

مساهمة الوكالات السياحية والسفر في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر-دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات السياحية-

The contribution of travel and tourism agencies to the development of domestic tourism in Algeria_ An exploratory study of a sample of tourism agencies_

أسماء مصنوعة^{1*}، مزيان حمزة²

MezianeHamzaAsmaMesnoua

¹جامعة حسيبة بن بوعلي، مخبر DECOPILS، الجزائر، as.mesouna@univ-chlef.dz،

²جامعة حسيبة بن بوعلي، مخبر اقتصاديات شمال افريقيا، الجزائر، h.meziane@univ-chlef.dz،

تاريخ الاستلام: 2021-08-15 تاريخ القبول: 2021-09-18 تاريخ النشر: 2021-10-26

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مساهمة الوكالات السياحية والسفر في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر وقد كانت إشكالية البحث كالتالي: هل تساهم الوكالات السياحية والسفر في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر؟. حيث تم التطرق في الجانب النظري للسياحة الداخلية والوكالات السياحية ثم تم القيام بدراسة استطلاعية على عينة من الوكالات مستخدمين الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مساهمة هذه الوكالات في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر لا يرقى إلى المستوى المطلوب وهذا راجع للعديد من الأسباب، أهمها التركيز على التنظيم السياحية الخارجية، وتصدير السياح، وكذا عدم توفر الهياكل والخدمات السياحية اللائقة، إضافة إلى ضعف التحفيزات من الجهات الوصية للقطاع بدلا من تنشيط السياحة الداخلية التي تعاني من إهمال وتهميش.

الكلمات المفتاحية: الوكالات السياحية والسفر، تنمية السياحة الداخلية، الخدمات السياحية، تنشيط السياحة الداخلية

تصنيف JEL : Z30.Z32.Z39.

Abstract:

This study aimed to reveal the contribution of travel and tourism agencies to the development of domestic tourism in Algeria. The research problem was as follows: Do travel and tourism agencies contribute to the development of domestic tourism in Algeria? Where the theoretical aspect of tourism, domestic tourism and tourism agencies, was addressed, then an exploratory study was conducted on a sample of agencies, using the questionnaire as a tool for data collection. The study concluded that the contribution of these agencies to the development of domestic tourism in Algeria is not up to the required level and this is due to many reasons,, the most important of which is the focus on organizing foreign tourism, exporting tourists, as well as the lack of adequate tourist structures and services, in addition to the weak incentives from the guardians of the sector instead of revitalizing domestic tourism, which suffers from neglect and marginalization.

Keywords: Tourism and travel agencies, domestic tourism development, tourism services, domestic tourism promotion.

JELClassification Codes : Z30.Z32.Z39.

1. مقدمة:

إن تنمية القطاع السياحي في الجزائر يستوجب النهوض بالسياحة الداخلية كونها من الركائز الأساسية التي يقوم عليها النشاط السياحي، ولا يتحقق هذا إلا إذا تم الاعتماد على مجموعة من الإجراءات والأساليب مثل " تفعيل ونشر ثقافة السياحة الداخلية وسط أفراد المجتمع الجزائري، وتحسينه بضرورة الاهتمام بهذا القطاع لما له من أهمية بالغة في دفع عجلة التنمية في بلادنا"، ولنشر ثقافة السياحة الداخلية يتطلب تضافر كل الجهود من طرف الهيئات الفاعلة في هذا القطاع، وعلى رأسها الوكالات السياحية باعتبارها من أهم المتعاملين الاقتصاديين في مجال السياحة، والتي تلعب دورا محوريا كونها مؤسسة تجارية لتدعيم القطاع وتحسين الخدمات السياحية والتكفل بالسياح، لذا يتوجب على كل الوكالات السياحية على مستوى الوطن الاهتمام بنشر ثقافة السياحة الداخلية من أجل النهوض بهذا القطاع داخليا والعمل على تنميته، لأن ازدهار السياحة الداخلية يقودنا للدخول إلى سوق وعالم السياحة الخارجية.

إشكالية الدراسة: تعد الوكالات السياحية من أهم الوسائط بين المقصد السياحي والوجهة السياحية، حيث تساهم في تحديد تلك الوجهة وتسويقها. وبناءً على ذلك، يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف تساهم الوكالات السياحية الجزائرية محل الدراسة في تنمية السياحة الداخلية؟

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية، نوردتها فيما يلي:

- ما مهام الوكالات السياحية والسفر؟
- ماهي المعوقات التي تعترض السياحة الداخلية في الجزائر؟
- كيف يمكن لوكالات السياحة والسفر تفعيل السياحة الداخلية في الجزائر؟

وللإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية نضع الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: يتطلب تحليل الإشكالية محل الدراسة اختبار مجموعة من الفرضيات التي تعتبر كإجابة مبدئية على مختلف التساؤلات المطروحة فيها، وهي كالتالي:

تساهم الوكالات السياحية والسفر بشكل مباشر وكبير في تفعيل السياحة الداخلية الجزائرية

✓ الفرضيات الفرعية:

- لوكالات السياحة والسفر مهام كثيرة لتفعيل السياحة الداخلية من خلال تنظيم الرحلات والترويج لها.
- تعترض السياحة الداخلية بالجزائر لمجموعة من المعوقات التي تعرقل صناعتها والارتقاء بها للمستوى المطلوب.
- أهم دور لوكالات السياحة والسفر في تفعيل السياحة الداخلية في الجزائر هو الاهتمام بتكوين المورد البشري المسير للعملية السياحية.

✓ **أهمية الدراسة:** من خلال هذه الدراسة التي قمنا بها والتي حاولنا الإحاطة بمختلف جوانبها تبرز لنا أهمية هذه الدراسة من خلال النقاط التالية:

- تعتبر صناعة السياحة في العصر الحالي من أهم النشاطات الاقتصادية
- تعتبر الوكالات السياحية من أهم الهيئات الفاعلة والمساهمة في بعث وتنشيط السياحة الداخلية.
- تعمل الوكالات السياحية على تقديم عروض سياحة داخلية متنوعة من أجل تلبية حاجات ورغبات السياح الداخليين.

✓ **أهداف الدراسة:** يحاول هذا البحث بشكل عام معالجة ما يلي:

- اكتشاف نقاط القوة في السياحة الداخلية بالجزائر.
- التحقق من واقع السياحة الداخلية في الجزائر في ظل نمو السياحة بشكل كبير في الدول المجاورة.
- التحديد الكامل لمتطلبات تعزيز دور الوكالات السياحية في تطوير هذا القطاع السياحي.
- إبراز أهم المعوقات والتحديات التي تواجه في هذا المجال.

