدم وجود قنوات كافية لتسويق هذه الحرف مما يؤدي إلى كساده؛
- قلة برامج التكوين في هذا المجال لقلّة المراكز المتخصصة، مع عدم كفاءة وملائمة نظام التمهين للصناعات التقليدية؛
- عدم توفير محلات خاصة بالحرفيين الشباب.

و الشكل الموالي يوضح هذا التدهور من خلال التأخر الملحوظ في الانشاء السنوي للأنشطة :

شكل (1) : تطور الانشاء السنوي للأنشطة حسب ميادين النشاط



المصدر : المديرية العامة للصناعة التقليدية.

III.2-13- مشاكل تتعلق بالمنتجات السياحية المقدمة.

تعاني الصناعة السياحية من مشكل اخر هام وهو ضعف وتدنى مستوى جودة المنتجات السياحية المقدمة، وهذا راجع لوجود إيواء وفندقة جد ضعيفة وذات نوعية رديئة،³³ إضافة لعدم تتمين المواقع السياحية بشكل كافي وتركها عرضة للتدهور (خاصة المواقع الأثرية)، وعدم التركيز على المميزات الجذابة للمنتج السياحي في الترويج للصناعة السياحية الجزائرية.³⁴

IV- الإجراءات والتدابير اللازمة لترقية الاستثمارات السياحية في الجزائر.

تُعد الجزائر من بين الدول التي تملك تنوع سياحي ذو مقومات مادية وطبيعية، غير أن هذا لم يمنع من وجود عدة عراقيل حدّت من تميّز الصناعة السياحية الجزائرية. لكن وقصد ترقية الصناعة السياحية في الجزائر وتنميتها تنمية حقيقية، استلزم على الدولة الجزائرية وضع إجراءات وتدابير تنموية سياحية فعّالة وتسخير كل جهودها لذلك، حيث أن تطوير الصناعة السياحية لن يتم إلا من خلال تحطّي كل العراقيل والعقبات التي تحول دون ذلك، وجعل من هذه الأخيرة موافقة للمقاييس الدولية لتكون قادرة على المنافسة الوطنية والدولية. و في طيّات هذا المطلب سوف يتم عرض أهم هذه الإجراءات والتدابير التي تؤدي إلى تنمية الصناعة السياحية في الجزائر بطريقة فعّالة.

1.IV فتح أبواب الاستثمار الخاص في القطاع السياحي والفنادق والعمل على ترقيته.

و يكون ذلك من خلال النقاط التالية :

- توفير العقارات السياحية.
- توفير التمويل اللازم والملائم للمشاريع السياحية : مع مراعاة خصوصية الاستثمار في قطاع الصناعة السياحية، وما يتطلبه من جهد كبير ورؤوس أموال كثيرة فضلا على استغراقه لوقت طويل، أي منح قروض بمبالغ كبيرة ولمدة طويلة مع تخفيض فوائد القروض إلى أدنى مستوياتها.

2.IV توفير نظام معلومات سياحي بالجزائر.

إن عملية تطوير وتفعيل الصناعة السياحية تتطلب قدرا عاليا من المعلومات السياحية، فالكثير من مناطق الجذب السياحي مهملة نظرا لعدم توافر معلومات حولها، ومن واجب المخططين السياحيين أن يوفروا جردا دقيقا بالمناطق ذات الجذب السياحي، مع إمكانية تحليل كل منطقة على أساس مكامن القوة والضعف والفرص والتهديدات، وهذا من خلال توفير نظام معلومات سياحي في الجزائر.

3.IV دعم التكوين والتعليم والتدريب في الميدان السياحي.

من أجل الحصول على تكوين عال وتدريب مرتفع إلى جانب رفع المستوى التعليمي يتعلق بكيفية تسويق المنتج السياحي، كان لزاما الاهتمام ب :

- إصلاح منظومة التكوين السياحي وتكييفها مع متطلبات الصناعة السياحية العصرية، كما يجب موافقة نظم التكوين السياحي لمعايير ومقاييس علمية عالمية؛
- إنشاء مدارس سياحية لتكوين الاطارات السياحية التي تُعنى لاحقا بتسيير الهياكل السياحية؛
- استخدام تقنيات متطورة وبرامج تكوينية عصرية، حيث تشمل : فن التسيير والارشاد السياحي، الإعلام الألي، اعتماد مقاييس نوعية علمية، واللغات الاجنبية.

