

السياحة المحلية في الجزائر: مؤشرات إحصائية لسنة 2016

LOCAL TOURISME IN ALGERIA: STATISTICAL INDICATORS 2016
 TOUTISME LOCAL EN ALGERIE: INDICATEURS STATISTIQUES POUR
 L'ANNEE 2016

صفاء عثمان^{*1}

1- طالبة دكتوراه، جامعة بسكرة

تاريخ النشر: 2018/12/19

تاريخ القبول: 2018/12/08

تاريخ الإرسال: 2018/04/23

ملخص:

اقتصاد الجزائر في خضم مرحلة انتقالية صعبة و الدولة أمام موقف صعب في ظل سياسة تقشفية بعد انهيار أسعار النفط؛ حيث يعتمد الاقتصاد بشكل كبير على صناعة النفط والغاز، وهذه الصناعة المروء الأساسي للخرزفة الوطنية، فيجب على الهيئات التخطيطية والتنفيذية أن تسعى لتنوع قطاعي يغطي الخسائر الحاصلة في سوق النفط، والسياسة المحلية أحد أقوى المجالات التي نجد مقوماتها متكاملة في الجزائر، فموقعها من أحسن المواقع في إفريقيا ككل؛ بحيث تتوسط إفريقيا وتطل على البحر الأبيض المتوسط، فضلا عن المساحة الشاسعة، فضلا عن جبالها وغاباتها وشواطئها وتاريخها الحضاري. وبالرغم من كل هذه المقومات إلا أنه لا توجد إستراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي و ذلك لتبني الجزائر سياسة الصناعات التي تتطلب أموال كبيرة لجلب التجهيزات، مع سوء تسيير المؤسسات السياحية و الفندقية، وهو ناتج أساسا عن التدخل الكبير للدولة. وعليه، فإن سبل تطوير السياحة في الجزائر تستلزم وضع تصور للتدابير والإجراءات والأدوات القانونية والإدارية والتقنية والمالية الضرورية لرفع هذه التحديات.

الكلمات المفتاحية: السياحة المحلية؛ الجزائر؛ إحصائيات 2016.

Summary:

The Algerian economy is going through a difficult transition period and the country is facing a difficult situation because of the austerity policy after the collapse of oil prices. The economy is heavily dependent on the oil and gas industry, which is the main financial resource. To address this problem, planning and delivery organizations need to diversify the economy to mitigate the shortfall in the oil market. However, local tourism is considered as an alternative to the rent economy, because of the strengths of Algeria in this segment of activity which occupies a privileged place in the whole of Africa and the Mediterranean dominating the Mediterranean Sea as well as its mountains, forests, beaches and civilizational history.

Despite all these factors, there is no clear strategy for developing the tourism sector, because of Algeria's adoption of a policy of industries requiring significant investment, accompanied by mismanagement tourism sector and hotel establishments, resulting from state intervention. Thus, the development of tourism in Algeria requires a new approach with the legal, administrative, technical and financial measures, procedures and tools needed to meet these challenges.

Keywords: local tourism; Algeria; statistics 2016

Résumé:

L'économie algérienne traverse une période de transition difficile et le pays est confronté à une situation difficile en raison de la politique d'austérité après l'effondrement des prix du pétrole. L'économie est fortement tributaire de l'industrie pétrolière et gazière, qui constitue la principale ressource financière. Pour juguler ce problème, les organismes de planification et d'exécution doivent diversifier l'économie afin d'atténuer le manque à gagner dans le marché pétrolier. Cependant, le tourisme local est considéré comme une alternative à l'économie de la rente, en raison des atouts de l'Algérie dans ce segment d'activité qui occupe une place privilégiée dans l'ensemble de l'Afrique et la Méditerranée dominant la mer Méditerranée ainsi que ses montagnes, ses forêts, ses plages et son histoire civilisationnelle.

En dépit de tous ces facteurs, il n'existe pas de stratégie claire pour développer le secteur du tourisme, en raison de l'adoption de l'Algérie d'une politique d'industries exigeant des investissements importants, accompagnée d'une mauvaise gestion du secteur du tourisme et des établissements hôteliers, résultant de l'intervention de l'Etat. Ainsi, le développement du tourisme en Algérie exige une nouvelle approche avec des mesures, procédures et outils juridiques, administratifs, techniques et financiers nécessaires pour relever ces défis.

Mots-clés: tourisme local; Algérie; statistiques 2016.

* المؤلف المراسل

مقدمة:

قطاع السياحة يعتبر من أهم القطاعات التي تسهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، كما تشكل أحد أنجع المصادر التي تؤدي إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمع، كما تسهم السياحة بشكل مباشر في زيادة إيرادات العملة الصعبة، وهذا ما يرفع من درجة تطور الدولة وازدهارها.

