وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مولود معمري–تيزي وزو

كلية: الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

استحداث تطبيق حول الترويج للسياحة الخضراء في الجزائر

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص:قانون اعمال

إعداد الطالبتان:

✓ صحراوي جهيدة

✓ بوساكو ياسمين

إشراف الدكتورة:

✓ آيت يوسف صبرينة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
إيقلولي صافية	جامعة تيزي وزو	رئيسا
آيت يوسف صبرينة	جامعة تيزي وزو	مشرفا ومقررا
سليماني حميدة	جامعة تيزي وزو	عضوا
نعار فتيحة	جامعة تيزي وزو	ممثلة عن الحاضنة
بلقادة سيليا	تيزي وزو	ممثلا عن الشريك الاقتصادي

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وعرفان

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق والسداد ومنحنا الثبات وأعاننا على إتمام هذا العمل بعد أن سافرنا لنضع النقاط على الحروف ونكشف ما وراء ستار العلم والمعرفة فها هي ثمار علمنا قد أينعت وحان قطافها

هذه كلماتنا المبعثرة نهمس بها في أذن كل من سيفتح هذه المذكرة لينهل معها ما يشاء ويشتهي وينقد ما يرفض ويبتغي

هي أيضا كلمات شكر إلى كل من حثنا وغرس فينا الأمل والإرادة

إلى كل من الأستاذة المشرفة "**آيت يوسف صبرينة**" وجميع الأساتذة

إلى جميع من ساعدنا من قريب أو بعيد

الإهداء

بسم الله الرحمان الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين

اشكر الله العلي القدير الذي أنعم عليَّ بنعمة العقل والدين، القائل في محكم التنزيل "**وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ**" سورة يوسف آية 76 ... صدق الله العظيم

وقال رسول الله (صلي الله عليه وسلم): **"من صنع إليكم معروفاً فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه"** ... (رواه أبو داوود)

والحمد لله ها نحن نحصد ثمار التعب بعد عام طويل حيث لا يصل الناس إلى حديقة النجاح، دون أن يمروا بمحطات التعب والفشل واليأس، وصاحب الإرادة القوية لا يُطيل الوقوف في هذه المحطات.

وفي اللحظة الاكثر فخرا أهدي تخرجي هذا إلى من علمني العطاء وإلى من أحمل اسمه بكل افتخار وأرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار **"والدي العزيز الحسين"**

إلى من وضع المولى – سبحانه وتعالى – الجنة تحت قدميها، ووقَّرها في كتابه العزيز... **"أمي الحبيبة كريمة"**

وإلى من بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها إلى من أعتمد عليهم في كل كبيرة وصغيرة وإلى من عرفت معهم معنى الحياة ... ضلعي الثابت وأمان أيامي **"اخوتي فواد، رضا، امين، شهرة"**

الى رفيق الدرب وصديق الأيام جميعًا بحلوها ومرّها لوقوفه إلى جانبي كي أحقّق طموحي العلمي ومن أخذ بيدي نحو ما أريد **"زوجي ردوان"**

واخيرا إلى من أرادو بي كسرا ... وجعلهم الله جسرا اعبر به إلى الأفضل

ياسمين

الإهداء

الحمد لله حبا وشكرا وامتنان على البدء والختام وآخر دعاء الحمد لله رب العالمين

أرى مرحلتي الدراسية قد شارفت على الانتهاء بالفعل بعد تعب ومشقة دامت سنين في سبيل الحلم والعلم حملت في طياتها أمنيات الليالي وأصبح عنائي اليوم للعين قرة ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي وأرفع قبعتي بكل فخر فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد ان رضيت ولك الحمد بعد الرضا لأنك وفقتني على اتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي

بكل حب وفخر واعتزاز أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي:

إلى الذي زين إسمي بأجمل الالقاب من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل الى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة إلى من كلل العرق جبينه وعلمني أن النجاح يأتي بعد الصبر والاصرار إلى مصدر قوتي بعد الله وملاذ فخري وإعتزازي والدي **"صحراوي الوردي"**

إلى من جعل الله الجنة تحت قدميها وإحتضنني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها الى الانسانة العظيمة التي لطالما تمنت أن تقر عينها في يوم كهذا إلى نبض قلبي والدتي **"حمزاوي رزيقة"**

الى من شددت عضدي بهم فكانوا انابيع ارتوي منها الى خيرة ايامي وصفوتها اخوتي واخواتي **"رابح زماج، نصر الله، أمين، اسماعيل، ياسين، عزيز، صارة، وسام، ريمة"**

إلى عزي واعتزازي ووتيني وشريك أيامي إلى الذي أمدني بالقوة وآمن بي ودعمني في كل الأوقات لأصل لما أنا عليه الى من أحسن عشرتي وجعلني في بيت قلبه ملكة الى من كان خير عون وسند حبيبي وخطيبي **"عبد المالیك"**

الى رفيقات دربي من تميزوا بالوفاء والصفاء صديقات عمري **"خديجة جبايلي، وئام شخاب، دنيا حمدي"**

وأيضا وفاءا وتقديرا واعترافا مني بالجميل اتقدم بجزيل الشكر لكل الاستاذة وطاقم ادارة كلية الحقوق والعلوم السياسية لجامعة مولود معمري

وأخيرا من قال أنا لها نالها وانا لها رغما عنها ان ابت اتيت بها ماكنت لأفعل دون توفيق من الله ها هو اليوم العظيم هذا اليوم الذي أجريت سنوات الدراسة شاقة حالمة فيها حتى توالت بمنه وكرمه لفرحة التمام الحمد لله الذي به خيرا واملا الا واغرقني سرورا وفرحا ينسيني مشقتي وتعبي، ودائما أجمل انتقام هو النجاح أمام أعين تعشق رؤيتك فاشلا

جميدة

مقدمة

تعد السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية في العالم اليوم، إذ تساهم بشكل كبير في تعزيز النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة،كما تعزز التبادل الثقافي بين الشعوب وتسهم في نشر المعرفة والفهم المتبادل بين مختلف الثقافات، بالإضافة إلى ذلك فإن السياحة توفر فرص عمل لملايين الأشخاص حول العالم، سواء بشكل مباشر في قطاع الضيافة والنقل والترفيه، أو بشكل غير مباشر في القطاعات الداعمة الأخرى، وتتنوع أشكال السياحة بين السياحة الثقافية، والطبيعية، والخضراء، والترفيهية، والعلاجية، وغيرها، مما يجعلها مجالا واسعا يتكيف مع اهتمامات وتطلعات السياح المختلفة،وعليه فتطوير البنية التحتية السياحية وتحسين جودة الخدمات المقدمة للسياح، يعتبران من العوامل الأساسية التي تساعد الدول على جذب المزيد من الزوار وتحقيق فوائد اقتصادية واجتماعية كبيرة.

تعتبر السياحة الخضراء نهجا متناميا يركز على تحقيق التوازن بين الأنشطة السياحية والتنمية البيئية،وتتميز هذه السياحة في الجزائر بمزيج فريد من الجمال الطبيعي، التراث الثقافي الغني، والتنوع البيولوجي الواسع،حيث تحتل الجزائر موقعا جغرافيا متميزا يتيح لها تقديم تجارب سياحية متنوعة تشمل الصحراء الكبرى، السواحل المتوسطية، الجبال الشامخة، والمناطق الريفية الغنية بالتراث، وبالتالي فالترويج للسياحة الخضراء في الجزائر يستهدف الحفاظ على هذه الموارد الطبيعية والبيئية الفريدة، مع تعزيز الوعي البيئي والتنمية المستدامة.[1]

كما تتطلب السياحة الخضراء في الجزائر تبني سياسات وبرامج تركز على تقليل التأثيرات البيئية السلبية للسياحة وتعزيز الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للسكان

[1]– أحمد بن عيسى، "السياحة البيئية والتنمية المستدامة في الجزائر"، **مجلة الدراسات البيئية**، العدد 5، 2021، ص 45–60.

المحليين، والذي يشمل الاستثمار في البنية التحتية الصديقة للبيئة، مثل الفنادق التي تعتمد على الطاقة المتجددة، ومرافق إدارة النفايات الفعالة، ووسائل النقل المستدامة، ودعم الاقتصاد المحلي من خلال شراء المنتجات والخدمات المحلية،وتهدف هذه المبادرات إلى خلق تجربة سياحية متميزة ومستدامة، تعزز من جاذبية الجزائر كوجهة سياحية خضراء على المستوى العالمي.

تجدر الإشارة إلى أنه يجب على الجزائر أن تتبنى استراتيجية متكاملة تشمل التعاون بين القطاعين العام والخاص، والمجتمع المحلي، وذلك من خلال الترويج للسياحة الخضراء بتنظيم حملات توعية وتثقيفية تستهدف السياح والمجتمع المحلي، وتطوير برامج تدريبية للعاملين في القطاع السياحي لتعزيز مهاراتهم في الممارسات المستدامة، كما ينبغي عليها تعزيز البحث العلمي والدراسات البيئية لتحديد أفضل الممارسات وتطبيقها، بالإضافة إلى ذلك يمكن للحكومة الجزائرية أن تتعاون مع المنظمات الدولية والمؤسسات البيئية لتبادل الخبرات والموارد.

تكمن أهمية دراستنالموضوع الترويج للسياحة الخضراء في الجزائر في عدة جوانب رئيسية، تتعلق بالتنمية الاقتصادية المستدامة، الحفاظ على البيئة، وتعزيز الوعي الثقافي والاجتماعي، حيث توفر السياحة الخضراء مصدرا بديلا ومستداما للدخل الوطني، مما يساعد على تنويع الاقتصاد الجزائري الذي يعتمد بشكل كبير على النفط والغاز، كما أنها تساعدالسياحة الخضراء خلق فرص عمل جديدة في مختلف القطاعات، وتركز السياحة الخضراء على حماية الموارد الطبيعية الفريدة في الجزائر، مثل الصحراء الكبرى، السواحل المتوسطية، والغابات، بالإضافة إلى أنها تعزز التبادل الثقافي والتفاهم بين الزوار والسكان المحليين، وأيضا يمكن لدراستنا أن تساهم في رفع

مستوى الوعي البيئي بين المواطنين والسياح على حد سواء، وتشجيعهم على تبني ممارسات مستدامة ومسؤولة.

يهدف دراسة موضوع الترويج للسياحة الخضراء في الجزائر إلى تخطيط استراتيجي نحو بناء اقتصاد أكثر تنوعا واستدامة، حيث سنحاول دراسة القوانين واللوائح الحالية المتعلقة بالسياحة والبيئة في الجزائر، وتحديد الفجوات القانونية والاحتياجات للتحديث والتطوير، وتقديم مقترحات لتطوير التشريعات والسياسات العامة التي تدعم السياحة الخضراء وتضمن استدامتها، بالإضافة لاقتراح إنشاء أو تحسين آليات الرقابة البيئية لضمان التزام المنشآت السياحية بالمعايير البيئية، وتعزيز التعاون بين مختلف الهيئات الحكومية وغير الحكومية، المحلية والدولية، لتطبيق وتنفيذ السياسات البيئية في القطاع السياحي، وأيضا دعم الأبحاث والدراسات الأكاديمية التي تتناول موضوع السياحة البيئية، وتشجيع إدماج مفاهيم الاستدامة في المناهج التعليمية، فمن خلال تحقيق هذه الأهداف يمكن أن تساهم الدراسة في تقديم حلول قانونية وإدارية فعالة لترويج السياحة الخضراء في الجزائر.

وعليه من خلال ما سبق فالإشكالية التي يمكننا طرحها من خلال دراستنالموضوع الترويج للسياحة الخضراء في الجزائر هي:

هل استحداث تطبيق لتعزيز السياحة الخضراء في الجزائر يستحق التوازن؟

تحقيقا لأهداف الدراسة يمكننا الاعتماد على المنهج الاستقرائي الذي يهدف إلى استقراء النصوص القانونية وتحليلها، كما يجمع بين الوصفي والتحليلي وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات حول الوضع الحالي للسياحة في الجزائر، مع التركيز على السياحة الخضراء،ويتضمن هذا وضع التعاريف والمفاهيم الأساسية لموضوع

الدراسة، بالإضافة لوصف وتحليل الإطار القانوني والتنظيمي الحالي الذي يحكم السياحة الخضراء في الجزائر، بما في ذلك القوانين البيئية والتشريعات السياحية، وكذا المنهج التحليلي وذلك من خلال دراسة العوامل البيئية والاقتصادية والاجتماعية التي تؤثر على تطوير السياحة الخضراء في الجزائر، ودراسة القوانين والتشريعات الوطنية والدولية المتعلقة بالسياحة الخضراء وحماية البيئة، وتقييم مدى توافقها مع أهداف التنمية المستدامة.

وللإجابة على الإشكالية المطروحة سلفا ارتأينا للتقسيم الثنائي في دراستنا بحيث قسم نظري يتحدث حول الطبيعة القانونية للترويج بالسياحة الخضراء، وقسم تطبيقي يتحدث حول آليات تفعيل الترويج للسياحة الخضراء.

الفصل الأول:

الطبيعة القانونية للترويج بالسياحة الخضراء

المبحث الأول

الترويج والسياحة الخضراء مفهومان لاقتصاد واعد

تلعب السياحة الخضراء دور كبير في الحفاظ على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة ولتحقيق ذلك هناك حاجة إلى تفعيل وتنمية وتطوير هذا القطاع بشكل مستمر ومستدام من خلال تطبيق أدوات متعددة وتعاون بين الدولة وأصحاب المصلحة، فيمكن الحفاظ على الموارد البيئية للأجيال الحالية والمستقبلية، كما يجب وضع قوانين وسياسات بيئية فعالة لحماية المناطق الطبيعية الهامة وتنظيم السياحة فيها، بما في ذلك تحديد المناطق المحمية وتطبيق القيود على النشاطات غير المستدامة، هذا ما جعل الاشكال يظهر حول ماهية هذه السياحة والترويج لها وهو ما سنتطرق له في هذا المبحث من خلال مفهوم الترويج للسياحة الخضراء في **(المطلب الأول)**، ثم متطلبات السياحة الخضراء من أجل ترويجها وتسويقها بما يخدم هذا القطاع في **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول: مفهوم الترويج للسياحة الخضراء:

تعد السياحة الخضراء من المقومات الأساسية التي يقوم عليها الاقتصاد السياحي في الدول، وهو ما يستدعي منا التطرق لتعريف الترويج للسياحة الخضراء **(الفرع الأول)**، خصائص الترويج للسياحة الخضراء **(الفرع الثاني)**، وأنواع الترويج للسياحة الخضراء **(الفرع الثالث)**.

الفرع الأول: تعريف الترويج للسياحة الخضراء:

سنتطرق في هذا الفرع لكل من تعريف الترويج **(أولا)**، ثم نتطرق لتعريف السياحة **(ثانيا)**.

أولا: تعريف الترويج:

عرف كوتلر الترويج على أنه النشاط الذي يتم ضمن إطار، أي جهد تسويقي وينطوي عملية اتصال إقناعي، وعرفه كيرنان وزملائه بأنه "الجهد المبذول من البائع لإقناع الزبون بقبول المعلومات حول المنتج وحفظها في ذهنه بصورة أكثر تحديدا بعد اتخاذه لقرار الشراء"،[1] وبالتالي فهو "مجموعة من الأنشطة التواصلية التي تهدف إلى التأثير على سلوك المستهلكين وتعزيز صورة المنتج أو الخدمة في السوق".[2] يعتبر الترويج أحد عناصر المزيج التسويقي ويشمل الإعلان، العلاقات العامة، تنشيط المبيعات، والتسويق المباشر.

كما يمكن تعريفه بأنه التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ للمعلومات وفي تسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة، فهو يتأثر بالقرارات المتعلقة بالسلعة السعر والتوزيع فمثلا بعض قرارات التسعير يسهل ترويجها، بينما سياسات أخرى قد لا يتقبلها المتصلون حتى بعد الترويج لها، ويتغلب الترويج على مشكلة جهل المستهلك، بتقديم المعلومات عن الشركة السلعة، العلامة التجارية،الأسعار، توفر السلعة استخدامات السلعة، كما يشتغل الترويج على تردد المستهلك باتزان وخلق حالةنفسية معينة يتقبل المستهلك بمقتضاها ما يقدم إليه.[3]

---

[1]– علي فلاح الزغبي، إدارة الترويج والاتصالات التسويقية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 33.

[2]- Lendrevie, J., & Lindon, D, Mercator 12e édition: Théories et nouvelles pratiques du marketing, Paris: Dunod, 2015.

[3]– بشير عباس العلاق، الترويج والاعلان التجاري، دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 09-10.

يعد الترويج العنصر الأساسي الذي يعكس جميع الجهود والأنشطة التسويقية المرتبطة بالمزيج التسويقي السياحي، فهو الوسيلة التي تستخدمها الجهات السياحية لنقل الرسائل المطلوبة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية المحددة في خططها التسويقية، ويكمن الهدف النهائي للترويج في تعديل سلوك المستهلك، أو السائح، سواء من خلال تحفيزه على بدء عملية الشراء، أو تغيير نمط سلوكه الشرائي، أو تعزيز استمرارية الشراء، ولتحقيق هذه الأهداف ينبغي على المنظمات والهيئات العاملة في صناعة السياحة تبني استراتيجيات ترويجية متقدمة تقنيا، والتي تنفذ بواسطة متخصصين مؤهلين، يتمتعون بالكفاءة والخبرة اللازمة لترويج الأفكار بفعالية.[1]

وعليه فالترويج للسياحة ما هو إلا عملية اتصالية تسويقية مباشرة أو غير مباشرة تعمل على توصيل البيانات والمعلومات للسائح عن الفكرة أو الخدمة السياحية المراد الترويج لها، وإقناعه وحثه على الحصول على الخدمات السياحية عن طريق وكلاء السياحة والسفر وعبر مختلف وسائل الترويج المقنعة والتي تسمى بالمزيج الترويجي السياحي.[2]

ثانيا: تعريف السياحة:

تعرف السياحة على أنها نظام مفتوح مؤلف من خمسة عناصر جميعها تتفاعل مع البيئة الأوسع، العنصر البشري، السياح، كما تتفاعل مع ثلاثة عناصر جغرافية هي:

---

[1]– الداوي الشيخ، قمراوي نوال، "الترويج السياحي كأسلوب لترقية القطاع السياحي في الجزائر"، **مجلة المؤسسة "مجلة دورية علمية محكمة"**، المجلد الأول، العدد الأول، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2012، ص 128.

[2]– الداوي الشيخ، قمراوي نوال، "دور استراتيجيات الترويج السياحي في ترقية القطاع السياحي في الجزائر"، **مجلة المؤسسة "مجلة دورية علمية محكمة"**، المجلد الثالث، العدد الثالث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2014، ص 31.

الإقليم المولد لسياحة، دول الطريق التي يتوقف السائح عندها خلال رحلته وجهة القصد العنصر الاقتصادي، وصناعة السياحة نفسها.[1]

كما تعرف على أنها نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الافراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحية المعروفة ماعدا الدراسة والعمل.[2]

في حين عرفها آخرون على أنها مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عملية التفاعل بين السياح ومنشآت الأعمال، والدول والمجتمعات المضيفة وذلك استقطاب واستضافة هؤلاء السياح والزائرين.[3]

أما بالنسبة للسياحة الخضراء فتعتبر تلك النوع الترفيهي والترويحي عن النفس والذى يوضح العلاقة التي تربط السياحة بالبيئة، أو بمعنى آخر كيف يتم توظيف البيئة من حولنا لكي تمثل نمطاً من أنماط السياحة التي يلجأ إليها الفرد للاستمتاع، فالسياحة الخضراء ما هي إلا متعة طبيعية، أي متعة بكل شيء طبيعي يوجد من حولنا في البيئة البرية والبحرية، وقد ورد تعريف للسياحة الخضراء من قبل الصندوق العالمي للبيئة على أنها "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى

[1]– حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 23.

[2]– محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر لنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص 22.

[3]– عبد الاله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 08.

الخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وحضاراتها في الماضي والحاضر، فهي سياحة تعتمد على الطبيعة في المقام الأول بمناظرها الخلابة".[1]

كما يقصد بها الاستمتاع بالمناطق الخضراء من مناطق ريفية ونباتات، وتطبيقا لهذا النوع ظهر ما يعرف بسياحة المزارع، ويتمثل في تنظيم زيارات للمزارع والإقامة بها، هروبا من زحام المدينة للاستمتاع بالأنشطة الريفية المختلفة، وانتشر هذا النمط من السياحة بشكل متزايد خلال السنوات الأخيرة وبصفة خاصة في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.[2]

وبالتالي فهي السفر والانتقال من مكان لآخر بغرض الاستمتاع والدراسة والتفهم والتقدير وبروح المسؤولية للمناطق الطبيعة البكر مع كل ما يصاحبها من مظاهر ثقافية وتقليدية، وبتعبير آخر هي مجموعة أفكار وخطوط تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية والأثرية والدينية والصحية والطبيعية بكل عناصرها، من مصادر المياه المعدنية ونباتات وحيوانات وطيور وجبال وغابات، وفق خطة استراتيجية بعيدة المدى تعمل على خلق سياحة شاملة رفيقة بالبيئة.[3]

---

[1]– بوحميدي سارة، عنابي بن عيسى، مرجع سابق، ص 236.

[2]– بوعشاش سامية، السياحة البيئية في المناطق الجبلية "حالة جبال تيكجدة بولاية البويرة–الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص الإدارة البيئية والسياحية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2013، ص 36.

[3]– زيد منير عبوي، السياحة في الوطن العربي، دار الريادة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 48.

الفرع الثاني: خصائص السياحة الخضراء:

تتفرع السياحة الخضراء إلى العديد من الخصائص والمميزات التي تجعلها في مرتبة أعلى من ناحية تقوية الاقتصاد المحلي في الدولة والمتمثلة في النقاط التالية:

أولا: السياحة الخضراء كنهج مستدام: حيث تعتبر السياحة الخضراء بأنها نوع من أنواع السياحة التي تهدف إلى الحفاظ على البيئة والحياة البرية والمحيطات، وتعزيز التوازن بين النشاط البشري والحفاظ على التنوع البيولوجي والمحيطات.

ثانيا: السياحة الخضراء كتنمية مستدامة: حيث تعتبر السياحة الخضراء بأنها نموذج للسياحة الذي يؤمن بأهمية الحفاظ على الموارد الطبيعية والبيئة، ويسعى إلى تعزيز التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية.

ثالثا: السياحة الخضراء كتجربة فريدة: حيث تعتبر السياحة الخضراء بأنها تجربة سفر فريدة تتيح للسياح فرصة لاكتشاف الطبيعة والتفاعل معها بطريقة مسؤولة واحترامية.

رابعا: السياحة الخضراء كمسؤولية اجتماعية: حيث تعتبر السياحة الخضراء بأنها نوع من أنواع السياحة التي تضع الاهتمام بالمجتمعات المحلية والحفاظ على ثقافتها وتعزيز تواصلها مع البيئة في مقدمة أولوياتها.

خامسا: السياحة الخضراء كفرصة تعليمية: حيث تعتبر السياحة الخضراء بأنها توفر فرصة للتعلم والتثقيف حول أهمية الحفاظ على الطبيعة والمحافظة على التنوع البيولوجي وتأثير الأنشطة البشرية على البيئة.[1]

الفرع الثالث: أنواع السياحة الخضراء:

هناك عدة أنواع من السياحة الخضراء التي يمكن الاستفادة منها والتفاعل مع البيئة بصورة إيجابية، وتشمل ما يلي:

أولا: السياحة الطبيعية الإيكولوجية:تركز هذه السياحة على استكشاف العناصر والأنظمة الحيوية التي تقدمها الطبيعة مثل الغابات، الأنهار، المغارات، والمحميات الطبيعية، بالإضافة إلى الحدائق والمنتزهات التي خلقها الإنسان.

ثانيا: السياحة المناخية:تستهدف استكشاف الفصول المختلفة وتجاربها المناخية والتحولات بينها، مما يخلق فرصًا سياحية متنوعة ومثيرة.

