و اقع السوق السياحية في الجز ائر

صايب امحمد
جامعة مصطفى اسطمبولي- معسكر-
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسير
الجز ائر
mhamed.saib@univ-mascara.dz

بوخابية سليم
جامعة مصطفى اسطمبولي- معسكر-
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسير
الجز ائر
salim.boukhabia@univ-mascara.dz

المؤلف المرسل: بوخابية سليم، **الإيميل:** salim.boukhabia@univ-mascara.dz

تاريخ الاستلام: 2020/08/08 تاريخ القبول: 2020/10/03 تاريخ النشر: 2021/01/22

الملخص :

يحتل موضوع السياحة أهمية كبيرة في الفترة الحالية لما يكتسيه من طابع اقتصادي و مكانة مهمة في الاقتصاد العالمي واعتباره موردا اقتصاديا و اجتماعيا لا يستهان به و السماح للحصول على عائدات معتبرة تسهم في زيادة الدخول الدول السياحية و توظيف الملايين من الأشخاص سواء بشكل مباشر أو غير مباشر و زيادة في تكوين الناتج المحلي الاجمالي و تقليص العجز بموازين مدفوعاتها حيث راهنت العديد من الدول النامية على القطاع السياحي كعنصر رئيسي في اقتصاداتها للخروج من الاعتماد على مورد وحيد و تنويع مصادرها في جلب الموارد المالية لخزينتها، و يهدف هذا البحث الى توضيح الاهمية و الابعاد الاقتصادية للسياحة باعتبارها صناعة متكاملة تساهم بصورة رئيسية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية و المستدامة كما نتناول أيضا في هذه الدراسة استعراض تحليلي و وصفي لواقع السوق السياحية في الجزائر و الوقوف على النتائج التي تم تحقيقها و المساهمة في خلق قيمة مضافة للاقتصاد الجزائري .

الكلمات المفتاحية : السياحة، التنمية السياحية، السوق السياحي، الاستثمار السياحي.

ABSTRACT :

The issue of tourism occupies a great importance in the current period because of its economic character and its important position in the global economy. Besides it is considered as an economic and social resource that allow obtain significant returns which contribute to increasing incomes of tourist countries and leads to employ millions of people, whether directly or indirectly. Also it leads to an increase in the composition of the gross domestic product and a reduction of the deficit in the balance of their payments. As a result many developing countries bet on the tourism sector as a key element in their economies to get out of relying on a single resource and diversify their sources in bringing financial resources to their treasury, and this research aims to clarify the economic importance and dimensions Tourism as an integrated industry that contributes mainly to advancing economic and sustainable development. We also discuss in this study an analytical and descriptive review of the reality of the tourism market in Algeria, and stand on the results that have been achieved and contribute to creating added value for the Algerian economy .

Keywords: tourism , Tourism development, Tourist market, Tourist investment

Jel classification code:

المقدمة

لقد ظهرت السياحة منذ فجر التاريخ، فهي ظاهرة طبيعية دفعت الانسان بالتنقل من مكان لأخر لأسباب متعددة وبطرق بدائية ثم تطورت لتصبح في العصر الحالي نشاط له أسسه و مبادئه، فالسياحة صناعة قائمة بذاتها على مدخلاتها و مخرجاتها، وتعد من اهم الانشطة الاقتصادية و أسرعها نموا على مستوى العالم، فهي تمثل ما يربو عن ثلث حجم تجارة الخدمات العالمية فبلغت أهميتها إلى حد اعتبارها عماد الاقتصاد الحديث في الألفية الجديدة خاصة في البلدان النامية التي تعاني نقص و شح الموارد و عدم تنوع اقتصادها المبني غالبا على دخل وحيد كالجزائر بالإضافة الى الدور الهام الذي توفره من مساهمات كبيرة كخلق فرص عمل جديدة و مباشرة كانت او غير مباشرة و وسيلة فعالة في دفع عجلة التنمية و ترقية المجتمع ككل. كما أن السوق السياحي يعتبر سوق خدمات يحتوي على

المنتجات السياحية المتمثلة بالعرض السياحي المقدمة من طرف المؤسسات و الشركات السياحية العاملة في مجال الخدمات السياحية التي لا تقبل التخزين لأنها تنشأ في اللحظة التي يكون الطلب عليها من طرف السائحين، و انطلاقا مما سبق يمكن صياغة الاشكالية التالية : ما هو واقع السوق السياحي في الجزائر؟

1- الإطار المفاهيمي للسياحة و السائح

يعتبر موضوع السياحة من المواضيع الهامة في العصر الحديث حيث سنقوم بتحديد مفهموم السياحة و السائح و التعريج عن خصائصها و انواعها.

***1.1* ماهية السياحة**

اختلفت و تعددت التعاريف للسياحة، و كل منها يختلف عن الآخر بقدر الزاوية التي ينظر فيها الباحث للسياحة، فمنهم من يعرفها بالظاهرة الاجتماعية و البعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية، و منهم من يراها من حيث دورها الفعال في تنمية العلاقات الدولية و فيما يلي أهم التعاريف

- تعريف جويرفورلر* GuyerFurler الالماني 1905 م يعتبر أول تعريف محدد للسياحة وعرفها بأنها: " ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و إلى تغيير الهواء والى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس و الشعور بالمتعة و البهجة و الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، و أيضا نمو الاتصالات و خاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية ، و هي الإتصالات التي كانت ثمرة إتساع نطاق التجارة و الصناعة سواء أكانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة و ثمرة تقدم وسائل النقل" (نعيم، 2007)
- تعريف هونزيكير و كرافت* Hunziker& Kraft: السويسرين عرفا السياحة على أنها: " مجموع العلاقات و الظواهر التي تترتب مع سفر و على إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما طالما أن هذه الإقامة المؤقتة دائمة و طالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يغل ربحا لهذا الأجنبي".
- تعريف المنظمة العالمية للسياحة

بهدف توحيد أسس الاحصائيات السياحية قامت المنظمة العالمية للسياحة بتعريف ها كالاتي: "السياحة تشمل انشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم

المعتادة و يقيمون بها لمدة لا تتزايد عن سنة بغير إنقطاع للراحة أو لأغراض أخرى و تتألف البيئة المعتادة للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان اقامته مضافا إليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة مستمرة و متكررة".(WTO, 1995)

1.2 تعريف السائح

إن في تعريف السائح أهمية كبيرة و من نواحي عديدة خاصة في عملية الإحصاء التىتهتم بجمع المعلومات و البيانات الاحصائية الخاصة بتعداد السياح، أعمارهم، مستويات انفاقهم، أغراضهم، اصنافهم،...

