

التسويق السياحي في الجزائر: واقع وآفاق ولاية تبسة "أ نموذجاً"

Tourism Marketing in Algeria: Reality and Prospects

Tebessa province as a model

بن میر محمد

جامعة الوادي، الجزائر

tayebbenmir@yahoo.fr

•¹ مسنادی محمد

جامعة الوادي، الجزائر

mohammed-mesnadi@univ-eloued.dz

تاريخ القبول: 2023/02/20

تاریخ الاستلام: 2022/07/01

[illegible]

ملخص: لوحظ في المدة الأخير اهتمام السلطات الجزائرية بالقطاع السياحي ومحاولة جعله يواكب الركب الحضاري في هذا المجال وخاصة بعد التطور الحاصل اليوم في تكنولوجيات الاعلام والاتصال والذي يؤثر بالتاكيد في الترويج للسياحة المحلية عبر الانترنت ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي، مما يجعل تسويق الخدمات السياحية في الجزائر محققا، و عملية التعريف بالمنتجات السياحية، الموروث الثقافي، عادات وتقاليد المجتمع وبالمناطق المختلفة للجزائر عملية سهلة وغير مكلفة، وقد تمثل ذلك الاهتمام بالخصوص في اطلاق الوزير الأول بتاريخ: 2022/06/24 البوابة الالكترونية: مسارات الجزائر السياحية،

لقد جاءت دراستنا هذه للبحث في المفاهيم النظرية المتعلقة بالسياحة ومحاكنا لواقعها في ولاية تبسة من خلال المديرية التنفيذية: ثقافة، سياحة ومحافظة الغابات، حيث توصنا في دراستنا هذه الى: تعدد وتنوع المعالم السياحية في الجزائر، نقص في عملية تمويل المشاريع السياحية، غياب التنشيط السياحي ونقص عدد متابعي المواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، مع تزايد اهتمام المسؤولين بضرورة عصرنة القطاع ورقمته.

الكلمات المفتاحية: سياحة، تخطيط سياحي، استثمار سياحي، تسويق سياحي، سياحة الكترونية

تصنيف EL: Z 300; Z 380; Z 330; M 310; L 810

Abstract: It was noticed in the recent period that the Algerian authorities' interest in the tourism sector and their attempt to make it keep pace with the civilizational progress in this field, especially after the development taking place today in information and communication technologies, which certainly affects the promotion of local tourism via the Internet and various social networking sites, which makes the marketing of tourism services in Algeria achieved, and a process Introducing tourism products, cultural heritage, customs and traditions of society and the different regions of Algeria is an easy and inexpensive process, and this represented the interest, especially in the launch of the Prime Minister on: 06/24/2022 The electronic portal: Algeria Tourist Routes Our study came to research the theoretical concepts related to tourism and our simulation of its reality in the state of Tebessa through the executive directors: culture, tourism and forest governorate. The number of followers of social and electronic sites, with the increasing interest of officials in the necessity of modernizing and digitizing the sector.

Keywords: tourism; tourist planning; tourist investment; tourism marketing; E-tourism

Jel Classification Codes : Z 300 : Z 380 : Z 330 : M 310 : L 810

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

I. تمهيد:

انطلاقا 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" لهذه السنة 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 (قطاعا مزدهرا 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. إن الاهتمام بالقطاع السياحي باعتباره قطاع خدماتي مهم في تفعيل التنمية الاقتصادية للدولة وجعله يحقق تنمية سياحية مستدامة، له دور منافس وريادي، واعتبارا من ان القطاع السياحي مرتبط بقطاعات أخرى مرافقة له، فانه يجعل من دراسة جدوى المشروع يأخذ عدة ابعاد: أمنية، صحية، خدمتية، رياضية... الخ، لذلك وجب اشراك العديد من الشركاء الاجتماعيين والمحليين في إدارة وتسيير المرافق السياحية، فعملت السلطات المركزية والمحلية على جعل القطاع السياحي يتماشى والمخططات التوجيهية، التي تسعى من خلالها الى تحقيق أهداف معنوية ومادية وتكون ضمن أولويات البرنامج الحكومي.

ومن أجل تحقيق الأهداف التنموية المرتبطة بالقطاع السياحي، تعمل السلطات المحلية وكل حسب اختصاصها الى تجسيد وتنفيذ المخططات التوجيهية للهيئة السياحية باستغلال المعالم السياحية وتنشيطها في الصناعة السياحية من خلال استغلال عوامل الإنتاج المتوفرة في المنطقة وخلق سياحة مستدامة محافظة على البيئة ونصيب الأجيال القادمة، وبذلك تزيد في الوعي السياحي للمواطنين والطلب عليها من جهة، والرفع من الإيرادات التي يمكن تحصيلها من جهة أخرى.

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 ممكنا و يجعل من 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 مؤخرا 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 سابقا يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية التالية :

ما أثر التسويق السياحي في الجزائر؟

والتي تتفرع منها الاسئلة التالية:

-ما المقصود بالسياحة، وما أهميتها؟ ما 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 وبالأخص عنصر الترويج؟

- ما واقع السياحة في ولاية تبسة؟ وما التحديات التي تواجهها؟ وما الافاق المرجوة؟

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

-الفرضية الرئيسية: التسويق السياحي في الجزائر له اثر كبير في الساحة الوطنية.

- الفرضيات الفرعية:

-الفرضية الفرعية 1: تتوفر الجزائر على مقومات متنوعة تؤهلها لإقامة صناعة قوية في المجال السياحي .

-الفرضية الفرعية 2: السياسات الحكومية ناجعة في القطاع السياحي.

-الفرضية الفرعية 3: عملية تمويل الاستثمارات غير كافية في القطاع.

-الفرضية الفرعية 4: نقص في عملية الترويج السياحي في الجزائر

-الفرضية الفرعية 5: هناك اهتمام من طرف المسؤولين للنهوض بالقطاع السياحي

وقد سعينا في بحثنا هذا الى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

-تزويد الساحة العلمية والبحثية الوطنية ببحثنا هذا لتكون إضافة لها؛

-تقديم مفاهيم ومعارف تخص السياحة، مقوماتها، الاستثمار فيها وتسويقها.