ثالثا: السياحة البيولوجية:تتضمن استكشاف الثروات النباتية والحيوانية المتنوعة، بما في ذلك المياه المعدنية والثروات السمكية والطيور والكائنات البرية والبحرية.[2]

[1]– زعيمن كوثر، بوسكين راضية، واقع السياحة البيئية في المناطق الجبلية "دراسة حالة ولاية جيجل"، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق فندقي وسياحي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي–جيجل، 2021، ص 09.

[2]– اسراء موفق رجب، "السياحة البيئية "مفهومها، أنواعها، سياسة تنميتها"، **مداخلة ضمن الندوة العلمية السنوية لقسم السياسة العامة وإدارة الازمات "الجغرافية السياسية في العراق الواقع والآفاق"**، العدد الثامن، كلية التربية، الجامعة المستنصرية، مصر، ص 166–167.

رابعا: السياحة الثقافية:تشمل زيارة المواقع والآثار التاريخية، واكتشاف تراث السكان المحليين من تاريخ وديانات وطقوس وعادات وفنون، مما يثري تجربة السياحة بالمعرفة والتفاعل الثقافي.

خامسا: سياحة مراقبة الطيور:تعتبر مراقبة الطيور مرفقًا سياحيًا بيئيًا هامًا، خاصة في المناطق التي تعد موطنًا لأنواع متنوعة من الطيور أو ممرًا للطيور المهاجرة.

سادسا: سياحة مراقبة النجوم:تتضمن مشاهدة النجوم في السماء الصافية بعيدًا عن الضوء الاصطناعي في المدن، وتقدم تجربة مميزة للاستمتاع بالطبيعة والفضاء.

سابعا: السياحة الزراعية:تتيح للزوار فرصة استكشاف المناطق الزراعية التقليدية والمشاركة في الأنشطة الزراعية، مما يعزز الاتصال بالطبيعة والتفاعل مع البيئة الريفية.[1]

المطلب الثاني: متطلبات الترويج السياحة الخضراء:

إن تطبيق مفهوم السياحة الخضراء يعني وجود سياحة نظيفة وصديقة للبيئة والمجتمع، والتي تحقق في الوقت ذاته جدوى اقتصادية عالية، ولتحقيق ذلك هناك العديد من المتطلبات التي يجب توفرها والمتمثلة في المحميات الطبية والفنادق الخضراء **(الفرع الأول)**، النقل الأخضر والأمن السياحي **(الفرع الثاني)**، الجودة السياحية والجودة البيئية **(الفرع الثالث)**.

[1]– اسراء موفق رجب، مرجع سابق، ص 166–167.

الفرع الأول: المحميات الطبيعية والفنادق الخضراء:

سنتطرق في هذا الفرع إلى المحميات الطبيعة **(أولا)**، ثم الفنادق الخضراء **(ثانيا)** كل على حدى.

أولا: المحميات الطبيعية:

يعد مصطلح محمية طبيعية من المفاهيم البيئية الحديثة التي نشأت في إطار الجهود العالمية لحماية البيئة والتنوع البيولوجي، وقد تم طرح هذا المصطلح في إطار برنامج الإنسان والمحيط الحيوي الذي نشأ عن مؤتمر المحيط الحيوي الذي عقد في باريس عام 1968 بدعوة من منظمة اليونسكو، وفي مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة البشرية الذي عقد في ستوكهولم عام 1972.[1]

تعرف المحمية الطبيعية بأنها وحدة بيئية سواء كانت يابسة أو مائية، تتميز بخصائص عدة منها:

1. تمثيلها نموذجا للأقاليم الجغرافية الحيوية.
2. تمثيلها لنظام إيكولوجي متنوع ومختار بعناية.
3. تشمل الحماية والصيانة للتنوع البيولوجي والموارد الطبيعية والثقافية المرتبطة بها، وتدار من خلال وسائل قانونية فعّالة.[2]

وتعرف المحميات الطبيعية على أنها المساحات البرية أو البحرية التي تم تحديدها من قِبل الجهات المختصة في الدولة لحماية الكائنات الحية والثروات الطبيعية فيها،

[1]– إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 146.

[2]– إبراهيم خليل بظاظو، مرجع سابق، ص 146.

تتضمن هذه المحميات المساحات البرية والبحرية بما في ذلك المواقع الأثرية والبيئات الفطرية والثقافية المرتبطة بها، كما تعتبر مركزا متكاملًا للكائنات الحية، وتُساهم في حماية المكونات البيئية والموارد الطبيعية، كما تقوم بوظائف بيئية مهمة مثل امتصاص الغازات الضارة وتوفير المأوى للحيوانات والنباتات والتحكم في التصحر والتقليل من تأثيرات الظواهر الطبيعية الضارة، وتعتبر مساهمة كبيرة في الحفاظ على التنوع البيولوجي والبيئي في العالم،[1] وتهدف المحميات الطبيعية إلى تحقيق العديد من الأهداف البيئية والاجتماعية، وتشمل ذلك:

1. **صون الموارد الطبيعية الحية:** من خلال حماية النباتات والحيوانات والموارد الطبيعية الأخرى في المنطقة المحمية.
2. **الحفاظ على صحة العمليات البيئية:** من خلال الحفاظ على توازن النظام البيئي والعمليات الحيوية المختلفة.
3. **المحافظة على التنوع الوراثي:** وضمان قدرة مجموعات الكائنات الحية على الاستمرار وأداء أدوارها البيئية.
4. **إجراء البحوث والدراسات العلمية:** لفهم النظم البيئية وتطورها وتأثيرات التدخل البشري عليها.
5. **الأرصاد البيئية:** لرصد ومراقبة البيئة وتقييم تأثير الأنشطة البشرية عليها.
6. **السياحة المستدامة:** لاستخدام المحميات كمناطق للسياحة البيئية وتوفير فرص العمل وتعزيز الوعي بأهمية البيئة.

[1]– قعيد لطيفة، هدير عبد القادر، "تفعيل السياحة الخضراء (البيئية) لمواكبة التغيرات العامية البيئية "دراسة حالة مشروع الكربون الأزرق بالإمارات"، **مجلة رؤى اقتصادية**، العدد 12، جامعة الشهيد حمة لخضر–الوادي، جوان 2017، ص 423.

7. **تعميق إدراك الإنسان للبيئات المختلفة:** من خلال توفير فرص للاستمتاع والتفاعل مع البيئات الطبيعية المتنوعة.
8. **توفير أشكال الترفيه والترويح:** للجمهور للاستمتاع بالمناظر الطبيعية الجميلة والأنشطة الترفيهية بشكل مستدام.[1]

تجدر الإشارة أيضا إلى أن المحميات الطبيعية تحصص دورا بارزا في تعزيز السياحة الخضراء واستدامتها، ويمكن أن تكون بديلا استراتيجيا للاعتماد على مصادر الثروة الطبيعية الناضبة مثل احتياطات النفط، فعلى سبيل المثال يلتزم المستثمرون في السياحة الخضراء بالحفاظ على البيئة، حيث يعتبرونها جزءا أساسيا من المنتج السياحي الذي يروجون له، وهذا يجعلهم يعملون على الحفاظ على المحميات الطبيعية كجزء من تجربة السياح، كما وتساهم تنمية السياحة الخضراء وترقيتها من خلال المحميات الطبيعية في دعم التنمية المستدامة في الاقتصاد المحلي والوطني، وبذلك فتعتبر المحميات الطبيعية حجر أساسي في الحفاظ على التنوع البيولوجي والنظم البيئية، وبالتالي تسهم في جذب السياح البيئيين سواء كانوا محليين أو أجانب، وتسهم أيضا في حفظ سبل العيش للسكان المحليين حيث يمكن للمجتمعات المحلية أن تستفيد من السياحة المحلية وتوفير فرص عمل محلية.[2]

---

[1]– فاطمة بن الدين، "المحميات الطبيعية ودورها في الحفاظ على العقار البيئي واستدامته"، **مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية**، العدد الثامن، جامعة ابن خلدون، تيارت، جانفي 2017، ص 255.

[2]– محمد زبير، مراد بريك، فتيحة بوزيان، "تفعيل المحميات الطبيعية كبديل استراتيجي لترقية السياحة البيئية ودعم التنمية المستدامة في الجزائر"، **مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي**، المجلد الرابع، العدد الثاني، جامعة المسيلة، أكتوبر 2020، ص 91–92.

بشكل عام، تلعب المحميات الطبيعية دورا مهما في تعزيز السياحة البيئية واستدامتها، وتوفير فرص التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والحفاظ على البيئة والتنوع البيولوجي للأجيال الحالية والمستقبلية.

ثانيا: الفنادق الخضراء:

تعرف الفنادق الخضراء بأنها "اسم تجاري لمنتج من منتجات صناعة السياحة تستخدم لتحديد هوية المنشأت السياحية المعتمدة على عنصر الطبيعة، كالتي تستجيب لمبادئ السياحة البيئية"، وهي لفظ يستخدم لتعريف نوعية من الفنادق السياحية التي تعتمد على البيئة وتعكس فلسفة وأسس السياحة الخضراء وهذه النوعية من الفنادق البيئية تقدم السياحة كعملية تثقيفية تعليمية وتشاركية مع المجتمع المحلي، وهذه الفنادق يجب أن تنتمي وتدار بأسلوب بيئي حساس يحمي المنظومة البيئية.[1]

وباعتبارها مجالا متزايد الأهمية، تسعى الفنادق الخضراء إلى تحقيق توازن بين تلبية احتياجات النزلاء وتوفير تجربة مستدامة وصديقة للبيئة، مما يساهم في المحافظة على الموارد الطبيعية وجذب المزيد من السياح،[2] من هذا المنطلق فالفنادق الخضراء تمثل مفهوما متطورا لأماكن الإقامة التي تعتمد على الممارسات البيئية السليمة وتسعى لتقديم تجربة إقامة مستدامة وصديقة للبيئة، حيث تعتمد هذه الفنادق على الابتكار في

[1]– محمد علي دشة، حنان دريد، "الفنادق الخضراء تجربة أساسية لسياحة بيئية مستدامة في ظل الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025"، **مجلة البديل الاقتصادي**، المجلد الخامس، العدد الأول، جامعة زيان عاشور، الجلفة، جوان 2018، ص 162.

[2]– زموري كمال، قرين ربيع، "الفنادق الخضراء كأحد الاتجاهات الحديثة للسياحة البيئية "عرض تجارب دولية رائدة"، **مجلة البشائر الاقتصادية**، المجلد السابع، العدد الثاني، جامعة بشار، أوت 2021، ص 393.

نظم الاستهلاك والإنتاج لتحقيق الأهداف التي تعززها السياحة الخضراء، ومن بين الممارسات الشائعة التي تتبناها هذه الفنادق:

- استخدام تكنولوجيا الطاقة المتجددة مثل الطاقة الشمسية والرياح في توليد الطاقة اللازمة للفندق.
- توفير وسائل النقل البديلة والمستدامة للنقل الداخلي للنزلاء، مثل الدراجات الهوائية الكهربائية أو الحافلات الكهربائية.
- استخدام مواد بناء وأثاث صديقة للبيئة مثل المواد المعاد تدويرها والخشب المستدام.
- توفير برامج توعية بيئية للنزلاء لزيادة الوعي بأهمية حماية البيئة.
- دمج العناصر الطبيعية في التصميم الهندسي للفندق، مثل استخدام الإضاءة الطبيعية والتهوية المستدامة.[1]

وباعتبارها أيضا تجربة فريدة تقدم الفنادق الخضراء للنزلاء فرصة للاستمتاع بالإقامة في بيئة صحية ونظيفة وتعزيز وعيهم بأهمية الحفاظ على البيئة، حيث لا تختلف أهداف التوجه للفنادق الخضراء عن الأهداف العامة لحماية الفنادق العادية والتي تتمثل فيما يلي:

1. **الحفاظ على الموارد الطبيعية وتقليل الأثر البيئي:** من خلال تطبيق ممارسات صديقة للبيئة في إدارة الطاقة والمياه، وإدارة النفايات، واستخدام المواد المتجددة وإعادة التدوير.

[1]– حمد علي دشة، حنان دريد، مرجع سابق، ص 162.

2. **الحد من التكاليف والتوفير المالي:** من خلال تحسين كفاءة الطاقة والمياه، وتقليل تكاليف الصيانة والتشغيل، واستخدام تكنولوجيا الطاقة المتجددة التي تقلل من تكاليف الطاقة.
3. **تحسين الصحة والسلامة:** من خلال توفير بيئة داخلية صحية وسليمة للنزلاء والعاملين في الفندق، وذلك من خلال استخدام مواد صحية وتطبيق معايير السلامة.
4. **بناء سمعة إيجابية وجذب المزيد من النزلاء:** من خلال تقديم تجربة إقامة مستدامة وصديقة للبيئة، وتلبية توقعات النزلاء الذين يهتمون بالاستدامة والبيئة.
5. **المساهمة في المجتمع:** من خلال دعم المشاريع البيئية المحلية وتقديم فرص عمل للمجتمع المحلي، والمساهمة في تحسين جودة الحياة في المنطقة المحيطة بالفندق.[1]

بشكل عام، يمثل التوجه نحو الفنادق الخضراء استجابة لتوجهات السوق وتطلعات النزلاء نحو الاستدامة ويمكن أن يكون لهذه الفنادق تأثير إيجابي على البيئة والمجتمع المحلي والاقتصاد.

الفرع الثاني: النقل الأخضر والامن السياحي:

سنتطرق في هذا الفرع إلى النقل الأخضر **(أولا)**، ثم الامن السياحي **(ثانيا)** كل على حدى.

[1]– كريم طالبن دور الفنادق الخضراء في تشجيع السياحة البيئية "دراسة تجارب عالمية"، مذكرة مقدمة استكمالات لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق فندقي وسياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي–جيجل، 2021، ص 23.

أولا: النقل الأخضر:

يشير النقل الأخضر إلى استخدام وسائل النقل والتنقل ذات الأثر المنخفض على البيئة ويهدف إلى تقليل انبعاثات الغازات الدفيئة وتلوث الهواء والحفاظ على الموارد الطبيعية،[1] وقد عرف مجلس وزراء الاتحاد الأوروبي النقل الأوروبي الأخضر على أنه النقل الذي يسمح بوصولية وتلاقي احتياجات الأفراد والشركات والمجتمع بشكل آمن وبطريقة تتفق مع صحة الإنسان والبيئة، وتعزيز المساواة داخل وبين الأجيال المتعاقبة، وأن يكون بأسعار معقولة، ويعمل بنزاهة وكفاءة، وأن يقدم خيارات في اختيار وسيلة النقل، وأن يدعم الاقتصاد المنافس والتنمية الإقليمية المتوازنة، كما يحد من الانبعاثات والنفايات ضمن قدرة الكوكب على استيعابها، ويستخدم الموارد المتجددة بمعدلات إنتاجها أو أقل، وأن يستخدم الموارد غير المتجددة بمعدلات تنمية بدائل الطاقة المتجددة أو أقل، مع تقليل الأثر على استخدام الأراضي وإصدار الضوضاء،[2] حيث أنه يقوم النقل الأخضر على توفير الخدمات والبنية التحتية لحركة البضائع والأشخاص اللازمة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ولتحسين نوعية الحياة والقدرة التنافسية.

من هذا المنطلق يتضح أن النقل الأخضر يعكس الرغبة في تحقيق توازن بين احتياجات النقل الحالية واحتياجات الأجيال القادمة، مع التركيز على تطوير منظومة حضرية توفر وسائل نقل فعالة وصديقة للبيئة، كما أنه يهدف إلى تحسين جودة الحياة للسكان وتخفيض التلوث وانبعاثات الكربون، وفي نفس الوقت يسعى للحفاظ على موارد الطاقة وتقليل الاعتماد على المصادر غير المتجددة من خلال تشجيع استخدام وسائل

[1]– قعيد لطيفة، "واقع النقل السياحي الأخضر بإمارة دبي"، **مجلة اقتصاديات شمال افريقيا**، المجلد 19، العدد 31، كلية العفوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، مارس 2023، ص 350.

[2]– هاشم جعفر عبد المحسن، "دور النقل المستدام في الحد من تلوث البيئية في العراق "بغداد الجديدة نموذجا"، **مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية**، العدد 45، جامعة المستنصرية، مصر، 2014، ص 236.

النقل العامة، وتحفيز استخدام الدراجات والمشي، وتعزيز استخدام المركبات الخضراء، يمكن تحقيق تحول إيجابي نحو نظم نقل أكثر استدامة وصحية، وبهذه الطريقة فهو يساهم في تعزيز التنمية المستدامة وتحقيق التوازن بين الاحتياجات الحالية وتلك للأجيال المقبلة،[1] وانطلاقا مما سبق ذكره توصلنا إلى بعض أشكال النقل الأخضر والمتمثلة في:

1. **المشي وركوب الدراجات:** هذه الأساليب الغير ميكانيكية للتنقل تعتبر صديقة للبيئة وتساهم في تقليل انبعاثات الكربون وتحسين اللياقة البدنية.
2. **النقل الجماعي:** يشمل استخدام وسائل النقل العامة مثل الحافلات والقطارات والمترو، والتي تعتبر بديلاً مستداماً عن استخدام السيارات الخاصة وتسهم في تقليل الازدحام المروري وانبعاثات العوادم.
3. **المركبات الخضراء:** تتضمن المركبات التي تعمل بالوقود البديل مثل السيارات الكهربائية والهجينة، والتي تقلل من اعتماد النقل على الوقود الأحفوري وتقلل من التلوث البيئي.
4. **تنمية النقل الموجه:** يشمل استخدام أساليب النقل الموجهة بشكل فعال مثل مشاركة السيارات ونظم الدراجات العامة والمشاريع الحكومية لتشجيع النقل المشترك والمواصلات النشطة.[2]

وباعتبار أن النقل الأخضر جزء من الجهود العالمية للحد من تأثيرات تغير المناخ وتلوث الهواء، فهو يعتبر خطوة مهمة نحو تحقيق الاستدامة في قطاع النقل والتنقل،

[1]– سناء ساطع عباس، يحي تايه عمران، "النقل المستدام "الشكل الحضري"، **المجلة العراقية للهندسة المعمارية**، العدد الأول، الجامعة التكنولوجية، العراق، مارس 2016، ص 192.

[2]– قعيد لطيفة، مرجع سابق، ص 350.

يسعى النقل الأخضر في المجال السياحي لتحقيق مجموعة من الأهداف والمتمثلة في النقاط التالية:

أ- **تحسين السلامة في قطاع النقل:** يعتبر أمرا حيويا لضمان تجربة سفر آمنة ومريحة للمسافرين، وهو الأمر الذي لا يمكن له أن يتحقق إلا من خلال اتخاذ مجموعة من الإجراءات تشمل التحكم المروري والذي يتضمن تقييم أداء البنية التحتية للنقل مثل الطرق السريعة والشوارع، وضمان توافقها مع احتياجات وسائل النقل العامة،إدارة الأحداث الطارئة والذي تتضمن وضع إجراءات فعالة للتعامل مع الحوادث المرورية والظروف الجوية السيئة، حيث يهدف هذا الجانب إلى تقليل زمن الاستجابة للحوادث وتوفير الدعم والمساعدة اللازمة في الوقت المناسب، بالإضافة إلى إدارة الطلب على الانتقال والذي يتضمن توجيه حركة المرور واستخدام الحارات المخصصة للمركبات وتسعير الطرق بهدف تحفيز استخدام وسائل النقل العامة وتقليل الازدحام المروري.[1]

ب- **زيادة الطاقة والكفاءة التشغيلية لشبكة النقل البري:** تعتبر هدفًا مهمًا في تطوير النقل الأخضر وتعزيز الاستدامة في هذا القطاع، ومن أجل تحقيق هذا الهدف يمكن اتخاذ العديد من الإجراءات بما في ذلك تعزيز استخدام وسائل النقل العامة من خلال تحسين شبكات النقل العامة وتوفير خدمات أفضل وأكثر كفاءة، يمكن زيادة الاعتماد على وسائل النقل الجماعي وتقليل الازدحام المروري وانبعاثات الكربون، تشجيع استخدام وسائل النقل ذات الطاقة المستدامة وذلك تعزيز استخدام السيارات الكهربائية والمركبات ذات الوقود البديل مثل الهجينة

[1]- رشا احمد محمد خليل، محمد زينه، ريهام عبد الرحمان جاد، "النقل الذكي الأخضر ونية تكرار للمقصد السياحي "الصورة السياحية كوسيط"، **المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية**، المجلد الثالث، العدد الثاني، كلية السياحة والفنادق، جامعة 06 أكتوبر، مصر، أكتوبر 2022، ص 249-250.

والمحطة وقود الهيدروجين، تحسين تخطيط الطرق والبنية التحتية من خلال تصميم طرق فعالة ومناسبة واستخدام التكنولوجيا الذكية في إدارة حركة المرور وتوجيه السائقين إلى طرق أقل ازدحامًا يمكن تحسين كفاءة الشبكة البرية، بالإضافة تعزيز الاستخدام المشترك للمركبات وذلك تشجيع الناس على مشاركة السيارات وتنظيم الرحلات المشتركة، حيث يمكن أن يقلل من عدد المركبات على الطرق ويحسن استخدام الطاقة.[1]

وبالتالي، فهذه الأهداف تعكس الجهود المستمرة لتطوير وتحسين نظم النقل السياحي بما يضمن الحفاظ على البيئة وتحقيق الاستدامة، وتعزز السلامة والراحة للمسافرين وتعزز كفاءة استخدام الموارد والطاقة، حيث أنه من خلال تبني مبادئ النقل الأخضر في القطاع السياحي، يمكن تعزيز التنمية المستدامة للقطاع وتقديم تجارب سياحية مستدامة للزوار والمجتمعات المضيفة.

ثانيا: الأمن السياحي:

يعد الأمن الأساس الجوهري لكافة النشاطات الإنسانية عامة، فبدون الأمن لا تعليم ولا تنمية، والسياحة بحاجة للأمن أكثر من غيرها من الأنشطة الإنسانية الأخرى، ذلك أن الإنسان فيها يغادر منطقته الجغرافية والثقافية داخلياً أو خارجياً، مما يجعله بحاجة للأمن أكثر من غيره، ونظرا لأهمية موضوع الأمن السياحي فقد بدأت بعض الدول تنظيم النشاط السياحي آخذه بالحسبان البعد الأمني، فأسست شرطة السياحة ومكاتب السياحة وسنت التشريعات المتعلقة بالسياحة.[2]

[1]– رشا احمد محمد خليل، محمد زينه، ريهام عبد الرحمان جاد، مرجع سابق، ص 250.

[2]– علي بن فايز الجنحي وآخرون، الامن السياحي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2004، ص 11.

ويعتبر الأمن السياحي جزءا من الامن الاقتصادي والذي يعد بدوره جزءا من الامن الإنساني (الامن الشامل)، ويقصد به جميع الأنشطة الإدارية والأمنية التي تستهدف تأمين مسار الأنشطة السياحية في بيئة آمنة يسودها الاطمئنان وبدون معيقات، فالأمن السياحي يتحقق من خلال تسخير الظروف الملائمة من خلال توفير كل المتطلبات التي تجعل إقامة السائح آمنة وسعيدة؛ وبما يوفر له كل احتياجاته الضرورية والترفيهية.

يعتبر الأمن السياحي عنصراً أساسياً في تعزيز صناعة السياحة وجذب السياح إلى الوجهات السياحية، فهو يساهم في خلق بيئة آمنة ومطمئنة للسياح، مما يزيد من ثقتهم في زيارة الوجهات السياحية ويحفزهم على العودة مراراً وتكراراً، ومن أهم مكونات الأمن السياحي نجد:[1]

أ- الأمن العام: يشمل ضمان سلامة السياح وحمايتهم من أي تهديدات أو مخاطر محتملة، بما في ذلك الجريمة والعنف والإرهاب.

ب- الأمن الصحي: يتضمن توفير خدمات الرعاية الصحية الملائمة للسياح والحفاظ على بيئة صحية نظيفة.

ج-الأمن الغذائي: يتمثل في ضمان جودة وسلامة الطعام المقدم للسياح والامتثال للمعايير الصحية والغذائية.

د- الأمن النقلي: يتعلق بتوفير وسائل النقل الآمنة والموثوقة للسياح داخل البلاد وبين الوجهات السياحية.

[1]- سنوسي عياشي، بوقنور إسماعيل، "الأمن السياحي ودوره في تحقيق السياحة المستدامة "إشارة لتجربة الجزائر"، **مجلة الاعلام والمجتمع**، المجلد الخامس، العدد الثاني، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، ديسمبر 2021، ص 238.

