

دور البوابة الإلكترونية لمسارات الجزائر السياحية - <https://algeriatours.dz> - في تسويق السياحة الداخلية - ولاية تبسة أنموذجا

The role of the electronic gate of Algeria's paths of tourism

-<https://algeriatours.dz>- in marketing tourism internal – tebessa province as a model

مسنادي محمد¹، بن مير محمد الطيب²، قعيد ابراهيم³

¹ طالب دكتوراه، مخبر النمو والتنمية الاقتصادية في الدول العربية، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، mohammed-mesnadi@univ-eloued.dz

² أستاذ محاضر، مخبر النمو والتنمية الاقتصادية في الدول العربية، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، Benmir-mtaib@univ-eloued.dz

³ أستاذ محاضر، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، gaid.brahim@univ-eloued.dz

تاريخ النشر: 2023.07.05

تاريخ القبول: 2023.03.07

تاريخ الاستلام: 2022.07.06

ملخص: ان الاهتمام بالأساليب الحديثة في تسويق السياحة الداخلية من قبل مسؤولي الدولة الجزائرية حاليا لها أكثر من دلالة، لعل أحدها من اجل مواكبة التطور الهائل والحاصل اليوم في تكنولوجيايات الاعلام والاتصال، لكونها تساهم وبشكل كبير في الترويج للسياحة الداخلية الكترونيا، مما يجعل عملية التعريف بالمنتجات السياحية وبالمناطق المختلفة للجزائر عملية سهلة وغير مكلفة، إضافة الى نجاحها في استقطاب وجذب السياح بطريقة احترافية. وفي هذا الصدد تم الإعلان بتاريخ 2022/06/24 من قبل الوزير الأول أيمن بن عبد الرحمن عن انطلاق البوابة الإلكترونية لمسارات الجزائر السياحية - <https://algeriatours.dz>، لقد جاءت دراستنا هذه للبحث في المفاهيم النظرية المتعلقة بالسياحة والوسائل التكنولوجية المساهمة في تسويقها، مع محاكاتها لواقع السياحة ووسائل تسويقها في ولاية تبسة من خلال المديرية التنفيذية: ثقافة، سياحة ومحافظة الغابات، وابرار طريقة عمل البوابة وتوضيح دورها في اظهار مختلف أنواع المسارات السياحية وطبيعتها وبالخصوص وجهة ولاية تبسة، حيث توصلنا في دراستنا هذه الى: تعدد وتنوع المعالم السياحية في الجزائر؛ نقص في تمويل المشاريع السياحية ونقص الترويج السياحي الإلكتروني؛ إضافة الى تزايد اهتمام المسؤولين بضرورة عصرنه القطاع ورقمته؛ أهمية البوابة الإلكترونية في ابراز مختلف المعالم السياحية في الجزائر. كلمات مفتاحية: تخطيط سياحي، استثمار سياحي؛ ترويج سياحي؛ بوابة الكترونية لمسارات الجزائر السياحية.

تصنيف JEL: Z 380 ; Z 330 ; M 310 ; L 860

Abstract: The interest in modern methods in the process of marketing domestic tourism by Algerian state officials currently has more than one indication, perhaps one of them is in order to keep pace with the tremendous development taking place today in information and communication technologies, because it contributes significantly to the promotion of domestic tourism electronically, which makes the process of introducing tourism products In the different regions of Algeria, it is an easy and inexpensive process, in addition to its success in attracting and attracting tourists in a professional manner. In this regard, the first Minister, Ayman bin Abdel Rahman, announced the launch of the electronic gate: Algeria Tourist Routes - <https://algeriatours.dz>-, on 06/24/2022. We simulated the reality

of tourism and the means of marketing it in the state of Tebessa through the executive directorates: culture, tourism and the forest governorate, and highlighting the way the gate works and clarifying its role in showing the different types and nature of tourist paths, especially the destination of the wilaya of tebessa. Where we found in this study: the multiplicity and diversity of tourist attractions in Algeria; a lack of funding for tourism projects and a lack of electronic tourism promotion; in addition to the increasing interest of officials in the need to modernize sector and its digitization; the importance of the electronic gate in highlighting the various tourist attractions in Algeria.

Keywords: tourism planning, tourism investment, tourism promotion, the electronic portal of Algeria's tourist itineraries.

Jel Classification Codes : Z 380 ; Z 330 ; M 310 ; L 860.

المؤلف المرسل: مسنادي محمد، mohammed-mesnadi@univ-eloued.dz

1. مقدمة

انطلاقاً من شعارات وزارة السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي لليوم الوطني للسياحة: 25 جوان من كل سنة ، والتي كانت تحمل العناوين: "السياحة تحدي اليوم ورهان الغد" لسنة 2021، و "خلي صيفك جزائري" لسنة 2022، يتضح ان هناك اهتمام واضح من قبل سلطات الدولة للنهوض بالقطاع السياحي وجعله يتماشى و الركب الحضاري و العالمي في هذا المجال، فلا تكون السياحة رهان الغد (قطاعاً مزدهراً في المستقبل) الا اذا تم تذليل صعوبات وتحديات اليوم (استثمار المعالم السياحية)، ولا يكون استقطاب السياح المحليين ولفت انتباههم للمواقع الداخلية والوطنية الا بتوفير الفرص المواتية لإنشاء مؤسسات سياحية قادرة على استقطاب وجذب زبائن يكون لهم الولاء لخدمات تلك المؤسسات السياحية الوطنية وباستخدام أساليب حديثة في تنشيطها. كما ان التطور الهائل والحاصل اليوم في تكنولوجيات الاعلام والاتصال يؤثر ويساهم وبشكل كبير في الترويج للسياحة الداخلية والوطنية عبر الانترنت ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي، مما يجعل تسويق الخدمات السياحية في الجزائر ممكناً، ويجعل عملية التعريف بالمنتجات السياحية، الموروث الثقافي، عادات وتقاليد المجتمع وبالمناطق المختلفة للجزائر عملية سهلة وغير مكلفة، إضافة الى نجاحها في استقطاب وجذب السياح بطريقة احترافية على غرار البوابة الإلكترونية: مسارات الجزائر السياحية والتي أعلن عن انطلاقتها مؤخرًا السيد الوزير الأول: أيمن بن عبد الرحمن بتاريخ: 2022 /06/24 في المركز الدولي للمؤتمرات بالجزائر العاصمة بمناسبة استلام استراتيجية تسويق وجهة الجزائر والمنجزة بالتعاون مع منظمة السياحة العالمية.

ومن خلال ما تم طرحه سابقاً يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية التالية : ما المقصود بالبوابة الإلكترونية لمسارات الجزائر السياحية المستحدثة وما دورها في تسويق السياحة الداخلية؟

والتي تتفرع منها الأسئلة التالية:

- ما المقصود بالسياحة؟ ما أهميتها؟ ما علاقتها بالبيئة؟ وما دورها على الشريط الحدودي؟
- هل تتوفر الجزائر على الإمكانيات اللازمة لصناعة المنتج او الخدمة السياحية الرائدة؟
- ما السياسة التي انتهجتها الجزائر مؤخرا في القطاع السياحي؟
- هل عملية تمويل الاستثمار السياحي تغطي الاحتياجات الوطنية في القطاع؟
- ما مدى اهتمام المسؤولين بعناصر المزيج التسويقي السياحي وبالخصوص عنصر الترويج؟
- ما مفهوم البوابة الإلكترونية لمسارات الجزائر السياحية وما دورها في تفعيل السياحة الداخلية؟
- ما واقع السياحة في ولاية تبسة؟ ما التحديات التي تواجهها؟ ما الافاق المستقبلية؟ وما أثر البوابة الإلكترونية المستحدثة في ابراز المعالم السياحية في ولاية تبسة؟

أما عن الفرضيات التي ينطلق منها بحثنا هذا فيمكننا وضعها كالآتي:

- الفرضية الرئيسية: التسويق السياحي في الجزائر له اثر كبير في الساحة الوطنية.
- الفرضية الفرعية 1: تتوفر الجزائر على مقومات متنوعة تؤهلها لإقامة صناعة سياحية قوية؛
- الفرضية 2: السياسات الحكومية ناجعة في القطاع السياحي؛
- الفرضية 3: عملية تمويل الاستثمارات غير كافية في القطاع؛
- الفرضية 4: نقص في عملية الترويج السياحي في الجزائر؛
- الفرضية 5: هناك اهتمام من طرف المسؤولين للنهوض بالقطاع السياحي.
- الفرضية 6: البوابة الإلكترونية المستحدثة كافية للترويج للمعالم السياحية في ولاية تبسة.

وقد سعينا في بحثنا هذا الى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمه : تزويد الساحة العلمية والبحثية الوطنية ببحثنا هذا لتكون إضافة لها؛ تقديم مفاهيم تخص السياحة، مقوماتها، التخطيط لها والاستثمار فيها والوسائل الحديثة لتسويقها؛ الحث على الاهتمام بالسياحة الداخلية والاعتماد على الإمكانيات المحلية والموارد البشرية؛ الاعتماد على تجارب الدول السبّاقة في هذا المجال؛ الوصول الى استنتاجات ومن ثمة تقديم اقتراحات وتوصيات.

