

متطلبات السياحة العائلية في الجزائر: رؤية سوسيوثقافية

Family tourism requirements in Algeria: a socio-cultural vision

اليامين بن منصور^{1*}، يسمينة برعودي²

¹المركز الجامعي بركة (الجزائر)، lyamine.benmansour@cu-barika.dz

²جامعة باتنة 1 (الجزائر)، yberaoudi@gmail.com

تاريخ القبول: 2025/05/11

تاريخ الإرسال: 2025/02/20

ملخص:

يهدف هذا المقال الى تسليط الضوء على البعد السوسيوثقافي للسياحة في الجزائر؛ خاصة السياحة العائلية. حيث يكتشف الملاحظ البسيط غموض المتطلبات السياحية في الجزائر خصوصا سياحة الأسر والعائلات. ولتحقيق هذه الرؤية يساهم دخول المرأة مجال العمل السياحي في الارتقاء بالمستوى السياحي في الجزائر، وخاصة مجال سياحة الأسر والعائلات، لما لطبيعة المرأة بشكل عام وما تتميز به من ذوق واحساس تؤهلها لأن تتميز في العمل السياحي الذي لا يختلف في فلسفته عن ادارة المنزل. ومن جهة ثانية أن المرأة جزء من المجتمع فعملها في المجال السياحي سوف يحقق مكاسب كبيرة للسياحة من ناحية التخطيط وتحقيق المتطلبات السياحية وتنشيطها محليا. ولهذا فإن رفع نسبة مشاركة المرأة في القطاع السياحي هو استثمار في حد ذاته ورؤية استراتيجية ومستدامة لتطوير هذا القطاع البديل والإستراتيجي. ولذلك يتطلب خلال وضع السياسات التنموية في سبيل الإرتقاء بالأداء السياحي في الجزائر عدم اغفال الرؤية السوسيوثقافية لمفهوم السياحة لدى المجتمع الجزائري، وإدراك أن المرأة شريكاً فاعلاً في الإستثمار السياحي.

كلمات مفتاحية: السياحة العائلية؛ الاستثمار السياحي الموجه للأسرة؛ الانشطة السياحية.

Abstract :

This article aims to shed light on the socio-cultural dimension of tourism in Algeria, especially family tourism. The simple observer discovers the ambiguity of tourism requirements in Algeria, especially family tourism. Despite the religious and cultural components in Algeria's society To achieve this vision, women's entry into the tourism sector contributes to raising the level of tourism in Algeria, especially family tourism, because the nature of women in general and what distinguishes them in terms of taste and feelings qualifies them to excel in tourism work, which does not differ in its philosophy from home management, women are part of society, so their work in the tourism sector will achieve great gains for tourism in terms of planning, achieving tourism requirements, and activating it locally. Therefore, increasing the percentage of women's participation in the tourism sector is an investment in itself and a strategic and sustainable vision for developing this alternative and strategic sector, Therefore, when setting development policies to improve tourism performance in Algeria, it is necessary not to ignore the socio-cultural vision of the concept of tourism in Algerian society, and to realize that women are an effective partner in tourism investment.

Keywords: Family tourism; Family-oriented tourism investment; Tourism activities.

* المؤلف المرسل.

1- مقدمة

في الوقت المعاصر الذي نعيشه ما من شك أن قضايا كالسياحة والترفيه قضايا حيوية في حياة الناس عموماً، فهي تشكل خبرة مهمة في حياتهم من جهة، وعنصر مهم في الاقتصاد من جهة ثانية. وبالنسبة للأسر والعائلات يمكن القول أن السياحة والترفيه تحتل مكاناً مركزياً في حياتهم، خاصة بعد اقتحام المرأة عالم الشغل بنسب مرتفعة خاصة في قطاعات بعينها (التعليم الصحة الخدمات...)، فقد أصبح المستوى التعليمي المرتفع الذي بلغته المرأة، ومجالات الأعمال التي اقتحمتها، والتي كانت حكراً على الرجل مثل الشرطة والدرك والجيش وحتى في الحقل الديني (مرشدات دينيات)، والمستويات الوظيفية التي بلغتها في المؤسسات التي تشتغل بها، من العوامل القوية التي تفرض إعادة النظر وتجديد التفكير بخصوص متطلبات المرأة واهتماماتها، ومكانتها ودورها ضمن الأسرة والمجتمع. وبالتالي بات التفكير في مشاريع استثمارية سياحية خاصاً بالمرأة والأسرة مطلباً ملحاً، إن لم نقل بات حقاً مهدوراً من حقوق المرأة من وجهة نظر حقوقية، وحتى من الناحية الاقتصادية بات الاستثمار في السياحة الاسرية مشروعاً استثمارياً ناجحاً بالنظر لجملة التحفيزات المرتبطة به (اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً).

