

## توجهات السياحة الداخلية في الجزائر: دراسة استقصائية على عينة من الجزائريين

### *Domestic tourism trends in Algeria: a survey on a sample of Algerians*

د. فتيحة بوزيان<sup>\*1</sup>

<sup>1</sup>جامعة خميس مليانة (الجزائر)، fatiha.bouziane5@univ-dbkm.dz

تاريخ الاستلام: 2023/03/26 تاريخ قبول النشر: 2023/05/27 تاريخ النشر: 2023/06/30

#### المخلص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة توجهات السياحة الداخلية في الجزائر، من حيث الوجهات السياحية المفضلة، وفترة الذروة للذهاب في سياحة، ومدى الرضا عن المرافق والخدمات السياحية. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم جمع البيانات من خلال استبانة، حيث بلغ حجم العينة 261 فردا. تم التوصل إلى أن هناك إقبال سياحي داخلي جيد، لكنه متركز أكثر على المناطق الساحلية للمدن الكبرى، بسبب تركّز المرافق السياحية فيها وقتها، مما يجعلها مكتظة، مع انخفاض جودتها وارتفاع أسعارها، التي تجعل السائح المحلي غير راضٍ. الكلمات المفتاحية: السياحة، السياحة الداخلية، السائح الجزائري. تصنيف JEL : Z30، Z32.

#### Abstract:

This paper aims to study the trends of domestic tourism in Algeria, in terms of preferred tourist destinations, the peak period for going on tourism, and satisfaction with tourism facilities. The data was collected through a survey, with a sample size of 261 individuals.

It was concluded that there is a good domestic tourist demand, but it is more concentrated on the coastal areas of major cities, due to the concentration and scarcity of tourist facilities, which makes them overcrowded, with low quality and high prices, which makes the local tourist dissatisfied.

**Keywords:** tourism; domestic tourism; Algerian tourist.

**Jel Classification Codes:** Z30, Z32.

\*المؤلف المرسل: فتيحة بوزيان

## 1. مقدمة:

تعتبر السياحة نشاط اقتصادي له وزنه الكبير في العديد من الدول، حيث يساهم بقدر كبير في تنميتها وتوفير مداخيل لها، إذ على مدى العقود الماضية شهدت السياحة توسعا وتنوعا مستمرين لتصبح واحدة من أكبر وأسرع القطاعات نموا في العالم، وتمثل جزءاً رئيسياً من الناتج المحلي الإجمالي للعديد من الاقتصاديات، حيث تم تسجيل أكبر نسبة في ماكاو بالصين وصلت 48% سنة 2018. (حمايزية، 2022، صفحة 187) وقد كان النشاط السياحي عالمياً في أوجه إلى غاية نهاية سنة 2019 قبيل ظهور جائحة كورونا، التي أثرت على كل القطاعات والأنشطة الاقتصادية، وبالأخص السياحة، لطبيعتها العابرة للحدود، حيث إن أثر كورونا على النشاط السياحي كان غير مسبوق على المستوى العالمي بصفة عامة، حيث توقفت حركة السفر والطيران وإغلاق المطارات والحدود البرية، كما تخوف السياح من العدوى خاصة في الأماكن المكتظة. (عمري، 2022، صفحة 479) وقد طالبت فترة الغلق والقيود مما وجه الأنتظار للسياحة الداخلية، سواء من المسؤولين عن القطاع أو من السياح أنفسهم، باعتبارها أصبحت المتاح الوحيد في ظل غلق الحدود ووضع القيود، كما أخذت اهتمام كبير من الباحثين وبرزت إلى السطح، وبانت أهميتها، والجزائر من الدول التي تأثر مواطنيها بإجراءات الغلق وتقييد السفر، فلم يبقى لمحبي السياحة فيها إلا الوجهات المحلية كمنتفس لهم، خاصة أن الجزائر تملك إمكانيات طبيعية خلابة ومتنوعة، وفي ظل هذا الاهتمام المتصاعد بالسياحة الداخلية أردنا من خلال هذه الورقة البحثية استقصاء توجهات السياحة الداخلية في الجزائر، ولهذا وضعنا الإشكالية التالية: هل لدى السائح الجزائري توجه نحو السياحة الداخلية؟

تم تقسيم الإشكالية للأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي الوجهات السياحية الأكثر تفضيلاً للسائح الجزائري؟
- ما مدى إقبال السائح الجزائري على السياحة الداخلية؟
- ما مدى رضا السائح الجزائري عن الخدمات والمرافق السياحية الداخلية؟

وقد تم الانطلاق من الفرضيات التالية:

- الوجهة السياحية الأكثر تفضيلاً للسائح الجزائري هي البحر.
- هناك إقبال ضعيف للسائح الجزائري على السياحة الداخلية.

- السائح الجزائري غير راض على الخدمات والمرافق السياحية الداخلية.

### الهدف من الدراسة:

نهدف من هذه الدراسة لمعرفة توجهات السياحة الداخلية في الجزائر، من خلال معرفة مدى إقبال الجزائري على السياحة محليا، ومعرفة الوجهات التي يفضلها، وفترات الرواج السياحي داخليا، والخدمات التي يقبل عليها ومدى رضاه عن الخدمات السياحية المقدمة.

### منهج الدراسة:

من أجل الوصول إلى الهدف من الدراسة والإجابة على الإشكالية، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، سواء في الجانب النظري للدراسة للإلمام بمفهوم الموضوع وأهميته، وحتى في الجانب التطبيقي لتحليل البيانات والمعطيات المتعلقة بالدراسة.

## 2. الإطار النظري للدراسة:

### 1.2 مفهوم السياحة الداخلية:

السياحة حسب Guyer Freuler هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر، والغاية منها الحصول على الاستجمام وتغيير جو المحيط الذي يعيش فيه الانسان واكتساب الوعي الثقافي وتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة الاستمتاع بجمالها. (مخرومي وآخرون، 2020، صفحة 56) كما أنها مجموعة العلاقات والظواهر التي تنتج وتترتب على السعر وعلى إقامة مؤقتة لشخص ما في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة مؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يعود بريح ما على هذا الشخص. (خليفة وفرحات، 2016، صفحة 123) وبالتالي يصبح الأفراد سائحين عندما يغادرون طواعية محيطهم الطبيعي حيث يقيمون لزيارة بيئة أخرى. وعادة ما يشارك هؤلاء الأفراد في أنشطة مختلفة بغض النظر عن مدى قرب أو بعد هذه البيئة. ( Camilleri, 2018, p.2) فإذا تمت المغادرة من قبل مواطني دولة معينة داخل حدود دولتهم، وأنفقت فيها عملة محلية تسمى سياحة داخلية. (عبادي وزهواني، 2019، صفحة 149) وبالتالي السياحة الداخلية هي نشاط سياحي داخلي (داخل نفس الدولة)، أي من طرف سكان بلد معين والمسافرين من مكان إقامتهم لغرض السياحة، لمسافة ثمانون كيلومترا على الأقل من منزلهم أو مكان إقامتهم داخل حدود البلد نفسه، وفي مدة لا تقل عن 24 ساعة، ولا

تتجاوز حدود السنة مع العودة إلى مقر الإقامة الأصلي. (مخرومي وآخرون، 2020، صفحة 58) كما تعرف بأنها انتقال الأفراد المقيمين سواء المحليين أو الأجبيين داخل نطاق البلد الذين يقيمون فيه بغرض السياحة والترفيه فقط دون انتقالهم لأغراض أخرى. (شعلال وراتول، 2019، صفحة 270).