هـ- الأمن المعلوماتي: يتضمن حماية المعلومات الشخصية للسياح وتوفير خدمات الإنترنت الآمنة والموثوقة.

وبالتالي فتحقيق الأمن السياحي يتطلب التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المحلي، بالإضافة إلى تبني إجراءات فعالة لمكافحة الجريمة وتعزيز التعاون الدولي لمواجهة التهديدات الأمنية المشتركة.[1]

يقصد بالأمن السياحي الأنشطة الإدارية والأمنية التي تستهدف تأمين مسار الأنشطة السياحية بمختلف صورها في مناخ يسوده الاطمئنان بالصورة التي تمكن الأجهزة العاملة في هذا الميدان من أداء مهامها المختلفة دون أية عوائق تعرقل من أدائها، الأمر الذي يؤدي إلى كسب المزيد من الجذب السياحي في صورة زيادة عدد السائحين وكثرة ما يمضونه من ليال سياحية، وينعكس كل ذلك في صورة تضخم الموارد المالية العائدة من هذا الرافد الاقتصادي الهام[2].

ومن هذا المنطلق يتضح أن لهذه النقاط سالفة الذكر أهمية كبيرة في تعزيز الأمن السياحي وضمان تجربة سفر آمنة ومريحة للسياح وذلك من خلال:

أ- **توفير أمن المنشآت السياحية:** يشمل ذلك توفير إجراءات أمنية ملائمة داخل المنشآت السياحية مثل الفنادق والمنتجعات، بما في ذلك استخدام أنظمة مراقبة وتأمين وتدريب الموظفين على التعامل مع الحالات الطارئة.

---

[1]- سنوسي عياشي، بوقنور إسماعيل، مرجع سابق، ص 238.

[2]- ذهيبة بن عبد الرحمان، سليمان بلعور، "الامن السياحي كمتطلب أساسي للتنمية السياحية"، **مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية "تقييم واستشراف"**، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، يومي 26 و27 فيفري 2013، ص 06.

ب- **ضمان أمن السائح خلال فترة إقامته:** يتضمن ذلك توفير الرعاية الصحية اللازمة، وضمان نظافة المكان الذي يقيم فيه السائح، وتوفير وسائل النقل الآمنة والموثوقة.

ج-**توفير الأمن الجنائي والسلامة العامة:** يشمل ذلك اتخاذ إجراءات لمكافحة الجريمة والحفاظ على النظام العام في المقصد السياحي، بما في ذلك توفير الشرطة السياحية وتطبيق القوانين واللوائح بشكل صارم.

د- **ارتباط الأمن السياحي بالأمن البيئي:** يعني ذلك أخذ البيئة بعين الاعتبار في الخطط الأمنية، بما في ذلك الحفاظ على الطبيعة وتوفير الأمان للمناطق الطبيعية والحيوانات.

هـ- **توفير الحماية للعاملين في قطاع السياحة:** يشمل ذلك توفير بيئة عمل آمنة وحماية للموظفين في قطاع السياحة من أي مخاطر محتملة، سواء داخل المنشآت السياحية أو خارجها.[1]

وبالتالي فالأمن السياحي يعد من أهم المؤشرات في صناعة السياحة وفي برامج التنمية السياحية الخضراء، لما للأمن من دور كبير في سيرورة حياة المجتمعات ومواكبة الحضارات خاصة في قضايا التنمية، هذا وإن الأمن السياحي له جوانب متعددة أهمها أمن السائح في نفسه وممتلكاته، إضافة إلى أمن المنشآت السياحية، وممارسات وكالات السياحة والأسفار ، ودور أجهزة الأمن ومؤسسات الدولة المختصة في الأمن السياحي، في إضفاء الأمن والأمان والاستقرار والطمأنينة لدى السياح وعلى جميع الأصعدة، ومدى مطابقة إجراءات الأمن السياحي وتشريعاته وقوانينه مع متطلبات و مقتضيات النشاط السياحي، حيث أن تهديدات الأمن السياحي يمكن أن تكون متنوعة وتشمل عدة عوامل

[1]- سنوسي عياشي، بوقنور إسماعيل، مرجع سابق، ص 238.

من بينها الإرهاب، والجريمة المنظمة، التشدد السياسي، الكوارث الطبيعية، الأزمات الصحية وغيرها، ولمواجهة هذه المخاطر يجب على الأجهزة السياحية والحكومات اتخاذ إجراءات وتدابير وقائية واستباقية للتعامل مع الأمن السياحي، بما في ذلك:

- تحسين التعاون الدولي والتنسيق بين الحكومات والأجهزة الأمنية لمكافحة الجريمة المنظمة والإرهاب الدولي.
- تعزيز الإجراءات الأمنية في المطارات، والموانئ، والمناطق السياحية الحيوية.
- توفير تدريب للكوادر السياحية والعاملين في القطاع السياحي لتعريفهم بإجراءات الأمن والسلامة.
- تطوير خطط الطوارئ والاستجابة السياحية للتعامل مع الكوارث الطبيعية والأزمات الصحية.
- تعزيز الحماية والأمن في المنشآت السياحية والأماكن السياحية الرئيسية.
- تحسين التوعية السياحية حول مخاطر الأمن وكيفية التعامل معها.[1]

وعليه، يتضح لنا أنه بتبني هذه الإجراءات والتدابير يمكن تقليل المخاطر الأمنية والحفاظ على سلامة وأمان السياح والمجتمعات المحلية، مما يعزز الثقة في وجهات السفر ويحفز النمو الاقتصادي والاجتماعي للدول المستقبلة للسياح.

الفرع الثالث: الجودة السياحية والجودة البيئية:

سنتطرق في هذا الفرع إلى الجودة السياحية **(أولا)**، ثم إلى الجودة البيئية **(ثانيا)** كل على حدى.

[1]– فيصل ذيب، "الامن السياحي وتأثيره على الظاهرة السياحية"، **المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات**، المجلد السادس، العدد الثاني، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، افريل 2023، ص 227–258.

أولا: الجودة السياحية:

تعد الجودة السياحية خدمة معنوية غير ملموسة أو محسوسة وهي بطبيعتها متكاملة في ذاتها من حيث تقسيمها أو تجزئتها مترابطة العناصر والاجزاء، وتعتمد أساسا على عنصر التسويق الشخصي، حيث يعد العامل البشري أكثر العوامل تأثيرا في التسويق السياحي، لأن السائح لا يتعامل مع آلة عندما يتعامل مع الجودة السياحية بل مع انسان، وبالتالي فهي تحتاج الى هوية خاصة ومفهوم خاص، نظرا لأنها تقريبا غير ملموسة اذ يصعب تمييز برامجها او تصنيفها.[1]

في حين عرفها البعض الآخر على أنها مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسياح الراحة والتسهيلات عند إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي،[2] أي أنها كل ما يقدم للسياح من المناظر الطبيعية والمسابح والفنون الشعبية والنصب التذكارية، والآثار التاريخية، والآثار الدينية، والرياضية والتسلية... الخ وتعتبر هذه كمواد خام يراد لها أن تطور بطرق مختلفة من اجل تلبية احتياجات الأسواق المختلفة.[3]

وعليه، فإن زيادة الطلب على مجموعة الخدمات المختلفة التي تتألف منها الرحلة السياحية يعتبر مؤشرا قويا على جودة تلك الخدمات وقدرتها على تلبية احتياجات وتوقعات السائحين، كما ويمكن أن تشمل جودة السياحة أيضا عناصر مثل السلامة والأمان، والتنظيم والتخطيط الجيد للفعاليات والجولات، ووجود خدمات دعم السائحين مثل المعلومات السياحية وخدمات النقل، والاحترام والتفاعل الإيجابي مع الثقافة المحلية

---

[1]– عطاء الله فهد سرحان، "تقييم أنشطة التسويق السياحي في المناطق السياحية الأردنية"، **مجلة الدراسات الأمنية**، العدد الرابع، مديرية الأمن العام اكاديمية الشرطة الملكية، الأردن، حزيران 2010، ص 40.

[2]– مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 1999، ص 39.

[3]– زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقه، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 220.

والمجتمعات المضيفة، فجميع هذه العوامل تساهم في خلق تجربة سياحية مميزة وجذابة للسائحين وتساعدهم على الشعور بالراحة والرضا خلال رحلاتهم.[1]

وتجدر الإشارة إلى أن تحسين الجودة السياحية يعتد به كجزء لا يتجزأ من استراتيجيات تعزيز القدرة التنافسية في صناعة السياحة، فعلى الرغم من أن العوامل الطبيعية والثقافية تلعب دورًا مهمًا في جذب السياح، إلا أن تقديم خدمات عالية الجودة يمكن أن يكون العامل الحاسم في تحقيق تجربة سياحية مرضية وممتعة، حيث أن تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة يعني التركيز على تحسين الأداء في جميع جوانب العمل، بدءًا من توفير التدريب المناسب للموظفين وتحسين العمليات الداخلية، وصولاً إلى فهم احتياجات العملاء وتوفير الخدمات التي تلبي تلك الاحتياجات بشكل فعال.[2]

وبالفعل يجب أن يكون تقديم الخدمات السياحية بشكل صحيح ومنتظم أمرًا أساسيًا، حيث يمكن أن تؤدي الخدمات غير الملائمة إلى تدهور سمعة المنشأة السياحية وتأثير سلبي على تجربة السائحين، مما قد يؤثر على العمل والدخل المالي للشركة.[3]

ثانيا: الجودة البيئية:

تعتمد جودة البيئة على التوازن بين العوامل الطبيعية والنشاط البشري، فالبيئة هي النظام الحيوي الذي يتأثر بتداخل العوامل الطبيعية مثل الهواء والماء والتربة، وأيضًا

[1]– نادية بوشاشية، نوري منير، جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة الشلف، **الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، العدد 18، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، جوان 2017، ص 72.

[2]– خالد محمد الدعيس، إدارة الجودة وأثرها على مستوى أداء المؤسسات السياحية، **ورقة عمل مقدمة الى الملتقى اليمني لجودة خدمات السياحة**، المعهد الوطني للفندقة والسياحة، صنعاء، اليمن، يومي 19 و20 يوليو 2008، ص 05.

[3]– خالد محمد الدعيس، إدارة الجودة وأثرها على مستوى أداء المؤسسات السياحية، مرجع سابق، ص 05.

بتأثيرات الأنشطة البشرية مثل الصناعة والزراعة والنقل والاستخدام غير المستدام للموارد الطبيعية، وعليه فتفاعلات البيئة وخواصها تلعب دورًا هامًا في تقييم الجودة البيئية، حيث تؤثر على سلوك الملوثات والعناصر الغذائية وغيرها في البيئة.[1]

تعد الجودة البيئية من الأمور الضرورية التي وجب فيها التحسين وذلك في ظل التحديات البيئية التي تواجه العالم، ويعتبر دمج نظم تسيير الجودة الشاملة مع نظم التسيير البيئي خطوة هامة نحو تحقيق التنمية المستدامة، وفي هذا السياق تعتبر القوانين والتشريعات التي تسعى الجزائر لوضعها لتحسين الأداء البيئي للمؤسسات الوطنية خطوة إيجابية، فمن خلال هذه القوانين يتم تعزيز الالتزام بمعايير الحماية البيئية والحد من التلوث واستخدام الموارد بشكل مستدام، حيث تنفذ المؤسسات الصناعية في الجزائر اليوم مجموعة من الممارسات البيئية المستدامة، مثل تقليل النفايات والانبعاثات الضارة، واستخدام التكنولوجيا النظيفة، وتعزيز الوعي بين الموظفين والمجتمع المحلي بشأن المخاطر البيئية وكيفية التعامل معها.[2]

وبالتالي فالجودة البيئية تعني إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة وفقا للمواصفات الدولية المتعلقة بنظم الإدارة والمراجعة البيئيتين، بهدف إرضاء حاجات المستهلكين البيئيين ومتطلباتهم وتوقعاتهم، بالإضافة إلى أن تصميم نظام للجودة البيئية واستخدامه ينبغي أن يترافق مع الإقلال من تكاليف الجودة البيئية والتقليل من التغيرات في تقويم السلعة أو الخدمة وأن يؤدي إلى التقليل من المخاطر الناتجة عن عيوب السلعة والخدمة ومن الشكاوي البيئية ويحسن المركز التنافسي للمنظمة في الأسواق ويحقق لها أكبر كمية من

[1] جورج ف فانسي وآخرون، الأراضي والجودة البيئية، ترجمة محمد السيد النده، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، مصر، 2003، ص 19.

[2] – محمد لوشن، لعلى حناشي، نظم تسيير الجودة الشاملة البيئية ودورها في تحسين الأداء البيئي للمؤسسات الصناعية الجزائرية، **مجلة الاقتصاد الصناعي**، العدد السابع، جامعة باتنة، ديسمبر 2014، ص 160.

الأرباح،[1] كما وتجدر الإشارة إلى أن قياس الجودة البيئية يعد عنصرًا حيويًا في إدارة الأعمال اليوم، وله العديد من الأهميات منها:

1. **محاسبة التكاليف البيئية:** يساهم في توفير معلومات محاسبية حول التكاليف المرتبطة بالجوانب البيئية لأداء المنشأة، مما يمكن متخذي القرارات من فهم الأداء الشامل للمؤسسة بما في ذلك الأداء المالي والبيئي.
2. **تحديد نطاق التكاليف البيئية:** يساهم في تحديد نطاق التكاليف البيئية وتحديد الأنشطة التي تسببها طوال دورة حياة المنتج، مما يمكن المؤسسة من تقييم التأثير البيئي لعملياتها واتخاذ الإجراءات اللازمة للتحسين.
3. **دور النظام المحاسبي البيئي:** يسهم في تطوير النظم المحاسبية لتضمن التزام المؤسسة بالقوانين والتشريعات البيئية، وتوفير معلومات دقيقة حول الأثر البيئي للأنشطة المختلفة.
4. **تحسين الإدراك والوعي البيئي:** يساهم في رفع مستوى الوعي والإدراك بأهمية القضايا البيئية وفوائدها المحتملة للمؤسسة، مما يمكنها من تحسين جاذبيتها وتنافسيتها في السوق.
5. **دور في اتخاذ القرارات:** يساعد في اتخاذ القرارات المستنيرة بشأن الاستثمارات والعمليات البيئية، مما يمكن المؤسسة من تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والبيئية.[2]

---

[1]– محي الدين حمداني، دور المواصفات العالمية لجودة البيئية في استدامة التنمية، مجلة جديد الاقتصاد، العدد الثالث، جوان 2008، ص 62-63.

[2]– علاء علي حسين وآخرون، "قياس تكاليف الجودة البيئية باستخدام أساس الأنشطة المبني على الوقت "دراسة ميدانية"، **مجلة العلوم البيئية**، المجلد 47، العدد الثالث، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين الشمس، سبتمبر 2019، ص 467.

المبحث الثاني

الإطار التشريعي للترويج بالسياحة الخضراء في الجزائر

تمثل السياحة الخضراء في الجزائر فرصة مهمة للتنمية الاقتصادية المستدامة، حيث تمتلك الجزائر مقومات طبيعية متنوعة ومثيرة تجذب السياح البيئيين، وتضمن الأراضي الواسعة والتضاريس المتنوعة في الجزائر تنوعًا بيئيًا يمكن للسياح الاستمتاع به سواء كانت بسواحلها الجميلة، أو جبالها الشاهقة، أو صحاريها الشاسعة، وقد أولى المشرع الجزائري اهتمامًا كبيرًا للسياحة الخضراء من خلال إصدار النصوص القانونية التي تنظم هذا النوع من السياحة، مما يعكس الدور الهام الذي يلعبه قطاع السياحة في التنمية المستدامة وتحقيق التوازن بين الاستغلال السياحي وحماية البيئة، وبفضل هذه المبادرات يمكن للجزائر الاستفادة من مواردها الطبيعية بطريقة مستدامة ومسؤولة، مما يعزز النمو الاقتصادي ويحافظ على التوازن البيئي والثقافي للمناطق السياحية، وهو ما جعلنا نحاول التطرق لمضمون التشريعات المقدمة من قبل المشرع الجزائر في هذا الاطار والمتمثلة في القانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة **(المطلب الأول)**، ثم القوانين العامة المتعلقة بالسياحة الخضراء **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول: القانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة:

يعتبر القانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة من النصوص التشريعية التي أقرها المشرع الجزائري في سبيل حماية وتنظيم السياحة الخضراء في الجزائر والذي أولى اهتمامه عن طريق التهيئة السياحية **(الفرع الأول)**، التنمية السياحية **(الفرع الثاني)**، الاهتمام بالموارد البشرية في القطاع السياحي **(الفرع الثالث)**، بالإضافة للترقية والاعلام السياحي **(الفرع الرابع)**.

الفرع الأول: التهيئة السياحية:

تعد التهيئة السياحية هي التقنية أو الفن، الذي يهدف إلى التوزيع المنتظم للعناصر المكونة للمجال المستقطب للزوار خلال فترات العطل، فتطوير السياحة يتطلب توفير بنية تحتية سياحية متكاملة تتضمن المنشآت والخدمات السياحية المتنوعة، حيث تشمل هذه المنشآت الفنادق، المطاعم، المنتجعات، مراكز التسلية، ووسائل النقل السياحي، بالإضافة إلى ذلك يجب أيضا توفير البنية التحتية الأساسية مثل الطرق، وشبكات الكهرباء والماء، وتوفير الأمان والحماية للسياح.[1]

تطرق المشرع الجزائري للتهيئة السياحية ضمن المادة الثالثة الفقرة 06 من القانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة على أنها: "**التهيئة السياحية: مجموعة اشغال انجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية، تتجسد في الدراسات التي تحدد طبيعة عميات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها**".[2]

وتجدر الإشارة إلى أن إشراك القطاع الخاص في عملية التهيئة السياحية أمر بالغ الأهمية، حيث يمكن للشركات الخاصة تقديم الاستثمارات والخبرات اللازمة لتطوير المنشآت السياحية وتقديم خدمات عالية الجودة للزوار، ومن جانبها يجب على الدولة تحديد السياسات والإطار القانوني الذي يحدد الإرشادات والتوجيهات لتطوير القطاع

---

[1]- رزاز محمد عبد الصمد، "التهيئة السياحية وأثرها على التنمية المحلية"، **مداخلة ضمن اليوم الدراسي حول "التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية"**، دار الثقافة محمد بوضياف، برج بوعريرج، الجزائر، يوم 21 ديسمبر 2009، ص 12.

[2]- راجع المادة 06/03 من القانون رقم 03-01 مؤرخ في 16 ذي الحجة 1423 موافق ل 17 فيفري 2003، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، ج ر عدد 11 مؤرخة في 18 ذي الحجة 1423 موافق ل 19 فيفري 2003.

السياحي، بما في ذلك توجيه العمليات التنموية لتجنب النمو الفوضوي والحفاظ على التوازن البيئي والثقافي في المناطق السياحية.[1]

كما تتم عملية التهيئة والانجاز للمشاريع السياحية طبقا لمواصفات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المنصوص عليها في المادتين 22 و38 من القانون رقم 01-20،[2]

وبالتالي، فالتهيئة السياحية تعتبر جزءا أساسيا من عملية تطوير القطاع السياحي، إذ تهدف إلى تعزيز المجالات السياحية وجعلها أكثر جاذبية للزوار من خلال برمجة وتطوير المنشآت السياحية الأساسية وتحسين صيانتها، سواء كانت جديدة أو قديمة، ومن المهم أيضًا أن تكون هذه الجهود متوازنة بشكل جيد مع الحفاظ على التوازن البيئي والثقافي في المناطق السياحية، لضمان استمرارية جاذبيتها واستدامة السياحة في المنطقة على المدى الطويل.[3]

وتختلف توجيهات التهيئة داخل أي مجال سياحي حسب عوامل أساسية مهمة تتمثل في موقع المنطقة، طبيعة الإمكانيات السياحية فيها وكيفيات استخدام الأرض على مستوى هذه النطاقات، وبالاعتماد على هذه العوامل يمكن تطبيق إجراءات التهيئة السياحية على ثلاث مستويات هي:

[1]- رزاز محمد عبد الصمد، ص 12.

[2]- راجع المادة 12 من القانون رقم 03-01، مرجع سابق.

[3]- رزاز محمد عبد الصمد، مرجع سابق، ص 12.

أولا: على المستوى الأول:

عندما يكون هناك مناطق شاغرة خالية من أي تجهيز سياحي، يمكن تسهيل عمليات التهيئة السياحية من خلال الإجراءات التالية:

- تقدير الإمكانيات السياحية: يجب إجراء دراسة شاملة للمنطقة لتقدير الإمكانيات السياحية المتاحة فيها، مثل المعالم الطبيعية والثقافية والتاريخية والبنية التحتية المتاحة.
- تحديد المقاييس النظرية: بناء على تقدير الإمكانيات السياحية، يمكن تحديد المقاييس النظرية للاحتياجات السياحية، مثل عدد الفنادق المطلوبة وأنواع الخدمات المطلوبة.
- برمجة المشاريع السياحية: بناءً على المقاييس النظرية، يمكن برمجة مشاريع سياحية ملائمة لتطوير المنطقة السياحية، مثل إنشاء فنادق، ومطاعم، ومرافق ترفيهية، ووسائل نقل، وغيرها.
- اختيار التجهيز الملائم: يجب اختيار التجهيزات السياحية الملائمة للمكان المناسب بناءً على تقدير الإمكانيات والمقاييس المحددة، وذلك بما يضمن تحقيق الاستدامة ومنع تدهور المجال السياحي والمحيط.
- اتخاذ الاحتياطات اللازمة: يجب أن تتخذ الإجراءات اللازمة لحماية المنطقة السياحية والمحيط من التلوث والتدهور، ويمكن تضمين هذه الاحتياطات في خطط التهيئة السياحية.[1]

[1]– باسماعيل فتيحة، النظام القانوني للعقار السياحي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص القانون العام الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح–ورقلة، 2019، ص 28–29.

ثانيا: على المستوى الثاني:

عندما توجد مناطق تمتلئ بتجهيزات سياحية وغير سياحية دون دراسة سابقة، فإنها قد تشكل عرقلة حقيقية للتطوير السياحي وتؤثر سلبًا على جودة البيئة السياحية، لذلك من الضروري إعادة تهيئة هذه المناطق بتقدير الإمكانيات والعوائق السياحية واتخاذ الإجراءات المناسبة، ويمكن أن تشمل الخطوات التالية:

- تحليل مراحل النمو العمراني: يجب تحليل مراحل النمو العمراني في المنطقة لفهم كيفية تطور الأنشطة السياحية والغير سياحية على مر الزمن وتأثيرها على بيئة المنطقة.
- تقدير الإمكانيات والعوائق السياحية: يجب تقدير الإمكانيات السياحية المتاحة في المنطقة وتحديد العوائق التي تعيق التطور السياحي.
- إعادة توزيع الأنشطة السياحية: بناءً على التحليل، يمكن إعادة توزيع الأنشطة السياحية بطريقة تعكس احتياجات وتطلعات السوق السياحية وتحسين استخدام الأرض بشكل أفضل.
- صيانة وتطوير الهياكل القديمة: يجب صيانة وتطوير الهياكل السياحية القديمة للحفاظ عليها وتحسين جودتها وجعلها أكثر جاذبية للسياح.
- تدعيم بمشاريع سياحية جديدة: يمكن إضافة مشاريع سياحية جديدة لتنويع العروض السياحية وجذب فئات سياحية جديدة إلى المنطقة.[1]

[1]– رزاز محمد عبد الصمد، مرجع سابق، ص 13.