كما تكمن أهمية دراستنا هذه في ابراز ما يلي : الدور المهم والفعال الذي تلعبه السياحة الإلكترونية وخاصة في التعريف بمناطق الوطن وعادات وتقاليد المجتمع الجزائري وبموروثه الحضاري والثقافي، زيادة في تحصيل الايرادات؛ دور الترويج الإلكتروني من منصات ومواقع اجتماعية في تفعيل السياحة من خلال جذب السياح المحليين والأجانب؛ ابراز طريقة عمل رابط البوابة:

<https://algeriatours.dz> وتوضيح دورها في اظهار والتعريف بمختلف المسارات حسب طبيعتها، نوعها

والوجهة المختارة.

أما المنهج الملائم في بحثنا هذا فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لغرض الإجابة عن التساؤلات السابقة واختبار الفرضيات، معتمدين في ذلك على "المقابلة المباشرة" مع المدراء التنفيذيين والمسؤولين المباشرين على القطاع في ولاية تبسة من: سياحة، ثقافة ومحافظة الغابات، باعتبار المقابلة المباشرة الأداة الأكثر ملائمة حسب رؤيتنا والولوج الى البوابة لمعرفة مساراتها السياحية لتحقيق أهداف البحث ولمعالجة الموضوع محل الدراسة قسمنا البحث الى أربعة محاور: السياحة والتنمية المستدامة: السياحة، التنمية المستدامة، السياحة البيئية، سياحة الحدود: السياحة في الجزائر: الموارد والمعالم، التخطيط، الاستثمار؛ التسويق والتنشيط السياحي: التسويق السياحي، التنشيط السياحي، الترويج السياحي؛ السياحة الإلكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي؛ البوابة الإلكترونية لمسارات الجزائر السياحية: السياحة في ولاية تبسة: واقع، تحديات، آفاق، أثر البوابة الإلكترونية في ابراز المعالم السياحية لولاية تبسة.

2. السياحة والتنمية المستدامة

لقد ازدهرت السياحة ازدهارا كبيرا في الفترة المعاصرة بداية من القرن العشرين وهو ما أطلق عليه ب "قرن السياحة" حيث شهد تطور هائل في النشاط السياحي او ما يعرف بالاقتصاد السياحي، وبالتالي حدث تطور في المنشآت السياحية والفنادق العملاقة، وظهور كذلك المنظمات السياحية واهمها المنظمة العالمية للسياحة، ولقد شهد العالم في هذه المرحلة، مرحلة انتعاش السياحة ما يلي (عوينات ، 2013 ، صفحة 7): تطور حركة السياحة العالمية؛ ارتفاع مستوى دخل الافراد خاصة في أوروبا وأمريكا الشمالية؛ تزايد حجم السكان بشكل مضطرب -تطور العلاقات بين البلدان؛ تطور كبير في وسائل النقل والاتصالات خاصة النقل الجوي وتطور صناعة السيارات.

1.2 السياحة: مفهوم وأهمية

تعدى مفهوم السياحة ليشمل ابعاد التنمية الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية وحتى السياسية، فقد اثرت الانشطة السياحية على كل جوانب القطاع من اجل تحقيق التنمية الشاملة (شني، بن لخضر، و عبد الله، 2019 ، صفحة 123)، وتختلف التعاريف باختلاف العلماء والمدارس الفكرية وبحسب المنظور الصناعي والأنظمة وحسب الهيئات الدولية المختلفة لكننا نأخذ تعريف المنظمة العالمية للسياحة في(زير، 2018 ، صفحة 23): انتقال الافراد من مكان لأخر لأهداف مختلفة ولفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة، وعند الوقوف عند تعريف المنظمة العالمية للسياحة نجد عناصر محددة لتكون هناك سياحة وهي: الانتقال: وهنا نفرق بين السياحة الداخلية والسياحة الخارجية؛ الهدف: هنا نجد تنوع سياحي: ديني، رياضي، ثقافي، بيئي... الخ؛ المدة الزمنية: فالانتقال عندما يقل عن 24 ساعة يعتبر نزهة، وعندما يفوق السنة يكون إقامة، غير ذلك يكون سياحة.

وللسياحة الداخلية أهمية بالغة وعلى جميع الأصعدة: اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، كما انها تعني بالفرد والمجتمع والدولة، فيمكن اعتبارها: مورد أساسي لخزينة الدولة؛ فرصة للاستثمار بالنسبة للمواطنين المحليين أو الأجانب؛ نشاط لتعريف المواطنين بالمعالم السياحية لغرس حب الوطن والعمل على الدفاع عنه؛ مساهمة في رفاهية الفرد والمجتمع وزيادة في النمو الاقتصادي؛ مطورة للبنى التحتية وتنوع الخدمات المقدمة في المناطق؛ توفر فرص العمل لسكان المحليين.

إضافة الى كونها (حاج، حليمي، و صبان، 2021، صفحات 129-130):

- تساهم في التنمية المحلية والعمرانية وذلك عن طريق تنمية مناطق جديدة للجذب السياحي في محليات مختلفة، يسهم هذا في تحقيق نمو متوازن على مستوى الاقتصاد الكلي وفي تحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي بين الأقاليم السياحية المختلفة؛
- تظهر أهمية البيئة وبيان كيفية الحفاظ على مكوناتها والارتقاء بها ومنع تدهورها او تلوثها، لان البيئة النظيفة والجميلة هي المادة الأولية للنشاط السياحي او هي عامل رئيسي في قيام النشاط السياحي عموما.

2.2 التنمية السياحية المستدامة مفهوم ومبادئ

تعرف بانها تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة في إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل او داخل أي إقليم تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية وتمثل مبادئها واهدافها فيما يلي (برزوان ، /، صفحة 29): حماية البيئة؛ تلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري؛ تحقيق العدالة بين افراد الجيل الواحد؛ خلق فرص جديدة للاستثمار؛ زيادة مداخيل الدولة؛ تحسين البنى التحتية؛ تقديم تسهيلات ترفيحية؛ الارتقاء بالوعي البيئي؛ مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ القرارات التنموية؛ إيجاد معايير للمحاسبة البيئية؛ استخدام فعال للأرض وتخطيط المساحات.

3.2 العوامل المساهمة في التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

هناك العديد من العوامل التي تزيد من الاهتمام بالسياحة الداخلية في الجزائر يمكن ذكرها فيما يلي (تريكي، 2017، صفحات 144-147): تحسن القدرة الشرائية للجزائريين؛ انخفاض معدلات البطالة؛ تراجع معدل الفقر البشري؛ خروج المرأة للعمل؛ تراجع مؤشر الخصوبة؛ تحسن الوضع الأمني في الجزائر وتدهوره في دول الجوار؛ تطور البنى التحتية كإنجاز المشاريع الضخمة مثل الطريق السيار شرق غرب.

4.2 السياحة البيئية

إن أي تنمية لا تستند في جوهرها على الحفاظ على البيئة تعتبر تنمية ناقصة وفاقدة لأهداف التوازن والاستدامة، وحتى تتماشى التنمية السياحية المستدامة والبيئة السياحية يجب مراعاة العناصر التالية (برزوان ، /، صفحة 30): الاستخدام الرشيد للموارد الطبيعية؛ خفض نسب التلوث؛ الحفاظ على التنوع البيولوجي؛ الإبقاء على التراث الثقافي؛ مشاركة كامل الطوائف المجتمعية في عملية التنمية؛ استخدام العمالة والمنتجات المحلية؛ التقليل من المواد الملوثة والكيميائية؛ اتباع كافة الشروط البيئية في مخطط التنمية؛ الأخذ بعين الاعتبار لشكاوى السائحين المحليين والأجانب.

5.2 السياحة الحدودية

إن الموقع الاستراتيجي للجزائر وكبر حدودها البرية (6343 كلم) والبحرية (1600 كلم) جعل من مناطقها الحدودية فضاءات محورية للتنمية والتبادل على المستوى المغربي، الافريقي والمتوسطي، وكما نعلم منطوق إدارة الجزائر لمناطقها الحدودية على مفهوم الثوابت السيادية الذي يجمع بين مبادئ عدم المساس بالحدود الموروثة عن الاستعمار، وحسن الجوار من جهة، ومبدأ عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول وحق الشعوب في تقرير مصيرها من جهة أخرى (علاق و بولمشاور، 2019، صفحة 214).

فالسياحة الحدودية تعني "التجارة الحدودية باعتبارها نشاط تجاري يمكن ان يتم في السلع التجارية بواسطة الأشخاص العاديين والمستقرين على بعد 90 كلم من المناطق الحدودية للدولتين والمتفتحتين بدون التقييد بأسس قانونية او مصرفية معينة، وذلك نظرا لأهميتها التالية (يوسفي ، 2018، صفحة 24): تنمية القدرات السكانية في المناطق الحدودية على ممارسة النشاط الاقتصادي وعلى أسس قانونية؛ ترقية صادرات السلع الهامشية والسلع شبه صناعية؛ تخفيف الضغط على موانئ الدول الرئيسية؛ تساعد في تسهيل الحصول على سلع مستوردة وبالعملة المحلية؛ تحسين المستوى المعيشي والوضع الاجتماعي للسكانة الحدودية؛ تعمل على تقوية العلاقات التجارية والسياسية والثقافية بين الدول المجاورة؛ وسيلة فاعلة لنقل الثقافات وتطوير علاقات حسن الجوار، والتقليل من مهددات الامن والنزاعات الحدودية.