-الحث على الاهتمام بالسياحة والاعتماد على الإمكانيات المحلية والموارد البشرية؛

-الاعتماد على تجارب الدول السباقة 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 وخاصة في العقود الأخيرة في التعريف بعناصر الهوية الوطنية

وتحصيل الإيرادات؛

-دور الترويج الالكتروني من منصات ومواقع اجتماعية في تفعيل السياحة من خلال جذب السياح المحليين

والاجانب؛

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" للمدراء التنفيذيين والمسؤولين المباشرين

على القطاع السياحي من: سياحة، ثقافة ومحافظة الغابات لولاية تبسة باعتبار المقابلة المباشرة الأداة الأكثر

ملائمة حسب رؤيتنا لتحقيق أهداف البحث.

ولمعالجة موضوع محل الدراسة قسمنا البحث الى خمسة محاور:

- 1-السياحة والتنمية المستدامة: مفهوم السياحة واهميتها، التنمية المستدامة: مفهومها، مبادئها واهدافها، السياحة البيئية، السياحة الحدودية.
 - 2-السياحة في الجزائر: الموارد والمعالم، العوامل المساهمة.
 - 3 -التخطيط والاستثمار السياحي في الجزائر.
 - 4-التنشيط والتسويق السياحي: التجارة الإلكترونية التنشيط السياحي، التسويق الالكتروني، الترويج السياحي، الأرضية الرقمية للسياحة .
 - 5-السياحة في ولاية تبسة: واقع، تحديات وآفاق.
- أولا: السياحة والتنمية المستدامة**

لقد أصبحت الدول اليوم تهتم اهتمام كبير بالقطاع الخدماتي وعلى رأسها القطاع السياحي، فالقطاع السياحي لم يعد مجرد نشاطا ترفيهيا للإنسان منحصر في الاكل والشرب والتنزه فقط، فقد احتلت السياحة مكانا متميزا بالنسبة لمعظم دول العالم للأهمية الاقتصادية التي تكتسبها، فقد نجحت السياحة في اصلاح اقتصاديات العديد من الدول مثل اسبانيا والصين (زير، 2018)

ولقد 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)

-تطور حركة السياحة العالمية؛

- ارتفاع مستوى دخل الافراد خاصة في أوروبا وامريكا الشمالية؛
- تزايد حجم السكان بشكل مضطرد -تطور العلاقات بين البلدان؛
- تطور كبير في وسائل النقل والاتصالات خاصة النقل الجوي وتطور صناعة السيارات.

1.1 السياحة:

1.1.1 مفهوم السياحة: تعدى مفهوم السياحة ليشمل ابعاد التنمية المختلفة: الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية وحتى السياسية، فقد اثرت الانشطة السياحية على كل جوانب القطاع من اجل تحقيق التنمية الشاملة (شني و بن لخضر، 2019)

تختلف التعاريف باختلاف العلماء والمدارس الفكرية وبحسب المنظور الصناعي والأنظمة وحسب الهيئات والمنظمات الدولية المختلفة لكننا نأخذ تعريف المنظمة العالمية للسياحة في⁴: انتقال الافراد من مكان لآخر 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.

2.1.1 أهمية السياحة: للسياحة أهمية بالغة وعلى جميع الأصعدة: اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، كما أنها 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. -موفرة لفرص العمل للسكان المحليين.

2.1 التنمية السياحية المستدامة

1.2.1 مفهومها: تعرف بأنها تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة في إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل أو داخل أي إقليم تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية (برزوان، /)

2.2.1 مبادئها وأهدافها: لا تتحقق التنمية السياحية المستدامة لأهدافها إلا إذا تم استغلال الموارد السياحية ومقومات وعوامل الجذب السياحي استغلالاً امثلاً، وهذا يتطلب العناية والاهتمام بالجوانب الفنية بحيث تكون الأهداف واقعية ومرنة أي أن تكون قابلة للتطبيق في الواقع العملي وبمعنى آخر تعكس الإمكانيات والقدرات الحقيقية المتوفرة، وتشمل أهداف التنمية السياحية بشكل عام الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. وتتمثل هذه المبادئ والأهداف فيما يلي (برزوان ح.، /): حماية البيئة؛ تلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري؛ تحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد؛ خلق فرص جديدة للاستثمار؛ زيادة مداخيل الدولة؛ تحسين البنى التحتية، تقديم تسهيلات ترفيهية؛ الارتقاء بالوعي البيئي؛ مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ القرارات التنموية؛ إيجاد معايير للمحاسبة البيئية؛ استخدام فعال للأرض وتخطيط المساحات.

3.1 السياحة البيئية: ظهر مصطلح السياحة البيئية منذ مطلع ثمانينيات القرن العشرين، وهو مصطلح حديث نسبياً، جاء ليعبر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة، الذي يمارسه الإنسان محافظاً على الميراث الفطري الطبيعي والحضاري للبيئة التي يعيش فيها (ويكيبيديا، 2021)

ان 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، /)

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.

4.1 السياحة في المناطق الحدودية: تعاني العديد من الولايات الواقعة في أقصى شمال شرق البلاد على الحدود مع تونس من تهميش اجتماعي واقتصادي عميق، ومن غير المحتمل أن يتغير الوضع في الوقت القريب، بل من المرجح أن يستمر إهمال مثل تلك المناطق النائية وأن يزداد. (دالية، 2020)

كما نعلم منطق 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)

إن المعطيات السابقة وتحليلها للوضع تطلب تفعيل وتنشيط المناطق الحدودية من خلال سعي الدول فيما بينها لإقامة مناطق سياحية تعتمد في جوهرها على التجارة الحدودية.

1.4 مفهوم وأهمية السياحة الحدودية: هي نشاط تجاري يمكن أن يتم في السلع التجارية بواسطة الأشخاص العاديين والمستقرين على بعد 90 كلم من المناطق الحدودية للدولتين والمتفقتين بدون التقييد بأسس قانونية أو مصرفية معينة، وذلك نظرا لأهميتها التالية (يوسف، 2018)

- 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 للسكان الحدودية؛
- تعمل على تقوية العلاقات التجارية والسياسية والثقافية بين الدول المجاورة؛

-وسيلة فاعلة لنقل الثقافات وتطوير علاقات حسن الجوار، والتقليل من مهددات الأمن والنزاعات الحدودية.

ثانيا: السياحة في الجزائر: ان السياحة لا تعمل على نشر المعالم المادية فحسب، وانما تصل أيضا للمعالم المعنوية للبلد، كاللغة والدين والثقافة وغيرها من السلوكيات والتعاملات التي تبرز في مسار الأشخاص، فهي تجعل البلد يبدو في قالب منظم من خلال برامج سياحية تقوم بوضعها الجهات القائمة على ذلك للتعريف بالبلد وتعزيز انتماء افراده من خلال معرفتهم له عن قرب، ونظرا لأهميتها يجب التطرق الى معالمها والعوامل المساعدة على الاهتمام بها في الجزائر.

