

## تأثير المخاطر المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية

## The impact of perceived risks on Algeria's image as an domestic tourist destination

<sup>1</sup>مسعودي عبد الرؤوفطالب دكتوراه. مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة, بحث وإبداع  
جامعة مصطفى اسطيمبولي-معسكر-[raouf.messaoudi@univ-mascara.dz](mailto:raouf.messaoudi@univ-mascara.dz)

هشماوي كمال

أستاذ محاضر-أ- مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة, بحث وإبداع  
جامعة مصطفى اسطيمبولي-معسكر-[hachemaoui.kamel@univ-mascara.dz](mailto:hachemaoui.kamel@univ-mascara.dz)

فُدم للنشر في: 29.09.2020. / فُيل للنشر في: 05.06.2021

**الملخص:**

يهدف هذا البحث الى دراسة أثر المخاطر المدركة المرتبطة بالسياحة على صورة الجزائر كمقصد سياحي داخلي، وبغية الوصول إلى أهداف البحث، تم اللجوء إلى أسلوب الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة من خلال استبانة صممت لهذا الغرض، حيث تم اعتماد 283 استمارة استبيان صالحة للتحليل من أصل 310 موزعة على مواطنين جزائريين، والتي تمت معالجتها إحصائيا باستخدام برنامج (SPSS.26). وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطر المدركة وصورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر، كما تبين بوضوح أن كل انخفاض في مستوى المخاطر يقابله تحسن في الصورة الذهنية المرتبطة بالوجهة السياحية.

**الكلمات المفتاحية:** المخاطر المدركة، الوجهة السياحية الداخلية، صورة الوجهة.**تصنيف JEL: D12، M31.****Abstract :**

This research aims to study the impact of perceived risks associated with tourism on the image of Algeria as an internal tourist destination, and in order to reach the objectives of the research, a survey method was used to collect study data through a questionnaire designed for this purpose, where 283 questionnaires were approved for analysis out of 310 distributed. Of Algerian citizens, which were statistically treated using the program (SPSS.26). The results of this study showed a statistically significant relationship between the perceived risks of tourism and the image of the internal tourist destination of Algeria, and it was also clearly shown that each decrease in the level of risk is matched by an improvement in the mental image associated with the tourist destination.

**Keywords:** perceived risk, domestic tourist destination, destination image.**Jel Classification Codes:** D12, M31.<sup>1</sup>المؤلف المراسل: مسعودي عبد الرؤوف، [raouf.messaoudi@univ-mascara.dz](mailto:raouf.messaoudi@univ-mascara.dz)

## مقدمة

لا تقل السياحة الداخلية أهمية عن السياحة الدولية لدورها الهام في القطاع السياحي ومساهمتها كمورد بديل في اقتصاديات الدول والتي باتت تعرف أيضا بالسياحة المحلية، لذلك حرص الباحثون على إثراء هذا الموضوع بالمزيد من الدراسات التي من شأنها ترقية هذا النشاط والبحث في شروط ومتطلبات التي تزيد من جاذبية الوجهة الداخلية على نحو يشجع المواطنين كسياح محليين للقيام بالرحلات وقضاء أوقات داخل حدود البلد لأغراض سياحية، الى ذلك يبقى السائح المحلي أو المواطن كمستهلك محتمل للخدمات السياحية جوهر العملية التسويقية للوجهة السياحية، حيث يحظى سلوك السائح وقراره الشرائي باهتمام خاص، يجعل من رغباته وآرائه ضمن أولويات العمل التسويقي، حيث أضحت الاقبال السياحي على الوجهة السياحية ذو صلة وثيقة بالصورة الذهنية للسائح حول المقصد السياحي.

وتتوقف حركة السياحة بنسبة كبيرة على ضوء هواجس الريبة وعدم التأكد التي تتبادر الى الازهان كمخاطر محتملة مرتبطة بالوجهة الداخلية مثل السلامة والأمن، ليصبح السائح رهينة التصورات المتصلة بالوجهة أو المقصد السياحي، وفق هذا المنظور يتجلى دور العمل التسويقي من أجل الحد من المخاطر المدركة وتعديلها عاملا مهما في تشكيل وبناء صورة ذهنية إيجابية عن المقصد السياحي المحلي، يسمح بتحقيق الاستجابة المرغوبة لتنشيط حركة السياحة المحلية ويعزز الطلب عليها.

**إشكالية البحث:** إن الاهتمام بتنمية السياحة المحلية في الجزائر من خلال تحسين صورة الوجهة الداخلية له مبرراته الاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية، تحدي يستوجب بذل المزيد من الجهود في سبيل إيجاد بدائل للبترو من أهمها السياحة، وأمام هذه المتغيرات تقدم هذه الدراسة مساهمة لإيجاد حلول إشكالية جلب السياح لارتداد مواقع ووحدات السياحة المحلية، لاسيما مع تواضع الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية للجزائر التي تعد أحد العوامل المؤثرة في خيارات السائح وقراره الشرائي، من هنا تأتي هذه المساهمة للنظر في مدى تأثير حالة عدم التأكد التي تنتاب السياح، كمخاطر مدركة على صورة الوجهة كمقصد سياحي.

وبناء على ما سلف ذكره، يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية للبحث على النحو الموالي:

**ما مدى تأثير المخاطر المدركة المرتبطة بالسياحة على صورة الجزائر كمقصد سياحي داخلي؟**

ينبثق عن هذه الإشكالية عدد من الأسئلة الفرعية ملخصة كما يلي:

- ماذا يعني الخطر المدرك المرتبط بالسياحة؟
  - ما هو مفهوم الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية؟
  - كيف تقيم صورة الجزائر كمقصد سياحي محلي، بالنظر للمخاطر المتصورة من قبل المواطنين المقيمين؟
- أهمية الدراسة:** تبرز أهمية هذه الدراسة بقدر الحاجة لكل الجهود أكاديمية وميدانية، التي من شأنها تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، كمقدمة لبعث النشاط السياحي، لذلك تأتي هذه الدراسة للبحث في التأثيرات المحتملة للمخاطر المدركة من قبل المواطنين المحليين على صورة الجزائر السياحية داخليا، بهدف استغلال الفرص وتصحيح الاختلالات من اجل بناء صورة ذهنية مناسبة لدى المواطنين كسياح محتملين عن المقاصد السياحية داخل الحدود الوطنية، وحملهم في خطوة ثانية للقيام برحلات وزيارات في اطار السياحة.

**أهداف الدراسة:** تلخص الغاية المنشودة من هذا الموضوع في تحقيق جملة من الأهداف المدونة كما يلي:

- توضيح المفاهيم النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة؛
- تحري حقيقة علاقة تأثير المخاطر السياحية المدركة من قبل المواطنين على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية؛
- تقييم المخاطرة المدركة بالمرتبطة بالسياحة المحلية وقياس ومدى تأثيرها على صورة الجزائر كوجهة محلية للسياحة.