4.IV تشجيع ودعم الصناعة التقليدية والحرفية.

تعتبر الصناعات التقليدية من أهم الموارد المكوّنة للمنتج السياحي، فهي مكسب حضاري لكل بلد تاريخي،³⁵ كونها تلعب دورا فعالا في التنمية السياحية المستدامة، ولأنها تُعد عاملا لجذب العديد من السياح من خلال الاقبال على المنتجات التقليدية، فعابا ما نجدهم يحرصون على اقتناء التذكارات والهدايا ذات الطابع التقليدي لتعبّر عن ثقافة تلك المنطقة.³⁶

5.IV دعم الاقتصاد السياحي.

و هذا من خلال استخدام إيرادات الصناعة السياحية بشكل أمثل في خدمة الطلب السياحي، بحيث لا توجه إلى الخزينة العمومية وبالتالي تنعدم العلاقة بين ما تدره الصناعة السياحية والميزانية المخصصة لذلك.

6.IV- دعم البنية التحتية.

تتعلق البنى التحتية بالتجهيزات والانشاءات التي تسمح للسائح بالبقاء في المنطقة السياحية التي يختارها في ظروف مريحة، وأهمها شبكات الطرق والمياه والصرف الصحي ووسائل الاتصال الحديثة والعلامات الارشادية، إضافة إلى إقامة نزل الضيافة السياحية وانشاء البنوك ومكاتب السياحة وغيرها.

7.IV- توفير الأمن السياحي.

يُعد الأمن الأساس الجوهري لكافة النشاطات الانسانية عامة، فبدون الأمن لا تنجح سياسة تعليم ولا تنمية، والصناعة السياحية بحاجة للأمن أكثر من غيرها من الأنشطة الانسانية الأخرى، ذلك أن السائح لما يغادر منطقته الجغرافية والثقافية داخلها أو خارجها، يكون بحاجة للأمن أكثر من غيره. لذا على الدولة الجزائرية توفير الأمن السياحي باتباع كافة الطرق والأساليب والإجراءات من قبل الجهات المعنية بالنشاط السياحي، وذلك³⁷ من خلال التدقيق والسيطرة من أجل الحفاظ على أمن وسلامة السياح وحماية ممتلكاتهم من الضياع والسرقه داخل وخارج المؤسسات الفندقية السياحية،³⁸ وهذا الأمر يقوم به أفراد الشرطة السياحية.

8.IV- تنوع العرض السياحي.

باعتبار أن الزيادة في الطلب السياحي تعتمد بدرجة كبيرة على العروض السياحية المقدمة، فيجب على الدولة الجزائرية :

- **تدعيم نوعية المنتجات السياحية الجزائرية :** حتى تصبح محل الطلب السياحي الدولي، ومن أجل تحقيق هذا الغرض لا بد من دراسة السوق السياحي دراسة دقيقة وقبلية، وهذا معرفة مدى احتياج السوق لهذه المنتجات، وطلبات الزبائن عليها، وبالتالي يجب تسخير إمكانيات مادية وبشرية معتبرة.
- **استغلال الموارد الطبيعية استغلالا أمثالا :** وذلك بتوفير مختلف المنشآت والمركبات السياحية، وإقامة عدّة نشاطات رياضية، بحرية أو برية، والتي تستهوي العديد من الزبائن الاجانب لممارستها كالصيد البحري، وعمليات القنص البحري. ...
- **القيام بترميم مختلف المعالم التاريخية والدينية والاثار الحضارية المعرضة للاندثار والزوال :** والتي تُعبر عن عراقة الشعوب والحضارات التي مرت من الجزائر، مما تستدعي العديد من السياح لزيارتها

واكتشافها، إضافة إلى هذا يجب : إحياء العادات والتقاليد المختلفة، وإقامة المهرجانات التقليدية وإعادة الاعتبار للأعياد المحلية والجهوية.

