

تحديات تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر
-دراسة ميدانية-

**The Challenges Of Revitalizing The Domestic
Tourism In Algeria- A Field Study -**

راضية بن نوي⁽¹⁾، جامعة باتنة 1
radhiabennoui@gmail.com
ايمان بن زيان، جامعة باتنة 1
iman.benziane@gmail.com
مخبر: اقتصاد المؤسسة والتسيير التطبيقي LEEGA

تاريخ القبول: 2019/10/11

تاريخ الإرسال: 2019/09/23

ملخص:

نظرا لما تتمتع به الجزائر من تنوع كبير في المقومات الطبيعية، الثقافية، والتاريخية، حيث تعتبر عنصر جذب قوي لممارسة كل أنواع السياحة الجبلية منها والصحراوية والشاطئية وغيرها، مقابل ذلك هدفت هذه الدراسة الى ابراز أهم المشاكل والنقائص التي يعاني منها القطاع والتي أدت الى تأخره رغم الجهودات التنموية التي وضعتها الدولة وبالتالي ادت الى ضعف نمو الطلب السياحي الداخلي، حيث تم اجراء هذه الدراسة بالاعتماد على استبيان وزع على عينة عشوائية من 150 مستجوب لتقييم توجهات الأفراد نحو السياحة الداخلية ومدى اهتمامهم بها وبتنوع خرجاتهم داخل الوطن. وقد انتهت الدراسة بمجموعة من النتائج اهمها الحاجة الكبيرة الى رفع مستوى البنية القاعدية وجودة المنتجات المقدمة اضافة الى ارساء الوعي بين الافراد بأهمية هذا القطاع وخلق بيئة بناءة ومساندة لتنمية السياحة الداخلية.

الكلمات المفتاحية: السياحة الداخلية- بيئة السياحة الداخلية- تنمية السياحة الداخلية- الطلب السياحي الداخلي- الجزائر.

(1) - المؤلف المراسل

Abstract:

Algeria has a rich diversity of natural, cultural and historical factors which makes it a major tourist attraction. However, there is a significant delay in the tourism sector in Algeria, especially the weak growth of domestic tourism demand despite the government's development efforts. Accordingly, This study sought to highlight the most important problems and shortcomings in the Algerian tourism sector that hinder its development .

This study was conducted on the basis of a questionnaire distributed to a random sample of 150 respondents to assess the attitudes of individuals towards domestic tourism in terms of their interest in and of diversification extent of their tours inside the country. The study ended with a set of results regarding the development of domestic tourism. The most important of which are the need to raise the *basic infrastructure*, the necessity to improve the quality of the products offered, the requirement to build awareness among individuals about the importance of the tourism sector and the work to create a constructive and supportive environment.

Keywords: domestic tourism, domestic tourism environment, domestic Tourism demand, domestic Tourism development

مقدمة:

يلعب القطاع السياحي دورا هاما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة ذلك أنه يعد مصدرا هاما للدخل الوطني وخلق فرص عمل مباشرة في القطاع السياحي وفرص غير مباشرة داخل القطاعات التي تمتد النشاط السياحي بالسلع والخدمات بالإضافة الى دوره في تنشيط الاستثمار وتنمية المناطق التي تعتبر نقاط جذب للسياح.

على الرغم من الأهمية القصوى لهذا القطاع اضافة الى ما تتمتع به الجزائر من المقومات السياحية الطبيعية، الموقع الجغرافي والتنوع المناخي، الشواطئ الجميلة، الصحراء، الحمامات المعدنية والاستشفائية، التراث الحضاري والتاريخي، الآثار التاريخية والحضارية القديمة. حيث يمنح هذا التنوع في الثروات امكانية مزاولة مختلف انواع السياحة، الثقافية، الترفيهية،

الرياضية، وسياحة المؤتمرات وغيرها، مما يؤدي الى تنوع ونمو الطلب السياحي. الا أن نصيب الجزائر من السياحة مازال متأخرا، وهو ما يستدعي ضرورة تدعيم السياحة من منطلق أنها أصبحت صناعة لها مقومات أساسية متعددة وتعتمد على التخطيط السليم والفعال، والاستثمارات الضخمة وتنظيم اداري متطور اضافة الى الجهود التسويقية، من أجل مواجهة نقاط الضعف والمعوقات التي قد تحول دون الاستفادة من الفرص والخيارات التي يدرها الأداء المتميز لهذه الصناعة.

مشكلة الدراسة: ومن هنا نتجت مشكلة البحث التي تتمحور حول ابراز مقومات السياحة الداخلية وأهم المشاكل التي تقف عائقا أمام نمو الطلب عليها، والتي يمكن صياغتها في السؤال الرئيسي التالي: ما هي ابرز معوقات نمو الطلب السياحي الداخلي؟

- أهداف الدراسة:

- التعرف على المقومات السياحية، وأنواع السياحة الداخلية التي تتمتع بها الجزائر؛
- تحليل البيئة السياحية الداخلية في الجزائر بتحديد نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات؛
- التطرق الى المعوقات العامة لنمو الطلب السياحي؛
- توضيح ابرز اهداف مخطط تنمية السياحة في الجزائر؛
- تحديد توجهات المستهلكين السياحيين عينة الدراسة حول أهم المشاكل التي تعيق نمو الطلب السياحي الداخلي.

1- مقومات السياحة الداخلية في الجزائر.

تتنوع مقومات السياحة في الجزائر مما أتاح تعددا في النشاط السياحي، ومن أهم هذه المقومات:

- التضاريس الجبلية: تتمتع الجزائر بتنوع التضاريس ومعها المناخ، فجمال السلاسل الجبلية التي تكسوها أنواع مختلفة من النباتات والأشجار تضيف جمالية تعتبر عامل جذب سياحي بامتياز، خاصة في فصل الشتاء حيث تشجع الاستمتاع برياضة التزلج. كما أن المناطق الجبلية تحتوي على ثروات سياحية

هامة إضافة إلى المناظر الطبيعية الجميلة كالمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة (عميش، 2015، ص.127).

- **الصحراء:** تشتمل الصحراء الجزائرية على مناطق جذب سياحية متنوعة بين مواقع أثرية وواحات تحتضن سنويا العديد من الاحتفالات والتظاهرات الثقافية والفنية، و سنويا يفضل الكثير من الجزائريين الاحتفال بحلول رأس السنة في الهقار والطاسيلي والاستمتاع بمنظر الأسكرام الوحيد في العالم بأسره. إضافة الى أن منطقة الهقار، توجد بها أعلى قمة بالجزائر، وهي قمة "تهاء" ب 3003 متراً.