**فرضيات الدراسة:** للإجابة على الإشكالية وأسئلة هذا البحث؛ تم صياغة الفرضيات كالاتي:

### الفرضية الرئيسية

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية.

### الفرضيات الفرعية

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة الوظيفية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية؛
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة المادية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية؛

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة المالية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية؛
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمخاطر الوقت المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية؛
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة النفسية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية؛
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة الاجتماعية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية.

**هيكل الدراسة:** حتى يتسنى الإحاطة بجوانب الموضوع والإجابة على التساؤلات المطروحة، تم اعتماد المنهج الوصفي والتحليلي لوصف متغيرات الدراسة الأساسية، تحليل البيانات واستقراء النتائج، وبناءا عليه تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور كالاتي:

المحور الأول: الإطار النظري؛

المحور الثاني: الاطار التطبيقي لدراسة الحالة؛

المحور الثالث: الخاتمة والنتائج.

### 1- الإطار النظري للدراسة

**1-1- مفهوم الخطر المدرك:** يعد موضوع الخطر المدرك وسلوك المستهلك من المواضيع التي نالت قسطا وافرا ضمن أدبيات التسويق، وفي هذا الخصوص فإن السلوك الشرائي إزاء الخيارات ما بين البدائل المختلفة يحتمل مخاطر، ولا يمكن الحزم بنتائج القرارات بصورة مطلقة، بالمقابل يجذب المستهلك رغبة في إتخاذ قرارات اختيار صائبة (Boksberger et al., 2007)، كما عرف الخطر المدرك على أنه الحكم الفردي للمستهلك بشأن احتمالية الخسارة الممكن حدوثها، ومدى خطورة تبعاتها المترتبة عند إتخاذ قرارات شرائية (Yeung & Morris, 2006)، في تعريف آخر جاء فيه أن الخطر المدرك هو تقييم المستهلك للنتائج السلبية المحتملة ودرجة السلبية حيث يختلف هذا التصور بين المستهلكين بحسب الشعور أو التقدير الذاتي لعواقب الخيارات الشرائية (Peter & Ryan, 1976) كذلك تم تعريف الخطر المدرك بأنها مقدار عدم اليقين الذي يدركه المستهلك في حالة الشراء، حيث يسبب حالة من عدم الارتياح ويزيد من حجم الضغوط النفسية التي تقلل في النهاية نية الشراء لديه (Broekhuizen & Huizingh, 2009)، ويقع على عاتق المسوقين ضمن الجهود التسويقية العمل على تقليل الخطر المدرك ومعالجته، إلى مستوى مقبول عند السائح باعتباره عاملا مؤثرا على النوايا السلوكية (Mohseni et al., 2018).

**2-1- الخطر المدرك والسياحة:** بعكس المنتجات السلعية التي يمكن فحصها قبل الإقبال على شرائها فإن المنتجات السياحية لا يمكن فحصها لطبيعتها الغير الملموسة والمرتبطة بعدد من الخدمات المرافقة، حيث يصعب الحكم عليها مسبقا، يترتب على ذلك إلى حد كبير حالة من عدم اليقين والريبة التي تعني مخاطرة مجهولة النتائج (Cossens & Gin, 1995)، وعلى الرغم من الأهمية البالغة لمفهوم الخطر المدرك، لم يتم الاهتمام به ضمن أدبيات السياحة إلا حديثا، فنتائج الدراسات السابقة في هذا الإطار كشفت عن مخاطر مدركة متعددة الأبعاد تتحدد حسب طبيعة الخسارة المحتملة سياحيا، من ناحية أخرى فإن المخاطر المدركة تثير جملة من الاستفهامات حول كيفية إدراك وتصور السياح، للمخاطر المتعلقة بالسياحة (Lepp & Gibson, 2003)، حيث تم حصر تعريف الخطر بالنسبة للنشاطات السياحية ما بين تصورات السائح كتوقعات للمخاطر المحتملة، وما عايشه كتجارب سابقة خلال عملية الشراء، أو استهلاك خدمات السفر والسياحة عموما والمتعلقة بوجهة معينة أو مكان (Reisinger & Mavondo, 2005) فالخطر المدرك في الخدمة السياحية يمثل العواقب المتأتية جراء قرار اختيار الوجهة ما، هذه المخاطر بدورها تتباين لاعتبارات الميولات المختلفة بين السياح واستعدادهم لتحمل المخاطر كمغامرة أو العدول عن قرار الجولة السياحي (Roehl & Fesenmaier, 1992)، لذلك فإن إتخاذ القرارات السياحية عملية معقدة ومحفوفة بالمخاطر المختلفة، يمكن أن تشكل مثيرات قد تثني السائح على الإقبال على وجهة ما، والمفارقة أن جل الدراسات التسويقية تمحورت حول محفزات السفر دون المثبطات التي تكبح السائح حيث كان ينبغي معالجة مثل هذه القيود المثبطة، التي من شأنها حسم قرار الاختيار لدى السائح على نحو سلبي (Quintal et al., 2010)، بشكل عام يمكن القول بأن اختيار الوجهة السياحية لا يخلو من حالة عدم اليقين المتعلقة بالنتائج أو عواقب الاختيار، لذلك فإن السائح يحاول تحسين جودة رحلته السياحية بالعمل على تقليل مستوى عدم اليقين المرتبط بالوجهة، مثال ذلك البحث عن معلومات أكثر من شأنها تأكيد الهواجس أو نفيها ولو بشكل نسبي (Maser & Weiermair, 1998)، بمعنى آخر يميل السلوك السياحي إلى تفادي كل ما من شأنه تعريض سلامتهم المادية واستقرارهم النفسي للخطر كعناصر حيوية لا يمكن الاستغناء عنها، مع استثناءات

قليلة لهواة المغامرات، حيث تشكل الهواجس التي يدركها السائح حالة من عدم التأكد تؤدي به إلى صرف النظر عن الوجهة السياحية، وعدم التفكير في القيام بجولته السياحية (Hunter-Jones et al., 2008).

**3-1- أبعاد الخطر المدرك للخدمات السياحية:** تناولت أدبيات التسويق عددا من المخاطر المدركة في سلوك المستهلك والتي كانت موضع بحث العديد من الدراسات صنفت من خلالها عدة أنواع من المخاطر المرتبطة بشراء المنتجات أو الخدمات كالسياحة (Simpson & Siguaw, 2008)، وقد أوردت جل الدراسات أن الخطر المدرك هو مفهوم متعدد الأبعاد يشمل المخاطر: المالية الوظيفية، المادية، الاجتماعية، النفسية، الوقت والرضا، بالإضافة إلى المخاطر المتعلقة بالسلامة والأمن في مواقع الوجهات السياحية (Yang & Nair, 2014).

**1-3-1- المخاطر المالية:** والتي تعني إجمالا احتمال أن تكون النتائج مخيبة لما هو متوقع من وراء هذه السفيرة، ولا تعكس حجم الأموال المنفقة خلال مدة السفيرة السياحية (Sönmez & Graefe, 1998).

