

واقع استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في الترويج للسياحة الصحراوية The reality of the use of modern information and communication technologies in the promotion of desert tourism

*د. قوشيش أمينة

¹كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، الجزائر

تاريخ الاستلام: 2022/02/15؛ تاريخ المراجعة: 2022/06/20؛ تاريخ القبول: 2022/06/30

ملخص:

هدفت الدراسة إلى إظهار واقع استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الترويج للسياحة الصحراوية، حيث تعتبر السياحة الصحراوية نشاطا رئيسيا من الأنشطة التي تتعلق بتحقيق التنمية المستدامة بمختلف أبعادها، وتم عرض مجموعة من الجهود الجزائرية في استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتنشيط السياحة الصحراوية إلا أنها تبقى غير كافية للتعريف بمقومات السياحة الصحراوية. وخلصت الدراسة إلى أن للصحراء الجزائرية مقومات سياحية لا بد من التعريف بها وإظهارها للعالم، واعتبرت وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أهم الوسائل الحديثة التي يستوجب استخدامها لتسهيل ترويج المنتج السياحي الصحراوي. الكلمات المفتاح: تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ سياحة صحراوية؛ ترويج سياحي.

تصنيف JEL : O11 ؛ O11

Abstract:

The study aimed to show the reality of the use of information and communication technologies in the promotion of desert tourism, where desert tourism is a major activity related to the achievement of sustainable development in its various dimensions, and presented a series of Algerian efforts in the use of information and communication technologies to stimulate desert tourism, but they remain insufficient to define the components of desert tourism.

The study concluded that the Algerian desert has tourism components that must be known and shown to the world, and the means of information and communication technology were considered the most important modern means that should be used to facilitate the promotion of the Saharan tourism product.

Keywords: Information and Communication Technology; Desert tourism; Tourism promotion.

Jel Classification Codes : O11 ; O11

I- تمهيد :

تُعد السياحة في الوقت الراهن من بين الأنشطة الاقتصادية المهمة التي تحرص أغلب دول العالم على تنميتها، حيث تعتبر موردا اقتصاديا يُسهم بشكل معتبر في زيادة الدخل القومي لهذه المجتمعات. و يعتبر التسويق السياحي الفعال أداة ناجعة وذات دور واضح في توجيه تدفقات السياح نحو وجهة سياحية ما، وكذا تنمية تلك الوجهة سياحيا لتكون رائدة في المجال السياحي.

والجزائر تملك مقومات متكاملة لقيام صناعة سياحية واسعة يمكن أن تدر عليها دخلا متزايدا إذا توفرت العوامل المساعدة على ذلك، وخاصة في الجنوب الجزائري الذي يتميز ببيئة محلية خاصة ويزخر بموارد طبيعية متميزة ومناظر سياحية هامة ومتنوعة جعلت منه قبلة للسياح.

وأمام ضعف إقبال السياح في الصحراء الجزائرية، فإن الترويج السياحي الفعال يعتبر أداة ناجعة وذات دور واضح في توجيه تدفقات السياح نحو الجنوب الجزائري ، وعليه بات من الضروري الاهتمام بتطوير السياحة الصحراوية والترويج لها عبر وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات المختلفة.

● اشكالية الدراسة:

بناء على ما سبق يمكن بلورة إشكالية الدراسة على النحو التالي: " ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية؟".

للإجابة عن الاشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية الآتية:

- ماذا نقصد بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- ما هو مفهوم الترويج السياحي؟
- ماذا نقصد بالسياحة الصحراوية؟
- فيما يتجلى الدور التنموي للسياحة الصحراوية؟
- ماهي الجهود المبذولة لتطوير السياحة الصحراوية؟
- ما هو دور وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الترويج للسياحة وخاصة السياحة الصحراوية الجزائرية؟

● أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

- رصد مختلف الأبعاد التنموية التي يمكن تحقيقها بالاعتماد على السياحة الصحراوية؛
- عرض مختلف وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات المستخدمة في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية؛
- ابراز مختلف إسهامات وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات للترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية .

● منهج الدراسة :

هذه الدراسة أوجبت الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يلائم هذا النوع من البحوث المتعلقة بظاهرة مختلفة الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية . كما انها تتعلق بأبعاد الزمن الثلاثة الماضي والحاضر والمستقبل.

وللإجابة على اشكالية الدراسة والاحاطة بجوانب الموضوع سوف يتم التطرق إلى:

أولا: مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

ثانيا: دور وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الترويج للسياحة

ثالثا: السياحة الصحراوية الجزائرية ومقوماتها .

رابعا: واقع استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية السياحة الصحراوية .

1. مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال :

1.1. تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها: " مجموعة التقنيات والوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية ، ثم تخزين البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان لآخر، ومبادلتها " (مسي، 1999، صفحة 26)

2.1. الأهداف الاستراتيجية لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

- لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فوائد عديدة يمكن أن تحققها سواء للقطاع الحكومي أو الخاص على مختلف المجالات وأقسام المؤسسة، وهي تهدف إلى: (كاوجة، 2012، صفحة 25)
- خفض تكاليف الانتاج وازالة أثر الميزة التنافسية الناجمة عن اقتصاديات الحجم.
- زيادة سرعة الاتصال وكفاءته وخفض تكاليفه.
- توفير المعلومة الدقيقة والمتجددة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة.
- توفير وتقديم خدمات أكثر وأفضل للعمال وبالتالي تنظيم أحسن.

2. دور وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الترويج للسياحة:

1.2. تعريف التسويق السياحي: يعرف التسويق السياحي على أنه: " مكان التقاء الطلب السياحي بالعرض السياحي سواء مع الدول المصدرة للسائحين أو الدول المستوردة لهم ومعنى ذلك أن هذا الالتقاء يتم في مكانين مختلفين، ففي الدول المصدرة للسائحين يلتقي المشترون للخدمة السياحية مع بائعيها أو وكلائهم من الدول المستقبلة لهم من خلال العمليات التسويقية والتنشيطية السياحية التي يقومون بها، أو عمليات التعاقدات السياحية التي تتم بين رجال المبيعات السياحية والسائحين أنفسهم أو الشركات و الوكالات السياحية بالدول الأخرى. أما في الدول المستوردة للسائحين، فيتلقى السائحون المشترون للسائحين مع المنظمات السياحية المختلفة التي العرض السياحي من خلال الخدمات السياحية التي تقدم للمستهلكين السياحين في مختلف المناطق السياحية" (فلاح، 2013، صفحة 95)

وتتمثل العناصر التي يجب أن يتضمنها التسويق السياحي فيما يلي: (البكري، 2007، صفحة 21)

- تحديد المجموعات السياحية المتوقع الاتصال بهم عن طريق المكاتب السياحية المتواجدة في المناطق المستهدفة للتسويق أو وكلاء السفر.
- خلق تصور مفصل وواضح لدى هؤلاء المجموعات عن المنطقة المطلوب تسويقها.
- تحديد مكاتب السياحة والسفر بشكل محلي أو إقليمي أو دولي والتنسيق مع تلك المكاتب بهدف استقبال تلك المجموعات السياحية.

- تحديد المنشآت السياحية القادرة على استقطاب تلك المجموعات وذلك من خلال التعاون والتنسيق مع المكاتب السياحية.
- توفير البنية الأساسية من شبكات المواصلات والاتصالات وتعبير الطرق وتهيئة الفنادق وتجهيزها لاستقبال السائحين.

2.2. السياحة الالكترونية

إن اجتماع قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وقطاع السياحة معا، أدى إلى ولادة قطاع جديد مشجع سمي بالسياحة الالكترونية ، قامت فيه الدول المتقدمة باستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة الأنترنت للترويج لمنتجاتها السياحية بالإضافة إلى اتمام كافة معاملات الشراء عن طريقها أيضا مما أدى إلى أن تصبح السياحة الالكترونية في الوقت الحاضر ضرورة حتمية لا يمكن لنشاط سياحي الفرار منه.