السياحة المحلية من القطاعات المهمة في الجزائر، لما تملكه هذه الأخيرة من ثروات طبيعية ومناظر طبيعية خلابة، وآثار تاريخية و ارث إنساني متميز، وموقع جغرافي استراتيجي يطل على البحر الأبيض المتوسط، ومقومات سياحية ضخمة تؤهلها بأن تكون وجهة سياحية مستقطبة للسياح من كل أنحاء العالم؛ إلا أن حصته من السياحة العالمية ضعيفة جدا مقارنة بجيرانها تونس والمغرب.

على الرغم من تمتع الجزائر بمقومات طبيعية تشجع على السياحة بقوة، من بينها: الموقع الاستراتيجي، وتنوع المناخ على مدار السنة، الشواطئ الجميلة، المنابع الحموية التي تتوفر على مياه معدنية علاجية، الجنوب الصحراوي الرملي، الآثار التاريخية والحضارية، المساحة الشاسعة التي تسمح بإقامة مركبات بمقاييس علمية، وملاعب بجودة عالية... إلخ، إلا أنها تكتفي بتوزيع الربع النفطي لتغطية احتياجات المواطنين الأساسية فقط، ولتسيير الشؤون العامة بأدنى المستويات، وفي ظل سياسة التقشف التي أعلن عنها في أواخر سنة 2014؛ ألم يحن الوقت لاعتماد الجزائر سياسة تبديل الربع النفطي بالسياحة المحلية؟، إشكالية الدراسة تعالج إحصائيات سنة 2016، وتبحث في السؤال الرئيسي الآتي:

- ما هو واقع السياحة المحلية في الجزائر لسنة 2016.

المحور الأول: ماهية السياحة المحلية

1) تعريف السياحة:

هناك العديد من التعريفات لمصطلح السياحة وذلك لتعدد وجهات النظر لهذا الموضوع، من بين التعاريف نذكر ما يلي:

أعطى الألماني جوبير فولر Joubert Fuller المفهوم الحديث للسياحة سنة 1905 ووصفها بأنها: "ظاهرة تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتعتبر الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس، والشعور بالبهجة والمتعة، وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة بين الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة وثمره وسائل النقل" (أحمد الجلال، 1988، ص18).

ركز التعريف السابق على أهمية السياحة على الإنسان ونفسيته وما يفيد ذلك في تحقيق رفاه اجتماعي.

عرفها هيرمان فون شولترون Herman Von Sholteron بأنها: "الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة، وانتشارهم داخل وخارج حدود منطقة دولة معينة" (جليلة حسنين، 2003، ص7).

يوضح هذ التعريف الفائدة الاقتصادية للسياحة، وخاصة فيما يخص دخول العملة الصعبة عن طريق هذا القطاع.

عرفتها منظمة السياحة العالمية World Tourism Organization بأنها:

"نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد عن الوسط الذي يقيم فيه ولمدة لا تتجاوز سنة متواصلة الغرض منه الترفيه والاستمتاع أو غيرها، على ألا تكون مرتبطة بممارسة نشاط بهدف الحصول على دخل" (Jean-Louis Barna، 2004، p.3).

من خلال التعريف نجد بعض خصائص السياحة، من بينها:

- أنها نشاط متقطع.
- مدته لا تتجاوز سنة متواصلة.
- ألا يكون يقابلها دخل.

من خلال ما تم ذكره نعرف السياحة المحلية على أنها:

[ممارسة عملية لنشاط من النشاطات التي تدمج بين العمل الاجتماعي والتطور الاقتصادي والانفتاح الثقافي داخل المجتمع المحلي، تعنى بحجم الوافدين سواء الذين يحملون جنسية الدولة أو أجانب عنها إلى ولاية ما، بهدف الترفيه والاستمتاع بجمال الطبيعة، في فترة زمنية لا تتجاوز سنة؛ بحيث تعود بأرباح على تلك المنطقة سواء في مجال الصناعة أم التجارة أم التنقل أم الاتصالات، وهذا ما يساهم في تحقيق التنمية المحلية].

2) أنواع السياحة:

سوف نعالج أنواع السياحة بالاعتماد على معيارين: معيار الهدف ومعيار المنطقة الجغرافية.

أولاً- السياحة من حيث المنطقة الجغرافية: وتنقسم إلى:

➤ **سياحة داخلية:** وتعني سفر مواطني الدولة داخل حدود إقليم بلادهم؛ حيث تكمن أهمية السياحة الداخلية في:

-تساعد على استغلال المنشآت السياحية.