حيث كشفت عدة دراسات ميدانية تهدف لمعرفة الاتجاه الترويجي للمرأة العاملة توصلت إلى أن النساء العاملات وخاصة منهن الجامعيات يرين أن الترويج له أهمية كبيرة في حياتهن؛ وفي نفس الوقت تعد المجالات الترويجية الخاصة بالمرأة قليلة وغير فعالة وتحتاج إلى دعم؛ حيث إن الأنشطة الترويجية المفضلة لدى المرأة غير متوفرة. ويمكن القول أن نجاح المشاريع الاستثمارية في قطاع السياحة في أي مجتمع مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى الاهتمام بالسياحة النسائية أو العائلية وتمكينهن من المشاركة فيها.

وهذا الوضع مرتبط بقصور التناول للمنظور المتكامل لأبعاد النشاط السياحي، لقد هيمنت الرؤية الاقتصادية في معالجة ظاهرة السياحة والتي تناولتها كسلعة خاضعة لقانون القيمة (سبعون ذ، 2014، صفحة 3)، لعدة اعتبارات موضوعية، أهمها وضوح المقاربة الاقتصادية للسياحة خاصة من حيث امكانية قياس مدى مساهمة قطاع السياحة في رفع المداخيل أو في خلق وظائف جديدة. حيث تعد السياحة في العصر الحديث من أهم الصناعات التي تدعم اقتصاد الدول اللابترولية أو التي لا تملك من الموارد الطبيعية الزراعية أو التعدينية ما يمكنها من دعم اقتصادها والنهوض بخدماتها على كافة الأصعدة، إذ تتراوح نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي لكثير من الدول ما بين 15-30٪ من الإجمالي إلى غير ذلك من المؤشرات الاقتصادية. إلا أن الملاحظة البسيطة تؤكد عدم نجاح الاستثمار السياحي المرتكز على البعد الاقتصادي كمدخل وحيد. هذا ما يدفعنا للقول بأن المقاربة الاقتصادية لمفهوم السياحة غير كافية لتحقيق رؤية متكاملة عن مفهوم السياحة. وبالتالي التأسيس لمفهوم الاستثمار المتعدد

الابعد. فالسياحة ليست مفهوما مرادفا لمفهوم السوق، والسائح ليس مجرد عميل في هذا السوق. فالاستثمار السياحي الناجح هو استثمار متعدد الابعاد اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا . غير أن الاستثمار السياحي في الجزائر الموجه للأسر والعائلات يعاني قصورا في الانشطة السياحية الموجهة لهذه الفئة، ما يتطلب وفق هذا التصور التأسيس لمفهوم سياحي يراعي فيها الانشطة السياحية المتعلقة بخصوصية الأسرة. ففي تصوراتنا جميعا يرتبط موضوع السياحة بالبعد الأخلاقي، وبالنشاط السلبي، هذا من جهة ومن جهة ثانية تحد عاداتنا وخصوصيات مجتمعاتنا من فرص السياحة والترفيه المفتوح. مما يستدعي تطبيق مفهوم الأسرة والعائلة كأحد أهم العوامل الحاسمة لنجاح المشاريع الترفيهية في بلادنا. ولا شك أن المتنزهات التي تأخذ بهذا البعد الاسري ستحدث تحولا كبيرا في مفهوم السياحة والترفيه. فمثل هذه العروض السياحية هي التي ستجذب العديد من العائلات والأسر الجزائرية. وخاصة المناطق الداخلية .

والسؤال المطروح: إلى أي مدى يمكن أن يكون الاستثمار السياحي الموجه للأسر والعائلات رهان استثماري ناجح؟ ماهي مقوماته الاجتماعية والثقافية والاقتصادية؟ ماهي متطلبات الاستثمار السياحي الموجه للأسر والعائلات؟.

