

## شروط وتحديات تطوير القدرة التنافسية للمقاصد السياحية العلاجية في الجزائر

### The Conditions and challenges of developing the competitiveness of medical tourism destinations in Algeria

الأستاذ حسين قاصب

Gacebpg@gmail.com

جامعة ألكلي محند أولحاج البويرة

الدكتور موسى بوشنب

moussaboucheneb@gmail.com

جامعة أمحمد بوقرة بومرداس

#### الملخص

تشهد الوجهات السياحية مزيدا من التعقيدات في إدارتها وتطوير أو المحافظة على جاذبيتها وتنافسيتها على المستوى المحلي، الإقليمي و الدولي. ومجمل هذه التعقيدات تفرض الاستغلال المستدام والأمثل للمؤهلات والموارد التي تتميز بها الوجهة السياحية . والجزائر بلد يمتلك من المؤهلات ما يمكنه من تطوير العديد من الأنواع السياحية ، على غرار السياحة الشاطئية، السياحة الصحراوية، وكذا السياحة العلاجية. ومع ذلك فإن تنافسيتها السياحية لا تزال في مراتب متدنية(المرتبة 118 عالميا سنة 2017).

لقد جاء هذا المقال ليسلط الضوء على مؤهلات وشروط وتحديات تعزيز تنافسية المقاصد السياحية العلاجية بالجزائر، وذلك لإبراز ضرورة الاهتمام بتطوير هذا النوع السياحي الذي من شأنه أن يساهم في نمو الاقتصاد الوطني .

الكلمات المفتاحية: السياحة، المقصد السياحي، السياحة العلاجية، الإدارة الاستراتيجية للوجهة السياحية، تنافسية المقصد السياحي.

#### Abstract

*Tourist destinations are experiencing more complex management and greater attractiveness and competitiveness at the local, regional and international levels. These complexities require the sustainable and optimal utilization of the qualifications and resources of a tourism destination. Algeria is a country with the qualifications to develop many types of tourism, such as beach tourism, desert tourism, as well as medical tourism. However, its tourist competitiveness is still lagging behind (118th internationally in 2017).*

*This article highlights the qualifications, conditions and challenges of enhancing the competitiveness of medical tourism destinations in Algeria, in order to highlight the importance of developing this type of tourism which will contribute to the growth of the national economy.*

**key words:** *Tourism, tourism destination, medical tourism, strategic management of the tourist destination, competitive tourism destination.*

## مقدمة

يعتبر قطاع السياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية في العالم، ومحركا رئيسيا لاقتصاديات العديد من الدول، وذلك نظرا للمداخيل المرتفعة التي يوفرها وآثاره الإيجابية على عدد من القطاعات الأخرى، فتطوير هذا القطاع يسمح إلى حد كبير برفع معدلات النمو الاقتصادي ومعالجة العديد من المشاكل الاقتصادية كالبطالة نظرا لتوفيره مناصب الشغل، والعجز في ميزان المدفوعات نظرا لإمكانات القطاع في جذب أموال من الخارج، إما في شكل إنفاق السياح الأجانب في المقصد السياحي، أو في شكل استثمارات أجنبية...إلخ.

لقد شهد هذا القطاع تطورا ملحوظا على الصعيد الدولي، سواء بالنسبة لعدد السياح المسافرين عبر الدول، وكذا رقم الأعمال العالمي الذي حققه القطاع في السنوات الأخيرة، وكذا التطور والرقى من حيث الخدمات المقدمة للسياح.

وبالإضافة إلى ذلك فإن هذا القطاع قطاع يأخذ بعدا دوليا، حيث يسافر السياح من مختلف أنحاء العالم إلى وجهات مختلفة بحثا عن الراحة أو التمتع بالترفيه أو للعلاج، وتعد السياحة العلاجية أحد أهم الأنواع السياحية من حيث جاذبيتها للسياح المداخيل المرتفعة التي تقدمها، وهي تستند إلى توفر مراكز الراحة والعلاج و العناصر الطبيعية ذات الخصائص العلاجية. والجزائر بلد لديه من المقومات ما يمكنه من أن يصبح مقصدا سياحيا علاجيا متميزا على الصعيدين الإقليمي والدولي، وقادرا على الصمود أمام المنافسة الدولية في هذا المجال. إلا أن ذلك يتطلب استراتيجية متماسكة تأخذ في الاعتبار التعقيدات المختلفة للوجهة السياحية وهذا لأجل تحقيق استدامة القدرة التنافسية للمقاصد السياحية العلاجية للبلد .

## الإشكالية:

تواجه السياحة العلاجية بالجزائر العديد من التحديات الاستراتيجية، والتي تقف عائقا أمام تطوير تنافسية البلد كمقصد سياحي علاجي إقليميا ودوليا، وذلك رغم ما يتوفر بالبلد من مؤهلات لذلك، وانطلاقا مما سبق جاء هذا المقال ليعالج الإشكالية الموالية:

فيما تتمثل أهم التحديات الاستراتيجية والحلول الممكنة لأجل تطوير القدرة التنافسية للسياحة العلاجية بالجزائر؟

## المحور الأول: القدرة التنافسية للمقصد السياحي بمنظور استراتيجي

### أولاً: القدرة التنافسية للمقصد السياحي

مفهوم الوجهة السياحية (المقصد السياحي) هو مفهوم معقد، فهذه الأخيرة تتشكل من العديد من الخدمات والمنتجات والخبرات، يشترك في تقديمها العديد من أصحاب المصالح، ومن المؤكد أن تطوير القدرة التنافسية للوجهات السياحية يخضع لجميع تعقيداتهما.