1.2 عوامل إنتاج الخدمة السياحية في الجزائر: تركز السياحة الداخلية على مجموعة من العوامل تزخر الجزائر بمعالم ومقومات متنوعة بتنوع مناطقها، تضاريسها، مناخها، تاريخها، ثقافتها وإمكاناتها المادية، مما يساعدها على تقديم منتج سياحي جيد ومنافس لغيره، ويمكن توضيح هذه المعالم كما يلي: (شعلال و راتول، 2019)

1.1.2 المعالم الطبيعية: للجزائر إمكانات ومقومات طبيعية عديدة تتمثل في:

- لموقع الجغرافي المهم من حيث المساحة والتموقع القاري والعالمي؛
- وجود ثلاثة مناخات: متوسطي، استبي وصحراوي؛
- تنوع التضاريس: ساحلي، تلي وصحراوي؛
- تعدد المحميات الطبيعية وتنوعها: منها الحظيرة الوطنية للقاللة، حظيرة جرجرة، حظيرة غابات الأرز، حظيرة الطاسيلي، الحظيرة الوطنية للهار، حديقة التجارب "الحامة"، حظائر وطنية مثل: بلزمت بباتنة، تازا بجيجل وقرارة؛
- حديقة التسلية والترفيه بن عكنون؛

-تعدد الحمامات المعدنية الطبيعية إضافة الى الينابيع والاحواض المائية.

2.1.2 المعالم التاريخية والثقافية: إن تعدد المعالم التاريخية والحضارية في الجزائر تجعلها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا على انتمائها الإسلامي، المتوسطي والافريقي، فالمعالم 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 العالم والتي 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: في العاصمة، 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؛
 - متحف أحمد زبانه بولاية وهران، إضافة الى 6 متاحف أخرى موزعة على التراب الوطني.

3.1.2 المعالم الفندقية: تعتبر الفنادق أحد المقومات والامكانيات التي تساعد على جذب السياح وايوائهم وتقديم العديد من الخدمات لراحتهم، وتعتبر أحد المؤشرات التي تمكننا من قياس مدى تقدم القطاع السياحي

للبلد، كما ان الفنادق تعتبر مورد من موارد الربح، 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.

وهناك من يعتبر المقومات التاريخية والثقافية من المقومات او الموارد البشرية: "ان المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهذا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للحضارة الإسلامية، فالمعالم الاثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة" (زير ر، 2018)

2.2 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)

1-التحولات الاسرية وأثرها على النشاط السياحي، من بينها:
-تحسن القدرة الشرائية للجزائريين، ومن بين مؤشراتهما: انخفاض معدلات البطالة؛ تراجع معدل الفقر البشري؛ خروج المرأة للعمل.

-تراجع مؤشر الخصوبة: حيث انتقل من 7.4 سنة 1966 الى 5.5 سنة 1986 وإلى 1.82 سنة 2008 (وهو عدد الأطفال لكل امرأة) مما يزيد الاسرة الجزائرية الاقبال على السياحة والاسفار؛

2-تحسن الوضع الأمني في الجزائر وتدهوره في دول الجوار؛

3-تطور البنى التحتية لإنجاز المشاريع الضخمة مثل الطريق السيار شرق غرب؛

4-بروز أنماط الاستهلاك الترفي كزيادة الانفاق على السلع الكمالية؛

5-تغير العطلة الأسبوعية: لتصبح بتاريخ 2009/08/14 يومي الجمعة والسبت بدل يومي الخميس والجمعة.
أما بالنسبة للسياحة التي تجذب الأجانب فيجب جعلها تتوافق والمعايير العالمية للسياحة والجذب السياحي واعتماد السياحة الالكترونية.

ثالثا: التخطيط والاستثمار السياحي في الجزائر

1.3 التخطيط السياحي: بناء على العديد من المقومات المحلية يتم وضع استراتيجيات وسياسات لتحقيق تنمية سياحية.

1.1.3 مساهمة الدولة في انشاء المؤسسات السياحية والهيئات المنظمة لها: 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.

1-المخطط التوجيهي القطاعي للهيئة السياحية: قرار وزاري، جريدة رسمية رقم 15 في 2006/10/15.

2-التنمية المستدامة: قانون رقم: 03-01، جريدة رسمية رقم 11 في 2003/02/19.

3-هيئات تحت الوصاية

- الديوان الوطني للسياحة: مرسوم تنفيذي رقم 88-214 جريدة رسمية 44 في 2/11/1988 والمعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 90-409 جريدة رسمية رقم 56 في 26/12/1990
- الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي: مرسوم تنفيذي رقم 80-77 جريدة رسمية رقم 12 في 18 مارس سنة 1980 والمعدل بالمرسوم التنفيذي 88-214 جريدة رسمية رقم 44 في 2/11/1988، والذي تم تعديله.
- الوكالة الوطنية لتنمية السياحة: المرسوم التنفيذي رقم 98-70 الجريدة رسمية رقم: 11 في 1/03/1998
- 4-مؤسسات التكوين
- المدرسة الوطنية العليا للسياحة: مرسوم تنفيذي رقم 94-255 جريدة رسمية رقم 54 في 24/08/1994. والمعدل سنة 1998 وفي سنة 2013.
- المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية: مرسوم تنفيذي رقم 94-256 جريدة رسمية رقم 54 في 24/08/1994.
- مركز الفنادق والسياحة: مرسوم تنفيذي رقم 94-257 جريدة رسمية رقم 54 في 24/08/1994.
- القوانين الأساسية المتعلقة لكل من المعهد والمركز.
- قرارات متعلقة بالتكوين: كفايات تخصيص العائدات الناتجة عن النشاطات والأشغال والخدمات،
- 5-النشاطات الخاصة بالسياحة: -نشاط الفنادق -نشاط وكالة السياحة والأسفار منها: اللجنة الوطنية للاعتماد، شروط وكفايات الإنشاء الوكالات -استغلال المياه الحموية، استغلال أماكن التخييم، استغلال السياحي للشواطئ كفتح ومنع الشواطئ للسياحة، اللجنة الولائية المكلفة باقتراح فتح ومنع الشواطئ للسياحة، الاستغلال السياحي للشواطئ المفتوحة للسياحة -نشاط الدليل السياحي، نشاط السياحي (أحكام خاصة بالمطاعم) ،
- 6-مناطق التوسع والمواقع السياحية: كالأستشارة المسبقة في مجال منح رخصة البناء، ممارسة حق الشفعة، إعادة بيع الأراضي أو منح حق الامتياز، كفايات إعداد مخطط التهيئة السياحية، التحديد والتصریح والتصنيف، المصادقة على مخططات التهيئة السياحية، قرارات تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية.
- 7-بنك معطيات للسياحة
- 8-صندوق الترقية السياحي
- 9-تنظيم مكاتب السياحة والاتحاديات الولائية والاتحادية الوطنية لمكاتب السياحة وعملها.
- 10-هيئات التشاور والتسهيل للنشاطات السياحية.
- 11-ترسيم المهرجانات واليوم الوطني للسياحة
- 12-القانون الأساسي الخاص بمفتشي السياحة.
- 13-النظام التعويضي الخاص بمفتشي السياحة.