2- مفاهيم المدخلية:

2-1- مفهوم السياحة

عرف guyer freuler السياحة بأنها: "ظاهرة من ظواهر العصر، التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام، والإحساس بجمال الطبيعة، والشعور بالبهجة والمتعة، من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة ." (الوهاب، 1992، صفحة 23)

والسياحة ظاهرة اجتماعية في الأساس (سبعون، صفحة 2)، فهي مطلب اجتماعي لجميع الأفراد وهي كذلك حاجة انسانية ملحة، لاشتمالها على ابعاد متعددة اجتماعية ثقافية اقتصادية، ولا شك أن دراسة موضوع السياحة أو الترفيه بوصفه سلوكا انسانيا يختلف تناوله من وجهة نظر السوسيولوجيين عن الاقتصاديين والمستثمرين.

والسياحة كسلوك انساني يتميز بأنه سلوك ارادي وتلقائي، أي مدفوعا بالإرادة والرغبة الشخصية وحرية الاختيار، وذاتي لأنه يظهر فيه تأثير السمات الذاتية على السلوك الترفيهي، كالعمر، والنوع، والدخل، والوضع الثقافي. فيؤديه أو يقوم به الفرد من أجل ذاته، وبدافع شخصي بحت. لذلك لا يمكن دراسة ظاهرة السياحة أو الترفيه دون فهم السلوك الترفيهي للأفراد، وكيفية اتخاذ القرارات وترجيح التفضيلات الترفيهية.

والسلوك السياحي ليس له عائد اقتصادي، كبعض السلوكيات التي تمارس في اوقات الفراغ، كالرسم، وكتابة الشعر والقصة، وبعض الاعمال الحرفية ذات العائد المادي، أو أي عائد اجتماعي، كتنقية الروابط الاجتماعية كالزيارات العائلية مثلا.

فالترفيه إذا هو: نشاط هادف ومقبول اجتماعيا على الأقل، فردي أو جماعي، نقوم به في أماكن عامة مخصصة لممارسة الأنشطة الترفيهية، خلال أوقات الفراغ، نابع من الحاجة للقيام بأنشطة ترويحية، بغرض المتعة والتسلية.

وتعد السياحة الترفيهية أو ما يعرف بـسياحة الراحة والاستجمام، من أهم أنواع السياحة وأقدمها، لما توفر للفرد من الراحة والاستجمام بعيدا عن النمط المعتاد للحياة ورتابة العمل الدائم. وذلك بالسفر إلى أماكن تشتهر بعوامل الجذب السياحي التي تناسب وتوافق رغبة السائح، وتجعله يكرر الزيارة لنفس المكان عدة مرات.

2-2- مفهوم السياحة المستدامة: هو أحد أهم مفاهيم الصناعة السياحية وأحد أعمق أنواع السياحة الذي ظهر في سبعينيات القرن العشرين، هو مفهوم قريب من السياحة البديلة والسياحة المسؤولة، يرمي إلى حماية البيئة الطبيعية، بقصد تحقيق نمو اقتصادي متواصل ومستدام يتجه نحو تلبية احتياجات وتطلعات الجيل الحالي والأجيال القادمة بصورة عادلة. (UNWTO، 2005، صفحة 10)

2-3- مفهوم السياحة الداخلية: "هي الزيارات والانتقالات التي يقوم بها المواطنون داخل حدود دولتهم إلى مناطق سياحية معينة، وغالبا ما يشترط فيها أن لا تقل عن 24 ساعة". (أحمد، 1989، صفحة 38) أما السياحة الداخلية الخاصة بالأسر والعائلات فهي تلك الانتقالات التي تقوم بهال الأسر والعائلات سواء بوسائل نقل خاصة أو عامة، داخل حدود الدولة الجزائرية، إلى مناطق سياحية مخصصة للأسر والعائلات (محافظة)، لا تقل مدتها عن 24 ساعة.

فالأسر والعائلات هي التي تنشط السياحة الداخلية التي تتوفر على خصائص السياحة المحافظة، أو العروض السياحية الموجهة للأسر والعائلات في أماكن سياحية مخصصة لغرض السياحة العائلية والأسرية.