**2-3-1- المخاطر الوظيفية:** وهي حالة الريبة وعدم التأكد بالنسبة للأداء المتوقع للمعدات والوسائل قيد الخدمة خلال الجولة السياحية، أو عدم كفاءة مقدمي الخدمات (Sharifpour et al., 2013).

**3-3-1- المخاطر المادية أو الصحية:** التي من الممكن أن يتعرض لها السائح مثل الأمراض الناجمة عن العدوى أو الأوبئة، حيث تشكل خطرا على صحته أثناء السفر (Reisinger & Mavondo, 2006).

**4-3-1- المخاطر الاجتماعية:** هي احتمال يسبب اختيار الوجهة حرجا اجتماعيا على السائح، كأن يكون محل سخيرة الأخرين أو انتقادهم (Qi et al., 2009).

**5-3-1- المخاطر النفسية:** وتشمل الضغوط الداخلية التي يتحسسها السائح حول ما إذا كانت الجولة السياحية تؤثر بشكل أو بآخر عن اعتقاده السائد حول شخصيته (Mitchell & Vassos, 1997).

**6-3-1- مخاطر الوقت:** توقع السائح أن تكون الرحلة السياحية مضيعة للوقت، أو أن تستغرق وقتا طويلا لا طائل منه (Hashim et al., 2018).

**7-3-1- مخاطر السلامة والأمن:** المرتبطة بالجريمة والكوارث الطبيعية وعدم اليقين بالقوانين واللوائح المتعلقة بالوجهة السياحية (Cetinsoz & Ege, 2013).

**4-1- الوجهة السياحية:** تعني الوجهة السياحية المكان الذي يزوره السائح ويمكن أن تكون مدينة، منطقة أو بلد، والتي تشكل عنصر جذب وإقبال عليها بزيارتها بفضل سماتها المتعددة من فضاءات سياحية وخدمات ذات جودة ومناظر طبيعية تزخر بها، وهياكل قاعدية منشأة مرافقة من صنع الانسان (Chahal & Devi, 2015)، وفي مقاربة أخرى فإن الوجهة السياحية هي المقصد الذي يختاره السائح لقضاء فترة من الوقت لتجربة بعض عوامل الجذب المتصورة (Saraniemi & Kylanen, 2010)، وفي تعريف آخر تعتبر الوجهة السياحية بمثابة نظام مفتوح، يتيح كليا عروض قادرة على جذب السائح (Rodriguez-Diaz & Espino, 2007).

**5-1- مفهوم الوجهة السياحية الداخلية:** حظيت المساهمة اللافتة للسياحة الدولية في اقتصاديات الدول باهتمام منقطع النظير، مما أدى الى حجب الانتباه عن السياحة الداخلية، التي ما فتئت تحقق مستويات تدفق مهمة في العديد من البلدان (Huybers, 2003)، وعلى الرغم من قلة الدراسات المتعلقة بالسياحة داخل الحدود الوطنية بالمقارنة بالوجهات السياحية الدولية، بدأ الباحثون مؤخرا بالتركيز على هذه الظاهرة وتأثيرها الاقتصادي، والتأكيد على دورها في جذب السائح المحلي ودفعه للإقبال على الوجهة الداخلية بدل الدولية (Massidda & Etzo, 2012)، وتستمر السياحة الداخلية في تشكيل الحصة الأكبر لسبب بسيط يعود لكون غالبية الناس لا يعبرون الحدود الدولية (Carlson, 1980).

**6-1- تعريف السياحة الداخلية:** تعد السياحة الداخلية مفهوما حديثا ارتبط بوجود حدود الدولة، حيث جعلت هذه الحدود أساسا للتمييز بين ما هو محلي وأجنبي (Rogerson, 2015)، ويقصد بالسياحة الداخلية الحركة السياحية ضمن الحدود الوطنية للمقيمين في بلدانهم، أو السفر المحلي لغرض السياحة (Gardiner et al., 2014)، كما عرفت السياحة الداخلية على أنها الرحلات

المخيلة التي يقوم بها المقيمون لليلة واحدة على الاقل في الوجهة المعنية (Haddad, 2013)، وفي تعريف آخر تشمل هذه السياحة رحلات وأسفار التي تقتصر على سكان بلد معين داخل الدولة نفسها (Patuelli et al., 2013).

**7-1- صورة الوجهة:** ينظر الى مفهوم الصورة الذهنية عموما على أنها جملة المواقف التي تشمل التمثيل العقلي للفرد عن المعرفة، المعتقدات، المشاعر والانطباعات الكلية عن شيء ما أو وجهة معينة (Baloglu & McCleary, 1999)، وفي تعريف آخر هي ناتج معارف ومعتقدات الفرد، مشاعره وتصورات حول وجهة معين (Chen & Tsai, 2007)، بشكل عام فإن جل التعريفات التي تناولت صورة الوجهة تشير الى مجمل الانطباعات المعتقدات، والمشاعر المترابطة في ذهن الفرد إتجاه مكان أو مقصد ما عبر الزمن (Kim & Richardson, 2003) في تصنيف آخر تعكس صورة الوجهة أو المقصد الانطباع العام للفرد عن العناصر الوظيفية، مثل الامكانيات المادية كالفنادق مثلا والخدمات، فضلا عن العناصر النفسية كالسلامة والمزاج المرتبطة بالمقصد السياحي أو الوجهة (Tavitiyaman & Qu, 2013).

**8-1- مكونات صورة الوجهة السياحية:** يعد التعرف على الصورة الذهنية التي يحملها السائح عن الوجهة السياحية واحدا من أهم مجالات البحث السياحي، كون هذه العملية تسمح بتحديد نقاط القوة والضعف بغرض تصحيح الاختلالات من جهة والترويج لها بكفاءة من أجل ضمان النجاح التنافسي، لذلك كان لزاما بذل المزيد من الجهود لاستكشاف الأبعاد المشكلة لصورة الوجهة السياحية حيث كان المكون المعرفي والعاطفي لصورة الوجهة السياحية موضع العديد من الدراسات في الأدب السياحي في ما يتعلق بتكوين وتشكيل صورة الوجهة السياحي (San Martin & Rodriguez del Bosque, 2008)، ومع تزايد اهتمام الباحثين خلال العقود الثلاث الأخيرة بتشكيل الصورة الذهنية، عززت الأبحاث فرضية أن صورة الوجهة تتكون أساسا من المكون المعرفي والعاطفي (Hosany et al., 2007)، وذلك لكون الصورة الذهنية هي مفهوم يتشكل من العمليات العقلية والتفسير العاطفي للفرد حول شيء ما مادي أو معنوي (Beerli & Martin, 2004).