ويتسم قطاع السياحة فيها بشكل عام بتعدد اوجهه التي تتميز بتشابكها العميق مع قطاعات الاقتصاد الأخرى، من سبيل البنية التحتية والاتصالات والبناء وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والنقل والإقامة والثقافة والاكلات والمشروبات والحرف اليدوية والمجوهرات والنسيج ومواد التجميل والترفيه، وغيره (منظمة السياحة العالمية والمنظمة العالمية للملكية ، 2021، صفحة 28).

3. السياحة في الجزائر

لا تتحقق تنمية سياحية مستدامة إلا إذا تم التخطيط لها من حيث الموارد والتمويل والأجال الزمنية.

1.3 عناصر وعوامل إنتاج السياحة الداخلية في الجزائر

تزرخ الجزائر بمعالَم ومقومات متنوعة بتنوع مناطقها، تضاريسها، مناخها، تاريخها، ثقافتها

وإمكاناتها المادية، مما يساعدها على تقديم منتج سياحي جيد ومنافس لغيره، ويمكن توضيح هذه المعالَم كما يلي (شعلال وراتول، 2019، صفحات 275-279):

أ-المعالَم الطبيعية: للجزائر إمكانات ومقومات طبيعية عديدة تتمثل في: الموقع الجغرافي المهم

من حيث المساحة والتموقع القاري والعالمي؛ وجود ثلاثة مناخات: متوسطي، استبسي و صحراوي؛ تنوع التضاريس: ساحلي، تلي و صحراوي؛ تعدد المحميات الطبيعية وتنوعها: منها الحظيرة الوطنية للقالبة، حظيرة جرجرة، حظيرة غابات الأرز، حظيرة الطاسيلي، الحظيرة الوطنية للمقار، حديقة التجارب "الحامة"، حظائر وطنية مثل: بلزمت بباتنة؛ تازا بجيجل وقرارة؛ حديقة التسلية والترفيه بن عكنون؛ تعدد الحمامات المعدنية الطبيعية إضافة إلى الينابيع والأحواض المائية.

ب-المعالَم التاريخية والثقافية: إن تعدد المعالَم التاريخية والحضارية في الجزائر تجعلها مهدا

للحضارة الإنسانية وشاهدا على انتمائها الإسلامي، المتوسطي والافريقي، فالمعالَم الاثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراققة وعظمة الحضارات المتعاقبة من الامازيغية، الفينيقية، البيزنطية، الرومانية وأخيرا الإسلامية والتي فرضت نفسها على التاريخ، ومن هذه المعالَم التي صنفت من قبل منظمة اليونسكو: تيمقاد: تقع على مسافة 37 كلم من مدينة باتنة، تم انشائها عام 100م؛ جميلة: أقدم المدن الرومانية، تقع في مدينة سطيف؛ قلعة بني حماد: تحتوي على آثار متعددة، رومانية وإسلامية؛ قصر ميزاب: يتواجد بمدينة غرداية، يعود تاريخ بنائه الى القرن العاشر ميلادي؛ تيبازة: هي من المدن الرومانية العريقة؛ القصبة: تتواجد بالعاصمة، شيدها العثمانيون.

وتعتبر المتاحف التاريخية والثقافية من بين أنواع الإرث السياحي الذي تتوفر عليه الجزائر والتي

تجمع بين المناطق الحكومية والمناطق الخاصة بالأفراد موزعة على كامل التراب الوطني، وتتمثل هذه المتاحف في: المتحف الوطني للجيش: أنشئ في عهد الرئيس بومدين، والذي تم تحويله الى رياض الفتح وله عدة مهام؛ المتحف الوطني للفنون الجميلة: يتواجد بالعاصمة، ويعتبر معلما معماريا؛ المتحف الوطني للمنمنمات وزخرفة فن الخط بالعاصمة؛ المتحف الوطني للفن الحديث والمعاصر، مقره بالعاصمة؛ ومتحف أحمد زبانه بولاية وهران، إضافة الى 6 متاحف أخرى موزعة على التراب الوطني.

ج-المعالَم الفندقية: تعتبر الفنادق أحد المقومات والامكانيات التي تساعد على جذب السياح

وايوائهم وتقديم العديد من الخدمات لراحتهم، وتعتبر أحد المؤشرات التي تمكنا من قياس مدى تقدم القطاع السياحي للبلد، كما ان الفنادق تعتبر مورد من موارد الريح، ولقد تزايد عدد مؤسسات الايواء

السياحي بمختلف اصنافها بين أواخر سنتي 2013 و2014، وفي سنة 2016 تزايد كل من عدد الفنادق ليصل الى 1231، وعدد الاسر ليصل الى 107420 سرير.

2.3 التخطيط السياحي

لم تدخر الدولة جهدا من اجل تنمية القطاع، ولقد عمدت على اصدار مجموعة من القوانين والنصوص التنظيمية لتهيئة السياحة وتنظيم الهيئات المشرفة على القطاع السياحي من اجل المساهمة في التنمية الاقتصادية للبلاد كان آخرها: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030 (SDAT) والذي يعتبر مرجعا لسياسة جديدة تبعتها الدولة الجزائرية وبعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في أفاق 2030 (SNAT) والذي تقرر اعداده وتحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 (عوينان ، 2019، صفحة 125)، فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية السياحية المستدامة وذلك من اجل تحقيق توازن ثلاثي يشمل الرقي الاجتماعي والفعالية الاقتصادية والاستدامة البيئية.

3.3 الاستثمار السياحي

باعتبار ان أي استثمار يؤدي الى توظيف وإنفاق أموال وتوظيفها من اجل اقتناء وسائل معينة لإنشاء او زيادة القدرة الإنتاجية، فإن الاستثمار السياحي هو ذلك "الإنفاق على الأصول الثابتة الذي يهدف الى المحافظة وتطوير قدرة الجذب على مستوى الوجهة السياحية او المرفق السياحي، ويكون الاستثمار السياحي في محورين (عماري و بوعنافة، 2018، صفحة 399):

أ- الاستثمار في التجهيزات والهيكل السياحية، حيث يشمل ثلاثة قطاعات أساسية هي: خدمات الإقامة، والإعاشة، والترفيه، خدمات النقل، وخدمات الاتصال؛

ب- الثروة السياحية، وتشمل مواقع التراث الثقافي والتاريخي ومواقع التراث الطبيعي.

وتستفيد المشاريع الاستثمارية الموجهة لقطاع السياحة بعدة امتيازات يتكفل بها الصندوق المخصص للمساهمة قصد ترقية هذا القطاع حسب الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار 2017. (عبد القادر ومدياني، 2017، صفحة 514)، ولأن الجزائر يمكنها من خلال الاستثمار الخاص سواء الأجنبي او المحلي بناء العديد من الفنادق السياحية او تشجيع العائلات على تأجير بيوتهم الفارغة عبر الجبال وكذا على الشواطئ وفي الصحراء للسياح (براي و عمارة، 2018، صفحة 346).

وبخصوص مشروع دليل الاستثمار السياحي الجديد في الجزائر أوضح السيد بن عيد الرحمن الوزير الأول أنه "لبنة أخرى لدعم الجهود التي تقوم بها الجزائر بالتعاون مع المنظمة العالمية للسياحة والذي سيتم مواثمة مع قانون الاستثمار الذي سيتم المصادقة عليه هذه الايام" (وكالة الانباء الجزائرية، 2022، صفحة /).

4. التسويق والتنشيط السياحي

حتى تكون السياحة الداخلية فرصة للمواطنين للتعرف على بلدهم واستكشافه، كما يكون لها دور مهم في زيادة الاستثمارات السياحية والدخل السياحي وخفض نسب البطالة، سيما لدى المجتمعات المحلية ما يجعلها على رأس القطاعات الاقتصادية التي تعود بالنفع على هذه المجتمعات، وهذا ما يستوجب ضرورة اللجوء الى الحملات الترويجية والبرامج السياحية وتطويرها مما يدفع الى تنشيط السياحة الداخلية وزيادة الطلب عليها وذلك باستهداف جميع فئات المجتمع والعمل على تلبية رغباتهم المختلفة.

1.4 التسويق السياحي

يعتبر التسويق السياحي "مجموعة من النشاطات المنظمة تقوم بها المؤسسة السياحية إقليميا ومحليا لتحديد أسواقها المستهدفة، ومعرفة بيئتها ومحاولة التميز بخدماتها بهدف اشباع اذواق المتلقين وجذب الرغبة في السياحة"

ويتكون المزيج التسويقي السياحي من العناصر التالية (زاغير، 2021، صفحة 6): المنتج السياحي وكل ما ستعرضه المؤسسة السياحية: السعر السياحي او قيمة الخدمة السياحية المقدمة؛ التوزيع السياحي او هو المكان والوقت المناسب الذي يتم فيه عرض المنتج السياحي؛ الترويج السياحي او أسلوب جذب السائح؛ الافراد او اتصال وتواصل سلس بين مقدمي الخدمة والسواح؛ العمليات او طريقة تقديم الخدمة السياحية بواسطة الوسائل والأجهزة؛ الدليل المادي وهو المحيط الذي تقدم فيه المؤسسة السياحية خدماتها.