- **الثروة الحموية:** تعد السياحة العلاجية القائمة على الثروة الحموية من أهم أنواع السياحة التي ينشط عليها الطلب بشكل كبير، ويعود ذلك الى الغنى الجلي في الثروة الحموية المنتشرة في كافة مناطق الوطن، حيث يزيد عدد منابع المياه الحارة والجوفية عن 200 منبع، وكذا ترسخ ثقافة زيارة الحمامات سواء لعلاج العديد من الأمراض أو للاستجمام.

- **التراث الحضاري والثقافي:** تعاقب الحضارات على الجزائر جعلها تمتلك موروثا ثقافيا كبيرا ومخزونا تراثيا واسعا بشقيه المادي وغير المادي من كتابات الانسان الأول على صخور الهقار والطاسيلي والتي تعود الى آلاف السنين، الى كل الآثار التي ظلت وزال أصحابها، الى الصناعات التقليدية المختلفة من منطقة الى أخرى، الى القصص والحكايات والأشعار المخدلة لمآثر السلف (زغيب، زيرق، 2012، ص ص. 4، 5).

1.1- أنواع السياحة الداخلية في الجزائر.

يعتبر التصنيف الطبيعي أحد أهم الأسس التي على ضوئها يتم تحديد أشكال وأنواع السياحة، ووفقا لهذا المعيار يمكن أن نجد الانواع السياحية التالية:

- **السياحة الساحلية:** يقصد بالسياحة الساحلية هي تلك السياحة التي تنشأ وتقام من طرف الأفراد على امتداد شواطئ البحار والمحيطات، وتحظى باهتمام الافراد من أجل الاستجمام أو لأغراض علاجية وذلك عن طريق السباحة أو الاستلقاء على الرمال (مداح، 2017، ص.2).

وتشهد السياحة الساحلية في الجزائر توافد العديد من السائحين المحليين، نظرا لما تزخر بها الجزائر من شريط ساحلي على امتداد 1200 كم، ومحاذ للبحر الأبيض المتوسط، ناهيك عن الشواطئ الخلابة، إلا أن الإهمال الذي يطال الشواطئ وانعدام مقومات النظافة، إلى جانب ارتفاع تكاليف الاصطياف في المدن الساحلية الجزائرية، مما أدى إلى عزوف بعض السياح والتوجه إلى مقاصد سياحية أخرى وبأقل تكلفة. وتضم السياحة الساحلية في الجزائر الأنواع التالية (وزارة تهيئة الأقليم البيئية والسياحة، 2008، ص.8).

• **السياحة الشاطئية:** وتضم جميع النشاطات السياحية التي تمارس على الشاطئ، والمتمثلة أساسا في الاستلقاء تحت الشمس وفوق الرمال لأغراض علاجية أو تجميلية، وكذا مختلف الألعاب الشاطئية التي تمارس من طرف الأفراد للترفيه والتسلية أمام البحر. وكذا نوادي ومخيمات الأطفال وجميع النشاطات المتنوعة التي يمكن أن تنشأ وتمارس على الشاطئ.

• **سياحة الأنشطة الرياضية:** ويقصد بها جميع الممارسات الرياضية التي تمارس على الشاطئ، ومن أمثلتها كرة طائرة الشاطئ وكرة القدم كذلك، بالإضافة إلى رياضات أخرى تمارس في البحر كركوب السفن الشراعية، الغطس والصيد البحري.

• **سياحة البيئة الساحلية:** ويقصد بـسياحة البيئة الساحلية الاقتراب من البيئة الساحلية ومنها طرق اكتشاف تلال الرمال، بالإضافة إلى التعرف على الأسماك والنباتات التي تنشأ في تلك المناطق دون غيرها، وكذا مختلف الحيوانات البحرية التي تعيش فيها.

- **السياحة الصحراوية:** هي نوع من أنواع السياحة الطبيعية، مجالها الصحراء، بما فيها من مظاهر طبيعية تتمثل في الكثبان الرملية، الجبال الجرداء والأودية الجافة والواحات الطبيعية، ومن مظاهر بشرية تتمثل في أسلوب حياة وثقافة الشعوب الصحراوية المتناغمة والمنسجمة تماما مع طبيعة الصحراء لتشكل في تفاعلها الطبيعي والبشري نمطا غريبا عن أنماط الحياة المألوفة في المدن والأرياف (خنفري، بورنيسة، 2018، ص.6).

وتتضمن السياحة الصحراوية في الجزائر الأنواع التالية: (وزارة تهيئة الاقليم البيئية والسياحة، ص. 12).

• **سياحة العروض المتجولة:** ويقصد بالعروض المتجول إقامة المخيمات الصحراوية في عدة مناطق في الصحراء الجزائرية الشاسعة، حيث تنقل هذه المخيمات في كل مرة إلى منطقة أخرى وذلك حتى يتم التعريف بالصحراء الجزائرية، وبالتالي السياحة التي يمكن أن تقام فيها.

• **السياحة الزراعية الصحراوية:** وتهدف السياحة الزراعية الصحراوية إلى تنمية الإنتاج المصغر حول النخيل والتمثل في التمور بشتى أنواعه، بالإضافة إلى مختلف الخضر والفواكه التي لا تنمو إلا في الصحراء، وبالتالي تشكل طابعا مميزا للسياحة هناك.

• **سياحة الجولات على طريق الواحات:** وتتم الجولات على طريق الواحات وذلك من خلال الاستفادة من السلسلة الكبيرة للواحات المشكلة من واحات في عدة ولايات جنوبية والتي تعتبر كأماكن للترفيه ومن أهمها الواحات المتواجدة في غرداية والأغواط والبيض.

- **السياحة الحموية:** وهي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند الأفراد، وتسمى بالسياحة الحموية لكونها تقام أساسا على مستوى الحمامات والينابيع المعدنية، حيث تعتبر كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب، وتتمارس السياحة الحموية بغرض الشفاء من بعض الأمراض، والتخفيف من الآلام والأوجاع (خنفري، بورنيسة، ص. 7).

- **السياحة المناخية والجبلية:** يستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال، والبعض الآخر قرب البحار، ونوع آخر في الصحراء، أما السياحة الجبلية فعادة ما يكون لها فصل واحد الا في بعض الجبال التي تكون لها فصل سياحي شتوي من أجل التزلج على الثلج وفصل صيفي للتدفئة (مداح، ص. 2).

اضافة الى ما سبق هناك أنواع أخرى من السياحة الداخلية في الجزائر: (عميش، ص. 128، 131).