**1-8-1 المكون المعرفي:** يعبر المكون المعرفي للصورة عن تقييم الفرد لما حوله استنادا بالمعارف المتعلقة بخصائص المنتج أو شيء ما ذات الصلة بالواقع (Dann, 1996)، سياحيا يشير المكون المعرفي للصورة الى المعتقدات وحزمة المعارف والسمات التي يجوزها السائح المتعلقة بالوجهة (Zhang et al., 2014)، تجدر الاشارة الى أن عامل عدم قدرة السائح على اختبار المنتج السياحي مسبقا تجعل من صورة الوجهة السياحية في الغالب أساس خيارات السائح، وترجم تخمينات حول الفرص الواقعية التي يفترض به تحقيقها بمعنى آخر المكون المعرفي يوصف بالصورة الذهنية المشتقة من الحقيقة والواقع (Gartner, 1994)، للتوضيح قد يأخذ المكون المعرفي حول صورة الوجهة الاجابة على التساؤلات حول العروض المقدمة مثل الاقامة ونوعية الخدمات المقدمة كالمبيت والاطعام والنقل، وما تزخر به الوجهة من مناظر طبيعية، معالم أثرية ومتاحف، أماكن الاستحمام والترفيه (Kaplanidou & Vogt, 2007)، معالجة هذه المعلومات والتجارب السياحية وغيرها بطريقة عقلانية، كإدراك من السائح تتيح له بتكوين معتقداته وأحكامه الخاصة حول صورة الوجهة السياحية المعنية (Del Bosque & Martin, 2008).

**2-8-1 المكون العاطفي:** يشير المكون العاطفي في تكوين صورة وجهة سياحية الى أحاسيس وانطباعات السائح حول تلك الوجهة أو المكان (Byon & Zhang, 2010)، حيث يأخذ هذا المكون بالحسبان الحالة النفسية للسائح، أي الجزء الغير ملموس لوصف انطباعه النفسي ومزاجه بالنسبة للمكان أو الوجهة (Echtner & Ritchie, 1993)، فالصورة العاطفية للوجهة هي ملخص مشاعر السائح ذات الصلة بدوافع اختيار الوجهة السياحية من عدمها (Sonmez & Sirakaya, 2002)، حيث يشير المكون العاطفي الى أحاسيس ونفسية السائح إتجاه جزء أو الكل من ضمن الوجهة السياحية كالمرح، والكآبة، اللطف، الاثارة، الملل كذلك الشعور بالأمن والطمأنينة وغيرها من المشاعر (Hallmann & Breuer, 2010)، بالنتيجة هذه المشاعر التي تشكل صورة الوجهة السياحية في جزئها العاطفي يمكن أن تكون مواتية، أو غير مواتية وحتى محايدة إتجاه المكان أو الوجهة كتصور ذاتي للسائح يدخل ضمن معايير التقييم التي يستند إليها (Stepchenkova & Mills, 2010).

## 2- الإطار التطبيقي لدراسة الحالة

**1-1- منهجية البحث:** بهدف قياس تأثير المخاطر المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، تم القيام بهذه الدراسة الميدانية لإبراز طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة من جهة، وقياس صورة الوجهة السياحية الداخلية في ظل المخاطر المدركة من قبل السائح الجزائري.

**2-2- عينة الدراسة:** بالنظر لموضوع البحث فإن مجتمع الدراسة يتألف من جميع الجزائريين كسياح محتملين للوجهة السياحية الداخلية للجزائر، إذ تم الاعتماد في هذه الدراسة الأسلوب الإحصائي العشوائي في تحديد العينة التي تمثل مجتمع الدراسة، على ضوء ذلك تم توزيع الاستبيانات على عينة ميسرة مؤلفة من (310) مستجوب، اعتمد منها 283 استمارة صالحة للمعالجة والتحليل.

**3-2- أسلوب جمع وتحليل البيانات:** من أجل المضي في الإجابة على التساؤلات المطروحة آنفا، تمت الاستعانة بالأسلوب الاستقصائي في جمع البيانات، باستخدام الاستبيان كأداة موجهة للأفراد للعينة المستجوبة.

**1-3-2- تصميم الاستبيان:** يشتمل الاستبيان المعد على جملة من الأسئلة موزعة على قسمين هما:

**-القسم الأول:** ويخص البيانات الشخصية والديمغرافية لأفراد العينة (الجنس، العمر، المستوى الدراسي، المهنة، مستوى الدخل).

**-القسم الثاني:** يتضمن الأسئلة الموضوعية التي تغطي متغيرات الدراسة كما يلي:

– المتغير المستقل يشمل الاستبيان ب 12 عبارة تمثل الأبعاد الست للخطر المدرك (الوظيفية، المادية، المالية، الوقت، النفسية، الاجتماعية).

– المتغير التابع يخصه الاستبيان ب 15 عبارة تمثل بعدين إثنين لقياس صورة الوجهة الداخلية للجزائر (المعرفي، العاطفي)، في ذات الإطار تم قياس تقييم اتجاه عينة الدراسة باستخدام مقياس (ليكارتر) الخماسي لتحديد درجة كل إجابة (من 1 لغير موافق تماما إلى 5 موافق تماما).

**4-2- التحليل والمعالجة:** فور الانتهاء من فرز الاستبيانات الموزعة، تم الاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.26)، بالاعتماد على الأساليب الإحصائية الملائمة للمعالجة والتحليل كما هي موضحة في مايلي:

**1-4-2- الأدوات الإحصائية الوصفية:** بغرض وصف خصائص عينة الدراسة، تم الاستعانة بال تكرارات والنسب المئوية وفي خطوة ثانية المتوسط الحسابي، لقياس الخطر المدرك المرتبط بالسياحة في الجزائر من قبل السائح الجزائري، ومعرفة التأثير الذي يخلفه الخطر المدرك على صورة الوجهة الداخلية للجزائر سياحيا، يلي ذلك الانحراف المعياري كمقياس لمعرفة درجة تشتت قيم إجابات المستهلكين عن المتوسط الحسابي.

**2-4-2- الأدوات الإحصائية الاستدلالية:** للاستدلال الاحصائي تم توظيف كل من معامل ثبات وصدق أداة الدراسة (ألفا كرونباخ)، وكذا اختبار التوزيع الطبيعي (كولموروف \_سيمرنوف)، -معامل الارتباط (بيرسون) وتحليل الانحدار.

**3- نتائج الدراسة:** على إثر جمع الاستبيانات، تم اعتماد 283 استمارة قابلة للتحليل والمعالجة، بعد استبعاد غير المكتملة منها والمغاة من أصل 330 استمارة موزعة، جاء فيها توزيع أفراد العينة قيد الدراسة حسب المعلومات الديمغرافية والشخصية كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم 1: خصائص عينة الدراسة.

البيان	الخصائص	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	169	59.70
	أنثى	114	40.30
العمر	أقل من 30 سنة	71	25.09
	30-40 سنة	68	24.03
	41-50 سنة	70	24.73

26.15	74	أكبر من 51 سنة	
42.40	120	موظف	المهنة
13.80	39	متقاعد	
14.10	40	مهنة حرة	
15.90	45	دون عمل	
13.80	39	طالب	
23.30	66	متوسط	
27.60	78	ثانوي	
35.70	101	جامعي	
13.40	38	دراسات عليا	
43.10	122	أقل من 30000 دج	مستوى الدخل
39.93	113	من 30000 دج الى 70000 دج	
16.97	48	أكثر من 70000 دج	
% 100	283	المجموع	

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v26).