ثالثا: على المستوى الثالث:

عندما تكون المناطق معرضة للاستهلاك السياحي المفرط والاستغلال غير المدروس، يصبح من الضروري التدخل من خلال التهيئة السياحية بشكل عميق ومتكامل عن طريق مجموعة من الخطوات التالية:

- تقييم الوضع الحالي: يتضمن هذا التقييم دراسة عميقة للبنية المجالية والاستخدامات السياحية وغير السياحية في المنطقة، بما في ذلك الفنادق، والمطاعم، والمرافق الترفيهية.
- تحليل الآثار البيئية والاجتماعية: يجب تقدير الآثار السلبية التي يمكن أن يتسبب فيها الاستهلاك السياحي المفرط على البيئة والمجتمع المحلي، مثل التلوث وتدهور البنية التحتية وفقدان الهوية المحلية.
- تطوير خطط التحسين: بناءً على التقييم والتحليل، يمكن وضع خطط لتحسين المنطقة، بما في ذلك إعادة توجيه الاستخدامات السياحية وتنظيم النمو العمراني بطريقة مستدامة.
- تنظيم النشاط السياحي: يتضمن هذا الإجراء فرض قيود على النشاط السياحي الجديد والتطوير العقاري، وتنظيم عمليات التسويق والترويج للمنطقة بما يتناسب مع قدراتها وقدرتها على استيعاب الزوار.
- تشجيع السياحة المستدامة: يجب تشجيع أنواع السياحة المستدامة التي تحترم البيئة والثقافة المحلية، وتعزز التوازن بين الاقتصاد والبيئة والمجتمع.[1]

[1]– باسماعيل فتيحة، مرجع سابق، ص 29.

الفرع الثاني: التنمية السياحية:

تعتبر التنمية المستدامة هدفا حاسما في تطوير السياحة، وانطلاقا من الأهمية المتزايدة لقطاع السياحة في الجزائر ودوره في دعم الاقتصاد الوطني وحماية البيئة، فإن السياحة تصبح قطاعا اقتصاديا رائدا للتنمية المستدامة، وفى نفس الوقت تجعل التنمية السياحية المستدامة مطلب حماية الموارد الطبيعية والثقافية هدفا رئيسيا للمشروعات السياحية باختلاف نشاطاتها، فتحقق كل مستويات الرفاهية للأجيال الحالية التي تستفيد منها، دون المساس والإضرار بحصص الأجيال القادمة من هذه الرفاهية.[1]

وتعرف التنمية السياحة على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة، كما وتشمل جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.[2]

فالتنمية السياحية هي بؤرة الاهتمام في صناعة السياحة على مستوى كافة دول العالم السياحية، أي أنها خلق وتطوير المنتج السياحي أو هي العمل المنظم المستمر

---

[1]– وطواط محمد، حشود نسيمة، "نحو تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء احكام القانون رقم 03-01"، **مجلة صوت القانون**، المجلد الثامن، العدد الأول، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، نوفمبر 2021، ص 600.

[2]– بن فرج زوينة، "الفنادق الخضراء "أحد المداخل لتحقيق التنمية السياحية"، **مداخلة ضمن اليوم الدراسي حول "التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية"**، دار الثقافة محمد بوضياف، برج بوعريرج، الجزائر، يوم 21 ديسمبر 2009، ص 97.

لإنعاش صناعة السياحة،[1] وبالتالي فهي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها.[2]

وقد عرفها الاتحاد الأوروبي للبيئة والمتنزهات القومية نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقيبالبيئة المعمارية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية.[3]

تجدر الإشارة أنه بالعودة لأحكام التشريع الجزائري فنجده لم يعطي تعريف صريح للتنمية السياحية، ولكن يمكننا استنتاج تعريف التنمية السياحية من خلال الجوانب التي تطرق لها والمتمثلة في:

- **التطوير المتوازن والمنسجم:** يعني ذلك أن التنمية السياحية يجب أن تكون متناسقة مع احتياجات ورغبات الأجيال الحالية، وفي الوقت نفسه يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار احتياجات الأجيال المستقبلية.
- **استخدام موارد طبيعية بشكل أمثل:** يجب أن يتم تنمية السياحة بطريقة تحافظ على الموارد الطبيعية وتستخدمها بشكل مستدام دون إلحاق أذى بالبيئة.
- **الحفاظ على الخصائص الحضارية والثقافية:** يتطلب ذلك المحافظة على السمات الفريدة للثقافة والتاريخ والتراث الثقافي في المناطق السياحية، والعمل على صيانتها وتعزيزها.

---

[1]– فضيل حضري، وهيبة بوربعين، "التنمية السياحية المستدامة في الجزائر"، **مجلة علوم الانسان والمجتمع**، العدد العاشر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2014، ص 140.

[2]– بن فرج زوينة، مرجع سابق، ص 97.

[3]– وطواط محمد، حشود نسيمة، مرجع سابق، ص 603.

- **تلبية احتياجات السياح الحاليين دون المساس بالأجيال القادمة:** يعني ذلك أن السياحة يجب أن تكون منفتحة ومتاحة للأشخاص الحاليين، وفي نفس الوقت يجب توخي الحذر لعدم تدمير البيئة أو الموروث الثقافي للأجيال القادمة.

وبالتالي فالتنمية السياحية تهدف إلى تحقيق توازن بين الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في تطوير القطاع السياحي، مما يضمن استمرارية النمو والتطور دون التضحية بالموروث الثقافي والبيئي للأجيال الحالية والمستقبلية.[1]

وقد أشار المشرع الجزائري في نص المادة 02 من القانون رقم 03-01 الى الاهداف التي تعمل التنمية السياحية على تحقيقها والمتمثلة في:

- **ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في القطاع السياحي:** بمعنى جذب المزيد من الاستثمارات في القطاع السياحي وتعزيز التعاون بين القطاع الخاص والحكومة في تطوير البنية التحتية السياحية.
- **إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية:** بمعنى تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات الفندقية والسياحية من خلال تطوير البنية التحتية وتحسين التدريب والتأهيل للعاملين في هذا القطاع.
- **تنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية:** بمعنى توسيع مجالات السياحة وتقديم تجارب جديدة ومثيرة للسياح.
- **تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية:** بمعنى تحسين الرفاهية وتوفير فرص الترفيه والاستجمام للمواطنين.

[1]- راجع احكام القانون رقم 03-01، مرجع سابق.

- **المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة:** بمعنى الحفاظ على البيئة وتحسين جودة الحياة للمجتمعات المحلية في المناطق السياحية.
- **تحسين نوعية الخدمات السياحية:** بمعنى رفع مستوى الخدمات المقدمة للسياح وتحسين تجربتهم.
- **ترقية وتنمية الشغل في الميدان السياحي:** بمعنى خلق فرص عمل جديدة وزيادة مستويات التوظيف في القطاع السياحي.
- **التطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية:** بمعنى تطوير النشاطات السياحية بشكل يحقق التوازن بين الاحتياجات السياحية والبيئية والاجتماعية.
- **تثمين التراث السياحي الوطني:** بمعنى الحفاظ على التراث الثقافي والتاريخي للجزائر وتعزيزه كجزء من الجذب السياحي.
- **دفع عجلة التنمية الاقتصادية والنهوض بالاقتصاد الوطني:** بمعنى تحفيز النمو الاقتصادي من خلال تنمية القطاع السياحي وزيادة إسهامه في الناتج المحلي الإجمالي وخلق فرص عمل جديدة.[1]

وعليه فتنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون كافة العناصر والإمكانيات والجهود العاملة في الحقل السياحي، لأن السياحة قطاع اقتصادي يضم مرافق عديدة ونشاطات اقتصادية مختلفة، لذلك فإن أي تخطيط للتنمية السياحية يجب أن يهدف إلى وضع برامج من أجل استخدام الأماكن والمناطق والمواد سياحياً، ثم تطويرها لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب السائحين إليها سواء أكان مباشرة أو عبر الإعلان السياحي أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي.[2]

[1]– راجع المادة 02 من القانون رقم 03-01، مرجع سابق.

[2]– بن فرج زوينة، الفنادق الخضراء "أحد المداخل لتحقيق التنمية السياحية"، مرجع سابق، ص 99.

الفرع الثالث: الاهتمام بالموارد البشرية في القطاع السياحي:

يعد الاهتمام بالموارد البشرية في القطاع السياحي جزء أساسي من تطوير القطاع السياحي وتعزيز جودة الخدمات السياحية، وهذا يتم عن طريق توفير مجموعة من الجهود التي تعكس التزاما بتطوير القوى العاملة في هذا القطاع، وتحسين كفاءتها واستعدادها لتلبية تحديات السوق وتوقعات السياح والمتمثلة في:

- إعادة النظر في البرامج التكوينية بغرض تكييفها مع تطور الاحتياجات والتقنيات الحديثة لتسيير النشاط والخدمة السياحية؛
- اقتناء دعامات بيداغوجية عصرية وإعادة تأهيل سلك الأساتذة؛
- تأسيس شهادة بكالوريا تقنية في السياحة قصد ضمان توفير مهنيين متخصصين ومسيرين في ميدان السياحة؛
- فتح فرع الاقتصاد السياحي بالجامعة مع توسيعه إلى ما بعد التدرج؛
- الحث على إنشاء مراكز جديدة للتكوين لمواجهة الطلب المتوقع.[1]

وبالتالي فاستقبال السياح في المواقع السياحية يتطلب تفهما عميقا لاحتياجاتهم وتوفير البيئة المناسبة لإرضائها، وهذا يتضمن التعاون والتنسيق بين الأفراد المشاركين في عملية الاستقبال والخدمة السياحية، فمن المهم أن يكون العنصر البشري مؤهلا ومدربا جيدا في مجال استقبال السياح وتقديم الخدمات لهم، وعلى سبيل المثال يجب على العاملين في القطاع السياحي أن يكونوا قادرين على التعامل بلباقة واحترافية مع السياح، وتلبية احتياجاتهم بشكل فعال وودي، كما يجب أن يتم تدريبهم على مهارات

[1]– حشماوي محمد، بوقلاشي عماد، الاهتمام بالمورد البشري في القطاع السياحي كمدخل من مداخل تحقيق التنمية السياحية في الجزائر، **مجلة المناجر**، المجلد الأول، العدد الأول، المدرسة العليا للاقتصاد والرقمنة، الجزائر، ديسمبر 2014، ص 19–20.

الاتصال الجيدة وفنون الضيافة، وكذلك على فهم تفاصيل الوجهات السياحية والخدمات المتاحة بها، بالإضافة إلى ذلك يجب أن يكون هناك تعاون وتنسيق بين مختلف الجهات المعنية، مثل الفنادق، والمطاعم، وشركات النقل، والجهات الحكومية، لتوفير تجربة سياحية متكاملة ومريحة للزوار، هذا يساعد في تحقيق أهداف السياحة المستدامة وزيادة رضا السياح وتحفيزهم على العودة مرة أخرى ونشر تجاربهم الإيجابية.[1]

الفرع الرابع: الترقية والاعلام السياحي:

تعتبر الترقية السياحية كل عمل إعلامي واتصالي موجه لتثمين القدرات السياحية قصد استغلالها التجاري،[2] فهي تشكل الاداة المميزة لتثمين التراث والقدرات والمؤهلات السياحية، حيث تتضمن على وجه الخصوص دراسات السوق وبرامج الاتصال وتلجا إلى مختلف أشكال التسويق مثل المعارض والمنشورات ووسائل الإعلام المتخصصة والتقنيات العصرية في مجال التصور والانجاز والنشر،[3] كما تتولى مهمة تأطيرها هيئة عمومية تسمى الديوان الوطني للسياحة ذلك باعتبار أن الترقية السياحية ذات منفعة عامة وتقع على عاتق الدولة.[4]

وبالتالي فالإعلام السياحي يلعب دورا حيويا في تعزيز صورة الوجهات السياحية وجذب الزوار إليها، حيث يتمثل الهدف الرئيسي للإعلام السياحي في تعزيز الوعي

---

[1]– أحلام شتيوي، عبير حديدي، تنمية الموارد البشرية في القطاع السياحي "دراسة حالة مركب الشلالة المعدني بقالمة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر منهي، تخصص إدارة الأعمال السياحية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945–قالمة، 2022، ص 39.

[2]– راجع المادة 24 من القانون رقم 03–01، مرجع سابق.

[3]– راجع المادة 25 من القانون رقم 03–01، مرجع سابق.

[4]– راجع المادة 26 من القانون رقم 03–01، مرجع سابق.

بالوجهات السياحية المختلفة وتسليط الضوء على ما تقدمه من خدمات وتجارب فريدة،[1] كما تشمل جهود الإعلام السياحي إنتاج المواد الإعلامية المختلفة مثل الصور، والفيديوهات، والمقالات، والمواقع الإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات التلفزيونية والإذاعية، يتم توجيه هذه المواد إلى الجماهير المستهدفة في الأسواق المحلية والدولية، بهدف تحفيزهم على زيارة الوجهات السياحية واستكشاف ما تقدمه من تجارب سياحية مميزة، مما يساعده في تعزيز الجاذبية السياحية للوجهات وزيادة عدد السياح الذين يختارون زيارتها.[2]

المطلب الثاني: القوانين المتعلقة بالسياحة الخضراء:

لم يستفرد المشرع الجزائري بالقانون رقم 03-01 فقط فيما يخص السياحة الخضراء وانما كانت هناك مجموعة من النصوص القانونية التي تطرقت لها حتى وان لم تكن بصفة مباشرة والمتمثلة في القانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع السياحي **(الفرع الأول)**، والقانون رقم 99-01 المتعلق بالسائح البيئي **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول: القانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع السياحي:

لقد تطرق هذا القانون لما يسمى بمناطق التوسع السياحية والتي عرفها المشرع الجزائري في المادة الثانية منه على أنها: "**كل منطقة أو امتداد من الاقليم يتميز بصفات أو بخصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وابداعية مناسبة للسياحة، مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات مردودية، أما المواقع السياحية فهي كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب**

[1]- راجع المادة 28 من القانون رقم 03-01، مرجع سابق.

[2]- وطواط محمد، حشود نسيمة، مرجع سابق، ص 613.

مظهره الخلاب أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصوصيات طبيعية أو بناءات مشيدة عليه معترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية ، والذي يجب تثمين أصالته والمحافظة عليه من التلف أو الاندثار بفعل الطبيعة أو الانسان".[1]

ويحدد هذا القانون مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية، حيث يهدف إلى:

- الاستعمال العقلاني والمنسجم للفضاءات والموارد السياحية قصد ضمان التنمية المستدامة للسياحة؛
- إدراج مناطق التوسع والمواقع السياحية وكذا منشآت تنمية النشاطات السياحية في المخطط الوطني لتهيئة الاقليم؛
- حماية المقومات الطبيعية للسياحة؛
- المحافظة على التراث الثقافي والموارد السياحية من خلال استعمال واستغلال التراث الثقافي والتاريخي والديني والفني لأغراض سياحية؛
- إنشاء عمران مهيأ ومنسجم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المميز.[2]

تصنف مناطق التوسع والمواقع السياحية كمناطق سياحية محمية وهذه الصفة تخضع إلى اجراءات الحماية الخاصة الآتية:

- شغل واستغلال الأراضي الموجودة داخل هذه المناطق والمواقع في ظل احترام قواعد التهيئة والتعمير؛

[1]– راجع المادة الثانية من القانون رقم 03-03 مؤرخ في 16 ذي الحجة 1423 موافق ل 17 فيفري 2003، متعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ر عدد 11 صادرة في 18 ذي الحجة 1423 موافق ل 19 فيفري 2003.

[2]– راجع المادة الأولى من القانون رقم 03-03، مرجع سابق.

- الحفاظ على مناطق التوسع والمواقع السياحية من كل أشكال تلوث البيئة وتدهور الموارد الطبيعية والثقافية؛
- اشراك المواطنين في حماية التراث والمتاحات السياحية؛
- منع ممارسة كل نشاط غير ملائم مع النشاط السياحي.[1]

كما وتجدر الإشارة إلى أن تهيئة وتسيير منطقة التوسع والموقع السياحي، وفق مواصفات مخطط التهيئة السياحية الذي تعده الإدارة المكلفة بالسياحة في اطار تشاوري ومصادق عليه عن طريق التنظيم، والذي يهدف إلى:

- تحديد المناطق القابلة للتعمير والبناء: يتم تحديد المناطق التي يمكن تطويرها وبناؤها لتلبية احتياجات السياحة وتحسين البنية التحتية السياحية.
- حماية المناطق الطبيعية والثقافية: يتعين تحديد المناطق التي يجب حمايتها من التلوث والتدهور البيئي والثقافي، مع المحافظة على جمالياتها وموروثها الثقافي.
- تحديد برنامج النشاطات السياحية: يجب وضع برنامج يحدد الأنشطة السياحية المختلفة التي سيتم تنفيذها في المنطقة، بما يتناسب مع احتياجات وتفضيلات السياح.
- تحديد الوظائف والاستثمارات: يتعين تحديد الوظائف المختلفة التي ستقوم بها المناطق السياحية المخطط لها، بالإضافة إلى تحديد الاستثمارات اللازمة لتطوير وتشغيل هذه المناطق.
- تحديد التهيئات البنيوية: يجب تحديد التهيئات البنيوية والبنية التحتية المطلوبة لتطوير وتشغيل المناطق السياحية، بما في ذلك الطرق والمرافق السياحية والخدمات الأساسية.

[1]– راجع المادة 10 من القانون رقم 03-03، مرجع سابق.

- إعداد التجزئة المخصصة: يتضمن هذا الخطوة تحديد التجزئة المخصصة للمشاريع المخطط لتنفيذها، مما يساعد في تحديد المساحات المناسبة وتوزيع الأنشطة بشكل فعال.[1]

الفرع الثاني: القانون رقم 99-01 المتعلق بحماية السائح البيئي:

تطرق المشرع الجزائري في هذا القانون رقم 99-01 للسائح البيئي كعنصر من عناصر السياحة الخضراء، حيث يحدد المبادئ العامة ذات الصلة بحقوق السائح الزبون، وكيفية إبرام العقد السياحي معه وتنفيذه، وتحديد المخالفات التي قد تقع سواء من طرف السائح أو صاحب المؤسسة الفندقية والعقوبات الإدارية والأحكام الجزائية، وذلك بغرض ضمان الحماية الكافية للسائح الأجنبي.[2]

يتم حماية السائح البيئي من خلال توجيهه للمناطق التي لا تحتوي على تهديد له أو تعرضه لأخطار التلوث خاصة في المناطق البعيدة عن العمران، إلا أن هذه العملية صاحبتها أخطار هددت البيئة نفسها نتيجة لبعض السلبيات التي مارسها السائح والمؤسسات السياحية، مما أدى لفقدان المناطق الطبيعية صلاحيتها وتهديد الأحياء الطبيعية فيها.[3]

---

[1]- راجع المادتين 12 و15 من القانون رقم 03-03، مرجع سابق.

[2]- راجع القانون رقم 99-01 مؤرخ في 19 رمضان 1419 موافق ل 06 يناير 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة، ج ر عدد 62 مؤرخة في 23 رمضان 1419 موافق ل 10 يناير 1999.

[3]- خان أحلام، زاوي صورية، "السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية، **أبحاث اقتصادية وإدارية**، العدد السابع، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2010، ص 229.

الفصل الثاني:

آليات تفعيل الترويج للسياحة الخضراء

في الجزائر

المبحث الأول

وسائل تطبيق السياحة الخضراء في الجزائر

مع التزايد المستمر في الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة وتعزيز السياحة المستدامة، تسعى الجزائر إلى تعزيز الترويج للسياحة الخضراء كجزء من استراتيجيتها السياحية المستقبلية، يعتمد تحقيق هذا الهدف على تطبيق مجموعة من الوسائل المتنوعة، بدءا من التخطيط والتسويق السياحي الأخضر **(المطلب الأول)**، ومن ثم تأتي الإدارة والرقابة السياحية الخضراء كمكمل أساسي **(المطلب الثاني)**، حيث تضمن وضع المعايير واللوائح التي تحد من التأثيرات البيئية السلبية وتشجع على الممارسات المستدامة في قطاع السياحة، فباستخدام هذه الوسائل بشكل متكامل يمكن للجزائر تعزيز مكانتها كوجهة سياحية خضراء متميزة وجاذبة للسياح الباحثين عن تجارب سياحية مستدامة ومثيرة في آن واحد.

المطلب الأول: التخطيط والتسويق السياحي الأخضر:

يتطلب الترويج للسياحة الخضراء وضع خطط واستراتيجيات تسويقية موجهة نحو البيئة والاستدامة، حيث يشمل ذلك الترويج للمناطق الطبيعية الجميلة والمحمية، وتوفير برامج سياحية خضراء مثل الرحلات الطبيعية والسفاري والتجارب البيئية، وهذا ما جعلنا نتطرق بصفة خاصة للتخطيط السياحي الأخضر **(الفرع الأول)**، ثم التسويق السياحي الأخضر **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول: التخطيط السياحي الأخضر:

يعد التخطيط السياحي الأخضر من بين وسائل الترويج للسياحة الخضراء في الجزائر وهو ما جعلنا نحاول وضع مفهوما له **(أولا)**، ودراسة أهميته **(ثانيا)**، بالإضافة إلى عوامل نجاحه **(ثالثا)** وتوجهاته **(رابعا)**.

أولا: مفهوم التخطيط السياحي الأخضر:

إن تطور التخطيط السياحي لم يقتصر فعلا على الترويج للمواقع السياحية وتنظيم الرحلات السياحية فحسب، بل أصبح يشمل مجموعة شاملة من الجوانب والمبادئ التي تهدف إلى تنمية القطاع السياحي بشكل مستدام ومتوازن، وفي الوقت الحاضر يعتبر التخطيط السياحي أداة حيوية لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الدول، حيث يهدف إلى تحقيق التوازن بين الاحتياجات السياحية الحالية وقدرة الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية للأجيال القادمة، بالإضافة إلى سعيه للتقليل من التأثير البيئي للسياحة من خلال اعتماد ممارسات سياحية مستدامة وحماية المناطق الطبيعية الهامة، وبالتالي فهو وسيلة لتعزيز التواصل الثقافي بين السياح والمجتمعات المحلية، مما يساهم في تعزيز فهم متبادل وتقبل الثقافات المختلفة.[1]

ونقصد بالتخطيط السياحي أنه رسم صورة تقديرية ومستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنتظمة من خلال

[1]– ليليا عين سوية، "التنمية السياحية المستدامة من خلال التخطيط السياحي"، **مجلة دراسات اقتصادية**، العدد 38، اوت 2019، ص 235.

إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية.[1]

والتخطيط السياحي ما هو إلا نوع من أنواع التخطيط التنموي، وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن ولتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود ومنع حدوث أي آثار ونتائج سلبية ناجمة عنه.[2]

كما يعرف التخطيط السياحي أيضا على أنه أسلوب تنظيمي يهدف الى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال فترة زمنية معلومة، وذلك عن طريق حصر إمكانيات المجتمع السياحية سواء كانت مادية ام بشرية وتعريفها وتحريكها نحو تحقيق اهداف المجتمع وفلسفته الاجتماعية التي ارتضاها إطارا لوجوده ونموه.[3]

وعليه، فتطوير المناطق السياحية يتطلب التخطيط الشامل والمتكامل الذي يشمل جميع القطاعات الاقتصادية المختلفة ويضمن التنسيق الفعال بينها، هذا النوع من التخطيط يساهم في تحقيق التنمية المستدامة للمنطقة السياحية ويحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، حيث يلزم:

---

[1]– عبد الباسط علي عبد الجليل داوود، "بالعيد محمد يونس عبد الرحمان، التخطيط السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة بإقليم الجبل الأخضر"، **مجلة كلية السياحة والفنادق**، العدد الخامس، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، مصر، يونيو 2019، ص 189-190.

[2]– بسام سمير عبد الحميد الرميدي، يحي شحاته حسن الزق، "التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر"، **مجلة الاقتصاد والقانون**، العدد الأول، جوان 2018، ص 43.

[3]– منال شوقي عبد المعطي، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2011، ص 55.

- بوجوب تطوير البنية التحتية لتلبية احتياجات السياح، بما في ذلك الطرق والمطارات والمواصلات العامة والخدمات الأساسية مثل المياه والكهرباء والصرف الصحي.
- وجوب وضع إجراءات لحماية البيئة والمواقع الطبيعية الهامة في المنطقة السياحية، وتشجيع السلوك البيئي المستدام من قبل السياح والمجتمع المحلي.
- وجوب تعزيز جاذبية المنطقة السياحية من خلال تسليط الضوء على التراث الثقافي والتاريخي وتنظيم فعاليات ثقافية تعكس الهوية المحلية.
- وجوب وضع استراتيجيات تسويقية فعالة لجذب السياح وتعزيز سمعة المنطقة السياحية على الصعيدين المحلي والعالمي.[1]

من خلال ما سبق ذكره في التعريفات يمكننا استخلاص مفهوم التخطيط السياحي الأخضر على أنه نهج تنموي يهدف إلى تعزيز السياحة بطرق تحافظ على البيئة وتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية والاقتصادية في الوجهات السياحية.

