

ريادة الأعمال وتسويق السياحة البيئية في الجزائر: دراسة تحليلية مستندة إلى المخطط التوجيهي  
للتهيئة السياحية آفاق 2030

*Entrepreneurship and Ecotourism Marketing in Algeria: An Analytical Study  
Based on the Tourism Development Master Plan Horizons 2030*

شلالى الطاهر حسام الدين

المركز الجامعي أفلو، مخبر الدراسات القانونية والاقتصادية، [t.chellali@cu-aflou.edu.dz](mailto:t.chellali@cu-aflou.edu.dz)

تاريخ النشر: 2025/12/01

تاريخ القبول: 2025/11/29

تاريخ الاستلام: 2025/11/03

**ملخص:** تهدف الدراسة إلى تحليل دور ريادة الأعمال في تسويق السياحة البيئية في الجزائر كألية لتحقيق التنمية المحلية المستدامة، مستندة إلى التحولات التي عرفها قطاع السياحة عالميا وانتقاله إلى صناعة استراتيجية تدعم الاقتصاد الوطني، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحليل واقع السياحة البيئية في الجزائر خلال الفترة 2014–2019 بالاستناد إلى التقارير الرسمية والدولية، وخلصت إلى أن الجزائر، رغم امتلاكها لمقومات طبيعية وبيئية غنية، لم تستثمرها بما يكفي، وأن تشجيع ريادة الأعمال البيئية يمثل مدخلاً استراتيجياً لتطوير هذا القطاع وتحقيق التنمية المستدامة محلياً.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، سياحة بيئية، تنمية محلية مستدامة، تسويق السياحة، الجزائر.

تصنيف *JEL*: Q01, M31, L26

**Abstract:** The study aims to analyze the role of entrepreneurship in promoting ecotourism in Algeria as a mechanism for achieving sustainable local development. It is based on the global transformations in the tourism sector, which has shifted from a recreational activity to a strategic industry supporting national economies. The study adopts a descriptive-analytical approach to examine the state of ecotourism in Algeria during the period 2014–2019, relying on official and international reports. The findings reveal that, despite Algeria's rich natural and environmental resources, these have not been sufficiently exploited. The study concludes that fostering environmental entrepreneurship constitutes a strategic approach to developing this sector and achieving sustainable local development.

**Keywords:** Entrepreneurship, Ecotourism, Sustainable Local Development, Marketing, Algeria.

**Jel Classification Codes:** L26, M31, Q01

1. مقدمة:

شهد مفهوم السياحة تحولا جذريا في العقود الاخيرة، حيث انتقلت من كونها نشاطا ترفيهيا مؤقتا يخضع للظروف والرغبات الى صناعة استراتيجية متكاملة، تسهم بشكل مباشر في دعم الاقتصاد الوطني وتعزيز التنمية المستدامة، فقد اصبحت السياحة اليوم من أكبر القطاعات الخدمية عالميا، ومحركا اساسيا للنمو الاقتصادي في كل من الدول المتقدمة والدول النامية، حيث نجحت في تنشيط اقتصاديات العديد من الدول مثل اسبانيا والصين، كما تعد وفقا لتوقعات الخبراء من بين ابرز الصناعات الخدمية التي ستقود الاقتصاد العالمي الى جانب الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. وفي هذا السياق، يبرز مفهوم السياحة البيئية كأحد الاتجاهات الحديثة التي تستند الى مبادئ التنمية المستدامة، اذ تسعى الى حماية الموارد الطبيعية والثقافية مع تقديم تجربة سياحية اصيلة تعود بالنفع على المجتمعات المحلية، وتعد الجزائر من الدول التي تمتلك رصيذا غنيا من المقومات البيئية والطبيعية الفريدة؛ بدءا من سواحلها الممتدة على البحر الابيض المتوسط، ومرورا بسلاسلها الجبلية الخلابة، ووصولا الى صحرائها الشاسعة التي تحتضن مواقع تاريخية وانسانية استثنائية مثل الهقار والطاسيلي، هذه الثروات تشكل قاعدة مهمة لتطوير سياحة بيئية اصيلة ومنافسة على المستويين الاقليمي والدولي.

غير ان مكانة الجزائر السياحية، ورغم هذه الامكانيات، ما تزال دون المستوى المتوقع؛ وهو ما يتطلب تبني استراتيجيات مبتكرة تركز على زيادة الاعمال كخيار استراتيجي لإطلاق مبادرات ومشاريع سياحية بيئية مستدامة تدعم التنمية المحلية وتولد فرص عمل جديدة.

وانطلاقا من اهمية هذا الموضوع، تسعى هذه الورقة الى تقديم قراءة تحليلية لواقع السياحة البيئية في الجزائر خلال الفترة 2014-2019، مع التركيز على دور زيادة الاعمال في دفع عجلة التنمية المستدامة محليا، وذلك من خلال الاجابة على الاشكالية الرئيسية: ما مدى إسهام زيادة الأعمال البيئية في تسويق وتنمية السياحة البيئية في الجزائر، بما يحقق أهداف التنمية المحلية المستدامة في ضوء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030؟

ويتفرع عنها عدد من الاسئلة الفرعية:

- ما مفهوم السياحة البيئية وزيادة الأعمال البيئية في السياق السياحي، وما موقعهما ضمن مقارنة التسويق؟

- ما هي أبرز المقومات والإمكانات البيئية والسياحية التي تمتلكها الجزائر والتي يمكن استثمارها في تطوير منتجات سياحية بيئية تنافسية؟
- كيف يمكن لمبادرات ريادة الأعمال أن تسهم في تفعيل السياحة البيئية كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة؟
- ما هي أهم التحديات التسويقية والتنظيمية والتمويلية التي تواجه تطوير السياحة البيئية في الجزائر، وما هي الآفاق المستقبلية لتعزيز استثمارها بطريقة أكثر فعالية واستدامة؟

#### أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من اعتبارها محاولة علمية لفهم وتحليل واقع السياحة البيئية في الجزائر ودور ريادة الأعمال في تفعيل هذا القطاع الحيوي بما يسهم في تحقيق التنمية المحلية المستدامة، وتجلى الأهمية أيضا في النقاط التالية:

- تسليط الضوء على الإمكانيات البيئية والثقافية الكبيرة التي تزخر بها الجزائر والتي يمكن أن تشكل قاعدة متينة لتسويق سياحة بيئية تنافسية.
- إبراز السياحة البيئية كأداة فعالة ليس فقط لحماية الموارد الطبيعية والثقافية، بل أيضا كمحرك اقتصادي يولد فرص عمل جديدة ويدعم المجتمعات المحلية.
- لفت الانتباه إلى دور ريادة الأعمال البيئية في تحويل الرؤية الاستراتيجية الوطنية (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030) إلى مشاريع واقعية ومبتكرة تساهم في تسويق صورة الجزائر السياحية على المستوى العالمي.
- تقديم قراءة تحليلية تجمع بين تقييم الواقع واستشراف آفاق مستقبلية لاستثمار وتسويق السياحة البيئية في الجزائر.

#### أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

1. توضيح مفهوم السياحة البيئية وريادة الأعمال البيئية وأهميتهما في السياق السياحي المستدام.
2. التعرف على أهم المقومات والموارد الطبيعية والثقافية التي تمتلكها الجزائر والتي تساعد في تسويق الوجهة السياحية.

3. تحليل واقع السياحة البيئية في الجزائر خلال الفترة (2014-2019) من حيث التحديات والفرص.
4. إبراز كيفية مساهمة زيادة الأعمال البيئية في تسويق السياحة البيئية وتعزيز التنمية المحلية المستدامة.
5. تقديم توصيات عملية لتفعيل دور زيادة الأعمال البيئية بما يخدم أهداف المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2030.

منهجية الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي، وذلك من خلال:

- استعراض وتحليل الإطار المفاهيمي للسياحة البيئية وزيادة الأعمال البيئية.
- تحليل البيانات والتقارير الوطنية والدولية حول السياحة في الجزائر، وخاصة تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2017 المتعلق بالتنافسية السياحية.
- دراسة الواقع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2014-2019) مع الإشارة إلى نقاط القوة والضعف.
- توظيف الأمثلة العملية لتوضيح كيف يمكن لمشاريع زيادة الأعمال البيئية أن تلعب دورا في تحقيق اهداف التسويق وتحقيق التنمية المستدامة محليا.

## 2. الجانب النظري:

مفهوم السياحة: لقد تعددت تعريفات السياحة وذلك وفقا لأراء المهتمين بدراسة طبيعتها ومكوناتها وجوانبها ووفقا لأراء المنظمات العالمية والدولية المهتمة بالسياحة الدولية. وعليه يمكن تحديد أهم التعاريف:

عرفها الألماني (Guyer Freuler, 2015) بأنها " ظاهرة معاصرة تنبع من الحاجة المتزايدة إلى الراحة والاستجمام وتبديل الأجواء، والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والاستمتاع بما تمنحه من بهجة ومتعة من خلال الإقامة في مناطق تمتاز بخصوصية طبيعتها، وهي نتاج لتطور وسائل النقل وتقديمها. (بليقيوم ومامن، 2018، صفحة 723).

عرفتها المنظمة العالمية للسياحة OMT: بأنها الأنشطة التي يمارسها الأفراد أثناء تنقلهم وإقامتهم في مواقع تقع خارج نطاق بيئتهم المألوفة، ولمدة زمنية متواصلة لا تتجاوز عاماً واحداً. بغرض الترفيه أو أداء الأعمال أو تحقيق أغراض أخرى متنوعة. (عيشي، 2010/2011، صفحة 31)

أما مصطلح السياحة البيئية فهو مصطلح ظهر منذ ثمانينات القرن العشرين وهو مصطلح حديث نسبيا جاء ليعبر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة الذي يمارسه الانسان محافظا

على التراث الطبيعي والحضاري للبيئة التي يعيش فيها. فهي شكل من أشكال السياحة المستدامة التي تركز على زيارة المناطق الطبيعية مع احترام البيئة المحلية والحفاظ عليها، مع تحقيق منافع اقتصادية واجتماعية للمجتمعات المحلية. (بلفيدوم و مامن، 2018، صفحة 728) وقد عرفت الجمعية الدولية للسياحة البيئية بأنها: «السفر المسؤول إلى المناطق الطبيعية الذي يحافظ على البيئة ويحسن من رفاهية السكان المحليين»، وتتميز السياحة البيئية بأنها تدمج بين حماية الموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي، وتنمية وعي السياح بأهمية البيئة والثقافة المحلية، وفي الوقت نفسه تخلق فرصا لمشاريع ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة التي تدعم التنمية المحلية المستدامة عبر استغلال الموارد بشكل رشيد ومتوازن (Weaver, 2007)

**خصائص السياحة البيئية:** تتميز السياحة البيئية بعدة خصائص تجعلها نموذجا متقدما للسياحة المستدامة، حيث تركز على حماية الموارد الطبيعية والثقافية، وتقدم تجارب أصيلة للزوار مع احترام خصوصية البيئات المحلية، ومن أبرز هذه الخصائص أنها تعتمد على المواقع الطبيعية غير الملوثة كمحور أساسي لجذب السياح، وتسعى لتقليل الآثار البيئية السلبية الناتجة عن النشاط السياحي من خلال ممارسات مسؤولة مثل إدارة النفايات وترشيد استهلاك الموارد (Wahyuli, Hussein, Suryadi, Noermijati, & Hanafiah, 2025)

كما تشجع السياحة البيئية مشاركة المجتمعات المحلية في عملية التخطيط والتنفيذ، ما يعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في هذه المناطق (Weaver, 2007) وتتميز أيضا بتركيزها على التوعية البيئية لدى السياح، من خلال تقديم معلومات حول التنوع البيولوجي والحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي (Honey, 2009, p. 311)

إضافة إلى ذلك، تسهم السياحة البيئية في تنمية المناطق الريفية والنائية عبر توفير فرص عمل وتحفيز الاقتصاد المحلي، مع الالتزام بمبادئ العدل الاجتماعي والحفاظ على أصالة المكان (شارف، 2019، صفحة 164)

3.2 تعريف بمفهوم ريادة الأعمال البيئية ودورها في تحفيز التنمية المستدامة: تعد ريادة الأعمال (توجها حديثا في عالم الأعمال يقوم على تأسيس وتطوير Green Entrepreneurship البيئية) مشروعات ومنتجات وخدمات مبتكرة تأخذ في الاعتبار البعد البيئي، وتسعى إلى حماية الموارد (Bhat., Mudasir , Qureshi, & Tailor, 2025, p. 9)، ويعمل رواد الأعمال البيئيون على تبني مبادرات مستدامة في مجالات شتى مثل الطاقات المتجددة، السياحة البيئية، إعادة التدوير، الزراعة المستدامة، والتصميم البيئي (Michael & M, 2020, p. 97)