تشير نتائج توزيع العينة حسب الجنس الى أن غالبية المستجوبين من جنس ذكر بنسبة 60%، بينما تتقارب باقي الفئات العمرية للمستجوبين في حدود 25% لكل فئة عمرية، أما بالنسبة للمهنة يشكل الموظفون الفئة الأكبر بين باقي الفئات بأكثر من 42%، ويتساوى عدد الافراد المستجوبين ما بين مستوى جامعي فما فوق بنسبة 49%، مع عدد الأفراد المستجوبين ذوي مستوى ثانوي وأقل بنسبة 51%، وتشكل فئات مستوى الدخل الأقل من 70000 دج الأكثر تمثيلاً بأكثر من 83%.

**3-1- ثبات أداة الدراسة (معامل ألفا كرونباخ):** يمثل معامل ألفا كرونباخ الاتساق الداخلي، ويعبر عن مدى استقرار وثبات الظاهرة، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

**الجدول رقم 2: اختبار ألفا كرونباخ للصدق والثبات العام للاستبيان.**

المحور	الخطر المدرك للوجهة	صورة الوجهة السياحية الداخلية	الاستبيان
عدد العبارات	12	15	27
معامل الثبات	0.870	0.789	0.882

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v26).

يبين الجدول رقم (02) أن معامل الفاكرونباخ لأفراد العينة والاستبيان بلغ 0.882، وهو معامل ثبات قوي لإتمام ما تبقى من تحليل الاستبيان بشكل عام، حيث أن مقياس الثبات للدراسة هو 0.882 أي 88% وهي نسبة عالية، وأعلى من النسبة المقبولة إحصائياً 60%، وبذلك تكون أداة القياس صالحة ويمكننا من خلالها الحصول على بيانات موثوقة وصحيحة.

**3-2- تحليل إجابات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة:** في ما يلي عرض للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نحو متغيرات الدراسة الواردة في الاستبيان.

### 3-2-1- استجابة أفراد العينة نحو المتغير المستقل الخطر المدرك المرتبط بالوجهة الجدول رقم 3: تقييم أفراد العينة مستوى الخطر المدرك

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد الخطر المدرك
متوسطة	0.958	2.55	المخاطر الوظيفية
متوسطة	0.861	3.10	المخاطر المادية
متوسطة	0.753	3.54	المخاطر المالية
متوسطة	0.912	2.79	مخاطر الوقت
مرتفعة	0.675	3.71	المخاطرة النفسية
متوسطة	0.714	2.85	المخاطرة الاجتماعية
متوسطة	0.615	3.09	المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v26).

تشير نتائج الجدول رقم (03) إلى أن اتجاهات أفراد العينة نحو أبعاد الخطر المدركة من قبل السائح الجزائري بالنسبة للجزائر كوجهة سياحية، كانت بوسط حسابي يقع ضمن مجال درجة موافقة متوسطة باستثناء بعد المخاطرة النفسية بمتوسط حسابي 3.71 الذي يمثل مستوى خطر مدرك مرتفع نسبيا. وبالعودة الى المعدل العام للمتوسطات الحسابية الخاصة بمتغير الخطر المدرك يتضح من الجدول أعلاه، أن المعدل العام قد بلغ 3.09، الذي يعني درجة موافقة متوسطة لمستوى الخطر المدرك عن الجزائر كوجهة سياحية داخلية، وبإجماع أفراد العينة المستجوبة كما يدل عليه تدني الانحراف المعياري المقدر ب: 0.615.

### 3-2-2- تقييم أفراد العينة صورة الوجهة السياحية كمتغير تابع

#### الجدول رقم 4: تقييم صورة الوجهة السياحية

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد صورة الوجهة الداخلية للجزائر
متوسطة	0.520	2.80	البعد المعرفي
متوسطة	0.747	2.80	البعد العاطفي
متوسطة	0.503	2.80	المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v26).

تفيد النتائج المدونة في الجدول رقم (4) أن اجابات أفراد عينة الدراسة حول صورة الجزائر داخليا، كوجهة سياحية من زاوية المخاطر المدركة المحتملة تقع ضمن مجال درجة موافقة متوسطة ب 2.80 لكل من البعد المعرفي والبعد العاطفي، وبإجماع أفراد العينة كما يدل عليه تدني الانحراف المعياري الذي قدر ب: 0.503.

### 3-3- إختبار التوزيع الطبيعي (إختبار كولمجروف \_سيمرنوف): بغرض التأكد أن البيانات المجموعة تخضع للتوزيع

الطبيعي في خطوة لاختبار الفرضيات، تم إجراء اختبار كولمجروف \_سيمرنوف، وكانت النتائج كما يوضحها الجدول الموالي:

## الجدول رقم 5: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي.

مستوى الدلالة (Sig)	قيمة الاختبار Z	محتوى القسم	أقسام الاستبيان
0.497	2.398	المخاطر المدركة سياحيا	القسم الأول
0.221 0.313	1.676 1.948	صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية الاستبيان ككل	القسم الثاني

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v26).

يتضح من الجدول السابق أن كل القيم الاحتمالية لمجالات المتغير التابع والمستقل أكبر من (0.05) أي ( $Sig > 0.05$ ) وهو يعني أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي وبالتالي يمكن استخدام الاختبارات المعلمية.

**4-3- اختبار الفرضيات:** في ما يلي يخصص هذا الجزء لعرض نتائج التحليل الاحصائي المتعلق باختبار الفرضيات بالتأكد عليها أو نفيها باستخدام الأساليب الاحصائية الملائمة.

**1-4-3- اختبار الفرضيات الفرعية:** بهدف اختبار الفرضيات تم الاعتماد على نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط ( $y=ax+b$ ) الذي يسمح بدراسة إمكانية وجود علاقة تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع، والاستعانة بمعامل الارتباط بيرسون (P) للوقوف على طبيعة العلاقة، بالإضافة إلى ما سبق معامل التحديد ( $R^2$ ) لمعرفة نسبة التغير في المتغير التابع كنتيجة تعود إلى تأثير المتغير المستقل، عند مستوى دلالة ( $a=0.05$ ) عند تحليل فرضيات الدراسة أي بمستوى ثقة (95%). ويمكن توضيح نتائج اختبار الفرضيات الفرعية من خلال الجدول التالي:

## الجدول رقم 6: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية.

مستوى الدلالة (Sig)	القيمة المحسوبة (F)	القيمة (T)	معامل التحديد ( $R^2$ )	معامل الارتباط (R)	معامل الانحدار (B)	ثابت الانحدار (a)	المتغيرات المستقلة	المتغير التابع
0.000	43.590	6.602	0.134	0.366	2.316	0.193	المخاطر الوظيفية	صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية
0.000	87.344	9.346	0.237	0.487	1.924	0.285	المخاطر المادية	
0.000	60.373	7.770	0.177	0.421	1.814	0.281	المخاطر المالية	الجزائر كوجهة سياحية داخلية
0.000	76.241	8.732	0.213	0.462	2.095	0.255	مخاطر الوقت	
0.000	49.127	7.009	0.149	0.386	1.741	0.287	المخاطرة النفسية	الجزائر كوجهة سياحية داخلية
0.000	41.068	6.408	0.128	0.357	2.090	0.252	المخاطرة الاجتماعية	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v26).