- **السياحة الثقافية:** تهدف الى تنمية الذاكرة التاريخية للجزائر، ويكون ذلك من خلال مخططات وطنية لتنظيم وإثراء العرض الحالي، ربط المتاحف بشبكة الطرق مع صيانة مختلف هذه المواقع باستمرار، حيث يتم وضع بنية لإرث الثقايفي الجزائري للتعريف به للسياح الجزائريين أولا والأجانب ثانيا، تطوير المواعيد والأحداث المهمة كالمهرجانات والاحتفالات. وتتضمن السياحة الثقافية ما يلي:

• **السياحة الثقافية والاجتماعية:** وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها وتقاليدها، وكذلك التعرف على الصناعات التقليدية والتظاهرات الثقافية المختلفة، حيث أنهما تلعبان دورا كبيرا في ترقية السياحة.

• **السياحة الأثرية:** تتميز الجزائر بالعديد من المزايا الأثرية بفضل ما تحويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ.

• **السياحة الحضارية:** مرت على الجزائر جملة من الحقب كالكارتاجية، الرومانية والمملكات النوميدية، وكل مرحلة من هذه المراحل لها أهميتها التاريخية والحضارية.

• **السياحة الدينية:** هناك العديد من المقدسات في الجزائر والتي تعد سببا في السياحة الدينية في الجزائر، كالتاريخ الروماني، القديس أوغستين، الأب فوكولت التي تجذب السياح غير المسلمين.

- **السياحة الحضرية:** إن السياحة الحضرية هي تلك السياحة التي تتم بأشكالها المختلفة والمتنوعة على مستوى المدن، حيث تضم السياحة الحضرية العديد من الأنواع السياحية كما يلي:

• **سياحة التسلية في المدن:** وتتمحور سياحة التسلية في المدن في مختلف أماكن التسلية التي تتواجد على مستوى الفضاءات الخضراء بهدف اللعب والمرح والذي هو أساس التسلية، بالإضافة إلى مراكز الإعداد البدني بمختلف التجهيزات الرياضية والتي تكون سببا في السياحة أحيانا في المدينة.

- **سياحة الأعمال:** إن سياحة الأعمال لها أوجه عديدة ومن أهمها إقامة المؤتمرات والندوات والصالونات، وكذا اكتشاف وسط المدينة من خلال بعض الرحلات الاستكشافية التي تقام لأغراض سياحية.
- **سياحة المرافق النفعية:** وتتمثل سياحة المرافق النفعية أساسا في حركة الأفراد اتجاه مركبات التسلية، وزيارة أهم المطاعم الفاخرة، بالإضافة إلى حركة التجارة بمختلف أوجهها.

2.1. تحليل بيئة السياحة الداخلية في الجزائر.

لا بد من تحليل مقومات البيئة السياحية الجزائرية، وذلك لتحديد طبيعة الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية، وكذلك لتقييم البيئة الداخلية من خلال تحليل جوانب القوة والضعف. وبالتالي الوصول إلى عدد من الاستراتيجيات البديلة لاستغلال الفرص وتجنب التهديدات.

نقاط القوة: تتمثل في: (عرا ب، 2012، ص ص. 151، 152).

- الموقع الجغرافي المتميز الذي يطل على حوض البحر الأبيض المتوسط.
- المناخ الذي يمتاز بالاعتدال على مدار السنة، مما أعطاها ميزة نسبية في استمرار الموسم السياحي على مدار السنة.
- انخفاض مستوى تكاليف المعيشة.
- وجود تشريعات وقوانين وأنظمة حديثة ومتطورة تعمل على توفير المناخ الاستثماري الملائم لكن تبقى تنقص الإرادة السياسية وتطبيق القوانين؛
- المقومات التاريخية والدينية.

نقاط الضعف: تتمثل في: (عرا ب، ص ص. 152، 153)

- نقص كبير في خدمات البنية التحتية.
- انخفاض القدرة الاستيعابية للمؤسسات السياحية.
- ضعف الإدارة في هذا المجال ونقص فادح في الخدمات المقدمة للسواح.
- انخفاض مستوى الوعي السياحي.

- التضارب في الصلاحيات والمهام المتعلقة بالأنشطة السياحية والتسهيلات المقدمة من أجل تطويرها.
 - محدودية الموارد المالية للإدارة السياحية من أجل البحوث والدراسات وتطوير المناطق السياحية.
 - انخفاض مستوى وسائل الدعاية والإعلام السياحي لتلبية حاجات ورغبات السياح وجذبهم.
- الفرص الكامنة:** تتمثل في: (عراب، ص. 154).
- هناك إمكانيات كبيرة للنهوض بالخدمات السياحية المقدمة في الجزائر كما ونوعا، وذلك بإنشاء الفنادق وتكوين اليد العاملة.
 - المنافسة في وسائل الإعلام وأنشطة تسويقية مختلفة بهدف التركيز على عناصر الجذب السياحي والتعريف بالمناطق السياحية الموجودة في الجزائر.
 - التعريف بالمناطق السياحية المختلفة الموجودة في الجزائر عن طريق السفارات والمراكز الثقافية ومكاتب السياحة الموجودة في دول العالم المصدرة للسياح.
 - المنافسة في الأسعار وذلك بجعل مستوى أسعار الخدمات السياحية وبرامج الزيارة مناسبة مقارنة بدول الجوار مما يزداد في الطلب السياحي.
 - عائد الاستثمار في مجال السياحة يكون أكبر وأسرع.
- التحديات المحتملة:** تتمثل في: (عراب، ص. 154)
- وجود منافسة شديدة للدول المجاورة وذلك لامتلاكها بنية تحتية وخدماتية ومرافق وأنشطة أكثر تطورا وتنوعا.
 - عدم وجود وعي وثقافة سياحية للمجتمع الجزائري بصفة عامة.
 - عدم استغلال قنوات التوزيع والترويج بالشكل الأمثل لجذب أكبر عدد ممكن من السياح.
 - نقص التمويل مما ينعكس سلبا على جودة الخدمات والمشاريع السياحية.

2. الطلب السياحي الداخلي.

يمثل الطلب السياحي الداخلي مجموع الأفراد المحليين المحتمل مشاركتهم في حركة سياحية باتجاه المناطق السياحية المتواجدة في بلدهم الأم، ضمن إطار سياحة داخلية لا تتجاوز حركة الانتقال السياحي فيها الحدود الجغرافية للبلد.

1.2. معوقات نمو الطلب السياحي الداخلي.

هناك مجموعة من المعوقات التي تحول دون نمو الطلب السياحي الداخلي، والتي جعلت من السياحة الداخلية قطاعا لم يحظ بالاهتمام والرعاية الكافية وتتلخص هذه المعوقات فيما يلي: (العسالي، 2015، ص ص. 159، 162)

المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي: تتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والاحصاء السياحي، إذ أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية، وتعتبر مهمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط السياحي مثل: توزيع السياح حسب طريقة الوصول الى المنطقة برا أو جوا، الغرض من القدوم، أماكن الإقامة كالفنادق أو البيوت أو القرى السياحية، تصنيف السياح حسب السن والجنس ...، استطلاع الرأي في الأماكن السياحية...