ثانيا: أهمية التخطيط السياحي الأخضر:

تكمن أهمية التخطيط السياحي الأخضر في النقاط التالية:

- **تعزيز التعاون والتنسيق:** يسهل التخطيط السياحي التعاون والتنسيق بين الجهات المعنية بتطوير القطاع السياحي.
- **الحفاظ على البيئة:** يهدف التخطيط السياحي الأخضر إلى تطوير السياحة بشكل يحترم البيئة ويحافظ عليها، من خلال اختيار وتطوير الوجهات السياحية بحيث

[1]– بسام سمير عبد الحميد الرميدي، يحي شحاته حسن الزق، التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر، مرجع سابق، ص 43.

تكون مستدامة بيئياً وتسهم في الحفاظ على التنوع البيولوجي والمحافظة على الموارد الطبيعية.

- **تعزيز التوعية البيئية:** يساهم التخطيط السياحي الأخضر في تعزيز الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة بين السياح والمجتمعات المحلية.[1]
- **توفير فرص العمل وتمكين المجتمعات المحلية:** يساهم التخطيط السياحي الأخضر في توفير فرص العمل لسكان المناطق السياحية وتمكينهم اقتصادياً، من خلال تشجيع الاستثمار في المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتطوير القطاعات المحلية المرتبطة بالسياحة.[2]
- **تحديد حركة القطاع السياحي:** يساعد التخطيط السياحي على تحديد الوجهات المستهدفة ووضع الخطط اللازمة لتحقيق الأهداف المحددة.
- **تقليل المخاطر والتحسين المستمر:** من خلال تحليل التهديدات المتعلقة بالقطاع السياحي، يمكن للتخطيط السياحي الأخضر مساعدة في تقليل المخاطر وتحسين الأداء بشكل مستمر.
- **استغلال الإمكانيات والموارد بكفاءة:** يهدف التخطيط السياحي إلى استغلال الإمكانيات الطبيعية والثقافية والاقتصادية بكفاءة وبشكل مستدام، مما يساهم في تقليل التكاليف وتحسين الأداء الاقتصادي.

[1]– ليليا عين سوية، التنمية السياحية المستدامة من خلال التخطيط السياحي، مرجع سابق، ص 236.

[2]– ليليا عين سوية، مرجع نفسه، ص 236.

- **الحفاظ على الثقافة والتراث:** يساعد التخطيط السياحي على الحفاظ على قيم وعادات وتقاليد المجتمع المضيف، وضمان أن يكون التطوير السياحي متناسبا مع البيئة الثقافية والاجتماعية للمنطقة.[1]

من خلال الأهمية سالفة الذكر التي يمتاز بها التخطيط السياحي الأخضر يمكننا أن نستخلص أنه يعتبر أداة فعالة لتحقيق التنمية المستدامة والمسؤولة في القطاع السياحي، مع الحفاظ على البيئة وتعزيز الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات المحلية.

ثالثا: عوامل نجاح التخطيط السياحي الأخضر:

يعتمد نجاح التخطيط السياحي الأخضر على عدة عوامل تمثل أساسيات مهمة لضمان نجاح التخطيط السياحي الأخضر وتحقيق التنمية المستدامة في القطاع السياحي والتي تشمل ما يلي:

- **إدماج خطة التنمية السياحية في الخطط القومية الشاملة:** يضمن هذا العامل توجيه جهود التنمية السياحية بما يتماشى مع أهداف التنمية الشاملة للبلاد.
- **تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية:** يعنى بتوجيه الاستثمارات والموارد بشكل متوازن بين مختلف القطاعات الاقتصادية، بما في ذلك السياحة، لضمان الاستدامة الاقتصادية.
- **اعتبار تنمية القطاع السياحي كخيار استراتيجي:** يؤكد على أهمية وضع السياحة في مكانة استراتيجية في خطط التنمية الاقتصادية للبلاد.

[1]– بسام سمير عبد الحميد الرميدي، يحي شحاته حسن الزق، التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر، مرجع سابق، ص 43.

- **إدراج السياحة كجزء من قطاعات الإنتاج:** يعزز هذا العامل دور السياحة كقطاع رئيسي في الاقتصاد، مما يعزز مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وخلق فرص العمل.[1]
- **تحديد دور القطاع الخاص والعام في التنمية السياحية:** يساهم ذلك في توجيه الجهود وتحديد المسؤوليات بين القطاعين لتحقيق التنمية السياحية المستدامة.
- **التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام والحفاظ على البيئة:** يهدف إلى تعزيز الاقتصاد المستدام والحفاظ على الموارد الطبيعية والبيئية خلال عملية التنمية السياحية.[2]

وبالتالي يمكننا أن نستنتج أن التخطيط السياحي الأخضر يعمل على تعزيز التعاون بين الحكومات المحلية والمنظمات غير الحكومية والقطاع الخاص والمجتمعات المحلية لضمان مشاركة جميع الأطراف ذات الصلة في صناعة القرار وتنفيذ السياسات البيئية والاجتماعية المستدامة.

رابعا: توجهات التخطيط السياحي الأخضر:

تتعدد توجهات التخطيط السياحي الأخضر نتيجة لتعدد أنشطة القطاع السياحي وأهميته للمجتمع، وتتمثل تلك التوجهات فيما يلي:

- **التوجه البيئي:** يعكس اهتمام التوجه البيئي بالحفاظ على البيئة وتقليل الآثار السلبية للسياحة عليها، ويشجع على تنمية أنشطة سياحية تكون مستدامة بيئيًا وتعزز الحفاظ على الموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي.

[1]– ليليا عين سوية، التنمية السياحية المستدامة من خلال التخطيط السياحي، مرجع سابق، ص 236–237.

[2]– ليليا عين سوية، مرجع نفسه، ص 236–237.

- **التوجه الاقتصادي:** يركز على تعظيم الفوائد الاقتصادية للسياحة، من خلال تحقيق النمو الاقتصادي وزيادة الدخل القومي وتوفير فرص العمل وتحفيز الاستثمار في القطاع السياحي، كما أنه يركز على تحقيق الاستفادة القصوى من القطاع السياحي كمصدر للدخل وخلق فرص العمل.
- **التوجه المادي أو الفراغي:** يعنى بتحديد المناطق السياحية والتخطيط لها بشكل يحقق أقصى استفادة من الفضاء الطبيعي والثقافي، مع الحفاظ على جماليات المكان وتقليل الزحام والتأثيرات السلبية على البيئة.
- **التوجه الاجتماعي:** يسلط الضوء على الفوائد الاجتماعية للسياحة، مثل تعزيز التواصل الثقافي بين الثقافات المختلفة، وتحفيز التضامن المجتمعي، وتوفير فرص التنمية المحلية.
- **التوجه المستدام:** يعتبر هذا التوجه الأكثر شمولية، حيث يهدف إلى تحقيق التوازن بين الأبعاد البيئية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسياحة، مع التركيز على تحقيق التنمية المستدامة التي تلبي احتياجات الجيل الحالي دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها.[1]

من خلال ما سبق يمكننا أن نستنتج أن توجهات التخطيط السياحي الأخضر يعكس رؤية مستدامة لتطوير السياحة ويراعي البعد البيئي والاجتماعي والاقتصادي، فهويرتكز بصفة عامة على حماية وحفظ الموارد الطبيعية والبيئة المحلية، مع التركيز بالحفاظ على التنوع البيولوجي والحفاظ على المناطق الطبيعية الهامة.

[1]– بسام سمير عبد الحميد الرميدي، يحي شحاته حسن الزق، التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر، مرجع سابق، ص 44.

الفرع الثاني: التسويق السياحي الأخضر:

يعتبر التسويق الأخضر أيضا من بين وسائل الترويج للسياحة الخضراء في الجزائر إضافة للتخطيط السياحي الأخضر، وهو ما جعلنا أيضا نعمل على البحث في مفهومه **(أولا)**، خصائصه **(ثانيا)**، بالإضافة لعناصر المزيج التسويقي السياحي الأخضر **(ثالثا)**.

أولا: مفهوم التسويق السياحي الأخضر:

لقد ظهر مفهوم التسويق الأخضر في منتصف الثمانينات من القرن العشرين، وبدأت منظمات الأعمال في تعديل سلوكياتها البيئية سعيا منها نحو تضمين الاهتمامات الاجتماعية والبيئية الجديدة، وتوالى الاهتمام به وزاد التوجه نحو تلبية حاجات الجمهور ورغباتهم البيئية على نحو ملحوظ، فالتسويق الأخضر يعنى بتطوير وترويج المنتجات والخدمات بطرق تكون صديقة للبيئة ومستدامة.[1]

التسويق السياحي هو مجموعة من الجهود والأنشطة المنظمة التي تؤدى بتناغم مدروس من قبل مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها المختلفة، بهدف إشباع أذواق ورغبات الراغبين في السياحة بمختلف أشكالها، يشمل التسويق السياحي عدة عناصر رئيسية تساهم في نجاحه والمتمثلة في الترويج، التسعير والتوزيع والخدمات، وباختصار فالتسويق

[1]– وفاء صلاح عبد الرحمان، أثر تطبيق استراتيجية التسويق الأخضر في قطاع الفنادق على التنمية السياحية في مصر، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان**، العدد 12، ص 243.

السياحي هو عملية شاملة تهدف إلى تعزيز الجذب السياحي وتوفير تجربة مميزة للسياح من خلال تقديم خدمات ومنتجات سياحية تلبي توقعاتهم واحتياجاتهم.[1]

يعرف التسويق السياحي أيضا بأنه ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها، ويهدف هذا النشاط إلى تحديد الأسواق السياحية المرتقبة، التعرف عليها، والتأثير فيها بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها، وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي وبين الرغبات والدوافع لفئات السائحين المختلفة.[2]

كما يعرف التسويق السياحي على أنه توجيه كافة الجهود والأنشطة داخل المؤسسة بإشراف مباشر من الإدارة العليا ونفوذ مقبول لإدارة التسويق لإيجاد المعادلة المتوازنة بين الحاجات والرغبات الخاصة بالمستهلكين المستهدفين أو هو عملية دراسة وتحليل وتخطيط وتنظيم ومراقبة الموارد والسياسات الأنشطة السياحية، التي تمس أولها العلاقة بالعملاء وحاجاتهم بهدف تحقيق الأهداف العامة للتسويق في خلق فرص سياحية جديدة وإشباع حاجات ورغبات العملاء ومضاعفة الاستهلاك والارتقاء بمستوى المعيشة.[3]

كما يعرف بأنه مدخل نظامي متكامل يهدف إلى التأثير على تفضيلات الزبائن بصورة تدفعهم نحو التوجه إلى طلب منتجات غير ضارة بالبيئة وتعديل عاداتهم

---

[1]– محمد عبيدات، التسويق السياحي "مدخل سلوكي"، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن، 2008، ص 16.

[2]– سعدون وفاء، تأثيرات التسويق البيئي على التسويق السياحي "دراسة حالة وكالة السياحة والسفر الزعاطشة–تيارت"، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص تسويق، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون–تيارت، 2013/2012، ص 36.

[3]– عصام حسن السعدي، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 17.

الاستهلاكية بما ينسجم مع ذلك، والعمل على تقديم مزيج تسويقي متكامل قائم على أساس الإبداع بشكل يرضى هذا التوجه بحيث تكون المحصلة النهائية الحفاظ على البيئة وحماية الزبائن وإرضائهم وتحقيق هدف الربحية للمنظمة.[1]

ويعرف أيضا على أنه التنفيذ المنظم والمنسق للسياسات السياحية من خلال المؤسسات السياحية الحكومية والخاصة، سواء على المستوى المحلي، الوطني، الإقليمي، أو الدولي، حيث يهدف هذا التنفيذ إلى تحقيق الإشباع لدى الأسواق السياحية المستهدفة والحصول على عائد مناسب، كما يمكن أن تشمل هذه العوائد على تقديم خدمات سياحية، تحقيق نمو سياحي، أو توفير حلول سياحية متنوعة.[2]

من خلال التعريفات السالفة الذكر يمكن القول أن التسويق السياحي الأخضر هو عملية شاملة تتطلب التنسيق بين العديد من الأنشطة والإجراءات لتحقيق أهداف التنمية السياحية وزيادة الحركة السياحية بطريقة مستدامة وفعالة، حيث يركز على تطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويقية تراعي المبادئ البيئية والاستدامة، وبالتالي فهو ليس فقط أداة لتحقيق النمو الاقتصادي، ولكنه أيضا وسيلة للحفاظ على البيئة وتعزيز التنمية المستدامة، مما يؤدي إلى فوائد متعددة للوجهات السياحية والمجتمعات المحلية على حد سواء.

[1]– أحمد نزار، تامر البكري، التسويق الأخضر، دار البازودي العلمية للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 47.

[2]– طه احمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي "دراسة ميدانية"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 41.

ثانيا: خصائص التسويق السياحي الأخضر:

يمتاز التسويق السياحي الأخضر الجيد بارتكازه على المنتج السياحي الذي يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ضمن إطار التنمية الشاملة والمستدامة، ولتحقيق هذا التوازن يجب أن تتوفر عدة مواصفات أخرى في التسويق السياحي الأخضر، من أبرزها:

- **التسويق السياحي المرن والمستمر والتدريجي:** فالمرونة بمعنى أن يتقبل أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناءً على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة، أما الاستمرارية فيواكب التغيرات في السوق واحتياجات العملاء، أما التدريجية فينفذ التعديلات والتحسينات بشكل تدريجي لضمان نجاحها واستدامتها.
- **التسويق السياحي الشامل:** حيث يشمل جميع جوانب التنمية السياحية، بما في ذلك الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية، كما يراعي تأثيرات السياحة على جميع هذه الجوانب لتحقيق تنمية متوازنة ومستدامة.
- **التسويق السياحي الكامل:** حيث يعامل السياحة كنظام متكامل، فكل جزء مكمل للأجزاء الأخرى، كما يعترف بأن كل عنصر في النظام يؤثر ويتأثر ببقية العناصر، مما يضمن تنسيقاً أفضل وتكاملاً أكبر بين مختلف مكونات القطاع السياحي.
- **التسويق السياحي المجتمعي:** حيث يشمل مشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط التسويقي، كما يضمن أن يكون للمجتمع المحلي دور فعّال في تطوير السياحة وتنفيذ الخطط التسويقية.

- **التسويق السياحي البيئي:** حيث يهدف إلى حماية وصيانة العناصر الطبيعية والتاريخية التي تجذب السياح، كما يتضمن إجراءات مستمرة للحفاظ على الموارد البيئية لأطول فترة زمنية ممكنة.[1]
- **التسويق السياحي الواقعي والقابل للتنفيذ:** حيث يتسم بالأهداف التي لا تتجاوز حدود الإمكانات والطموح، كما يظل ضمن نطاق الموارد المتاحة، سواء كانت طبيعية، مالية، أو بشرية.
- **التسويق السياحي المرحلي والمنظم:** حيث يتكون من مجموعة من الخطوات والاستراتيجيات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة والمتكاملة، كما يضمن أن كل مرحلة تساهم في تحقيق الأهداف الكلية للتسويق السياحي الأخضر.
- **التسويق السياحي المنهجي:** حيث يعامل السياحة كنظام له مدخلات ومخرجات، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها لتحقيق الأهداف المرجوة، كما يتيح إمكانية تعديل الاستراتيجيات بناءً على نتائج التحليل والتقييم المستمر للأداء.[2]

من خلال هذه المميزات أو الخصائص التي تميز التسويق السياحي الأخضر يمكن أن نستنتج أنه يتطلب رؤية شاملة ومتكاملة بين مختلف الأنشطة والإجراءات لتحقيق توازن مستدام بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، كما يجب أن يكون هذا التسويق مرنا وشاملا ومنظما، مع التركيز على إشتراك المجتمع المحلي والحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية.

---

[1]– سعدون وفاء، تأثيرات التسويق البيئي على التسويق السياحي "دراسة حالة وكالة السياحة والسفر الزعاطشة–تيارت"، مرجع سابق، ص 38.

[2]– سعدون وفاء، تأثيرات التسويق البيئي على التسويق السياحي "دراسة حالة وكالة السياحة والسفر الزعاطشة–تيارت"، مرجع سابق، ص 38.

ثالثا: عناصر المزيج التسويقي السياحي الأخضر:

تتمثل عناصر المزيج التسويقي السياحي الأخضر في أربعة عناصر متمثلة في المنتج السياحي الأخضر **(01)**، التسعير السياحي الأخضر **(02)**، التوزيع السياحي الأخضر **(03)**، الترويج السياحي الأخضر **(04)**.

1. المنتج السياحي الأخضر:

يعتبر المنتوج السياحي الأخضر العنصر الأول من عناصر المزيج التسويقي، ومن خلاله يمكن وضع وتنفيذ استراتيجيات تتعلق بتسعيره وطرق توزيعه وأساليب ترويجه، حيث يعرف المنتوج السياحي بأنه مجموعة من العناصر الملموسة والغير ملموسة التي يمكن أن يراها ويلمسها السائح في البلد المزار بسعر معين.[1]

كما يعرف على أن المنتج السياحي يراعي مبادئ الاستدامة البيئية والاجتماعية في تصميمه وتقديمه، ويتضمن كافة الخدمات والأنشطة التي تهدف إلى تقليل الأثر البيئي وتعزيز التنمية المستدامة، أو ذلك المنتج الذي له تأثير أقل أو منخفض على صحة الانسان وسلامة البيئة قياسيا بالمنتجات التقليدية الأخرى التي تؤدي نفس الغرض.[2]

وعليه، فباعتبار أن المنتوج السياحي الأخضر العنصر الأساسي في المزيج التسويقي، يمكن من خلاله بناء وتنفيذ استراتيجيات فعالة للتسعير والتوزيع والترويج، مما

---

[1]– فيصل الحاج ذيب، خالد مقابلة، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 276.

[2]– مزيان حمزة، بن سالم نادية، التسويق السياحي الأخضر كنمط لترقية الوجهة السياحية المستدامة بالإشارة إلى تجربة دار زغوان بتونس، **مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة**، المجل الأول، العدد الثاني، جوان 2019، ص 60.

يساهم في تحقيق التنمية السياحية المستدامة وتلبية احتياجات السياح الباحثين عن تجارب صديقة للبيئة.

2. التسعير السياحي الأخضر:

التسعير السياحي الأخضر هو مجموع كل القيم (النقود) التي يستبدلها المستهلك مقابل فوائد أو امتلاك أو استخدام المنتج أو الخدمة السياحية التي تراعي المعايير البيئية، فغالباً ما تحمل المنتجات الخضراء إضافة سعرية نتيجة للتكاليف الإضافية الخاصة بجعل المنتج صالحاً من الناحية البيئية، حيث تتطلب هذه المنتجات جهوداً وتكاليف كبيرة بما يتماشى مع هدف الاستخدام المكافئ للطاقة وتقليل التلف والضياع في استعمال المواد الأولية.[1]

وعليه، فالتسعير السياحي الأخضر هو عنصر حيوي في المزيج التسويقي للمنتجات السياحية المستدامة، ويتطلب توازنا دقيقا بين تحقيق الربحية والالتزام بالمعايير البيئية، فمن خلال استراتيجيات التسعير المناسبة يمكن للشركات السياحية جذب المستهلكين الذين يقدرون المسؤولية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة.

3. التوزيع السياحي الأخضر:

يشير التوزيع السياحي الأخضر إلى الطرق والقنوات التي تستخدمها المنظمات السياحية لتوصيل منتجاتها وخدماتها البيئية إلى العملاء، حيث يهدف هذا التوزيع إلى تقليل الأثر البيئي وتحقيق الاستدامة في العمليات التوزيعية، كما تلجأ المنظمات السياحية إلى اختيار سياسات معينة لتوزيع منتجاتها، بالاستناد إلى طرق ومنافذ تتلاءم مع

[1]– مصطفى يوسف كافي، فلسفة التسويق الأخضر، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 134.

إمكانياتها وتتوافق مع رغبات العملاء، كما تجدر الاشارة إلى أن المنظمات السياحية تعتمد على مجموعة متنوعة من قنوات التوزيع لتوسيع نطاق خدماتها السياحية الخضراء سواء من خلال التوزيع المباشر أو غير المباشر، وكذلك باستخدام قنوات إضافية مثل الوزارات والجمعيات المختصة ووسائل الإعلام، هذا التنوع في قنوات التوزيع يساهم في تعزيز الوصول إلى السائحين البيئيين وزيادة الوعي بأهمية السياحة الخضراء، مما يدعم التنمية المستدامة في هذا القطاع.[1]

وعليه، فالتوزيع السياحي الأخضر يعتبر جزءا أساسيا من المزيج التسويقي للسياحة المستدامة، حيث يساهم في تقليل الأثر البيئي وتعزيز الاستدامة، فمن خلال استخدام مزيج من الطرق المباشرة والغير المباشرة، بالإضافة إلى الاستفادة من القنوات الحكومية والإلكترونية، يمكن للمنظمات السياحية تحقيق أهدافها البيئية والوصول إلى جمهور أوسع.

الترويج السياحي الأخضر:

يعد الترويج أحد العناصر الأساسية في المزيج التسويقي الأخضر، فهو الوسيلة التي تنقل من خلالها المنظمة السياحية توجهاتها وصورتها البيئية إلى الزبائن (السياح)، حيث يهدف الترويج إلى تقديم الرسالة التسويقية الخاصة بالمنتجات أو الخدمات السياحية بطريقة تبرز الالتزام البيئي والاستدامة، كما يعتبر الترويج السياحي الأخضر أداة فعالة لجذب الانتباه وتحفيز المستهلكين على اختيار المنتجات والخدمات الصديقة للبيئة، وبالتالي فهو استخدام عناصر المزيج الترويجي مثل الإعلان، والعلاقات العامة، والملصقات البيئية بهدف جلب انتباه المستهلكين إلى المنتجات والخدمات الصديقة للبيئة،

[1]– أحسن العايب، عبود زرقين، تسويق برنامج السياحة البيئية وسبل تطويرها، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية**، العدد 48، العراق، اوت 2016، ص 156.

وحث المستهلكين على تبني الاستهلاك البيئي المسؤول، بالإضافة لتعزيز صورة المنظمة السياحية كجهة ملتزمة بالاستدامة البيئية.[1]

وعليه، فالترويج السياحي الأخضر يعتبر جزءا حيويا من استراتيجية التسويق السياحي المستدام، ويتم باستخدام الأدوات المختلفة مثل الإعلان والعلاقات العامة والملصقات البيئية، وهو ما يسهل على المنظمات السياحية نقل رسالتها البيئية بفعالية إلى الزبائن، وتعزيز التزامها بالاستدامة وجذب المزيد من السياح المهتمين بالمحافظة على البيئة.

المطلب الثاني: دور الإدارة في الرقابة:

تتمثل هذه الوسيلة في تطبيق معايير السياحة الخضراء والاستدامة في جميع جوانب القطاع السياحي، بما في ذلك النقل والإقامة والأنشطة الترفيهية، والتي يجب أن تتماشى الأنشطة السياحية مع مبادئ الحفاظ على الطبيعة والتنوع البيولوجي والاستخدام المستدام للموارد، وبالتالي سنتطرق في هذا المطلب لمبادئ الإدارة السياحية الخضراء **(الفرع الأول)**، والرقابة السياحية الخضراء **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول: مبادئ الإدارة السياحية الخضراء:

تستند الإدارة السياحية الخضراء إلى مجموعة من المبادئ التي تهدف إلى تحقيق التوازن بين تطوير القطاع السياحي وحماية البيئة، والمتمثلة فيما يلي الاستدامة البيئية **(أولا)**، المسؤولية الاجتماعية **(ثانيا)**، الاقتصاد المستدام **(ثالثا)**، التخطيط المتكامل **(رابعا)**.

[1]– مزيان حمزة، بن سالم نادية، التسويق السياحي الأخضر كنمط لترقية الوجهة السياحية المستدامة بالإشارة إلى تجربة دار زغوان بتونس، مرجع سابق، ص 61.