14-الإطار القانوني المنظم للإدارة المركزية والمصالح الخارجية التابعة لها: تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة، مكتب الأمن الداخلي في المؤسسة على مستوى الوزارة، المناصب العليا للموظفين المنتمين للأسلاك المشتركة، تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية في مكاتب، المصالح الخارجية التابعة للوزارة في مكاتب.

2.1.3 المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2030(SDAT): يعتبر المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030(SDAT) مرجعا لسياسة جديدة تبعتها الدولة الجزائرية ويعد جزءا من المخطط الوطني لهيئة الإقليم في آفاق 2030(SNAT) والذي تقرر اعداده وتحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 (عوينان ، ، 2019)

ويمثل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية في الولاية جانب من المخطط التوجيهي للهيئة السياحية في آفاق 2030، حيث يشكل خريطة طريق لتسييح الولاية على المدى القريب والمتوسط والبعيد في 48 ولاية، ولقد تم فيها إطلاق المخطط، تم انجاز المخطط في 47 ولاية ولا يزال قيد الدراسة في ولاية واحدة، ويمكن توضيح أهداف المخطط التوجيهي للهيئة السياحية ومركزاته كما يلي: (السياحة، 09)

✓ أهداف المخطط:

-جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل لقطاع المحروقات -ضمان اشراك القطاعات الأخرى كقطاع الاشغال العمومية، قطاع الفلاحة وقطاع الثقافة -توفيق بين الترقية السياحية والبيئية -تثمين التراث، الثقافي والديني

-تحسين صورة الجزائر بصفة عامة.

✓ مرتكزات المخطط:

-تثمين الوجهة الجزائرية لزيادة الجاذبية وتنافس الجزائر

-تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة(POT) من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية

-نشر مخطط جودة السياحة(PQT) كالتميز في السياحة بالاندماج في التكوين، الارتقاء بالتعليم، والانفتاح على تكنولوجيا الاعلام والاتصال

-مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص -مخطط تمويل السياحة.

2.3 الاستثمار السياحي: هو ذلك "الانفاق على الأصول الثابتة الذي يهدف الى المحافظة وتطوير قدرة الجذب على مستوى الوجهة السياحية او المرفق السياحي، ويكون الاستثمار السياحي في محورين: (عماري و بوعناقة، 2018)

أ-الاستثمار في التجهيزات والهياكل 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.

رابعاً: التنشيط والتسويق السياحي:

حتى تكون السياحة فرصة للمواطنين المحليين او الأجانب للتعرف على البلد 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 الاستمرار بالحملات 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 التنشيط السياحي: "يعنى 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" (شعلاو و راتول 2019)

2.4 التسويق السياحي: "يعتبر مجموعة من النشاطات المنظمة تقوم بها المؤسسة السياحية إقليمياً ومحلياً لتحديد أسواقها المستهدفة، ومعرفة بيئتها ومحاولة التميز بخدماتها بهدف اشباع اذواق المتلقين وجذب الرغبة في السياحة" (زاغير ، 2020/2021)

ويتكون المزيج التسويقي السياحي من العناصر التالية: (زاغير، 2021)

- (1) المنتج السياحي (الخدمة السياحية): كل ما ستعرضه المؤسسة السياحية.
 - (2) السعر السياحي: وهي قيمة الخدمة السياحية المقدمة، وعلى أساسه يختار السائح وجهته.
 - (3) التوزيع السياحي: وهو المكان والوقت المناسب الذي يتم فيه عرض المنتج السياحي من طرف المؤسسات السياحية.
 - (4) الترويج السياحي: أسلوب جذب السائح لخدمات المؤسسة السياحية، ويتم بمخاطبة عواطفه وتحريك دوافعه بعدة اساليب.
 - (5) الافراد: اتصال وتواصل سلس بين مقدمي الخدمة والسواح.
 - (6) العمليات: طريقة تقديم الخدمة السياحية بواسطة الوسائل والأجهزة.
 - (7) الدليل المادي: وهو المحيط الذي تقدم فيه المؤسسة السياحية خدماتها، ومدى رضا السائح به.
- 3.4 الترويج السياحي:** يعتبر الترويج السياحي من بين الركائز الأساسية وعنصر من عناصر المزيج التسويقي السياحي ومن أهم الوسائل المستخدمة في تنشيط السياحة، 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 و هوارى، 2019)

كما يعتبر الترويج في القطاع السياحي من أبرز الوسائل التسويقية، لأنه بإمكانه إزالة العديد من الصعوبات الناتجة عن تعقد المنتج السياحي الخدمي في ميدان التسويق، "لذلك يجب ان يركز المجهود التسويقي في الخدمات السياحية خاصة على الترويج باعتبار تمتعه بأكبر نسبة هامش في التحرك والحركة"، (برابنيس ، /) **4.4 السياحة الالكترونية:**

تعتبر السياحة الالكترونية في الوقت الحاضر ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنها، فلم يبق مجال ولا فضاء الا واستخدمت فيه الانترنت، ومن الضرورة الملحة توظيف وسائل الاتصال الرقمية في المجال السياحي لتقريب المعلم السياحي للمهتم وللمستهلك السياحي المرتقب. "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 للقطاع السياحي والمؤسسات السياحية فيه عددا من الفوائد" (بن بركة، و عمري، 2012)

1.4.4 مواقع التواصل الاجتماعي: تعتمد العديد من المؤسسات الاقتصادية في الآونة الأخيرة على التسويق الالكتروني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لتسويق 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 لانشغالاتهم وتعليقاتهم واقتراحاتهم، ومن بين هذه المواقع الاجتماعية المستخدمة في التسويق السياحي: الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب، الانستغرام، لينكدان" (زاغير، 2021) **2.4.4 البوابة الإلكترونية: مسارات الجزائر السياحية**

أعلن مؤخرا 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 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، أكانت 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 إمكانياته." (وكالة الانباء الجزائرية 2022) **24** ففي ذلك 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 الالكترونية منتجا سياحيا في حد ذاته،

وتكمن أهمية البوابة الالكترونية: مسارات الجزائر السياحية في: (وكالة الانباء الجزائرية، 2022)

- خطوة هامة في تجسيد مخطط عمل الحكومية

- فتح آفاق واعدة لانتعاش السياحة

- تجسيد التزام رئيس الجمهورية تبون عبد المجيد بعصرنة الإدارة العمومية.