9.IV- إصلاح الخدمة السياحية.

يعتبر الاهتمام بدعم وإعادة تأهيل المنشآت السياحية سواء على مستوى القطاع العام أو القطاع الخاص، مقابل دعم يتلقاه القطاع الخاص وفق الطرق المشار إليها في ترقية الاستثمار السياحي، من المهام المنوطة بالجهات الوصية من أجل تحسين ورفع طاقات الإيواء السياحية أي لرفع قدرات الاستقبال السياحي ومنه اصلاح وترقية الخدمة السياحية.

10.IV- تحسين المحيط السياسي للقطاعات.

يُعد المحيط السياسي عنصرا أساسيا للنشاط السياحي، وعملية تحسينه تتطلب القيام بمحاربة كل الأمراض المعدية المنتشرة في المناطق السياحية بمختلف التطعيمات اللازمة، مع توفير النظافة الصحية والغذائية في هذه المناطق وتحسين منظرها.

إضافة لذلك وحتى ترقى الصناعة السياحية الجزائرية، على الدولة :

- تحديث الهياكل البيداغوجية بما يتماشى مع القطاع التكنولوجي(الانترنت، بنوك المعلومات...)
- ومختلف التقنيات الحديثة للتسيير السياحي؛
- تسهيل إجراءات الدخول والحصول على التأشيرة لأن صعوبة الحصول عليها يؤدي بالسائح إلى البحث عن جهات أخرى، وكذلك تسهيل الإجراءات الجمركية للسلع التي يحتاجها السائح؛
- إصدار قوانين لحماية السائح والمواطن من الغش والاحتيال، والاستغلال؛
- تسهيل عملية تحويل الأموال عن طريق توفير المصارف والمؤسسات المالية الرسمية بدلا من السوق السوداء التي تتعامل بالعملة، فالتعامل فيها يؤدي إلى إضعاف القيمة الحقيقية للصناعة السياحية، وبالتالي ضعف ثقة السائح بالبلد.

الخلاصة :

لقد توصلت الدراسة إلى أنه وبالرغم من كل ما وفرته الدولة الجزائرية من ظروف مناسبة لترقية القطاع السياحي، غير أنه لا يمكنها تحقيق ذلك دون إزالة العقبات التي تقف كعائق أمام المستثمرين في هذا القطاع، ولتخطي هذه العقبات الجزائر مدعوة إلى تبني أساليب حديثة تضمن لها التنمية المستدامة في زمن العولمة وهذا

باستخدام أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا من تقنيات لما تقدمه من حلول نوعية وخدمات ميسرة للمستثمرين. الجزائر كغيرها من دول العالم تعمل جاهدة لتأهيل اقتصادها بصفة عامة والصناعة السياحية بصفة خاصة، مدركة بضرورة الارتقاء بخدماها السياحية واعتمادها على عدة إجراءات تساعدها في ذلك، إذ حاولت ومنذ الاستقلال وضع ميثاق خاص بالصناعة السياحية مبني على أساس تدخل الدولة في الاستثمار والتسيير الإداري المركز مع غياب شبه كلي للقطاع الخاص، وهذا ما أدى إلى ضعف النتائج المحصل عليها آنذاك فيما يخص المشاريع السياحية، لكن وبالرغم من ذلك لا يزال الاستثمار السياحي في الجزائر حبيس العديد من العراقيل، مما جعل مستوى هذا الأخير دون الطموحات المرجوة.