## 2.2 أنواع السياحة:

هناك عدة أنواع وتصنيفات للسياحة سنتطرق لبعض منها فيما يلي (عميش، 2015، الصفحات 37-38):

- السياحة الساحلية: تلك السياحة التي تنشأ وتقام على سواحل المدن، على امتداد شواطئ البحار والمحيطات، تحظى باهتمام كبير من أجل الاستجمام أو لأغراض علاجية، عن طريق السباحة أو الاستلقاء على الرمال.
- السياحة الصحراوية: يمارس هذا النوع من السياحة في الصحاري، من خلال ممارسة بعض الرياضات، علاج بعض الأمراض عن طريق الرمال، والاستمتاع بغروب الشمس.
- السياحة الحموية: متعلقة بالعلاج الجسدي والنفسي وأمراض أخرى، تقام أساسا في الحمامات والينابيع المعدنية.
- السياحة المناخية والجبلية: السياحة المناخية تستخدم أحيانا لعلاج بعض الأمراض في الجبال وقرب البحار وفي الصحراء. أما السياحة الجبلية فتكون في الغالب في فصل الشتاء من أجل التزلج في الثلوج.
- السياحة الثقافية: تهدف إلى زيادة المعرفة لدى الأشخاص، من خلال تشجيع حاجاتهم الثقافية للتعرف على تاريخ الدول وثقافتها، التعرف على العادات والتقاليد، وعلى الصناعات التقليدية. وتدخل ضمنها السياحة الأثرية المتعلقة بزيارة المواقع الأثرية والمتاحف.

## 3.2 أهمية السياحة الداخلية:

- تتجلى أهمية السياحة كمنشأ اقتصادي فيما يلي (بلبالي وآخرون، 2018، صفحة 336):
- مساهمتها الفعالة في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير العملات الأجنبية وزيادة مدخرات الحكومة وتحسين ميزان المدفوعات.

- خفضها لمعدلات البطالة من توفير فرص العمل وتوليد الاستخدام على نحو مباشر أو غير مباشر.
- السياحة توسع نطاق التعاملات التجارية مع بقية القطاعات الاقتصادية داخليا.
- السياحة توسع الأسواق المحلية على نحو بارز، وتؤدي إلى ظهور أسواق جديدة تلبي احتياجات وطلبات السواح وتبعث على ظهور ورواج نشاطات وصناعات محلية ترتبط بالسياحة.
- تسهم في تأمين الموارد المالية الضرورية لرعاية المواقع التاريخية والدينية والترفيهية والأبنية والمراكز التراثية.
- تنمي الحرف والصناعات اليدوية التقليدية المرتبطة بالسياحة على نحو مباشر والمعروفة بأهميتها الاقتصادية والسياحية والثقافية والتراثية، خصوصا في الدول النامية التي تحتل فيها هذه الصناعات مكانة مهمة في اقتصاداتها.

#### 4.2 العرض السياحي والطلب السياحي:

هذه الدراسة تركز على توجهات السياحة الداخلية أي توجهات الطلب السياحي، وأي طلب يجب أن يقابله وينشطه عرض، والسياحة كأى قطاع اقتصادي تقوم على سوق يضم عرض وطلب، لكنه متميز عن بقية القطاعات، لهذا سنتعرض فيما يلي للعرض والطلب السياحيين.

#### 1.4.2 العرض السياحي:

العرض السياحي هو عناصر الجذب السياحي، وتشمل مجموع المقومات والمعطيات الطبيعية، التاريخية، الحضارية والثقافية في بلد ما، إضافة إلى خدمات البنية التحتية وخدمات البنية السياحية الأساسية في ذلك البلد. والعرض السياحي هو المنتج السياحي الذي ينتج بفعل اندماج المعطيات الطبيعية والمرافق والتسهيلات في الموقع السياحي مع وسائل النقل إلى الموقع، حيث تشكل هذه العناصر مجتمعة طابعا وعلامة مميزة للموقع السياحي. (عميش، 2015، صفحة 48) وتتمثل هذه العناصر في (عميش، 2015، صفحة 50):

- المقومات الطبيعية: تضم القيم الطبيعية الجمالية كطبيعة الأرض وتضاريسها من سهول وجبال ووديان، وشواطئ وبحيرات وصحراء، والمناخ

وما يتصل به من عوامل مختلفة كحرارة وأمطار وتلوج، وغابات، مناطق صيد ومنابع معدنية وغيرها كثير مما يعتبر عنصر جذب سياحي.

- **المقومات الصناعية:** تتمثل في كل ما صنعه الانسان وأصبح له قيمة تاريخية وحضارية، ويمكن الاعتماد عليه بشكل رئيسي للجذب السياحي، كالمتاحف الفنية، الأبراج العالية، الحدائق، القرى السياحية، والمسارح. إضافة إلى طرق وأساليب حياة الشعوب ومعتقداتهم فهي تعتبر من دوافع السياحة الثقافية والدينية.
- **الأحداث والتظاهرات:** مختلف التظاهرات التي تجري في منطقة سياحية معينة يكون لها دور فعال في جذب أعداد متزايدة من السياح، كالتظاهرات الرياضية، المعارض الدولية المختلفة، المناسبات الدينية، والمهرجانات، وغيرها.
- **الخدمات السياحية المتاحة:** من حيث الإطعام كالمطاعم والمقاهي، أو مرافق المبيت كالفنادق والنزل والشقق والمخيمات ومختلف التسهيلات الأخرى.