#### 1- مفهوم المقصد السياحي

يعرف المقصد السياحي على أنه: "المكان أو مجموعة الأماكن التي يذهب إليها الزائرون للسياحة والإقامة المؤقتة فيها، والاستمتاع بعوامل الجذب بها".<sup>1</sup>

يمثل المقصد السياحي "مساحة واسعة النطاق تتضمن سياحة متكاملة ذات جذب سياحي تراكمي و متصاعد، وذلك نظرا للانطباع الذي تقدمه والبنى التحتية السياحية الملائمة التي توفرها، ما يجعلها نقطة جذب سياحي ساخنة".<sup>2</sup>

كما يمكن تعريف المقصد السياحي بأنه: " تلك المنطقة الجغرافية المحددة بدقة كبلد معين أو مدينة أو جزيرة...إلخ، والتي تتضمن مجموعة من المنتجات السياحية تقدم تجربة سياحية متكاملة للمستهلكين".<sup>3</sup>

يفهم من هذا أن مصطلح المقصد السياحي هو مرادف لكلمة الجهة السياحية أو المنطقة السياحية، وهذا يكون المقصد السياحي على عدة أشكال أو أحجام فقد يكون في شكل بلد كامل أو مدينة واحدة ، وقد يكون جزء مشهور من مدينة...إلخ.

وقد صاغ بوهاليس (Demitrios buhalis) تعريفا للوجهة السياحية على أنها: "منطقة جغرافية محددة ينظر إليها زوارها ككيان فريد ولها إطار سياسي وتشريعي لتسويق وتخطيط السياحة".<sup>4</sup>

انطلاقاً من هذا، فإنه يمكن تعريف المقصد السياحي على أنه رقعة جغرافية محددة بدقة، تحظى بالمؤهلات الطبيعية والحضارية والبنى التحتية الملائمة لجذب السياح، بحيث تقدم لهم تجربة سياحية متكاملة وبالشكل الذي يرسخ في أذهانهم انطباعاً إيجابياً عن زيارتهم للمنطقة.

## 2- طبيعة القدرة التنافسية للوجهات السياحية

يتركب المنتج السياحي على مستوى مقصد سياحي معين من مزيج السلع والخدمات التي تقدمها منظمات الأعمال السياحية على مستوى المقصد، ومع ذلك فإن "الوجهة السياحية هي منتج موحد بغض النظر عن تعدد مكوناته وأصحاب المصلحة المقدمين للخدمات، فتجربة سياحية غير سارة أو رداءة الخدمات قد تؤدي بالحكم السليبي على الوجهة ككل".<sup>5</sup>

### 1-2- مفهوم القدرة التنافسية للمقصد السياحي

أوردت مجموع الدراسات في مجال التنافسية السياحية العديد من المفاهيم المتعلقة بالقدرة التنافسية للوجهات السياحية، ومن أهمها:

وفقا لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) فإن القدرة التنافسية للمقصد السياحي تتمثل في: "قدرة الوجهة على تحسين جاذبيتها للسكان ولغير المقيمين، وقدرتها على تقديم خدمات سياحية عالية الجودة، مبتكرة وجذابة للمستهلكين من أجل الحصول على أكبر حصة سوقية ممكنة في الأسواق المحلية والعالمية، مع ضمان استخدام الموارد القابلة للاستمرار لدعم السياحة بكفاءة وبطريقة مستدامة".<sup>6</sup> فالقدرة التنافسية لوجهة سياحية معينة تتحدد من خلال قدرتها على جذب السياح، وعلى تعزيز الفوائد الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والبيئية للأجيال الحالية والمقبلة، سواء للمجتمعات المضيفة أو الضيفة".<sup>7</sup>

كما عرفت القدرة التنافسية في السياحة بأنها: "قدرة المقصد على إنشاء ودمج منتجات ذات قيمة مضافة لدعم مواردها، مع تحسين وضعها في السوق بالمقارنة مع المنافسين، كما أن النجاح الطويل للوجهة يعتمد على قدرتها على تحويل مزاياها النسبية إلى مزايا تنافسية مستدامة".<sup>8</sup>

ويقول وي تشيان غونغ (Wei-Chain Ghong) أن: "الوجهة تنافسية إذا استطاعت اجتذاب السياح المحتملين وإرضائهم، تتحدد هذه القدرة التنافسية وفق مجموعة من العوامل السياحية...".<sup>9</sup>

ومن خلال التعاريف السابقة، يمكن القول أن القدرة التنافسية للوجهة السياحية تنشأ عن قدرة مختلف الجهات الفاعلة في المنطقة السياحية على دمج مختلف العوامل والمؤهلات التي تتمتع بها، سواء الثقافية، البيئية، الاجتماعية، التراثية، الاقتصادية... إلخ، وذلك لأجل إنشاء قيمة متميزة في أذهان السياح الحاليين والمحتملين، ومنحهم تجربة سياحية متميزة من حيث الراحة ومستوى الخدمات التي توفرها لهم.

### 2-2- مؤشرات تنافسية المقصد السياحي

يبرز استعراض الأدبيات المتعلقة بالقدرة التنافسية للمقاصد السياحية عددا كبيرا من المفاهيم والنماذج والمحددات لقياسها، ويبن الجدول أدناه قائمة موجزة لأهم هذه المؤشرات:

الجدول رقم (01): مؤشرات تنافسية المقاصد السياحية

مرتكزات النموذج	المؤشرات المقترحة لتنافسية الوجهة السياحية	المؤلف
مؤشرات الاستدامة السياحية	الإدارة المستدامة للوجهات السياحية، الهياكل الأساسية العامة، السلوك السياحي المسؤول، التمكين المحلي في قطاع السياحة، تسويق الوجهة، نوعية الموارد البيئية والطبيعية، السمات التاريخية والفنية للمنطقة، العلاقة بين النوعية والسعر، التركيز على التنمية الاقتصادية المحلية.	كوكيوليبي وغو في 2015
القياسات المتعلقة بالإنتاجية وإجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي لكل موظف في القطاع.	العوامل الاقتصادية القائمة على البيئة الكلية والبنى التحتية العامة وبيئة الأعمال، والعوامل السياحية المتمثلة في الموارد الممنوحة والبنية الأساسية للسياحة وإدارة المقصد	كنزفيك وكفيلبار 2015
نموذج الشبكة السببية لتحليل السياحة	الاقتصاد، البيئة، البنى التحتية، السياحة	أسالكار وآخرون 2011
الإدارة البيئية للوجهات السياحية	الموارد الموروثة، إنشاء الموارد، العوامل الداعمة، إدارة الوجهة، الحالة الظرفية، شروط الطلب	قوميزل جوميهاليك 2008
إنشاء مؤشر تنافسي للسياحة	النموذج التنظيمي، البيئة التجارية، البنى التحتية، الموارد الطبيعية، الثقافية والبشرية	المنتدى الاقتصادي العالمي 2008
التحول من نظام تعريف إلى نموذج تفسيري لتنافسية الوجهة السياحية	التراث والثقافة، مرافق الاتصالات، التنافسية الاجتماعية، التعليم	مازينك وآخرون 2007
الأطر التنافسية للوجهات الرائدة عالميا	السعر، الانفتاح الاقتصادي، التطورات التكنولوجية، التنمية البشرية في مجال السياحة، التنمية الاجتماعية والبيئية	غوروشر وسوجيارتو 2005
المنافسة السياحية للوجهة وجاذبيتها	الموارد الذاتية للوجهة السياحية، الأنشطة، دعم الخدمة، الترويج والاتصالات	فينجنسي 2003
نموذج كهي لقياس القدرة التنافسية	الأعمال والغازبية السياحية	إينرايت ونيوتن 2003
نموذج متكامل للقدرة التنافسية	الموارد، إدارة الوجهة، الظروف المالية، شروط الطلب، الازدهار الاجتماعي والاقتصادي	دواير وكيم 2003
التنافسية السعرية	تكلفة السفر، تنافسية الأسعار، الإقامة، الطعام والشراب، الترفيه، تذاكر الطيران، سيارات الأجرة... إلخ	دواير فورسيث وراو 2000
مقارنة المزايا التنافسية	الموارد الأساسية والمعالم السياحية، إدارة الوجهة، السياسة السياحية، العوامل الداعمة، التخطيط والتطوير	كرواتش وريتش 1999

Source: Jelena Komšić and Jelena Dorčić, « tourism destination competitiveness and online reputation: conceptualization and literature framework analysis», 23th International Congress Tourism and Hospitality Industry - Trends and Challenges, Opatija, Croatia, April 2016, pp 153-154, see it on: <https://www.researchgate.net/publication/305307159>, the 12/10/2018 at :15h :55mn.

## ثانيا: الإدارة الاستراتيجية للوجهات السياحية

تعد إدارة الوجهات السياحية ظاهرة متعددة الأوجه بسبب طبيعة مكوناتها وتجزئتها، حيث ينشط بها أصحاب المصلحة مثل منظمات الأعمال السياحية والوكالات العامة والمجتمع المحلي بطريقة مستقلة نسبيا، وهو الأمر الذي يعقد من طبيعة الإدارة الاستراتيجية للوجهات السياحية.

### 1- طبيعة الإدارة الاستراتيجية للوجهات السياحية

طبيعة الوجهات السياحية تجعلها من أصعب الكيانات في إدارتها وتسويقها، وذلك نظرا لتعدد علاقات أصحاب المصالح المحليين المنتمين لها، والذين يشاركون في إنتاج وتطوير المنتجات السياحية، كما أن تجربة المقصد تتألف أساسا من موارد ومرافق وخدمات سياحية يتقاسمها أفراد محددين<sup>10</sup>، لذا فإن أي مسار استراتيجي لتطوير المقصد يتطلب تفاعل ومشاركة جميع أصحاب المصالح للمنطقة أو الوجهة الاستراتيجية في أهدافها مع تحقيق مؤشرات تنافسية المقصد واستدامته (المذكور في الجدول السابق)

يتمثل الهدف الرئيسي للإدارة الاستراتيجية للمقصد السياحي في الإبقاء على وجوده في السوق والحفاظ على فرص التنمية، وذلك بإطالة عمره الاقتصادي من خلال دعمه بخدمات سياحية قادرة على المنافسة، وتساهم في نمو الدخل السياحي على المدى الطويل. ويمكن تنفيذ الإدارة الاستراتيجية للوجهة السياحية على ثلاث مستويات: استراتيجيات عامة لتنمية وقيادة الوجهة ككل، استراتيجيات المناطق التشغيلية، والتي توضع لتحديد نطاق المجالات الفردية والطرق المستخدمة للحصول على ميزة تنافسية طويلة الأمد في جزء (قطاع) معين من السوق. واستراتيجيات وظيفية تحدد المهام التي يتعين القيام بها لأجل المقصد ورفع قدرته التنافسية مثل تحديد أشكال ونشاطات الاستثمار والتمويل والتسويق اللازمة.<sup>11</sup>

### 2- المحددات الرئيسية للإدارة الاستراتيجية للوجهات السياحية

تمثل كل من شدة المنافسة، الوافدين الأجانب، والتقدم التكنولوجي محددات للإدارة الاستراتيجية للوجهات السياحية، ويمكن إيضاح هذه المحددات كما يلي:<sup>12</sup>

- شدة المنافسة، إذ تؤدي التغيرات الهيكلية والسريعة في البيئة التنافسية إلى حدوث مشاكل وتعقيدات، ونتيجة لذلك يتم تقليل المدى الزمني للتخطيط والاعتماد أكثر على مسارات التنمية بدلا من الاستراتيجيات المفصلة.

- العوالة والتوافد الأجنبي والتدفق الديناميكي لرأس المال والمعرفة والمعلومات تلزم السلطات في منطقة أو مقصد معين على التركيز على البيئة الكلية بدلا من المنافسين. وكذا التقديم التكنولوجي والتنمية المكثفة للتكنولوجيات الحديثة أدت إلى حدوث تغييرات في إدارة وتسويق الوجهات السياحية.