وتتجلى الأهمية الاستراتيجية لريادة الأعمال البيئية في مساهمتها الفعالة بتحقيق التنمية المستدامة من خلال تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي، حماية البيئة، وضمان العدالة الاجتماعية (Nations, 2025) إذ تسهم هذه المبادرات في خلق فرص عمل محلية جديدة، وتحفيز الاستثمارات المسؤولة بيئياً، ونشر ثقافة الوعي البيئي في المجتمع، إضافة إلى تحسين جودة الحياة دون استنزاف الموارد الطبيعية الضرورية للأجيال القادمة (Nations, 2015) وبذلك تصبح ريادة الأعمال البيئية أداة محورية لتعزيز تنافسية الاقتصاد المحلي ضمن منظور الاقتصاد الأخضر والتسويق الأخضر، وتسهم في بلوغ أهداف التنمية المستدامة على المستوى الوطني والدولي.

4.2 مقومات السياحة في الجزائر: تمتلك الجزائر مقومات سياحية طبيعية وثقافية واقتصادية تؤهلها لتكون من أبرز الوجهات السياحية على المستوى العالمي، غير أنها ما تزال بعيدة عن مصاف الدول الرائدة في هذا المجال، ويعزى ذلك إلى عدم استثمار هذه المقومات واستغلالها بالشكل الأمثل، والمتمثلة فيما يلي: (Charef, 2022, p. 830)

#### 1.4.2. المقومات البيئية: تتمثل هذه الإمكانيات فيما يلي: (شرفاوي، 2015/2014، صفحة 114)

- الشريط الساحلي: يمتد الساحل الجزائري على طول 1200 كيلومتر، ويتميز بشواطئه الرملية الخلابية التي تتوزع على أهم المدن الساحلية في البلاد، من أبرزها: الجزائر العاصمة، تيبازة، القالة، عنابة، سكيكدة، جيجل، وهران، وغيرها من المدن التي تشكل واجهات سياحية متميزة على البحر الأبيض المتوسط.

- المناطق الجبلية: تتمثل هذه المقومات أساساً في سلسلة الأطلس التلي التي تمتد من الشرق إلى الغرب، وتمتاز بتنوع مناظرها الطبيعية الخلابية وثرائها بالخصائص الجيومورفولوجية المميزة، إضافة إلى الغابات الكثيفة والتضاريس الجبلية التي تضيف على المنطقة جمالاً طبيعياً فريداً يؤهلها لتكون مقصداً سياحياً بيئياً متميزاً.

- الحمامات المعدنية: أغلبها يتم استغلالها بطرق تقليدية .

- المناطق الصحراوية: تكتسب أهمية كبيرة نظراً إلى ما تتوفر عليه من شواهد تحمل الكثير من الخصوصيات: مثل موقع الهقار، موقع الطاسيلي، جبل الاسكرام (الأمين وقلادي، 2013، صفحة

(311)

#### 2.4.2 المقومات التاريخية: وتتمثل هذه الإمكانيات في: (شرفاوي، 2015/2014، صفحة 115) :

مدينة القصبة، مدينة تيبازة، تيمقاد، الجميلة، قلعة بني حماد، طاسيلي ناجر.. الخ.

### 3.3.1. دور الموارد الطبيعية والثقافية في تعزيز ريادة الأعمال السياحية البيئية

تعتبر هذه الموارد الطبيعية والثقافية قاعدة استراتيجية لريادة الأعمال في السياحة البيئية؛ فهي تتيح فرصا كبيرة لإنشاء مؤسسات ومشاريع سياحية صديقة للبيئة مثل بيوت الضيافة البيئية، المسارات السياحية التفسيرية، رحلات الاستكشاف والتخييم المستدام، والأنشطة الرياضية والترفيهية القائمة على احترام الطبيعة، كما تعزز هذه الموارد إمكانية تطوير برامج تثقيفية حول حماية البيئة والمحافظة على التراث، ما يفتح آفاقا جديدة للمشاريع الريادية التي تجمع بين التنمية الاقتصادية والمسؤولية البيئية، وتساهم في تحقيق التنمية المحلية المستدامة عبر خلق مناصب عمل وتشجيع الاستثمار المسؤول .

### 3. الجانب التطبيقي:

1.3 واقع السياحة في الجزائر: على الرغم من امتلاك الجزائر لمقومات سياحية متعددة تتمثل في موقعها الجغرافي المتميز وتنوعها الثقافي الغني، فإن مكانتها ضمن السياحة الدولية ما تزال دون المستوى الذي تعكسه هذه المؤهلات. فقد أشار تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس لعام 2019 إلى تصنيف الجزائر ضمن الدول الإفريقية الأقل تنافسية في المجال السياحي، حيث احتلت المرتبة 118 عالمياً من بين 136 دولة شملتها الدراسة. ويمكن تحليل واقع السياحة في الجزائر من خلال مجموعة من المؤشرات التي تعكس طبيعة أدائها وموقعها الحالي ضمن المشهد السياحي الإقليمي والدولي:

### 2.3. تدفق السياح إلى الجزائر

جدول 1: يوضح تدفق السياح إلى الجزائر من سنة 2014 إلى 2019

السنة	عدد السياح الأجانب	السياح المقيمين بالخارج	المجموع
2014	955.981	1.652.955	2.633.056
2015	153.964	1.768.573	2.732.731
2016	125.940	1.361.241	2.301.372
2017	121.370.1	873.825	1.709.984
2018	712.322.1	732.717	2.039.424
2019	1.708.374	103742.	2.450.785

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

يتضح من بيانات الجدول رقم 01 ان معظم الوافدين الى الجزائر خلال الفترة 2014-2019 كانوا من المقيمين في الخارج، في حين عرف عدد السياح الاجانب تراجعاً بعد 2015 ثم عاد للارتفاع تدريجياً ليبلغ اكثر من 1.7 مليون سائح اجنبي في 2019، اما تدفق السياح المقيمين بالخارج فقد شهد تذبذباً بين الانخفاض والارتفاع في نفس الفترة.