2.4 التنشيط السياحي

"يعني بالتنشيط السياحي بالإعلام والتعريف بالمنتج السياحي او الخدمة السياحية لزيادة الطلب على هذا المنتج او الخدمة، إضافة الى توفير كل السبل لإظهار المنتج بشكل جذاب وواقعي بعدة أساليب ووسائل" (شعلال وراتول، 2019، صفحة 275).

3.4 الترويج السياحي

يعتبر الترويج السياحي من بين الركائز الأساسية وعنصر من عناصر المزيج التسويقي السياحي ومن أهم الوسائل المستخدمة في تنشيط السياحة الداخلية، ويمكن تعريفه بأنه "كل الجهود المباشرة وغير المباشرة التي تهدف الى تحقيق الأهداف المحددة لها في الاستراتيجية التسويقية السياحية العامة لمنطقة او لبلد ما، وذلك من خلال استخدام مختلف تقنيات الترويج: الإعلان المحلي والخارجي؛ النشرات والمطبوعات السياحية؛ المواد الدعائية السياحية؛ المعرض والمؤتمرات السياحية؛ البيع الشخصي السياحي؛ العلاقات العامة ودعم السياحة." (رحايلية وهواري، 2019، صفحة 342).

ويعمل الترويج السياحي على تحقيق الأهداف التالية (عوينات ، 2013 ، صفحة 42): تعريف منافذ التوزيع من وسطاء ومنظمي رحلات سياحية ووكلاء السفر... الخ؛ محاولة التأثير على المدركات الحسية بالشكل الذي يخدم الأهداف المسطرة في الاستراتيجية السياحية؛ اقناع السياح المحتملين في الأسواق المستهدفة.

1.4 السياحة الإلكترونية ودورها في تفعيل السياحة الداخلية

"ان الحقيقة التي يصعب انكارها في صناعة السياحة اليوم: إذا لم تكن تتعامل من خلال شبكة الانترنت فأنت لست ضمن عملية البيع، وأن البعد المكاني لمؤسستك ليست مشكلة، إذا ما كنت تمتلك موقعا الكترونيا يمتاز بالحدثة والابتكار والذي سوف يمكنك من الدخول الى الأسواق العالمية، فتكنولوجيا الاعلام والاتصال وعلى رأسها الانترنت تضمن للمؤسسات السياحية فيه عددا من الفوائد"(بن بركة و عمري، 2012، صفحة 14).

1.1.4 مواقع التواصل الاجتماعي

تعتمد العديد من المؤسسات الاقتصادية في الآونة الأخيرة على مواقع التواصل الاجتماعي في عملية تسويق منتجاتها او في عرض وتقديم خدماتها والتي تعتمد أساسا على شبكة الانترنت، ويقصد بالتسويق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي " استعمال المواقع الاجتماعية لأغراض تسويقية، كدراسة سلوك المستهلك، اجراء بحوث تسويقية افتراضية، دراسة حاجات ورغبات الزبائن، قياس درجة الرضا، الإعلان عبر هذه الشبكات، محاولة التأثير في سلوك الزبائن، إقامة علاقات طيبة مع الزبائن والاستماع لانشغالهم وتعليقاتهم واقتراحاتهم، ومن بين هذه المواقع الاجتماعية المستخدمة في التسويق السياحي: الفاييسبوك، التويتر، اليوتيوب، الانستغرام، لينكدان"(زاغبر، 2021، صفحة 16).

2.1.4 البوابة الإلكترونية لمسارات الجزائر السياحية <https://algeriatours.dz>

أعلن مؤخرا السيد الوزير الأول: أيمن بن عبد الرحمن بتاريخ: 24/06/2022 في المركز الدولي للمؤتمرات بالجزائر العاصمة بمناسبة استلام استراتيجية تسويق وجهة الجزائر والمنجزة بالتعاون مع منظمة السياحة العالمية عن انطلاق البوابة الإلكترونية: مسارات الجزائر السياحية ، وهي "خطة هامة في تجسيد مخطط عمل الحكومة في شقه المتعلق بالتحول الرقمي للإدارة العمومية والتي تخص الخدمات السياحية، حيث تختصر الطريق امام السياح على اختلاف مشاربهم في اختيار الوجهة والمسار الذي يلائمهم، سواء من حيث الاهتمامات، أ كانت ثقافية او اثرية او طبيعية او دينية او من حيث قدراتهم المادية او اللوجستية، فهي بذلك نافذة مفتوحة للسائح حيثما كان ليتسنى له رسم مساره بحسب إمكاناته."(بن عبدالرحمان، 2022)

فهي بذلك موقع الكتروني يمثل خطة للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر من خلال التعريف لأزيد من 1123 موقعا شهر جوان 2022 موزعة على أكثر من 377 مسارا سياحيا للتعريف بالوجهات والمناطق واكتشاف الطبيعة والتخييم الساحلي والصحراوي وكل مناطق الجزائر، فتعتبر البوابة الإلكترونية منتجا سياحيا في حد ذاته.

وتكمن أهمية البوابة الإلكترونية: مسارات الجزائر السياحية في (بن عبدالرحمان ، 2022): تطوير السياحة وترقيتها وإيلائها المكانة اللائقة بما يجعلها ركيزة اقتصادية حقيقية؛ تسليط الضوء على أنماط السياحة وفقا للتصنيف الاستراتيجي للطلب في المجال السياحي الوطني والدولي؛ فتح خطوط جديدة لشركات الطيران منخفضة التكلفة بعد اعتماد أقطاب التميز السياحي وجودة خدماتها وفتح شراكة بين كل الفاعلين والشركاء من القطاعين العام والخاص؛ خطوة هامة في تجسيد مخطط عمل الحكومية؛ فتح آفاق واعدة لانتعاش السياحة؛ تجسيد التزام رئيس الجمهورية تبون عبد المجيد بعصرنة الإدارة العمومية؛ إنتاج محتويات رقمية وطنية عالية الجودة في إطار التحول الرقمي للإدارة العمومية؛ تطوير السياحة الداخلية بالدرجة الأولى، رقمته كافة النشاطات والهيكل التابعة للقطاع السياحي بإنشاء 26 منصة الكترونية وتصميم 58 موقعا الكترونية محليا؛ محطة هامة في إطار التعاون الهادف المثمر مع المنظمة العالمية للسياحة؛ دليل الاستثمار السياحي في الجزائر.

ولقد تم فتح البوابة الإلكترونية الخاصة بالمسارات السياحية الموضوعاتية من قبل وزارة السياحة والصناعات التقليدية تحت الرابط الموالي: <https://algeriatours.dz>، وهذا لإبراز مختلف المسارات والمواقع السياحية التي تزخر بها بلادنا، كما تم اعداد ملصقات لمسح الرمز QR باللغتين العربية والانجليزية.

أما عن عمل البوابة او المنصة الإلكترونية فيتمثل في الخطوات الموالية:

- 1-فتح رابط البوابة: <https://algeriatours.dz> في أي متصفح انترنت؛
- 2-يطلب منك البحث عن مسارك السياحي المفضل لاكتشاف أجمل المواقع الاثرية، أروع المعالم السياحية وأجمل المناظر الخلابة في رحلات على مدار السنة بعد اختيار طابع المسار، نوع المسار والجهة المفضلة حيث: **طابع المسار:** شاطئي/صحراوي/تاريخي/ثقافي/حموي/طبيعي/ديني/مناخي/صناعة تقليدية/حضري/ مغارات ورياضة؛ **-نوع المسار:** طويل/متوسط/قصير؛ **-الوجهة المفضلة:** 01 ادارار/02 الشلف/03 الاغواط /...../58 المنبوعة.

أما إذا كنت تبحث عن مسارات سياحية قريبة من موقع تواجدك فيتم استخدام الخريطة التي في أسفل البوابة بالضغط على ايقونة الموقع ليتم تحديد كافة المواقع السياحية القريبة من موقعك ومساراتها على الخريطة السياحية مباشرة.