اهتم خبراء السياحة بإيجاد تعريف دقيق للسائح نظرا للأهمية البالغة التي يكتسيها هذا العنصر حيث يعتبرون أنه لا وجود للسياحة بدون سائح. في عام 1937 م، قامت عصبة الأمم بتحديد مفهوم السياح علىأنهم: الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة أو لأسباب صحية أو أسباب خاصة أو سياسية، إدارية و كذا الاشخاص الذين يسافرون من أجل حضور اجتماعات علمية، رياضية أو غيرها، بالاضافة إلى المسافرين في رحلات بحرية حتى و لو قضوا مدة أقل من 24 ساعة.

إن في تعريف السائح أهمية كبيرة و من نواحي عديدة خاصة في عملية الإحصاء التى تهتم بجمع المعلومات و البيانات الاحصائية الخاصة بتعداد السياح، أعمارهم، مستويات انفاقهم، أغراضهم، اصنافهم،...

اهتم خبراء السياحة بإيجاد تعريف دقيق للسائح نظرا للأهمية البالغة التي يكتسيها هذا العنصر حيث يعتبرون أنه لا وجود للسياحة بدون سائح. في عام 1937 م، قامت عصبة الأمم بتحديد مفهوم السياح علىأنهم: الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة أو لأسباب صحية أو أسباب خاصة أو سياسية، إدارية و كذا الاشخاص الذين يسافرون من أجل حضور اجتماعات علمية، رياضية أو غيرها، بالاضافة إلى المسافرين في رحلات بحرية حتى و لو قضوا مدة أقل من 24 ساعة.

و من خلال ما سبق يمكن صياغة تعريف شامل للسائح كما يلي:

السائح هو الشخص الذي يقوم بزيارة منطقة معينة غير التي يقيم فيها عادة سواء للترويح عن النفس أو لأسباب عائلية أو صحية أو إقتصاديةأو لحضور اجتماعات دولية أو لتمثيل بلاده إداريا ،سياسيا ، دينيا، ديبلوماسيا ، أو رياضيا ... عن طريق البر أو البحر أو الجو لمدة تزيد عن 24 ساعة و لا تتعدى سنة لذلك لا يعتبر سائحا كل من يفد الى البلاد بغرض التوظيف أو العمل أو التوطن.

1.3 خصائص السياحة

يتميز النشاط السياحي بجملة من الخصائص التي تجعله كصناعة تختلف عن باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى و يمكن حصرها في ما يلي: (عيساني، 2010)

1- المنتج السياحي منتج مركب: بمعنى انه مزيج من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها لتقدم منتجا سياحيا، فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل جذب طبيعية (ظروف مناخية ، جغرافية، بيئية...). إظافة إلى عوامل تاريخية منها حضارية و ثقافية بالإضافة كذلك الى بنية أساسية عامة مثل الطرقات.

2- السياحة صادرات غير منضورة: فالسياحة تمثل عرضا للخدمات بصفة أساسية و ليست منتجا ماديا يمكن نقله من مكان الى آخر ، فالمستهلك يأتي بنفسه الى المنتج السياحي فعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي أو الدولة المظيفة لا تتحمل نفقات النقل كما هو الحال للصادرات السلعية الأخرى.

3- السياحة قطاع خدمي: أصبحت السياحة مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة ، كما أنها تؤثر على القطاعات الأخرى تأثيرا مضاعفا، كما أنها تشكل منطومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي و الحضاري للمجتمع (حيزية، 2006).

4- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر مثل ما هو عليه الحال في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة بما يتفق و حجم العرض و الأسعار (عيساني، 2010) .

5- عرض المنتج السياحي عرض جامد غير مرن: بمعنى أنه يصعب استغلال المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي في غير مجال السياحة على الأقل في الفترة القصيرة ، بالإضافة الى أن عرض المنتج السياحي ليس من السهل تغييره طبقا لتغير اذواق السائحين و تفضيلاتهم و هذا ما يجعل عملية تسويق المنتج السياحي تختلف عن تسويق المنتجات التقليدية التي يتغير عرضها وفقا لتعديل خط الانتاج من حين لآخر ليلائم مطالب السوق.

6- التكاليف العالية: إن المنتجات السياحية عادة ما تكون مكلفة للمستهلكين، فالذهاب في عطلة و الحصول على تذكرة الطائرة أو الإقامة في الفندق تعتبر أنشطة مكلفة لذلك غالبا ما يأخذ الانفاق السياحي الحصة الأكبر من دخل الأفراد فعليه فان اتخاذ

القرار الشرائي حول منتج معين لا يتم إلا بعد تفكير عميق و مقارنة العروض البديلة.