ورغم هذا التحسن النسبي في السنوات الاخيرة، يبقى عدد السياح الاجمالي في الجزائر ضعيفاً مقارنة بالدول المجاورة مثل المغرب وتونس، مما يعكس محدودية جاذبية المنتج السياحي الجزائري. وهنا تبرز اهمية ريادة الاعمال البيئية كآلية لدعم تنمية السياحة البيئية وتحسين جودة الخدمات واستغلال المؤهلات الطبيعية والثقافية بشكل أفضل بما يساهم في تعزيز تنافسية القطاع السياحي وجذب المزيد من السياح لتحقيق التنمية المستدامة.

### 3.3. الموسم السياحي الصحراوي:

جدول 02: عدد السياح في المواسم السياحية الصحراوية 2014-2019

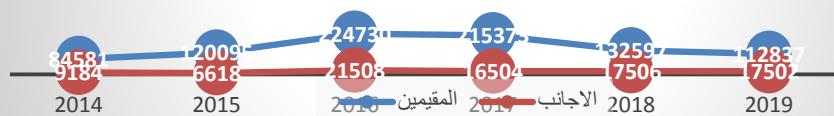
السنوات	المقيمين	السياح الأجانب	المجموع
2014	84.581	9184	93765
2015	120.095	6618	126.713
2016	224.730	21.508	246.238
2017	215.373	16.504	231.877
2018	132.597	17.506	150.103
2019	112.837	17.502	130.339

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

يتضح من بيانات الجدول رقم 02 ان عدد السياح في المواسم السياحية الصحراوية خلال الفترة 2014-2019 شهد تقلبات ملحوظة، حيث عرف ارتفاعاً كبيراً في عدد المقيمين من حوالي 84 الف في 2014 الى اكثر من 246 الف في 2016، ثم سجل تراجعاً تدريجياً ليصل الى نحو 130 الف في 2019. كما عرف عدد السياح الاجانب زيادة مهمة في 2016 ليصل الى اكثر من 21 الف ثم استقر في حدود 17 الف سائح في السنوات الاخيرة. هذا الاتجاه يعكس ان الاهتمام بالسياحة الصحراوية قد تحسن في البداية نتيجة بعض المبادرات والاستثمارات، لكنه لم يستطع المحافظة على نسق نمو مستمر بسبب غياب استراتيجيات فعالة لتنمية السياحة البيئية بالجنوب. وهنا يظهر دور ريادة

الاعمال البيئية كخيار مهم لتنوع العروض السياحية واستغلال ثراء الصحراء الجزائرية في خلق منتجات وخدمات سياحية مستدامة تساهم في جذب الزوار المحليين والاجانب وتحقيق التنمية المحلية المستدامة في المناطق الصحراوية.

الشكل 01: عدد السياح في المواسم السياحية الصحراوية 2014-2019



المصدر: من إعداد الباحث وفق إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية  
السياحة العكسية (السياح الخارجيين من الجزائر):

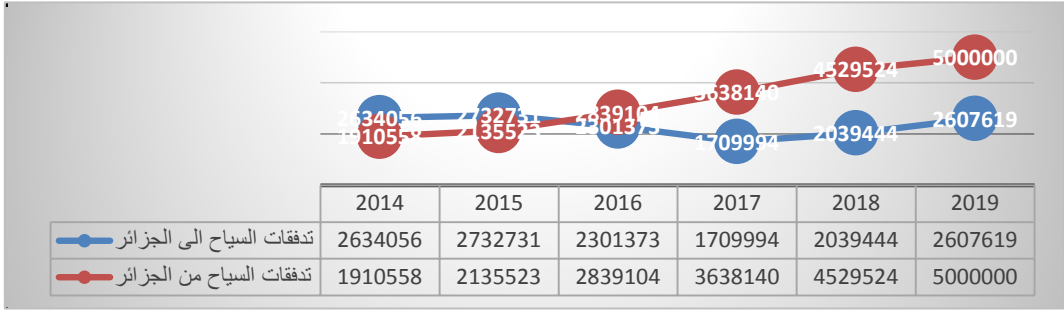
جدول 2: خروج الجزائريين نحو الخارج بين سنة 2014 - 2019

السنوات	2014	2015	2016	2017	2018	2019
نحو الخارج	755.910.1	252.135.2	310.928.2	031.638.3	552.915.4	5.000.000

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

شهدت السنوات الأخيرة تزايداً ملحوظاً في أعداد الجزائريين الذين يتجهون إلى الخارج بغرض السياحة، وهو ما يعكس تحولاً في أنماط الطلب السياحي لدى المواطنين. ويمكن مقارنة ديناميكية الحركة السياحية من خلال تحليل التدفقات البشرية الوافدة إلى الجزائر ومقارنتها بتلك الخارجة منها، كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل 2: يبين تطور تدفق السياح من وإلى الجزائر 2014-2019



المصدر: من إعداد الباحث بناء على إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية

يوضح الشكل أنه خلال عامي 2014 و2015 كانت السياحة الوافدة إلى الجزائر تفوق السياحة الصادرة، في حين شهدت الفترة 2016-2019 ارتفاعا ملحوظا في خروج الجزائريين إلى الخارج مقارنة بدخول السياح إلى البلاد. وإذا استمر هذا الاتجاه، فإن الجزائر ستتحول من بلد مستقطب للسياح إلى بلد مصدر لهم، ويعزى ذلك إلى المنافسة الشديدة، وزيادة العروض من شركات النقل والوكالات الأجنبية، فضلا عن العروض المغرية للدول المجاورة.

5.3. التدفقات المالية: تعتبر الإيرادات المتأتية من الإنفاق السياحي من أهم مصادر الدخل لمعظم الدول فهي تسهم في زيادة الناتج المحلي ومصدر لتوفير العملة الصعبة.