-تشجيع الاستهلاك المحلي والبضائع المحلية.

-تزيد الدخل القومي للسكان (مصطفى عبد القادر، 2003، ص15).

و ترجع أهمية السياحة الداخلية في أنها تزيد من وحدة المجتمع و التضامن الاجتماعي و التمسك بالقيم السائدة مما يخلق شعوراً بالقوموية و الانتماء و الهدف من هذا النوع أنه مصدر لا ينضب للدخل القومي، حيث يساعد ذلك في تحقيق التوازن الاقتصادي بين الأقاليم المختلفة داخل الدولة و ذلك من خلال التوزيع الأمثل للدخل القومي بالإضافة إلى تنمية القطاعات الإنتاجية المختلفة داخل البلد و يعد هذا النوع من السياحة ركيزة مهمة تعتمد عليها السياحة الخارجية، حيث أن تنشيطها يشجع على استكمال وتحسين المرافق السياحية المتعددة (خضير خنفري، مريم بورنيسة، 2018، ص3).

➤ **سياحة إقليمية:** هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل: الدول الأوروبية، دول

جنوب شرق آسيا، الدول الخليجية،... الخ.

وتتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظراً لعنصر المسافة التي يقطعها السائح (محمود الديماسي

و آخرون، 2002، ص138).

➤ **سياحة خارجية:** وتعني انتقال الأفراد أو السياح انتقالاتاً مؤقتاً من بلد إلى آخر من أجل السياحة والتعرف على

بلاد جديدة وعادات أهلها وطرق معيشتهم وتفكيرهم ومدى ما قدموه من إنجازات (خالد كواشي، 2007، ص89).

إذن تعتبر السياحة عبر معيار المنطقة الجغرافية مهمة لكل فرد أو دولة لأنها تفتح آفاق جديدة للتعرف على ثقافة مجتمع آخر، كما تساهم في تحسين الوضع الاقتصادي للدول في ظل السياحة الخارجية.

ثانيا- السياحة من حيث الهدف:

تنقسم إلى:

● السياحة العلاجية: وتخص السياحة لراحة الجسم والنفس، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة التي تتمتع بتجهيزات طبية وكوادر بشرية مؤهلة.

● السياحة الاستشفائية: تتمثل في السياحة الحموية أي زيارة المنتجعات السياحية التي تعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرض وشفائهم مثل: الحمامات المعدنية، الكبريتية، الشمس... الخ، وذلك بغرض الشفاء من الأمراض (صالح ونيس عبد النبي، 2006، ص17).

● السياحة الدينية: وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيادة المواقع الدينية، ومن أشهرها: مكة المكرمة -بيت الله الحرام- (مروان محسن السكر، 1994، ص14)، وأيضا زيارة المساجد القديمة والأضرحة والقبور مثل: قبر الرسول عليه أفضل الصلاة والسلام.

● السياحة البيئية: وهي السفر والانتقال من مكان إلى آخر قصد الاستمتاع والدراسة، وزيارة المحميات الطبيعية وكل ما يؤدي إلى الحفاظ على الموروثات السياحية (مروان محسن السكر، 1994، ص13).

● السياحة التاريخية: وهي من أحسن أنواع السياحة، وذلك لتوافر آثار تاريخية مثل: اللوحات، مراكز الراحة والترفيه، وهي تتطلب استثمارات كبيرة لرؤوس الأموال لتطويرها وحمايتها (منير العبوري زيد، د.ت، ص48).

● السياحة الترفيهية: وهي أقدم أنواع السياحة وأكثرها انتشارا، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق استقطابا للحركة السياحية الترفيهية، لما تتمتع به من مقومات مناخية معتدلة بالإضافة إلى الشواطئ والمنتجعات الطبيعية.

● سياحة المؤتمرات: وتعتمد بشكل أكبر على تقوية العلاقات ولا تتحقق إلا بتوفر مناخ معتدل وملائم ووجود فنادق فاخرة وقاعات مجهزة لعقد المؤتمرات ونقل جوي دولي فعال (مصطفى عبد القادر، 2003، ص47).

إذن السياحة قطاع حيوي متشعب المقاصد لذلك تعتبر استثمار مستلزم قد يضمن حياة اقتصادية واجتماعية عالية لو تم استغلاله أحسن استغلال.