7- سهولة الدخول و الخروج من الصناعة: تنفرد الأنشطة السياحية غالبا بتكاليف إنتاج منخفضة نسبيا مقارنة مع بعض الصناعات التي تتطلب رأس مال و تكاليف عالية، إذ تتعلق التكاليف الأولية في هذه الصناعة بالجانب التسويقي و الدعائي، فوكالات السفر مثلا لا تشتري المنتجات التي يقدمها المتعاملون السياحيون مثل الحجز في الفنادق أو تذاكر الرحلات إلا بعد أن يدفع ثمنها و هي ما يشكل سهولة نسبية لمن يريد الاستثمار في القطاع السياحي، أو من يريد الانسحاب من هذه الصناعة لأنه لا يتحمل التكاليف العالية المرتبطة بالخروج من السوق مثل ما هو الحال في بعض الصناعات (سالمي، 2012).

الموسمية: إن الطلب على المنتجات السياحية يتميز بتوزيع مؤقت و غير متكافئ حيث خلال السنة قد نسجل ارتفاعا كبير في الطلب على هذه المنتجات و قد يستمر لأسابيع أو أشهر بينما نسجل في باقي الأشهر طلبا منخفضا. يسمى الإرتفاع المسجل في أوقات معينة من السنة بالذروة المؤقتة

1.4 أنواع السياحة:

صنفت السياحة إلى عدة أنواع و ذلك حسب المعايير المستخدمة و في ما يلي عرض عدد من الأنماط السياحية:

اولا: أنواع السياحة الاعتيادية

أ- وفقا لعدد الاشخاص المسافرين

طبقا لهذا المعيار تنقسم السياحة إلى:

- سياحة فردية: تتضمن سفر شخص أو اثنين أو عائلة حيث لا تعتمد على أي برنامج محددو لكل سائح دوافع خاصة به يسعى لتحقيقها وفقا لإمكانياته المادية.
- سياحة جماعية: تقوم على سفر المجموعة أو الأفواج التي عادة ما يربطها رباطا معينا، تتضمن المشاركة في النقل و الإقامة و خدمات أخرى و تتميز بانخفاض تكلفتها.

ب- وفقا لوسائل النقل المستعملة (كواش، 2003)

حسب هذا المعيار نجد:

- سياحة بحرية أو نهرية تتم عن طريق السفن و البواخر.
- الطائرات سياحة جوية تتم عن طريق الطائرات.
- سياحة برية تتم عن طريق السيارات، القطارات و الحافلات.

ج- وفقا للسن (عبس، 2001)

تنقسم السياحة وفق لهذا المعيار الى:

- سياحة الطلائع: تخص فئة الأطفال من7 إلى 14 سنة و هي مرحلة تعليمية يتم من خلالها إكساب، الطفل مجموعة منالمعارف و المهارات و السلوكيات اللازمة حيث تأخذ شكل رحلات تعليم الحاسوب و رحلات الكشافة.
- سياحة الشباب: تمس فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 21 سنة، و تتسم بالبحث عن الإثارة و تكوين المعارف و الصداقات و خلق الروابط الاجتماعية.
- سياحة الناضجين: و تتعلق بالأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 60 سنة و هي سياحة للاسترخاء من عناء العمل طوال السنة، فالبرنامج السياحي يرتبط بسياحة الشواطئ و الصحراء.
- سياحة كبار السن: تصمم خصيصا للمتقاعدين و تتضمن برامج تأهيلية و تعويضية أو برامج ترفيهية متطورة.

د- وفقا للجنسية (كواش، 2003)

وفق هذ ا المعيار نجد:

- سياحة الأجانب: تتشكل من مجموع السياح الأجانب الوافدين للبلد و لكل دافع من هذا السفر.
- سياحة المقيمين خارج البلد: تتمثل في زيارة المغتربين لبلدهم الأصلي لزيارة الأهل و الوطن.
- وفقا للجنس: نجد حسب هذا المعيار سياحة نساء و سياحة رجال.

هـ- وفقا للمستوى الإجتماعي أو مستوى الإنفاق

وفقا لهذا المعيار نجد الأنواع التالية:

- أصحاب الدخل المرتفع الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة كالطائرات و اليخوت
- الطبقات المتميزة التي تستخدم النوعيات الممتازة من الخدمات السياحية
- الطبقة الاجتماعية ذوي الدخل المحدود و تقوم على المشاركة في اقتناء الخدمات السياحية و برامج مدعمة من طرف الدولة خاصة.

و- وفقا لمدة الإقامة (حيزية، 2006)

حسب هذا المعيار نميز بين سياحة أيام، السياحة العابرة و السياحة الموسمية كما يلي:

- سياحة أيام: يستغرق هذا النوع أياما محددة يقضيها السائح في إطار برنامج معين موضوع، فهي عملية مستمرة و دورية متاحة من جانب الشركات السياحية طوال السنة.
- السياحة الموسمية: عادة تكون في أوقات معينة من السنة و تشمل السياحة الشتوية و الشاطئية و سياحة المناسبات ذات الطابع الديني و مواسم الصيد و الرياضة و الأعياد.
- السياحة العابرة: يتم هذا النوع دون تخطيط مسبق أي بشكل عابر، مثل القيام برحلة سياحية أثناء عبور السائح للبلد أو عند انتظاره إذن دخول البلد أو حتى وصول وسيلة النقل التي تنقله.

ز- وفقا للمناطق الجغرافية

نميز في هذا النوع ما يلي:

- سياحة داخلية: تعني الإنتقال المؤقت للأفراد من مكان إقامتهم إلى أماكن أخرى سياحية داخل بلدهم، ليلة على الأقل بهدف الاستمتاع بالجوانب الثقافية أو الرياضية...الخ
- سياحة خارجية: و هي الإنتقال المؤقت للأشخاص من مكان إقامتهم إلى دولة أخرى ليوم واحد على الأقل بهدف الاستجمام و المعالجة أو لإنجاز مهمة أو لأسباب أخرى غير العمل، و تعمل الدول على تشجيع هذا النوع لما يدره من عملات أجنبية و يتطلب خدمات سياحية متنوعة.

