

قوانين الاجهة والمؤسسات السياحية

2- أجهزة الإشراف السياحي:

والتي تهم بسن القوانين قواعد توجيهية تعتمد عليها مختلف المؤسسات في الدولة، وذلك أثناء مسارها الإشرافي على الخدمات الموجهة للزبائن، أو عند استقبال طلبات الاستثمار في القطاع، والتي تشمل الإدارة المركزية والمتمثلة بالأخص في وزارة القطاع، إلى جانب مصالح خارجية والتي تشمل الجهات المحلية.

2-1: الإدارة المركزية

تعتبر مسألة وضع أجهزة خاصة بصناعة السياحة قضية محل اهتمام العديد من الدول، حيث أقامت أشكال وصيغ متعددة لاستقبال المشاريع السياحية، لكنها مستقرة على إنشاء أجهزة مركزية تشرف على تطبيق التنظيمات والقواعد القانونية السياحية، وقد حدّد ميثاق السياحة لسنة 1966، أجهزة سياحية تشمل على هيكل تنفيذي أو إداري، وأهم ما جاء به هو جعل تنظيم النشاط السياحي تنظيم مركزي، وبعد وضع

هيكل إداري وتنظيمي يكفل المشاكل المطروحة في السياحة ضرورة أولية، لكن الظاهر هنا هو صعوبة إنجاز سياحة منسجمة خاصة مع عدم استقرار وزارة السياحة، وتحطيم الكفاءات بتدخل العديد من الوزارات في المجال السياحي، ناهيك عن دمجها في عدة وزارات، فقد منح المشرع الجزائري وزير التربية الوطنية صلاحية تحديد مناطق التوسيع السياحي، بعد استطلاع رأي وزير الإسكان والتعمر.

وبتصدور المرسوم التنفيذي رقم 88-01، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة السياحة والصناعة التقليدية، جاء بأهم تعديل وهو التنظيم الامركي لصناعة السياحة، حسب المادة 04 من ذات المرسوم، لكن

ما يمكن تسجيله على هذا التنظيم الجديد أنه لم يمنع لقطاع السياحة وزارة مستقلة، استمر هذا الوضع إلى غاية صدور المرسوم التنفيذي رقم 03-76، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة السياحة، الذي خص قطاع السياحة بوزارة متخصصة بالسياحة فقط دون الصناعة التقليدية، حسب المادة 01 من ذات المرسوم، هذا التخصيص له أهمية بالغة لأنه يحقق إعلام دولي هام، إلى جانب أنه يحقق عائد كبير للعمليات الأجنبية للدولة، لأن أغلب المتعاملين مع النشاط السياحي من الأجانب، والتعامل مع هؤلاء يلزم أن يكون تحت إشراف ومتابعة وزارة متخصصة مستقلة، أخذًا باعتبارات الأمان القومي.

2-2: المصالح الخارجية

لا يمكن للسياحة أن تتطور بعيداً عن النشاطات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأخرى، لأجل ذلك فإن التنسيق цentral يظل ناقصاً إذا لم يتم بمعرفة المصالح الخارجية، والتي تتمثل في البلدية (أولاً)، والولاية (ثانياً)، وأخيراً مكاتب السياحة (ثالثاً).

3- أجهزة التنشيط السياحي:

وهي هيكل رسمية، حول لها مهمة المتابعة الميدانية لتنمية الأنشطة الخدمية، وتظهر أهميتها العملية من خلال تخصصها في الترويج للمنتج المحلي وتقديم أحسن صورة لأمكانه القصد السياحي، حيث تشمل مؤسسات التسويق السياحي ومؤسسات التوجيه السياحي.

مؤسسات التسويق السياحي

وهي هيئات متخصصة في المجال السياحي، تسعى إلى تطبيق التنظيمات القانونية المسهلة للبرامج والمشاريع السياحية التنموية، حيث تشمل الديوان الوطني للسياحة (أولاً)، واللجنة الوطنية لتسهيل النشاطات السياحية (ثانياً)، وأخيراً الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ثالثاً).