5. السياحة في ولاية تبسة: واقع، تحديات، آفاق وأثر البوابة في ابراز المعالم السياحية للولاية حاولنا في دراستنا هذه ومن خلال هذا المحور تبيين واقع السياحة في ولاية تبسة مع تحديد المصاعب والتحديات التي تقف أمام تفعيلها، إضافة الى التعرف على التطلعات والآفاق المأمولة من خلال اجراء مقابلة مباشرة للمدراء التنفيذيين على القطاع السياحي: ثقافة، سياحة ومحافظة الغابات حتى يتم اسقاط المفاهيم السابقة والتي تعرضنا لها في المحاور السابقة و محاكاتها لواقع السياحة في الولاية، وهذا معرفة مدى تنفيذ المخطط التوجيهي للهيئة السياحية من قبل بعض الهيئات المحلية، كما سننظر في طريقة تسويقهم للخدمات السياحية، ولقد كان لنا لقاء مع السيد : مدير الثقافة بتاريخ 2022/04/24، كما كان لنا وعلى مدار ثلاثة أيام: 2021-08-31/30/29 لقاء مع السيدة: مديرة السياحة، كما كان لنا لقاء يوم: 2021/09/07 مع السيد: محافظة الغابات (وزارة الفلاحة)، وكل السادة المدراء مشكورين على حسن استقبالهم لنا والتواصل معنا وتفهمهم للبحث العلمي الجامعي. كما سنعرّج في الأخير الى اظهار كل المسارات السياحية لوجهة ولاية تبسة من خلال رابط البوابة الإلكترونية المستحدثة.

1.5 مديرية الثقافة والفنون

العنوان: مديرية الثقافة، دار الثقافة محمد الشبوكي تبسة، رقم الهاتف: 037506124.
الفايسبوك: خلية الاعلام والاتصال لقطاع الثقافة والفنون لولاية تبسة؛ مديرية الثقافة والفنون.
كان لنا لقاء مع السيد: مدير الثقافة لولاية تبسة (عبادي، 2022، /) وقد طرحنا عليه مجموعة أسئلة وقد تلقينا الأجوبة كما يلي: - ما مصالح مديرتكم؟ مدير الثقافة وأمانته؛ مصلحة الإدارة والتكوين والتخطيط؛ مصلحة النشاط الثقافي؛ مصلحة التراث الثقافي وأخيرا مصلحة الفنون والآداب.
- ما المنشآت الفنية والثقافية التي تحت سلطتكم والتي تساهم في جذب السياح المحليين؟ المتحف العمومي الوطني بالولاية، مكتبة المطالعة العمومية وملحقاتها 8 (ونزة، عين الزرقاء، الحمامات، سكانسكا، العقلة، مرسط، العوينات، الشريعة)، دار الثقافة، 10 مراكز ثقافية دون قرارات الانشاء او الاستغلال منذ 1984، 40 مكتبة بلدية في انتظار وغياب قرارات الانشاء، 7 قاعات سنما موزعة على الولاية وتعتبر احداها الأولى افريقيا(ونزة)، الديوان الوطني لتسيير واستغلال الممتلكات الثقافية لولاية تبسة والذي يتضمن تحت اشرافه 2500 موقع أثري في ولاية تبسة.
- كيف ترى واقع السياحة الداخلية من وجهة نظر سيادتكم المحترمة؟ هناك 23 مشروع سياحي مجمّد بسبب نقص كفاءة المسؤولين المتعاقبين على مديرية الثقافة للولاية مما شكّل تركة كبيرة وحمل ثقيل على المسؤولين الجدد لإدارة وتسيير المديرية وكذلك حتى الوزارة نفسها.

كما ان هناك العديد من الإمكانيات الثقافية المادية والمعنوية الا انها تنتظر الاستغلال والاستثمار وبدليل انتظار 23 مشروع رفع التجميد كمدرسة الفنون الجميلة، المتحف الجهوي، الترميمات وحفظ الاثار، دراسة المخططات وحفظ المواقع الاثرية.

-ما الأساليب التي تستخدمونها في التسويق الرقمي السياحي للتعريف بأنشطتكم وجذب السياح المحليين؟ نعتمد في توصيل اعمالنا وانشطتنا الى مواطني الولاية من خلال مجموعتين فايسبوكيتين: 1-مديرية الثقافة والفنون لولاية تبسة: بها 6600 متابع الى حد الان.

2-خلية الاعلام والاتصال لقطاع الثقافة والفنون لولاية تبسة: بها 2920 متابع الى حد الان.

-ما التحديات والمصاعب التي تواجهونها في تفعيل السياحة من خلال مديرية الثقافة؟ يعتبر الترويج السياحي من النقائص الملحوظة في التنوع السياحي مما أثر في التعريف والتنشيط بالمعالم الثقافية والمواقع الاثرية المحمية والذي يحتاج الى قرار سيادي من السلطات العليا لتحقيق الانفتاح السياحي، إضافة الى عدم كفاية الأغلفة المالية في السنوات الأخيرة للاستثمار في القطاع الثقافي.

-ما التطلعات المشروعة التي تأملون في تحقيقها مستقبلا من اجل تفعيل أفضل للسياحة الداخلية في الجزائر؟ تتمثل الآفاق في: خلق فضاءات أساسية داخلية جديدة تعتمد على مسارات بكل بلدية من تراب الولاية (بطاقة استبيان منجزة من طرف مدير الثقافة الحالي لكل بلدية) حول المناطق السياحية والاثرية والثقافية؛ اعتماد الفعالية والمتابعة من خلال اعتماد التجارة الالكترونية لزيادة مجالات أوسع والتنوع السياحي؛ فتح مجال التسويق السياحي للوكالات السياحية من خلال برمجة رحلات للمناطق الداخلية في الدولة؛ وضع محطات سياحية عبر كامل السنة وعبر التراب الوطني باعتبار الجزائر قارة فمهتم فيها بالسياحة الصحراوية، الجبلية، الشاطئية، الحموية، العلاجية، الثقافية والبيئية؛ دعم الاستثمار السياحي من خلال تمويل المشاريع المحمّدة وتمويل المشاريع الجديدة؛ منح تراخيص لفتح اقامات ومرقد في كل الولاية على غرار ولاية الوادي ليسهل إقامة المواطنين في ترحالهم وفي اسفارهم وتكون بداية لتسويق سياحي مهم باعتبار أسعارها في متناول مواطني محدودي الدخل.

2.5 مديرية السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي

مديرية السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي، حي فاطمة الزهراء (مقابلة لابتدائية سديره عبد الله) . ارقام الهاتف: 037.59.51.50، 037.59.51.50 الفاكس: 037.59.51.51، الايميل: thevest@yahoo.fr

الفايسبوك: مديرية السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي لولاية تبسة.

لقد كان لنا لقاء بالسيدة: مديرة السياحة (بليغث، 2021، /) وقد طرحنا عليها مجموعة أسئلة

وتلقينا الإجابات عنها كما يلي: -ما السياحة الداخلية؟ وما أهميتها؟ وما واجبكم نحوها؟ وكيف يتم التنشيط لها؟ وما دور مديرية السياحة في هذا المجال؟ تتمثل السياحة الداخلية في تنقل الفرد او

مجموعة افراد من مكان الى اخر داخل الدولة ولمدة تفوق 24 ساعة بغية تحقيق أغراض معيّنة، ولما تساهم به السياحة الداخلية من: التعرف على المواقع والمعالم السياحية لولاية تبسة: زيادة الدخل وخلق لفرص العمل والمساهمة في دفع وتيرة التنمية للولاية والمنطقة.

أدى كل ما سبق بالمسؤولين القائمين على الولاية بالاهتمام وتشجيع الاستثمار والتعريف بمختلف معالم الولاية لجذب السياح واستقطاب المواطنين لها، وباعتبار ان التنشيط السياحي هو: كل التظاهرات المحلية التي بإمكانها ان تخلق حركة سياحية داخل المنطقة فكان دور كبير لمديرية السياحة في تشجيع الاستثمار السياحي من خلال: مرافقة المستثمرين وتذليل الصعوبات أمام تنفيذ مشاريعهم السياحية؛ اختيار مناطق التوسع السياحي (Z.E.T) وذلك حسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية حيث تم اختيار ثلاث مناطق للتوسع السياحي: نقرين، المريج، الحمامات (خريطة المواقع السياحية لولاية تبسة من انجاز المديرية) والتي تم توجيهها الى الوكالة الوطنية للسياحة؛ التكفل ببعض المشاريع السياحية ومناقشتها على المستوى الولائي في لجنة الاستثمار الولائية؛ التعريف بالمواقع التي من الممكن أن تكون منشآت سياحية في المستقبل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية المتخصصة؛ إقامة ندوات وطنية (25 جوان) ودولية (27 سبتمبر) وأعياد محلية (زرابية، نعجة، فروسية، شعر ملحون، اطباق طعام...) لنشروعي خاص بالهوية الجزائرية.

ما نظرتكم للسياحة في ولاية تبسة؟ وما عوامل الاستقطاب فيها؟ وهل من كلمة توجهونها بالمناسبة؟ ان مدينة تبسة وما تملكه من مؤهلات طبيعية ومكتسبات ثقافية وارث حضاري يشهد على تعاقب الحضارات بها، إضافة الى موقعها الجغرافي المميز بالتمازج بين التل والصحراء وامتداد حدودي مع تونس يشمل أربعة مراكز حدودية برية، إضافة لثروة المياه المميزة بمياه معدنية وحموية كما تلمس عراقية تبسة من صناعاتها الحرفية وتقاليدها الشعبية وتراثها المتنوع، كل هذا اضفى على الولاية الطابع السياحي وسما بها الى مصف الولايات الجديرة بالزيارة والاكتشاف.