أولا: الاستدامة البيئية:

تقوم على أساس الحفاظ على الموارد الطبيعية من خلال ضمان أن الأنشطة السياحية لا تؤدي إلى استنزاف الموارد الطبيعية مثل المياه والطاقة والتربة، بالإضافة للتقليل من الأثر البيئي وذلك عن طريق تطبيق ممارسات تهدف إلى تقليل انبعاثات الكربون، تقليل النفايات، وإدارة النفايات بشكل فعال.[1]

ثانيا: المسؤولية الاجتماعية:

وهي تجنيد كل الطاقات المؤسسة والفاعلين العموميين للمساهمة في التنمية المستدامة، ويكون ذلك بإدماج الابعاد الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في انشطتهم حتى تصبح ملائمة مع اهداف التنمية المستدامة حيث تقوم على أساس التعاون مع المجتمعات المحلية من خلال إشتراك المجتمعات المحلية في عمليات التخطيط والتنفيذ السياحي لضمان استفادتهم الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة لتعزيز الوعي البيئي من خلال تثقيف السياح والعاملين في القطاع السياحي حول أهمية الحفاظ على البيئة وتشجيع الممارسات المستدامة.[2]

ثالثا: الاقتصاد المستدام:

يعتبر الاقتصاد المستدام أو الاقتصاد البيئي من الوسائل التي تعني مسألة التوزيع الأمثل للموارد البيئية التي توفرها البيئة والذي يعتبر من مقومات التنمية المستدامة، حيث

[1]– محمد ناجي، مي محمد، الاستدامة البيئية بين الامكانية والفقر، مركز حابي للحقوق البيئية، مصر، 2006، ص 32–33.

[2]– حمري نجود وآخرون، الاستدامة البيئية للمسؤولية الاجتماعية مسار نحو تحقيق التنمية المستدامة، **مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة**، المجلد الثاني، العدد الثاني، ديسمبر 2020، ص 108–109.

يقوم على أساس تشجيع الاقتصاد المحلي من خلال دعم الصناعات المحلية وتوفير فرص عمل للمجتمعات المحلية من خلال السياحة، بالإضافة للاستثمار في السياحة الخضراء من خلال تحفيز الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تعتمد على مبادئ الاستدامة البيئية.[1]

رابعا: التخطيط المتكامل:

وهو الأداة التي تسعى لتحقيق التوائم والتكامل بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة وإيجاد التوازن المطلوب على قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم الآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع العمل على تخفيف آثارها السلبية، وهو يقوم على أساس تخطيط طويل الأمد من خلال تطوير استراتيجيات طويلة الأمد تركز على التنمية المستدامة للسياحة بدلاً من المكاسب السريعة، بالإضافة للتقييم المستمر من خلال مراقبة وتقييم الأثر البيئي والاجتماعي للسياحة بانتظام وتعديل الخطط بناءً على النتائج.[2]

مما سبق نستنتج أن مبادئ الإدارة السياحية الخضراء تهدف إلى خلق نموذج سياحي مستدام يوازن بين النمو الاقتصادي وحماية البيئة والمسؤولية الاجتماعية، فمن خلالها يمكن للقطاع السياحي أن يساهم في تحقيق التنمية المستدامة وحماية الموارد الطبيعية والثقافية للأجيال القادمة.

الفرع الثاني: الرقابة السياحية الخضراء:

[1]– مصطفى طويطي، مجذوب خيرة، الاقتصاد البيئي المستدام في الجزائر بين الواقع والمأمول، **مجلة المقريزي للدراسات الاقتصادية والمالية**، المجلد الثاني، العدد الثاني، ديسمبر 2018، ص 19–20.

[2]– محمد يدو، سمية بوخاري، التخطيط السياحي البيئي لتفعيل التنمية المكانية "رؤية تحليلية لحالة الجزائر"، **مجلة معهد العلوم الاقتصادية**، المجلد 24، العدد الثاني، أكتوبر 2021، ص ص 573–577.

تعتبر الرقابة السياحية الخضراء جزءا أساسيا من إدارة السياحة المستدامة، حيث تهدف إلى ضمان أن الأنشطة السياحية تتماشى مع المبادئ البيئية وتعزيز الاستدامة، ومن أهم الجوانب التي تقوم عليها هذه الرقابة نجد ما يلي وضع المعايير البيئية **(أولا)**، التفتيش والمراقبة **(ثانيا)**، التراخيص البيئية **(ثالثا)**، الأثر البيئي **(رابعا)**.

أولا: وضع المعايير البيئية:

تعتبر المعايير البيئية مجموعة النظم الطبيعية والاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها الانسان والكائنات الأخرى، والتي يستمدون منها مداخيلهم ويؤدون فيها نشاطهم،[1] والتي تنقسم إلى معايير واضحة التي تعمل من خلالها على تطوير معايير وإرشادات بيئية يجب أن تلتزم بها الشركات والمنشآت السياحية، مثل استخدام الموارد الطبيعية بشكل مستدام وتقليل النفايات، بالإضافة لمعايير دولية وذلك من خلال تبني المعايير البيئية الدولية والممارسات الفضلى لتطبيقها محليا.[2]

ثانيا: التفتيش والمراقبة:

يعد التفتيش من أهم وسائل الرقابة التي تساعد في تعزيز السياحة وذلك يتم دوريا من خلال إجراء عمليات تفتيش منتظمة للمنشآت السياحية لضمان الامتثال للمعايير البيئية المحددة،[3] أما المراقبة فيجب أن ترتكز على مجموعة المقاييس والمعايير

[1]– عبد المطلب بيصار، المعايير البيئية وأثرها على القدرة التنافسية للمؤسسات، **مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة**، المجلد الثالث، العدد الثاني، جانفي 2020، ص 147.

[2]– سائحي يوسف، دور المعايير الدولية لحماية البيئة في تحسين الأداء البيئي، **مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية**، المجلد التاسع، العدد الأول، جوان 2019، ص 586–587.

[3]– نفين منصور، خالد الزغل، تقييم عملية التفتيش الفندقي وآلية تعيين المفتشين بوزارة السياحة المصرية، **المجلة المصرية للسياحة والضيافة**، المجلد السادس، العدد 26، 2019، ص 98.

الموضوعية الكمية بقدر الإمكان وذلك لمواجهة التغيرات في الخطط والظروف الغير متوقعة وبالتالي فيجب أن تكون مستمرة من خلال استخدام التكنولوجيا لمراقبة الأثر البيئي للأنشطة السياحية، مثل أجهزة قياس جودة الهواء والماء.[1]

ثالثا: التراخيص البيئية:

تعد التراخيص أهم وسيلة تستعملها الإدارة في مجال حماية البيئة، وهي الإذن الصادر عن الإدارة المختصة لممارسة نشاط معين، ولهذا الأسلوب تطبيق واسع في مجال حماية البيئة لاسيما في التشريع الجزائري والتي تتم من خلال إصدار التراخيص البيئية للمنشآت السياحية التي تلتزم بالمعايير البيئية المطلوبة.[2]

رابعا: الأثر البيئي:

يعد تقييم الأثر البيئي في مجال السياحة البيئية أداة حيوية لضمان أن النشاط السياحي يتماشى مع مبادئ الاستدامة البيئية ويحافظ على التنوع البيولوجي والثقافي

[1]– هوان بوعبد الله، دور الرقابة والتدقيق في تحسين أداء منشآت القطاع السياحي "دراسة حالة مؤسسات سياحية بالجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم المالية والمحاسبية، تخصص محاسبة، تدقيق ومراقبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس–مستغانم، 2022/2021، ص 39.

[2]– زهدون السهلي، الرخص كنظام لحماية البيئة، **القانون العقاري والبيئة**، المجلد الأول، العدد الأول، جوان 2013، ص 38–39.

للمناطق الطبيعية،[1] وبالتالي فهو متابعة ما إذا كان المشروع قد التزم بالتشريعات البيئية، ومراجعة عملية ادراج التكاليف البيئية ضمن القوائم المالية للمشروع.[2]

يتضح لنا أن تقييم الأثر البيئي في مجال السياحة الخضراء يساهم في تحقيق التنمية المستدامة وتوفير فرص سياحية طبيعية وثقافية مميزة للزوار، مع الحفاظ على البيئة للأجيال الحالية والمستقبلية، وذلك من خلال إعداد تقارير دورية حول الأثر البيئي للأنشطة السياحية ونشرها للشفافية.

ومما سبق نستنتج أن الرقابة السياحية الخضراء تشمل مجموعة من الإجراءات التي تهدف إلى ضمان أن السياحة الخضراء تدار بطريقة مستدامة ومسؤولة بيئيا.

[1]– بوخملة عمر، مبدأ تقييم الأثر البيئي "دراسة في إطار القانون الدولي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون العام، تخصص قانون البيئة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين–سطيف 02، 2019، ص 12.

[2]– عبد الله بوعجيلة، تقييم الأثر البيئي للمشروعات التنموية "دراسة حالة الأردن"، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2019، ص 02.

المبحث الثاني

دور الحكومة والهيئات الأخرى في تحقيق ترويج السياحة الخضراء في الجزائر

في ظل التحديات البيئية المتزايدة التي يواجهها العالم، أصبح تعزيز السياحة الخضراء ضرورة ملحة للحفاظ على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، وفي هذا السياق تلعب الحكومة دورا حاسما كمحرك رئيسي لتعزيز السياحة الخضراء في الجزائر **(المطلب الأول)**، فهي تعمل على وضع السياسات والاستراتيجيات الوطنية الموجهة نحو التنمية المستدامة، وتشجيع الاستثمار في المشاريع السياحية الخضراء من خلال توفير الحوافز المالية والتسهيلات الضريبية، وبالإضافة إلى الحكومة تلعب الهيئات الأخرى **(المطلب الثاني)** دورا مهما في دعم وتشجيع السياحة الخضراء في البلاد، فهي تساهم في توعية الجمهور والسياح بأهمية الحفاظ على البيئة وتعزيز السلوكيات المستدامة، وتقديم الدعم الفني والمالي للمشاريع البيئية والسياحية المستدامة.

المطلب الأول: دور الحكومة في الترويج:

تلعب الحكومة الجزائرية دورا محوريا في الترويج للسياحة الخضراء من خلال تطوير المخططات التنموية **(الفرع الأول)**، وكذلك عبر الإعلام السياحي **(الفرع الثاني)**، حيث أنه من خلال تبني استراتيجيات مستدامة وتشجيع الممارسات البيئية الصديقة، يمكن للحكومة تعزيز السياحة الخضراء وجذب السياح المهتمين بالبيئة، وتعد هذه الجهود جزءا أساسيا من التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، مما يساهم في الحفاظ على الموارد الطبيعية وتحسين جودة الحياة للمجتمعات المحلية.

الفرع الأول: المخططات التنموية:

تسعى الحكومة الجزائرية جاهدة لتعزيز قطاع السياحة وجعله ركيزة أساسية في التنمية الاقتصادية المستدامة للبلاد، ومن أبرز استراتيجياتها لتحقيق هذا الهدف هي الترويج للسياحة الخضراء من خلال تنفيذ مخططات تنموية متكاملة تضمن الحفاظ على البيئة وتطوير البنية التحتية السياحية والعمرانية، والتي تشمل مخططات التهيئة السياحية **(أولا)**، ومخططات التهيئة العمرانية **(ثانيا)**، اللذين يهدفان إلى إنشاء وجهات سياحية جديدة وتحسين الوجهات القائمة، مع التركيز على الاستدامة البيئية وحماية الموارد الطبيعية.

أولا: مخططات التهيئة السياحية:

تمثل مخططات التهيئة السياحية أدوات هامة لتنظيم وتطوير القطاع السياحي في البلدان، حيث تشمل هذه المخططات عدة أنواع تسعى إلى تحقيق أهداف محددة لتطوير السياحة وتعزيز استدامتها، ومن بين هذه المخططات:

1. مخطط التهيئة السياحية:

يهدف هذا المخطط إلى تحديد الأهداف العامة والاستراتيجيات لتنمية القطاع السياحي في المنطقة، كما يتضمن تحليلا شاملا للموارد السياحية المتاحة وتحديد الفرص والتحديات التي تواجهها، كما يحدد الإجراءات اللازمة لتطوير البنية التحتية السياحية وتعزيز التسويق السياحي وتطوير المنتجات السياحية.[1]

[1]– راجع القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003، المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ر عدد 11 الصادر بتاريخ 19 فيفري 2003.

2. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

يحدد هذا المخطط الأولويات والاتجاهات الرئيسية لتطوير السياحة في المنطقة، كما يحدد السياسات والإجراءات التي يجب اتخاذها لتحقيق الأهداف المحددة في مخطط التهيئة السياحية، بالإضافة فهو يشمل عادة تحليلا للسياق الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للسياحة في المنطقة ويحدد العوامل التي تؤثر على تنميتها على المدى القصير والمتوسط والطويل.[1]

3. مخططات تهيئة منطقة الساحل:

من خلال استقراء ما تضمنه القانون رقم 01-02 يتضح لنا أن مخططات تهيئة منطقة الساحل تستهدف تنظيم تطوير المناطق الساحلية والمحافظة على البيئة الساحلية الحساسة، كما تتضمن عادة توجيهات للتخطيط العمراني والبنية التحتية السياحية على طول الساحل، بالإضافة إلى أنها تهدف إلى تحقيق التوازن بين النشاطات السياحية وحماية البيئة الساحلية والحفاظ على الموارد الطبيعية.[2]

بالإضافة للمرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 11 مارس 2007، المحدد لكيفيات اعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ر عدد 17 الصادر بتاريخ 14 مارس 2007.

[1]- صفو نرجس، دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، **المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية**، المجلد 59، العدد الثالث، سبتمبر 2022، ص 341-342.

[2]- راجع القانون رقم 01-02 المؤرخ في 15 فيفري 2001، المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، ج ر عدد 77 الصادر بتاريخ 15 فيفري 2001.

4. المخططات الخاصة بالمساحات والمواقع المحمية الطبيعية والثقافية:

تهدف هذه المخططات إلى حماية وتنمية المواقع الطبيعية والثقافية ذات القيمة العالية، بالإضافة إلى أنها تحدد السياسات والإجراءات للحفاظ على التنوع البيولوجي والثقافي وتطوير السياحة المستدامة في هذه المناطق، كما أنها تتضمن توجيهات للزوار والمشغلين السياحيين لضمان الحفاظ على المواقع المحمية واستدامة السياحة فيها.[1]

في الأخير يمكننا القول أن الحكومة الجزائرية تعمل جاهدة على الترويج والتعزيز للسياحة الخضراء من خلال طرح مخططات التهيئة السياحية والتي تساهم بدورها في توجيه النمو السياحي بطريقة مستدامة، بما يحافظ على التنوع البيولوجي والثقافي ويقلل من تأثيرات البنية التحتية على البيئة، كما تساعد في تحديد وتطوير المناطق الخضراء والطبيعية، وتوجيه الاستثمارات نحو تطوير البنية التحتية السياحية في هذه المناطق بطريقة تحترم البيئة، بالإضافة إلى أنها تدعم الابتكارات والتكنولوجيا البيئية في القطاع السياحي، مثل استخدام الطاقة المتجددة وتطبيق مبادئ البناء الأخضر في إنشاء المنشآت السياحية، وباختصار فتعتبر مخططات التهيئة السياحية أداة فعالة في تعزيز السياحة الخضراء من خلال توجيه النمو بطريقة مستدامة، وتوفير التجارب السياحية المستدامة، وتعزيز الابتكار والتكنولوجيا البيئية في القطاع السياحي.

ثانيا: مخططات التهيئة العمرانية:

تشكل مخططات التهيئة العمرانية أدوات أساسية لتنظيم وتوجيه التنمية العمرانية في المناطق المختلفة، والتي تعتمد عليها الحكومة في تعزيز السياحة الخضراء في

[1]– صفو نرجس، مرجع سابق، ص 344–345.

الجزائر، ومن بين أنواع مخططات التهيئة العمرانية التي تستخدمها الحكومة والسلطات المحلية لتنظيم السياحة الخضراء والتنمية المستدامة نجد:

1. مخططات تهيئة الإقليم:

تهدف هذه المخططات لتحديد الأولويات والاتجاهات العامة للتنمية العمرانية والاقتصادية والاجتماعية في الإقليم، كما تشمل تحليلا للموارد الطبيعية والبشرية والاقتصادية في المنطقة وتحديد الفرص والتحديات التي تواجهها، بالإضافة لكونها تحدد السياسات والإجراءات العامة لتوجيه التنمية العمرانية وتطوير البنية التحتية وتحسين الخدمات العامة.[1]

2. المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير:

يحدد هذا المخطط الأهداف والتوجهات العامة للتهيئة والتعمير في المنطقة أو الإقليم، بالإضافة لكونه يتضمن تحديد الأولويات والمشاريع الرئيسية للتنمية العمرانية وتحسين الجودة المعيشية للسكان، وتحديد السياسات والإجراءات اللازمة لتوجيه التطوير العمراني بشكل متوافق مع الأهداف البيئية والاقتصادية والاجتماعية.[2]

[1]– راجع القانون رقم 01-02، مرجع سابق.

[2]– صفو نرجس،مرجع سابق، ص 350-351.

3. مخطط شغل الأراضي:

تم تنظيمه بموجب القانون رقم 90-29 المتعلق بالتهيئة والتعمير[1] والمرسوم التنفيذي رقم 91-178 المحدد لإجراءات اعداد مخططات شغل الأراضي والمصادقة عليها،[2] حيث يتعلق هذا المخطط بتوجيه استخدام الأراضي وتخصيصها لأغراض معينة، مثل السكن أو الصناعة أو التجارة أو الخدمات العامة أو السياحة، إذ يحدد المناطق المخصصة للتطوير العمراني والمناطق المحمية أو المخصصة للزراعة أو الحفاظ على البيئة، كما يشمل التخطيط للبنية التحتية وتوفير الخدمات العامة وضمان التنمية المستدامة للاقتصاد والمجتمع في المنطقة.[3]

في الأخير يمكننا أن نستنتج أن الحكومة الجزائرية تعمل على الترويج والتعزيز من مصداقية السياحة الخضراء عن طريق توفيرها لمخططات التهيئة العمرانية والتي تلعب دورا محوريا في الترويج وتعزيز السياحة الخضراء من خلال مجموعة من الإجراءات والاستراتيجيات التي تهدف إلى تحقيق الاستدامة البيئية والاجتماعية، إذ أنها تركز على تطوير أنظمة نقل مستدامة مثل الدراجات ووسائل النقل العام الصديقة للبيئة، مما يساهم في تقليل انبعاثات الكربون وتشجيع السياح على استخدام وسائل نقل بديلة، بالإضافة لإنشاء بنية تحتية خضراء مثل المباني ذات الكفاءة الطاقية، واستخدام مصادر الطاقة المتجددة، وإدارة المياه والنفايات بطرق مستدامة، وباختصار فتساهم مخططات

---

[1]- القانون رقم 90-29 المؤرخ في 01 ديسمبر 1991، يتعلق بالتهيئة والتعمير، ج ر عدد 52 الصادر سنة 1990. **(معدل ومتمم)**

[2]- المرسوم التنفيذي رقم 91-178 المؤرخ في 28 ماي 1991، المحدد لإجراءات اعداد مخططات شغل الأراضي والمصادقة عليها ومحتوى الوثائق المتعلقة به، ج ر عدد 26 الصادر سنة 1991. **(معدل ومتمم)**

[3]- بزغيش بوبكر، مخطط شغل الأراضي "أداة للتهيئة والتعمير"، **المجلة الاكاديمية للبحث القانوني**، المجلد 17، العدد الأول، جويلية 2018، ص 649.

التهيئة العمرانية بشكل كبير في تعزيز السياحة الخضراء من خلال التخطيط المستدام للمناطق السياحية، حماية الموارد الطبيعية، تطوير البنية التحتية الخضراء، وتعزيز الوعي والممارسات البيئية بين السياح والسكان المحليين.

الفرع الثاني: الاعلام السياحي:

للإعلام دور أساسي في الترويج السياحي وذلك من خلال إبراز الصورة الصحيحة المشرفة عنها وتقديمها للعالم والتعريف بها بشتى وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، وهذا يتضمن تنظيم المهرجانات والمعارض، وتبادل الوفود والفرق الفنية، وكذلك إنتاج وتوزيع المطبوعة والأفلام الترويجية، حيث أن التعريف بالمقومات والأماكن السياحية يعتبر من الركائز الأساسية التي ترتكز عليها الحكومة لصناعة السياحة، مما يجعلها مادة مهمة للإعلام السياحي، فمن خلال هذه الجهود يتم تسليط الضوء على الوجهات السياحية وتعزيز الوعي العالمي بجمالها وأهميتها الثقافية والطبيعية، مما يساهم في جذب السياح وتشجيع السياحة المستدامة.[1]

وترتبط حركة السياحة الخضراء إلى حد كبير بالصورة الذهنية حول المقصد السياحي، والتي يساهم الإعلام السياحي في تكوينها بشكل ملحوظ، حيث يمثل الإعلام السياحي أحد أهم محفزات ودوافع السفر لدى المواطنين لممارسة النشاط السياحي من خلال ما يقدمه من مواد إعلامية جذابة حول المرافق والخدمات السياحية، وإبراز مفاتن ومقومات وجهاتها السياحية، فعبر هذه الجهود التي تقوم بها الحكومة يمكن تعزيز الوعي

[1]– فاطمة لانصاري، سارة مشري، دور الاعلام السياحي في الترويج للسياحة الجزائرية "جريدة السياحي الجزائري انموذجا"، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة والكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، الجامعة الافريقية احمد دراية–أدرار، 2020/2019، ص 26.

بأهمية السياحة المستدامة وتشجيع السياح على اختيار وجهات تلتزم بمبادئ السياحة الخضراء، مما يساهم في دعم الاقتصاد المحلي وحماية البيئة في آن واحد.[1]

إن الملاحظ من خلال ما سبق وما هو معلوم فإننا نستنتج أن الحكومة تلعب دورا محوريا في الترويج للسياحة الخضراء من خلال الإعلام السياحي، إذ تقوم بتطوير استراتيجيات إعلامية تهدف إلى إبراز الوجهات السياحية المستدامة وتسليط الضوء على الممارسات البيئية الصديقة، وذلك من خلال وسائل الإعلام المرئية، المسموعة، والمكتوبة، التي تنشر فيها محتويات جذابة تعرض مقومات السياحة الخضراء، كما تتضمن جهود الحكومة تنظيم المهرجانات والمعارض السياحية التي تركز على السياحة المستدامة، وتبادل الوفود الثقافية والفنية لتعزيز الوعي البيئي.

المطلب الثاني: دور الهيئات الأخرى في الترويج:

تتبنى الوكالات السياحية والجمعيات البيئية دورا حيويا في الترويج للسياحة الخضراء وتعزيز السياحة المستدامة، حيث تقوم الوكالات السياحية بدور رئيسي في تعزيز السياحة الخضراء من خلال تصميم وتنظيم الرحلات والبرامج السياحية التي تشجع على الاستدامة البيئية والاجتماعية **(الفرع الأول)**، أما الجمعيات البيئية فتلعب دورا مهما في تشجيع المسؤولية البيئية في صناعة السياحة، والتأثير في سلوك الشركات السياحية والمسافرين من خلال التوعية والتدريب والحملات البيئية **(الفرع الثاني)**.

[1]– سامي بلبخاري، الإعلام السياحي وأثره على صورة السياحة الداخلية في الجزائر "دراسة ميدانية لعينة من السياح"، **مجلة الواحات للبحوث والدراسات**، المجلد الثامن، العدد الثاني، 2015، ص 722.

الفرع الأول: دور الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الخضراء:

عرف المشرع الجزائري الوكالات السياحية في القانون رقم 99-06 على أنها: "**كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا، يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها**".[1]

من خلال تعريف المشرع الجزائري يتضح لنا أن الوكالات السياحية تعمل على تشجيع السياحة الخضراء من خلال الترويج لبرامج السياحة البيئية التي تركز على استكشاف الطبيعة والحفاظ عليها، بالإضافة لتنظيم جولات إلى المحميات الطبيعية والمنتزهات الوطنية مع الالتزام بمبادئ السياحة المستدامة.