وتعرف السياحة الالكترونية بأنها: "استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الأنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين" (علي، 2005، صفحة 06)

وتعرف السياحة الالكترونية كذلك على أنها: " هي تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض انجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الالكترونية، وتتعدى في الواقع إلى ابعد من ذلك ، فهي تشمل السياحة المتنقلة المستخدمة للأجهزة الإلكترونية الجواله كالهواتف المحمولة والمفكرات الإلكترونية المحمولة وغيرها، وبذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستخدم من طرف جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وافراد، وقد تستغل هذه التكنولوجيا في تشييد كيانات سياحية يتطلب تشغيلها أيضا قدرا من المعرفة التكنولوجية لدى روادها، مثل الفنادق الذكية التي تعتمد في بنائها وتشغيلها وادارتها على التقنيات الحديثة" (نخلة، 2002، صفحة 03)

3.2. دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياحة: نلخصها في النقاط التالية (فوزي، 2010، صفحة 280)

- اعتماد الخدمات السياحية بمختلف أنواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية وبالتالي يصعب قياس جودتها إلا بعد التجربة ، لذلك تعد الأنترنت الوسيط المناسب لها، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع والاطلاع على البيانات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها، وتمكن السائح في تخطيط ووضع برنامج لرحلته واختيار المناطق التي يرغب في زيارتها، وترتيب مواعيدته بالإضافة إلى تخصيص ميزانية محتملة.
- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يؤدي إلى تخفيض تكلفة انتاج الخدمة السياحية. من رفع الترويج السياحي، مما يؤدي إلى تخفيض حجم العمالة ورفع قدرات العاملين وتدريبهم على استخدام الانترنت والتطبيقات والبرامج.
- التوسع في استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى ظهور احتياجات كامنة لم تكن موجودة من قبل، وبالتالي تطوير منتجات جديدة وتحسين الخدمات، مما يؤدي إلى الرفع من القدرة التنافسية.

3. السياحة الصحراوية الجزائرية ومقوماتها

تعد السياحة الصحراوية أحد أهم أنواع السياحة وذلك لتنوعها من جهة، وللإقبال الشديد عليها من جهة أخرى من أنحاء العالم كافة.

1.3. تعريف السياحة الصحراوية:

عرف المشرع الجزائري السياحة الصحراوية على أنها " كل إقامة سياحية في محيط صحراوي تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف" (القانون رقم 01-03 المؤرخ في 2013/02/17 يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، 2003، صفحة 05)

تتميز السياحة الصحراوية بضخامة الحجم وانخفاض التكلفة، وطول فترة الإقامة، ووفرة العوائد والارباح، كما توفر فرصة للانفتاح على الثقافات الأخرى فهي ليست صناعة اقتصادية فحسب بل أيضا صناعة ثقافية تعمل على تغذية التباد الثقافي والهويات للأمم والشعوب، ومن ثم تعزيز التعاون بين الدول (حوتية، 2016، صفحة 06)

2.3. مبادئ السياحة الصحراوية المستدامة:

للقيام بتنمية سياحية مستدامة وناجحة لابد من الاعتماد على العديد من المبادئ التي توازن بين حماية الموارد البيئية والاجتماعية والاقتصادية من جانب ورغبات السياح من جانب آخر وأهم هذه المبادئ هي: (فطيمة، 2012، صفحة 04)