- انتاج محتويات رقمية وطنية عالية الجودة في إطار التحول الرقمي للإدارة العمومية.

- تطوير السياحة الداخلية بالدرجة الأولى.

- رقمته كافة النشاطات والهياكل التابع 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.

5 السياحة في ولاية تبسة: واقع، تحديات و آفاق:

حاولنا في دراستنا هذه ومن خلال هذا المحور تبين واقع السياحة في ولاية تبسة مع تحديد المصاعب والتحديات التي تقف أمام تفعيل السياحة بالإضافة الى التعرف على تطلعات والافاق المأمولة للمدراء التنفيذيين والمسؤولين المباشرين على القطاع السياحي، وحتى يتم اسقاط المفاهيم السابقة والتي تعرضنا لها في المحاور السابقة تمّ محاكاتها لواقع السياحة في ولاية تبسة من خلال مقابلتنا المباشرة للمدراء التنفيذيين: الثقافة، السياحة ومحافظة الغابات، وهذا لمعرفة مدى تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من قبل بعض الهيئات المحلية، كما سننظر في طريقة تنشيطهم وتسويقهم للخدمات السياحية، ولقد كان لنا لقاء مع السيد: مدير الثقافة والفنون 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.

1.5 واقع السياحة في ولاية تبسة

1.1.5 مديرية الثقافة والفنون:

العنوان: مديرية الثقافة، دار الثقافة محمد الشوكي تبسة، رقم الهاتف: 037506124

الفايسبوك: (1) خلية الاعلام والاتصال لقطاع الثقافة والفنون لولاية تبسة.

(2) مديرية الثقافة والفنون لولاية تبسة.

كان لنا لقاء مع السيد: مدير الثقافة والفنون لولاية تبسة (عبادي، 2022) وقد طرحنا عليه مجموعة أسئلة وقد تلقينا عليها الأجوبة كما يلي:

- ما مصالح مديريتيكم؟ أولا 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 أو 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 السياحي للتعريف بأنشطتكم وجذب السياح المحليين؟ نعتمد أساسا في توصيل اعمالنا وانشطتنا الى مواطني الولاية من خلال مجموعتين فايسبوكيتين:
- ✓ مديرية الثقافة والفنون لولاية تبسة: بها 6600 متابع الى حد الان ومن بين الحصص التي تبث فيها:
 - سهرات رمضان 2022. وهي عبارة عن أنشطة ثقافية وفنية لدوائر وبلديات الولاية.
 - كل ما يتعلق بمناسير الوزارة
 - حصّة معارج الأرواح ومقامات الافراح يتم فيها استضافة الشعراء والكتاب والفنانين والمنشدين.
 - الأسابيع الإعلامية والثقافية
 - معرض للكتاب والاصدارات الجديدة عرض وبيع.
 - كل ما يتعلق بالنسر الالكتروني وحقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية.
 - احتفالات باليوم الوطني للعلم.
 - حصّة الكتاب نبض الحياة عبارة عن خواطر أدبية في كتب.
 - مقهى تيفاست الثقافي: تقام فيها منافسات وندوات فكرية.
- ✓ خلية الاعلام والاتصال لقطاع الثقافة والفنون لولاية تبسة: بها 2920 متابع الى حد الان تهتم ب:
 - التعريف بفناني وادباء الولاية.
 - معرض الكتاب اهداء وبيع.
 - حصص إذاعية

- عرض حصص فنية وإنشاديه.
- عناوين كتب وملخصاتها عروض مسرحية
- الأسبوع الوطني للإعلام

2.1.5 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، 037.59.51.55 الفاكس: 037.59.51.51 الايميل: THEVEST@YAHOO.FR

الفايسبوك: مديرية السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي لولاية تبسة.

لقد كان لنا لقاء بالسيدة: مديرة السياحة¹ (بلغيت، 2021) 27 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 معينة، ولما تساهم به السياحة الداخلية من: -التعرف على المواقع والمعالم السياحية لولاية تبسة؛

-زيادة الدخل وخلق فرص العمل والمساهمة في دفع وتيرة التنمية للولاية والمنطقة، أدى 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 مديرية السياحة) والتي تم توجيهها الى الوكالة الوطنية للسياحة؛ التكفل ببعض المشاريع السياحية ومناقشتها على المستوى الولائي في لجنة الاستثمار الولائية؛

-التعريف بالمواقع والتي 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 (زربية، نعجة، فروسية، شعر ملحون، أطباق طعام...) لنشر وعي خاص بالهوية الجزائرية وثقافة سياحية.

¹ مقابلة شخصية (29-30/08/2021)، مع السيدة: أمينة بلغيت مديرة السياحة لولاية تبسة، تسويق السياحة الداخلية في الجزائر: واقع وتطلعات (ولاية تبسة أنموذجا، بمقر مديرية السياحة ولاية تبسة).

-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 وإرث 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 عراقا تبسة من صناعاتها الحرفية وتقاليدها الشعبية وتراثها المتنوع، كل هذا اضفى على الولاية الطابع السياحي وسما بها الى مصف الولايات الجديدة بالزيارة والاكتشاف.

تطمح الولاية اليوم للجمع بين التنمية والعصرية من خلال المشاريع المسجلة في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، تجسيدا لبرنامج الحكومة الداعي والمشجع للاستثمار لاسيما منه دفع ركائز التنمية بمناطق الظل وجعلها تساهم في روافد الدخل القومي من خلال تشجيع ومرافقة العمل العائلي لهذه المناطق. تبسة مهد الحضارات، مسرح في الهواء الطلق، الفضاء السياحي المميز والمركب، وموطن البطولات والنضجيات، تدعو كل راغب في الراحة والاكتشاف لزيارتها وترحب بالاستثمار في رحابها.