- السياحة الإقليمية: تتمثل في التنقل بين دول متجاورة في ظل منطقة سياحية موحدة مثل دول المغرب العربي و الدول العربية و دول جنوب شرق آسيا و يمتاز هذا النمط السياحي بانخفاض تكلفته.

ح- وفقا لأغراضها (حيزية، 2006)

يعتبر هذا التقسيم الأكثر شيوعا و أهمية و استخداما لأنه مرتبط مباشرة برغبات السياح، و حسب هذا المعيار نميز الأنواع التالية:

- السياحة الترفيهية: تعد أكثر الأنواع السياحية أهمية و انتشارا في الوقت الحاضر إذ تجذب أكثر من % 75 من السياح، و هي تعني تغيير مكان الإقامة لفترة معينة بغرض الاستمتاع و الترفيه عن النفس و ليس لغرض آخر حيث أصبحت ضرورية نتيجة للإرهاق الناتج عن مشقة العمل.
- السياحة الثقافية: تعتبر طبيعة ذهنية يهدف من خلالها السائح معرفة الأشياء الجديدة عن الشعوب، التي يزورها و التعرف على عاداتها و تقاليدها من خلال زيارة الأماكن الأثرية و المتاحف و حضور المهرجانات و المعارض المتنوعة.
- السياحة العلاجية: عرف هذا النوع منذ القديم بعد اكتشاف الخواص العلاجية للينابيع المعدنية، و لهذا جهزت مراكز للمعالجة بالمياه المعدنية المتنوعة و بحمامات الرمل و الطين و مياه البحر، كما أستحدثت فنادق بيولوجية و مراكز طبية لمعالجة الأمراض الهضمية و أمراض القصور التنفسي و أمراض الكبد و الكلى...ألخ
- السياحة الرياضية: تعني الإنتقال إلى بلد أو مكان آخر بهدف ممارسة النشاطات الرياضية أو الاستمتاع بمشاهدتها و المشاركة في بطولات العالم و الألعاب الأولمبية ، التي تقام في الدول التي تتمتع بمزايا و تسهيلات للسائحين من هذا النوع كالمركبات و المنشآت الرياضية.
- السياحة الدينية: يتمثل هذا النوع في زيارة الأماكن المقدسة و الدينية لأداء بعض الواجبات الدينية و هي تقوم على أساس العاطفة الدينية، حيث أن

هناك أماكن لها قدسيتها كمكة المكرمة و المدينة المنورة و القدس بالنسبة للمسلمين.

- سياحة المؤتمرات: يستقطب هذا النوع السائحين المهتمين بحضور المؤتمرات و الندوات و الاجتماعات العلمية أو المهنية أو السياسية و يتطلب ها النوع إقامة قاعات للمؤتمرات و تقديم التسهيلات و الخدمات الازمة لراحة المؤتمرين.
- سياحة الأعمال: يخص نشاط رجال الأعمال لإتمام بعض الصفقات التجارية و الاشتراك فيالمعارض و الأسواق التجارية، و عرف هذا النوع نموا لازدياد أهميته في السنوات الأخيرة.
- سياحة المهرجانات: تعتبر المهرجانات وسيلة و أداة أساسية للجذب السياحي، حيث تستخدم الأحداث التاريخية أو المواسم السنوية كمناسبات هامة لإقامتها و اكسابها طابعا خاصا بها.

1.5 **ماهية السوق السياحي:**

يختلف سوق الخدمات عن سوق السلع و البضائع حيث تخضع هذه الأخيرة إلى إمكانية تخزينها بينما الخدمات و خاصة المنتجات السياحية لا تقبل التخزين لأنها تنشأ في اللحظة التي يكون الطلب عليها و بالتالي فإن ظروف عرض الخدمات يختلف عن ظروف عرض السلع و المنتجات، و عليه يعرف السوق السياحي بأنه:" ذلك المجال الذي يلتقي فيه الطلب بالعرض و بالتالي فإن سوق الخدمات السياحية هو ذلك المجال الذي يتقابل فيه الطلب السياحي المكون من السائحين بالعرض السياحي الذي تقدمه المؤسسات و الشركات السياحية العاملة في مجال الخدمات السياحية" (بزة، 2005).

اولا : الطلب السياحي

يعرف الطلب السياحي على انه" المجموع الإجمالي لأعداد السياح الوافدين إلى المنطقة السياحية المواطنين منهم و الأجانب" (طه و اسماعيل محمد، 2013)

أ- **أنواع الطلب السياحي**: (بزة، 2005)

أولا: الطلب السياحي

يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي:

- الطلب السياحي العام: و يتمثل في الطلب الإجمالي على الخدمات السياحية بشكل عام بغض النضر عن الوقت و النوع و المدة، و يرتبط هذا النوع من الطلب بالدولة كلها و ليس ببرنامج سياحي خاص وهذا الطلب تتميز به الدول المتقدمة سياحيا.
- الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع من الطلب السياحي ببرنامج سياحي معين يجده السائح لتلبية رغباته و احتياجاته.
- الطلب السياحي المشتق: يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق و الطلب على شركات النقل السياحي و باقي الخدمات السياحية الأخرى.

ثانيا: العرض السياحي

يعرف العرض السياحي على أنه "رغبة المنتج بعرض السلع و الخدمات للبيع في الأسواق مقابل ثمن، معين في وقت معين" (طه و اسماعيل محمد، 2013).كما يعرف أيضا بأنه "كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين و كل الخدمات و البضائع التي قد يحتمل أن تغري الناس لزيارة بلد معين" (طه و اسماعيل محمد، 2013) كما أن هنالك تعدد وتنوع و حتى تداخل لعناصر المكونة للعرض السياحي، مما نتج عنه تعدد الدراسات التي اهتمت بتصنيف العرض السياحي التي أتت بالفوارق ومن بين التصنيفات نذكر:

تصنيف المنظمة العالمية للسياحة (كواش، 2003) صنفت المنظمة العالمية للسياحة العرض السياحي في سبعة عناصر و هي:

أ- التراث الطبيعي: المناظر الطبيعية، الحالات الجغرافية، منابع المياه، الشواطئ، الأنهار و الصحاري، الجبال...الخ

ب- التراث الطاقي.