#### 2.4.2 الطلب السياحي:

الطلب السياحي هو تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة أو دولة سياحية بذاتها، وهو مزيج كركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والقدرات والمويل والحاجات الشخصية التي يتأثر بها السائح. (بلقاضي، 2020، صفحة 73). ويتميز الطلب السياحي بعدة خصائص، على العرض السياحي أخذها بعين الاعتبار والتكيف معها، يتمثل بعضها فيما يلي (عميش، 2015، الصفحات 52-53):

- **عدم تكرار الطلب السياحي:** إشباع رغبات السائح في مكان ما لا يدفع بالضرورة لتكرار زيارة المنطقة.
- **حساسية الطلب السياحي:** الطلب السياحي ذو حساسية شديدة لظروف المناطق المستقبلية، كالأستقرار والأمن، مستويات الرفاهية الاقتصادية، اتجاهات السكان المحليين والأجانب.
- **مرونة الطلب السياحي:** أي قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للظروف السائدة في السوق السياحي الداخلي والخارجي، حيث كلما انخفضت

الأسعار اتجه الطلب السياحي إلى الارتفاع، لهذا يجب دراسة مرونة الطلب السياحي قبل إجراء أي تغيير في أسعار الخدمات السياحية.

- **موسمية الطلب السياحي:** تتميز السياحة بالموسمية بسبب عدة عوامل كالمناخ، العوامل التنظيمية، فترة العطل وغيرها.
- **الارتباط بالقدرة المالية:** يرتبط الطلب السياحي طرديا بالقدرة المالية للسائح، كما يتأثر بدرجة التقدم في وسائل الاتصال والمواصلات، وبمستويات الرفاهية الاقتصادية.

الطلب والعرض السياحي هما وجهان للنشاط السياحي، ومعرفتهما والاهتمام بهما تمكن من تنشيط القطاع السياحي. وسنتعرض في الجانب التطبيقي لمميزات الطلب السياحي في الجزائر وكيف يؤثر فيه العرض السياحي المتوفر.

### 3. الإطار التطبيقي للدراسة:

#### 1.3 توصيف البيانات ومنهجية الدراسة:

- **منهج الدراسة:** تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات التي لها علاقة بالموضوع من مصادرها وتحليلها لاستخلاص النتائج.
- **مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في الأفراد الجزائريين المقيمين في الداخل على اختلاف جنسهم ومكان إقامتهم، كونهم المعنيون بالسياحة الداخلية.
- **عينة الدراسة:** هي عينة عشوائية من الأفراد الجزائريين المقيمين في الداخل، وقد كانت فترة نشر الاستبانة واستقبال الإجابات بداية من 10 سبتمبر 2022 إلى غاية 05 فيفري 2023، حيث تم تسجيل 261 إجابة.
- **أداة الدراسة:** تم تصميم الاستبانة الكترونيا على google forms وتوزيعها باستخدام وسيلة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، خاصة في المجموعات المهمة بالسياحة، وباستخدام البريد الإلكتروني، وقد تم تقسيمها إلى أربعة محاور:  
**المحور الأول:** تضمن المعلومات الشخصية من حيث الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، مستوى الدخل، مكان السكن، عدد الأطفال.  
**المحور الثاني:** كان حول نوع السياحة المفضل، تضمن أسئلة حول الوجهة السياحية المفضلة وأسبابها، والفترة المفضلة للذهاب في السياحة مع تليل ذلك.

**المحور الثالث:** حول الإقبال على السياحة الداخلية، سألنا فيه المجيب إن ذهب في رحلة سياحية السنة الماضية، والولاية التي ذهب إليها، وماذا زار فيها، وعلى أي أساس اختارها، وهل الرحلة كانت عائلية أم مع أصدقاء أم فردية، وكم دامت.

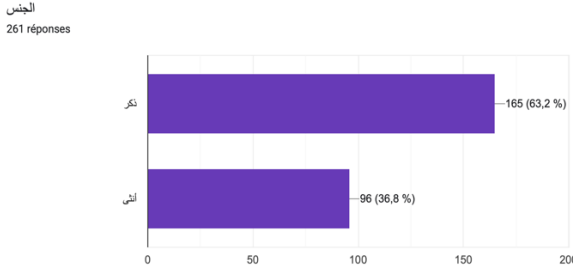
**المحور الرابع:** كان عن تقييم الرحلة السياحية، تضمن وسيلة النقل المستخدمة، مكان الإقامة، الأكل، ورأيهم في الأسعار والأمن والترفيه، وإمكانية معاودة زيارة نفس الوجهة، وفي الأخير تركنا مساحة حرة للتعبير عن رأيهم في السياحة الداخلية.

### 2.3 نتائج الدراسة التطبيقية:

أ- **النتائج المتعلقة بخصائص عينة الدراسة:** نتطرق فيه إلى الخصائص الديمغرافية للعينة التي شاركت في الاستبانة، من خلال التطرق للمعلومات الشخصية لأفراد العينة من حيث (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، مستوى الدخل، مكان السكن، وعدد الأطفال).

- **الجنس:** شملت عينة الدراسة كلا الجنسين، إلا أن نسبة الذكور كانت أعلى من نسبة الإناث والتي قابلت نسبتي 63.2% و 36.8% على التوالي، كما يظهر في الشكل 1.

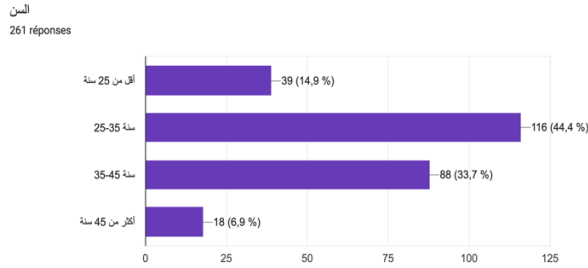
#### الشكل 1: توزيع العينة حسب الجنس



**المصدر:** اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms.

- **السن:** تضمنت عينة الدراسة مختلف الفئات العمرية، حيث شملت نسبة 14.9% من الفئة التي تقل أعمارها عن 25 سنة، والنسبة الأكبر كانت في الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين 25 و 35 سنة بنسبة 44.4%، أما الفئة العمرية من 35 إلى 45 سنة كانت الإجابات من طرفها بنسبة 33.7%، أما الذين تجاوزت أعمارهم 45 سنة كانوا بنسبة 6.9%، كما يظهره الشكل 2.

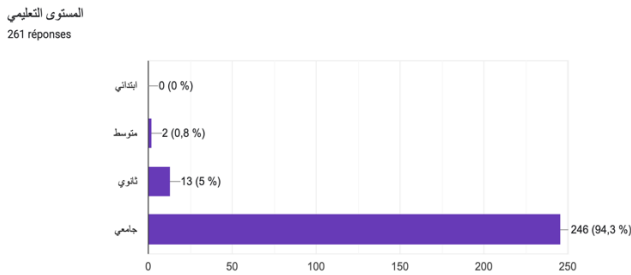
## الشكل 2: توزيع العينة حسب الفئات العمرية



المصدر: اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms.

- **المستوى التعليمي:** نسبة 94.3 % من العينة كانت ذات مستوى تعليمي جامعي، في حين المستوى الثانوي كانوا بنسبة 5.0 %، أما المستوى المتوسط فكانوا بنسبة 0.8 %، كما هو موضح في الشكل 3.