بالعودة إلى المخرجات الاحصائية الواردة في الجدول رقم (06)، تم التوصل لنتائج اختبار الفرضيات الفرعية كمايلي:

**نتائج اختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى:** "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر الوظيفية المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية". حسب مخرجات الجدول رقم (06) فإن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك أثر للمخاطر الوظيفية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، تفيد بوجود علاقة تأثير موجبة وذات دلالة إحصائية، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (2.316) بمعنى أن الزيادة بقيمة واحدة في المخاطر المدركة الوظيفية يؤدي الى تغير في صورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر ب(2.316)، في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.366) عند مستوى دلالة (0.000)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.134) مما يعني أن ما قيمته (13.4%) من التغيرات في صورة الوجهة الداخلية للجزائر تعود للمخاطر المدركة الوظيفية، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة ( $Sig= 0.000$ ) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الصفرية لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على: "توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية للمخاطر الوظيفية المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية".

**نتائج اختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية:** "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة المادية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية". حسب مخرجات الجدول رقم (06) فإن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك أثر للمخاطر المادية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، تفيد بوجود علاقة تأثير موجبة وذات دلالة إحصائية، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (1.924) بمعنى أن الزيادة بقيمة واحدة في المخاطر المدركة المادية يؤدي الى تغير في صورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر ب(1.924)، في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.487) عند مستوى دلالة (0.000)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.237) مما يعني أن ما قيمته (23.7%) من التغيرات في صورة الوجهة الداخلية للجزائر تعود للمخاطر المدركة المادية، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة ( $Sig= 0.000$ ) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الصفرية لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على: "توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية للمخاطر المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية".

**نتائج اختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة:** "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المالية المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية". حسب مخرجات الجدول رقم (06) فإن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك أثر للمخاطر المالية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، تفيد بوجود علاقة تأثير موجبة وذات دلالة إحصائية، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (1.814) بمعنى أن الزيادة بقيمة واحدة في المخاطر المدركة المالية يؤدي الى تغير في صورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر ب(1.814)، في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.421) عند مستوى دلالة (0.000)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.177) مما يعني أن ما قيمته (17.7%) من التغيرات في صورة الوجهة الداخلية للجزائر تعود للمخاطر المدركة المالية، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة ( $Sig= 0.000$ ) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الصفرية لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على: "توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية للمخاطر المالية المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية".

**نتائج اختبار صحة الفرضية الفرعية الرابعة:** "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمخاطر الوقت المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية". حسب مخرجات الجدول رقم (06) فإن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك أثر لمخاطر الوقت على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، تفيد بوجود علاقة تأثير موجبة وذات دلالة إحصائية، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (2.095) بمعنى أن الزيادة بقيمة واحدة في مخاطر الوقت المدركة تؤدي الى تغير في صورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر ب(2.095)، في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.462) عند مستوى دلالة (0.000)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.213) مما يعني أن ما قيمته (21.3%) من التغيرات في صورة الوجهة الداخلية للجزائر تعود لمخاطر الوقت المدركة، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار

بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة (Sig= 0.000) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الصفرية لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على: "توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية لمخاطر الوقت المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية".

**نتائج اختبار صحة الفرضية الفرعية الخامسة:** "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر النفسية المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية". حسب مخرجات الجدول رقم (06) فإن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك أثر للمخاطر النفسية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، تفيد بوجود علاقة تأثير موجبة وذات دلالة إحصائية، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (1.741) بمعنى أن الزيادة بقيمة واحدة في المخاطر المدركة النفسية يؤدي الى تغير في صورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر ب(1.741)، في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.386) عند مستوى دلالة (0.000)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R2) فقد بلغت (0.149) مما يعني أن ما قيمته (14.9%) من التغيرات في صورة الوجهة الداخلية للجزائر تعود للمخاطر المدركة النفسية، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة (Sig= 0.000) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الصفرية لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على: "توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية للمخاطر النفسية المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية".

**نتائج اختبار صحة الفرضية الفرعية السادسة:** "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر الاجتماعية المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية". حسب مخرجات الجدول رقم (06) فإن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك أثر للمخاطر الاجتماعية على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، تفيد بوجود علاقة تأثير موجبة وذات دلالة إحصائية، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (2.090) بمعنى أن الزيادة بقيمة واحدة في المخاطر المدركة الاجتماعية يؤدي الى تغير في صورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر ب(2.090)، في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.357) عند مستوى دلالة (0.000)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R2) فقد بلغت (0.128) مما يعني أن ما قيمته (12.8%) من التغيرات في صورة الوجهة الداخلية للجزائر تعود للمخاطر المدركة الاجتماعية، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة (Sig= 0.000) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الصفرية لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على: "توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية للمخاطر الاجتماعية المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية".

**3-4-2- نتائج اختبار صحة الفرضية الرئيسية:** على ضوء نص الفرضية الرئيسية والتي مفادها أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية"، تم اختبار الفرضية بنفس الطريقة التي تم من خلالها اختبار الفرضيات الفرعية آنفا حيث كانت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

**الجدول رقم 7: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية.**

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار (a)	معامل الانحدار (b)	معامل الارتباط (Pearson)	معامل التحديد (R2)	القيمة (T)	القيمة المحسوبة (F)	مستوى الدلالة (sig)
المخاطر المدركة	صورة الوجهة	0.448	1.422	0.548	0.300	10.980	120.557	0.000

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v26).

تشير مخرجات الجدول رقم (07) بأن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك أثر للمخاطر المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية، تفيد بوجود علاقة تأثير موجبة وذات دلالة إحصائية، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار

(1.422) بمعنى أن الزيادة بقيمة واحدة في المخاطر المدركة يؤدي إلى تغير في صورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر ب(1.422) ، في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.548) عند مستوى دلالة (0.000)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.300) مما يعني أن ما قيمته (30%) من التغيرات في صورة الوجهة الداخلية للجزائر تعود للمخاطر المدركة، وقد أظهر اختبار ( $F$ ) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة يساوي ( $Sig = 0.000$ ) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الرئيسية الصفرية لتحللها الفرضية البديلة التي تنص على: توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية للمخاطر المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية".