✓ **منهجية البحث:** اتبعنا خلال هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي لعرض الإطار النظري، أما التطبيقي فقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات ومعالجتها. وعليه سيتم تناول المحاور التالية:

- 1- الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية الداخلية
 - 2- الإطار النظري لوكالات السياحة (مفهومها، خدماتها، أهميتها)
 - 3- دور الوكالات السياحية والسفر في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر
1. الإطار النظري للسياحة وتنمية السياحة الداخلية

1.1 مفهوم السياحة: تعددت التعاريف التي أطلقت على السياحة من قبل الباحثين وسنحاول في هذه الورقة التطرق لأهمها:

تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: هي أنشطة المسافرين إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى (بوحديد و يحيوي، 2016، صفحة 115).

تعريف المنظمة العالمية للسياحة: هي الأنشطة التي يقوم بها الأفراد خلال أسفارهم وإقامتهم في أماكن موجودة خارج محيطهم الاعتيادي لمدة متتالية لا تتعدى سنة بغرض الترفيه أو الأعمال أو لأي سبب آخر. (موهوب، 2008، صفحة 29).

وتعرف أيضا" على أنها ظاهرة اجتماعية، اقتصادية، تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة إلى مناطق أخرى خارج دولهم أو مناطقهم لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام لتحقيق أحد أغراض السياحة المتعارف عليها" (العابد و لعرف، 2012، صفحة 1)

2.1 أنواع السياحة: تنقسم السياحة إلى عدة أنواع تختلف باختلاف المعايير المعتمدة في تصنيفها، ولعل من أهم هذه المعايير تصنيف السياحة حسب معيار الهدف من الرحلة، وستناول تحت هذا التصنيف ما يلي:(عوينان، 2013 ، صفحة 21):

السياحة الدينية وهي مزيج من التأمل الديني والثقافي من خلال الانتقال إلى الأماكن المقدسة أو السفر للدعوة أو القيام بعمل خيري أما السياحة العلاجية فهي تهدف لعلاج الجسد من الأمراض مع الترويج عن النفس، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة بما يساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إليها بينما تعتبر السياحة الترفيهية من أقدم الأنماط السياحية انتشارا، حيث يقوم الأفراد بالتوجه إلى الأماكن التي تتميز بجو مريح وفيها المياه و الغابات الخلابة، وهدف الأفراد من التوجه إليها الترفيه و الاستمتاع فقط وليس لغرض آخر فيما تتميز السياحة الثقافية بزيادة المعرفة لدى الشخص من خلال تشجيع حاجاته الثقافية للتعرف على المناطق والدول غير المعروفة له، وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية و الشعوب وعاداتها و تقاليدها (عيساني، 2011، الصفحات 16-17) أما سياحة التسوق فتكون بغرض شراء منتجات بلد ما تسري عليها التخفيضات من أجل الجذب السياحي (حافظ، 2010، الصفحات 223-227) بالإضافة إلى سياحة المؤتمرات والسياحة الرياضية حيث تمثل الأولى انتقال الأفراد وإقامة الأشخاص خارج أوطانهم لدوافع مهنية، وتخص بالتحديد فئات معينة من أفراد المجتمعات وهم الباحثون والأدباء ورجال الأعمال. وهذا أحد أنماط السياحة وأحد المنتجات السياحية الجديدة (بودي، 2006، صفحة 47) أما الثانية فتكون من أجل ممارسة أنشطة رياضية أو الاستمتاع بمشاهدة المباريات والاحتفالات الرياضية، وقد انتعشت هذه السياحة بسبب كثرة التظاهرات الرياضية ورغبة المناصرين في الانتقال مع فرقهم للمشاركة في مختلف البطولات (عشي ، 2011 ، الصفحات 45-46)

3.1 تعريف السياحة الداخلية: السياحة الداخلية هي ذلك الفرعي من النشاط السياحي، الذي يشمل أيضا السياحة الدولية، والذي يتمثل مختلف العرض السياحي الموجه للطلب الداخلي ولا بد من القول أنه باستثناء توليد السياحة الدولية لمدا خيل بالعملة الصعبة فإن الفروق ما بين النشاطين تكاد لا تذكر. (مغازي و شيخي ، 2012 ، صفحة 8).

وعرفها أيضا chaissebourg: " هي تنقل السياح مؤقتا من أماكن إقامتهم إلى أماكن سياحية داخل بلدهم ليلة على الأقل بهدف الاستمتاع بالجوانب الثقافية وغيرها" (Chaissebourg, 1996, p. 33). كما عرفها سالم سليمان: " هي النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمدنها المختلفة التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة (حميد سالم و سليمان، 2009، صفحة 9)

من خلال هذه التعاريف يمكن اعتبار السياحة الداخلية ظاهرة أو نشاط يمارس داخل الحدود السياسية للدولة من مواطنيها لا يقل عن 24 ساعة لهدف معين.

4.1 تعريف التنمية السياحية المحلية

يقصد بالتنمية السياحية المحلية هو الارتقاء بخدمات البنية الأساسية التحتية من حيث شبكات الطرق والاتصالات والنقل، وتطوير مناطق الجذب السياحي والمساعدة في جذب العمالة من الريف الى مناطق المقاصد السياحية. (بوسهمين ، 2010، الصفحات 115-116)

تعريف "جمال زكي" و"فؤاد أحمد" 1960: تعرف التنمية المحلية مبدئياً بأنها: العملية التي يقصد بها خلق ظروف النهوض الاقتصادي والاجتماعي كله مع المساهمة الفعالة، والاعتماد الكلي بقدر المستطاع على مبدأ (بوسهمين ، 2010، الصفحات 115-116)

تعريف "عبد المنعم شوقي" 1963: يعرف التنمية المحلية على أنها: عمليات التي تبذل بقصد ووفق عامة سياسة عامة، لإحداث تطور وتنظيم اجتماعي واقتصادي للناس وبيئاتهم سواء كانوا في مجتمعات محلية (بوسهمين ، 2010، الصفحات 115-116) أو قومية بالاعتماد على المجهودات الحكومية والأهلية المنسقة على أن تكتسب كل منها قدرة أكبر على مواجهة مشكلات المجتمع نتيجة لهذه العمليات.