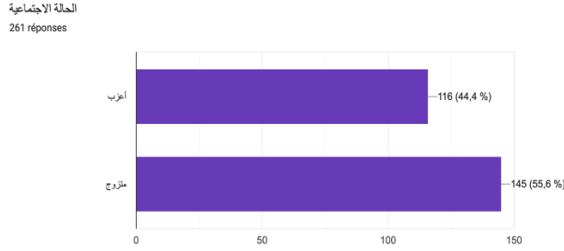
## الشكل 3: توزيع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms.

- **الحالة الاجتماعية:** نسبة 55.6 % من أفراد عينة الدراسة متزوجين، في حين فئة العزاب كانت بنسبة 44.4 %، وهو ما يوضحه الشكل 4.

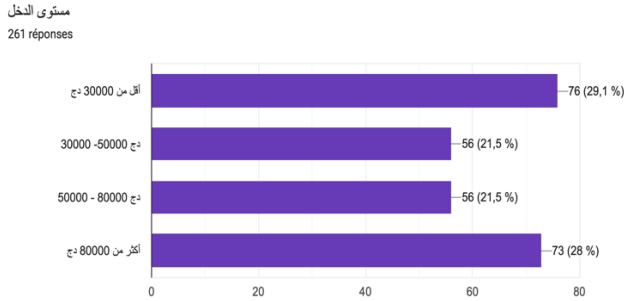
## الشكل 4: توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms.

- **مستوى الدخل:** نسبة 29.1% من العينة كانت ذات دخل أقل من 30000 دج، و 21.5% منها كانت من فئة الدخل بين 30000 و 50000 دج، ونفس النسبة في فئة الدخل 50000 إلى 80000 دج، في حين كانت العينة من فئة دخل أكثر من 80000 بنسبة 28%، كما يوضحه الشكل 5.

## الشكل 5: توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الدخل



المصدر: اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms.

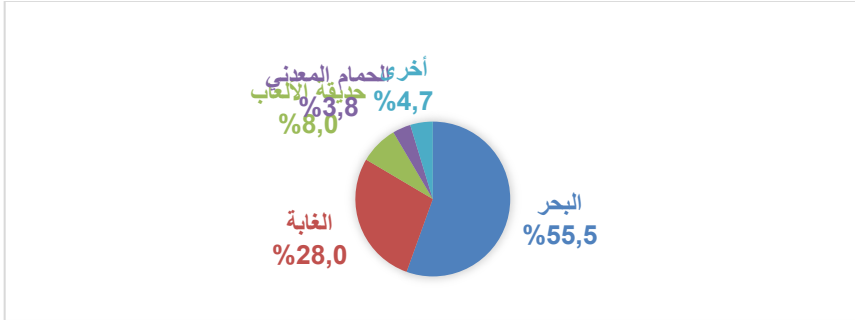
- **مكان السكن (الولاية):** عدد أفراد العينة كان أكثر من الجزائر العاصمة بنسبة 18.3%، تليها ولاية عين الدفلى بنسبة 15.2%، تليها قسنطينة، سطيف، البليلة وياتنة بنسب تتراوح بين 4,6% و 6%، والمدية وهران بنسبة 3.8% و 3.4% على التوالي. والبقية توزعت على الولايات المتبقية بنسب صغيرة جدا.
- **عدد الأطفال:** نسبة 79.5% من أفراد العينة لديهم أطفال، حيث نسبة 34.4% منهم لديهم طفل واحد، ونسبة 32% لديهم طفلين، أما من لديهم 3 أطفال فنسبتهم 21.9%، في حين من لديهم 4 أطفال كانوا بنسبة 7.8%، والبقية كان لهم 5 أو 6

أولاد. حيث إن عدد الأطفال يؤثر في قرار الذهاب للسياحة وفي نوع السياحة، فكلما زاد عدد الأطفال تزيد تكاليف الرحلة السياحية، وكذلك يكون اختيار الوجهة السياحية على حسب رغبة الأطفال أو ما يلائمهم.

ب- نوع السياحة المفضل

• الوجهة السياحية المفضلة:

الشكل 6: الوجهة السياحية المفضلة



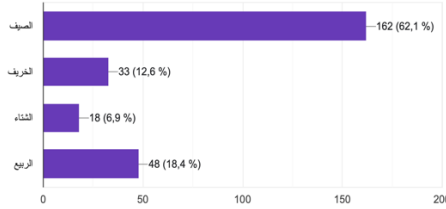
المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على إجابات العينة.

حسب الشكل 6، الوجهة الأكثر تفضيلا من طرف العينة كانت البحر بنسبة 55.5٪، تليها الغابة بحوالي 28٪، ثم حديقة الألعاب بنسبة 8٪، ونسبة من فضلوا الحمام المعدني بلغت 3.8٪ وهذا لأن الفئة التي تفضل هذه الوجهة هي كبار السن الذين لا يمثلون جزء كبير من العينة (الفئة الأكبر من 45 سنة نسبتها 6.9٪)، وهناك من فضل المواقع الأثرية والمتاحف، وهناك من فضل المسبح لتوفر النظافة فيه أكثر كما أنه أكثر أمنا وقدرة على مراقبة الأطفال فيه. ويرجع اختيار الوجهة السياحية حسب عدة عوامل، منها: مكان السكن، السن، رغبات الأطفال إن وجدوا، تفضيل الفرد للهدوء أو الاستكشاف أو الاخضرار، الرحلة فردية أو عائلية أو مع أصدقاء، وغيرها. ومنه نستنتج صحة الفرضية الأولى باعتبار الوجهة السياحية الأكثر تفضيلا للسائح الجزائري هي البحر.

## ● فترة الذهاب للسياحة:

## الشكل 7: فترة الذهاب للسياحة

في أي فترة من السنة تذهب في سياحة؟  
261 réponses



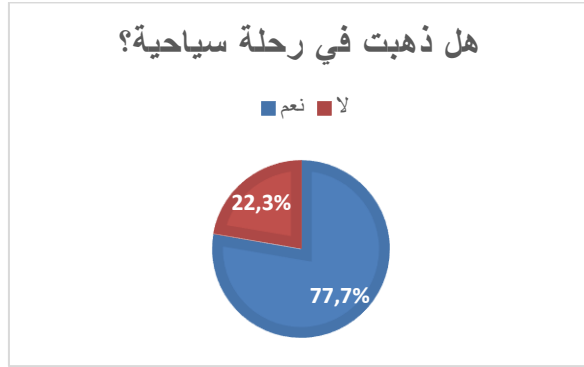
المصدر: اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms.