ج- التراث البشري: المعطيات الجغرافية، ظروف الحياة، العادات و التقاليد، و المعطيات الثقافية.

د- الجوانب التنظيمية و الدستورية و السياسية

هـ- الجوانب الاجتماعية: التركيبات و البنيات الاجتماعية و العرقية للبلد، التربية، الإعلام و الإشهار.

و- وسائل الخدمات (النقل، الإيواء، الإطعام).

ز- الأنشطة الاقتصادية و المالية.

2.1 الدراسات السابقة

لتحقيق أغراض الدراسة قمنا بالرجوع الى دراسات علمية سابقة ذات علاقة بالموضوع ، و ذلك للتعرف على الادبيات التي تناولت موضوع الدراسة و بالتالي الاستفادة منها من اجل تحليل كفئ للموضوع.

اولا: كواش خالد تطرق الباحث في دراسته إلي تاريخ و مفهوم السياحة و السائح السياحة كنشاط اقتصادي أهميتها و مؤشراتها، مقوماتها، تنظيم و أداء السياحة في الجزائر و الرجوع الى تجارب بعض الدول العربية و توصل إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يؤدي الدور المنتظر في التنمية.

ثانيا: عامر عيساني تناول في بحثه خلفية نظرية عن السياحة و آثارها المختلفة كما تطرق إلى التنمية السياحية لكل من مصر و تونس لقد توصل في نهاية دراسته إلى حقيقة مفادها ضعف الأداء الاقتصادي للقطاع السياحي بالجزائر مقارنة مع كل

ثالثا: عبد الرزاق مولاي لخضر و خالد بورحلي تعرضت دراستهما إلى أهمية ودور القطاع السياحي في دعم التنمية للاقتصاد الجزائري في ظل تراجع أسعار النفط , من خلال تشخيص الواقع الاقتصادي للقطاع واستعراض خصائصه الهيكلة , من اجل التوصل إلى السياسات التي تمكن من النهوض بالقطاع وقد توصلت الدراسة إلى أن مساهمة القطاع السياحي في النشاط الاقتصادي بالجزائر ضعيفة لا ترقى إلى المستوى الطموح رغم المجودات التي تبدلها الدولة في هذا المجال.حيث يواجه القطاع السياحي الكثير من المعوقات منها قلة الاستثمارات وضعف البنية التحتية وجمود التشريعات ونقص الكوادر البشرية...الخ.

2.2 **تحليل السوق السياحي بالجزائر**

سنتناول في مايلي تحليل كل من العرض و الطلب السياحيين في الجزائر عبر التطورات التي عرفها كل عنصر خلال الفترة الممتدة من 2011 حتى 2018

اولا : العرض السياحي

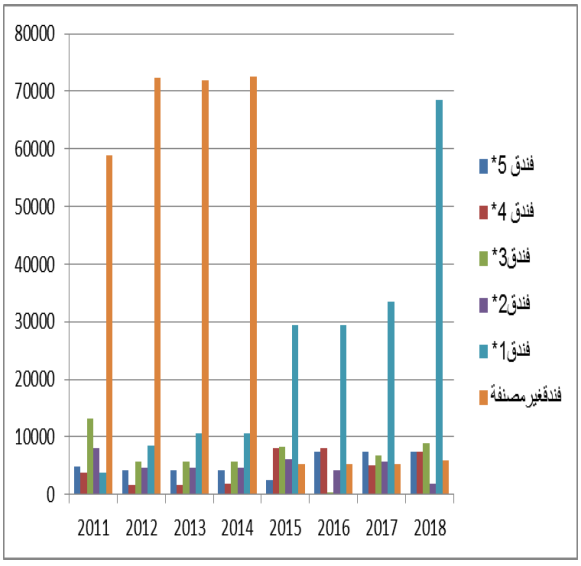
أ- توزيع قدرة الاواء حسب فئة التصنيف للفترة 2011 – 2018

الجدول رقم 1 تطورطاقة الايواء حسب تصنيف الفنادق

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
فندق 5*	4948	4242	4242	4242	2424	7346	7346	7346
فندق 4*	3750	1600	1600	1800	8001	8102	5084	7464
فندق3*	13180	5775	5775	5829	8295	457	6785	8865
فندق2*	8070	4605	4605	4605	6054	4254	5654	1855
فندق1*	3804	8407	10639	10639	29511	29511	33511	68411
فندق غيرمصنف	58985	72269	71943	72490	5338	5338	5338	5908