هل من الممكن وصف لنا المقومات السياحية الداخلية للولاية؟ وهل من وسائل ترويج تعتمدونها في التعريف بتلك المعالم؟ وهل من مشاريع منجزة وأخرى مبرمجة لكن لم يشرع في تنفيذها، وما أسباب ذلك؟ لولاية تبسة معالم ومقومات سياحية عديدة تتمثل في: حظيرة فندقية تتكون من 18 فندق توفر 1200 سرير منها 15 يشغل و3 متوقفين الى حين تسوية رخصة الاستغلال، وجود 50 وكالة سياحية، منارات قسطل بعين الزرقاء، حمام حموي بالمريج، حمام حموي بالحمامات، واحات النخيل بنقرين، صناعة جريد بفركان، منابع معدنية طبيعية كخنقة بكارية، تروبا، الققعاق واوكس بالحمامات، حدائق التسلية بمركز الولاية، الغابات الكثيفة في العديد من بلديات الولاية.

كما تمتلك ولاية تبسة العديد من المعالم التاريخية والثقافية، كما يعرف سكانها بالعديد من العادات والتقاليد التي تعبر عن هوية اصيلة للسكان المحليين، ولقد وضع كل ما سبق في شكل: مونوغرافيا

سياحية تخص تبسة تم تصميمها من طرف مديرية السياحة وتحت اشراف السيدة: امينة بلغيث مديرية السياحة خلال 2021، تتكون من 28 صفحة وتضم في محتواها كل الجوانب: الطبيعية، التاريخية، الثقافية، المعيشية، ومختلف الهياكل التي تمتلكها الولاية، مزودة بصور ذات جودة عالية، يتم من خلالها التعريف بمقومات السياحة في ولاية تبسة، تشمل هذه المونوغرافيا (تبسة، مونوغرافيا سياحية، عن مديرية السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي، 2021)

اما فيما يخص المشاريع المنجزة من طرف مديرية السياحة: مشروع تهيئة منطقة قسطل ببلدية عين الزرقاء دائرة ونزة ولاية تبسة، يتربع على مساحة 20 هكتار، تعود طبيعة تهيئته الى ملك الدولة، وهو عبارة عن برنامج دعم النمو، يبعد عن الموقع السكاني ب 26 كلم، من هياكله: فضاءات للراحة، اكشاك، ممرات للدراجين، أرضية مخصصة للتخييم العائلي... الخ، تم إنشاؤه منذ 2015، يهدف الى: حفظ واثمين الموقع؛ خلق فرص عمل؛ خلق فضاء للاستثمار؛ المساهمة في التنمية المحلية والنشاط السياحي، لكن فيما بعد أوكلت مهام تسييره الى بلدية عين الزرقاء مما يلاحظ عليه تدهور حالته الآن. أما المشاريع المقترحة للإنجاز وما زالت قيد الدراسة على المستوى المركزي: مشروع إعادة تهيئة المدينة القديمة يوكوس ببلدية الحمامات وهو مشروع بامتياز باعتبار انه قد برمجت له جميع الهياكل المرافقة له؛ مشروع الخنقة ببلدية بكارية، وأسباب عدم الشروع في التنفيذ فتعود للضائقة المالية التي تعاني منها الجزائر في السنوات الأخيرة.

-ما المقصود بالصناعات التقليدية؟ وكيف ألحق العمل العائلي بوزارة السياحة؟ وكيف يتم تفعيلها وجعلها موردا سياحيا مهما؟ تعتبر الصناعة التقليدية من الحرف العريقة، خاصة منها صناعة النسيج بأنواعه: زربية النمامشة، الدراقة، البرنوس، الحنبل.... الخ، ونظرا لأهمية الأنشطة التقليدية في تحسين واستقطاب الزوار والسواح عملت الوزارة على ادماج العمل العائلي في تسمية الوزارة. كما يتم التنسيق الدائم بغرفة الصناعة التقليدية والحرف تبسة، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري أحدثت بموجب مرسوم تنفيذي رقم 10-92 المؤرخ في 9/1/1992 والمتضمن احداث الغرف الجهوية للحرف، ومن مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف: تقديم خدمات عمومية وفقا لدفتر شروط وتبعات الخدمة العمومية؛ مسك وتسيير سجل الصناعة التقليدية والحرف؛ تقترح على السلطات المعنية برنامج تنمية نشاطات الصناعة التقليدية والحرف على مستوى دوائرها الإقليمية وتتولى تنفيذها بعد الموافقة عليها؛ تقوم بكل عمل يرمي الى ترقية القطاع وتطويره.

-هل وسائل إدارة المديرية كافية؟ على ما تعتمدون في تنشيط السياحة الداخلية، وهل هي كافية؟ وما تقترحون؟ الميزانية المخصصة لتسيير المديرية تغطي الاحتياجات والوسائل ورواتب الموظفين، أما بالنسبة لوسائل التنشيط فنعمل على وضع وسائل او ما يسمى بالدعائم الترقية وهي عبارة عن: خرائط سياحية؛ بطاقات فنية سياحية؛ قصاصات تعريفية.... الخ، وهي وسائل غير كافية، فيجب

تنظيم رحلات سياحية للمعالم السياحية، وإقامة دورات منظمة سياحية لإنجاح الغرض من السياحة الداخلية لترسيخ الوعي السياحي لدى الجمهور والسكان المحليين ودفعة عجلة الاستثمار.

3.5 مديرية محافظة الغابات

العنوان: مديرية محافظة الغابات لولاية تبسة، حي الهواء الطلق تبسة، رقم الهاتف: 037.55.59.48، الفاكس: 037.55.56.54 الايميل : foretstebessa@yahoo.fr، الفاييسبوك: الصفحة الرسمية لمحافظة الغابات تبسة.

تم توجيه أسئلة للسيد محافظ الغابات بولاية تبسة (عيواج، 2021، /) وقد تلقينا إجابات عنها كما يلي: -ماهي مصالح محافظة الغابات؟ تتمثل مصالح مديرية محافظة الغابات في: المدير وأمانته؛ مصلحة تسيير الثروات الغابية؛ مصلحة حماية الغابات والحيوانات؛ مصلحة توسيع واستصلاح الأراضي؛ مصلحة الإدارة والوسائل.

-من موقعكم كيف تنظرون للسياحة الداخلية في الولاية؟ وكيف تعملون على تنشيطها؟ وما واقع الاستثمار في مجال قطاعكم؟ وما المصاعب التي تواجهه؟ تعتبر المساحة الشاسعة الغابية لولاية تبسة والمقدرة ب: 211000 هكتار بمثابة عامل طبيعي رئيسي لإنشاء فضاءات سياحية داخلية، ترفيهية واستجمامية موزعة على كامل تراب الولاية، كما نشهد نقص الجذب السياحي لغياب وعي الافراد في مجال التنزه الجبلي والغابي عند الكثير، قد يكمن ضعف الاقبال في نقص الاعلام، الترويج والاعلان الذي يخص هذا العامل الطبيعي، ودور الاعلام لا يقتصر على مديرية محافظة الغابات فقط، وانما يتعدى الى الجمعيات المحلية وكذلك مختلف القطاعات الأخرى من مديرية السياحة الى الجماعات المحلية (بلدية، دائرة، ولاية)، فالغابات مفتوحة للجميع من اجل الترفيه، الاستجمام، والسياحة دون استثناء، كما يجب تشجيع السياحة الجبلية والتعرف على المناطق الايكولوجية الغابية والمساهمة في المحافظة على توازنها البيئي، وهناك مناطق عديدة تتوفر على معالم طبيعية تحتاج الاستثمار والدعم. كما يوجد العديد من المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي الداخلي المنضوية تحت مسؤولية

مديرية محافظة الغابات للولاية منها المنجزة ومنها قيد الدراسة على المستوى الحكومي، أما فيما يخص المصاعب التي يواجه الاستثمار في القطاع السياحي، الترفيهي والاستجمامي والتي في دائرة القطاع الغابي يمكن ذكر بعضها منها: قانون الغابات يفرض ان الغابات لا تباع ولا ترهن ولا يتم التنازل عنها باي شكل؛ صعوبة حصول المستثمرين على قروض بنكية نتيجة عدم قدرة رهن العقار الغابي؛ غياب الدعم المالي الحكومي للمستثمرين؛ اقتراح المواد المستعملة في بناء هياكل المشروع الاستثماري من قبل مكاتب الدراسات المدنية والهندسية والتي تكون خالية من استعمال الاسمنت المسلح ومواد اخرى للمحافظة على البيئة والثروة الغابية والتي تكون عالية الثمن عادة مما يزيد في تكاليف المشروع مما يضعف الاستثمار في القطاع السياحي الغابي؛ الاستثمار السياحي في المجال الغابي يزوج بين حماية

البيئة واهداف المستثمر، لعله جعل المستثمر مقيد ومجبر على احترام شروط العقد، فيجب على المستثمر عند الاستثمار السياحي في المحافظة ان يراعي ثلاثة عناصر: الأفكار، الوسائل، القدرة المالية. هل من مشاريع سياحة داخلية في القطاع الغابي وما مواصفاتها؟ وهل من مشاريع قيد الدراسة؟ بالنسبة للمشاريع قيد الإنجاز فتمثل في:

أ- غابة الاستجمام القعقاع: المستفيد: شركة دزاين كوم الممثلة في شخص مسيرها: بعلوج موسى، رخصة استغلال رقم: 235 مؤرخة في 2018/09/26 ممضاة من طرف الوالي وباقتراح من محافظ الغابات، مدة الإنجاز: 20 سنة قابلة للتجديد، بعد قرار المديرية العامة للغابات، مساحتها: 3هـ، بلدية: بئر مقدم، ولاية: تبسة، غابة: دومينيال برارشة علاونة، المكان: القعقاع، طبيعة الأنشطة: تسلية، استرخاء، الطبيعة القانونية: محافظة الغابات الوطنية، البنى التحتية: فضاء للعب، مساحة خضراء، 2 مطاعم، مقهى، مكان للراحة، نافورة مياه، مصحة، إدارة، مخزن، مساحة لبيع منتوجات محلية وغابية، رأس مال المشروع: 28690000 دج، نسبة الاشغال: 50%، سيتم فتحها عن قريب.