جدول 3: تطورات الإيرادات والنفقات السياحية للجزائر خلال الفترة 2014-2019 الوحدة: مليون دولار

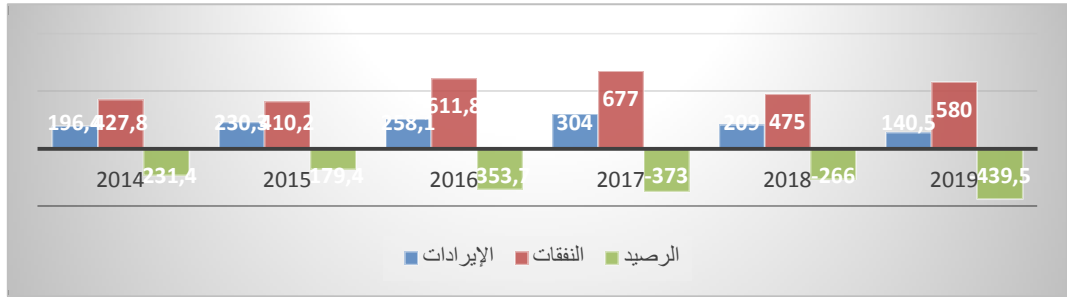
السنوات	2014	2015	2016	2017	2018	2019
الإيرادات	196.4	230.3	258.1	304	209	140,5
النفقات	427.8	410.2	611.8	677	475	580
الرصيد	-231.4	-179.4	-353.7	-373	-266	-439.5

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

سجل الميزان عجزاً مستمراً على مدار السنوات، ما انعكس سلباً على مساهمة القطاع في ميزان المدفوعات، ويعزى هذا العجز إلى ضعف التسويق السياحي المحلي والدولي، وارتفاع تكلفة الخدمات مقابل جودتها مقارنة بالدول المجاورة، إضافة إلى نقص تدريب الكوادر العاملة، ما يعكس محدودية أثر السياسات الجديدة على تطوير القطاع رغم الجهود المبذولة.

الشكل 3: تطورات الإيرادات والنفقات السياحية للجزائر خلال الفترة 2014-2019

الوحدة: مليون دولار



المصدر: من إعداد الباحث

6.3. مساهمة السياحة في الناتج المحلي: وهي مجموع الإنفاق المباشر داخل البلد على السياحة

الوحدة: %

جدول 04: يبين مساهمة السياحة في الناتج المحلي

السنوات	2019	2018	2017	2016	2015	2014
النسبة	6,1	1,4	3,1	/	/	/

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

يوضح الجدول رقم 04 زيادة طفيفة في مساهمة السياحة في الناتج المحلي الجزائري، وتظهر بيانات المنظمة العالمية للسياحة أن السياحة تساهم بمتوسط 10% من الناتج المحلي للدول المطلة على البحر المتوسط، هذه النسبة منخفضة بالنسبة للجزائر، ما يعكس ضعف أداء القطاع السياحي مقارنة بالمعايير العالمية.

7.3. مساهمة السياحة في التشغيل: تساهم السياحة في توفير مناصب شغل دائمة ومؤقتة

الوحدة: بالألف

جدول 05: تطور عدد العمال خلال الفترة 2014-2019

السنوات	2019	2018	2017	2016	2015	2014
العدد	/	270	265	261	138	105

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

يتضح من الجدول رقم 05 ان عدد العمال في القطاع السياحي بالجزائر شهد زيادة ملحوظة بين 2014 و2019 حيث ارتفع من حوالي 105 الاف الى أكثر من 270 ألف عامل، هذا النمو يعكس اثر الاستثمارات السياحية على خلق مناصب الشغل. وفي اطار السياحة البيئية يمكن لريادة الاعمال ان

تدعم هذا الاتجاه عبر استحداث مشاريع صديقة للبيئة توفر فرص عمل جديدة خاصة في المناطق الريفية والصحراوية مما يسهم في التنمية المحلية المستدامة.

8.3. تنافسية القطاع السياحي: يتولى المنتدى الاقتصادي العالمي وبصفة دورية إصدار تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة والذي يشمل العديد من الدول يكون الهدف قياس وتحديد العوامل التي تسهر على تنمية قطاع السياحة، وتقاس من خلال: (بودخدخ و بودخدخ، 2012، صفحة 10) الإطار التنظيمي، بيئة الأعمال والبنية الأساسية، الموارد البشرية والثقافية والطبيعية.

9.3. تنافسية الإطار التنظيمي لقطاع السياحة والسفر في الجزائر: يقوم الإطار التنظيمي لتقييم تنافسية القطاع السياحي على مجموعة من العناصر الأساسية، حيث يعنى بدراسة الأطر القانونية والتنظيمية التي تظهر بوضوح:

- مدى مرونة القوانين والإجراءات المتعلقة بالحصول على التأشيرات؛
- مدى مرونة القوانين والإجراءات المتعلقة بمجال الاستثمار في القطاع السياحي وتشجيع المؤسسات الناشئة وتشجيع المبادرات المستدامة؛
- مدى التزام الدولة بحماية البيئة؛ ومستوى الأمان وحماية السياح؛
- جودة الرعاية الصحية وإمكانية الحصول على الخدمات العلاجية؛
- وأخيرا حجم اهتمام الدولة بالسياحة والسفر من خلال النفقات العمومية والمشاركة في المعارض والتظاهرات المتخصصة لدعم هذا القطاع الحيوي.

9.3. تنافسية بيئة الأعمال والبنية الأساسية لقطاع السياحة: ويعكس هذا المؤشر واقع تطور البنى التحتية في الجزائر، سواء ما تعلق بالنقل البري والجوي أو بالمرافق والخدمات السياحية ومجال الاتصال والمعلومات، نظرا لما توفره هذه البنى من مرونة وسهولة في تنقل السياح واستكشاف المناطق البيئية، ويضاف إلى ذلك أهمية عنصر تنافسية الأسعار في دعم الجذب السياحي، مما يشكل عاملا مساعدا يمكن لريادة الأعمال البيئية أن تستثمره لتعزيز جاذبية الوجهات السياحية الطبيعية وتنمية السياحة المستدامة محليا.

10.3. تنافسية الموارد البشرية والثقافية والطبيعية لقطاع السياحة: يعد محور الموارد البشرية عنصرا أساسيا في تعزيز تنافسية قطاع السفر والسياحة، إذ يعكس مستوى تأهيل الكفاءات وقدراتها المعرفية والمهنية في خدمة السائح. كما تبرز أهمية هذا المحور إلى جانب المواقع الثقافية والطبيعية

ريادة الأعمال وتسويق السياحة البيئية في الجزائر: دراسة تحليلية (2014-2019)

ذات الشهرة العالمية، حيث تكشف مجتمعة عن الإمكانيات السياحية للجزائر وإمكانية استثمارها عبر مبادرات ريادة الأعمال البيئية لدعم التنمية المستدامة.