ان توفر هذه البيانات والمعلومات يمكن القائمين بالتخطيط من تركيز جهودهم نحو التوسع في انشاء الفنادق من فئة معينة وتطوير الموارد والخدمات المرفقة بها، اضافة الى دعم طرق المواصلات. يضاف الى ذلك عدم توفر كتيبات وخرائط سياحية كاملة وشاملة لمناطق الجذب السياحي، وتضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارة المختصة بالسياحة وبعض الوزارات والمؤسسات الأخرى ذات العلاقة، وعدم توفر رؤوس الأموال المحلية اللازمة للاستثمار السياحي.

سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة: قد يلاحظ أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها.

التضخم: يعود ذلك الى عدة أسباب من أهمها انخفاض الانتاجية وقلّة العرض قياسا بحجم الطلب.

ضعف البنية التحتية الخاصة بالقطاع السياحي، وضعف القدرات الاقتصادية على المستوى الوطني كالفقر وانخفاض دخول الأفراد.

تحديات المورد البشري: تتمثل في توفير الثقافة السياحية لأفراد المجتمع المحلي، من خلال تحسيسهم وإشراكهم في تطوير سياحتهم والمساهمة في ترقيتها، والعمل على توفير الموارد البشرية ذات الكفاءة المهنية بتوفير التكوين السياحي في مختلف مجالات الخدمات السياحية. (عوينان، 2013، ص ص. 294، 295)

المعوقات الخاصة بالسياسة التسويقية: وتتمثل أهم المعوقات الخاصة بالسياسة التسويقية المؤثرة في الجذب السياحي في: (عوينان، ص ص. 155، 156).

- عدم وجود إستراتيجية تسويقية ذات فعالية يساهم فيها القطاع الحكومي مع الخاص في المجال السياحي؛
- عدم وجود سياسات مشتركة بين القطاع الخاص السياحي تحت إشراف وزارة السياحة بحيث يكون التسويق له الاعتبار الوطنية وليس المصلحة الفردية وهذا مؤثر وفعال ومريح للجميع على المدى الطويل؛
- ضعف الجهود التنشيطية والتسويقية الموجهة لسوق السياحة الداخلية والتي تعتبر البديل الوحيد بالنسبة للسياحة الخارجية في الظروف السياسية والأمنية الراهنة؛
- قلة البرامج الإعلامية المحلية وانعدامها بالنسبة للإعلام الدولي والتي تبرز خصائص المنتج السياحي الجزائري وتنوعه وأماكن تواجده وكيفية الحصول عليه؛
- عدم تفعيل التواجد في الأسواق السياحية الدولية بالاعتماد على خصائص التراث الجزائري والمناطق الجذابة للسياحة الدولية؛
- تطوير الجودة لا بد أن يشمل جودة الأقسام المختلفة وجودة المنتج والخدمة والمؤسسات انطلاقا من نتيجة حتمية وهي أن رضا المستهلك عن المنتج أو الخدمة في النهاية هو الأساس، إضافة إلى المعوقات المتعلقة بالنقل خاصة الاضطرابات التي تعرفها الرحلات الجوية.

مشاكل ومعوقات أخرى: هناك أيضا مشاكل أخرى تشترك فيها معظم الدول السياحية في البلدان النامية وأهمها: (الصيرفي، 2007، ص. 53).

- عدم الاهتمام بنظافة المناطق السياحية التي يأتي اليها السائحون من الخارج والداخل مما جعل الحركة السياحية الداخلية تنخفض الى حد كبير؛
- ارتفاع أسعار الإقامة بالفنادق في المناطق السياحية بالنسبة للسائح الداخلي مما يعوق حركة السياحة الداخلية ويؤدي الى عدم تحقيق جذب سياحي كبير من راغبي السياحة الداخلية كما يؤثر على حجم الانفاق في هذه المناطق.

2.2. المتطلبات الأساسية لنمو الطلب السياحي الداخلي.

لكي تتقدم السياحة الداخلية الى مستوى عال وينشط الطلب عليها، تتطلب توافر لها بعض المقومات الأساسية أهمها ما يلي:

- **تحسين وزيادة المنشآت القاعدية:** وذلك من خلال مجموعة من الآليات: (غال، 2010، ص. 10، 13).

□ **تتويج النقل الحضري والوطني:** من خلال تأمين وتزويد كامل المواقع بخطوط النقل الجماعي وتتويجه، اضافة الى هيكلة وتحديث وسائل النقل العام والخاص، صيانة شبكة الطرقات، فك العزلة عن المناطق النائية بهدف ادماجها في المنتج السياحي؛

□ **تحسين النقل الجوي:** بتشجيع المنافسة، تطبيق تسعيرات تفضيلية، تحسين بنية المطارات، تحسين المعاملة ونوعية الخدمات المقدمة على متن الطائرات؛

□ **توفير منشآت الاستقبال:** بتنظيم عملية الايواء ومقطورات التخيم، احترام معايير تصنيف المنشآت الفندقية، تسمية الشوارع والمناطق وتحسين الاشارات على مستوى المواقع، حسن توزيع مرافق الصرف الصحي... وغيرها؛

□ **توفير المنشآت الثقافية والترفيهية الكافية:** انطلاقا من تقييم الاحتياجات في المنشآت الثقافية والترفيهية، تهيئة وتأمين المناطق التاريخية والطبيعية، اظهار الخصائص المعمارية التي تبرز الهوية المحلية، وترقية الموروث الثقافي.

- اتخاذ اجراءات لاحترام المحيط: من خلال المحافظة على المساحات الخضراء وخلق مساحات جديدة، وضع برامج تحسيسية لمحاربة اهدار الثروات الطبيعية والمحافظة على نظافة الشواطئ.
- تحسين تكوين وتأطير عمال قطاع السياحة: بواسطة انشاء بنى مختصة بالاتصال السياحي، انشاء نظام لتأطير وتكوين المرشدين السياحيين والفاعلين المعنيين بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في النشاط السياحي.
- ضمان التحسيس والترويج للمنتجات السياحية: من خلال دعوة الجمعيات الناشطة في الخارج للمساهمة في الترويج للخصائص السياحية للبلد، حث القطاع الخاص بالمشاركة في تمويل وتنظيم التظاهرات للترويج للمنتجات السياحية، تحسيس الأهالي عن أهمية قطاع السياحة من خلال المدارس، وتفعيل التعاون بين مختلف المشاركين في القطاع السياحي.
- تبني استراتيجية ملائمة: يساعد في ذلك إدماج القطاعات الناشطة الكبرى (الزراعة الحديثة والتقليدية، الصيد...)، في المجال السياحي، ضرورة تصميم منتجات سياحية متلائمة مع خصوصية الطلب الداخلي، تنوع المرافق السياحية في المدينة والأقاليم (قرية سياحية، مأوى. استضافة عند السكان...)، تهيئة وتطوير بعض المناطق السياحية المهملة، تنوع المنتج السياحي المقدم(السياحة في المدينة، السياحة الريفية، ...)، وتفعيل دور الجمعيات المكلفة بالسياحة على مستوى المناطق.