- أولوية القيمة السوقية، إذ تقيّم الجهات السياحية من حيث القيمة التي يولها أصحاب المصالح (منظمات الأعمال السياحية، السياح، السلطات على جميع مستوياتها والمجتمعات المحلية)، مما يتطلب استخدام الممارسات الجيدة في الإدارة، كتنفيذ أسلوب التسويق العلاقتي مثلا.
- تفعيل وإشراك المجتمعات المحلية، فنشاط المجتمعات المحلية اليوم يتزايد من خلال زيادة الرقابة الاجتماعية على السلطات المحلية من خلال التعبير عن الاحتياجات وعدم الرضا، وفي الوقت الحالي تعد تنمية المقصد السياحي من ضمن المسؤوليات الاجتماعية للسلطات المحلية.
- التغيرات في الطلب السياحي، والذي يتأثر بالعديد من المتغيرات كارتفاع المداخيل والتغيرات في أنماط الحياة، النمو الديمغرافي...إلخ.

### المحور الثاني: تعزيز القدرة التنافسية للسياحة العلاجية في الجزائر

#### أولا: السياحة العلاجية: المفهوم والأنواع

لقد عرفت السياحة العلاجية منذ القديم، فقد عرف الإنسان أن بعض الأمراض كالروماتيزم وعدد من الأمراض الصدرية تشفى بالانتقال إلى أماكن معينة تتميز بمناخ خاص، ثم اكتشفت الخواص العلاجية للينابيع المعدنية، وقد تفنن الرومان في بناء الحمامات العلاجية وأقاموا بها التماثيل الجميلة وألحقوا بها صالات الترفيه، وعندما حل عصر النهضة في أوروبا أصبحت السياحة إلى المدن العلاجية نوعا من الترفيه يختص به الأغنياء، وقد ضمت هذه المدن أضخم الفنادق وأجمل الحدائق، وتعد السياحة العلاجية من أنواع السياحة المهمة، والتي تدر دخلا محترما لأن فترة بقاء السائح لغرض العلاج تكون متوسطة أو طويلة على العموم، وكذلك تكون مصاريفه كبيرة، خاصة إذا توفر المقصد السياحي مقومات السياحة العلاجية.

#### 1- مفهوم السياحة العلاجية

اجتهد العديد من الخبراء والكتاب السياحيين في وضع تعريف محدد للسياحة العلاجية ، فقد حاول كل منهم وضع مفهوم لها من وجهة نظره، وفيما يلي استعراض لبعض هذه المفاهيم:

تعرف السياحة العلاجية حسب الاتحاد العالمي للسياحة بأنها "تقديم التسهيلات الصحية باستخدام المصادر الطبيعية للبلد، وبشكل خاص المياه المعدنية والمناخ..."<sup>13</sup>

كما تعرف السياحة العلاجية على أنها "عملية الانتقال المؤقت الذي يقوم به السائح بحثا عن مصادر علاجية واستشفائية سواء كانت تلك المصادر طبية أو طبيعية بجانب توافر عوامل بيئية أخرى مساعدة من أجل العلاج والاستشفاء من مرض معين أو لاستعادة الصحة والمحافظة على القوة واللياقة الجسمية، وأن يكون هذا الانتقال بمحض إرادة السائح"<sup>14</sup>

مما سبق يمكن تعريف السياحة العلاجية بأنها نمط سياحي محدد متواجد في مواقع تتوفر بها مختلف مقومات الجذب السياحي لأغراض الراحة البدنية والنفسية للسائح الذي يبحث عن العلاج والنقاهاة من خلال الانتقال إلى أماكن خارج مكان إقامته.

تختلف مناطق السياحة العلاجية باختلاف مقوماتها العلاجية وباختلاف طرق استغلالها. وتقسم هذه المناطق من حيث العلاج الذي تستغل فيه إلى:<sup>15</sup>

- مناطق بها مياه معدنية، تستعمل للشرب أو للاستحمام.
- مناطق تتوفر على المياه المعدنية، إضافة إلى جوها العلاجي، الذي يستغل للاستشفاء.
- مناطق تستغل مياه البحر للعلاج.
- مناطق تتوفر على وسائل طبيعية أخرى تستغل في العلاج، كالطبي والدفن في الرمال، ووجود كهوف تنبعث منها غازات بخارية تستعمل في علاج بعض الأمراض.

## 2- أنواع السياحة العلاجية

السياحة العلاجية هي سياحة لإمتاع النفس والجسد معاً بالعلاج، أو هي سياحة العلاج من أمراض الجسد مع الترويح عن النفس وتنقسم إلى قسمين:<sup>16</sup>

- السياحة بالطرق الحديثة؛ وهي تعتمد بدرجة كبيرة على استخدام المراكز العلاجية والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة، تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز. ويطلق أيضا على هذا النوع مصطلح السياحة الطبية، حيث هدف السائح منه عموما هو العلاج من مرض عضوي، أو إجراء عملية جراحية معينة في إحدى المستشفيات أو المراكز الطبية المتخصصة.
- السياحة الإستشفائية؛ وهي تعتمد بشكل واسع على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمل والشمس، بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية والروماتيزمية، وتطلق السياحة العلاجية على كلا النوعين.

بالإضافة إلى النوعين السابقين هناك من أضاف نوع ثالث إلى أنواع السياحة العلاجية وهو السياحة الوقائية، وفيها يقوم السائح برحلات سياحية تهدف إلى رفع مستوى الأداء الطبيعي للجسم والعقل، وذلك من خلال الإقامة في أماكن تتوفر فيها مقومات ذلك، وقد تكون السياحة الوقائية حرة يقوم بها الفرد بمحض إرادته بشكل حر دون إشراف طبي منظم، وقد تكون سياحة وقائية منظمة.<sup>17</sup>



ثانيا: مؤهلات وتحديات تطوير السياحة العلاجية في الجزائر

### 1- المؤهلات الطبيعية للسياحة العلاجية في الجزائر

تتمتع الجزائر بمقومات وامكانيات طبيعية هامة للسياحة العلاجية، فهي تتميز من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ؛ مناخ متوسطي يكون الجو فيه حارا ورطبا، ويمتد من السواحل الشرقية إلى السواحل الغربية، مناخ شبه قاري يمتد على طول مناطق الهضاب العليا، ومناخ صحراوي يسود مناطق الجنوب والواحات.

هذا التنوع في المناخ جعل الجزائر قبلة للسياحة العلاجية لا سيما في المناطق الصحراوية التي يقصدها معظم المرضى المصابين بمرض الروماتيزم والمفاصل.