-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، ترويبا، القعقاع 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 مديرة السياحة خلال 2021، تتكون من 28 صفحة و تضم في محتواها كل الجوانب: الطبيعية، التاريخية، الثقافية، المعيشية، ومختلف الهياكل التي تمتلكها الولاية، مزودة بصور ذات جودة عالية، يتم من خلالها التعريف بمقومات السياحة الداخلية في ولاية تبسة، تشمل هذه المونوغرافيا (تبسة)، مونوغرافيا سياحية، عن مديرية السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي، 2021) المضامين التالية:

-تبسة عبر العصور (ما قبل التاريخ، العهد الفينيقي، العهد الروماني، العهد الوندالي، الفترة البيزنطية، الفتوحات الإسلامية، الفترة العثمانية، الاحتلال الفرنسي)
-الموقع: 650 كلم عن العاصمة، ترتفع 600م عن مستوى البحر، طول الشريط الحدودي 297 كلم مع تونس، والمساحة: 13878 كلم²، أنشئت سنة 1974، بها 12 دائرة و28 بلدية، عدد سكانها: 658352 ن، المناخ

(متوسطي، صحراوي)، الوسط الطبيعي (الهضبة الأطلسية، المنطقة الصحراوية)، الغطاء النباتي (12% من المساحة غابات)، والادوية والمياه.

-السياحة: تتمثل في: -المواقع الطبيعية: الحمامات (مغارة واد بوعكوس)، خنقة بكارية، الحويجبات، مغارات قسطل (المريج)، نقرين وفركان -المعالم التاريخية: الآثار الرومانية، القلعة البيزنطية، معبد مينرف، الكنيسة المسيحية، معصرة الزيتون برزقان، قوس النصر كركلا، تبسة الخالية -آثار ثورة التحرير: آثار معركة جبل الجرف، خط موريس، خط شال -المعالم الدينية والثقافية -المنايع والحمامات المعدنية - مناطق التوسع السياحي (الحمامات 3.6 هكتار، نقرين 15هـ، بكارية 14هـ) -تراث وفنون: الألعاب الشعبية، الفن المطبخي، الفروسية، التظاهرات والاعياد المحلية .

-الثقافة: وتتمثل في: المسرح المدرج، معصرة بيزقال، معبد مينرف، قوس النصر، تبسة القديمة، البازيليك المسيحية، المقبرة المسيحية، السور البيزنطي، متحف تيفاست، مسجد وضريح سيدي بن سعيد ومعالم أخرى مشابهة، المسجد العتيق وسط المدينة، الصناعة التقليدية: وتشمل: زربية النمامشة والفلكلور، أما الهياكل الثقافية فتتمثل في: دار للثقافة، 13 مركز ثقافي، قاعتين متعددتي النشاطات، متحفين للآثار، مكتبتين، 6 قاعات للسينما، محطة إذاعية جهوية، وكالة للصحافة، مكتب لجريدة الخبر، تصدر من الولاية صحيفة يومية وأخرى أسبوعية -الفلاحة: الغابات، الموارد المائية -الهياكل القاعدية: النقل، البريد والمواصلات، التربية والتكوين والتعليم العالي، الصحة، الشبيبة والرياضة، الصناعة والمناجم، الكهرباء والغاز.

وعند شرح وتفصيل كل عنصر من عناصر المونوغرافيا يطول الحديث ويأخذ منا الوقت الكثير، فمن يرغب في الاطلاع أكثر ما عليه الا ان يطلع على محتوى ومضمون المونوغرافيا لعله يتطلع لرؤية تلك المعالم بنفسه. اما فيما يخص المشاريع المنجزة من طرف مديرية السياحة: مشروع تهيئة منطقة قسطل ببلدية عين الزرقاء دائرة ونزة ولاية تبسة، يتربع على مساحة 20هكتار، 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 للراجلين، أرضية مخصصة للتخييم العائلي...الخ، تم إنشاؤه منذ 2015، يهدف الى:

-حفظ وتثمين 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 ومازالت 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.

أما أسباب 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 تفعيل الصناعات التقليدية 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 1/9/1992 والمتضمن احداث الغرف الجهوية للحرف، ومن مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف: تقديم خدمات عمومية وفقا لدفتر شروط وتبعات الخدمة العمومية؛ مسك وتسجير 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 فتعمل 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 ودفع عجلة الاستثمار.

3.1.5 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، الفايبيوك: 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 و كذلك 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 و التعرف على المناطق الايكولوجية الغابية و المساهمة في المحافظة على توازنها البيئي، و هناك مناطق عديدة تتوفر على معالم طبيعية تحتاج الاستثمار والدعم من الدولة.

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 يزواج 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، القدرة المالية.

-هل من مشاريع سياحة داخلية في القطاع الغابي وما مواصفاتها؟ وهل من مشاريع قيد الدراسة؟ بالنسبة للمشاريع قيد الإنجاز فتتمثل في:

أ-غابة الاستجمام القعقاع:

المستفيد: شركة دزاي 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 والمعدات: فضاء للعب، مساحة خضراء، 2 مطاعم، مقهى، مكان للراحة، نافورة مياه، مصحة، إدارة، مخزن، مساحة لبيع منتوجات محلية وغابية، راس مال المشروع: 28690000 دج، نسبة الاشغال: 50%، سيتم فتحها عن قريب وبالمرافق التي سيكتمل نسبة الإنجاز بها.

ب-غابة طابقه للاستجمام:

المستفيد: شرقي احمد، رخصة استغلال رقم: 24 مؤرخة في: 24/02/2019، ممضاة من طرف الوالي وباقتراح من محافظ الغابات، بعد قرار المديرية العامة للغابات، مدة الإنجاز: 20 سنة قابلة للتجديد، مساحتها: 4.75 هـ، بلدية: الحوجيات، 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، ألعاب أطفال، مقاعد، عريشة، موقف سيارات، رأس مال المشروع: 30000000 دج، نسبة الاشغال: 80%، تم فتح الغابة بالمرافق المكتملة.

أما المشاريع قيد الدراسة والتي على مستوى أمانة رئاسة الحكومة فهي كالآتي: مشروع الخنقة ببلدية بكارية، مساحته: 30 هكتار؛ مشروع منطقة الزيتون ببلدية تبسة، مساحته: 28 هكتار. 2.5 تحديات السياحة في ولاية تبسة: بعد لقاءنا بمسؤولي القطاعات: الثقافة، السياحة ومحافظة الغابات تبين لنا انه وبالرغم من:

-وجود جهود تبذل لبعث سياحة تستقطب المواطنين؛

-وفرة المعالم السياحية وبمختلف أنواعها؛

-تتطابق المفاهيم النظرية عند مسؤولي القطاعات السابقة من: السياحة، التنشيط، مخطط التهيئة.... الخ؛

-تنفيذ جوانب من المخطط التوجيهي للهيئة السياحية كمناطق التوسع والشاركة.