جدول 6: يبين ترتيب الجزائر ضمن المؤشرات التنافسية لقطاع السياحة والسفر بين سنوات 2014-2017

2019		2017		2015		2013		
تونس	الجزائر	تونس	الجزائر	تونس	الجزائر	تونس	الجزائر	
الترتيب		الترتيب		الترتيب		الترتيب		
86	118	78	123	/	132	48	113	
136		141		140		139		
/	/	/	/		134	30	112	معايير الإطار التنظيمي
/	/	70	/	/	133	23	118	- السياسات والقواعد التنظيمية
89	106	58	139	/	136	18	120	- بيئة القطاع السياحة والسفر
10	81	97	95	/	132	-	95	- السلامة والأمن
2								
75	89	86	84	/	90	79	84	- الصحة العامة
48	131	43	/	/	140	7	130	مكانة السفر والسياحة
66	110	76	133	/	126	53	110	معايير البنية التحتية وبيئة الأعمال
85	100	77	114	/	115	65	103	- البنى التحتية للنقل الجوي
95	105	94	104	/	126	48	105	- البنى التحتية للنقل البري
69	131	61	138	/	130	51	122	- البنى التحتية السياحية
09	4	43	10	/	27	09	35	- تنافسية الأسعار في القطاع
72	96	75	106	/	114	76	107	- البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات
11	112	99	90	/	122	59	116	معايير الموارد البشرية والثقافية والطبيعية
3								
/	/	/	109	/	104	27	91	- الموارد البشرية
/	/	/	/	/	136	19	129	- فهم السياحة الوطنية
93	124	105	127	/	120	95	99	- الموارد الطبيعية
83	53	70	50	/	73	69	72	- الموارد الثقافية

المصدر: تقرير تنافسية السفر والسياح لسنوات 2013-2015-2017-2019

يتضح أن الإطار التنظيمي والتسويقي الداعم لتنافسية القطاع السياحي في الجزائر يعاني من تأخر واضح مقارنة بالتجارب الدولية الرائدة، إذ تحتل الجزائر مراتب متدنية في التصنيفات العالمية مقابل تقدم دول مجاورة مثل تونس التي جاءت في المرتبة 31 من أصل 139 دولة. كما يعكس ضعف البنية التحتية وبيئة الأعمال والتسويق السياحي تراجع تنافسية القطاع، رغم المشاريع الكبرى ضمن المخطط التوجيهي 2030 التي لم تُترجم بعد إلى نتائج ملموسة.

ورغم تحقيق الجزائر مرتبة جيدة نسبياً في مؤشر تنافسية الأسعار، إلا أن محدودية الجهود التسويقية وضعف استثمار الموارد البشرية وتطوير المنتجات السياحية القائمة على التراث والموارد الطبيعية يحدّ من جاذبية المقصد الجزائري، رغم امتلاكه لمقومات بيئية وثقافية فريدة. بناء على ذلك، تمثل تنمية السياحة البيئية في الجزائر فرصة استراتيجية لمعالجة أوجه القصور الحالية، إذ يمكن لريادة الأعمال واستراتيجيات التسويق أن يساهما في استغلال الموارد الطبيعية بشكل مبتكر ومستدام، وتشجيع إنشاء مشاريع صغيرة ومتوسطة في مجال السياحة البيئية، بما يعزز التنمية المحلية والتنافسية ويزيد من جاذبية الجزائر سياحياً إقليمياً ودولياً.

11.3. تحليل استراتيجية الجزائر في مجال صناعة السياحة ضمن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة 2030:SDAT

#### أولاً: عرض الرؤية الاستراتيجية

تبنّت الجزائر استراتيجية تنمية قطاع السياحة، بهدف تحسين الصورة السياحية وجذب الاستثمارات من أجل تسويق المنتج السياحي حيث اعمدت خلال سنة 2001 إلى وضع استراتيجية لأفاق 2025 وتم تمديده لأفاق 2030 من أجل النهوض بالسياحة.

يمثل المخطط التأطير الملموس لانطلاقة قوية للسياحة الوطنية وإدماجها نحو العالمية وبروزها كمقصد سياحي مميز أي التحول من مصدر إلى بلد مستقبل للسياح.

وجاء تطبيق الاستراتيجية من خلال SDAT 2030، المستمد من القانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة الذي يهدف إلى تطوير السياحة على المدى الطويل وهو جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة والذي يركز أساساً على خمس آليات وهي: (وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، 2008، صفحة 20)

- تثمين وترويج المقاصد السياحية؛

- تحسين مستوى جودة الخدمات السياحية والفندقية؛
  - ترقية الأقطاب السياحية وتشجيع الاستثمار؛
  - التعاون بين القطاعين العام والخاص؛ و مخطط التمويل العملي للسياحة.
  - كما تتمثل الأهداف الرئيسية التي يسعى الى تحقيقها في:
  - جعل السياحة أحد محركات التنمية الاقتصادية؛ وبالتالي الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الزراعة، البناء، الصناعة، الخدمات)؛
  - الدمج بين التسويق السياحي والبيئة؛ بالإضافة الى ترميم التراث التاريخي، الثقافي؛
  - الترويج لصورة الجزائر: وإحداث تغييرات في الجهود التسويقية لجعلها سوقا مهما.
- 12.3. أهداف المخططات الجزئية للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية: يتضمن المخطط التوجيهي للسياحة أهداف جزئية تتمثل في: (بن منصور، 2017، صفحة 226)
- أ. مخطط وجهة الجزائر: تعاني الجزائر من ضعف في صورتها السياحية وغياب الاستثمار الفعال في هذا المجال، مما يستدعي استثمار مقوماتها القوية لتعزيز صورتها كوجهة سياحية تنافسية تجمع بين الأصالة والابتكار والجودة.
- ب. مخطط الأقطاب السياحية للامتياز: تتمحور معظم الأهداف حول تسهيل التنافسية واستمرار الأقاليم وتحقيق النمو المتوازن من خلال تطوير كل قطب سياحي وفقا لمميزاته وخصائصه ، وقد أوردت الوزارة 205 منطقة للتوسع السياحي على المستوى الوطني وتمثل هذه الأقطاب:
- القطب السياحي للامتياز شمال شرق: يمتد على مساحة قدرها 80.347 كلم<sup>2</sup>، وشريط ساحلي بأكثر من 310 كلم، تحتضن تقريبا 170 شاطئ وحوالي 873.000 هكتار من الغابات وأكثر من 30 ينبوعا طبيعيا ويشمل كل من عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس.
  - القطب السياحي للامتياز شمال وسط: بمساحة تقدر بـ 33.877 كلم<sup>2</sup>، وشريط ساحلي بأكثر من 650 كلم، ويشكل كل من الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، عين الدفلة، البويرة، بجاية، تيزي وزو؛
  - القطب السياحي للامتياز شمال غرب: بمساحة تقدر 35.000 كلم<sup>2</sup>، وشريط ساحلي بأكثر من 400 كلم، مها ولايات مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس... وهو