3-3- مفهوم السياحة الموجهة للأسر والعائلات: وفق منظور المدونة العالمية لأداب السياحة العالمية، ومفاهيم السياحة الحلال نقتبس مفهوم السياحة الموجهة للأسر والعائلات، (UNWTO، المدونة العلمية لأداب السياحة، 2005، الصفحات 1-15)، فالسياحة حق انساني، باعتبار السياحة تندرج ضمن حقوق الراحة والترفيه، يتساوى فيها الافراد والجماعات على اختلافهم، وفي هذا السياق يتوجب على السلطات العمومية توفير البرامج السياحية وتسهيل الاستفادة منها، بما في ذلك عمالة مؤهلة مستقرة وغير موسمية. وعلى اعتبار أن سياحة الاسر والعائلات شكل من اشكال السياحة الجماعية فهي تندرج ضمن مفاهيم السياحة الواعية والأخلاقية، أو السياحة الحلال؛ التي تشير الى احترام المقومات الحضارية والقيمية والثقافية الاسلامية، وهي من جهة سياحة بديلة لما تدره من عائدات اقتصادية ملموسة. لما يعرفه سوق السياحة الحلال من نمو الانفاق في السنوات الاخيرة. فقد أشار تقرير the state of the islamic

economy report لعام 2019/2018 أن حجم سوق السياحة الاسلامية سيسجل ارتفاعا ملحوظا ليصل الى 274 مليار دولار سنة 2023. بعدما سجل 174 مليار دولار سنة 2017. (محمود، صفحة 1)

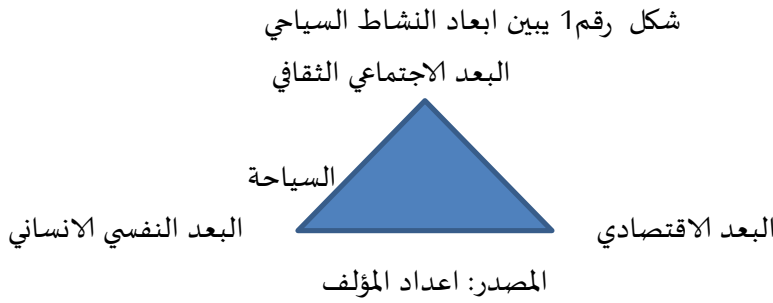
وفي الجزائر تعد الكثير من الوجهات السياحية المحافظة التي تستقطب الاسر والعائلات كولاية جيجل على سبيل الذكر لا الحصر، أيضا شواطئ مخصصة للعائلات، ويمكن السباحة فيها، وتكون وجهة عائلية بامتياز، حيث يعد شاطئ "مارينا بالم" ببلدية برج البحري شرق العاصمة الجزائرية متنفس المرأة الجزائرية الخاص الذي تشعر فيه بالحرية والاستقلالية، ولأنه يضمن الخصوصية التي تبحث عنها النسوة. تقصده النساء من مختلف الأعمار والولايات على هدف واحد وهو الاستجمام والتمتع بالصيف باستقلالية وحرية بعيدا عن التحرشات التي تطاردن في الشواطئ المختلطة الأخرى في ظل الخدمات الجيدة التي يقدمها المكان لاسيما أن العاملين هم من العنصر النسوي لا غير .

3.- خصائص الاستثمار السياحي: يتميز الاستثمار في المشاريع السياحية بعدم المرونة، ونظرا للطابع الموسمي للسياحة فإن ذلك يؤثر سلبا على الرغبة في الاستثمار السياحي من اصحاب رؤوس الأموال الصغيرة والمتوسطة حيث لا يمكنهم أن يجمدوا بعض رؤوس أموالهم لمدة معينة عكس الدولة أو أصحاب رؤوس الاموال الكبيرة الذين يمكنهم تحمل بعض المخاطر كموسمية النشاط السياحي مثلا. وتتميز الاستثمارات السياحية بمجموعة من الخصائص نوجزها فيمايلي : (بخاري، 2014، صفحة 5)

- الاستثمارات السياحية تكون في أصول ثابتة ولمدة طويلة من 20 سنة الى 25 سنة مما يترتب عليها عدة تغيرات سياسية واجتماعية ذات مخاطر متفاوتة. كما أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة للظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
- إن العائد من الاستثمارات السياحية ليس سريعا نظرا لطول مدة الاستثمارات، كما انه الطلب السياحي لديه قابلية كبيرة للتغير، وفقا للمتغيرات السائدة في السوق.
- الاستثمارات السياحية لا تستطيع تغيير منتجاتها بالمشاريع الأخرى.
- الاستثمارات السياحية لا تحتاج الى عناصر معقدة كالكنولوجيا مثلا فهي تعتمد بشكل كبير على العنصر البشري.
- تساهم الاستثمارات السياحية في دعم اقتصاد أي دولة من خلال ما توفره من فرص عمل جديدة.
- تعد الاستثمارات السياحية من الصادرات غير المنظورة ، ولا يمكن نقلها من مكان لآخر.