**4- الخاتمة:** في معرض الحديث عن تنشيط القطاع السياحي، وفي ظل عزوف الأجنبي عن السياحة في الجزائر لأسباب عديدة، تطفو للعنن حجج قوية تنشأ للدفع باتجاه تنشيط السياحة الداخلية، في ذات السياق فإن التذبذب الحاصل في المناخ السياحي لا يشجع المواطنين المقيمين على هذا النوع من السياحة، بسبب الصورة الذهنية السلبية التي يحملها الجزائريون عن المقصد المحلي، والتي تعود إلى حالة الشك وعدم اليقين، بمعنى آخر توجس السياح المحليين مخاوف أضرار كمخاطر محتملة يمكن أن تلحق بهم في المواقع السياحية داخل حدود البلد، ويدعم هذا الطرح النتائج المتوصل إليها، كإجابات على تساؤلات هذه الدراسة، كأرضية يمكن الاستعانة بها ميدانيا من أجل تحسين صورة الوجهة السياحية المحلية للجزائر، عبر الحد من المخاطر المختلفة المتصورة من قبل المواطنين

مثلما جاءت به نتائج هذه الدراسة وتأسيسا لما سلف يمكن سرد نتائج هذه الدراسة في شقين كما يلي:

#### **1-4 نتائج الدراسة النظرية:** في ما يلي أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة في جزئها النظري.

- يأخذ الخطر المدرك المرتبط بالسياحة شكل مخاوف وعدم تأكد السياح من نتائج رحلاتهم السياحية،
- تعدد المخاطر المدركة حسب طبيعة الخطر، مثل المخاطر الوظيفية، المالية، الصحية، السلامة والأمن وغيرها.
- تعدد صورة الوجهة السياحية الموجود الجوهرية غير الملموس كتوليفة للمعارف والمعتقدات من جهة، والمشاعر والعواطف من جهة أخرى؛

- تلعب صورة الوجهة السياحية المحلية دورا بالغا في التأثير على السلوك الشرائي للمواطنين بالإقبال أو العزوف عن المقصد المحلي؛

#### **2-4 النتائج التطبيقية:** على ضوء هذه الدراسة يمكن عرض أهم النتائج التطبيقية في قراءة موجزة كما يلي:

- اتضح من خلال النتائج المتوصل إليها أن المخاطر المدركة من قبل أفراد العينة غير مقلقة، على اعتبار أن جل الأبعاد كان ضمن مجال المتوسط حيث قدر المعدل العام للمتوسطات الحسابية ب3.09.

- تشكل المخاطر الوظيفية المرتبطة بالخدمات والمرافق السياحية أكبر هواجس السائح المحلي؛

- تعد المخاطر النفسية المدركة من قبل السياح المحليين الأقل من بين المخاطر الأخرى؛

- تتقارب باقي المخاطر المدركة المرتبطة بالسياحة المحلية (المادية، المالية، الوقت، الاجتماعية) التي تبقى معتدلة إلى حد بعيد؛

- صورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر كانت محل تقييم بدرجة متوسطة مثلما دل عليه المتوسط الحسابي الكلي لصورة الوجهة الداخلية الذي بلغ 2.80؛

- تتساوى درجة التقييم أفراد العينة لصورة الوجهة السياحية الداخلية للجزائر حسب العديدين (المعرفي، العاطفي) والذي قدر ب2.80 لكل منهما؛

- تشير النتائج الواردة في التحليل وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الخطر المدرك والصورة الذهنية للوجهة الداخلية للجزائر في علاقة يعكسها معامل ارتباط قوي يقدر ب 0.548؛

- ما قيمته 30% من التغيرات في صورة الوجهة الداخلية للجزائر، تعود للمخاطر المدركة المرتبطة بالسياحة المحلية؛

**5- المقترحات:** ختاماً وبالعودة إلى النتائج التي خلص إليها هذا البحث، يمكن تقديم الاقتراحات التي تصب في اتجاه تقليل والحد من مستويات الخطر المدركة، وتبديد المخاوف المتعلقة بالمواقع السياحية في الجزائر كما يلي:

- ضرورة تحسين جودة للخدمات السياحية، وإنشاء هياكل ذات نوعية تعبر عن الهوية الثقافية للجزائر؛

- وضع حيز التنفيذ مخططات الوقاية لتعزيز الأمن والسلامة للزوار والسياح في المواقع السياحية؛

- يتعين تبني أسعار معقولة للخدمات السياحية المحلية تساوي قيمة المنافع المنتظر تحقيقها؛

- التفكير في أليات تضمن معالجة انشغالات وتطلعات السياح في أقل قدر ممكن من الوقت؛
- العمل على بعث نشاطات مرافقة ثقافية وترفيهية، وكذا توفير شروط الراحة النفسية ضمن المقاصد السياحية الداخلية؛
- مد جسور علاقة بين المجتمع والوحدات السياحية عبر كل الوسائط المتاحة لتنشيط السياحة الداخلية؛
- تفعيل استراتيجيات تسويقية تأخذ بالحسبان المكون المعرفي للمواطن الجزائري، من خلال التركيز على المزايا الواقعية التي توفرها السياحة المحلية؛
- الاستثمار في مشاعر الانتماء والوطنية لتشجيع المواطنين لزيارة واستكشاف البلد بدل البلدان الأجنبية؛
- وضع استراتيجية وطنية تكفل تحسين وتعزيز الصورة الذهنية للجزائر وطنيا ودوليا في المخططات التسويقية؛
- إدارة الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية للجزائر من خلال بناء تصور عام يحدد معالمها؛
- اختيار أفضل الوسائل والأساليب الممكنة لإيصال صورة ايجابية عن الوجهة السياحية الداخلية للجزائر.