5.1 العوامل المؤثرة على السياحة الداخلية: تتأثر السياحة الداخلية بعدة عوامل منها عوامل منها عوامل داخلية وعوامل خارجية وهي كما يلي:

-عوامل داخلية: تتمثل العوامل الداخلية في (الولاد زاوير و حايلية ، 2010، صفحة 7):

- وزارة السياحة: حيث يتمثل دورها في الإشراف على العمليات والأنشطة السياحية، حيث يجب على وزارة السياحة وضع خطط واستراتيجيات لخلق وتنمية المناطق السياحية، وكذا المشاركة في المؤتمرات الدولية الخاصة بتنمية وتطوير السياحة.
- الفنادق والمطاعم السياحية: حيث تعتبر هذه الأخيرة من أهم مقومات المناطق السياحية وتتباين أسعارها وجودة خدماتها وذلك لتلبية رغبات مختلف الشرائح الاجتماعية.
- خدمات النقل البري والجوي: حيث يؤثر مدى توفر هذه الخدمات وكذا جودتها على السياحة الداخلية، فتؤثر وسائل النقل بكثرة وفي كل الأوقات من وإلى المناطق السياحية سيكون لها أثر ايجابي على نمو السياحة الداخلية.
- إدارة الأماكن السياحية: يجب توفير الكوادر اللازمة لإدارة المناطق السياحية سواء الإدارة العليا وحتى العمالة العادية، وذلك بخلق معاهد متخصصة في السياحة وتكوين هذه الكوادر.
- عوامل اجتماعية وتشريعية: تؤثر العوامل الاجتماعية في السياحة الداخلية من خلال اعتزاز السائح ببلده ورغبته في معرفة كل مناطقه السياحية، كما تؤثر التشريعات في السياحة الداخلية من خلال تشريع رسوم خاصة ومميزة بالنسبة لأبناء البلد.

- **عوامل سياسة اقتصادية:** في حالة وجود استقرار أمني واقتصادي فهذا يخلق الرغبة للسياح المحليين في الإنفاق السياحي والتحرك بكل أمان بين مختلف المناطق السياحية.
- **تنوع المناخ وأنواع السياحة:** يتوفر البلد على مناخات متعددة وأنواع سياحة مختلفة فهذا يمكن السائح المحلي من إشباع رغباته السياحية داخل دولته، وهذا ماينشط السياحة الداخلية في مختلف الفصول.
- **عوامل الخارجية:** تتمثل هذه العوامل في (اولاد زاوير و حايلية ، 2010، صفحة 7):
- **المنافسة الدولية:** حيث تعتبر من أكثر العوامل تأثيرا على السياحة الداخلية، حيث تقوم بلدان أخرى بتقديم خدمات سياحية أحسن من بلد السائح الأصلي مما يدفعه إلى الخروج إلى السياحة وهذا مايعرف بالسياحة الخارجية، وقد يكون التميز في تعدد المناخ أو الأسعار أو السياسات المطبقة.
- **الترويج السياحي:** ونقصد بهذا العنصر قدرة الدولة على توصيل مميزات السياحة إلى المستهلكين سواء المحليين أو الأجانبين وجذبهم إلى البلد.

2. الإطار النظري لوكالات السياحة (مفهومها، خدماتها، أهميتها)

تلعب وكالات السياحة والأسفار دورا بالغ الأهمية في إنعاش السياحة سواء كانت داخلية أو خارجية، حيث أن نسبة كبيرة من السياح يعتمدون في سفرهم على خدماتها، فهي تقوم بزيادة معدلات السفر، كما أنها تساهم في تطوير السياحة من خلال القيام بالإشهار للأماكن السياحية للسياح وتقديم خدمات سياحة لهم.

1.2 تعريف الوكالة السياحية والسفر: تعددت تعاريف وكالة السياحة إلى أنها تصب في معنى واحد فعرفت على أنها "جهة تساعد الناس على تنظيم الرحلات والعطل عن طريق عمل تدابير استعدادهم للسفر، تحجز لهم غرفا في الفنادق، ومقاعد في وسائل النقل، كما تنظم لهم رحلات سياحية، وتعين لهم مرشدين يساعدهم في الحصول على جوازات السفر والتأشيرات التي يحتاج إليها المسافرون إلى البلاد الأخرى، وتنظم الرحلات السياحية للأفراد والجماعات (سيد أمين، 1999، صفحة 18).

كما عرفها عبد الفضيل محمد أحمد على أنها " مشروع يهدف إلى تحقيق الربح، يكون هدفه تقديم خدمات متنوعة للراغبين في السفر والسياحة بناءا على طلبهم، وقد تقوم بتنظيم رحلات تتولى إعدادها بنفسها ودعوة الجمهور إلى الاشتراك فيها" (أحمد عبد الفضيل ، 2004 ، صفحة 9).

فيما عرفها القانون الجزائري رقم 06-99 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق لـ 4 أبريل سنة 1999، والمحدد للقواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار بأنها: " كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير المباشر لرحلات و إقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها" كما هو منصوص عليها في المادة 4منه".
من خلال هذه التعاريف يمكن القول أن وكالة السياحة والسفر هي: "الجهة التي تسهل وتقدم خدمات مرتبطة بالسياحة والسفر، كما أنها تمارس نشاطا بصفة دائمة وتسعى لتحقيق الربح".

2.2 خدمات وكالات السفر: يمكن تقسيم خدمات وكالات السفر إلى قسمين، خدمات تخص السياحة الداخلية وأخرى تخص السياحة الخارجية وتتمثل أهم الخدمات فيما يلي (السعدي ، 1999 ، صفحة 65):