كما تعرف الوكالة السياحية على أنها شركة تجارية يتم إدارتها من قبل شخص طبيعي أو معنوي الذي يقترح للعملاء خدمات سياحية متعلقة بسفر أو إقامة فردية أو جماعية مرتبطة أولا بخدمات سياحية أو تقديم خدمات كسندات نقل أو حجز غرف أو استقبال سياحي أو مؤتمرات أو تظاهرات.[2]

كما أن هناك يعرف الوكالة السياحية بأنها قناة توزيع هامة للخدمات السياحية، سواء كانت هذه الخدمات مقدمة من طرف الوكالة نفسها أو كوسيط فقط في العملية، وتسعى الوكالة ضمن نشاطها الخدماتي إلى تقديم خدمات تساهم في توفير الراحة وتحقيق رغبات وحاجات زبائنها، وتحصل هذه الوكالات على عمولة مقابل تلك الخدمات

[1]- راجع القانون رقم 99-06 المؤرخ في 04 أفريل 1999، المحدد لشروط ممارسة نشاط وكالة السياحة والأسفار، ج ر عدد 24 الصادر سنة 1999.

[2]- فتيسي عبد الرحمان، بن زايد أيمن، دور الوكالات السياحية في ترويج السياحة الداخلية باستخدام التسويق الالكتروني في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945-قالمة، 2020/2019، ص 87.

المقدمة، حيث تضع الشركات الاصلية قيمة هذه العمولات في الاعتبار عند تحديد الأسعار بحيث لا يتحملها العميل مباشرة.[1]

وتتمثل نشاطات الوكالات السياحية التي تساعد في الترويج وترقية السياحة الخضراء في الجزائر فيما يلي:

أولا: تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامة تحت تصرف السياح: يتمثل تصميم البرامج السياحية من خلال إعداد وتصميم برامج سياحية متنوعة تلبي احتياجات وأذواق العملاء المختلفة، أما تسويق العروض السياحية فهو تسويق وترويج العروض السياحية من خلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وبالنسبة لتنسيق السفر فيتم من خلال تنظيم جميع جوانب السفر بما في ذلك حجز تذاكر الطيران، النقل البري، والإقامة.

ثانيا:تنظيم زيارات وجولات برفقة مرشدين داخل المدن والمواقع الأثرية ذات طابع سياحي وثقافي وتاريخي وديني: فالتخطيط للجولات السياحية يتم من خلال إعداد وتنظيم جولات سياحية موجهة إلى المواقع الأثرية والمعالم السياحية الثقافية والتاريخية والدينية، أما توفير المرشدين السياحيين فهو تقديم مرشدين سياحيين مؤهلين وذوي خبرة لتوفير معلومات دقيقة وشاملة حول الأماكن السياحية، أما بالنسبة لتنظيم الأنشطة الثقافية فيتم من خلال تنظيم فعاليات وأنشطة ثقافية لتعريف السياح بالتراث المحلي والتقاليد الثقافية.

ثالثا:الإيواء أو حجز الغرف في المؤسسات الفندقية وتوفير الخدمات المرتبطة بها: حجز الفنادق وذلك من خلال ترتيب حجوزات الإقامة في الفنادق والمنتجعات السياحية بما يتناسب مع ميزانية ومتطلبات العملاء، كما يتم توفير خدمات الإقامة الملائمة بما يشمل حجز الغرف الفندقية وترتيب الخدمات الإضافية مثل الوجبات والنقل، بالإضافة

[1]– ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 167.

لضمان توفير خدمات فندقية عالية الجودة تشمل التنظيف، الغسيل، والأنشطة الترفيهية لضمان راحة ورضا العملاء.[1]

من خلال ما سبق لنا ذكره يمكننا أن نستنتج أن الوكالات السياحية تلعب دورا حيويا في الترويج للسياحة الخضراء والمسؤولة بشكل عام، بالمساعدة في توفير المعرفة حول الوجهات الخضراء المتاحة والأنشطة المستدامة التي يمكن للسياح القيام بها، تنظيم الرحلات الخضراء التي تشمل وسائل النقل المستدامة والإقامة في منشآت صديقة للبيئة، توعية السياح حول أهمية الحفاظ على البيئة والثقافة المحلية وتشجيعهم على تبني سلوكيات سياحية مسؤولة، بالإضافة إلى أنها تساعد في تعزيز التواصل والتعاون مع المجتمعات المحلية لضمان استدامة السياحة وتعزيز الفوائد الاقتصادية والاجتماعية لهذه المجتمعات.

باختصار، تلعب الوكالات السياحية دورا مهما في تعزيز السياحة الخضراء من خلال توفير الخدمات والتوجيهات التي تساعد السياح على الاستمتاع بتجارب سفر مستدامة وصديقة للبيئة.

الفرع الثاني: دور الجمعيات البيئية في الترويج للسياحة الخضراء:

لقد عرف المشرع الجزائري الجمعيات في المادة 2 من القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات على أنها: "**تمثل الجمعية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها، ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيون أو معنويون على أساس تعاقدي ولغرض غير مربح، كما يشتركون في تسخير معارفهم ووسائلهم لمدة محددة أو غير محددة من**

[1]- معقافي الصادق، دور الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر، **مجلة دراسات إنسانية واجتماعية**، المجلد التاسع، العدد الثالث، جامعة وهران، جوان 2020، ص 365.

أجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي على الخصوص".[1]

من خلال استقراءنا لهاته المادة يتضح لنا أن المشرع قد تطرق لعدة نقاط أساسية توضح طبيعة الجمعيات في الجزائر والتي يمكننا تلخيصها فيما يلي:

- الجمعية هي بمثابة اتفاقية قانونية تتبع القوانين السارية، مما يعني أنها تحتاج إلى التأسيس والتسجيل وفقاً للإجراءات القانونية.
- تشمل عضوية الجمعية أشخاصاً طبيعيين (أفراد) أو معنويين (كيانات قانونية مثل الشركات أو المؤسسات).
- ينشأ تكوين الجمعية على أساس تعاقدي بين الأعضاء، مما يعني وجود اتفاق مسبق حول أهداف الجمعية وأنشطتها.
- الجمعيات تهدف إلى تحقيق أهداف غير ربحية، مما يعني أن أي دخل أو أرباح يجب أن يتم إعادة استثمارها في تحقيق أهداف الجمعية بدلاً من توزيعها على الأعضاء.
- تتنوع الأهداف والأنشطة التي يمكن أن تروج لها الجمعيات، بما في ذلك الأنشطة المهنية والاجتماعية والعلمية والدينية والتربوية والثقافية والرياضية.
- يمكن أن تكون مدة الجمعية محددة أو غير محددة، مما يسمح للجمعيات بالاستمرار طالما أنها تحقق أهدافها وتتوافق مع القوانين المعمول بها.

كما تعرف على أنها جماعات مؤلفة من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية ذات تنظيم مستمر لمدة معينة، وقد تزامن ظهور جمعيات حماية البيئة في الجزائر بصورة

[1]– راجع المادة 02 من القانون رقم 90–31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 53 الصادر سنة 1990.

فعلية مع صدور دستور 1989، حيث عمل على تشجيع ودعم دور الجمعيات داخل المجتمع، رغم أن الدساتير السابقة قد كرست هذا الحق لكن لم تعطه نفس الاهتمام الذي أولاه لها دستور 1989.[1]

وعليه، فدستور 1989 كان نقطة تحول في تاريخ الجمعيات في الجزائر، وخاصة جمعيات حماية البيئة، من خلال تعزيز الحق في التنظيم وتشجيع العمل الجماعي من أجل أهداف غير ربحية، هذا التغيير ساهم في إحداث تأثير إيجابي على المجتمع الجزائري من خلال زيادة الوعي والمشاركة الفعالة في القضايا البيئية.

كما تجدر الإشارة أن الجمعيات البيئية تلعب دورا بالغ الأهمية في الترويج وترقية السياحة البيئية من خلال مجموعة من الأنشطة والمبادرات التي تساهم في تعزيز الوعي البيئي والحفاظ على المواقع السياحية، وتشمل هذه الأنشطة ما يلي:

أولا:إنماء الوعي البيئي لدى المواطنين وترسيخ فكرة المواطنة البيئية: فالجمعيات البيئية تنظم ورشات عمل ودورات تدريبية تهدف إلى تعليم المواطنين أهمية البيئة وضرورة الحفاظ عليها، كما تشجع هذه الجمعيات المواطنين على تبني سلوكيات صديقة للبيئة في حياتهم اليومية، مما يعزز فكرة المواطنة البيئية.

ثانيا:تنظيم حملات تنظيف للمواقع السياحية البيئية: تبادر الجمعيات البيئية بتنظيم حملات تنظيف دورية للمواقع السياحية البيئية، مثل الشواطئ، والمنتزهات، والمحميات الطبيعية، فهذه الحملات تساعد في الحفاظ على جمال ونظافة هذه المواقع، مما يعزز جاذبيتها للسياح.

[1]– الهروشي خطاب، بسدات كريمة، دور الجمعيات والنوادي البيئية في ترقية السياحة البيئية في الجزائر، **مجلة دراسات اقتصادية**، المجلد 22، العدد الأول، جوان 2022، ص 23.

ثالثا:المشاركة في الأعمال التطوعية التي ترقى بالسياحة البيئية: حيث تشارك الجمعيات البيئية في حملات التشجير والعناية بالمناطق الخضراء، مما يساهم في تحسين المناظر الطبيعية وزيادة المساحات الخضراء.

رابعا:القيام بحملات إعلامية وتحسيسية لحماية البيئة والتعريف بالسياحة البيئية: حيث تنظم الجمعيات البيئية حملات إعلامية عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لنشر الوعي بأهمية حماية البيئة وتعريف الجمهور بالسياحة البيئية، كما تستخدم هذه الجمعيات وسائل التواصل الاجتماعي لنشر معلومات حول الأماكن السياحية البيئية وأهمية الحفاظ عليها.

خامسا:التعريف بالسياحة البيئية عن طريق القيام بأنشطة في مناطق سياحية مختلفة: حيث تنظم الجمعيات البيئية جولات إرشادية وورشات عمل في مختلف المناطق السياحية لتعريف الزوار بأهمية السياحة البيئية وكيفية الحفاظ على البيئة، كما تقدم هذه الجمعيات معلومات وخرائط وإرشادات للسياح حول كيفية الاستمتاع بالمواقع البيئية بشكل مستدام ومسؤول.[1]

من خلال ما سبق ذكره يمكننا أن نلاحظ أن الجمعيات البيئية تعتبر ركيزة أساسية في الترويج وترقية السياحة الخضراء من خلال أنشطتها المتنوعة التي تساهم في الحفاظ على البيئة وزيادة الوعي بأهمية السياحة المستدامة، وباختصار تلعب الجمعيات البيئية دورا أساسيا في الترويج للسياحة الخضراء من خلال التوعية والتثقيف، والحفاظ على البيئة، والترويج للممارسات المستدامة، والشراكة مع القطاع السياحي، والمراقبة والتقييم، والترويج للوجهات الصديقة للبيئة، وتمكين المجتمعات المحلية في تطوير المشاريع السياحية المستدامة.

[1]– الهروشي خطاب، بسدات كريمة، مرجع سابق، ص 23.

خاتمة

بموجب دراستنا الحالية فقد توصلنا إلى أن الترويج للسياحة الخضراء في الجزائر يمثل جزءا أساسيا من استراتيجيات التنمية المستدامة التي تهدف إلى الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية للبلاد، حيث يركز هذا المجال على جذب السياح الذين يبحثون عن تجارب سياحية تكون صديقة للبيئة، مما يساهم في تعزيز التنمية الاقتصادية المحلية وتحسين جودة الحياة للمجتمعات المحلية، كما تشمل جهود الترويج بإنشاء المنتجات السياحية المستدامة، تعزيز الوعي البيئي بين السياح والمحافظة على التنوع البيولوجي، مما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة في البلاد، وبالتالي خلصنا إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- يساهم الترويج للسياحة الخضراء في حماية البيئة والحفاظ على التنوع البيولوجي من خلال الممارسات السياحية المستدامة.
- يساهم الترويج في رفع الوعي بين السياح والمحليين بأهمية الحفاظ على البيئة والثقافة المحلية.
- يعزز الترويج للسياحة الخضراء التفاهم الثقافي بين الثقافات المحلية والسياح الدوليين، مما يسهم في التبادل الثقافي الإيجابي.
- يمكن للسياحة الخضراء أن تعزز قدرة الجزائر على التنافس في سوق السياحة العالمية من خلال تقديم تجارب سياحية مستدامة وفريدة.
- يساعد الترويج للسياحة الخضراء في جذب سياح من جميع أنحاء العالم الذين يبحثون عن تجارب سياحية تكون صديقة للبيئة وتعكس الثقافة المحلية.
- يمكن للترويج للسياحة الخضراء أن يعزز التعاون الدولي في مجال حماية البيئة وتنمية السياحة المستدامة، من خلال الشراكات مع منظمات دولية والمشاركة في المبادرات البيئية العالمية.

وانطلاقا من هذا النتائج سالفة الذكر يمكننا طرح العديد من الاقتراحات التي يمكن أن تؤخذ بعين الاعتبار، من أهمها:

- ضرورة تطوير حملات تسويقية متكاملة تستهدف السياح المحليين والدوليين لتسليط الضوء على المناطق الطبيعية الجميلة في الجزائر وبرامج السياحة الخضراء المتاحة.
- ضرورة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال للترويج للأنشطة والجولات البيئية والثقافية في البلاد.
- ضرورة الاستثمار في تحسين البنية التحتية السياحية بما في ذلك النقل، والإقامة، والخدمات، لضمان تجربة سياحية مريحة ومستدامة.
- ضرورة تعزيز التعاون بين القطاع الخاص والحكومة لتطوير المشاريع السياحية الخضراء بما يتوافق مع المعايير البيئية الدولية.
- تقديم برامج تدريبية للعاملين السياحيين والمحليين لتعزيز الوعي بأهمية السياحة المستدامة والحفاظ على الموارد الطبيعية.
- تطوير وتنفيذ سياسات واضحة ومحدّثة للحفاظ على المناطق الطبيعية والتنوع البيولوجي في الجزائر.
- ضرورة دعم الأبحاث والدراسات المتعلقة بالسياحة الخضراء لفهم الاتجاهات السياحية وتحديات الاستدامة.
- ضرورة تشجيع الابتكار في العروض السياحية واستخدام التكنولوجيا لتحسين تجربة السياح وتقليل الآثار البيئية السلبية.

قائمة المراجع

والمصادر

I. الكتب:

1. إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

2. أحمد نزار، تامر البكري، التسويق الأخضر، دار البازودي العلمية للنشر، عمان، الأردن، 2009.

3. بشير عباس العلاق، الترويج والاعلان التجاري، دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.

4. جورج ف فانسي وآخرون، الأراضي والجودة البيئية، ترجمة محمد السيد النننه، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، مصر، 2003.

5. حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع، الأردن، 2001.

6. زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقه، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.

7. زيد منير عبوي، السياحة في الوطن العربي، دار الريادة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.

8. طه احمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي "دراسة ميدانية"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2010.

9. عبد الاله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

10. عبد الله بوعجيلة، تقييم الأثر البيئي للمشروعات التنموية "دراسة حالة

الأردن"، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2019.

11. عصام حسن السعدي، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

12. علي بن فايز الجنحي وآخرون، الامن السياحي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2004.

13. علي فلاح الزغبي، إدارة الترويج والاتصالات التسويقية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.

14. فيصل الحاج ذيب، خالد مقابلة، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.

15. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

16. محمد عبيدات، التسويق السياحي "مدخل سلوكي"، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن، 2008.

17. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر لنشر والتوزيع، مصر، 2002.

18. محمد ناجي، مي محمد، الاستدامة البيئية بين الامكانية والفقر، مركز حابي للحقوق البيئية، مصر، 2006.

19. مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 1999.

20. مصطفى يوسف كافي، فلسفة التسويق الأخضر، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.

21. منال شوقي عبد المعطي، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2011.

II. الرسائل والمذكرات الجامعية:

✓ **رسالة الدكتوراه:**

1. هوان بوعبد الله، دور الرقابة والتدقيق في تحسين أداء منشآت القطاع السياحي "دراسة حالة مؤسسات سياحية بالجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم المالية والمحاسبية، تخصص محاسبة، تدقيق ومراقبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس–مستغانم، 2022.

✓ **مذكرات الماجستير:**

1. بوخملة عمر، مبدأ تقييم الأثر البيئي "دراسة في إطار القانون الدولي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون العام، تخصص قانون البيئة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين–سطيف 02، 2019.

2. بوعشاش سامية، السياحة البيئية في المناطق الجبلية "حالة جبال تيكجدة بولاية البويرة–الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص الإدارة البيئية والسياحية، كلية العلوم الاقتصادية

والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2013.

✓ **مذكرات الماستر:**

1. أحلام شتيوي، عبير حديدي، تنمية الموارد البشرية في القطاع السياحي "دراسة حالة مركب الشلالة المعدني بقالمة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر مهني، تخصص إدارة الأعمال السياحية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945–قالمة، 2022.

2. باسماعيل فتيحة، النظام القانوني للعقار السياحي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص القانون العام الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح–ورقلة، 2019.

3. زعيمن كوثر، بوسكين راضية، واقع السياحة البيئية في المناطق الجبلية "دراسة حالة ولاية جيجل"، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق فندقي وسياحي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي–جيجل، 2021.

4. سعدون وفاء، تأثيرات التسويق البيئي على التسويق السياحي "دراسة حالة وكالة السياحة والسفر الزعاطشة–تيارت"، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص تسويق، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون–تيارت، 2013.

5. فاطمة لانصاري، سارة مشري، دور الاعلام السياحي في الترويج للسياحة الجزائرية "جريدة السياحي الجزائري انموذجا"، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة والكترونية، كلية العلوم

الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، الجامعة الافريقية احمد دراية–أدرار، 2020.

6. فتيسي عبد الرحمان، بن زايد أيمن، دور الوكالات السياحية في ترويج السياحة الداخلية باستخدام التسويق الالكتروني في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945–قالمة، 2020/2019.

7. كريم طالب، دور الفنادق الخضراء في تشجيع السياحة البيئية "دراسة تجارب عالمية"، مذكرة مقدمة استكمالات لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق فندقي وسياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي–جيجل، 2021.

III. **المقالات:**

1. أحسن العايب، عبود زرقين، تسويق برنامج السياحة البيئية وسبل تطويرها، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية**، العدد 48، العراق، اوت 2016.

2. اسراء موفق رجب، السياحة البيئية "مفهومها، أنواعها، سياسة تنميتها"، **مداخلة ضمن الندوة العلمية السنوية لقسم السياسة العامة وإدارة الازمات "الجغرافية السياسية في العراق الواقع والآفاق"**، العدد الثامن، كلية التربية، الجامعة المستنصرية، مصر.

3. بزغيش بوبكر، مخطط شغل الأراضي "أداة للتهيئة والتعمير"، **المجلة الاكاديمية للبحث القانوني**، المجلد 17، العدد الأول، جويلية 2018.

4. بسام سمير عبد الحميد الرميدي، يحي شحاته حسن الزق، التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر، **مجلة الاقتصاد والقانون**، العدد الأول، جوان 2018.

5. بن فرج زوينة، الفنادق الخضراء "أحد المداخل لتحقيق التنمية السياحية"، **مداخلة ضمن اليوم الدراسي حول "التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية"**، دار الثقافة محمد بوضياف، برج بوعريرج، الجزائر، يوم 21 ديسمبر 2009.

6. حشماوي محمد، بوقلاشي عماد، الاهتمام بالمورد البشري في القطاع السياحي كمدخل من مداخل تحقيق التنمية السياحية في الجزائر، **مجلة المناجر**، المجلد الأول، العدد الأول، المدرسة العليا للاقتصاد والرقمنة، الجزائر، ديسمبر 2014.

7. حمري نجود وآخرون، الاستدامة البيئية للمسؤولية الاجتماعية مسار نحو تحقيق التنمية المستدامة، **مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة**، المجلد الثاني، العدد الثاني، ديسمبر 2020.

8. خالد محمد الدعيس، إدارة الجودة وأثرها على مستوى أداء المؤسسات السياحية، **ورقة عمل مقدمة الى الملتقى اليمني لجودة خدمات السياحة**، المعهد الوطني للفندقة والسياحة، صنعاء، اليمن، يومي 19 و20 يوليو 2008.

9. خان أحلام، زاوي صورية، السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية، **أبحاث اقتصادية وإدارية**، العدد السابع، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2010.

10. الداوي الشيخ، قمراوي نوال، الترويج السياحي كأسلوب لترقية القطاع السياحي في الجزائر، **مجلة المؤسسة "مجلة دورية علمية محكمة"**، المجلد الأول، العدد الأول، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة

الجزائر 03، سبتمبر 2012.

11. الداوي الشيخ، قمراوي نوال، دور استراتيجيات الترويج السياحي في ترقية القطاع السياحي في الجزائر، **مجلة المؤسسة "مجلة دورية علمية محكمة"**، المجلد الثالث، العدد الثالث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، سبتمبر 2014.

12. ذهيبة بن عبد الرحمان، سليمان بلعور، الامن السياحي كمتطلب أساسي للتنمية السياحية، **مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية "تقييم واستشراف"**، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، يومي 26 و27 فيفري 2013.

13. رزاز محمد عبد الصمد، التهيئة السياحية وأثرها على التنمية المحلية، **مداخلة ضمن اليوم الدراسي حول "التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية"**، دار الثقافة محمد بوضياف، برج بوعريرج، الجزائر، يوم 21 ديسمبر 2009.

14. رشا احمد محمد خليل، محمد زينه، ريهام عبد الرحمان جاد، النقل الذكي الأخضر ونية تكرار للمقصد السياحي "الصورة السياحية كوسيط"، **المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية**، المجلد الثالث، العدد الثاني، كلية السياحة والفنادق، جامعة 06 أكتوبر، مصر، أكتوبر 2022.

15. زموري كمال، قرين ربيع، الفنادق الخضراء كأحد الاتجاهات الحديثة للسياحة البيئية "عرض تجارب دولية رائدة"، **مجلة البشائر الاقتصادية**، المجلد السابع، العدد الثاني، جامعة بشار، أوت 2021.

16. زهدون السهلي، الرخص كنظام لحماية البيئة، **القانون العقاري والبيئة**، المجلد الأول، العدد الأول، ص جوان 2013.

17. سامي بلبخاري، الإعلام السياحي وأثره على صورة السياحة الداخلية في الجزائر "دراسة ميدانية لعينة من السياح"، **مجلة الواحات للبحوث والدراسات**، المجلد الثامن، العدد الثاني، 2015.

18. سائحي يوسف، دور المعايير الدولية لحماية البيئة في تحسين الأداء البيئي، **مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية**، المجلد التاسع، العدد الأول، جوان 2019.

19. سناء ساطع عباس، يحي تايه عمران، النقل المستدام "الشكل الحضري"، **المجلة العراقية للهندسة المعمارية**، العدد الأول، الجامعة التكنولوجية، العراق، مارس 2016.

20. سنوسي عياشي، بوقنور إسماعيل، الامن السياحي ودوره في تحقيق السياحة المستدامة "إشارة لتجربة الجزائر"، **مجلة الاعلام والمجتمع**، المجلد الخامس، العدد الثاني، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، ديسمبر 2021.

21. صفو نرجس، دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، **المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية**، المجلد 59، العدد الثالث، سبتمبر 2022.

22. عبد الباسط علي عبد الجليل داوود، بالعيد محمد يونس عبد الرحمان، التخطيط السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة بإقليم الجبل الأخضر، **مجلة كلية السياحة والفنادق**، العدد الخامس، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، مصر، يونيو 2019.

23. عبد المطلب بيصار، المعايير البيئية وأثرها على القدرة التنافسية

للمؤسسات، **مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة**، المجلد الثالث، العدد الثاني، جانفي 2020.

24. عطاء الله فهد سرحان، تقييم أنشطة التسويق السياحي في المناطق السياحية الأردنية، **مجلة الدراسات الأمنية**، العدد الرابع، مديرية الأمن العام اكاديمية الشرطة الملكية، الأردن، حزيران 2010.

25. علاء علي حسين وآخرون، قياس تكاليف الجودة البيئية باستخدام أساس الأنشطة المبني على الوقت "دراسة ميدانية"، **مجلة العلوم البيئية**، المجلد 47، العدد الثالث، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين الشمس، سبتمبر 2019.