حسب الشكل 7، نسبة 62.1% من العينة تذهب للسياحة في فصل الصيف، و18.4% تذهب في فصل الربيع، أما في فصل الخريف فكانت النسبة 12.6%، والنسبة المتبقية 6.9% تذهب للسياحة في فصل الشتاء. حيث إن النسبة الأكبر كانت في فصل الصيف بسبب تزامنه مع العطلة الدراسية، كما أن نسبة كبيرة من الموظفين تأخذ عطلتها السنوية في فصل الصيف، وبسبب حرارة الصيف المرتفعة تجعل الناس تلجأ للمناطق الشمالية، خاصة الساحلية، ذات درجة حرارة أقل، وكثرة ووفرة الأنشطة والخدمات السياحية في فصل الصيف بالمقارنة مع بقية الفصول. أما من يفضل فصل الربيع أو الخريف للذهاب في عطلة فيكون بسبب اعتدال درجة الحرارة، ولاجتتاب الاكتظاظ في المرافق السياحية، ومناسب كذلك لمن يفضلون المناظر الطبيعية والغابات للتنزه أو التخييم. في حين فصل الشتاء يناسب أكثر الأفراد الذين يحبذون الأجواء الباردة، كما أنه مناسب للسياحة الحموية، وتكون أسعار الخدمات السياحية منخفضة، والمرافق السياحية غير مكتظة، كما أن هناك من يحبذ الغابات والجبال في هذه الفترة للتخييم فيها، خاصة مع تساقط الثلوج.

## ج- الإقبال على السياحة الداخلية

## ● الذهاب في رحلة سياحية:

الشكل 8: الذهاب في رحلة سياحية

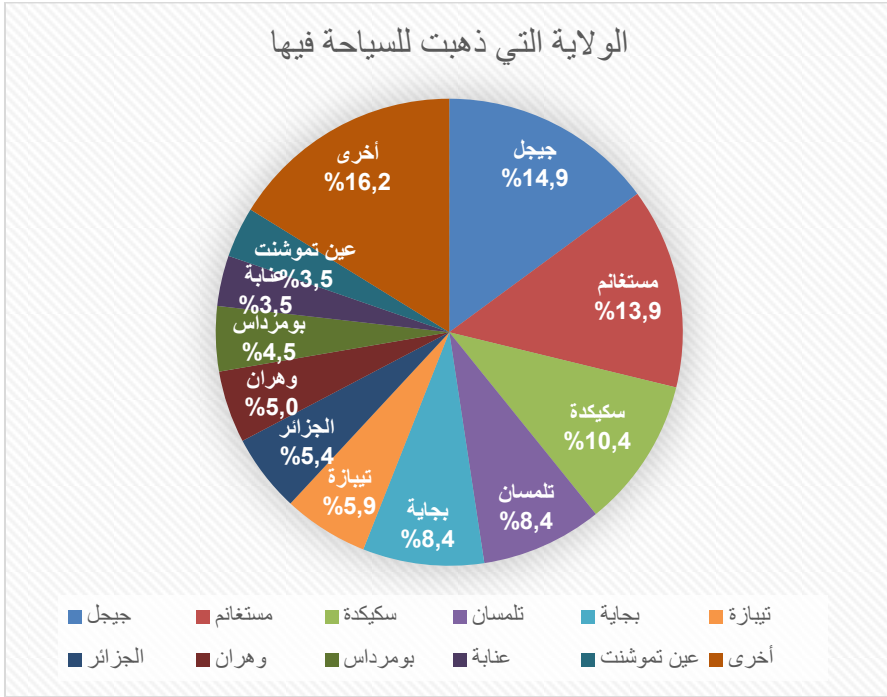


المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على إجابات العينة.

حسب الشكل 8، نسبة 77.7% من عينة الدراسة ذهبت في رحلة سياحية داخل الجزائر سنة 2022، في حين 22.3% من العينة لم يذهبوا في رحلة سياحية، وتتنوعت أسباب عدم ذهابهم، فأغلبهم كان بسبب غلاء الأسعار وعدم وجود وجهات تتلاءم مع احتياجاتهم وقدراتهم المالية، وجزء منهم بسبب ظروف العمل أو الدراسة، كما هناك من لم يذهب بسبب ظروف صحية وبسبب جائحة كورونا التي كانت مازالت منتشرة لكن بدرجة ضعيفة، وجزء منهم يفضل السياحة خارج الجزائر بسبب رداءة خدمات السياحة الداخلية مقارنة بأسعارها من وجهة نظرهم. وهذا ينفي صحة الفرضية الثانية التي تقول إن هناك إقبال ضعيف للسائح الجزائري على السياحة الداخلية، حيث إن الإقبال في مستوى جيد، لكن مازال يحتاج إلى التشجيع أكثر.

- الولاية التي ذهبت للسياحة فيها:

## الشكل 9: الولاية التي تمت السياحة فيها

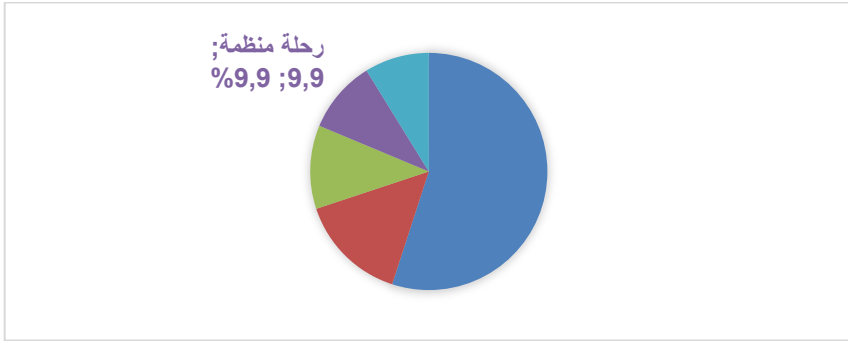


المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على إجابات العينة

حسب الشكل 9، نسبة 14.9% من العينة زارت ولاية جبل، ونسبة 13.9% زارت ولاية مستغانم، أما ولاية سكيكدة فنسبة 10.4% من العينة زارتها، وتلمسان وبجاية بنسبة 8.4% لكل منهما، تليهم تيزازة بنسبة 5.9% والجزائر بنسبة 5.4%، وهران 5%، بومرداس 4.5%، عنابة 3.5%، وعين تموشنت 3.5%، وبقية العينة توزعت على بقية الولايات بنسب صغيرة جدا، وكانت في أغلبها زيارات للأقارب. وما نلاحظه أن الولايات الأكثر زيارة كلها ولايات ساحلية، وتتميز باستقطابها الكبير للسياح في فصل الصيف، لعدة أسباب منها: جمال شواطئها وغاباتها، ولايات معروفة بتوفر الخدمات السياحية فيها، وتوفر الأمن بها. وهو ما تأكد عند سؤالنا العينة عن وجهتهم في هذه الولاية التي زاروها، فالأغلبية الساحقة توجهت لشاطئ البحر بنسبة 83.2%، و 40.1% توجهوا إلى الغابة، في حين 28.7% توجهوا إلى حديقة الألعاب، أما المسبح فكان التوجه له بنسبة 4%، والحمامات المعدنية كان التوجه لها أقل بنسبة 2.5%، والبقية تنوعت بين متاحف، معالم أثرية ومراكز تجارية وصحراء.