- الحجز: تقوم وكالات السياحة بحجز تذاكر طيران وبواخر، وحجز غرف فنادق محلية والعالمية بناءا على طلب المستفيد.
- تنظيم الرحلات السياحية الداخلية والخارجية من خلال برامج جذابة وبأسعار مغرية وتنافسية.
- المرشد السياحي: من بين أدوار وكالات السياحة توفير مرشدين سياحيين للسياح المحليين أو الأجانب.
- المترجمين: تسعى وكالات السفر إلى توفير مترجمين للسياح الخارجيين.
- استقطاب السياح: تقوم وكالات السياحة والأسفار بتقديم حملات دعائية مدعمة ببرامج سفر جذابة وبأسعار منافسة لجذب أكبر عدد ممكن من السياح.
- تنظيم رحلات السياحة الدينية من عمرة وحج.
- وفي نفس السياق تنص المادة 4 من قانون رقم 99-06 المؤرخ في 4 أبريل 1999 المحدد لقواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار على أن الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة والأسفار على وجه الخصوص تتمثل فيما يلي:
- تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامات الفردية والجماعية.
- تنظيم جولات وزيارات رفقة مرشدين داخل المدن والمواقع والآثار ذات الطابع السياحي والثقافي والتاريخي.
- تنظيم نشاطات القنص والصيد البحري والتظاهرات الفنية والثقافية والرياضية والمؤتمرات والملتقيات المكملة لنشاط الوكالة.
- النقل السياحي وبيع كل أنواع تذاكر النقل حسب الشروط والتنظيم المعمول بهما لدى مؤسسات النقل.
- بيع تذاكر أماكن الحفلات الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي أو الرياضي أو غير ذلك.
- استقبال ومساعدة السياح خلال إقامتهم.
- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل المخاطر الناجمة عن نشاطاتهم السياحية.
- وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح.
- الإيواء أو حجز غرف في المؤسسات الفندقية.
- تمثيل وكالات محلية أو أجنبية أخرى قصد تقديم مختلف الخدمات باسمها.
- كراء سيارات بسائق أو بدون سائق ونقل الأمتعة وكراء البيوت المنقولة وغيرها من معدات التخيم.

3.2 علاقة الوكالات السياحية بالسياحة الداخلية:

إن للوكالات السياحة أهمية بالغة في السياسة السياحية لأي بلد، حيث أن نسبة كبيرة من السياح الأجانب يعتمدون في تنقلاتهم على خدماتها، فهي بذلك تكون في المقام الأول والعامل الملائم لزيادة

معدل السفر من اجل السياحة الداخلية والخارجية، كما تمثل صلة الربط بين السائح والمنتج السياحي وبقية المرافق والمؤسسات السياحية، فهي من جهة توجد لغاية توفير المعلومات ومساعدة السياح ومن جهة ثانية تعمل على ترويج الأماكن السياحية وتسعى إلى إيجاد ظروف ملائمة لإشباع الطلب والعرض في النشاطات السياحية. وتبرز العلاقة التكاملية من خلال الدور الذي تلعبه الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الداخلية، والحث على تفعيلها ونشر ثقافتها ، وذلك من خلال جملة من النشاطات أهمها ما يلي(معقافي ، صفحة 370):

- القيام برحلات سياحية إلى مختلف أرجاء الوطن بمختلف أنواعها (صحراوية، ترفيهية، رياضية علاجية.. الخ) وفي مختلف المواسم والمناسبات.
- المبادرة بالتحفيز والتوعية والإشهار للمواطنين من أجل القيام بالسياحة الداخلية بدل الخارجية مثل تقديم تخفيضات وأسعار مناسبة، جوائز ومسابقات..... الخ.
- تقديم الإيواء والنقل والإطعام والرعاية الصحية المناسبة عند زيارة المناطق السياحية والتي تدفعهم للرجعة في المزيد من اكتشاف مقدرات السياحة الداخلية مرة أخرى.

3. دور وكالات السياحة والسفر في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر

الجزائر أكبر بلد افريقي وعربي والعاشر عالميا من حيث المساحة، تقع شمال قارة افريقيا، وتتربع على مساحة 2.381.741 كلم مربع، وبشريط سياحي طوله 1200كلم، وتتميز الجزائر بتباين تضاريسها، بين تلال وسهول وهضاب وصحاري ، هذا ما جعلها تمتاز بتنوع المناظر الطبيعية فيها ، حيث تضم الجزائر الجبال المكسوة بالثلوج، والسواحل الخلابة، بالإضافة إلى المناطق الصحراوية، وفيها أيضاً المدن والمواقع الأثرية المميزة مثل تيمقاد وجميلة ، ما يجعل الجزائر قبلة للسياح على مدار السنة صيفا وشتاء ، وعلى أي نوع من السياحة سواء السياحة الشاطئية او الجبلية او الثقافية .. الخ.

وهو ما جعل الدولة الجزائرية تتجه الى التفكير في تنمية القطاع السياحي كخيار استراتيجي خارج المحروقات ، فالتوجه العالمي اليوم لقطاع الخدمات بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة لما لها من فوائد جمة على الاقتصاد ومصدر للعملة الصعبة ، وبرزت اقتصاديات دول معتمدة بنسبة كبيرة على السياحة .

وبهذا الصدد فقد اهتمت الجزائر بالسياحة خاصة في العشرية الماضية مع استعادة الجزائر للأمن والاستقرار ، عن طريق برامج كان هدفها تنمية السياحة الداخلية، وتشجيع الاستثمار في المجال السياحي سواء بالنسبة للمؤسسات والهيكل الفندقية او مؤسسات الوساطة السياحية المتمثلة في الوكالات السياحية.

يبين الجدول التالي تطور عدد الوكالات السياحية في الجزائر ما بين سنة 2015 و 2020.

الجدول 1: تطور عدد الوكالات السياحية في الجزائر

التعين	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد الوكالات فئة "أ"	488	522	480	2213	2447	2970

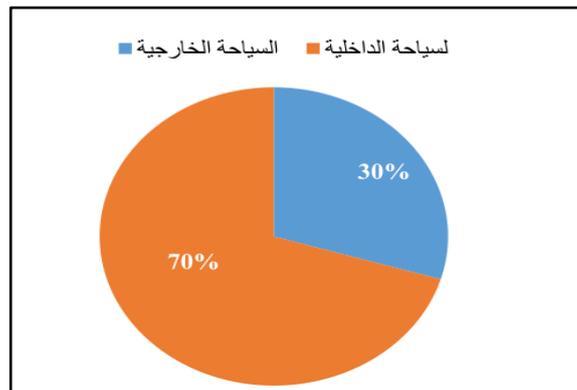
-	-	-		1202	913	عدد الوكالات فئة "ب"
576	495	413	302	129	107	عدد الفروع الفئة "أ"
		-		158	135	عدد الفروع الفئة "ب"
14	15	19	12	10	8	عدد دورات اللجنة الوطنية لاعتماد ATV
146	326	406	199	188	164	عدد الموافقات النهائية
1366	1436	1060	902	534	518	عدد الموافقات المبدئية
250	241	287	89	120	96	المؤجلة
10	18	109	67	26	35	عدد الموافقات المبدئية المسحوبة
13	11	3	20	14	10	عدد الاعتمادات المسحوبة
6	0	4	5	04	-	سحب مؤقت
162	162	227	338	213	203	عدد الملفات الملغاة
2970	2447	2213	480	1724	1401	مجموع عدد الوكالات المعتمدة