بالنسبة للمناطق الجبلية التي تزخر بها الجزائر، فهي تتميز بوجود أربع أنواع من التضاريس المتباينة من الناحية الامتداد، ففي الشمال تمتد سهول التل الجزائري، مثل سهول متيجة، وهران وعنابة، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية منها جبال شيليا بالأوراس، قمة لالا خديجة بجبال جرجرة وغيرها من الجبال التي تتميز بها تضاريس الجزائر، وتتخلل هذه الجبال شعابا ومنايع مائية ونباتات بمختلف الأشكال والأنواع والتي غالبا ما تستخدم في صناعية الأدوية البديلة (طب الأعشاب)، الأمر الذي يؤهل هذا المنتج السياحي ليرقى إلى مستوى الطلب عليه، وتلبية رغبات مستهلكي السياحة العلاجية.

أما جنوب الجزائر فيمثلها الأطلس الصحراوي، ويظهر في الصحراء الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80% من المساحة الكلية للبلاد، وتحتوي على عدد كبير من الواحات المتناثرة عبر الصحراء، تتميز بغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية، ومن بين هذه المناطق: بسكرة، غرداية، وادي سوف، أدرار وعين صالح وغيرها،<sup>18</sup> ولهذا تعتبر صحراء الجزائر منتوجا سياحيا علاجيا بامتياز لما تتميز به من خصائص (كثبان رملية، ثروة حيوانية كالإبل، وبعض النباتات وغيرها) تجعلها في مقدمة المقاصد السياحية العلاجية.

وقد كان للطبيعة الفضل في أن تمنح للجزائر مناظر خلابة، والعديد من المنابع بخصائص علاجية مؤكدة، حيث بينت الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يرتكز أغلبها في شمال البلاد، ومن أهم هذه الحمامات نجد: حمام ريغة بعين الدفلى الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار، حمام بوحنيفية بمعسكر، حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين بخنشلة، حمام دباغ بقالة وحمام ربي بسعيدة... الخ.<sup>19</sup> وتستخدم معظم هذه الحمامات في علاج الكثير من الأمراض، ولتوضيح ذلك نحاول أن نقدم أهم الخصائص العلاجية لحمامات ولاية قالمة على سبيل المثال، حيث تشمل هذه الولاية على 15 منبعا معدنيا ساخنا تعد مقصدا للاستجمام والراحة لمياهها الطبيعية وشلالاتها المعدنية الساخنة التي تستخدم في علاج الكثير من الأمراض خاصة تلك التي لها علاقة بالعظام.<sup>20</sup> والجدول التالي يوضح مختلف المنابع المعدنية في ولاية قالمة.

الجدول رقم (02): المنابع المعدنية في ولاية قالمة.

الخصائص العلاجية	البلدية	اسم المنبع	الرقم
داء المفاصل، داء الأعصاب، اضطراب غددي، داء التنفس، أمراض النساء، أمراض الأذن، الأنف والحنجرة والأمراض الجلدية.	حمام دباغ	عين شداخة	1
		عين بن ناجي	2
		عين الشفاء	3
أمراض المفاصل، أمراض الأعصاب، أمراض التنفس، الأمراض الرئوية (الربو، الزلة الرئوية)، الأمراض الجلدية، أمراض الأنف، الحنجرة والأذن وأمراض النساء.	حمام أولاد علي (هيليوبوليس)	منبع رقم 01	4
		منبع رقم 02	5
		منبع رقم 03	6
		بئر حمام أولاد علي	7
أمراض الروماتيزم، أمراض الشرايين، أمراض الجهاز البولي، الأمراض الجلدية، الأعصاب، أمراض النساء.	عين العربي	قرفة	8
		بلحشاني	9
أمراض: الروماتيزم، الأعصاب، الشرايين، النساء، الجلدية، التنفس.	حمام النبائل	منبع حمام النبائل	10
		منبع المينة	11
أمراض: التنفس، الجهاز الهضمي، الأعصاب، الروماتيزم، الجلدية.	بوحشانة	منبع عساسلة	12
		منبع رومية	13
		منبع بن طاهر	14
		منبع النخلة	15

المصدر: حسب إحصائيات مقدمة من مديرية السياحة لولاية قالمة. نقلا عن .شريف غياط، أسماء خليل، مرجع سابق، ص: 216-215.

2- المحفزات التشريعية والدعائم الحكومية للسياحة العلاجية

بغية النهوض ودعم القطاع السياحي بصفة عامة والسياحة العلاجية بصفة خاصة، اتخذت الحكومة الجزائرية مجموعة من الإجراءات المؤسسية والقانونية والاقتصادية، نذكر بعضها فيما يلي:

1-2- الإجراءات والدعائم القانونية

من أهم التشريعات القانونية التي اتخذتها الحكومة الجزائرية في هذا المجال نذكر:<sup>21</sup>

- القانون رقم 01-03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة المؤرخ في 17 فيفري 2003، والذي جاء من أجل إحداث محيط ملائم ومحفز للسياحة، من خلال إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة، وترقية الصورة السياحية وتنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية ومنها السياحة العلاجية.

- القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية، حيث جاء هذا القانون من أجل إنشاء عمران مهياً ومنسجم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المتميز وحماية المقومات الطبيعية، مما من شأنه أن يشكل دفعا قويا لتطوير وحماية المؤهلات السياحية للبلد، خاصة تلك التي تدخل في إطار السياحة العلاجية.
- القانون المتعلق بتطوير الاستثمار، حيث جاء الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المعدل والمتمم بالأمر رقم 08-06 المؤرخ 15 جويلية 2006 بتنظيم مناخ الاستثمار وألية عمله، وكذا إلغاء التمييز بين القطاع العام والقطاع الخاص، وهو ما قد يسمح للخواص باستغلال مقاصد السياحة العلاجية بشكل أحسن من القطاع العام.