الآن أن هناك تحديات ونقائص وصعوبات تختلف من مديرية الى أخرى.

1.2.5 مديرية الثقافة والفنون: تتمثل فيما يلي:

-تعاقب المسؤولين على القطاع وعدم ثبات واستقرارهم 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.

2.2.5 مديرية السياحة: تتمثل التحديات في:

-نقص التغطية المالية للمشاريع السياحية؛

-عدم الاستعمال المستمر للإعلانات في عملية الترويج للمعالم السياحية وخاصة الالكترونية؛

-نقص عملية الصيانة والترميم لبعض المعالم الاثرية والتاريخية نتيجة نقص الاغلفة المالية؛

-غياب الأمن مما يصعب من مهمة فتح بعض الآثار للتظاهرات والعمليات السياحية طويلة الأمد؛

-غياب حسن التسيير الإداري لمرافق سياحية عديدة ومن بعض الجهات: صعوبة الحصول على رخصة

الاستغلال وطول مدتها.

3.2.5 محافظة الغابات: تتمثل التحديات في صعوبة 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 مرتفعة الثمن عادة، مما يزيد في تكاليف المشروع مما يضعف الاستثمار في القطاع السياحي الغابي؛
-الاستثمار السياحي في المجال الغابي يزاوج بين حماية البيئة واهداف المستثمر، لعله جعل المستثمر مقيّد ومجبر على احترام شروط العقد، فيجب على المستثمر عند الاستثمار السياحي في محافظة الغابات ان يراعي ثلاثة عناصر: الأفكار، الوسائل، القدرة المالية.

3.5 تطلعات و آفاق السياحة في ولاية تبسة

يتطلع مدراء: الثقافة، السياحة، محافظة الغابات الى:

- 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 والاثريّة 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 فيهتم فيها بالسياحة الصحراوية، الجبلية، الشاطئية، الحموية، العلاجية، الثقافية والبيئية)
- دعم الاستثمار السياحي من خلال تمويل المشاريع المجدّدة وتمويل المشاريع الجديدة
- منح تراخيص لفتح اقامات ومراقد 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.
- تسهيل عمليات الحصول على تراخيص الاستغلال وخاصة في المجال الغابي.

II. الطرق والأدوات

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المقابلة المباشرة للحصول على بيانات ومعلومات تخص السياحة في ولاية تبسة من خلال طرح أسئلة عديدة ومتنوعة على المسؤولين الرئيسيين والذين يمثلون القطاع السياحي: ثقافة، سياحة ومحافظة الغابات فتلقينا أجوبة نلتمس فيها الموضوعية والدقة كما نراها نحن.

III.نتائج الدراسة

بعد اجرائنا المقابلة مع المسؤولين على قطاع السياحة أثبتنا صحة الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية 1 : تتوفر الجزائر على مقومات متنوعة تؤهلها لإقامة صناعة قوية في المجال السياحي .
- الفرضية الفرعية 3 : عملية تمويل الاستثمارات غير كافية في القطاع.

-الفرضية الفرعية 4: نقص في عملية الترويج السياحي في الجزائر

-الفرضية الفرعية 5: هناك اهتمام من طرف المسؤولين للنهوض بالقطاع السياحي

أما الفرضيات الفرعية الأخرى فقد أثبتنا من خلال المقابلة عدم صحتها هي:

-الفرضية الفرعية 2: السياسات الحكومية ناجعة في القطاع السياحي

ونظرا لعدم نجاعة السياسات الحكومية في المجال السياحي 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 متبقي مواقع التواصل الاجتماعي وغياب مواقع الكترونية محلية، فكل ما سبق يثبت لنا عدم صحة الفرضية الرئيسية: التسويق السياحي في الجزائر له أثر كبير في الساحة الوطنية.

IV. الخلاصة:

بعد تطرقنا في دراستنا هذه الى مخطط التهيئة السياحية والتي كان يعول عليها الكثير في استراتيجية التنمية وتطرقنا كذلك الى مفهوم التسويق السياحي وعناصر مزيجيه، كما تم محاکاتنا في الأخير لواقع السياحة في ولاية تبسة ومدى تطابق الجانب النظري والقانوني فيه من خلال المديرية التنفيذية: الثقافة، السياحة وحفاظة الغابات، كما تعرفنا على بعض التحديات التي تواجهها السياحة في الولاية توصلنا الى الاستنتاجات التالية:
-عدم استقرار القطاع بسبب عدم 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، إضافة الى نقص التمويل في انجاز المشاريع الاستثمارية السياحية؛
-وجود عراقيل في منح رخص الاستغلال منها: مركزية القرار في الدراسة والمنح واطالة مدة دراسة المشروع؛

-غياب شبه كلي لدور الاعلام والترويج والسياحة الالكترونية؛
-مصاعب تواجه الاستثمار كتدهور قيمة العملة وارتفاع تكاليف الإنتاج خاصة في المناطق الغابية؛
وعلى ضوء ما سبق وحق نحسن من قطاع السياحة في الجزائر نقدم الاقتراحات والتوصيات التالية:
-التحكم في تدهور قيمة العملة الوطنية باتخاذ أساليب اقتصادية ناجعة؛
-التخفيف من طريقة منح رخص الاستغلال للمشاريع السياحية وجعل دراستها محليا دون اللجوء الى الإدارة المركزية؛

-توسيع صلاحيات المديرية التنفيذية: اقتراحا وقرارا؛

-منح اعتمادات مالية معتبرة للمستثمرين على شكل قروض؛

- تسهيل منح تراخيص الاقامات والمرافد في جميع الولايات باعتبار ان الإقامة واسعارها هي القاعدة الأساسية للنشاط السياحي في المناطق المحلية؛
- الاهتمام بالبوابة الالكترونية التي تم اطلاقها حديثا وجعلها تنمائي واهداف القطاع السياحي
- تجنيد كل الوسائل والامكانيات 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 وانشاء مواقع تواصل اجتماعي: فايسبوك، يوتوب، تويتر، انستغرام ولينكدان وفتح مواقع ويب لغرض الترويج السياحي وحث مسؤولي القطاع بفتح تطبيقاتها ورباطها 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 من قريب او بعيد بخدمات السياحة الداخلية من الإجابة عن تساؤلات المواطنين والسواح المفترضين؛
- **الاحالات والمراجع:**