3) مبادئ وشروط ممارسة السياحة:

- توفر مراكز دخول محددة تزود السائح بالمعلومات اللازمة عن منطقة ما.
- السياحة من خلال المجتمع المحلي للمنطقة.
- إدارة سليمة للموارد الطبيعية كالتنوع الحيوي بطرق مستدامة بيئيا.
- وضع قوانين صارمة كفاعلة لاستيعاب أعداد السياح كحمايتهم كحماية المواقع البيئية في نفس الوقت.
- دمج سكان المجتمع المحلي كتوعيتهم كتثقيفهم بيئيا وسياحيا، كتوفير مشاريع اقتصادية للدخل من خلال تطوير صناعات سياحية كتحسين ظروف معيشتهم.

— التعاون من أجل إنجاح السياحة البيئية بتعاون مختلف القطاعات المختصة بالسياحة والبيئة معا. (زوينة بن فرج، 2009، ص96).

4) مقومات السياحة:

السياحة تعتبر مجال كأي من المجالات تحتاج إلى مجموعة من المقومات لتنجح، ومن بين أهم هذه المقومات نذكر:

• المقومات الطبيعية: وتشمل:

- المناخ المعتدل والمهادئ: كمناخ البحر الأبيض المتوسط، المناطق الغابية، السفوح الجبلية.
- الموقع الجغرافي والاستراتيجي للمنطقة فكلما كانت أقرب للأسواق كلما زاد الطلب عليها.
- التضاريس والسلاسل الجبلية والمسطحات المائية كلها عوامل تجذب السياح للمنطقة.
- المناطق الحموية التي تحتوي على حمامات معدنية، والمناطق الصحراوية التي تتوفر على الكثبان الرملية منطقة استقطاب سياحي.

• المقومات الدينية:

وهي المنطقة التي تمتلك أماكن مقدسة وآثار دينية.

• المقومات التاريخية والأثرية:

مثل الأهرامات في مصر، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية في التعرف على تعاقب الحضارات وطريقة العيش آنذاك (خالد كواشي، 2007، ص93).

• المقومات الثقافية:

وتلعب دورا مهما من خلال تميز المنطقة بعبادات وتقاليد وفن شعبي مميز عن شعوب أخرى.

• المقومات المادية:

وتتمثل في مدى توفر البنى التحتية والفوقية مثل: المطارات الدولية، الفنادق، القرى السياحية، النقل... الخ (نعيم

الطاهر، إلياس سراب، 2007، ص147).

إذن السياحة المحلية تعتمد على توفر مجموعة من العوامل الطبيعية والهيكلية والتاريخية، وذلك قصد استقطاب عدد وافر من الوافدين، ما يؤدي لزيادة المداخل المحلية للدولة.

المحور الثاني: الواقع الإحصائي للسياحة المحلية في الجزائر

1) المقومات الطبيعية للسياحة الجزائرية:

تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لبحر الأبيض المتوسط، تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي وإفريقيا والبحر الأبيض المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي والاقتصادي وميزاتها الاجتماعية والثقافية وسمات مورفولوجيتها الخاصة ووضع طبيعتها الأصلية ومواردها المتعددة.

تمتد الجزائر على مساحة 2381741 كلم، حيث تعتبر الجزائر أكبر وحدة مساحية في المغرب العربي والثانية في إفريقيا والوطن العربي بعد السودان، 2505813 كلم².

فمن الناحية الجغرافية والإقليمية يتميز موقع الجزائر بأبعاده الفاعلة والمؤثرة على الصعيد العالمي، فالبعد الأول هو بعد الهوية والانتماء بمحورية المغاربي، حيث تمثل الجزائر قلب المغرب العربي الكبير، ومركزه الاقتصادي والبشري وهي الممر الطبيعي بينه وبين الشرق الأوسط وإفريقيا، والمحور الإسلامي وهو محور الانتماء للحضارة العربية الإسلامية التي صاغت شخصية الجزائر التاريخية والحضارية وجعلت منها رافدا للتواصل والإثراء مع العالم العربي الإسلامي.

البعد الثاني هو بعد التفاعلات الاقتصادية والعلاقات الحضارية والبشرية بمحورية المتوسطي حيث كانت الجزائر على مر التاريخ جزءا من الحضارات العالمية الفاعلة في المنطقة والتي امتدت لتغطي أجزاء شاسعة من أراضيها، ولا زالت حاليا تستفيد من المزايا الاقتصادية والإستراتيجية لمنطقة البحر الأبيض المتوسط إحدى أهم المحاور الرئيسية للتبادل الدولي ومنطقة حساسة في السياسة العالمية، ويتسع هذا البعد الاستراتيجي في موقع الجزائر، ليشمل أوروبا ويتداخل معها، لأن المتوسط تاريخيا كان دائما عامل ربط واتصال حركي اقتصادي وإنساني مع أوروبا، وقد دعم هذا البعد بربط مناطق الاستهلاك الرئيسية في أوروبا بحقول الغاز الطبيعي الجزائري، عبر أنبوبين يقطعان البحر المتوسط، عبر تونس وإيطاليا، وعبر المغرب واسبانيا، والثاني هو المحور الإفريقي حيث يدخل الجزائر داخل عمق إفريقيا على ربط شمالها بمنطقة الساحل الإفريقي ودعم وسائل الاتصال والربط مع دول الجوار الإفريقي، وازدادت فاعلية هذا المحور بعد إنجاز طريق الوحدة الإفريقية الذي فتح موانئ المتوسط على هذه الدول، ونشط العلاقات البشرية التاريخية والمبادلات التجارية التقليدية.