- دمج السكان المحليين بالمناطق الصحراوية وتوعيتهم وثقيفهم بيئيا وسياحيا.
- ضرورة بناء إدارة سياحية سليمة للموارد الطبيعية والبشرية في المنطقة الصحراوية من أجل أن تحافظ على هذه الثروات للأجيال المستقبلية وذلك من خلال إمكانيات بشرية مؤهلة.
- ضرورة توفير مركز للسياح تقدم لهم معلومات وارشادات عن المناطق السياحية الصحراوية ويستحسن أن يعمل به السكان المحليون والذين يدرّبون على ادارة هذه المواقع السياحية.
- القيام بتوعية السكان المحليين بيئيا وتحسيسهم بمدى أهمية البيئة الصحراوية والمحافظة عليها.
- تحديد الطاقة الاستيعابية للمنطقة السياحية الصحراوية من اجل تفادي الازدحام وتفادي تضرر البيئة الطبيعية والاجتماعية وتقديم الخدمات التي ينتظرها السياح.

3.3. دور السياحة الصحراوية بالدفع بعجلة التنمية:

تؤدي السياحة الصحراوية دورا أساسيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وذلك على النحو التالي: (منير، 2012، صفحة 15)

- تساهم السياحة الصحراوية في جذب السياح الاجانب وبالتالي تحقيق ايرادات بالعملية الصعبة.
- تشجيع الصورة الايجابية عن البلدان المعنية في السوق السياحية
- لها دور مهم في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوفير عائدات سريعة بأقل تكلفة.
- تساعد في القضاء على البطالة من خلال توليد العمالة والتي هي على نوعين:
- العمالة المباشرة: على مستوى الفنادق والمطاعم السياحية ووكالات السفر وغيرها.
- العمالة غير المباشرة: وتشمل فرص العمل التي تتولد من القطاعات التي يعتمد عليها القطاع السياحي كالزراعة، والصناعة، والمباني الخ.

4.3. مقومات السياحة الصحراوية الجزائرية:

لكل بلد خصائصه ومميزاته ومقوماته السياحية سواء أكانت الطبيعية التي وهبها الله سبحانه وتعالى أو تلك التي كانت من صنع البشر على مر العصور وتعاقب الحضارات، والجزائر كسائر بلدان العالم لها مقومات سياحية خاصة بها (بوغازي، 2017، الصفحات 66-69).

1.4.3. المقومات الطبيعية

تتعلق بالمساحة والمناخ والتضاريس المميزة للجزائر التي جمعت بين أفريقيا والدول العربية ودول البحر الأبيض المتوسط وأهم هذه المقومات والخاصة بالسياحة الصحراوية ما يلي:

أ- أهم مناطق السياحة الصحراوية

تبلغ مساحة الصحراء الجزائرية حوالي 7 مليون كلم مربع موزعة على خمسة مناطق كبرى هي أدرار، إليزي، تمنراست، تندوف، وادي ميزاب.

-أدرار: تقع ولاية أدرار في الجن وب الغربي للصحراء تبلغ مساحتها 427.968 كلم مربع ومن أهم المناطق السياحية بها نجد توات، القورارة، تيدكلت، وتتميز هذه الولاية بعاداتها وتقاليدها الدينية التي تبرز فيها الطقوس الصوفية وما تؤديه من دور متميز.

-إليزي: تقع في الجنوب الشرقي للصحراء وتبلغ مساحتها 286.808 كلم مربع وهي تتكون من 06 دوائر أهمها جانت، ونجد بهذه الولاية الحضيرة الوطنية للطاسيلي المصنفة ضمن التراث العالمي من طرف اليونسكو منذ سنة 1982، كما اعتبرت ابتداء من سنة 1986 من المحميات الطبيعية. 22 وتكتسي هذه المنطقة أهمية جيولوجية بالغة وهي تحتوي على لوحات الرسوم الصخرية الفنية لما قبل التاريخ، بحيث نجد أكثر من 15.000 لوحة تعكس تحولات المناخ وهجرة الحيوانات بأصنافها مع تطور الحياة البشرية في أعماق الصحراء خلال 6.000 سنة قبل الميلاد.