ب- غابة طابقة للاستجمام: المستفيد: شرقي احمد، رخصة استغلال رقم: 24 مؤرخة في: 2019/02/24، ممضاة من طرف الوالي وباقتراح من محافظ الغابات، بعد قرار المديرية العامة للغابات، مدة الإنجاز: 20 سنة قابلة للتجديد، مساحتها: 4.75هـ، بلدية: الحويجات، ولاية: تبسة، الأنشطة: تسلية، استرخاء، الطبيعة القانونية: محافظة الغابات الوطنية، البنى التحتية والمعدات: مطعم، مقهى، مغازه لبيع الاشياء المحلية، نافورة، كشك، دورة مياه، حوض للبط، ملعب، العاب أطفال، مقاعد، عريشة، موقف سيارات، رأس مال المشروع: 30000000 دج، نسبة الاشغال: 80%، ولقد تم فتحها مبدئيا. أما المشاريع قيد الدراسة والتي على مستوى أمانة رئاسة الحكومة فهي كالاتي: مشروع الخنقة ببلدية بكارية، مساحته: 30 هكتار؛ مشروع منطقة الزيتون ببلدية تبسة، مساحته: 28 هكتار.

وبعد لقاءنا بمحافظ الغابات وجدنا ان هناك جهود تبذل من اجل بعث سياحة داخلية تستقطب المواطنين رغم صعوبة الحصول على رخصة الاستغلال وقلة الإمكانيات ونقص التمويل المالي. وبعد لقاءنا بمسؤولي القطاعات: الثقافة، السياحة ومحافظة الغابات تبين لنا انه وبالرغم من: وجود جهود تبذل لبعث سياحة تستقطب المواطنين؛ وفرة المعالم السياحية وبمختلف أنواعها؛ تطابق المفاهيم النظرية عند مسؤولي القطاعات السابقة من: سياحة، تنشيط، مخطط التهيئة، ترويج الكتروني... الخ؛ تنفيذ جوانب من المخطط التوجيهي للتهيئة كمناطق التوسع والشراكة، إلا أن هناك تحديات مختلفة تلخص على مستوى مديرية الثقافة والفنون في: تعاقب المسؤولين على القطاع أدى بعدم استقرار الاستراتيجيات المستهدفة للقطاع الثقافي؛ غياب رؤية واستراتيجية من قبل

السلطات العليا تخص الانفتاح الشامل على القطاع السياحي؛ نقص الاهتمام وغياب شبه كلي للنشاط الترويجي في القطاع السياحي؛ نقص التمويل وعدم رفع التجميد على المشاريع. أما عن الصعوبات التي تواجه مديرية السياحة فتتمثل في: نقص التغطية المالية للمشاريع السياحية؛ عدم الاستعمال المستمر للترويج للمعالم السياحية وخاصة الإلكترونية؛ نقص عملية الصيانة والترميم لبعض المعالم الأثرية والتاريخية نتيجة نقص الأغلفة المالية؛ غياب الأمن صعب من مهمة فتح بعض الآثار للتظاهرات السياحية طويلة الأمد؛ غياب حسن التسيير الإداري لمرافق سياحية عديدة ومن بعض الجهات؛ صعوبة الحصول على رخصة الاستغلال وطول مدتها. وبالنسبة لمحافظة الغابات فتتمثل التحديات في: صعوبة الاستثمار في القطاع السياحي، الترفيهي والاستجمامي؛ قانون الغابات يفرض ان الغابات لا تباع ولا ترهن ولا يتم التنازل عنها باي شكل؛ صعوبة حصول المستثمرين على قروض بنكية نتيجة عدم قدرة رهن العقار الغابي؛ غياب الدعم المالي الحكومي للمستثمرين؛ اقتراح المواد المستعملة في بناء هياكل المشروع الاستثماري من قبل مكاتب الدراسات المدنية والهندسية والتي تكون خالية من استعمال الاسمنت المسلح و مواد اخرى للمحافظة على البيئة والثروة الغابية والتي تكون مرتفعة الثمن عادة، مما يزيد في تكاليف المشروع مما يضعف الاستثمار في القطاع السياحي الغابي؛ الاستثمار السياحي في المجال الغابي يزوج بين حماية البيئة واهداف المستثمر، لعله جعل المستثمر مقيد ومجبر على احترام شروط العقد، فيجب على المستثمر عند الاستثمار السياحي في محافظة الغابات ان يراعي ثلاثة عناصر: الأفكار، الوسائل والقدرة المالية.

4.5 أثر البوابة الإلكترونية <https://algeriatours.dz> في ابراز المعالم السياحية لوجهة ولاية تبسة بعد ولوجنا لرابط البوابة واختيارنا لوجهة ولاية تبسة واختيار أنواع المسارات وطابعها يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

الجدول رقم 1: طابع ونوع المسار السياحي لوجهة ولاية تبسة

طابع/نوع	قصير	متوسط	طويل
شاطئي	00	00	00
صحراوي	00	00	واحة فركان 160 كلم
تاريخي	-مسار ثقافي أثري- وسط المدينة	-المسجد الكبير بتبسة -منطقة قسطل بعين الزرقاء -معصرة برزقان بالماء الأبيض-المسجد العتيق بتبسة -معركة الجرف الكبرى	00
ثقافي	-مسار ثقافي أثري- وسط المدينة	-المسجد الكبير بتبسة -منطقة قسطل بعين الزرقاء -معصرة برزقان بالماء الأبيض -المسجد العتيق بتبسة -منجم الونزة ومنجم جبل العنق -زاوية يحي بالمرج	واحة فركان 160 كلم
حموي	00	-مغارات بوكوس بالحمامات -مركز الراحة للمجاهدين بالحمامات	00
طبيعي	00	-مغارات بوكوس بالحمامات -غابة الاستجمام ببيكارية	واحة فركان 160 كلم

	-مركز الراحة للمجاهدين بالحمامات -غابة الاستجمام بالقعقاع		
00	-المسجد الكبير بتبسة، المسجد العتيق بتبسة، زاوية يحي بالمريج	-مسار ثقافي أثري- وسط المدينة	ديفي
-واحة فركان 160 كلم	-مغارات يوكوس بالحمامات -خنقة بكارية، منطقة قسطل بعين الزرقاء -معصرة برزقان بالماء الأبيض، مركز الراحة للمجاهدين بالحمامات -غابة الاستجمام بالققعقاع	-مسار ثقافي أثري- وسط المدينة	مناخي
-واحة فركان 160 كلم	-المسجد الكبير بتبسة -مغارات يوكوس بالحمامات -خنقة بكارية، منطقة قسطل بعين الزرقاء -معصرة برزقان بالماء الأبيض، مركز الراحة للمجاهدين بالحمامات -غابة الاستجمام بالققعقاع	-مسار ثقافي أثري- وسط المدينة	صناعات تقليدية
00	-المسجد الكبير بتبسة -مركز الراحة للمجاهدين بالحمامات	مسار ثقافي أثري- وسط المدينة	حضري
00	00	00	مغامرات ورياضة

المصدر: من اعداد الباحثين، جويلية 2022 بناء على رابط البوابة: <https://algeriatours.dz>

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

-وجود العديد من المواقع السياحية في ولاية تبسة والتي ابرزتها البوابة كما ذكرها المدراء التنفيذيون.

-تكرار العديد من المواقع والعديد من المسارات أكثر من مرة حسب طابع المسار.