— إن العائد الصافي من الاستثمار في المشاريع السياحية يكون ضئيل لا يغري المستثمرين الذين يرغبون في تحقيق معدلات أكبر ونظرا لأن طبيعة الاستثمارات في القطاع السياحي تعتبر ضخمة فضلا عن أنها تتطلب رؤوس أموال كبيرة.

4-أبعاد النشاط السياحي: للنشاط السياحي ثلاث أبعاد أساسية متداخلة، تشير إلى مجموعة من الحاجات أو الأهداف التي يتضمنها النشاط السياحي، فالبعد الاجتماعي الثقافي وهو الذي نركز عليه مداخلتنا هذه، يتضمن الأنشطة المرتبطة بالعلاقة بين الأفراد والبيئة، والحفظ على الموروث الثقافي والقيمي للمجتمعات وصيانتها. والبعد النفسي والإنساني، يتضمن الحاجات المتعلقة بتنمية الفرد، كالحاجة إلى الاستجمام والراحة، وحب الاطلاع والإكتشاف، .. وغيرها من الحاجات الانسانية. والبعد الإقتصادي فيتضمن الأهداف الاقتصادية الكلية منها والجزئية، كرفع العائدات الاقتصادية، وتحقيق مواطن شغل مباشرة وغير مباشرة ... وغيرها من الاهداف الاقتصادية، والشكل التالي يوضح تكامل أبعاد النشاط السياحي (تروش، 2014، صفحة 5):



5-الخصائص الاجتماعية والثقافية للأسرة الجزائرية: مستوى الدخل كأحد العوامل المؤثرة في صناعة السياحة ليس من شك أنه كلما ارتفع مستوى دخل الأسرة وما يدخرون من مرتباتهم يساعد على - الاقبال على السفر من أجل السياحة والترويج عن النفس والعكس صحيح في حالة انخفاض الدخل وقلة الادخار مع توفر الإجازات والعطل لا يستطيع الانتقال والاستمتاع بوقت فراغهم، معنى ذلك أن أصحاب الدخول الكبيرة سواء بحجم الثروات الشخصية أو المرتبات العالية هم أقدر الناس على استغلال أوقات إجازاتهم في الاستمتاع والترفيه سواء داخل إقليمهم أو خارجه .

ليس ثمة شك في أن الوجود المتزايد للمرأة الجزائرية في الحياة العامة يمثل أحد ركائز التغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الذي تعيشه الأسرة الجزائرية. فمواكبة المرأة الجزائرية لمسار التغيير الحاصل يمثل انعكاسا لدورها وفعاليتها في مختلف الميادين. سواء تعلق الأمر بالمدرسة أو الأسرة أو العمل ...، إنّ أداء المرأة وتأثيرها في عملية التغيير يقاس بوجود المرأة في الحياة العامة

الذي لم يعد وجودا ديموغرافيا بل كفاعل لها حضورها في مسار التغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي.

إنّ التغيير المهم الذي مس شؤون المرأة الجزائرية والذي مس بدوره الجانب التقليدي في الحياة الأسرية بشكل خاص، تمثل في إعطائها فرصة للتعليم، والذي منحها بدوره فرصة نحو إشراكها في الحياة العامة. فقد ارتفعت نسبة التعليم من 37 % سنة 1966 إلى 92 % سنة 2008. وكان لهذا الارتفاع الملحوظ أثره الإيجابي في زيادة نسبة اليد العاملة التي تضاعفت أكثر من ثلاث مرات في أقل من أربعين سنة (5,2% سنة 1977 إلى 17.7 %) سنة 2011 (زين، 2012، صفحة 8). نستطيع التأكيد أن الباب بات مفتوحا للمرأة الجزائرية من أجل ولوج مؤسسات كانت حكرا على الرجل.