• أساس اختيار الوجهة السياحية:

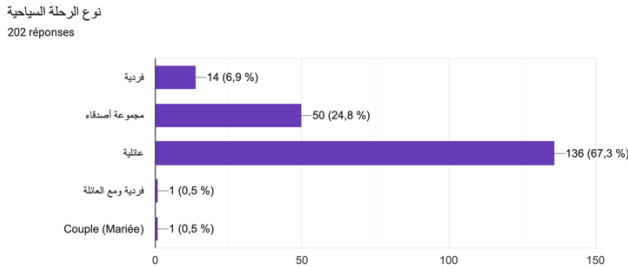
### الشكل 10: أساس اختيار الوجهة السياحية



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على إجابات العينة. حسب الشكل 10، نسبة 55% من المجيبين اختاروا وجهتهم السياحية لأنها منطقة معروفة، أما 14.9% فكان اختيارهم بناءً على نصيحة صديق، و11.4% منهم اختاروا الوجهة لوجود أقارب فيها، في حين 9.9% ذهبوا في رحلة منظمة، أما البقية فهناك من ذهب للمنطقة بعد رؤية ترويج وآراء إيجابية عنها في وسائل التواصل الاجتماعي واليوتيوب وخرائط قوقل، وآخرون اعتمدوا على أنفسهم في البحث وإيجاد مناطق جديدة لاكتشافها.

### • نوع الرحلة السياحية:

### الشكل 11: نوع الرحلة السياحية



المصدر: اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms. حسب الشكل 11، نسبة 67.8% من المجيبين ذهبوا في رحلة عائلية وهذا مرتبط بأن 55% من المجيبين هم متزوجين، أما نسبة 24.8% ذهبوا في سياحة مع الأصدقاء، وفي الغالب يكونون من فئة الشباب الأعزب، في حين 6.9% كانت رحلتهم فردية. حيث حسب

نوع الرحلة يكون اختيار الوجهة السياحية، والمرافق والخدمات السياحية، فالرحلة العائلية متطلباتها تختلف كثيرا عن الرحلة مع الأصدقاء، وحتى تكاليفها تختلف.

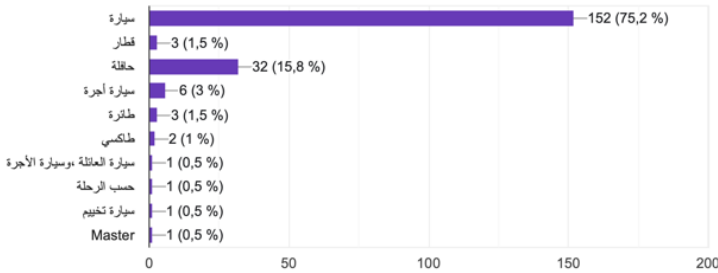
- **مدة الرحلة السياحية:** مدة الرحلة السياحية كانت متباينة بين أفراد العينة، حيث نسبة 31.2% كانت مدة رحلتهم السياحية أقل من أسبوع، ونسبة 26.7% قضا أسبوع في السياحة، في حين نسبة 18.8% كانت للمدة 10 أيام، أما يوم واحد فنسبة 9.4%، وأُسبوعين بنسبة 8.4%، وبقيّة النسبة كانت لمن قضا ثلاثة أسابيع أو شهر في رحلتهم السياحية. ومدة الرحلة السياحية تختلف حسب مدخول العائلة أو الفرد، وحسب البعد عن الوجهة السياحية، فكلما ازدادت المسافة زادت مدة الرحلة السياحية.

#### د- تقييم الرحلة السياحية

- **وسيلة النقل المستخدمة:**

#### الشكل 12: وسيلة النقل المستخدمة في الرحلة السياحية

وسيلة النقل المستخدمة  
202 réponses



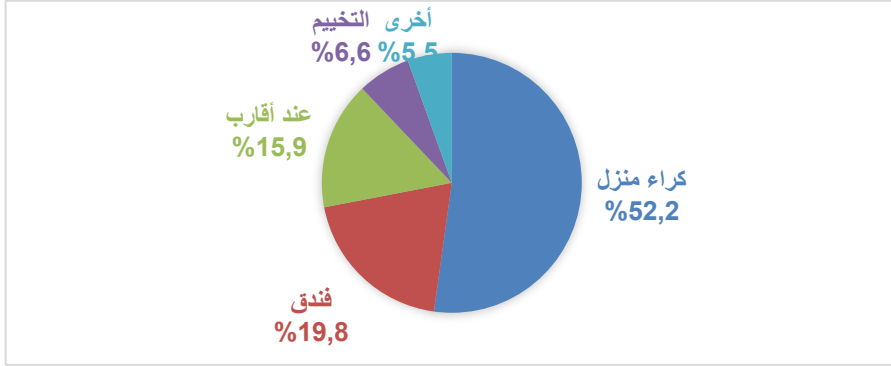
**المصدر:** اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms.

حسب الشكل 12، نسبة 75.2% من المجيبين استخدموا السيارة في تنقلاتهم السياحية، و15.8% استخدموا الحافلة، و4% استخدموا سيارة الأجرة، أما القطار فنسبة 1.5%، وهناك من استخدم الطائرة ويكونوا في الغالب يسكنون في الجنوب الذي يبعد كثيرا عن الشمال وتكون الطائرة هي الأسرع والأسهل. وبالنسبة لمن استخدموا السيارة فباعثرا أن أغلب المجيبين متزوجين، ونسبة كبيرة منهم دخلهم جيد، كما أن أغلبهم يسكن في ولايات شمالية وانتقلوا لولايات ساحلية، إذ تعتبر المسافة صغيرة يمكن الذهاب إليها بالسيارة، كما أن وسائل النقل المتوفرة ليست مريحة جدا، وغير ملائمة للتنقلات السياحية، وتتوقف

باكرا. ومنه نستنتج أن خدمات النقل السياحي ليست في مستوى تطلعات السائح الجزائري لهذا لا يعتمد عليها.