26. فاطمة بن الدين، المحميات الطبيعية ودورها في الحفاظ على العقار البيئي واستدامته، **مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية**، العدد الثامن، جامعة ابن خلدون، تيارت، جانفي 2017.

27. فضيل حضري، وهيبة بوربعين، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، **مجلة علوم الانسان والمجتمع**، العدد العاشر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2014.

28. فيصل ذيب، الامن السياحي وتأثيره على الظاهرة السياحية، **المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات**، المجلد السادس، العدد الثاني، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، افريل 2023.

29. قعيد لطيفة، هدير عبد القادر، تفعيل السياحة الخضراء (البيئية) لمواكبة التغيرات العامية البيئية "دراسة حالة مشروع الكربون الأزرق بالإمارات"، **مجلة رؤى اقتصادية**، العدد 12، جامعة الشهيد حمة لخضر–الوادي، جوان 2017.

30. قعيد لطيفة، واقع النقل السياحي الأخضر بإمارة دبي، **مجلة اقتصاديات شمال افريقيا**، المجلد 19، العدد 31، كلية العفوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، مارس 2023.

31. ليليا عين سوية، التنمية السياحية المستدامة من خلال التخطيط السياحي، **مجلة دراسات اقتصادية**، العدد 38، اوت 2019.

32. محمد زبير، مراد بريك، فتيحة بوزيان، تفعيل المحميات الطبيعية كبديل استراتيجي لترقية السياحة البيئية ودعم التنمية المستدامة في الجزائر، **مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي**، المجلد الرابع، العدد الثاني، جامعة المسيلة، أكتوبر 2020.

33. محمد علي دشة، حنان دريد، الفنادق الخضراء تجربة أساسية لسياحة بيئية مستدامة في ظل الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025، **مجلة البديل الاقتصادي**، المجلد الخامس، العدد الأول، جامعة زيان عاشور، الجلفة، جوان 2018.

34. محمد لوشن، لعلى حناشي، نظم تسيير الجودة الشاملة البيئية ودورها في تحسين الأداء البيئي للمؤسسات الصناعية الجزائرية، **مجلة الاقتصاد الصناعي**، العدد السابع، جامعة باتنة، ديسمبر 2014.

35. محمد يدو، سمية بوخاري، التخطيط السياحي البيئي لتفعيل التنمية المكانية "رؤية تحليلية لحالة الجزائر"، **مجلة معهد العلوم الاقتصادية**، المجلد 24، العدد الثاني، أكتوبر 2021.

36. محي الدين حمداني، دور المواصفات العالمية لجودة البيئية في استدامة

التنمية، **مجلة جديد الاقتصاد**، العدد الثالث، جوان 2008.

37. مزيان حمزة، بن سالم نادية، التسويق السياحي الأخضر كنمط لترقية الوجهة السياحية المستدامة بالإشارة إلى تجربة دار زغوان بتونس، **مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة**، المجل الأول، العدد الثاني، جوان 2019.

38. مصطفى طويطي، مجذوب خيرة، الاقتصاد البيئي المستدام في الجزائر بين الواقع والمأمول، **مجلة المقريزي للدراسات الاقتصادية والمالية**، المجلد الثاني، العدد الثاني، ديسمبر 2018.

39. معقافي الصادق، دور الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر، **مجلة دراسات إنسانية واجتماعية**، المجلد التاسع، العدد الثالث، جامعة وهران، جوان 2020.

40. نادية بوشاشية، نوري منير، جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة الشلف، **الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، العدد 18، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، جوان 2017.

41. نفين منصور، خالد الزغل، تقييم عملية التفتيش الفندقي وآلية تعيين المفتشين بوزارة السياحة المصرية، **المجلة المصرية للسياحة والضيافة**، المجلد السادس، العدد 26، 2019.

42. هاشم جعفر عبد المحسن، دور النقل المستدام في الحد من تلوث البيئية في العراق "بغداد الجديدة نموذجا"، **مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية**،

العدد 45، جامعة المستنصرية، مصر، 2014.

43. الهروشي خطاب، بسدات كريمة، دور الجمعيات والنوادي البيئية في ترقية السياحة البيئية في الجزائر، **مجلة دراسات اقتصادية**، المجلد 22، العدد الأول، جوان 2022.

44. وطواط محمد، حشود نسيمة، نحو تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء احكام القانون رقم 03-01، **مجلة صوت القانون**، المجلد الثامن، العدد الأول، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، نوفمبر 2021.

45. وفاء صلاح عبد الرحمان، أثر تطبيق استراتيجية التسويق الأخضر في قطاع الفنادق على التنمية السياحية في مصر، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان**، العدد 12.

IV. النصوص القانونية:

1. القانون رقم 03-03 مؤرخ في 16 ذي الحجة 1423 موافق ل 17 فيفري 2003، متعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ر عدد 11 صادر في 18 ذي الحجة 1423 موافق ل 19 فيفري 2003.

2. القانون رقم 03-03 مؤرخ في 17 فيفري 2003، متعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ر عدد 11 الصادر بتاريخ 19 فيفري 2003.

3. القانون رقم 01-02 مؤرخ في 15 فيفري 2001، متعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، ج ر عدد 77 الصادر بتاريخ 15 فيفري 2001.

4. القانون رقم 03-01 مؤرخ في 16 ذي الحجة 1423 موافق ل 17 فيفري

2003، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، ج ر عدد 11 مؤرخة في 18 ذي الحجة 1423 موافق ل 19 فيفري 2003.

5. القانون رقم 99-06 المؤرخ في 04 أفريل 1999، المحدد لشروط ممارسة نشاط وكالة السياحة والأسفار، ج ر عدد 24 الصادر سنة 1999.

6. القانون رقم 99-01 مؤرخ في 19 رمضان 1419 موافق ل 06 يناير 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة، ج ر عدد 62 مؤرخة في 23 رمضان 1419 موافق ل 10 يناير 1999.

7. القانون رقم 90-29 مؤرخ في 01 ديسمبر 1991، يتعلق بالتهيئة والتعمير، ج ر عدد 52 الصادر سنة 1990. **(معدل ومتمم)**

8. القانون رقم 90-31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 53 الصادر سنة 1990.

9. المرسوم التنفيذي رقم 91-178 مؤرخ في 28 ماي 1991، المحدد لإجراءات اعداد مخططات شغل الأراضي والمصادقة عليها ومحتوى الوثائق المتعلقة به، ج ر عدد 26 الصادر سنة 1991. **(معدل ومتمم)**

10. المرسوم التنفيذي رقم 07-86 مؤرخ في 11 مارس 2007، المحدد لكيفيات اعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ر عدد 17 الصادر بتاريخ 14 مارس 2007.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
تخصص قانون الاعمال

استحداث تطبيق حول ترويج السياحة الخضراء في الجزائر :

في إطار القرار الوزاري 7512

من إعداد الطالبين:
صحراوي جهيدة
بوساكو ياسمين

الأستاذة المشرفة:
آيت يوسف صبرينة

السنة الدراسية : 2023/2024

DjaYa Travel
Let's enjoy with DjaYa

الفهرس

طريقة الولوج إلى المنصة
(استخدامها من البداية الى النهاية)

توقعات المشروع

نموذج العمل التجاري

Let's enjoy with DjaYa

طريقة الولوج إلى المنصة
(استخدامها من البداية الى النهاية)

طريقة الولوج إلى المنصة

(استخدامها من البداية الى النهاية).

نموذج العمل التجاري

نموذج العمل التجاري

1.العملاء السياح. أصحاب الفنادق . أصحاب المطاعم. أصحاب الحرف التقليدية. أصحاب النقل. الوكالات السياحية.	4.العلاقة مع العملاء علاقة تفاهم وثقة. تلبية احتياجتهم وتعزيز ارادتهم. الاستماع الجيد لآرائهم وشكواهم حول الخدمات والتطبيق بعين الاعتبار. التواصل معهم عن طريق الهاتف أو الرسائل النصية. 3.القنوات فتح تطبيق . تشهره عبر المواقع التواصل الإجتماعي.	2.القيمة المقدمة للعميل: اكتشاف أماكن طبيعية خضراء. الابتعاد عن الطاقة السلبية والشعور بالراحة بفضل المكان الهادئ والهواء النقي. اكتساب صداقات وبناء علاقات جديدة. التعرف على بعض العادات والتقاليد لتلك المنطقة.	7.الأنشطة الرئيسية توفير المتطلبات الرئيسية للسائح مثلا: توفير مكان مريح للنوم. توفير الاكل والشرب. توفير وسائل النقل. 6.الموارد الرئيسية وسائل النقل مريحة غير ملوثة للبيئة خاصة السيارات. ميزانية اعلانية. خبير في مجال السياحة البيئة .	8.الشراكات الرئيسية المرشد السياحي اي مرشد الرح السياح. أصحاب الفنادق . أصحاب المطاعم. أصحاب الحرف التقليدية.
5.نموذج الدخل عمولة الرحلات. الشراكة مع الوكالات السياحية وأصحاب الفنادق والمطاعم.			9.هيكل التكلفة. وسائل نقل مريحة وفق عقد يرضي الاطراف. نفقات التشغيل الشهرية كنفقة سائق وسيلة النقل. نفقة المرشد السياحي (قبض معاش الشهر). مصاريف الكهرباء.	

توقعات المشروع

توقعات المشروع

على مستوى الوطني:

- البداية تكون من ولاية تيزي وزو في مدة قصيرة تقريبا سنة ونصف.
- ثم نتطرق الى باقي الولايات 58 ولاية.

على مستوى الدولي:

نقوم اولا بإجراء دراسة والبلد الذي نجده يقوم باستقطاب السياح البيئين إليه كثيرا هو الذي نقوم بتنظيم رحلة إليه.

شكرا لحسن اصغاءكم

9:41

Let's enjoy with DjaYa

دعونا نستكشف العالم

ابحث عن الآلاف من الوجهات السياحية الجاهزة للزيارة

التالي

الاستعداد للرحلة القادمة

ابحث عن الآلاف من الوجهات السياحية الجاهزة للزيارة

التالي

9:41
ان الطبيعة ليست
مكان لنزوره بل هي
الوطن ذاته
التالي

9:41
استكشاف الطبيعة
مجرد وسيلة رمزية
بسيطة أهدانا الله إياها،
فقط كي نأخذ من
خلالها فكرة عن الجنة.
التالي

9:41

قم بتسجيل دخولك الآن

الرجاء تسجيل الدخول لمواصلة التطبيق لدينا

Lavie@gmail.com

****

نسيت كلمة المرور؟

تسجيل الدخول

ليس لديك حساب؟ اشتراك

أو الاتصال

9:41

Profile

La vie

lavie@gmail.com

- حسابي
- مفضلاتي
- الرحلات السابقة
- اعدادات
- تطبيقنا

La vie

لا يوجد شيء أفضل من قضاء يوم في استكشاف جمال الطبيعة. كل شجرة كل زهرة، كل لحظة هي عمل فني

أفضل وجهة

عرض الكل

4.9 ★

عين الحمام

تزي وزو

+50

4.7 ★

+50

لا يوجد شيء أفضل من قضاء يوم في استكشاف جمال الطبيعة. كل شجرة كل زهرة، كل لحظة هي عمل فني

أفضل وجهة

عرض الكل

مغارة مكابي

4.7 ★

تيزي وزو

+50

ين الحمام

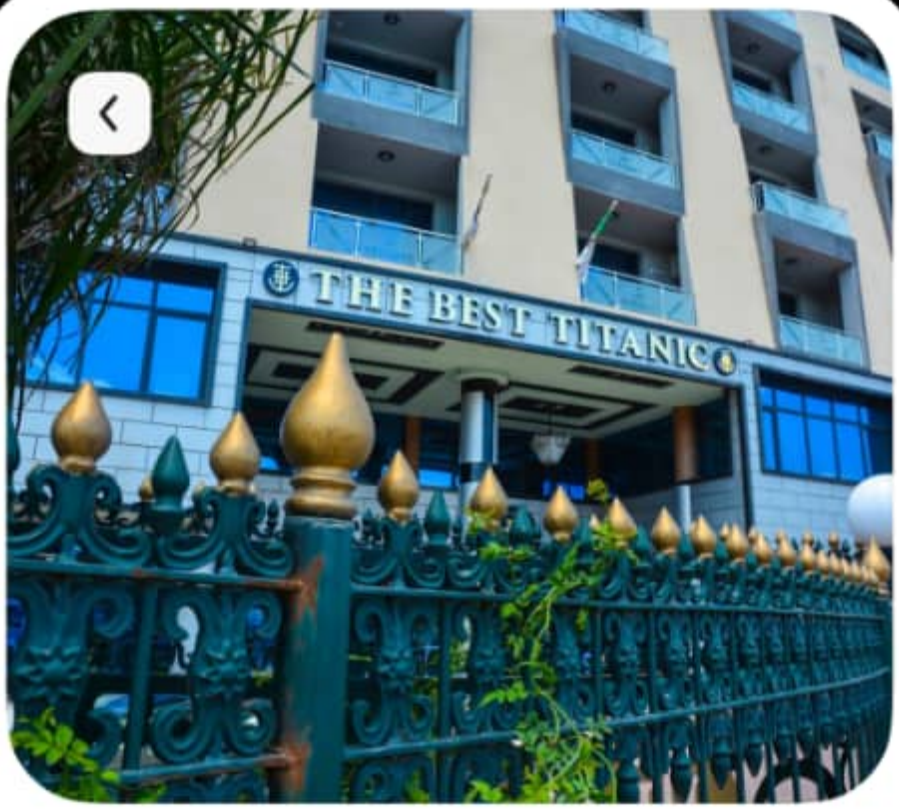
زي وزو

مغارة مكابي

تعتبر مغارة مكابي الموجودة بعين الحمام من المغارات العجيبة التي اكتشفها علماء المغارات في جبال جرجرة والتي يصل عمقها إلى 400 متر وقد استوحت اسمها من المومياء الموجودة بداخلها والمحنطة طبيعيا منذ 7 قرون ومحفوظة من كل عوامل التعفن التي يمكن أن تطالها.تبقى الدراسات العلمية الوحيدة التي تستطيع الكشف عن ذلك ويعود تاريخ اكتشافها الرسمي إلى سنة 1923 من ثم بدأ التآكل يلاحقها بسبب إقبال الزوار على ملامستها. لتأتي بعد ذلك فترة حمايتها التي جاءت متأخرة نوعا ما رغم ذلك تبقى أسطورة مرتبطة بمعتقدات مختلفة ترسمها عقول الفضوليين وعلماء الآثار الذين دعوا إلى الحفاظ على ما تبقى منها بتسييج المكان بعد ضياع بعض أجزاء المومياء... عدم زيارة المكان بدون مرشد سياحي. فالطريق جد خطير.

تأمين	غذاء	6 ساعات	4000د.ج/شخص

احجز الان ←



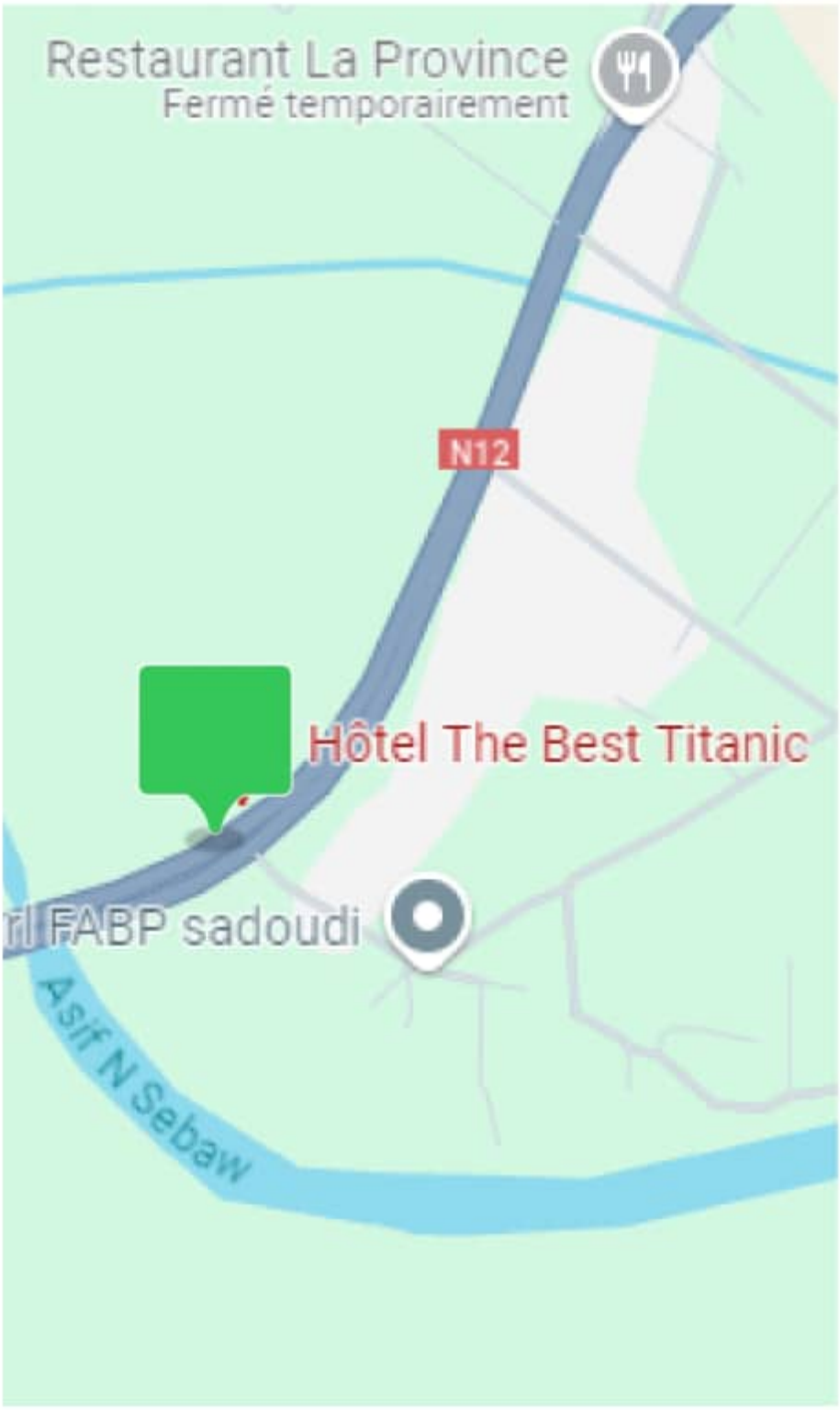
Hôtel The Best Titanic

وسائل الراحة الفندقية الرئيسية

- موقف السيارات
- مطعم
- مجاني
- 10000د.ج/شخص
- مسبح

احجز الان →

بحث


Restaurant La Province
Fermé temporairement
N12
Hôtel The Best Titanic
FABP sadoudi
Asif N Sebaw

اختر

الدفع الالكتروني

اختر طريقة الدفع:

رقم البطاقة الائتمانية:

625**********

:CVC2/CVV2

••••

الاسم واللقب:

username

تاريخ نهاية الصلاحية:

06/12

تأكيد

لقد تم قبول طلبك

الفهرس

الموضوع	الصفحة
الاهداء	–
شكر وتقدير	–
مقدمة	
الفصل الأول: الطبيعة القانونية للترويج بالسياحة الخضراء	
تمهيد:	
المبحث الأول: الترويج والسياحة الخضراء مفهومان لاقتصاد واعد	
المطلب الأول: مفهوم الترويج للسياحة الخضراء:	
الفرع الأول: تعريف الترويج للسياحة الخضراء:	
أولا: تعريف الترويج:	
ثانيا: تعريف السياحة:	
الفرع الثاني: خصائص السياحة الخضراء:	
الفرع الثالث: أنواع السياحة الخضراء:	
المطلب الثاني: متطلبات الترويج السياحة الخضراء:	
الفرع الأول: المحميات الطبيعية والفنادق الخضراء:	
أولا: المحميات الطبيعية:	
ثانيا: الفنادق الخضراء:	
الفرع الثاني: النقل الأخضر والامن السياحي:	
أولا: النقل الأخضر:	
ثانيا: الأمن السياحي:	
الفرع الثالث: الجودة السياحية والجودة البيئية:	

أولا: الجودة السياحية:	
ثانيا: الجودة البيئية:	
المبحث الثاني: الإطار التشريعي للترويج بالسياحة الخضراء في الجزائر	
المطلب الأول: القانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة:	
الفرع الأول: التهيئة السياحية:	
الفرع الثاني: التنمية السياحية:	
الفرع الثالث: الاهتمام بالموارد البشرية في القطاع السياحي:	
الفرع الرابع: الترقية والاعلام السياحي:	
المطلب الثاني: القوانين المتعلقة بالسياحة الخضراء:	
الفرع الأول: القانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع السياحي:	
الفرع الثاني: القانون رقم 99-01 المتعلق بحماية السائح البيئي:	
خلاصة الفصل الأول	
الفصل الثاني: آليات تفعيل الترويج للسياحة الخضراءفي الجزائر	
تمهيد:	
المبحث الأول: وسائل تطبيق السياحة الخضراء في الجزائر:	
المطلب الأول: التخطيط والتسويق السياحي الأخضر:	
الفرع الأول: التخطيط السياحي الأخضر:	
أولا: مفهوم التخطيط السياحي الأخضر:	
ثانيا: أهمية التخطيط السياحي الأخضر:	
ثالثا: عوامل نجاح التخطيط السياحي الأخضر:	
رابعا: توجهات التخطيط السياحي الأخضر:	

الفرع الثاني: التسويق السياحي الأخضر:	
أولا: مفهوم التسويق السياحي الأخضر:	
ثانيا: خصائص التسويق السياحي الأخضر:	
ثالثا: عناصر المزيج التسويقي السياحي الأخضر:	
المطلب الثاني: دور الإدارة في الرقابة:	
الفرع الأول: مبادئ الإدارة السياحية الخضراء:	
أولا: الاستدامة البيئية:	
ثانيا: المسؤولية الاجتماعية:	
ثالثا: الاقتصاد المستدام:	
رابعا: التخطيط المتكامل:	
الفرع الثاني: الرقابة السياحية الخضراء:	
أولا: وضع المعايير البيئية:	
ثانيا: التفتيش والمراقبة:	
ثالثا: التراخيص البيئية:	
رابعا: الأثر البيئي:	
المبحث الثاني: دور الحكومة والهيئات الأخرى في تحقيق ترويج السياحة الخضراء في الجزائر:	
المطلب الأول: دور الحكومة في الترويج:	
الفرع الأول: المخططات التنموية:	
أولا: مخططات التهيئة السياحية:	
ثانيا: مخططات التهيئة العمرانية:	

الفرع الثاني: الاعلام السياحي:	
المطلب الثاني: دور الهيئات الأخرى في الترويج:	
الفرع الأول: دور الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الخضراء:	
الفرع الثاني: دور الجمعيات البيئية في الترويج للسياحة الخضراء:	
خلاصة الفصل الثاني	
خاتمة	
قائمة المراجع	
الفهرس	

ملخص:

الترويج بالسياحة الخضراء يعد محورا هاما في إطار التنمية المستدامة وحماية البيئة، حيث تهدف السياحة الخضراء إلى تقليل التأثير البيئي السلبي للسياحة التقليدية من خلال تبني ممارسات مستدامة وبيئية، ومن الناحية القانونية يتضمن الترويج للسياحة الخضراء وضع وتنفيذ سياسات وتشريعات تدعم الحفاظ على الموارد الطبيعية، وتطوير البنية التحتية السياحية بطريقة تراعي البيئة، وتعزيز الوعي البيئي بين السياح والمجتمعات المحلية، كما تشمل هذه القوانين معايير صارمة للتصنيف البيئي، وإجراءات للحد من التلوث، وتحفيز الشركات السياحية على تبني تقنيات نظيفة ومستدامة، وبالتالي فتلعب المنظمات الدولية والحكومات دورا كبيرا في وضع الأطر القانونية والتوجيهات اللازمة لتعزيز هذا النوع من السياحة، بهدف تحقيق التوازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على البيئة وهو ما سنتطرق إليه في الفصل الثاني التالي.

الكلمات الدالة: السياحة الخضراء، التنمية المستدامة، الترويج،حماية البيئة، الشركات السياحية، الحكومة.