وفيمالي احصائيات حول تطور نسب التعليم الثانوي والعالي للمرأة الجزائرية، ونسب تشغيل المرأة الجزائرية، حسب ما أورده تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي لسنة 2015 .
أ.التعليم :

جدول رقم1 يوضح تطور نسب التعليم الثانوي والعالي للمرأة الجزائرية

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
التعليم الثاموي والعالي للمرأة الجزائرية	24.8%	26%	27.3%	27.7%	29.3%

المصدر: تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي لسنة 2015.

ب. الشغل:

جدول رقم2 يوضح تطور نسب الشغل حسب الفئات العمرية للمرأة الجزائرية

السنوات	2009	2013	2014
نسبة الشغل للمرأة الجزائرية للفئة العمرية 15-24	5.5%	6%	5%
نسبة الشغل للمرأة الجزائرية للفئة العمرية 25-34	18.7%	24.1%	22.5%
المجموع	24.2%	30.1%	27.5%

المصدر: تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي لسنة 2015.

فالملاحظ أن منحى تعليم المرأة الجزائرية في التعليم الثانوي والعالي، ونسب الشغل للمرأة الجزائرية في تصاعد مطرد، هذا التطور الذي تعرفه المرأة الجزائرية أدى إلى تغيير بصورة حتمية في الخصائص الاجتماعية والثقافية للأسرة الجزائرية .

والحقيقة هناك مجموعة من العوامل ساعدت في تنمية الوعي الثقافي لدى المرأة الجزائرية، وتحدد هذه العوامل مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي تتمثل في ارتفاع مستويات الدخل، وتنوع المهن والأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. ودخول المرأة مجال

العمل خارج البيت، والاستقلال الاقتصادي، ونتيجة لذلك اكتسبت المرأة قدراً من السلطة داخل إطار الأسرة، وقد أسفر هذا عن تغير في الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للنساء، ومن ذلك الحرية في اختيارهن للزوج، وارتفاع سن الزواج، وتحديد حجم الأسرة. وكذلك ارتفاعاً في اهتماماتها فيما يتعلق بإشباع الحاجات السياحية والترفيهية.

حيث كشفت عدة دراسات ميدانية تهدف لمعرفة الاتجاه الترويجي للمرأة العاملة توصلت إلى أن النساء العاملات وخاصة منهن الجامعيات يرين أن الترويج له أهمية كبيرة في حياتهن؛ وفي نفس الوقت تعد المجالات الترويجية الخاصة بالمرأة قليلة وغير فعالة وتحتاج إلى دعم؛ حيث إن الأنشطة الترويجية المفضلة لدى المرأة غير متوفرة. ويمكن القول أن نجاح المشاريع الاستثمارية في قطاع السياحة في أي مجتمع مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى الاهتمام بالسياحة النسائية أو العائلية وتمكينهن من المشاركة فيها.

6-متطلبات الاستثمار السياحي الموجه للأسر والعائلات :

6-1-التخطيط الاستثماري المناسب: إن قصور في الوعي لدى أصحاب المشروعات الاستثمارية في المجال السياحي بالخصائص الاجتماعية والثقافية للأسر والعائلات، وثقافتهم الفرعية بكل مضامينها المختلفة عند التخطيط للمشروعات السياحية يرفع من مخاطر فشل هذه المشاريع الاستثمارية المخصصة للأسرة والعائلة.

وعموماً هناك مجموعة من الخصائص المرتبطة بالسياحة الأسرية تتحكم في الطلب السياحي لهذه الفئة المجتمعية، تتمثل أساساً في:

— أن الكثير من الأسر تميل إلى المناطق المحافظة سعياً إلى الاستمتاع بصورة أكبر دون قلق أو عوائق فيما يتعلق بفرص الاستمتاع التي يمكن أن يمارسوها مثل الاستمتاع بالعروض السياحية في بيئة محافظة.

— الترفيه يتم عادةً سوياً مع الأسرة والعائلة أو الأصدقاء .

— لا ترتبط السياحة الأسرية بفترة الصيف فقط كفترة محددة خلال السنة. بل تعد عطل نهاية الأسبوع والإجازات من أهم الأوقات التي تستغلها الأسرة للترفيه.

— تعتبر الأنشطة الترفيهية الهادفة والمقبولة اجتماعياً من الأنشطة السياحية المرغوبة للأسر والعائلات، والتي يمكن أن تشمل القراءة، وعزف الموسيقى أو سماعها، ومشاهدة الأفلام، والبستنة، والصيد ، وممارسة الهوايات والرياضات، والسفر...وغيرها.