-تمنراست: تقع في أقصى جنوب البلاد وتقدر مساحتها بحوالي 113.000 كلم مربع، ومن أهم ما تتميز به الحضيرة الوطنية للبقار التي أنشئت سنة 1987 والمعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو، وهي تضم هضبي الأتاكور، الحضيرة النباتية والحضيرة الحيوانية، بالإضافة إلى المنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 1.200 سنة. 23

-تندوف: تقع في الجنوب الغربي للبلاد، وتبلغ مساحتها 168.000 كلم مربع، وهي تتميز بقصورها القديمة ذات الشكل المعماري المتميز.

-وادي ميزاب: تعتبر منطقة وادي ميزاب المصنفة ضمن التراث العالمي من طرف منظمة اليونسكو، ومن أهم المعالم السياحية بها نجد: بني يزقن، بونورة، مليكة، واحات النخيل، نظم توزيع المياه عن طريق الفوقارات.

ب- الواحات الصحراوية: تستوعب الجزائر ما لا يقل عن مائتي واحة تتوزع على اثني عشر منطقة جنوبية هي: الأغواط، ورقلة، بسكرة، غرداية، أدرار، النعام، جانت، تمنراست، البيض، الوادي، إليزي، بشار، وتشترك واحات الجنوب الجزائري في لونها الأحمر العاكس لأشعة الشمس، وتدر كميات هائلة من التمور والرتب، وكذا الفول السوداني. ويعتبر المناخ السائد عموما في الواحات وراثها الطبيعي أسهم في تأمين نمط حياتي برافده البيولوجية ومراياها البيئية، وتحتل الواحات موقع استراتيجي وسط ديكور طبيعي خلاب منحها خصوصية وجاذبية.

ولكن هناك تدهورا نال كثيرا من سحر هذه الواحات، حيث سجل مختصون بالبيئة الصحراوية موت الكثير من نخيل الواحات، والذي عمل على تشويهه في مناظرها الطبيعية. وأيضا يعد زوال ما ظل يعرف باسم "الفوقارات" وهي مجموعة عتيقة من الآبار، أثر كثيرا على حركة الواحات وديناميكيته، وحول الكثير منها من نخيل أخضر ممتد إلى جفاف مزمن زاده زحف الرمال.

ت- القصور القديمة

هي من أهم مقومات السياحة الصحراوية في الجزائر إذ تشكل سلسلة عمرانية متناسقة مع بيئة الصحراء والتراث التاريخي الذي تعكسه بمختلف تفاصيلها، وأهم معالم هذه القصور ما يلي:

-قصر تماسين :هذا القصر أحد قصور وادي ربيع، والذي يعتبر شاهدا على عبقرية إنسان المنطقة في ميدان المعمار والإبداع الفني، فالقصر يمثل كتلة متجانسة ومتواصلة تخضع لقوانين معمارية محضة مستخلصة من التجارب التطبيقية للسكان، حيث يراعى فيها الخطط الأمنية وقوانين العرف والعادات والتقاليد التي تتماشى والدين الإسلامي، ويقع هذا القصر وسط بلدية تماسين. وكان القصر يحتوي على عدد هائل من المنازل مشكلا مجموعة سكنية معتبرة، وتعرف لدى الأهالي باسم " البلاد القديمة"، كما يحتوي القصر على خمسة مساجد أهمها أربعة وهي: مسجد بابا عيسى، مسجد الحاج عبد الله المغراوي، المسجد الكبير العتيق ومسجد القبة الخضراء. لكن للأسف فالقلعة الحضارية البارحة أصبحت اليوم قصرا يكاد يكون مهجورا بسبب عدة عوامل منها الطبيعية مثل أمطار وعوامل بشرية أخرى.