وتشكل محصلة هذه الأبعاد إلى جانب الدور الريادي للجزائر في العالم النامي في الميدان الاقتصادي (محمد بوضياف 2008، ص30).

زيادة على هذا الموقع الاستراتيجي، الجزائر تتمتع بطبيعة متنوعة وخلابة، تجمع بين الشواطئ والمنايع الحموية، والجبال الشاخنة، والغابات الكثيفة، تؤهلها لأن تكون دولة سياحية بامتياز، فيما يأتي نستعرض أهم المقومات الطبيعية في كل ولايات الجزائر:

الجدول -01-: جدول يوضح المقومات الطبيعية لولايات الجزائر حسب إحصائيات 2016

الولاية	المساحة كم ²	الشواطئ	المنايع الحموية	الولاية	المساحة كم ²	الشواطئ	المنايع الحموية
أدرار	427368	0	11	قسنطينة	2187	0	4
الشلف	4791	26	6	المدية	8866	0	11
الأغواط	25057	0	0	مستغانم	2175	21	3
أم البواقي	7638	0	0	المسيلة	18718	0	3
باتنة	21192	0	8	معسكر	5941	0	5
بجاية	3268	36	3	ورقلة	211980	0	20
بسكرة	20986	0	9	وهران	2121	33	4

بشار	162200	0	0	البيض	78870	0	1
البليدة	1478	0	4	اليزي	284618	0	6
البويرة	4439	0	1	برج بوعريرج	4439	0	4
تمنراست	557906	0	7	بومرداس	1591	35	2
تبسة	14227	0	2	الطارف	3339	16	7
تلمسان	9061	10	9	تندوف	159000	0	0
تيارت	20673	0	2	تسمسيت	3152	0	2
تيزي وزو	2958	8	7	الوادي	54573	0	2
الجزائر	809	70	0	خنشلة	9811	0	2
الجللفة	66415	0	2	سوق أهراس	4541	0	4
جيجل	2577	22	0	تيازة	2166	42	0
سطيف	6504	0	2	ميلة	9375	0	11
سعيدة	6764	0	4	عين الدفلى	4897	0	4
سكيكدة	4026	19	2	النعامة	950 29	0	2
سيدي بلعباس	9150	0	0	عين تيموشنت	2379	18	2
عنابة	1439	21	0	غرداية	86105	0	3
قلمة	4101	0	6	غليزان	4870	0	4

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية

المقومات الطبيعية السياحية تتمثل في مختلف العناصر الطبيعية التي ليس للإنسان دخل في وجودها وتشمل جميع الشروات والمواقع الطبيعية، بالإضافة إلى مجموعة من المغريات الطبيعية التي تميز منطقة عن أخرى، مما يؤدي إلى اختلاف العرض بين المناطق أو الدول (الوزارة قويدر، 2010، ص265)، والجدول السابق يترجم هذه المقومات الطبيعية لولايات الجزائر بدايةً بالمساحة الخاصة بكل ولاية، وشواطئ الولايات المطلة على البحر الأبيض المتوسط (الساحلية)، والمنابع الحموية التي تساهم في تشييد المركبات المعدنية؛ بحيث نجد أن الولايات الصحراوية (تمنراست، أدرار، اليزي، ورقلة، بشار، تندوف، النعامة، غرداية، الوادي، الأغواط، بسكرة) ، لديه مساحة كبيرة مقارنة بالولايات الأخرى في الشرق أو الغرب أو الشمال الجزائري، أيضا ما يلاحظ هو توفر هذه الولايات على منابع حموية أكثر من الولايات الأخرى أكثرها في ولاية ورقلة ب: 20 منبع حموي، وأدرار ب: 10 منابع حموية، ما نلاحظه مكان وجود المنابع الحموية لا توجد شواطئ والعكس صحيح، أما الشواطئ فنجدها في شرق الجزائر وغربها وشمالها؛ حيث تحتل الجزائر أكبر عدد من الشواطئ ب 70 شاطئ، تليها تيازة ب 42 شاطئ، ونجد بجاية وبومرداس ووهران لديها عدد متقارب للشواطئ ما

بين 33 و 36 شاطئ، وباقي الولايات ما بين 26-8 شاطئ، إذا تعتبر الجزائر دولة غنية بالثروات الطبيعية سواء في صحرائها أو هضابها وسواحلها، ما يؤهل السياحة بوصفها قطاع حيوي يخدم التنمية الشاملة في الجزائر.