المصدر: مديرية مخطط جودة السياحة والضبط عن وزارة السياحة

نلاحظ من الجدول تطور عدد الوكالات السياحية خلال الخمس السنوات السابقة وهو ما يعكس توجه الدولة لتشجيع الاستثمار في هذا المجال ، وتنشط هذه الوكالات في مجال السياحة الداخلية والخارجية ، وتنتشر هذه الوكالات السياحية عبر ربوع الوطن ، وبتخصصات معينة . وللاضطلاع على دور هذه الوكالات السياحية في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر قمنا بإعداد استبيان إلكتروني وتوزيعه على عدد من الوكالات السياحية الناشطة في الجزائر، وذلك في الفترة الممتدة ما بين 15 جوان و 15 جويلية 2021، ولظرف الكورونا لمسنا ان عددا كبيرا من الوكالات متوقفة على النشاط بصفة مؤقتة ، وعليه اكتفينا بعينة 30 وكالة من مختلف جهات الوطن ، ونلخص إجاباتهم كالتالي :

سؤال الثاني:- ماذا تفضل وكالتكم ؟

الشكل 1: السياحة المفضلة للوكالة

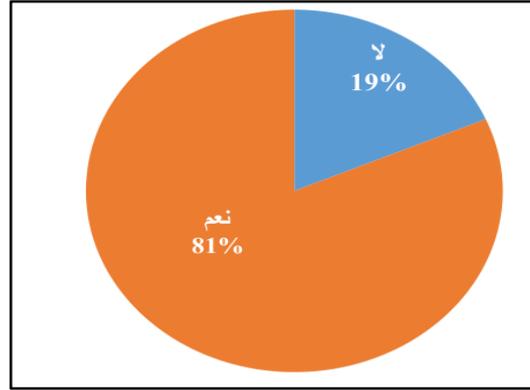


المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ أن 70% من الوكالات تفضل السياحة الداخلية فيما تبقى نسبة 30% تفضل السياحة الخارجية، وذلك بسبب الوضع الوبائي الذي يعيشه العالم جراء وباء كورونا والغلق التام للمطارات والحركة الجوية، فلا بديل الآن على السياحة الداخلية، إضافة الى كون السياحة الداخلية غير مكلفة ماليا، وكذا توجه السائح الجزائري ورغبته في اكتشاف بلده والمقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر في غياب بدائل خارجية أخرى .

السؤال 3: هل تقوم وكالتكم بتنظيم رحلات داخلية بالجزائر؟

الشكل 2: إمكانية تنظيم رحلات داخلية بالجزائر

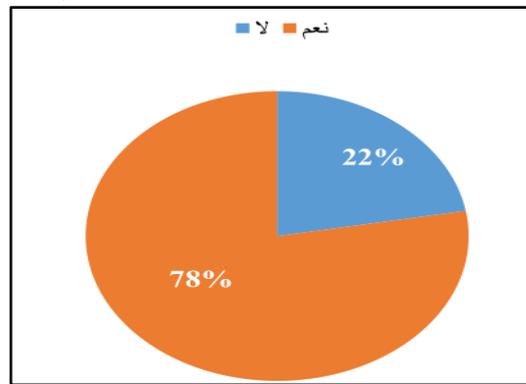


المصدر: من إعداد الباحثين

الهدف من طرح هذا السؤال هو معرفة توجهات الوكالات السياحية في ظل هذه الظروف، لاحظنا نسبة 81% من الوكالات السياحية تقوم بتنظيم الرحلات الداخلية بالجزائر عوض عن انسحاب الكلي للوكالة من الميدان السياحي وهذا لا يخفى علينا أيضا أن هذه الوكالات لها دراية وخبرة في تنظيم الرحلات الداخلية من قبل كما لها موظفين ومسيرين أكفاء يستطيعون تسيير مؤسساتهم مع جميع الظروف، كما تبقى نسبة 19% من وكالات السياحة محل الدراسة لا تهتم بالسياحة الداخلية، وليست ضمن اهتماماتها، حيث اكتفت هذه الوكالات في هذه المرحلة ببيع تذاكر الطيران لإجلاء العالقين في الخارج إضافة الى تجهيز ملفات الإقامة وطلبات الهجرة .

السؤال 4: هل تقوم وكالتكم بتسويق للوجهات السياحية الداخلية في الجزائر؟

الشكل 3: تسويق للوجهات السياحية الداخلية في الجزائر



المصدر: من إعداد الباحثين

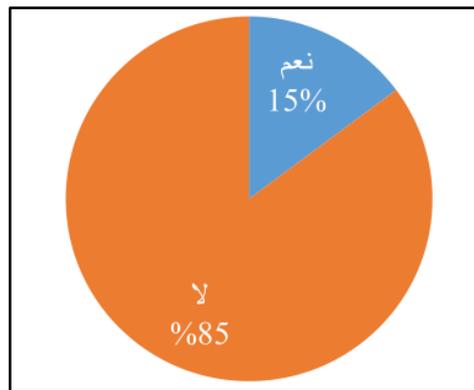
تقوم 78% من الوكالات السياحية محل الدراسة بالتسويق للوجهات السياحية الداخلية بالجزائر وهذا التوجه الذي تبنته الوكالات ، والكثير منها تراه حلا ظرفيا تماشيا مع الظروف الراهنة للوباء المتفشي عالميا ، وكما ذكرنا سالفا غلق المطارات الدولية إتباعا للوضع الصحي للبلد مازال عائقا كبيرا أمام العمل لبعض الوكالات مما أجبر العديد من الوكالات لاتخاذ إجراءات أخرى في مثل هذه الظروف ونظرا لتزايد الطلب السائح المحلي مما أدى بالوكالات إلى خلق عروض سياحية داخلية والترويج لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة ، وضمان عائد يغطي تكاليف الوكالة وبقائها في السوق السياحي، اما بالنسبة لـ 22% من الوكالات السياحية أصبحت خدماتها تقتصر إلا على بيع التذاكر السياحية وحجز في الفنادق لضمان استمراريتها.