• مكان الإقامة:

الشكل 13: مكان الإقامة في الرحلة السياحية

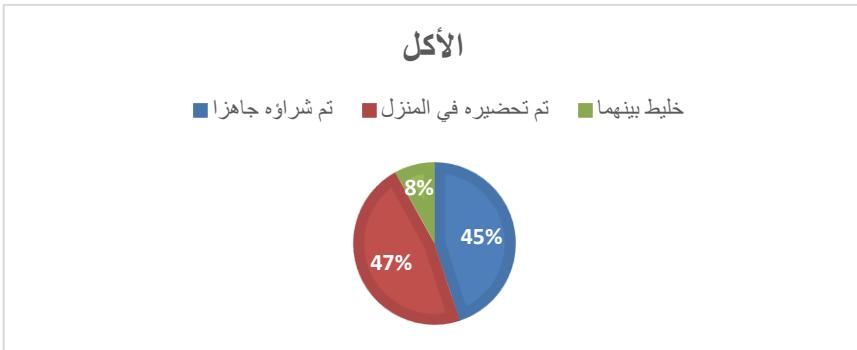


المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على إجابات العينة.

هذا السؤال كان خاص بمن دامت رحلته أكثر من يوم واحد، وكانوا بنسبة 90%، حيث نسبة 52.2% قاموا بكراء منزل، ونسبة 19.78% أقاموا في فندق، أما نسبة 15.93% فكانت إقامتهم عند أقارب، في حين نسبة 6.59% فضلوا التخييم سواء على الشاطئ أو في الغابة، والبقية كانت إقامتهم إما في بيت شباب أو في إقامات تخص القطاع الذي يعملون فيه. حيث نلاحظ إقبال ضعيف على الفنادق التي تعتبر أحد المرافق السياحية، وهذا يكون إما لضعف جودة خدماتها، أو في الغالب لغلاء أسعارها.

• الأكل:

الشكل 14: مصدر الأكل



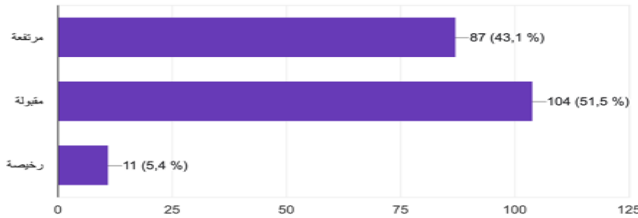
المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على إجابات العينة.

حسب الشكل 14، نسبة 47% حضرت الأكل منزليا خلال الرحلة السياحية، وهذا يكون بالنسبة للذين قاموا بركاء منازل ومن أقاموا عند الأقارب ومن قاموا بالتخييم خاصة في الغابة أو الجبل، ونسبة 45% اشترته جاهزا أو تناولته في مطاعم، في حين النسبة الباقية فأحيانا كانت تحضره منزليا، وأحيانا تشتريه جاهزا. ويعتمد هذا على مدى قرب المطاعم من المرافق السياحية، وعلى أسعارها ونظافتها، ولنوع الرحلة السياحية إن كانت رحلة أصدقاء أو عائلية، وإن كانت رحلة استكشاف وتخييم، ويعتمد أيضا على مدخول السائح، فهناك من يلجأ لتحضير الأكل بنفسه لتخفيض تكاليف الرحلة السياحية. ومنه نستنتج أن السائح الجزائري لا يعتمد كثيرا على المطاعم في أكله، وهذا إما لنقص جودة خدماتها أو لارتفاع أسعارها.

- الأسعار:

### الشكل 15: رأي العينة في أسعار الخدمات السياحية

الأسعار  
202 réponses

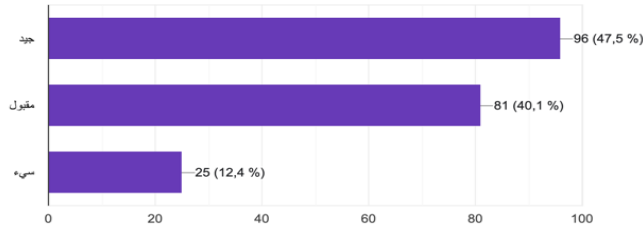


المصدر: اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms. بالنسبة للأسعار، وحسب الشكل 15، نسبة 51.5% وجدت أن الأسعار مقبولة، ونسبة 43.1% وجدت أن الأسعار مرتفعة، في حين نسبة 5.4% رأت أن الأسعار رخيصة. حيث نلاحظ أن نسبة معتبرة من وجدت الأسعار مرتفعة، وهو ما يتأكد من حيث خياراتها في الإقامة والتنقل والأكل. وهذا يؤكد صحة الفرضية الثالثة بأن السائح الجزائري غير راض عموما على المرافق والخدمات السياحية الداخلية.

- الترفيه:

### الشكل 16: تقييم الترفيه

الترفيه  
202 réponses

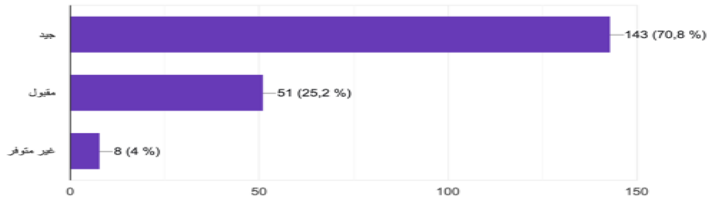


**المصدر:** اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms بالنسبة للترفيه أثناء الرحلة السياحية، فنسبة 47.5% من العينة عبرت عليه بأنه جيد، ونسبة 40.1% رأته أنه مقبول، في حين نسبة 12.4% وجدت أنه سيء.

• **الأمن:**

### الشكل 17: رأي العينة في مدى توفر الأمن

الأمن  
202 réponses



**المصدر:** اعتمادا على نتائج الاستبانة الالكترونية في google forms بالنسبة للأمن، وحسب الشكل 17، نسبة 70.8% وجدت أنه جيد، ونسبة 25.2% عبرت أنه مقبول، في حين 4% وجدت أنه غير متوفر، وهذا ممكن يكون متعلق بالفئة التي قامت بالتخييم في الغابة أو الجبل.

- **معاودة زيارة نفس الوجهة السياحية:** نسبة 82.7% من العينة التي قامت برحلة سياحية عبرت عن رغبتها في معاودة الزيارة لنفس الوجهة، وهذا يعكس إما رضاهم عن هذه الوجهة السياحية بما تحويه من مرافق وخدمات وأمن، أو يعكس قلة الوجهات السياحية التي ترضي السائح الداخلي والتي تضعه أمام أحادية الاختيار أو عدم المخاطرة في البحث عن وجهات أخرى واستكشافها أو تجريبها،

رغم أن هذا هو لب السياحة، الاكتشاف وتغيير الروتين. أما النسبة الباقية فعبرت عن عدم رغبتها في معاودة زيارة نفس الوجهة، وهذا في الغالب يكون لعدم رضاها عنها، كما يمكن لرغبة المصحب في اكتشاف وجهة سياحية أخرى.