التوصيات والاقتراحات :

على ضوء ما سبق يمكننا تقديم مجموعة من التوصيات والاقتراحات التي تصب في مجملها في ترقية الاستثمارات السياحية، والتي يمكن إنجازها فيما يلي :

- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة والنامية في مجال ترقية الاستثمارات السياحية؛
- خلق وحدة متخصصة للإعلام السياحي تنتهج سياسة تسويقية فعالة، تعمل على زيادة الوعي السياحي داخل وخارج البلاد، وإعطاء دفعة للاستثمارات السياحية فيها؛
- ضرورة إنشاء مؤسسات مالية أو بنوك متخصصة لدعم الاستثمار السياحي، من خلال تقديم قروض ميسرة لإقامة مشاريع سياحية في المناطق التي تستهدف الدولة ترمينها، تراعي الآجال الطويلة للتسديد وتكون بفائدة مدعمة من قبل الدولة؛
- إقامة مؤتمرات وندوات في الجزائر تستقطب العديد من الكتاب السياحيين من جميع دول العالم لتعريفهم بالبلاد، وذلك سوف يكون له مردود إعلامي عالمي وما يكتبوه سيكون أكبر حملة دعائية مجانية للصناعة السياحة في الجزائر؛
- إعداد تقرير شهري عن المعوقات التي تواجه المستثمر السياحي بالجزائر، من قبل مديرية تقييم ودعم المشاريع السياحية وعرضه على السادة المسؤولين عن الصناعة السياحية لمعالجتها؛
- ضرورة انشاء مركز وطني للمعلومات السياحية يوفر المعلومات السياحية، ويساعد على اختصار الوقت والسرعة في الانجاز وتقديم الخدمة؛
- اعتبار التدريب السياحي عنصرا أساسيا من عناصر تنمية الصناعة السياحية، ويقتضي ذلك التوسع في تأسيس مراكز للتدريب السياحي والفندقي لرفع مستوى خدمات الصناعة السياحية؛

- رفع هذه التوصيات إلى جميع الهيئات والجهات المسؤولة عن الصناعة السياحية.

- الهوامش والمراجع :

- ¹ : فضيلة عينين، النظام القانوني للاستثمار السياحي في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، البلدة، 2011، ص : 21.
- ² : تريكى العربي، واقع الاستثمار السياحي -دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2013، ص : 37.
- ³ : إبتهاال عوض أحمد محفوظ، قياس أثر الاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي في اليمن، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد : 09 ، 2018، ص : 467.
- ⁴ : حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص : نقود ومالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البلدة، 2006، ص : 69. (بتصرف)
- ⁵ : لمزيد من التفاصيل أنظر :
- إبتهاال عوض أحمد محفوظ، مرجع سابق، ص : 468.
-بارك بلاطة، أهمية السياحة في التنمية الاقتصادية، مجلة حوليات جامعة الجزائر، الجزء 2، العدد : 17، الجزائر، 2007، ص ص : 125-126.
- ⁶ : لمزيد من التفاصيل أنظر :
- حسين بن رقدان، الاستثمار السياحي والتنوع المطلوب، جريدة الرياض، العدد : 13372، الموقع الإلكتروني : / http://www.alriyadh.com//، تاريخ الاطلاع : 16-11-2019، ص : 01.
- Aquil Kamar,Tgemouati Kenza, **L'investissement touristique au Maroc**, Mémoire de Fin d'Etudes ,Institut supérieur international de tourisme de Tanger, Tanger, 2008, P : 37.
- ⁷ : تقرير وقرارات الدورة الثانية عشر للمجلس الوزاري العربي للسياحة، الموقع الإلكتروني : / http://www.yementourism.com//، 2009/05/28، ص : 08.
- ⁸ : نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1991، ص : 69. (بتصرف)
- ⁹ : حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص : 75. (بتصرف)
- ¹⁰ : أحمد جلا، التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2003، ص : 34.
- ¹¹ :نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2007، ص:283. (بتصرف)
- ¹² : القانون 03-01 المؤرخ يف 17 فيفري 2003 يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد11 المؤرخة في 19 فيفري 2003، ص : 05.
- ¹³ : المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، تسويق سياحي، سفر وسياحة، سلسلة رقم 282، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، المملكة العربية السعودية، بدون سنة نشر، ص : 23. (بتصرف)
- ¹⁴ : نفس المرجع السابق، ص : 24.
- ¹⁵ : نفس المرجع السابق، ص : 25.