المصدر: https://www.mtatf.gov.dz/

الشكل 1: توزيع طاقة الايواء حسب تصنيف الفنادق



المصدر من اعداد الباحثين وفق معطيات الجدول رقم 1

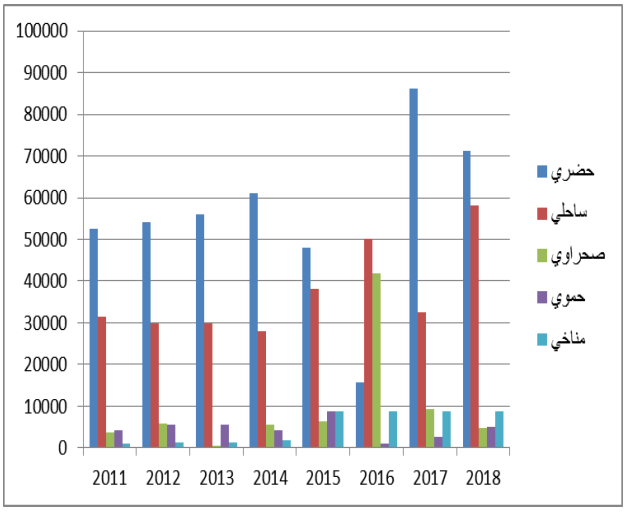
نقصد بطاقة الايواء عدد الاسرة الجاهزة التي يملكها الفندق. فمن الجدول اعلاه نلاحظ انه هناك تطور في عدد الاسرة لمختلف فئات الفنادق. فالشيئ الملفت للانتباه هو ذلك التطور الكبير في عدد اسرة الفنادق الغير مصنفة و التي تليها فنادق الفئة ذات 5 نجوم تماشيا مع البرامج المخططة من طرف الوزارة و المتمثلة في استحداث الفنادق جديدة عصرية عالية الجدوة لاستهداف السواح الاجانب و ذوي الدخل العالي.

أ- تطور الطاقة الاستيعابية حسب طبيعة المنتوج

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
حضري	52445	54186	55988	61012	47962	15566	86169	71274
ساحلي	31322	29886	29886	27962	38030	50030	32631	58132
صحراوي	3770	5954	605	5447	6363	41780	9284	4775
حموي	4111	5467	5467	4259	8663	1024	2664	5024
مناخي	1089	1405	1405	1825	8831	8831	8831	8831
المجموع	92737	96898	98804	99605	244102	420107	264112	155119

المصدر: https://www.mtatf.gov.dz/

الشكل2: توزيع طاقة الايواء حسب تصنيف الفنادق



المصدر من اعداد الباحثين وفق معطيات الجدول رقم 2

من الجدول نلاحظ ان الحصة الكبيرة من الفنادق موجودة على مستوى المناطق الحضرية او المدن الكبيرة و تليها مرتبة الفنادق الساحلية لما تزخر به الجزائر من سواحل حيث يقدر طول ساحلها ب 1200كلم. تليها بعدها الفنادق الصحراوية لشساعتها في بلدنا و تتبع بالفنادق الحموية و المناخية مما ينتج عنه تزايد مستمر في عدد الاسرة لتطور عدد الفنادق من سنة لاخرى، فتبعا لمعيار نوع المنتوج السياحي نلاحظ تزايد الطاقة الاستيعابية باستمرار و ان دل على شيئ انما يدل على اهمية العرض السياحي في الجزائر. فحصة الاسد تعود الى الفنادق الحضرية بسبب تموقعها في المناطق العمرانية و المدن الكبيرة، اين يكون تأثير الموسمية عليها ضعيف نسبيا عكس الانواع الاخرى التي تتأثر بصفة مباشرة و قوية بها مثل السياحة الساحلية اين يكون عليها اقبال كبير في فصل الصيف، عكس السياحة الصحراوية التي تعرف اقبالا كبيرا في فصل الشتاء، اما تطور عدد الاماكن او الطاقة الاستيعابية للفنادق الحموية فهي كذلك في تطور مستقر نسبيا كون الطلب عليها يكون على مدار السنة من اجل التداوي خاصة من فئة المسنين و المتقاعدين من المجتمع.

ثانيا :الطلب السياحي

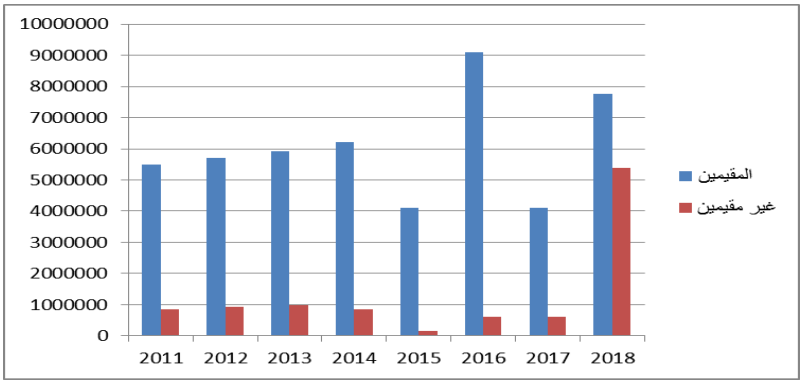
أ- تطور الليالي السياحية

الجدول رقم: 3 توزيع عدد الليالي السياحية حسب نوع السائح الوحدة (سائح).

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
المقيمين	5484105	5703550	5926168	6215932	4116307	9102836	4092606	7760106
غير مقيمين	845367	936631	994266	837812	161839	611992	611461	5385251

المصدر https://www.mtatf.gov.dz/

الشكل3: توزيع طاقة الايواء حسب تصنيف الفنادق



المصدر من اعداد الباحثين وفق معطيات الجدول رقم 3

من الشكل أعلاه نلاحظ تطور في عدد الليالي السياحة لفئة السواح المحليين من خلال تزايده من سنة لأخرى ، أما في ما يخص الليالي السياحية للأجانب فهي كذلك تعرف تطور غير أنه متذبذب و محتشم حيث قدر سنة 2014 ب **837812** ليلة لينخفض بعد ذلك سنة 2015 إلى **161839** ليلة ليرتفع بعد ذلك الى 5385251 سنة 2018.