***بعد اجرائنا المقابلة المباشرة مع المسؤولين على قطاع السياحة في ولاية تبسة ومن خلال وجهة
ولاية تبسة في البوابة الإلكترونية أثبتنا صحة الفرضيات الفرعية التالية: 1- تتوفر الجزائر على
مقومات متنوعة تؤهلها لإقامة صناعة قوية في المجال؛ 3-عملية تمويل الاستثمارات غير كافية في
القطاع؛ 4-نقص في عملية الترويج السياحي في الجزائر؛ 5-هناك اهتمام من طرف المسؤولين للنهوض
بالقطاع السياحي، أما الفرضيات الفرعية الأخرى فقد أثبتنا من خلال المقابلة والبوابة الإلكترونية
عدم صحتها وهي: 2-السياسات الحكومية ناجعة في القطاع السياحي، وذلك راجع لتعاقب المسؤولين
وعدم استقرار القطاع إضافة الى نقص تمويل المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي وغياب شبه
تام لعملية الترويج، وهذا ما لاحظناه من خلال عدد مواقع ومتبعي مواقع التواصل الاجتماعي وغياب
مواقع الكترونية محلية، 6-البوابة الإلكترونية كافية للترويج للمعالم السياحية لأنها تذكر المعالم
السياحية والمسافة التي تبعد عن مطار الولاية فقط فيجب التعريف بتلك المواقع اكثر وتحسيس
المواطنين بها في اكثر من مناسبة واكثر من موقع. وكل ما سبق يثبت لنا عدم صحة الفرضية الرئيسية:
التسويق السياحي في الجزائر له أثر كبير، ويبقى ان يعوّل على البوابة المستحدثة في المستقبل وتقييمها
المستمر لتحسين اداها.

بعد تطرقنا في دراستنا هذه الى بعض المفاهيم المتعلقة بالسياحة وسياسة الحكومة في القطاع من خلال مخطط التهيئة السياحية والاستثمار المعتمد عليه في تنفيذ تلك السياسة، تطرقنا كذلك الى مفهوم التسويق السياحي وعناصر مزيجها من بينها الترويج الالكتروني وعلى رأسها البوابة الالكترونية المستحدثة حاليا، كما تم محاكاتها في الأخير لواقع السياحة في ولاية تبسة ومدى تطابق الجانب النظري والقانوني فيه من خلال المديرية التنفيذية: ثقافة، سياحة ومحافظة الغابات، وتعرفنا على بعض التحديات التي تواجهها السياحة في الولاية، وقد توصلنا الى النتائج التالية: عدم استقرار القطاع لعدم ثبات المسؤولين في مناصبهم وتشتت اتخاذ القرار من حين الى آخر؛ وقوف جائحة كوفيد 19 دون تحقيق بعض الأهداف المسطرة؛ نقص للمشاريع السياحية في الولاية؛ وجود العديد من المشاريع المجمدة؛ نقص تمويل انجاز المشاريع السياحية؛ وجود عراقيل في منح رخص الاستغلال منها: مركزية القرار في الدراسة والمنح وإطالة مدتها؛ غياب شبه كلي لدور الاعلام والترويج والسياحة الالكترونية؛ مصاعب الاستثمار كتدهور قيمة العملة وارتفاع تكاليف الإنتاج خاصة في المناطق الغابية؛ نقص في مواقع وعدد متبقي مواقع التواصل الاجتماعية المتعلقة بالترويج السياحي.

وعلى ضوء ما سبق وحتى نحسن من قطاع السياحة في الجزائر نقدم التوصيات التالية:

التحكم في تدهور قيمة العملة الوطنية باتخاذ أساليب اقتصادية ناجعة؛ التخفيف من طريقة منح رخص الاستغلال للمشاريع وجعل دراستها محليا؛ توسيع صلاحيات المديرية التنفيذية: اقتراحا وقرارا؛ منح اعتمادات مالية معتبرة للمستثمرين على شكل قروض؛ تسهيل منح تراخيص الاقامات والمراقد في جميع الولايات باعتبار ان الإقامة واسعارها هي القاعدة الأساسية للنشاط السياحي في المناطق المحلية؛ الاهتمام بالبوابة الالكترونية التي تم اطلاقها حديثا وجعلها تتماشى واهداف القطاع السياحي؛ تجنيد كل الامكانيات والعلوم لبلوغ مراتب الازدهار الحضاري والرفاه الاجتماعي ولتجنيب المجتمعات الفقر والتضخم وويلات الحرب والجهل وهذا ما نصبوا اليه كلنا من الترويج السياحي ؛ وضع مضامين دراسية تخص التعريف بالمعالم السياحية المختلفة للجزائر لنشر الثقافة والوعي السياحي والتقارب الوجداني بين سكان الجزائر؛ اعتماد الأساليب الحديثة للتسويق السياحي بفتح مواقع تواصل اجتماعي: فايسبوك، يوتوب، تويتر، انستغرام ولينكدان وفتح مواقع ويب لغرض الترويج الرقمي للسياحة المحلية وحث مسؤولي القطاع بفتح تطبيقاتها وروابطها مع اعتماد شبكة الانترنت عالية الجودة في تفعيلها وذلك من أجل: التعريف بالمنتوج السياحي المحلي لتفعيل السياحة الداخلية؛ اطلاع المواطن او السائح المفترض على المعالم السياحية المحلية: توفير السائح لوقته وجهده وماله للوصول الى المناطق التي كان سيبحث عنها؛ حجز السائح المفترض لتذكرة التنقل والفنادق والمطاعم؛ اختيار المواطن او السائح الوجهة السياحية المفضلة؛ اطلاع السائح على مختلف الأسعار والعروض

والمنتجات السياحية؛ تقديم معلومات نادرة وقيمة حول مناطق الجذب في الجزائر؛ تمكّن وكالات السياحة والمديريات التنفيذية من ثقافة، سياحة ومحافظة الغابات وكل القطاعات المعنية بخدمات السياحة الداخلية من الإجابة عن تساؤلات المواطنين والسواح المفترضين.

7. المراجع

- جمال الدين عبادي. (2022, 04 24). تسويق السياحة الداخلية في الجزائر: واقع وتطلعات (ولاية تبسة " أنموذجا"). (محمد مسنادي، المحاور) مديرية الثقافة والفنون-تبسة.
- ريان زير. (2018). مساهمة التسويق السياحي في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات، أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر، بسكرة (الجزائر).
- عبد الرحمن عبد القادر، و محمد مدياني. (2017). أثر الاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر. مجلة العلوم الإنسانية،، (48).
- عبد الوهاب بن بريكة، و حدة عمري. (2012). تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتطبيقاتها السياحية. فرص ومخاطر السياحة الداخلية.. جامعة الحاج لخضر باتنة.
- علاق، ج &، بولشاو، ر. (2019). المناطق الحدودية للجزائر بين متطلبات التنمية المحلية وتعزيز مقدرات السياحة الوطنية. المجلة الجزائرية للأمن الإنساني. (2)4،
- احمد محمد حاج، وهيبة خليعي، و أسماء هجيرة صبان. (2021). تحقيق أهداف التنمية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030. مجلة التنظيم والعمل، 10(2).
- برزوان، ح. (/.). التنمية السياحية المستدامة. مجلة الحقوق والعلوم السياسية -دراسات اقتصادية. (1)27، - بلغيث، أمينة. (2021, 08 29-30-31) تسويق السياحة الداخلية في الجزائر: واقع وتطلعات (ولاية تبسة أنموذجا). (م. مسنادي Intervieweur)، مديرية السياحة-ولاية تبسة.
- حسان تريكي. (2017). السياحة الداخلية في الجزائر-عوامل التطور والتحديات المستقبل. مجلة آفاق للعلوم، 2(8).
- سارة زاغير. (2021). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الخدمات السياحية-دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بالجزائر، أطروحة دكتوراه. بسكرة، قسم العلوم التجارية، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- سيف الدين رحايلية، و عمر هواري. (2019). ترويج المؤسسات الإعلامية للسياحة الداخلية في الجزائر. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ودراسات اقتصادية، / (37).
- صورية شني، السعيد بن لخضر، و رفعت عبد الله. (2019). تنمية السياحة وفق مبادئ الاستدامة. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، 17(3).
- عبد القادر عوينان. (2019). تسويق خدمات السياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030. مجلة الاقتصاد الجديد، 10(2).
- عصام عمري، و السعيد بوعناق. (2018). رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 بين الواقع والافاق. مجلة الشريعة والاقتصاد، / (7).
- عوينات، ع. (2013). السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة الجزائر 3، 2013، ص 7.
- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر العاصمة: جامعة الجزائر 3.

- محمد عجيب عيواج. (2021, 09 07). تسويق السياحة الداخلية في الجزائر: واقع وتطلعات (ولاية تبسة "نموذجاً"). (محمد مسنادي، المحاور) مديرية محافظة الغابات-تبسة.
- محمد يوسف. (2018). تجارة المقايضة كأداة لتنمية المناطق الحدودية بالجزائر. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، (4)/.
- منظمة السياحة العالمية ، و المنظمة العالمية للملكية . (2021). تعزيز التنمية السياحية عن طريق الملكية الفكرية. اسبانيا: اسبانيا.
- ميلود شعلال ، و محمد راتول. (2019). تنشيط السياحة الداخلية كمؤشر لرفع التنافسية السياحية بالجزائر. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 8(3).
- نورالدين براى، و نعيمة عمارة. (2018). التخطيط الاستراتيجي كآلية فاعلة في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، 5(2).
- بن عبدالرحمان، ايمن (2022). وكالة الانباء الجزائرية. Consulté le 07 03, 2022, sur <https://www.aps.dz/ar/economie/128001-2022-06-24-19-23-28?tmpl=component&print=1>