- 16 : الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، المخطط الهيكلي للتهيئة السياحية، الموقع الإلكتروني : https://www.mta.gov.dz/?page_id=7287&lang=ar، تاريخ الاطلاع : 2019-12-12، ص : 01.
- 17 : Cnuced, "Examen de la politique de l'investissement algérie", Nations Unies, New York et Genève, 2004, P : 06.
- 18 : تقرير وزارة السياحة والصناعة التقليدية، السياسة الإستراتيجية لتنمية قطاع السياحة في الجزائر آفاق 2015، الجزائر، 2006، ص : 26.
- 19 : المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مشكل العقار في الجزائر عائق أمام التنمية الاقتصادية، الدورية رقم : 25، الجزائر، 2004، ص ص ص ص ص ص ص ص ص ص : 02-03-04-05-06-07-08.
- 20 : نفس المرجع السابق، ص : 17.
- 21 : World Bank, **Pilot Algeria investment climat assessment (June 2003)**, Site Electronique : <http://site resource.world bank.org/septembre 2006>, P : 13.
- 22 : IBID, P : 13.
- 23 : Ministère du tourisme et de l'artisanat, **élément de la stratégie de développement durable du tourisme**, Alger, Horison 2001-2010, P : 32.
- 24 : سامي مبارك، **فعالية الأسواق المالية في تنشيط الاستثمارات-دراسة مقارنة: الجزائر، المغرب، تونس، مذكرة ماجستير**، تخصص : إقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2004، ص : 146.
- 25 : إسماعيل بوغازي، **لمين تغليسية، واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطورها**، ملتقى علمي دولي حول : التنمية السياحية في الدول العربية-تقييم واستشراف، مرجع سبق ذكره، ص : 15. (بصرف)
- 26 : تقي الدين قادري، **النشاط البدني الرياضي الترويجي ودوره في تطوير السياحة الرياضية في الجزائر**، مذكرة ماجستير، تخصص : النشاط البدني الرياضي الترفيهي والرياضة الجماهيرية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 03، 2011، ص : 140. (بتصرف)
- 27 : نفس المرجع السابق، ص : 16.
- 28 : سامية بوعشاش، **السياحة البيئية في المناطق الجبلية-حالة جبال تيكجدة بولاية البويرة في الجزائر**، مذكرة ماجستير، تخصص : الإدارة البيئية والسياحية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2011، ص : 24.
- 29 : فضيلة عينين، **مرجع سبق ذكره، ص : 135.**
- 30 : نفس المرجع السابق، ص : 134.
- 31 : علي موفق، **أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني**، مذكرة ماجستير، تخصص : التخطيط والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص : 85.
- 32 : مجلة الشرطة، **دور الشرطة في خدمة السياحة**، المؤتمر العاشر لقادة الشرطة والأمن العرب، العدد : 37، الجزائر، 1988، ص : 53.
- 33 : زهير بوعكريف، **التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة-دراسة حالة الجزائر**، مذكرة ماجستير، تخصص : تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2012، ص : 173. (بتصرف)
- 34 : أحمد صكوشي، **زينب حجاج، واقع التنمية السياحية في الجزائر : المقومات، التحديات والآفاق**، ملتقى علمي دولي حول : التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف، جامعة غرداية، يومي : 26 و 27 فيفري 2013، ص : 09. (بتصرف)

- ³⁵ : عبد الكريم دحموني، تنمية وتطوير السياحة الصحراوية -دراسة حالة تمنراست، مذكرة ماجستير، تخصص : النظرية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007، ص : 14.
- ³⁶ : عبد الرحيم شنيبي، دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية-دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية، مذكرة ماجستير، تخصص : تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2010، ص : 119.(بتصرف)
- ³⁷ : يسري دعبس، الجرمية السياحية : خصائصها وأنواعها واستراتيجيات مواجهتها، البيطاش للنشر والتوزيع، ط : 01، الإسكندرية، مصر، 2008، ص : 69.
- ³⁸ : ميشيل أنكر، فيني بانا، ترجمة: حمد عبد السلام داود، مراجعة مُجد علاء الدين مُجد، السياحة والفنادق: العناية بالغرف وإدارة الأمن في الفنادق السياحية، دار الكتاب الحديث، ط: 01، القاهرة، مصر، 2011، ص: 243.