السؤال 5: ماهي الوجهات المحلية التي تقدمها وكالتكم في إطار السياحة الداخلية؟

من خلال هذا سؤال كان بهدف معرفة وجهات التي تقوم الوكالات بتنظيم رحلات إليها وماهية المواقع التي تعد عامل جذب للسائح الجزائري ومن خلال الأجوبة المقدمة من طرف الوكالات محل الدراسة لاحظنا أن معظم الرحلات متنوعة إما على حسب الطلب أو على حسب الموسم فمثلا في فصل الصيف يزيد الطلب على السياحة البحرية، سياحة الاستجمام أي على المدن الساحلية أكثر، أما في موسم الشتاء فيزيد الطلب عن السياحة الجبلية والسياحة الحموية والعلاجية والمدن الصحراوية، أما في فصل الخريف والربيع فيزيد إقبال عن سياحة الترفيهية في الغابات والحظائر والقرى والي ما غير ذلك...، أي تحاول أغلب الوكالات التركيز على كل المناطق التي تحتوي على المقومات السياحية التي تتماشى مع كل موسم .

السؤال 6 : هل وكالتكم قامت بتنظيم رحلات لكل المواقع السياحية المتواجدة بالجزائر؟

الشكل 4: بتنظيم رحلات لكل المواقع السياحية المتواجدة بالجزائر



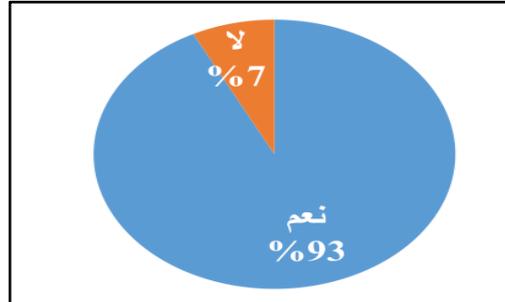
المصدر: من إعداد الباحثين

إن الهدف من هذا السؤال هو معرفة هل الوكالات السياحية تقوم حقا بالترويج لمختلف المواقع السياحية بالجزائر ، حيث نجد نسبة كبيرة تقدر بـ 85% من الوكالات المجيبة على الاستبيان لا تقوم بتنظيم رحلات لكل المواقع السياحية وقد رجعت الوكالات ذلك لنقص الأدلاء والمرشدين السياحيين المحليين للمواقع السياحية، ونقص الخدمات المقدمة في بعض المواقع السياحية وافتقادها للأمن السياحي كذلك وكذا

عوائق تنظيمها من طرف السلطات الوصية، وأن أغلب هذه الوكالات تركز اهتمامها بالسياحة الخارجية نظرا لسهولة تنظيمها وعائدها المالي المعتبر.

السؤال 7: هل تعتمدون على الفايسبوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للسياحة الداخلية بالجزائر؟

الشكل 5: للترويج للسياحة الداخلية بالجزائر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

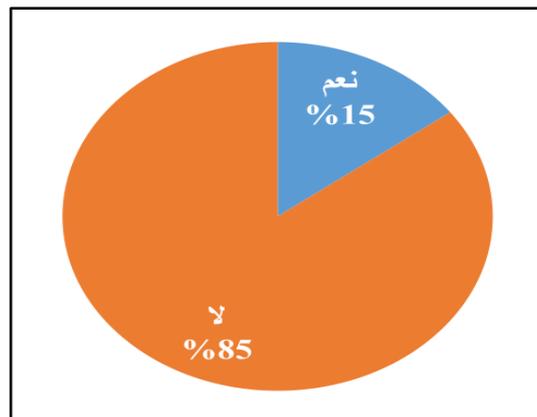


المصدر: من إعداد الباحثين

يعتمد 93% من الوكالات السياحية محل الدراسة على الفايسبوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للسياحة الداخلية بالجزائر التي تعتبر الوسيلة الوحيدة التي لقت رواجاً في التواصل مع الزبائن ومعرفة أذواقهم وذلك لسهولة استخدامها وتماشياً مع عصر العولمة، وخاصة مع ظرف الكورونا وتحول العالم الى التجارة الالكترونية، أما الفئة القليلة المتبقية فهي تعتمد على وسائل أخرى مثل العلاقات العامة والوفاء الزبون وطرق كثيرة في البيع.

السؤال 8: هل ترى ان المنشآت السياحية (الفنادق ، مراكز الإقامة) قدمت خدماتها على الوجه المطلوب بهذا الصدد ؟

الشكل 6: تقديم خدمات على الوجه المطلوب بهذا الصدد



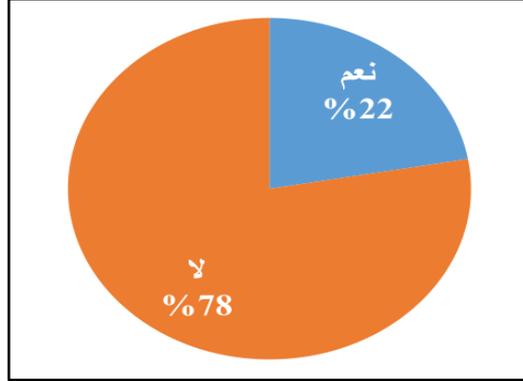
المصدر: من إعداد الباحثين

يرى 85% من الوكالات السياحية محل الدراسة أن المنشآت السياحية (الفنادق ، مراكز الإقامة) لم تقدم خدماتها على الوجه المطلوب وذلك لضعف تأهيل العنصر البشري المتواجد بها وضعف مسيرتها وانعدام فكرة تكوين العمال لمواكبة العولمة والعمل على تحسين الجودة المقدمة فيها، أما 15% فتري المنشآت السياحية (الفنادق ، مراكز الإقامة) قدمت خدماتها على أحسن وجه وهم قلة الذين يؤمنون بتحسين نوعية الخدمات والاعتماد على المعايير الجودة في تقديمها وهي تقتصر على

الفنادق ذات اربع وخمس نجوم والاقامات الفخمة التي تعمل بنظام مراقبة داخلي صارم فهي تراقب نفسها بنفسها.

السؤال 9: هل يوجد تحفيزات للوكالات السياحية لتنشيط السياحة الداخلية من طرف الجهات الحكومية الوصية بالقطاع ؟

الشكل 7: وجود تحفيزات للوكالات السياحية لتنشيط السياحة الداخلية من الجهات الحكومية الوصية بالقطاع

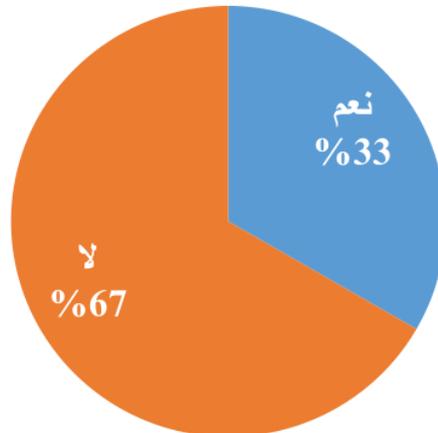


المصدر: من إعداد الباحثين

يرى 78% من الوكالات السياحية محل الدراسة أنه لا يوجد تحفيزات للوكالات السياحية لتنشيط السياحة الداخلية من طرف الجهات الحكومية الوصية بالقطاع، فبالرغم لما تزخر به الجزائر من مقومات سياحية تجعلها تتنافس على الاقل اقليميا (دول الجوار) في مجال السياحة ، الا ان الدولة لا تعطي اهتماما بتمتية هذا القطاع أو بالأحرى لا توجد نية او إرادة حكومية واضحة في هذا الصدد ، والعكس من ذلك أشارت بعض الوكالات السياحية لوجود عراقيل إدارية وبيروقراطية تعيق عمل الوكالات السياحية ، أما 22% تؤكد على وجود تحفيزات للوكالات السياحية لتنشيط السياحة الداخلية من طرف الجهات الحكومية الوصية بالقطاع .