2) المقومات المؤسسية للسياحة الجزائرية:

لا تقتصر المقومات السياحية على الإمكانيات الطبيعية فقط، بل تدعم هذه الإمكانيات بأخرى مؤسسية، لتسهيل استفادة الوافدين. وتتمثل الإمكانيات السياحية المؤسسية في توفير طاقة فندقية باختلاف تصنيف وحداتها لتناسب مع مختلف المستويات الاقتصادية للوافدين، تمثل الطاقة الفندقية القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضيئة. وتعد الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معين، وذلك من خلال عدد الوافدين عليها (صليحة عشي 2005، ص56)، وحسب إحصائيات سنة 2016 تم تصنيف الفنادق حسب الطابع القانوني سواء كان عام أم خاص، والجدول الآتي يوضح عدد هذه الفنادق في كلا الطابعين:

الجدول -02-: يوضح تصنيف الفنادق حسب الطابع القانوني وعدد الوافدين إليها

الولاية	الفنادق العمومية	الفنادق الخاصة	عدد الوافدين	الولاية	الفنادق العمومية	الفنادق الخاصة	عدد الوافدين
أدرار	2	5	31956	قسنطينة	3	19	169609
الشلف	0	14	66455	المدينة	6	0	14465
الأغواط	2	6	28750	مستغانم	5	20	10623
أم البواقي	1	10	31366	المسيلة	1	6	33346
باتنة	4	7	30653	معسكر	3	40	155827
بجاية	7	65	318020	ورقلة	0	3	8080
بسكرة	6	9	78928	وهران	7	154	24529620
بشار	5	11	47602	البيض	0	6	14747
البليدة	5	9	32267	اليزي	1	5	4024
البويرة	0	8	28283	برج بوعريرج	0	4	2205
تمنراست	2	5	9094	بومرداس	3	16	69250
تبسة	2	15	16320	الطارف	1	18	36956
تلمسان	13	32	184169	تندوف	2	3	15770
تيارت	3	7	31043	تسمسليت	0	4	12145
تيزي وزو	1	10	8297	الوادي	2	3	60457
الجزائر	52	126	2578639	خنشلة	0	5	13167
الجلوفة	0	5	34096	سوق أهراس	1	5	14182
جيجل	3	22	14356	تيازة	2	8	12436
سطيف	4	54	232435	ميلة	1	7	11497
سعيدة	0	5	28823	عين الدفلى	0	8	9784

سكيكدة	3	28	78481	النعام	0	3	13897
سيدي بلعباس	2	12	35105	عين تيموشنت	3	16	9784
عنابة	7	36	161741	غرداية	0	5	13897
قلمة	4	10	90878	غليزان	1	7	20184

11

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية

ومن خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه الذي يمثل عدد الفنادق العامة والخاصة، وعدد الوافدين القادمين للجزائر خلال 2016، نلاحظ كل ما زاد عدد الفنادق زاد عدد الوافدين، نلاحظ أن ولاية الجزائر تحتل أول مرتبة في عدد الفنادق بـ: 178 فندق، وذلك راجع لموقعها الاستراتيجي في الدولة وتعتبر العاصمة السياسية والاقتصادية والإدارية للجزائر ككل؛ بحيث بلغ عدد الوافدين لها سنة 2016: 2578639 سائح، ثم تليها ولاية وهران بعدد فنادق يقدر بـ: 161 فندق، استقبل خلال عام 2016 نحو: 24529620 سائح، وما يلاحظ أيضا أن الولايات التي تحتوي على الشواطئ هي أكثر الولايات التي فيها عدد فنادق كبير وتوافد كبير للسياح، وهذا ناتج على السياحة الصيفية والصيد الحر في الجزائر، أما الولايات الصحراوية نجد انخفاض واضح لعدد الوافدين وذلك راجع لعدم وجود محفزات سياحية في تلك المناطق رغم غناها بالمناجم الطبيعية والمناظر الخلابة، عدم الاهتمام بهذا الجزء الصحراوي جعل منها ولايات متعطشة سياحيا، فمثلا ولاية أدرار أو اليزي، لا يتجاوز عدد الفنادق فيها 7 فنادق وهذا دال على ضعف الهيكلة الفندقية في تلك المناطق وعد توجيه مشاريع استثمارية سياحية لهذه المناطق رغم أهميتها الصحية الطبيعية.