3.2. مخطط تنمية السياحة في الجزائر.

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يسعى لتحقيق خمسة أهداف أساسية، وهدفه الأول هو ترقية القطاع السياحي ليكون محركا رئيسيا للنمو الاقتصادي، من خلال جعل السياحة بديلا حقيقيا يحل محل المحروقات، مع منح السياحة الجزائرية مكانة دولية بغية المساهمة في خلق مناصب الشغل، والمساهمة في تحقيق التوازنات الكبرى للاقتصاد الوطني، من خلال تحسين وضعية الميزان التجاري وميزان المدفوعات، بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية من خلال تحسين العرض السياحي . (Shema Directeur D'amenagement Touristique, 2008, P.22)

- يسعى المخطط التوجيهي كذلك إلى التحسين المستمر والدائم لصورة الجزائر السياحية، بهدف تغيير التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون حول السوق السياحية الجزائرية، وهذا يجعل من السياحة الجزائرية سوقاً رئيسية وهامة وليست سوقاً ثانوية.

- كما يهدف إلى تحقيق أثر وانسجام للقطاع السياحي مع بقية القطاعات الأخرى كالزراعة والبناء والأشغال العمومية والصناعة والصناعة التقليدية. بصفة عامة، استراتيجيات السياحة المستدامة هي تلك التي تراعي وتحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتساهم في التنمية المحلية . (shema directeur d'amenagement touristique, p.23)

- انطلاقاً من هذا، عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على إقامة علاقة متينة مع العناصر الأساسية للتراث الإقليمي الذي يشمل الإنسان، الطبيعة، المناخ والتراث التاريخي، إذ تشكل هذه العناصر صورة السياحة وجاذبيتها وموقعها وإنتاجها، كما تراعي التنمية المستدامة الموارد البيئية والمحافظة عليها من خلال إدخال الديمومة البيئية في مجمل حلقات التنمية السياحية . (عوينان، ص. 289).

حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية خمس ديناميكيات فعالة كركائز محورية لإعادة إنعاش السياحة الوطنية من خلال برنامج حكومي معتمد ويتعلق الأمر ب: (عراب، ص ص. 145، 146).

تتمين الوجهة السياحية الجزائرية: بهدف خلق وجهة مميزة ذات مردودية وذات امتياز وتنافسية على الصعيد الدولي والداخلي وهذا بتتمين إنتاج عرض سياحي متنوع ذو نوعية عالية.

إنشاء أقطاب سياحية ذات امتياز: بهدف خلق أقطاب سياحية نموذجية للسوق السياحية الدولية والتسويق لوجهات سياحية بالجزائر.

وضع مخطط "الجودة" في الجزائر: يأمل هذا المخطط إلى منح عرض سياحي مميز يستجيب لرغبات الزبائن، المواطنين والأجانب.

- تنفيذ شراكة عمومية وخاصة.

- تطوير إستراتيجية تمويل قطاع السياحة.

وعلى الصعيد الاقتصادي وإعطاء مكانة حقيقية للقطاع السياحي، اتبعت الجزائر سياسة جديدة متمثلة في فتح المجال للاستثمار الخاص الوطني والأجنبي. ولقد شددت السلطات على أن تتحول الجزائر من بلد مصدر للسياحة إلى بلد مستقبل للسياحة، حيث أنه يتوقع وصول 11 مليون سائح في أفق 2025 وأكدت أن التنمية السياحية هي أولوية وطنية لأنها عامل هام في النمو الاقتصادي للبلاد.

3. معوقات نمو الطلب السياحي الداخلي من وجهة نظر المستهلكين السياحيين (دراسة ميدانية).

1.3. المنهجية والأدوات:

- عينة الدراسة: استكمالا للموضوع تم اعداد دراسة ميدانية بالاعتماد على استبانة لتقييم اهتمام المستهلك السياحي بالسياحة الداخلية وتوضيح أهم المعوقات التي تحول دون زيادة الطلب على هذا النوع من السياحة، وصولا الى ابرز النتائج. تم توزيع الاستبيان الكترونيا وفي مواقع التواصل الاجتماعي على عينة عشوائية من مستهلكي الخدمات السياحية في الجزائر، وتم استرجاع 150 استبيانا خضعت للتحليل الاحصائي.

- محاور الاستبيان: تضمن الاستبيان محورين كما يلي:

المحور الاول: تضمن بيانات عامة تخص المستجوبين حول، الجنس، والسن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الدخل، اضافة الى نوع السياحة التي تمارس غالبا أو تثير اهتمامهم.

المحور الثاني: يقيس اتجاهات المستجوبين حول مدى اهتمامهم بممارسة السياحة الداخلية مقابل المعوقات والنقائص التي تقلل من جاذبية هذه السياحة وتمنع زيادة الطلب عليها.

الادوات المستخدمة في التحليل: تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي ثم تم احتساب المدى (5-1=4)، ومن ثم تم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (5/4=0.80)، بعد ذلك تم إضافة القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي:

تحديات تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر راضية بن نوي- ايمان بن زيان

من (1 إلى 1.80) يمثل موافقة ضعيفة جدا وذلك نحو كل عبارة من عبارات الاستبانة.

من (1.81 إلى 2.60) يمثل موافقة ضعيفة وذلك نحو كل عبارة من عبارات الاستبانة.

من (2.61 إلى 3.40) يمثل موافقة متوسطة وذلك نحو كل عبارة من عبارات الاستبانة.

من (3.41 إلى 4.20) يمثل موافقة عالية وذلك نحو كل عبارة من عبارات الاستبانة.

من (4.21 إلى 5) يمثل موافقة عالية جدا وذلك نحو كل عبارة من عبارات الاستبانة.

كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة، وترتيب العبارات على أساس المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

2.3- تحليل النتائج ومناقشتها:

- تحليل البيانات العامة حول المستهلكين السياحيين.

النسبة المئوية	البيان	
% 48.7	ذكر	الجنس
% 51.3	انثى	
%100	150	المجموع
% 40.7	[18 - 30] سنة	السن
% 49.3	[31 - 45] سنة	
% 10	أكبر من 45 سنة	
%100	150	المجموع
% 3.3	ثانوي أو اقل	المستوى التعليمي
% 19.3	جامعي	
% 77.3	دراسات عليا	
%100	150	المجموع
% 48.7	أعزب	الحالة الاجتماعية
% 21.3	متزوج	
% 30	متزوج بأولاد	
%100	150	المجموع
% 32.7	أقل من 18000 دج	الدخل
% 6.7	[18000 - 30000] دج	
% 22	أكثر من 30000 الى 50000 دج	
% 38.7	أكثر من 50000 دج	
%100	150	المجموع

الجدول رقم I: البيانات العامة حول المستهلكين السياحيين.