قطب موجه لكي يصبح الوجهة المفضلة في الخريطة السياحية لبلادنا ومن أجل ذلك يتم الاهتمام بتأهيله من حيث المرافق الضرورية من البنية التحتية إضافة إلى الفنادق السياحية.

- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق الواحات: مساحته قدرها 160.000 كلم<sup>2</sup>.

- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: ويمتد مساحة قدرها 603.000 كلم<sup>2</sup>، توات،

القرارة، طرق القصور: أدرار، تيميمون، بشار، يعتبر من المواقع الغنية بالظواهر الطبيعية والحضارية، يعرف عدة مشاريع للتهيئة منها مشروع طريق القصور لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية في إطار برنامج اليونيسكو حول صحراء الثقافات والشعوب .

- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير طاسيلي: يقع في ولاية إليزي يمتد على مساحة

قدرها 284.618 كلم<sup>2</sup>، وهو قطب تراثي ذو بعد عالمي ثيه ثروات وأثار مهمة وتتمثل المشاريع المبرمجة على مستوى القطب في فندق فخم ووحيد بسعة 150 سرير.

- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: ويمتد على مساحة تقدر 654.200 كلم<sup>2</sup>، بولاية

تمنراست، هذا القطب به تراث مصنف عالميا وتمت برمجة أربعة فنادق.

ج. مخطط نوعية السياحة: يهدف إلى تطوير جودة العرض السياحي الوطني من خلال التركيز على التكوين والتعليم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بما يتماشى مع تطور المنتج السياحي وتسويقه في العالم.

د. مخطط الشراكة العمومية والخاصة: إن نجاح مخطط تهيئة السياحة لا يتحقق إلا بتكامل القطاع العام والخاص إذ يعمل العام على تهيئة الإقليم وحماية المناظر ووضع المنشآت بينما يعمل القطاع الخاص على ضمان أساليب الاستثمار والاستغلال السياحي وتسويقها وتمثل أهداف المخطط في:

- تسويق بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية؛

- تحسين جودة الخدمات السياحية؛

- تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية والقرى السياحية للامتياز؛

- تفعيل استراتيجيات التسويق المستدام والتسويق البيئي...الخ؛

مخطط تمويل السياحة: يهدف المخطط إلى تشجيع السياحة من خلال الحوافز الضريبية والمالية

وتتمثل في:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛ والسهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف؛ بالإضافة إلى جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

13.3. بين الرؤية الاستراتيجية والممارسة: تحليل لدور ريادة الأعمال البيئية في تسويق السياحة المستدامة في الجزائر:

رغم الجهود المبذولة من خلال (SDAT 2030)، الذي اعتمدهت الجزائر كإطار استراتيجي لإعادة هيكلة القطاع السياحي وتحسين صورته دوليا، إلا أن ترجمة هذه الرؤية إلى واقع ملموس ما زالت تواجه عدة تحديات، خاصة في مجال تفعيل السياحة البيئية كخيار تنموي مستدام، فقد تضمن المخطط مجموعة من الآليات الهادفة إلى تحسين جودة الخدمات السياحية، وتأمين الموارد الطبيعية والثقافية، وتشجيع الاستثمار والتسويق السياحي في الأقطاب المختلفة التي تغطي الشمال، الهضاب العليا، والجنوب الكبير، غير أن الاستفادة المثلى من هذه الآليات ظلت محدودة.

في هذا الإطار، تبرز أهمية ريادة الأعمال البيئية والتسويق السياحي المستدام كأدوات عملية لإعادة بعث النشاط السياحي البيئي، من خلال استثمار المبادرات المحلية الصغيرة والمتوسطة التي تركز على تطوير وتسويق منتج سياحي يقوم على الاستدامة وحماية الموارد الطبيعية، ويمكن لمشاريع ريادة الأعمال أن تلعب دورًا محوريًا في تنشيط الأقطاب السياحية للامتياز عبر استحداث أنشطة بيئية مبتكرة مثل السياحة الجبلية، والسياحة الصحراوية المستدامة، والسياحة العلاجية في الينابيع الطبيعية، وتنظيم مسارات بيئية في الغابات والمواقع التراثية.

كما يمكن لريادة الأعمال البيئية المدعومة باستراتيجيات تسويق فعالة أن تسهم في تحقيق تنمية محلية متوازنة من خلال خلق فرص عمل جديدة في المناطق الريفية والواحات والساحلية، وتشجيع الصناعات التقليدية والحرف المرتبطة بالمنتج السياحي البيئي؛ هذا الدور لا يقتصر على تنوع العرض وتحسين جاذبية الوجهة الجزائرية، بل يتعداه إلى تسويق الهوية السياحية البيئية الوطنية وتعزيز وعي المجتمعات المحلية بقيمة التراث الطبيعي والثقافي، وتحفيزها لتصبح طرفًا فاعلاً في حماية البيئة.

وبالتالي، فإن تفعيل الرؤية الاستراتيجية للسياحة في الجزائر يتطلب الانتقال من التركيز على المشاريع الكبرى والبنية التحتية فقط إلى بناء بيئة أعمال وتسويق محلي حاضنة للمبادرات البيئية الريادية، بما يحقق التوازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على البيئة وتكريس مبادئ التنمية المستدامة في السياحة خلال الفترة المقبلة.