## 2-2- الإجراءات الاقتصادية والمالية (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 SDAT)

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية، ويعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات والمناطق عن مشروعها السياحي لأفاق 2025، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، وتحقيق القفزة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة يجب النظر إليها على أنها تمثل موردا بديلا للمحروقات.<sup>22</sup>

## 3- التحديات والحلول الممكنة لتعزيز تنافسية السياحة العلاجية الجزائرية

إن القراءة الأولية في عدد السياح الذين يختاروا الجزائر كمقصد سياحي لهم توجي بوجود مشكلة تحول دون تطور وازدهار السياحة العلاجية بالجزائر، فبالرغم من تمتع الجزائر بالكثير من المظاهر والمناظر الطبيعية الخلابة التي قد لا نجدها في أوروبا أو حتى في أمريكا وأستراليا، إلا أن هناك العديد من المعوقات التي تقف عائقا في وجه السياحة بصفة عامة والسياحة العلاجية بصفة خاصة، ومن بين هذه المعوقات نقص الخدمات وتسهيلات السفر الداخلية والخارجية، نقص الإعلانات التي تعرف بالمناطق السياحية ببلادنا، البيروقراطية، ناهيك عن عنصر الأمن ولو أنه بدأ في الاستتباب في الآونة الأخيرة. علاوة على ذلك، عرفت السياحة العلاجية في الجزائر أخذا وجذبا بين خيار فتح الاستثمار دون بيروقراطية وعراقيل مالية، أو خيار العزلة وتوجيه المطارات الوطنية والموانئ الجزائرية نحو خدمة العبور للسياح الأجانب والمغتربين من أهل الوطن نحو بلدان أفريقية وأوروبية مجاورة للجزائر والحوض المتوسط. فحصة الجزائر في سوق السياحة العالمية ضئيلة جدا بسبب العجز في هياكل الاستقبال، كما أن 90% من الحظيرة الفندقية لا تستجيب للمقاييس الدولية، وذلك وفق دراسة أعدتها شبكة "أوروميدا" التي تشرف على ترقية الاستثمار بالمنطقة المتوسطة.<sup>23</sup>

إضافة إلى ذلك هناك عدة نقائص تعيق تنمية السياحة العلاجية في الجزائر يمكن ذكر بعضها فيما يلي:<sup>24</sup>

- معوقات متعلقة بالتسيير للقطاع السياحي، ولعل أبرزها عدم امتلاك مديريات السياحة للولايات لاستراتيجية التنمية السياحية على مستوى أقاليمها، أضف إلى ذلك عدم تولي هذه المديريات بتوزيع الخرائط السياحية والمطبوعات الإعلامية حول أهمية السياحة العلاجية.
- معوقات متعلقة بالعقار، حيث يعتبر العقار السياحي من أهم العقار التي تقف أمام السياحة العلاجية، نظرا لتعدد ملكيته، سواء كانت ملكية خاصة أو ملكية عامة، أضف إلى ذلك فالمستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا يعاني من غلاء العقار السياحي في الجزائر، لاسيما بالنسبة للعقارات التي تتوفر على موارد طبيعية علاجية كالحمامات المعدنية.
- معوقات إدارية وقانونية، والتي يمكن تلخيصها في كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية، والفساد الإداري وغياب الشفافية.
- معوقات اقتصادية، ولعل أبرزها الغياب شبه كلي للمؤسسات المالية والبنكية المتخصصة في تمويل الاستثمار في السياحة العلاجية، بالإضافة إلى عدم وجود حوافز موجهة للمستثمرين في هذا المجال.
- معوقات متعلقة بأداء الجماعات المحلية، حيث تواجه الجماعات المحلية، خاصة تلك التي تقع في دائرتها مواقع سياحية علاجية هامة، عدة عراقيل لعل أهمها: ضعف موقع التنمية السياحية العلاجية في خطط التنمية المحلية، مما يؤدي إلى عدم اهتمام الجماعات المحلية بأمر السياحة بصفة عامة والسياحة العلاجية بصفة خاصة، وخاصة البلديات التي تتوفر على مؤهلات سياحية تختص بمسؤولية تسييرها، وقد يكون عدم الاهتمام مرده افتقار الجماعات المحلية إلى الوسائل اللازمة لتغطية المتطلبات السياحية الأساسية لتلك المنطقة.
- إضافة إلى المعوقات السالفة الذكر، هناك معوقات أخرى أهمها: نقص في تأهيل ومهنة المستخدمين، عدم وجود نظرة للمنتجات السياحية العلاجية (المواقع السياحية بلا صيانة وغير مثمينة بصورة كافية)، عدم كفاية طاقات الإيواء وضعف نوعيتها، غياب التحكم في التقنيات الحديثة للسوق بالنسبة لوكالات الأسفار بالإضافة إلى العجز الكبير في تسويق وجهة الجزائر لاسيما في مجال قطاع السياحة العلاجية الذي يبقى غيل مستغل من طرف الحكومة.
- على ضوء هذه المعوقات يمكن اقتراح بعض الحلول لتعزيز تنافسية السياحة العلاجية الجزائرية:<sup>25</sup>
- تنظيم وتأطير نشاط السياحة العلاجية، ويكون ذلك من خلال تحديد قواعد التهيئة السياحية (تحديد موقع كل قطب سياحي وتعريف الفروع)، وتوحيد الإجراءات على جميع الفاعلين في القطاع السياحي (اشتراط مخطط توجيهي لمشروع الاستثمار مع الضمان المالي لكل مشروع بإشراك بنك من الدرجة الأولى).
- ضمان توفير وتسهيل الخدمات السياحية، خاصة ونحن نعلم بأن الجزائر تحتل في مجال البنية التحتية المرتبة 106 عالميا، وذلك وفقا لتقرير التنافسية العالمية لسنة 2013 والذي يعده المنتدى الاقتصادي العالمي، وهي مرتبة متأخرة قياسا إلى إمكانيات الجزائر.