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان

تكونت عينة الدراسة من نسب متقاربة بين الذكور والاناث (% 48.7 ذكور، % 51.3 اناث)، تراوحت اعمارهم بين 31 و45 سنة كأعلى نسبة % 49.3

تحديات تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر - راضية بن نوي - ايمان بن زيان

تليها الفئة من 18 الى 30 سنة بنسبة % 40.7، ومثلت الفئة التي تفوق أعمارهم 45 سنة أقل نسبة في العينة بـ % 10. بالنسبة للمستوى التعليمي لأفراد العينة فمعظمهم ذوي دراسات عليا بنسبة % 77.3 وهي نسبة عالية مما يعني أن درجة الوعي عند غالبية أفراد العينة جيدة، تليها نسبة الحاصلين على مستوى جامعي بـ % 19.3 وكأقل نسبة سجلت لذوي المستوى الثانوي أو أقل بـ % 3.3.

أما فيما يخص الحالة الاجتماعية فان % 48.7 من أفراد العينة أعزب، بينما ما نسبته % 21.3 متزوج كأقل نسبة، أما الفئة المتزوجة بأولاد فسجلت نسبة % 30، حيث يمكن أن تلعب الحالة الاجتماعية دورا في اختيار طبيعة السياحة التي يختارها أفراد العينة. بالنسبة لدخول أفراد العينة فقد سجلت نسبة متفاوتة، فأعلى نسبة سجلت للفئة التي تتقاضى دخول أكثر من 50000 دج بنسبة % 38.7، وبفارق قليل بين الفئة التي تتقاضى أجور أقل من 18000 دج بنسبة % 32.7، ونسبة % 22 لمن يتقاضوا أكثر من 30000 الى غاية 50000 دج، وسجلت أقل نسبة للأجور بين 18000 - 30000 دج بنسبة % 6.7.

- نوع السياحة الداخلية المفضلة لدى المستهلكين السياحيين.

النسبة المئوية	البيان	
% 74	السياحة الشاطئية	نوع السياحة التي تمارسها غالباً أو تثير اهتمامك؟
% 29.3	السياحة الصحراوية	
% 19.3	السياحة الحموية والاستشفائية	
% 50	السياحة الجبلية	
% 33.3	السياحة الثقافية (المهرجانات، التظاهرات الثقافية، الأثار والمتاحف...)	
% 36.7	سياحة الأعمال والمؤتمرات	
% 32.7	سياحة التسلية في المدن	
% 1.4	أخرى (ريفية، رياضية)	
	150	

الجدول رقم 2: السياحة الداخلية المفضلة لدى المستهلكين السياحيين.

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان

يتبين من الجدول (2) أن نوع السياحة المفضل بالدرجة الأولى لدى % 74 من أفراد العينة هي السياحة الشاطئية حيث سجلت أعلى نسبة قد يرجع الاهتمام

الكبير بهذه السياحة الى أن معظم أفراد العينة يمارسون السياحة في فترة الصيف، تليها مباشرة السياحة الجبلية بنسبة % 50، ثم سياحة الأعمال والمؤتمرات بنسبة % 36.7 كون معظم أفراد العينة من الفئة المثقفة، ثم السياحة الثقافية وسياحة التسلية في المدن بنسب متقاربة % 33.3، % 32.7 على التوالي، بعدها بنسبة % 29.3 سجلتها السياحة الصحراوية وهي نسبة لا بأس بها ما يعني أن هذا النوع من السياحة بدأ في الانتعاش، ثم السياحة الحموية والاستشفائية بنسبة % 19.3، إضافة الى أنواع أخرى من السياحة حسب اجوبة الباحثين أهمها الريفية والرياضية بنسبة % 1.4.

- نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة من المستهلكين السياحيين على الفقرات التي تقيس الاهتمام بالسياحة الداخلية.

الجدول رقم 3: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة من المستهلكين السياحيين على الفقرات التي تقيس الاهتمام بالسياحة الداخلية.

الرقم	العبارات	الانجرا ف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة	التقييم
01	تهتم بزيارة مناطق سياحية داخل الجزائر كلما سمحت لك الفرصة.	0, 354	4, 907	1	موافقة عالية جدا
02	يشجعك التنوع الطبيعي والثقافي في الجزائر على الاهتمام بالسياحة الداخلية	0, 933	4, 040	2	موافقة عالية
03	تفكر أكثر في قضاء العطلة داخل الوطن عن خارجه.	1, 185	3, 133	6	موافقة متوسطة
04	تهتم بتتويج رحلاتك السياحية داخل الوطن.	0, 926	3, 880	3	موافقة عالية
05	تساهم في نصح الآخرين بممارسة السفر والسياحة الداخلية.	1, 048	3, 700	5	موافقة عالية
06	تهتم بشراء منتجات محلية أو تقليدية كتذكارات من المناطق التي تقوم بزيارتها.	1, 023	3, 800	4	موافقة عالية
07	تتميز الخدمات في المواقع السياحية داخل الوطن بالجودة.	0, 991	2, 060	7	موافقة ضعيفة
	الاهتمام بالسياحة الداخلية	0, 265	646.3		موافقة عالية

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان.

يوضح الجدول (3) أن اتجاهات أفراد العينة نحو الفقرة (1) تقع ضمن مجال التقييم الجيد جدا وتقع في الرتبة الأولى، وقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4, 907) وهو الأعلى، وانحرافها المعياري قدر ب (0, 354)، وهذا يعكس موافقة عالية جدا من طرف المستهلكين السياحيين عينة الدراسة فيما يخص الاهتمام بزيارة مناطق سياحية داخل الجزائر كلما سمحت لهم الفرصة. تليها الفقرات (2) و(4) و(6) و(5) على الترتيب فهي تقع ضمن مجال التقييم الجيد، وبلغ المتوسط الحسابي لها (4, 040) و(3, 880) و(3, 800) و(3, 700) على الترتيب وانحراف معياري قدره (0, 933) و(0, 926) و(1, 023) و(1, 048) على الترتيب، ما يعكس استجابة جيدة أي أن غالبية أفراد العينة يحفزهم التنوع الطبيعي والثقافي في الجزائر على الاهتمام بالسياحة الداخلية ونصح الآخرين بممارستها، كما يهتمون بتبويب خرجاتهم والمواقع السياحية التي يقومون بزيارتها داخل الوطن، كما تعكس اهتمامهم بشراء منتجات محلية أو تقليدية كتذكارات من المناطق التي يقومون بزيارتها.