السؤال 10: هل السائح المحلي يمتلك ثقافة السياحة الداخلية؟

الشكل 8: أملاك السائح المحلي ثقافة السياحة الداخلية

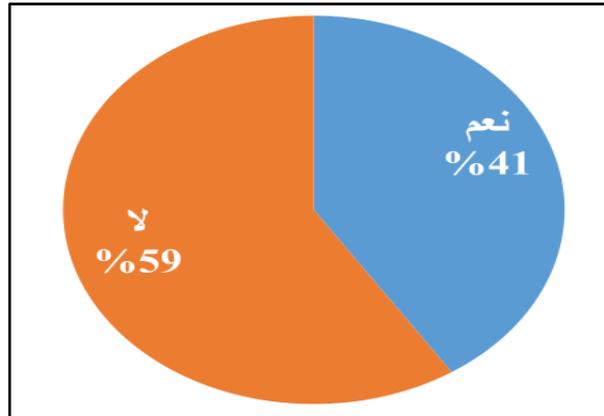


المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ 67% من الوكالات السياحية محل الدراسة ترى أن السائح المحلي لا يمتلك ثقافة السياحة الداخلية ، حيث اشارت تلك الوكالات الى قلة الطلب على السياحة الداخلية وتفضيله للمنتوجات السياحية الاخرى على غرار تونس وتركيا ، فيما نجد بأن 33% تؤكد بأن السائح المحلي يمتلك ثقافة السياحة الداخلية، ويرغب فيها إلى أن نقص الطلب على السياحة الداخلية راجع لارتفاع تكاليف الرحلات السياحية الداخلية ونقص الترويج لها مقارنة بالوجهات الخارجية ونقص الجانب الأمني .

السؤال 11: هل يمكن اعتبار السياحة المحلية في الجزائر سياحة فصلية (في فصل الصيف فقط) ؟

الشكل 9: امكانية اعتبار السياحة المحلية في الجزائر سياحة فصلية



المصدر: من إعداد الباحثين

ترى 41% من الوكالات السياحية محل الدراسة أنه يمكن اعتبار السياحة المحلية في الجزائر سياحة فصلية (في فصل الصيف فقط) فيما نجد بأن 59% منهم تؤكد عكس ذلك، وهذا راجع لقافة الموظف في أخذ العطل السنوية فهناك من يفضل أخذها في الصيف والبعض يفضل في الشتاء لأن في فصل الصيف هناك يزداد الطلب على الخدمات السياحية وترتفع أسعارها أما بالنسبة لموسم الشتاء فالعكس تماما

السؤال 12: حسب رأيكم ما هي معوقات السياحة الداخلية في الجزائر ؟

من خلال طرح هذا السؤال على وكالات محل الدراسة كانت الإجابات بالجملة وهذا يعني أن العوائق المترتبة عن تنظيمها أكبر وهذا ما جعل أغلب الوكالات تفضل الغلق على أن تبقى :

- ضعف جودة الخدمات السياحية في الفنادق الجزائرية وارتفاع أسعارها.
- نقص الوعي السياحي أن لم نقل ضعف الثقافة السياحية المحلية لدى الزبون الجزائري.
- نقص الطلب السائح المحلي عن السياحة داخلية وذلك راجع لارتفاع أسعارها.
- نقص عدد المنشآت السياحية وغلاء الخدمات المقدمة فيها وضعف الأمن السياحي فيها.
- ارتفاع تكاليف الرحلات السياحية الداخلية ونقص الترويج لها مقارنة بالوجهات الخارجية.
- نقص تسهيلات من طرف السلطات المختصة .
- غياب الرؤية عن مخططات الدولة الخاصة بالتنمية.
- النقص الكبير في البني التحتية خاصة الفنادق والاقامات.

• معوقات الإدارية والبيروقراطية في المديرية الجهوية.

وقد أكد السيد بودرع عصام ، مدير تجاري في وكالة الإحسان للسياحة والاسفار بالجزائر العاصمة ، ان الجزائر اضاعت فرصة الاستعادة من الوضع العالمي الحالي مع وباء كورونا ، وتوجيه التدفقات السياحية نحو الداخل ، عبر تطوير وتنمية السياحة الداخلية من حيث هياكل الاستقبال والراحة و البنى التحتية، والترويج للسياحة في الوطن، فالجزائر توجد بها مناطق سياحية غير مكتشفة بعد ، وقد أشار إلى أن السائح الجزائري لديه رغبة في اكتشاف بلده لو تكون هناك برامج سياحية مصممة بجودة وبأسعار مقبولة .

في حين أشار لورانس كارتولوغلو المدير العام لوكالة هايا تور بوهران ومسير لمركب النبيل السياحي في بني صاف في عين تيموشنت، ان السياحة الداخلية لا تعترف بالظرفية ، او اعتبارها كخيار ثانوي ، كان من المفترض الاهتمام من قبل الوباء بتنمية هذا القطاع من ناحية البنى التحتية والهياكل الضرورية ، لاستغلال موجة الغلق العالمي للحركة الجوية وتوجيه السياحة للداخل.

في حين اعترف المدير العام لوكالة كوالا فواياح للسياحة السيد بوعريوة فارس ، بضعف اداء الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الداخلية، وأكبر دليل -حسب رأيه- على ذلك ان معظم الوكالات السياحية مغلقة ومتوقفة عن النشاط ، ولم تكن لها أية نية لبعث السياحة الداخلية وتحفيز الطلب عليها، فمادام الحدود مغلقة فلا توجد سياحة حسب اعتقادهم ، كما لم يفته ان يذكر بضعف الخدمات الفندقية وارتفاع اسعارها ، حيث ان الفنادق لا تقدم للوكالات أية تحفيزات او تخفيضات .