6-2-الاستثمار في العمالة النسوية المؤهلة: من النقائص التي يعانيها قطاع السياحة في الجزائر اليد العاملة النسوية المؤهلة لممارسة النشاط السياحي تسييراً وتشغيلاً، والذي يعد عائقاً

حقيقيا امام نجاح سياحة الاسر والعائلات، فتسهيل دخول المرأة ميدان السياحة يعزز فرص نجاح السياحة الأسر والعائلات، خاصة أن المرأة عامل جذب في السياحة، فمؤسسات التكوين المختصة في التكوين السياحي غير كافية وغير مساندة لمتطلبات السياحة المعاصرة، حيث تعاني من جملة من النقائص تتمثل فيمايلي (سامعيني، 2014، صفحة 119):

- نقص في تكوين وتأهيل المستخدمين.
- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية.
- نوعية تكوين غير ملائمة لمتطلبات العرض السياحي ومنها السياحة الأسرية والعائلية.
- لذلك يتطلب دعم ماهو موجود بتكفل المؤسسات الجامعية بعملية التدريب والتكوين السياحي، من خلال (القادر، 2012، صفحة 178):
- إعادة النظر في البرامج التكوينية بغرض تكييفها مع تطور الاحتياجات والتقنيات الحديثة لتسيير النشاط والخدمة السياحية.
- تأسيس شهادة بكالوريا تقنية في السياحة قصد ضمان توفير مهنيين متخصصين ومسيرين في ميدان السياحة.

-فتح فرع الاقتصاد السياحي بالجامعة مع توسيعه إلى ما بعد التدرج.

3-6-التسعير السياحي: تحتل عملية التسعير السياحي أهمية كبرى ضمن عملية التسويق السياحي بصفة عامة، وللعروض السياحية الموجهة للأسر والعائلات بصفة خاصة، لأن الاسر والعائلات عادة تسافر في أعداد كبيرة نسبيا، ما يجعلها تبحث عن عروض سياحية توافق قدراتها المالية.

فإذا كان التسعير السياحي يؤثر بصورة مباشرة على الإيرادات السياحية، فإن له دور في التأثير على حجم الطلب السياحي، ومن ثم فإن سلوك السائح يتحدد طبقا لسعر الخدمة السياحية. وتكمن أهمية التسعير السياحي في أنها تساهم بصورة مباشرة في زيادة نمو المشروع السياحي، لذلك يجب استخدامها كعنصر فعال ومؤثر للمحافظة على المستهلكين المداومين ولجلب مستهلكين جدد (هدير، 2006، صفحة 84).

7-خاتمة:

يعتبر الاستثمار السياحي الموجه للأسر والعائلات إحدى المطالب الاجتماعية والثقافية والاقتصادية المعاصرة الملحة، نظرا للتغيرات الاجتماعية والثقافية التي عرفتها الاسرة الجزائرية، خاصة على مستوى المرأة، والحقيقة هناك مجموعة من العوامل ساعدت في تنمية الوعي الثقافي لدى المرأة الجزائرية، وتتحدد هذه العوامل مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي تتمثل في ارتفاع مستويات الدخل، ودخول المرأة مجال العمل خارج البيت، والاستقلال الاقتصادي،

ونتيجة لذلك ارتقت الاهتمامات المتعلقة بإشباع الحاجات السياحية والترفيهية. حيث يمكن القول أن السياحة والترفيه تحتل مكانا مركزيا في حياة الأسرة، وبالتالي بات التفكير في مشاريع استثمارية سياحية خاصا بالمرأة والأسرة عموما مطلبا ملحا، إن لم نقل بات حقا مهدورا من حقوق العائلة، وبات الاستثمار في السياحة الأسرية مشروعا استثماريا ناجحا بالنظر لجملة التحفيزات المرتبطة به (اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا).