Bibliographie

- براينيس ، ع. (/). صناعة السياحة ودورها في التنمية المستدامة. 96. p.
- بلغيث ، أ. (2021, 08 29-30-31). مقابلة شخصية، مع السيدة:مديرة السياحة لولاية تبسة، تسويق السياحة الداخلية في الجزائر : واقع وتطلعات (ولاية تبسة أنموذجاً، بمقر مديرية السياحة ،ولاية تبسة.
- زاغير ، س(2020/2021) ، . (أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الخدمات السياحية-دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بالجزائر ، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم التجارية ، ص 86.جامعة محمد خيضر ،بسكرة..
- شعلال م ، &، راتول م. (2019). راتول محمد، تنشيط السياحة الداخلية كمؤشر لرفع التنافسية السياحية بالجزائر،، المجلد 8، العدد 3، 2019، ص 275-279.مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية. 8(3) ،
- عبادي ج. (2022, 4 24). مع السيد: مدير الثقافة والفنون لولاية تبسة، تسويق السياحة الداخلية في الجزائر :واقع وتطلعات (ولاية تبسة "أنموذجاً")، م. مسنادي (Intervieweur)، بمقر المديرية ،ولاية تبسة.

- عبد القادر عوينات. (2013). السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة الجزائر 3، ص 7. الجزائر.
- عيواج م. (07 09 2021). مقابلة شخصية مع السيد: محافظ الغابات لولاية تبسة، تسويق السياحة الداخلية في الجزائر: واقع وتطلعات (ولاية تبسة "أنموذجا").، بمقر محافظة الغابات، بولاية تبسة.
- السياحة، و. (09 01 2021). موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي،: Récupéré sur 2021: www.mta.gov.dz/?P=2857
- بروزان ح. (1). التنمية السياحية المستدامة، ا. مجلة الحقوق والعلوم السياسية -دراسات اقتصادية، p. (1) 27، ص. 29.
- بروزان ح. (1). التنمية السياحية المستدامة، ا. مجلة الحقوق والعلوم السياسية -دراسات اقتصادية، p. (1) 27، ص. 30.
- بروزان ح. (s.d.). التنمية السياحية المستدامة، ا. مجلة الحقوق والعلوم السياسية -دراسات اقتصادية، p. (1) 27، ص. 28.
- بروزان ح. (1). التنمية السياحية المستدامة، ا. مجلة الحقوق والعلوم السياسية، p. 30.
- بن بريكة، ع. ا. & عمري، ا. (2012). تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتطبيقاتها السياحية في ملتقى وطني تحت عنوان: فرص ومخاطر السياحة الداخلية، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- تريكي، ح. (2017). السياحة الداخلية في الجزائر -عوامل التطور والتحديات المستقبل، ص. مجلة آفاق للعلوم، 8(2)، pp. 144-147.
- دالية غ. (2020). المناطق الحدودية في الجزائر، بلد قائم بذاته، Consulté le 2 20, 2022, sur carnegie-mec.org.
- رحايلية، س. & هوارى، ع. (2019). ترويج المؤسسات الإعلامية للسياحة الداخلية في الجزائر. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ودراسات اقتصادية، p. 342. (37)
- زاغير، س. (2020/2021). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الخدمات السياحية-دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بالجزائر، قسم العلوم التجارية، أطروحة دكتوراه، ص. 84. جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- زاغير، س. (2020/2021). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الخدمات السياحية-دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بالجزائر. أطروحة دكتوراه، قسم العلوم التجارية، 16. جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- زير، ر. (2018). مساهمة التسويق السياحي في الوطن العربي، دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات، أطروحة الدكتوراه، ص. ب. جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر.
- زير، ر. (2018). مساهمة التسويق السياحي في الوطن العربي دراسة مقارنة، الجزائر تونس الامارات، أطروحة الدكتوراه، ص. ب. جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر.
- زير، ر. (2018). مساهمة التسويق السياحي في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات، ص. ب. جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- زير، ر. (2018). مساهمة التسويق السياحي في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات، أطروحة دكتوراه، ص. 339. جامعة محمد خيضر، بسكرة (الجزائر).
- شعلال م. & راتول م. (2019). تنشيط السياحة الداخلية كمؤشر لرفع التنافسية السياحية بالجزائر. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، p. 295. 8(3)،
- شعلال م. & راتول م. (2019). تنشيط السياحة الداخلية كمؤشر لرفع التنافسية السياحية بالجزائر. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، pp. 275-279. 8(3)،
- شني، ص. & بن لخضر، ا. (2019). تنمية السياحة وفق مبادئ الاستدامة، المجلد 17، ص. 123. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، 3، 17، p. 123.

- علاق، ج. & بولمشاور، ر. (2019). المناطق الحدودية للجزائر بين متطلبات التنمية المحلية وتعزيز مقدرات السياحة الوطنية. *المجلة الجزائرية للأمن الإنساني*, 4(2), p. 214.
- عماري، ع. & بوعناق، ا. (2018). رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 بين الواقع والافاق. *مجلة الشريعة والاقتصاد*, 7, p. 399.
- عوينات، ع. (2013). السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة الجزائر، 3، ص. 7. الجزائر.
- عوينات، ع. (2013). السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه علوم، ، ص. 7. الجزائر، ، جامعة الجزائر، 3.
- عوينات، ع. (2013). السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه علوم، ، ص. 7. جامعة الجزائر، 3، الجزائر.
- عوينات، ع. (2013). (السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه علوم، ، ص. 7. جامعة الجزائر، 3، الجزائر.
- عوينات، ع. (s.d.). السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، ، 2013، أطروحة دكتوراه علوم، ص. 7. جامعة الجزائر، 3، الجزائر.
- عوينات، ع. (2013). السياحة في الجزائر، الامكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، طروحة دكتوراه علوم، 7، جامعة الجزائر، 3، الجزائر.
- عوينان، ع. (2019). تسويق خدمات السياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030. *مجلة الاقتصاد الجديد*، 10(2), p. 125.
- وكالة الانباء الجزائرية ECONOMIE sur WW.APS.dz/AR/ECONOMIE (2022, 6 20). Récupéré sur
- وكالة الانباء الجزائرية economie sur WWW.aps.dz/ar/economie (2022, 6 20). Récupéré sur
- ويكيبيديا. (2021, 1 26). ويكيبيديا. Récupéré sur <http://ar.m.wikipedia.org/wiki/>
- يوسفي، م. (2018). تجارة المقايضة كأداة لتنمية المناطق الحدودية بالجزائر، *مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية*، 4(4), p. 24.