-قصور الزاوية التيجانية: تتنوع القصور التابعة للزاوية التيجانية على اختلاف أنواعها فمنها ما هو موجود داخل القصر القديم لعين ماضي ومنها ما هو خارجي. فكانت هذه القصور في وقت سبق مقرا للخلافة التيجانية في عين ماضي، فمنها ما هو مغلق ومنها ما أعيد فتحه. ومن مميزات هاته القصور اتساع غرفها والزخرفة التي تتضمنها سواء في جدرانها أو في أسقف الغرف والممرات، كما تظهر في هذه القصور اللمسات المغربية بحكم بنائها كانوا من المغرب الأقصى، وكل هذه القصور تحتوي على مقومات السياحة والضيافة بحكم أنها كانت تستقبل فيها الوفود من كافة بقاع العالم.

قصر كوردان الأثري: يعود تاريخ بناء هذا القصر إلى سنة 7991 بإشراف من أوريلي بيكارد " لالة يمينة "زوجة أحمد عمار ثم مولاي البشير كما هو معروف، فهو تحفة معمارية لا مثيل لها في الصحراء الجزائرية وهو مزيج من الطراز الأوروبي والمغربي، فكل لمسات الجمال وضعت فيه، فالقصر من الداخل فخم بكل معنى الكلمة، مزخرف كلياً في جدرانها وأسقف الغرف، غير أن الترميم الذي وقع له لم يحترم قواعد الترميم حيث طمس كثيرا من معالمه، فكان من المفروض أن يقوم بعملية الترميم مختصون من أهل القرية مثل ما وقع في قرية بوسمغون، أما من الخارج فهناك البساتين والأشجار.

-قصر التيوت بالنعامة: ينتهي القصر إلى مجموعة القصور أو القصبات المحاذية للجزء الغربي من الأطلس الصحراوي في الجزائر، وتعرف الجبال المحايدة لها بجبال القصور. تمتد هذه القصور في الجزائر من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي وهي موازية لاتجاه السلسلة الأطلسية، تقع هذه القصور جنوب الهضاب العليا الغربية في الجزائرية وشمال الصحراء الجزائرية، وتضم هذه القصور: قصر

بني ونيف، ومغرار التحتاني، ومغرار الفوقاني، وعين صيفصيفة، وعين الصفراء، وتيوت، وعسلة، والشلالة الظهرانية، والقبليّة، وارب الفوقاني والتحتاني.

بالإضافة إلى قصور أدرار التي تستحق الزيارة مثل: القصر العتيق بتيميمون، قصر ماسين، قصر إيغيزير، قصر بدران، قصر أدغا، قصر بودة، قصر حامد، قصر تمنطيط، قصر تاسفوت، قصر تماسخت، قصر نفيس، قصبّة ملوكة، قصر أولف، قصر قنتور، قصر أولاد سعيد.

ث- المناطق الرطبة (المنطقة الرطبة بأولاد سعيد تميمون)

تعتبر من بين أهم الأماكن السياحية التي تثير اهتمام الأوروبيين ونجد تمنطيط الواقعة على بعد 71 كلم جنوب أدرار التي تحتوي على منطقة رطبة مصنفة من قبل المنظمة العالمية لتصنيف المناطق الرطبة، وتتربع على مساحة 81 . 177 هكتار، وبها منسوب وفير جدا من المياه الجوفية ومجموعة واحات مترامية الأطراف تعتمد طريقة السقي التقليدي أي المجاري المائية النابعة من الفقارة. ونظرا للعلاقة الوثيقة بين الإنسان والمحيط فإن هذا التنوع النباتي يسهم في إثراء وازدهار الصناعة التقليدية التي تتميز بها المنطقة وهي تشارك في عدة معارض دولية، كما يوجد بالمنطقة أنواع مختلفة من الطيور المهاجرة التي تجد ضالتها بالبحيرات خاصة في كوسام إضافة إلى وجود نوع من السمك يسمى " القامبازيا"، وشهد تاريخ تمنطيط زيارة المؤرخين والرحالة نظرا لقيمتها العلمية والتاريخية والحضارية أمثال ابن بطوطة ووردت في كتابات ابن خلدون

الذي زارها أيضا وليون الأفريقي أثناء رحلته نحو تيمبكتو شمال دولة مالي، وشهدت المنطقة توافد عدة سياح كنديين وفرنسيين وإسبان وألمان أيضا.