#### 4. خاتمة:

السياحة نشاط اقتصادي مهم له وزنه وتأثيره الكبير في التنمية في العديد من الدول، إلى أن جاءت جائحة كورونا وعطلت الكثير من الأنشطة الاقتصادية، خاصة النشاط السياحي بسبب غلق الحدود ووضع العديد من القيود على السفر، ومن أجل تخفيض تأثيراتها السلبية، تم الاهتمام بالسياحة الداخلية، باعتبارها تتم داخل الحدود ولا يؤثر عليها تقييد السفر كثيرا، كما وجدها السياح متنفسا في ظل تقييد السياحة الخارجية، لهذا أخذت السياحة الداخلية اهتماما كبيرا في هذه الفترة، ونفس الأمر حدث في الجزائر، وهو ما استنتجناه من هذه الدراسة، حيث هناك رغبة كبيرة في السياحة الداخلية من طرف الفرد الجزائري، تحتاج لتوفير مرافق وخدمات سياحية أكثر وزيادة جودتها وخفض أسعارها والترويج لها لتنشيط السياحة الداخلية أكثر في الجزائر، خاصة أن الإمكانيات الطبيعية متوفرة ومتنوعة، وعلى مدار الفصول الأربعة، مما يساعد في إنعاش هذا القطاع، ويصبح مساهم قوي في التنمية المحلية، ويرقى لجذب الطلب السياحي الخارجي أكثر، وفي هذا السياق توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات كما يلي:

#### 1.4. النتائج:

من خلال الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج:

- الطلب السياحي الداخلي موجه بكثرة للبحر، بسبب الشريط الساحلي الكبير الذي تتوفر عليه الجزائر، وبسبب أن أكثر المرافق السياحية متواجدة في المناطق الساحلية.
- الطلب السياحي يزداد أكثر في فصل الصيف، لارتباطه بالعطلة من المدارس والعمل، ولارتفاع درجة الحرارة فيه، كما أن الخدمات السياحية تنشط في هذا الفصل.
- هناك طلب سياحي جيد على السياحة الداخلية، لكن هناك فزة لم تذهب في سياحة بسبب غلاء الأسعار أو بسبب تفضيلها السياحة خارج الجزائر، لأنها وجدت أن الخدمات السياحية المقدمة هناك جيدة مقارنة بالأسعار.

- هناك إقبال جيد للسائح الجزائري على السياحة الداخلية بسبب الإمكانيات الطبيعية الخلابة والمتنوعة التي تملكها الجزائر، لكن الخدمات والمرافق السياحية ليست في المستوى المقبول والملائم لتطلعات السائح المحلي، لهذا نجد السائح المحلي يذهب في رحلة سياحية داخلية، لكن لا يعتمد كثيرا على الخدمات الموجودة كالفنادق والمطاعم والمواصلات، فيلجأ لكراء منازل، ويعتمد على نفسه في تحضير الأكل، ويستخدم السيارة في تنقلاته، وهذا يؤدي إلى فقدان مداخل مهمة للقطاع السياحي من جهة، كما يؤدي لسيطرة السوق السوداء على هذا القطاع، خاصة فيما يخص كراء المساكن، وأيضا يؤدي إلى اكتظاظ الطرق.
- قلة البدائل السياحية المتوفرة تؤدي إلى اكتظاظ المتوفر منها وغلاء أسعارها.
- المرافق والخدمات السياحية مركزة كلها في المناطق الساحلية، وفي فصل الصيف فقط، وإهمال بقية الأنواع من السياحة المتوفرة في الجزائر.
- توقف وسائل النقل في وقت مبكر وغلاء سيارات الأجرة يؤدي إلى التأثير سلبا على السياحة الداخلية، لأن حركة المواصلات غير متلائمة مع حركة السياح في المناطق السياحية.
- اختيار الوجهة السياحية على أساس الإعلانات ضعيف جدا، وهذا يدل على ضعف الترويج للمرافق السياحية في الجزائر.

#### 2.4. التوصيات:

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها، تم اقتراح التوصيات التالية لتنشيط السياحة الداخلية أكثر:

- التشجيع على الاستثمار في مرافق سياحية موجهة للطلب المحلي مما يساعد على تنشيط السياحة الداخلية أكثر، من خلال زيادة العرض السياحي الذي يؤدي إلى المنافسة في زيادة جودة الخدمات وتخفيض أسعارها، حتى يمكن جذب تلك الفئة التي تفضل السياحة خارجا. أيضا تنويع العرض السياحي حتى يناسب كل الفئات من حيث الأسعار.
- أخذ كل الأنواع السياحية بعين الاعتبار وفي كل الفصول من حيث المرافق والخدمات، حتى تنشط السياحة في كل المناطق وعلى طول السنة.

- تقنين حظائر ركن السيارات، والتركيز على أمن المناطق السياحية ينشط أكثر السياحة الداخلية.
- نشر الوعي السياحي خاصة لدى سكان المناطق السياحية، وأهمية السياحة في تنشيط مناطقهم، حتى تتحسن المعاملة تجاه السياح الوافدين.
- الاهتمام بعامل النظافة في المرافق السياحية، حيث يعتبر شكوى ومطلب رئيسي من عدد كبير من العينة.
- السعي لزيادة النشاطات في المناطق السياحية التي تخص الترفيه والتسلية، لأنها تعد لب النشاط السياحي.

### 5. قائمة المراجع:

Camilleri, M. A., (2018), *the tourism industry: an overview. In travel marketing, Tourism Economics and the airline product, Cham, Switzerland: Springer Nature.*

آسيا بلقاضي، (2020)، دراسة قياسية لمحددات الطلب السياحي الدولي: مقارنة بين الجزائر وتونس، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر.

عميش سميرة، (2015)، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الجزائر.

بلبالي عبد السلام، بللعا أسماء، بن العارية حسين، (2018)، واقع السياحة الداخلية في الجزائر ومتطلبات تحقيق تنمية سياحية مستدامة، مجلة الحقيقة، المجلد 17(03)، 328-359.

حمایزیه لامیه، (2022)، التداعيات الاقتصادية والاجتماعية لجائحة كوفيد-19 على قطاع السياحة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 09 (02)، 175-195.

خلفي عيسى، فرحات سميرة، (2016)، أثر الاستثمار السياحي على السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، المجلد الثاني (06)، 119-142.

مخزومي لطفي، زروخي فيروز، عبد اللاوي عقبة، (2020)، السياحة الداخلية في الجزائر: واقعها وسبل تطويرها، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، المجلد 11(01)، 55-65.

- شعلاّل ميلود، راتول محمد، (2019)، تنشيط السياحة الداخلية كمؤشر لرفع التنافسية السياحية بالجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08(03)، 268-293.
- عبادي محمد، زهواني عبد الرزاق، (2019)، تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية: اتصالات الجزائر نموذجا، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08 (03)، 146-162.
- عمري حدة، (2022)، بين التقليدية والافتراضية تحول رقمي للسياحة في ظروف الجائحة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 09 (02)، 476-499.