### قائمة المراجع:

- 01-Baloglu, S., & McCleary, K.** (1999). « A model of destination image formation». *Annals of Tourism Research*, 26(4), pp. 868-897.
- 02-Beerli, A., & Martin, J.** (2004). « Factors influencing destination image». *Annals of Tourism Research*, 31(3), pp. 657-681.
- 03-Boksberger, P., Biege, T., & Laesser, C.** (2007). «Multidimensional analysis of perceived risk in commercial air travel». *Journal of Air Transport Management*, 13(2), pp. 90-96.
- 04-Broekhuizen, T., & Huizingh, E.** (2009). «Online purchase determinants Is their effect moderated by direct experience? » *Management Research News*, 32(5), pp. 440-457.
- 05-Byon, K., & Zhang, J.** (2010). « Development of a scale measuring destination image». *Marketing Intelligence & Planning*, 28(4), pp. 508-532.
- 06-Carlson, A.** (1980). « Geographical Research on International and Domestic Tourism». *Journal of Cultural Geography*, 1(1), pp. 149-160.
- 07-Cetinsoz, B., & Ege, Z.** (2013). « Impacts of perceived risks on tourists' revisit intentions». *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(2), pp. 173-187.
- 08-Chahal, H., & Devi, A.** (2015). « Destination Attributes and Destination Image Relationship in Volatile Tourist Destination:Role of Perceived Risk». *Metamorphosis: A Journal of Management Research*, 14(2), pp. 1-19.
- 09-Chen, C.-F., & Tsai, D.** (2007). « How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? » *Tourism Management*, 28(4), pp. 1115-1122.
- 10-Cossens, J., & Gin, S.** (1995). «Tourism and AIDS». *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(4), pp. 1-20.
- 11-Dann, G.** (1996). « Tourists' images of a destination – an alternative analysis». *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(1/2), pp. 41-55.
- 12-Del Bosque, I., & Martin, H.** (2008). «Tourist satisfaction a cognitive-affective mode». *Annals of Tourism Research*, 35(2), pp. 551-573.
- 13-Echtner, C., & Ritchie, J.** (1993). «The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment». *Journal of Travel Research*, 31(4), pp. 3-13.
- 14-Gardiner, S., Grace, D., & King, C.** (2014). «The Generation Effect: The Future of Domestic Tourism in Australia». *Journal of Travel Research*, 53(6), pp. 705-720.
- 15-Gartner, W.** (1994). «Image Formation Process». *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2((2-3)), pp. 191-216.
- 16-Haddad, E.** (2013). « Domestic tourism and regional inequality in Brazil». *Tourism Economics*, 19(1), pp. 173-186.
- 17-Hallmann, K., & Breuer, C.** (2010). « Image Fit between Sport Events and their Hosting Destinations from an Active Sport Tourist Perspective and its Impact on Future Behaviour». *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), pp. 215-237.
- 18-Hashim, N., Noor, M., Awang, Z., Aziz, R., & Yusoff, A.** (2018). «The Influence of Tourist Perceived Risk towards Travel Intention: A Conceptual Paper». *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(16), pp. 92-102.
- 19-Hosany, S., Ekinci, Y., & Uysal, M.** (2007). « Destination image and destination personality». *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1), pp. 62-81.

- 20--Jones, P., Jeffs, A., & Smith, D. (2008). « Backpacking Your Way into Crisis». *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), pp. 237-247.
- 21-Huybers, T. (2003). « Domestic Tourism Destination Choices a Choice Modelling Analysis». *International Journal of Tourism Research*, 5(6), pp. 445-459.
- 22-Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). « The Interrelationship between Sport Event and Destination Image and Sport Tourists' Behaviours». *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), pp. 183-206.
- 23-Kim, H., & Richardson, S. (2003). «Motion picture impacts on destination images». *Annals of Tourism Research*, 30(1), pp. 216-237.
- 24-Lepp, A., & Gibson, H. (2003). «Tourist roles, perceived risk and international tourism». *Annals of Tourism Research*, 30(3), pp. 606-624.
- 25-Maser, B., & Weiermair, K. (1998). «Travel Decision-Making: From the Vantage Point of Perceived Risk and Information Preferences». *Journal of Travel & Tourism*, 7(4), pp. 107-121.
- 26-Massidda, C., & Etzo, I. (2012). «The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis». *Tourism Management*, 33(3), pp. 603-610.
- 27-Mitchell, V., & Vassos, V. (1997). « Perceived Risk and Risk Reduction in Holiday Purchases: A Cross-Cultural and Gender Analysis». *Journal of Euromarketing*, 6(3), pp. 47-79.
- 28-Mohseni, S., Jayashree, S., Rezaei, S., Kasim, A., & Okumus, F. (2018). Attracting tourists to travel companies' websites: the structural relationship between website brand, personal value, shopping experience, perceived risk and purchase intention». *Current Issues in Tourism*, 21(6), pp. 616-645.
- 29-Patuelli, R., Mussoni, M., & Candela, G. (2013). «The effects of World Heritage Sites on domestic tourism: a spatial interaction model for Italy». *Journal of Geographical Systems*, 15(3), pp. 369-402.
- 30-Peter, J., & Ryan, M. (1976). « An Investigation of Perceived Risk ». *Journal of Marketing Research*, 13(2), pp. 184-188.
- 31-Qi, C., Gibson, H., & Zhang, J. (2009). « Perceptions of Risk and Travel Intentions: The Case of China and the Beijing Olympic Games». *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), pp. 43-67.
- 32-Quintal, V., Lee, J., & Soutar, G. (2010). «Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example». *Tourism Management*, 31(6), pp. 797-805.
- 33-Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). « Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception». *Journal of Travel Research*, 43(3), pp. 212-225.
- 34-Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2006). «Cultural Differences in Travel Risk Perception». *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), pp. 13-31.
- 35-Rodriguez-Diaz, M., & Espino-Rodriguez, T. (2007). «A Model of Strategic Evaluation of a Tourism Destination Based on Internal and Relational Capabilities». *Journal of Travel Research*, 46(4), pp. 368-380.
- 36-Roehl, W., & Fesenmaier, D. (1992). «Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis». *Journal of Travel Research*, 30(4), pp. 17-26.
- 37-Rogerson, C. (2015). « Restructuring the geography of domestic tourism in South Africa». *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 29(29), pp. 119-135.
- 38-San Martin, H., & Rodriguez del Bosque, I. (2008). « Exploring the cognitive-affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation». *Tourism Management*, 29(2), pp. 263-277.
- 39-Saraniemi, S., & Kylanen, M. (2010). « Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches». *Journal of Travel Research*, 50(2), pp. 133-143.
- 40-Sharifpour, M., Walters, G., Ritchie, B., & Winter, C. (2013). « Investigating the Role of Prior Knowledge in Tourist Decision Making: A Structural Equation Model of Risk Perceptions and Information Search». *Journal of Travel Research*, 53(3), pp. 307-322.
- 41-Simpson, P., & Sigauw, J. (2008). « Perceived travel risks: the traveller perspective and manageability». *International Journal of Tourism Research*, 10(4), pp. 315-327.
- 42-Sönmez, S., & Graefe, A. (1998). « Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety». *Journal of Travel Research*, 37(2), pp. 171-177.
- 43-Sonmez, S., & Sirakaya, E. (2002). «A Distorted Destination Image? The Case of Turkey». *Journal of Travel Research*, 41(2), pp. 185-196.
- 44-Stepchenkova, S., & Mills, J. (2010). «Destination Image: A Meta-Analysis of 2000-2007 Research». *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), pp. 575-609.
- 45-Tavitian, P., & Qu, H. (2013). «Destination Image and Behavior Intention of Travelers to Thailand: the Moderating Effect of Perceived Risk. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), pp. 169-185.
- 46-Yang, E., & Nair, V. (2014). «Tourism at Risk: A Review of Risk and Perceived Risk in Tourism». *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 3(2), pp. 239-259.
- 47-Yeung, R., & Morris, J. (2006). «An empirical study of the impact of consumer perceived risk». *International Journal of Consumer Studies*, 30(3), pp. 294-305.
- 48-Zhang, H., Fu, X., Cai, L., & Lu, L. (2014). «Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis». *Tourism Management*, 40, pp. 213-223.