4. خاتمة:

تمثل الوكالات السياحية انعكاس للمنظومة السياحية في الجزائر سواء من حيث التنظيم أو الأهداف التي تصبو إليها فهي دائما ما كانت سببا في تراجع نسبة السياحة الداخلية نتيجة لنوعية خدماتها المرتبط بالبنى التحتية المتوفرة والثقافة السائدة على جميع المستويات. لكن في الوقت نفسه لا يمكن أن تلعب الوكالات السياحية دور الأكبر من إمكاناتها أو حجمها لأن الدور المكمل يعود على الفواعل الرسمية وغير الرسمية من جمعيات وجامعات ومفكرين واقتصاديين وحتى ساسة السياحة والاقتصاد، لا بد أن تتوافر المقومات الضرورية لإعطاء مكانة الحقيقة لسياحة الداخلية لسائح الأجنبي والمحلي، ومن خلال الدراسة التطبيقية تم الوصول إلى التأكد من الفرضيات وهي كمايلي:

- تعترض السياحة الداخلية في الجزائر العديد من المعوقات فرغما توفرها على امكانيات طبيعية هائلة إلا أن تفعيل السياحة الداخلية يبقى مرتبط بتوفر جملة من المعطيات القانونية والمؤسسية التي تحقق للسياحة أهدافها ومن بينها الوكالات السياحية التي تمثل الجهاز الوسيط بين الوجهة السياحة والسائح ، والوكالات السياحية في الجزائر في غالبيتها تعتمد على السياحة الخارجية لتحقيق المكاسب، ففي ظل

تراجع أهمية السياحة الداخلية بالنسبة لسائح الجزائري نتيجة لعدة محددات أصبح لزاما على الوكالات السياحية إعادة النظر في دفع منسوب الاهتمام بالسياحة الداخلية - أهم دور لوكالات السياحة والسفر في تفعيل السياحة الداخلية في الجزائر هو الاهتمام بتكوين المورد البشري المسير للعملية السياحية حيث يعتبر همزة وصل بين السائح من جهة والمقصد السياحي والخدمات السياحية من جهة أخرى فهي أساس نجاح السياحة في الجزائر. من خلال قيامها بحملات ترويجية تساعد على تنشيط السياحة الداخلية والنهوض بها والتي تعتمد على المورد البشري بشكل اساسي.

- الوكالات السياحية وإن كان لها دور إلا أنه يبقى غير كاف بدون تحقيق النضج على المستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي المرتبط بالنشاط السياحي .
- ومن بين التوصيات نذكر : حتى تحقق الوكالات السياحية التفعيل الجيد للسياحة الداخلية لابد من:
 - الاهتمام بتكوين المورد البشري المسير للعملية السياحية.
 - تجسيد ثقافة مشجعة على السياحة الداخلية مرتبطة بقيمة الخدمات المقدمة من طرف الوكالات السياحية.
 - فتح المعاهد المتخصصة في السياحة الداخلية، من أجل تكوين أدلاء ومرشدين سياحيين ذوي خبرة وكفاءة.
 - إقامة خرجات وجولات الاستكشافية للتعريف بالمقومات السياحية للوطن.
 - اعتبار السياحة بمثابة نشاط اقتصادي تجاري يساهم في خلق الثروة.
 - وضع مخطط سياحي تنموي يراعي كل مقومات البيئة السياحية.
 - الاعتماد على التشاركية في وضع قرارات التي تخص القطاع بين الوكالات والهيئات الرسمية.

5. قائمة المراجع:

- Chaissebourg, F. (1996). *Conseil économique et social*. Edition Depot Lag 1 .
- أحمد بوسهمين . (2010). الاستثمار في المؤسسات المصغرة ودوره في التنمية المحلية بمنطقة الجنوب الغربي الجزائري ، اطروحة دكتوراه. جامعة الجزائر .
- سميرة العابد ، وفايزة لعرف . (2012). صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض .الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر. جامعة باتنة ، الجزائر .
- رشيد سعيداني . (2017). أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية-دراسة حالة الجزائر - . مجلة البشائر الاقتصادية العدد 2، المجلد 4 .
- سالم حميد سالم، و طارق سليمان. (2009). الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة. المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك .
- صالح موهوب. (2008). تشخيص واقع السياحة في الجزائر، واقتراح سبل تطويرها، رسالة ماجستير، الجزائر ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .

- صليحة عشي . (2011). الأداء والأثر الإقتصادي والإجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس والمغرب، *اطروحة دكتوراة. الجزائر .*
- عامر عيساني. (2011). الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر - ، *اطروحة دكتوراة. جامعة باتنة .*
- عبد الرحمن اولاد زاویر ، و سيف الدين حايلية . (2010). المؤسسات الإذاعية كأداة فعالة لترويج السياحة الداخلية في الجزائر. *الملتقى الوطني الاول حول المقاولتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر . جامعة قالمة.*
- عبد الرحمن مغازي، و بلال شيخي . (2012). انعكاسات تكنولوجيا الاعلام والاتصال على السياحة الداخلية في الجزائر. *الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر . الجزائر : جامعة باتنة.*
- عبد القادر بودي. (2006). أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر ، *اطروحة دكتوراة . الجزائر 3 : علوم التسيير .*
- عبد القادر عوينان. (2013). السياحة الجزائرية والإمكانات والمعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة ، *اطروحة دكتوراة. كلية العلوم الاقتصادية ، الجزائر 3 .*
- عبد الكريم حافظ. (2010). الإدارة الفندقية والسياحية. الأردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- عصام حسن السعدي . (1999). إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر. الأردن: دار اليا للسياحة والتوزيع .
- ليلي بوحديد، و سهام يحيوي. (2016). إمكانية الاستفادة من التجربة التركية في صناعة السياحة المحلية للجزائرية، *مجلة الاقتصاد والتنمية .*
- محمد أحمد عبد الفضيل . (2004). النظام القانوني لوكيل السياحة والأسفار . مصر : مكتبة الجلاء الجديدة .
- وليد سيد أمين. (1999). إدارة عمليات شركات السياحة ووكالات السفر . مصر : الآفاق للنشر والتوزيع .

6. ملاحق :

رابط الاستبيان

<https://docs.google.com/forms/d/12Yy11PwZ-MJb0x5gbzwYioEvVwg5YmkbcdereEWHMtE/edit>