ج- الغابات المتحجرة

هي صخور تتكون من جذوع الأشجار التي دفنت تحت الرمال، والأوحال، أو الرماد البركاني الذي تراكم خلال أحقاب كثيرة مضت، وتحولت بمرور الزمن إلى حجارة، ويحدث هذا التحجر من جراء المياه التي تحمل المواد المعدنية المذابة، حيث ترسب هذه المواد من خلال الرمال والأوحال وتنفذ إلى جذع الأشجار، وعندما تقوم بملاء الخلايا الفارغة الموجودة في الأخشاب المهترئة (المتآكلة) إلى أن تصبح بنيتها حجرية متصلبة، وتعود الجذوع المطمورة المتحجرة في أشكال صخرية متنوعة إلى عصور جيولوجية مختلفة. وتعود إلى حقبة تاريخية غابرة تمتد حدودها بين منطقتي العرجة وتيورطلت ببلدية تيوت وقد عثر على آثار تلك الغابة منذ العهد الاستعماري وقد جرفت مياه أمطار شهري أكتوبر ونوفمبر 8779 بقايا أشجارها الكربونية على بعد ثلاثة أمتار في عمق الأرض. ويرجع المختصون في الجيولوجيا بأن تلك الغابة كانت تنمو قبل آلاف السنين فوق تربة فحمية لوجود آثار لصخور ناجمة عن براكين خامدة منذ حقبة قديمة.

ح- الصخور المنقوشة

تعتبر منطقة الأطلس الصحراوي أحد المناطق المفتوحة على الهواء في العالم، على شكل محطات للرسومات والنقوش الصخرية، ومواقع الأدوات الحجرية والمغارات والكهوف، وهذه الرسومات تشهد على طريقة معيشتهم وعاداتهم وتقاليدهم وعلى أنواع الحيوانات التي كانت تعيش في ذلك العصر.

2.4.3. المقومات الثقافية

لقد انعكست صفات الصحراء بشقيها المادي والمعنوي على الإنسان الذي عاش فيها فأكسبته شخصية مميزة، وقيم أخلاقية فريدة، وممارسات حياتية وحرفية متنوعة، هذه المفردات تشكل في مجموعها ما يمكن أن نسميه بثقافة الصحراء وتراثها.

وتتجلى مظاهر ثقافة الصحراء وتراثها في صور وعناصر عدة من بينها (بوغازي، 2017، صفحة 68):

- نشاطات الحياة اليومية وأبرزها الرعي وما يتصل به، وحرف البادية المرتبطة بصناعات الألبان والنسيج؛
- العادات والتقاليد الاجتماعية كإكرام الضيف، وحل النزاعات وغيرها؛
- التراث الأدبي والفني بأشكاله وآلاته؛
- الارتحال في الصحراء بوسائله وأدواته وفنونه وعاداته؛
- لطعام: مكوناته والأدوات والطرق التقليدية في تحضيره؛
- العلاج للإنسان والحيوان وطرقه التقليدية؛
- الهوايات والرياضات، كتربية الخيول وركوبها، ركوب الجمال، تدريب الكلاب والصقور واستخدامها في عمليات الصيد.