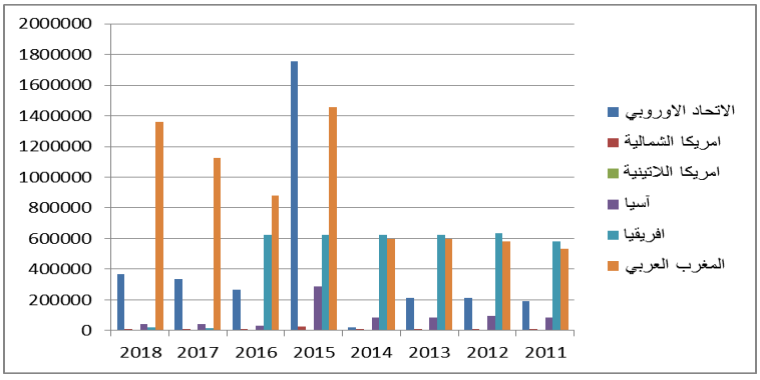
ب- توزيع عدد الوافدين حسب الجنسية

الجدول رقم 4 : توزيع الوافدين حسب الجنسية

	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
الاتحاد الاوروبي	369781	334455	267519	1753096	21380	213980	212548	193775
امريكا الشمالية	9817	9817	9817	27942	7410	7410	9383	9155
امريكا اللاتينية	2223	2223	2223	2223	2223	2223	2461	3110
آسيا	41091	39929	29966	285027	86913	86913	94725	86921
افريقيا	18395	15646	622134	622134	622134	622134	635237	582995
المغرب العربي	1358789	1124112	877933	1455006	596784	596784	583006	534311

المصدر: https://www.mtatf.gov.dz/

الشكل4: توزيع الوافدين حسب الجنسية



المصدر من اعداد الباحثين وفق معطيات الجدول رقم 4

من الشكل نلاحظ أن الحصة الكبرى من الطلب السياحي تعود للسواح الوافدين من سكان دول الاتحاد الأوروبي و بلدان المغرب العربي و هو راجع لعدة أسباب منها سياسية، جغرافية أو ثقافية، متبوعة بالوافدين الافارقة الذي بات عددهم في تطور مستمر اين بلغ على سبيل المثال سنة 2011ب 582995 ليزداد و يصل سنة2012 الى 635237 سائح. اما السواح الوافدين من آسيا فهو كذلك عرف ازديادا لكن بنسب اقل مما هو عليه في الجنسيات

المذكورة سابقا واكبر من حصة الوافدين من الامريكيتين، و ربما السبب في ذلك بعد المسافة و تكلفة النقل الباهضة و كذا عدم توفر تسهيلات في الحصول على التأشيرة.

3.1 دور السياحة في قضايا التنمية:

الجدول رقم : 5 تطور بعض مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر خلال الفتر 2010- 2014

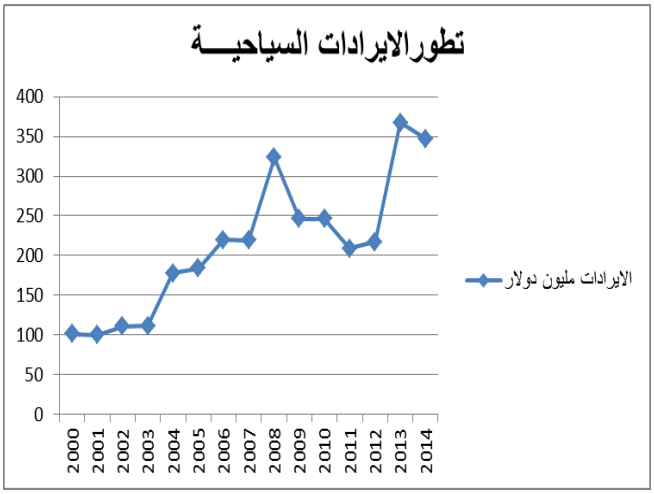
السنوات	الايرادات السياحية مليون دولار	المساهمة المباشرة في الناتج المحلي %	المساهمة في التشغيل	
			العمالين المباشرين	اجمالي العملين
2000	102	3,1	154,7	392,4
2001	100	3,2	166,3	338,3
2002	111	3,3	180,5	279,3
2003	112	3,4	180,4	402,8
2004	178	3,6	227,5	518,1
2005	184	3,9	258,9	528
2006	220	3,3	239	576,3
2007	219	3,2	225,4	546,2
2008	323	3,1	227,7	515
2009	246	3,7	269,2	593,2
2010	246	3,4	254,1	539,4
2011	209	3,3	266,6	535,4
2012	217	3,3	292,2	583
2013	367	3,6	321,4	634,5
2014	347	3,3	305,9	604,4

Source: World Development Indicators (WDI), November 2015

World Travel and Tourism Council Data, 2016

اولا :تطور الايرادات السياحية

الشكل رقم 5 تطور إيرادات السياحة الفترة 2000-2014

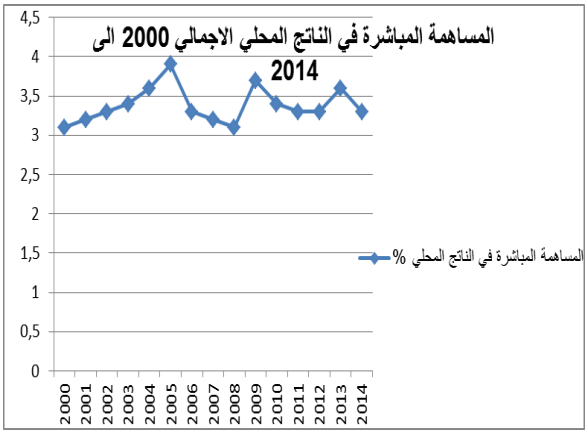


المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الجدول 5

في ما يخص الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة فيلاحظ من الشكل أعلاه بأنها متذبذبة وضعيفة إذا ما قورنت بالإمكانيات المتاحة، فقد بلغ متوسط إجمالي الإيرادات السياحية خلال الفترة 2000- 2014 مبلغ 212,06 مليون دولار، وسجلت سنة 2014 انخفاضا في الإيرادات السياحة بنحو 5,44 %عن سنة 2013 نتيجة تراجع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر.