في حين كانت اتجاهات الباحثين نحو الفقرة (7) تقع ضمن مجال التقييم الضعيف، وقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2, 060) وهو الأدنى وانحرافها المعياري قدر ب (0, 991)، هذا ما يبين عدم رضا الباحثين عن جودة الخدمات في المواقع السياحية داخل الوطن، أما فيما يخص الفقرة (3) فإنها تعكس تقييما متوسطا من طرف الباحثين ما يعني أن أقلية منهم فقط من يفكر في قضاء العطلة داخل الوطن عن قضائها خارجه.

أما بالنسبة للمتوسط الحسابي العام لكافة الفقرات، يقع ضمن مجال التقييم الجيد، بمتوسط حسابي يقدر ب(3, 646) وانحراف معياري يساوي (0, 265)، وهذا يعكس زيادة اهتمام المستهلكين السياحيين بالسياحة الداخلية نتيجة التنوع الطبيعي والثقافي والمواقع السياحية المغربية والمتنوعة، رغم عدم الرضا الكامل عن جودة الخدمات المقدمة في المواقع السياحية ما جعل البعض يفضل قضاء العطلة في الدول المجاورة خارج الوطن.

- نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة من المستهلكين السياحيين على الفقرات التي تقيس معوقات تنشيط الطلب السياحي الداخلي.

الرقم	العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة	التقييم
01	حالة الطرق وحركة المرور.	1, 238	3, 647	7	موافقة عالية
02	مستوى تطور شبكات المعلومات والاتصال (الانترنت، الاتصالات، GPS...).	1, 195	3, 567	12	موافقة عالية
03	مدى توفر وسائل الراحة المناسبة في المرافق السياحية.	1, 123	3, 860	4	موافقة عالية
04	مستوى نظافة المواقع السياحية.	1, 175	3, 947	3	موافقة عالية
05	أسعار السلع والخدمات السياحية.	1, 187	4, 013	2	موافقة عالية
06	أسعار التذاكر (النقل الداخلي، الطيران، سيارات الأجرة، القطارات).	1, 172	3, 833	5	موافقة عالية
07	طريقة المعاملة بين السائح الداخلي والسكان المحليين للمنطقة.	1, 307	3, 587	10	موافقة عالية
08	مستوى الإستقرار السياسي والأمني في المنطقة.	1, 250	3, 573	11	موافقة عالية
09	تكاليف زيارة المعالم السياحية.	1, 191	3, 540	13	موافقة عالية
10	حالة المعالم السياحية والأثرية.	1, 236	3, 613	8	موافقة عالية
11	عدم توفر مراكز المعلومات اللازمة للسياح (في المطار، في الفنادق، في محطات النقل.....).	1, 048	4, 040	1	موافقة عالية
12	مدى توفر المرشدين السياحيين وقدرتهم على الإرشاد السياحي.	1, 188	3, 587	9	موافقة عالية
13	مستوى كفاءة العاملين في المواقع السياحية.	1, 143	3, 793	6	موافقة عالية
	معوقات تنشيط الطلب السياحي الداخلي	0, 064	3, 738		موافقة عالية

الجدول رقم 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة من المستهلكين السياحيين على الفقرات التي تقيس معوقات تنشيط الطلب السياحي الداخلي.

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان.

يوضح الجدول (4) أن الفقرة (11) كانت ذات أعلى متوسط حسابي بـ (4). (040) وتعكس موافقة عالية استنادا إلى استجابات الباحثين بمعنى أن عدم توفر مراكز المعلومات والتوجيهات اللازمة للسياح داخل الوطن سواء في المطارات أو محطات النقل أو الفنادق أو حتى المواقع السياحية والطرق المؤدية إليها كل هذه تشكل عائقا كبيرا بالنسبة للسائح في زيادة طلبه وتوجهه نحو السياحة الداخلية، تليها مباشرة الفقرة (5) بمتوسط حسابي متقارب بـ (4). (013) وبدورها تعكس موافقة عالية بمعنى أن الباحثين يرون أن أسعار السلع والخدمات السياحية داخل الوطن تمثل ثاني أكبر عائق لتنشيط الطلب على السياحة الداخلية حيث يعتبرونها مرتفعة مقارنة بجودتها ومقارنة مع الدول المجاورة. تليها الفقرات (4)، (3)، (6)، (13)، (1)، (10)، (12)، (7)، (8)، (2)، (9) على الترتيب بمتوسطات حسابية متقاربة تراوحت ما بين (3). (947) و(3.540)، وانحرافات معيارية متقاربة أيضا تراوحت بين (1.175) و(1.191).

وكل الفقرات تعكس موافقة عالية حسب اتجاهات المستجوبين ما يمكن تفسيره أن الأفراد عينة الدراسة يوافقون أن كل العبارات تمثل معيقات لتنشيط الطلب السياحي الداخلي، حيث يعني هذا التقييم أن الباحثين من المستهلكين السياحيين غير راضين عن مستوى نظافة المواقع السياحية، ومدى توفر وسائل الراحة المناسبة في المرافق السياحية كالشواطئ والغابات وحدائق التسلية ومناطق التخيم وغيرها من المرافق التي تتطلب تهيئتها، إضافة إلى أسعار التذاكر (النقل الداخلي، الطيران، سيارات الأجرة، القطارات) والتي يعتبرها الباحثون مرتفعة ولا تناسب القدرة الشرائية للمواطن البسيط.

كما يعتبرون أن مستوى كفاءة العاملين في المواقع السياحية متدنية ويفتقرون إلى الاحترافية، وكذا الأمر بالنسبة إلى مدى توفر المرشدين السياحيين وقدرتهم على الإرشاد السياحي.

إضافة إلى سوء تخطيط الطرقات وحركة المرور التي تتسم بالاختناظ غالبا اعتبرها أفراد العينة من معيقات ممارسة السياحة داخل الوطن.

كما أن حالة المعالم السياحية والأثرية وإهمالها ونقص التعريف بها والتوضيحات التاريخية التي يحتاجها السائح تعتبر أيضا من بين المعوقات التي تحول دون انجذاب السائح الداخلي الى التعرف على الموروث التاريخي، إضافة الى تكاليف الدخول لزيارة هذه المعالم رغم حيازتها على الترتيب الأخير إلا أنها عكست بدورها موافقة عالية حسب اتجاه المبحوثين.

يعتبر المبحوثون أن نقص الوعي لدى السكان المحليين في طريقة التعامل مع السائح من بين العوامل المهمة في نقص الطلب على السياحة الداخلية إضافة الى التركيز على مستوى الإستقرار السياسي والأمني في المنطقة.