- إعادة الاعتبار للوكالة الوطنية لتنمية السياحة التي تقوم في الوقت الحالي بدور ثانوي لم تنشأ من أجله، بحيث تكتفي بالإشراف فقط.
- تهيئة وتطوير الموارد البشرية من أجل مواجهة التحديات التي يشهدها العالم اليوم في بيئة الأعمال، خاصة وأن عائد الاستثمار في تنمية الموارد البشرية أصبح يفوق عائد الاستثمار المادي.
- التواصل والتشاور بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى، خاصة وأن نجاح السياحة العلاجية بحاجة ماسة إلى إمكانيات مادية وبشرية التي توفرها بعض القطاعات كقطاع الزراعي والصناعي.
- تشجيع الاستثمار في السياحة العلاجية وتكوين احتياطات عقارية، وذلك من خلال توفير إدارة مناسبة للاستثمارات السياحية العلاجية والتركيز على البنى التحتية مع إزالة العوائق أمام المستثمرين، وكذا تقديم تسهيلات لترقية مثل هذا النوع من الاستثمارات كالتسهيلات المتعلقة بالقروض البنكية، التخفيضات الضريبية وتوفير العقار بأسعار معقولة، وذلك لتحقيق المشاريع السياحية في كل مناطق الوطن، لاسيما الهضاب العليا والصحراء اللتان تعتبران من أهم مناطق الجذب السياحي في مجال السياحة العلاجية.
- نشر الوعي وتهيئة المجتمع المحلي للتفاعل الإيجابي مع النشاط السياحي العلاجي، وذلك من خلال الإعلان والترويج (إصدار الخرائط السياحية وتوزيعها على السياح) بأهمية وفوائد العلاج بالمياه المعدنية على سبيل المثال.
- تبسيط إجراءات الدخول للسياح والتجهيزات السياحية، كتسهيل إجراءات منح تأشيرات الدخول، ومنح الجانب الجبائي تخفيضات حول أعباء بعض المؤسسات والمتمثلة في تطبيق نسبة مخفضة في ميدان الحقوق الجمركية بالنسبة للتجهيزات المستوردة في إطار إنجاز المشاريع السياحية.
- القضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة، باعتبار انتشار السوق السوداء للعملة يعتبر من معوقات القطاع السياحي، من خلال إضعاف القيمة الحقيقية لهذا القطاع، وضعف ثقة السائح بالبلد.

#### خلاصة

تنعكس القدرة التنافسية للبلد كوجهة سياحية في قدرته على زيادة الطلب والإنفاق السياحي من خلال جذب أكبر عدد من السياح من خلال تكثيف الجهود الترويجية وتحسين مستوى الخدمات المقدمة للسياح سواء كانت الضيافة أو الإقامة أو غيرها مثل النقل والمواصلات، وما إلى ذلك. وهناك العديد من التدابير التي اتخذتها دول مختلفة لزيادة قدرتها التنافسية كوجهة سياحية. إلا أن مفتاح نجاح هذه التدابير هو أن توضع ضمن استراتيجية فاعلة لإدارة الوجهات والمؤهلات التي تمتلكها، وذلك لأجل تحقيق أهدافها من حيث رفع في الاعتبار تعقيدات الوجهات السياحية والمؤهلات التي تمتلكها، وذلك لأجل تحقيق أهدافها من حيث رفع القدرة التنافسية للوجهة (المقصد).

هنالك العديد من الدول في العالم التي اشتهرت بأنواع سياحية محددة، ومن أمثلتها في العالم العربي السياحة التاريخية بمصر، السياحة الدينية بالسعودية، والسياحة العلاجية بالأردن... الخ. وتمتلك الجزائر من المؤهلات ما يمكنها من تعزيز قدراتها التنافسية في مجال السياحة العلاجية والوصول إلى مراتب عالمية متقدمة في هذا المجال، ومع ذلك فإن مكانتها التنافسية في هذا المجال لا تزال متدنية. ويرجع ذلك لعدة أسباب أهمها غياب استراتيجية واضحة وفعالة لتطوير هذا النوع السياحي. مما انعكس بدوره على ضعف خدمات السياحة العلاجية وكذا وجود العديد من النقائص التي تحول دون تطوير السياحة العلاجية بالبلد، منها مشكل العقار السياحي، الإجراءات البيروقراطية في منح رخص الاستثمار السياحي، غياب الثقافة السياحية ونقص التوعية والتحسيس، غياب الترابط بين المصالح الوزارية لوزارة السياحة ووزارة الصحة... الخ.

بالنظر إلى النقائص المسجلة بالجزائر في مجال السياحة العلاجية، ومع قدرة هذا النوع على جذب السياح من الداخل والخارج، فإنه لا بد من وضع حلول وإجراءات من شأنها معالجة النقائص المسجلة لأجل التمكن من تعزيز التنافسية السياحية للمقاصد العلاجية بالجزائر. ومن أهم الحلول المقترحة:

- تعزيز التشاور والتواصل بين قطاعي الصحة والسياحة لأجل تحقيق التميز والجودة في خدمات السياحة العلاجية المقدمة.
- إنشاء وكالة وطنية لترقية وتطوير السياحة العلاجية، تتولى مهام الإشراف على ترقية جودة الخدمات المقدمة في مجال السياحة العلاجية على المستوى الوطني.
- تشجيع الاستثمار الخاص والأجنبي في مجال السياحة العلاجية، وتسهيل الإجراءات للمستثمرين في هذا المجال.
- تهيئة وتطوير الموارد البشرية في مجال السياحة العلاجية، من أجل مواجهة التحديات التي يشهدها العالم اليوم في بيئة الأعمال، خاصة وأن عائد الاستثمار في تنمية الموارد البشرية أصبح يفوق عائد الاستثمار المادي.
- إعادة تنظيم وتأطير نشاط السياحة العلاجية، وذلك من خلال تحديد قواعد التهيئة السياحية للمقاصد السياحية العلاجية (على سبيل المثال مناطق تواجد الحمامات المعدنية الساخنة بقالة، خنشلة، بسكرة... الخ).