8-توصيات:

- يتطلب استمالة العنصر النسوي، الذي يعد العنصر الفعال في تحريك خيارات الأسرة، فهي التي تؤثر بشكل كبير في قرارات اقتناء منتج معين، لاسيما المنتج السياحي.
- يتطلب توفير الخصوصية الأسرية والعائلية في الأماكن السياحية لتشجيع الأسر والعائلات على ارتياد هذه الأماكن.
- تخفيض تكاليف السياحة للأسر والعائلات، لسبب اقتصادي بحت وهو أن السياحة الأسرية أو العائلية لها عائد أكثر من السياحة الفردية، لأنها عادة تتم في مجموعات كبيرة. وتجعل الطلب السياحي في نمو مستمر نتيجة امكانية تكرار ارتياد هذه الاماكن السياحية.
- توسيع النشاطات السياحية والترفيهية للأسر والعائلات لتشمل حدائق وعربات معلقة ومركز رياضي ومخيمات عائلية وحدائق نباتية ومتحف طبيعي إضافة إلى مدن ألعاب مائية وعالم الثلج ومسرح وتعليم مهرجانات وغيرها من مرافق. أو على الأقل تخصيص أيام للأسر في الأماكن السياحية والترويحية ان تعذر بناء اماكن ترفيهية خاصة بالأسر والعائلات.
- ضرورة التعرف على طبيعة الانشطة الترفيهية للأسر والعائلات الجزائرية، بغرض امكانية ايجاد التنوع السياحي، يتماشى مع الخصائص السوسيو ثقافية للأسرة الجزائرية (تعاليم ديننا الإسلامي الحنيف، الأعراف الاجتماعية)، مثل: افتتاح نواد رياضية ومعاهد فنية ومجمعات نسائية، إنشاء مدينة سياحية ساحلية نسائية (السباحة، ألعاب مائية، ممرات للمشبي، مطاعم، شاليهات، أماكن للتسوق، مقاه، مكتبات، مراكز تجميل)، وتوفير أجواء منزلية ترفيهية للأسر والعائلات.
- توفير مستوى من الامن والحماية في الفرص السياحية المتاحة للأسر والعائلات، لتشجيع ممارسة الأنشطة السياحية في جو من الأمن الشخصي والاجتماعي.
- تجسيد مشاركة المرأة في المشاريع السياحية المرتبطة بالأسرة والعائلة ، لأن نجاح مثل هذه المشاريع الاستثمارية مرتبط بمدى مساهمة المرأة ومشاركتها في تنفيذ هذه المشاريع

ومدى الاستفادة منها فالمشاريع التي اخذت بعين الاعتبار دور المرأة كمشاركة فيها ومستفيدة منها تعد بالضرورة مشاريع ناجحة ومستدامة.

قائمة المراجع

1. UNWTO. (12، 2005). المدونة العالمية لآداب السياحة. تاريخ الاسترداد 14 2، 2025، من <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-10/gcetpassportglobalcodear.pdf>
2. UNWTO. (12، 2005). المدونة العلمية لآداب السياحة. تاريخ الاسترداد 14 2، 2025، من <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-10/gcetpassportglobalcodear.pdf>
3. الخصري محسن أحمد. (1989). التسويق السياحي. مدخل الى اقتصاد متكامل. القاهرة: مكتلة المدبولى.
4. بلقاسم بن زين. (2012). المرأة الجزائرية والتغير الاجتماعي. المجلة الجزائرية في الانثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية (57-58).
5. ذهبية أوموسى. سعيد سبعون. (2014). ظاهرة السياحة ومحاولة بناء موضوع معرفة. ملتقى وطني: التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية بالجزائر. الجزائر - الطارف: جامعة الطارف.
6. صلاح الدين عبد الوهاب. (1992). نظرية السياحة الدولية. مصر: دار الهناء للطباعة والنشر.
7. عبد القادر هدير. (2006). واقع السياحة في الجزائر وفاق تطورها. رسالة ماجستير.
8. عبد اللطيف عابد. عماد بن تروش. (2014). تحليل مخطط السياحة والعمل فيها. التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية. الجزائر - الطارف: جامعة الطارف.
9. عزالدين محمدي، ايت محمد مراد. (2014). استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر. واقع وافاق. ملتقى دولي حول الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. المركز الجامعي البيض.
10. لحسين عبد القادر. (2012). استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر. مجلة اداء المؤسسات الجزائرية (2).
11. محمد يدو. سمية بخاري. (26 11، 2014). الاستثمارات السياحية كمحرك للتنمية السياحية المستدامة. حالة الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. ملتقى دولي حول الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. المركز الجامعي تيبازة.
12. نبيل الروبي. (د-ت). اقتصاديات السياحة. الاسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية.
13. نسبية سامعيني. (2014). دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر. (وهران، جامعة وهران) رسالة ماجستير.