#### 4. خاتمة:

توضح الدراسة أن السياحة البيئية تمثل خيارا استراتيجيا لتحقيق التنمية المحلية المستدامة في الجزائر، بفضل ما تزخر به من موارد طبيعية وثقافية غنية غير مستغلة بالشكل الكافي. كما تبين أن زيادة الأعمال والتسويق البيئي يمكن أن يسهما في تحويل هذه المقومات إلى مشاريع سياحية مستدامة توفر فرص عمل وتدعم الاقتصاد المحلي، غير أن ضعف البنية التحتية ومحدودية الاستثمار البشري وضعف التسويق والترويج يشكل عوائق رئيسية. وتخلص الدراسة إلى أن تبني مقاربة تكاملية تقوم على المبادرات المحلية والمشاريع الصغيرة المستدامة هو السبيل الأمثل لتطوير وتسويق السياحة البيئية وتعزيز مكانة الجزائر كوجهة سياحية تنافسية.

#### النتائج:

- وفرة المقومات الطبيعية والثقافية: تزخر الجزائر بموارد بيئية وثقافية متنوعة تشمل الساحل، الجبال، الحمامات المعدنية، الصحراء، والمواقع الأثرية، ما يجعلها مؤهلة لتكون وجهة للسياحة البيئية والتسويق السياحي المستدام.
- ضعف الاستغلال والتسويق السياحي: رغم الإمكانيات الكبيرة، تبقى مساهمة السياحة في الاقتصاد محدودة بسبب ضعف استثمار المقومات الطبيعية وقصور سياسات التسويق السياحي، مما أدى إلى مراتب متأخرة في مؤشرات التنافسية العالمية.
- دور زيادة الأعمال والتسويق البيئي: تمثل زيادة الأعمال والتسويق البيئي مدخلين استراتيجيين لتحويل الموارد الطبيعية إلى مشاريع مبتكرة ومستدامة، تخلق فرص عمل وتدعم التنمية المحلية خاصة في المناطق الريفية والصحراوية.

#### الاقتراحات

- دعم زيادة الأعمال البيئية: إنشاء حوافز مالية وضريبية وحاضنات أعمال متخصصة لتشجيع المشاريع السياحية البيئية الصغيرة والمتوسطة.

- تحسين البنية التحتية: تطوير التجهيزات والخدمات في المناطق ذات الإمكانيات البيئية لضمان تجربة سياحية مستدامة وجذابة.
- التكوين وبناء القدرات: تنظيم برامج تدريبية لرواد الأعمال والمجتمعات المحلية حول إدارة وتسويق المشاريع السياحية البيئية.
- تعزيز التسويق والترويج: تنفيذ حملات وطنية ودولية تبرز خصوصيات الجزائر الطبيعية والثقافية بالاعتماد على التسويق الرقمي والمؤثرين.
- تفعيل المخطط السياحي 2030: تحويل الرؤية الاستراتيجية إلى مشاريع عملية تدعم ريادة الأعمال البيئية.
- إشراك المجتمعات المحلية: رفع الوعي بأهمية حماية الموارد واستثمارها لتحقيق تنمية بيئية واقتصادية مستدامة.

#### 5. قائمة المراجع:

1. الموقع الإلكتروني. (24 ديسمبر، 2018). تم الاسترداد من جريدة الخبر: [/https://www.elkhabar.com/press/article/96003/2018](https://www.elkhabar.com/press/article/96003/2018)
2. بلقيدوم , ص & ,مامن, ح. (2018). السياحة البيئية ... حلقة وصل بين الاستثمار السياحي والمجال البيئي لتحقيق التنمية المستدامة- نماذج عالمية وعربية متميزة من عالم السياحة البيئية. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية. 721-742.
3. زهير بوعكريف. (2012/2011). التسويق السياحي ودوره في قطاع السياحة دراسة حالة الجزائر. رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة منتوري، قسنطينة.
4. سهيل الحميدان. (2001). الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية. دمشق، سورية: دار رضا للنشر.
5. شارف, ن. (2019). السياحة البيئية في المجالات المحمية ودورها في تنمية السياحة المستدامة - حالة الحظائر الوطنية في الجزائر. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية. 159-184, (01)13.
6. صليحة عيشي. (2011/2010). الأداء والاثار الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر3.
7. عائشة شرفاوي. (2015/2014). السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر3.

8. كريم بودخدخ، و مسعود بودخدخ. (2012). تحديات قطاع السياحة في الجزائر من خلال قراءة واقع تنافسية عالمية. *الملتقى الدولي حول السياحة رهان للتنمية المستدامة*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
9. محمد الأمين، و نظيرة قلادي. (2013). السياحة الصحراوية في الجزائر، المقومات، المعوقات، الافاق. *مجلة الباحث لاقصادي*(1).
10. موسى بن منصور. (2017). الاستثمار السياحي ضمن برامج ومخططات التنمية في الجزائر والاثار المترتبة عنها على مؤشرات التنمية الاقتصادية. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*(17).
11. وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة. (2008). *المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT 2030*. المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمس وبرامج أعمال السياحة ذات الأولوية.
12. Honey, M. (2009). *Ecotourism and Sustainable Development, : Who owns paradise?* (éd. 2nd ed). (I. Press, Éd.) London. : Island Press.
13. Bhat., I., Mudasir , M., Qureshi, R., & Tailor. (2025). Measuring pro-environmental behaviour and ecotourism awareness among the residents: a study based on Daringbadi Nature Camp in Odisha,. *Journal of Ecotourism*,, 1-25.
14. Charef, N. (2022). Le rôle de l'écotourisme dans les aires protégées dans la promotion du tourisme durable - le cas des parcs nationaux algériens-. *Revue Administration et Développement Pour les*, 11(01), 818 - 837.
15. dfgf. (fgf). gdf. fdg: dfg.
16. Michael , H., & M, W. (2020). *Tourism and Inoovation* (éd. 2nd Edition). Routledge.
17. Nations, U. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Consulté le 5 28, 2025, sur <https://sdgs.un.org/2030agenda>.
18. Nations, U. (2025). *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Récupéré sur <https://unstats.un.org/sdgs/report/2025>.
19. Wahyuli, E., Hussein, A., Suryadi, N., Noermijati, & Hanafiah, M. (2025). Eco-spiritual experience quality and tourist loyalty: a serial mediation model in Indonesian eco-spiritual destinations. *Journal of Ecotourism*, 1-25.
20. Weaver, D. (2007). *Ecotourism(Wiley Australia Tourism)*. Wiley.