كما عكس التقييم عدم رضا أفراد العينة على مستوى تطور شبكات المعلومات والاتصال كالأترنت وأهميتها فيما يخص الحجز والدفع، وتقنية GPS.

أما بالنسبة للمتوسط الحسابي العام لكافة الفقرات، يعكس موافقة عالية بمتوسط حسابي يقدر بـ(3,738) وانحراف معياري يساوي (0,064)، وهذا راجع إلى عدم رضا المبحوثين عن كافة مقومات السياحة الداخلية نتيجة ضعف كبير في تخطيط البنية التحتية سيما بالنسبة للطرق وسوء تهيئة المرافق إضافة الى ارتفاع الأسعار بالنسبة لمختلف المنتجات السياحية سيما الخدمات وتذاكر السفر، إضافة الى تدني كفاءة العاملين في المجال السياحي حيث تشكل بمجملها عوائق تحول دون انجذاب السائح الى ممارسة السياحة داخل الوطن وزيادة طلبه عليها.

خاتمة:

اتضح من خلال الدراسة زيادة اهتمام المستهلكين السياحيين بالتعرف أكثر على المواقع السياحية الداخلية نتيجة التنوع الطبيعي والثقافي والمواقع السياحية المغرية والمتنوعة، إلا أن كثرة المعوقات على مستوى البنية التحتية وعدم الرضا الكامل عن جودة الخدمات المقدمة في المواقع السياحية أثار كثيرا على نمو الطلب على هذه الخدمات.

خلصت الدراسة الى جملة من النتائج نذكر أهمها فيما يلي:

- لا يزال مستوى الخدمات السياحية داخل الوطن يعاني من الضعف رغم مجهودات الدولة من خلال مخططات التنمية لترقية القطاع السياحي، وهو ما أثر على توجهات الأفراد السياحية وتفضيل معظمهم قضاء عطلمهم في الدول المجاورة؛

- لازالت تسجل الجزائر تأخرا في مجال البنية التحتية سيما تخطيط الطرقات، اضافة الى التقصير في الاستغلال الجيد لأنظمة المعلومات وشبكات الاتصال في القطاع السياحي والذي من شأنه أن يحقق قفزة في هذا المجال؛

- ارتفاع أسعار المنتج السياحي الداخلي مقارنة بجودته ومقارنة مع دول الجوار، ما يدفع بمعظم الأفراد التوجه الى الدول الأخرى للاستفادة من خدمات مميزة وبأسعار أقل؛

- غياب الوعي والثقافة السياحية لدى الأفراد ما ينعكس على طريقة التعامل مع السائح أو الزائر من خارج المنطقة ما يخلق بيئة طاردة للسياحة؛
- ضعف تهيئة المرافق السياحية بالتسهيلات ووسائل الراحة التي يحتاجها السائح، وذلك بالنسبة لمختلف الفئات؛

- ضعف تكوين العنصر البشري في المجال السياحي ونقص الاحترافية، سواء بالنسبة للعاملين ومقدمي الخدمات وكذا بالنسبة للمرشدين السياحيين .

الاقتراحات: بناء على ما سبق، واعتمادا على النتائج المتوصل اليها، يمكن اقتراح ما يلي:

- على الدولة أن تركز جهودها على وضع خطط تموية مدروسة حسب متطلبات الطلب السياحي الداخلي؛

- تعزيز السبل التي تساعد على تغيير المفاهيم المرسخة في الأذهان حول السياحة ورفع الوعي بالفرص التي يمنحها هذا القطاع، وذلك من خلال تطوير التعليم الموجه نحو السياحة، الحملات التحسيسية والاعلام التوعوي؛

- الارتقاء بجودة وكفاءة البنى الأساسية والخدمات المتعلقة بالسياحة مثل الفنادق والطرق والمرافق العامة ووسائل النقل والاتصالات والاستعلامات التي يحتاجها السائح أثناء رحلته؛
- رفع جودة المنتجات السياحية لتناسب مع الأسعار المعروضة، مع التركيز على تنوع العروض لتتلاءم مع مختلف شرائح المجتمع،
- الحاجة الى تثمين الموروث التاريخي والمعالم الأثرية وزيادة الاهتمام بها من خلال ترميمها والترويج الفعال لها وتكوين ادلاء ومرشدين لتزويد السياح بكافة المعلومات حول هذه المعالم من أجل تعريف السائح بما تملكه بلدهم من تاريخ وحضارة؛
- تطوير كفاءة كافة الاطارات العاملة في القطاع السياحي، من خلال ترقية المناهج الخاصة بمدارس التكوين وتكثيف التبرصات والتدريبات الميدانية.

قائمة المراجع

- خنفري، خيضر، بورنيسة. (2018). " واقع استثمارات السياحة الداخلية في الجزائر على ضوء الاحصائيات الوطنية". الملتقى الوطني العاشر حول السياحة الداخلية في الجزائر واقعها وسبل تطويرها. الجزائر. جامعة أكلي محند أولحاج البويرة. (يومي 10 ، 11 جانفي).
- زغيب، مليكة، زيرق. (2012). " دور ترميم المواقع الأثرية في ترقية السياحة الثقافية الداخلية: رؤية مستقبلية للمسرح الروماني روسيكادا بسكيدة". الملتقى الوطني حول: فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر. الجزائر. مخبر اقتصاد المؤسسة والتسيير التطبيقي. جامعة باتنة 1. (يومي 19 ، 20 نوفمبر).
- الصيرفي، محمد. (2007). التخطيط السياحي، مصر: دار الفكر الجامعي.
- عرب، عبد العزيز. (2011-2012). استراتيجيات تسويق الخدمات السياحية وانعكاساتها على الاقتصاد الوطني. أطروحة دكتوراه. الجزائر. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3.

العسالي، علاء ابراهيم. (2015). السياحة في الوطن العربي، الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.

عميش، سميرة. (2015). "دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015". أطروحة دكتوراه. جامعة فرحات عباس - سطيف- الجزائر.
عوينان، عبد القادر. (2012-2013). «السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025»، «أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر 3.

غال، عبد الله. (2010). "صناعة السياحة في الوطن العربي مفتاح التنمية المستدامة: اشارة لقطاع السياحة في الجزائر". الملتقى الدولي حول: اقتصاد السياحة والتنمية المستدامة. الجزائر. جامعة محمد خيضر- بسكرة.
مداح، عبد الباسط. (2017). "دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة خارج قطاع المحروقات". الملتقى الوطني السابع حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي بالجزائر. الجزائر. جامعة البويرة. (يومي 9، 10 جانفي).

وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية. الجزائر. جانفي 2008.

SHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT
TOURISTIQUE SDAT 2025, Livre 1, Le diagnostic: audit du
tourisme Algérien, Ministère de l'Aménagement du Territoire
de l'Environnement et du Tourisme, Janvier 2008.