## الهوامش

- 1- أسماء سفاري، فرص التكامل بني الجزائر، تونس والمغرب للتسويق لمبدأ المقصد السياحي الأعظم، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الرابع، العدد الأول، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، جوان 2017، ص: 216.
- 2- Bozema Krce Miotic and Mili rezoviol and Tomilva Klarim, «management of sustainable tourism destination through stakeholder cooperation», *journal of contemporary management*, vol: 27, issue 02, 2016, P100. See it on: [www.hrca.hr/index.php?show=clamak\\_id\\_clamak\\_jezik=252674](http://www.hrca.hr/index.php?show=clamak_id_clamak_jezik=252674), the 23/08/2017, at 11h: 10mn.
- 3- Marica mazurek, «competitiveness in tourism-models of tourism competitiveness and their applicability: case a study Austria and switzerland», *European journal of tourism, hospitality and recreation* (polytechnic institute of leiria), special issue, 2014, P75, see it on: [www.ejthr.com/ficheiros/2014/specialissue/ejthr\\_volume5\\_se\\_art4.pdf](http://www.ejthr.com/ficheiros/2014/specialissue/ejthr_volume5_se_art4.pdf), the 23/08/2017, at 11h:58mn.
- 4- Dimitrios Buhalis, according to: Ray F. Iunius, Laura Cismaru, and Diana Foris, «Raising Competitiveness for Tourist Destinations through Information Technologies within the Newest Tourism Action Framework Proposed by the European Commission», *sustainability (international open access journal / Switzerland)*, volume 07, issue 09, September 2015, p 12892, see it on: <http://www.mdpi.com/2071-1050/7/9/12891>, accessed on 29/08/2017 at 19h:00mn.
- 5- Gabriel sanda, «how to make a destination more competitive in tourism», *annals of the constantin brancusi (academica brancusi publisher), university of targu jiu, economy series, issue 03, 2016, p 74*, see it on: [www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2016-03/13\\_gabriel%20sanda.pdf](http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2016-03/13_gabriel%20sanda.pdf), the 24/08/2018, at 11:38mn.
- 6- Alain dupeyras and neil maccallum, «indicators for measuring competitiveness in tourism; a guidance document» *OECD tourism papers 2013/02, OECD publishing*, p 14, see it on: [www.dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en](http://www.dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en), the 24/08/2018, at 18h: 30mn.
- 7- Tegegne anteneh wondowossen and nobukazu nakagoshi and all, «competitiveness as an indicator of sustainable development of tourism: applying destination competitiveness indicators to Ethiopia», *journal of sustainable development studies, (ISSN 2201-4268), vol 06, issue 01, 2014, p73*, see it on: [www.infinitypress.info/indes.php/jsds/article/view/673/312](http://www.infinitypress.info/indes.php/jsds/article/view/673/312), the 23/08/2018, at: 13h: 20mn.
- 8- Pasa Mustafa ozyurt and Kemal kantarci, «the intervening role of competitiveness on the relationship between sustainability and tourism performance: a research on European countries», *economic themes journal (faculty of economics infis, Serbia)*, vol 55, issue 01, 2017, P94, see it on: [www.ekohomcketeme.cp6/pdf/et2017\\_06.pdf](http://www.ekohomcketeme.cp6/pdf/et2017_06.pdf), the 26/08/2018, at 18h:20mn.
- 9- Wei-chiang hong, *competitiveness in the tourism sector: a comprehensive approach from economic and management points*, physica-verlag (spring international publisher), Heidelberg, Germany, first edition, 2008, p 09.
- 10- Demitrios buhalis, «marketing the competitive destination of the future», *international journal of tourism management*, volume 21, issue 01, February 2000, P 98, see it on: [www.researchgate.net/publication/263731407](http://www.researchgate.net/publication/263731407), the 27/10/2018, at 14h:40mn.
- 11- Boleslaw goranczewski and Daniel Puciato, *SWOT analysis in the formulation of tourism development strategies for destinations*, *tourism journal (the central European journal of social sciences and humanities)*, volume 20, issue 02, 2010, P :47, see it on: [www.cejsh-icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.hdl\\_11089\\_11416](http://www.cejsh-icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.hdl_11089_11416), the 20/10/2018, at 16h: 10mn.

12- IBID, p:46.

13- وزاني محمد، السياحة المستدامة : واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر- دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة ( حمام ربي)، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق الخدمات، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2011، ص:37.

14- شريف غياط و أسماء خليل، «السياحة العلاجية في الجزائر كمدخل لتحقيق التنمية المحلية : ولاية قالمة نموذجاً»، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات - العدد الحادي والأربعين (2)، 2017، ص: 211، اطلع عليه بـ: <http://journals.qou.edu/index.php/jrresstudy/article/view/537/503> يوم: 2018-11-12.

15 وزاني محمد، مرجع سبق ذكره، ص: 38.

16- الياس عياشي، الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص: 18.

17- ربوي سليمة، «واقع السياحة العلاجية في الجزائر وطموحاتها المستقبلية»، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، المجلد 11، العدد 1، الجزائر، 2018، ص: 239.

18 بوفليح نبيل، تاقوروت محمد، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، حالة الجزائر، تونس والمغرب، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر. الواقع والأفاق، جامعة بويرة، يومي 11، 12 ماي 2010.

19 الوزاني محمد، مرجع سبق ذكره، ص 117

20 شريف غياط، أسماء خليل، السياحة العلاجية في الجزائر كمدخل لتحقيق التنمية المحلية "ولاية قالمة نموذجاً"، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 41، الجزء 02، كانون الثاني 2017، ص 215.

21 أنظر إلى:

. عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 04، جوان 2016، ص 75.

. المادة رقم 02 من القانون رقم 01-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003.

. المادة رقم 01 من القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003.

22- عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، مرجع سابق، ص 76.

23- الياس عياشي، الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل "مدينة جيجل نموذجاً"، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2009.

24- أنظر إلى:

. بلحمري خيرة، حفصي بونبعو ياسين، مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والتنمية، جامعة يحي فارس، المدية، العدد 08، جوان 2017، ص. ص 220 223.

. محبوب بن حمودة، بن قانة إسماعيل، أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 05، 2007، ص 64.

25. بلحمري خيرة، حفصي بونبعو ياسين، مرجع سابق، ص. ص 223 228.