عدم التوازن الواضح في الجدول في الهيكلة المؤسسية انعكس على عدد الوافدين على الولايات الصحراوية وبعض ولايات الغرب والشرق المعزولة سياحيا؛ حيث نلاحظ سياسيات جهوية موجهة لولايات على حساب ولايات أخرى، ومن ثم ولايات صحراوية بذلك الحجم من المساحات الشاسعة، ومكانة اقتصادية ومثلا لذلك ولاية ورقلة تقع في جنوب الجزائر؛ بحيث تعتبر منطقة نفطية بامتياز تدعم الخزينة الوطنية بأموال طائلة، لكن عدد الفنادق فيها لا يتجاوز ثلاث فنادق وعدد الوافدين 8080 وافدا، هنا نلمس تقصير كبير وواضح في حق الولايات الجنوبية على حسب باقي الولايات.

ويعتبر نصيب الجزائر من السياحة الدولية الوافدة ضئيلا مقارنة بدول أخرى في المنطقة العربية وفي منطقة البحر المتوسط، مثل الأردن ومصر وتونس والمغرب، للاعتبارات انعكاسية للعشرية السوداء الفساد العارم في مختلف الأجهزة والذهنية المغلقة للشعب الجزائري حول ثقافة السياحة، ونلمس هذا الضعف سيما فيما يتعلق بالبنية الأساسية، الفنادق والأماكن الترفيهية، التي لا تلبي مستوى الطلب عليها على الرغم من تدني حجم هذا الطلب مقارنة بجيرانها، لذلك وجب بناء إستراتيجية ذات رؤية واسعة للتهيئة السياحية يجعل من السياحة قطاع حيوي يعوض الريع النفطي في الجزائر؛ كما يوضح الجدول الآتي يوضح معاملات الانحدار بين الفنادق العمومية والمقومات الطبيعية والفنادق الخاصة والجمعيات السياحية على زيادة عدد الوافدين في الجزائر.

الجدول -03: يوضح معاملا الانحدار المتعدد بين متغيرات الدراسة على زيادة عدد الوافدين في الولايات

الجزائرية

المتغير المستقل	معامل الانحدار B	beta معامل بيتا	قيمة ت	sig
الفنادق العمومية	-183.452	-.492	4.198	0.000
المقومات الطبيعية	34.252	-.097	-.863	0.393
الفنادق الخاصة	359.765	1.163	10.60	0.000
الجمعيات السياحية	64.490	-.093	-	0.269
			4	1.120

المتغير التابع: عدد الوافدين

المتغير المستقل: الفنادق العمومية، المقومات الطبيعية، الفنادق الخاصة، الجمعيات السياحية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي برنامج (spss.24)

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ تأثير ذا دلالة إحصائية للفنادق العمومية والخاصة في ولايات الجزائر، إذ $P.value$ المجاورة لقيمة "ت" أصغر من 0.05، لكن متغير المقومات الطبيعية والجمعيات السياحية ليس له تأثير نموذج الانحدار الخاص بولايات الجزائر، ووفقا لقاعدة القرار المتفق عليها، لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية بين جميع المتغيرات المستقلة وزيادة عدد الوافدين في ولايات الجزائر خلال سنة 2016، ويرجع عدم التأثير إلى الأسباب الآتية :

اهتمام السلطات بعد الاستقلال بقطاعات أخرى على حساب القطاع السياحي، ساهم كثيراً في إضعاف هذا القطاع.

غياب دور الجمعيات السياحية في توعية المواطن بأهمية السياحة، وتأهيله ليكون مواطن لديه ثقافة سياحية.

غياب التنسيق بين المؤسسات الرسمية المخططة والقطاع الخاص الذي يعتبر ممول قوي للقطاع السياحي باعتباره قطاع حيوي يعود بفوائد مالية كبيرة.