ثانيا : مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي

الشكل رقم 6 تطور نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي



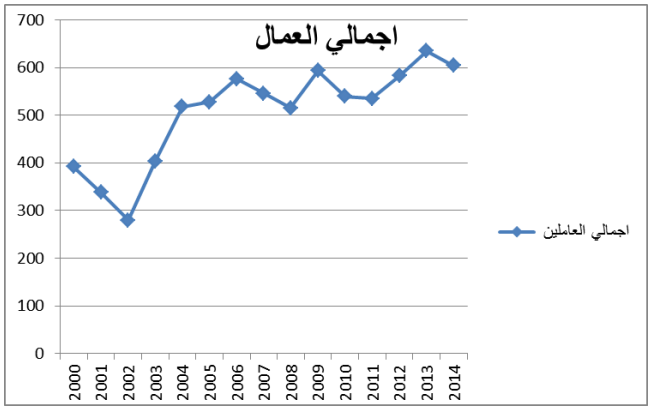
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الجدول 5

من الشكل نلاحظ أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الجزائر في الناتج المحلي الإجمالي لم يتعدى 4٪ خلال الفترة 2000-2015وهي نسبة ضئيلة جدا، ويرجع ضعف مساهمة القطاع السياحي إلى النمو الكبير للاقتصاد الجزائري نتيجة ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية، ما أدى إلى التركيز على القطاع النفطي وإهمال باقي القطاعات الأخرى بما فيها القطاع السياحي.

ثالثا: مساهمة السياحة في التشغيل

أ- مساهمة السياحة في العمالة المباشرة

الشكل رقم: 18-2 تطور مساهمة السياحة في العمالة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الجدول 5

شهد عدد العاملين في القطاع السياحي نموا ملحوظا خلال الفترة 2000 - 2014 حيث تضاعف بـ 1,6مرة من سنة 2000 أين بلغ 3924 ألف موظف ليصل إلى 6283 ألف موظف سنة ،2015 إلا أن الرقم المسجل يبقى بعيدا عن الإمكانيات السياحية الكبيرة للجزائر بسبب مراكز الإيواء غير المصنفة و التي تشكل النسبة الأكبر من طاقات الإيواء في الجزائر حيث أن مناصب التوظيف فيها ضعيفة عكس فنادق 5 نجوم و 4نجوم التي تمتاز بقابلية توظيف أكبر. سجلت سنة 2015 6283 ألف عامل مباشر و غير مباشر في القطاع السياحي بزيادة قدرها 3,9 % عن سنة 2014 التي سجلت نحو 604.4 ألف عامل مباشر و غير مباشر (الجدول رقم 2-7) .

ثالثا: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات

الشكل رقم 19-2 تطور مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات من سنة 1999الى سنة 2010



Source : www.ons.dz

من خلال الشكل نلاحظ أن ميزان السياحة في الجزائر يشهد عجزا خلال الفترة 1999 حتى 2010 حيث أن النفقات المتجهة نحو الخارج أكبر من الإيرادات الواردة.

. الخاتمة

لقد أثبت قطاع السياحي نفسه من اهم القطاعات الهامة و الرئيسية لخلق حركة تنموية سريعة و عنصر أساسي لبناء اقتصاد قوي و متنوع، حيث لابد على الجزائر التفكير حاليا بهذا القطاع المهم لتغير وتنويع هيكل اقتصادها، و اعطاء اهمية و أولوية كبيرة لتطوير سوق السياحي الذي لا يزال ضعيفا و هذا من خلال الاستفادة من المساحة الكبيرة و المناخ المختلف بمناطقها و الواجهة البحرية التي تزخر بها و تكوين العنصر البشري لمسايرة التطور العالمي في مجال السياحة و انشاء مدن سياحية كبيرة في مختلف مناطقها تواكب التقدم التكنولوجي و المساهمة بالقطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية و التنمية المستدامة.

المراجع

- **المؤلفات:**
- نعيم ،ظاهر السراب،2007 ،مبادئ السياحة، الأردن ، دار المسيرة.
- مثنى طه الحوري، اسماعيا محمد علي الدباغ، 2013، اقتصاديات السفر و السياحة، الأردن ، الوراق للنشر و التوزيع.
- **الأطروحات:**
- كواش خالد، 2003، أطروحة دكتوراه، واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطويرها، جامعة الجزائر .
- عامر عيساني، 2010، أطروحة دكتوراه،الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة حالة الجزائر، جامعة الحاج لخضر،باتنة.
- سمير سالمي، 2012، رسالة ماجستير، استراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق المحلية المستدامة،دراسة المخطط التوجيهي للتنمية السياحية ، جامعة فرحات عباس ، سطيف الجزائر.
- بودي عبد القادر ، 2005، اطروحة دكتوراه، اهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي كلية العلوم الاقتصادية ،جامعة ،الجزائر .
- حيزية جاب الله ، 2006،رسالة ماجستير، الاستثمارات السياحية بالجزائر كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة.

- بزة صالح، 2005، رسالة ماجستير، تنمية السوق السياحية في الجزائر دراسة حالة ولاية المسيلة، كلية علوم تجارية و تسيير، جامعة المسيلة.
- **المقالات:**
- مولاي لخضر عبد الرزاق ، .بورحلي خالد ،2016، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري المجلة الجزائرية للتنمية الإقتصادية81-67 Volume 3, Numéro 4, Pages .
- يسرى عبس ،2001 ،السياحة، الملتقى المصري للابداع و التنمية القاهرة .
- **المجلات :**
- المنظمة العالمية للسياحة، 1995، مفاهيم، تعاريف، و تصانيف لإحصائيات السياحة دليل فني رقم 01.
- **مو اقع الانترنيت:**
- وزارة السياحة- مديرية – الاحصائيات www.mta.gov.dz .
- الديوان الوطني للإحصاء www.ons.dz.