ولا نريد أن ننهي هذا البحث دون أن نؤكد على حقيقة لا بد من إبرازها في هذا المقام، وهي ومن المعروف أن الجزائر بلد أنعم الله عليه بثروات طبيعية تتنوع بين البحر والصحراء والجبال ومناخ متنوع على طول السنة، ما يشكل عاملاً مهماً في جذب السياح الأجانب، لكن يتوقف هذا الأمر على مدى استغلال هذه المقومات الطبيعية لصالح هذا القطاع، بحيث حققت كل من تونس والمغرب تطوراً على مستوى أنماطها السياحية المتعلقة بالمنتج السياحي البحري والثقافي والصحراوي والمنتج الجبلي أيضاً، إضافة إلى سعيها إلى تطوير أنماط سياحية أخرى كالسياحة العلاجية بالمياه المعدنية وماء البحر؛ في حين لم يكن اهتمام الجزائر بهذه المقومات الطبيعية والتاريخية والحضارية التي تتوفر عليها في مستوى هذه الإمكانيات الأمر الذي أثر سلباً على تطور السياحة في هذا البلد.

خاتمة الدراسة:

هكذا تبقى قناعتنا كبيرة في أن الخوض في معالجة إشكالية عدم الاهتمام بقطاع السياحة في الجزائر ليس بالأمر المستعصي فقط يحتاج لتخطيط استراتيجي واضح وكفاءات في تفعيل هذا الميدان وتسيير واعي مبني على قرارات رشيدة تخدم المصلحة العامة ككل، حيث لا زالت المشكلة تكمن في نظرة المجتمع المحلي وصانع القرار ومنفذه، وقلة الوعي بقيمة تفعيل هذا القطاع، انطلاقا مما تملكه الجزائر من خيرات، كما نلاحظ النظرة السطحية والتهميشية لمقومات التراث الثقافي والطبيعي للجنوب الصحراوي الجزائري على أنها جزء من المكملات والديكورات التي تقع على هامش عملية التنمية الشاملة، وليس هو التنمية في حد ذاتها.

وقد تبين من خلال هذه الدراسة الموجزة نتائج عديدة من بينها نجد :

- غياب خطط إستراتيجية دقيقة وهادفة مهتمة بالسياحة المحلية في الجزائر.
- إهمال العديد من المناطق السياحية التي لو توفرت في بلد آخر لكانت أماكن عالمية تستقطب سياح من مختلف بلاد العالم.
- قلة الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي تعطي حلول ولا تكتفي بالتشخيص فقط.
- عدم التوازن الجهوي الذي أدخل بهذا القطاع، الذي يؤدي الاهتمام به إلى رفع القيمة الثقافية والسياحية للجزائر.
- ضعف الميزانية الموجهة لصيانة هذا القطاع.
- الذهنية الجزائرية التي تفتقر إلى معنى الاهتمام بالسياحة المحلية كقطاع بديل للريع النفطي.

قائمة المراجع:

1. بن فرج زويينة، (2009). "الفنادق الخضراء أحد المداخل لتحقيق التنمية السياحية". يوم دراسي: التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية، وزارة التهيئة العمرانية، البيئة والسياحة، مديرية السياحة لولاية برج بوعريريج، 21 ديسمبر .
2. بوضياف محمد، (2008). مستقبل النظام السياسي الجزائري. رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية.
3. الجلال أحمد، (1988). التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق. مصر: عالم الكتاب للنشر.
4. حسنين جلييلة، (2003). "اقتصاديات السياحة". مصر: منشورات جامعة الإسكندرية.
5. خنفري خيضر، بورنيسة مريم، " واقع استثمارات السياحة الداخلية في الجزائر على ضوء الإحصائيات الوطنية"، الملتقى الوطني العاشر حول السياحة الداخلية في الجزائر واقعتها و سبل تطويرها، يومي 10 و 11 جانفي 2018.
6. الديماسي محمود وآخرون، (2002). تخطيط البرامج السياحية. الأردن: دار الميسرة.
7. الطاهر نعيم، سراب إلياس، (2007). مبادئ السياحة. الأردن: دار الميسرة.
8. عبد القادر مصطفى، (2003). دور الإعلان في التسويق السياحي. لبنان: المؤسسة الجامعية للنشر.
9. العبوي زيد منير، (د.ت). السياحة في الوطن العربي. الأردن: دار الراية للنشر.
10. عشي صليحة، (2005). الآثار التنموية للسياحة". رسالة ماجستير، جامعة باتنة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية.

11. قويدر الويزة، (2010). اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر". رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير.
12. كواشي خالد، (2007)، السياحة: مفهوما، أركانها، أنواعها. الجزائر: دار التنوير للنشر.
13. محسن السكر مروان، (1994). السياحة مضمونها وأهدافها. الأردن: سلسلة الاقتصاد السياحي.
14. ونيس عبد النبي صالح، (2006). "المعتمد في السياحة والآثار". ليبيا: منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة والإعلام.
15. Jean-Louis Barna, (2004). **Marketing Du Tourism Et De L'hotellerie**. France :Tourist Organization.