3.4.3. هياكل الإيواء والاستقبال

تحتوي المناطق السياحية في الصحراء الجزائرية على مقومات مادية معتبرة جدا يمكن ذكر أهمها كما يلي (بوغازي، 2017، صفحة 69):

- الوكالات السياحية والأسفار: تعتمد السياحة في هذه المناطق على نشاط الوكالات السياحية المنتشرة في هذه الولايات، إلى جانب وجود الديوان الوطني الجزائري للسياحة عبر جميع الولايات.
- هياكل الإقامة: تعتمد السياحة الصحراوية على المخيمات وخاصة التخيم في العراء، هذا لا يمنع وجود فنادق داخل المدن لكنها

- تعتبر قليلة بالمقارنة مع عدد السواح الوافدين إلى هذه المناطق، وتبقى هياكل الإيواء ضعيفة لا تلب الطلب السياحي في الوقت الحالي ومستقبلا، خاصة في كل من إليزي وجانت وغرداية وتمنراست التي تشهد انتعاش سياحي.
- النقل والاتصال: تعتمد معظم هذه الولايات على النقل الجوي في استقبال السواح الأجانب لأن السواح لا يقبلون المغامرة برا لمسافات طويلة، لكن العملية تشهد عجزا كبيرا لذلك تم فتح المجال أمام الوكالات الأجنبية لنقل السواح.

4. واقع استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية السياحة الصحراوية.

1.4. السياحة وتكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر: إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد اخترقت العديد من المجالات في المؤسسات والهيئات الجزائرية ومنها السياحة، حيث أنه في السنوات الأخيرة أصبح جل التحويلات المالية ذات الصلة بالسياحة تتم عبر الأنترنت (ministère de l'artisanat, 2016, pp. 24-25).

1.1.4. تفعيل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في السياحة الجزائرية : إن التفاعل بين الخبراء في المجالين السياحي والاعلامي في الجزائر، يعلمون أن تنمية السياحة الجزائرية هو من أهداف التنمية الاقتصادية ككل، وكون أن تطوير السياحة يمر عبر إدخال هذه الأدوات على النشاطات السياحية، حيث يتم بيع المنتج السياحي وتسويق وترويج السياحة عبر الأنترنت، مما يزيد في حدة المنافسة بين الفاعلين في النشاط السياحي لمحاولة اكتساب آخر التكنولوجيات والتطبيقات خاصة بين المرشدين السياحيين والوكالات السياحية والهياكل مثل الفنادق ووسائل الإيواء الأخرى والوجهات، مما سهل هذا التفاعل تطور التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال تطور وسائل الدفع الالكتروني من بطاقات الكترونية ووسائل التحويلات المالية عبر البنوك والمؤسسات المالية.

2.1.4. انعكاس تطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال على تنمية السياحة في الجزائر:

دخلت الجزائر في السنوات الأخيرة في مرحلة متسارعة من خلال مواكبة التطور الهائل في مجال التكنولوجيا على المستوى العالمي وانعكاساته على الجزائر، وخاصة في السنتين الأخيرتين مع تطور نظام الجيل الثالث 3 G على الأجهزة الذكية وبعده ولوج نظام الجيل الرابع 4G وتغطيته تدريجيا للتراب الوطني، حيث أن هذه التطبيقات تدخل على السياحة لعطفا اتصالا أكثر وترويج للمنتجات، حيث أن أغلب المناطق في الجزائر ذهبت إلى أبعد من ذلك من خلال التحويل المالي والمعاملات للعملاء.

- سياسة الوزارة الوصية بالسياحة لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال: إن استخدام ال TIC يسمح بتطوير الأنظمة المعلوماتية ذات العلاقة بالمخططات الوطنية والجهوية لتهيئة المحيط ، لتعيين التجهيزات الكبرى وهيكلية المدن الجديدة بمقاييس ، وكذا المساعدة على الترويج والترقية للاستثمار في السياحة، كذلك تساعد الأنظمة المعلوماتية في الحفاظ على البيئة والقضاء على التلوث والتدهور البيئي، حيث أن هذا الاستخدام يمر عبر عدة تطبيقات أهمها:

- البيئة الإلكترونية: يوضع على الخط كافة المعلومات ذات الصلة بمراقبة ومتابعة البيئة خلال مخبر تحليل ومراقبة الدراسة، تنمية الاقتصاد البيئي وكذا معلومات عن توجيهات وأفكار وكظا حركة المواطنين ، وخبراء الصحة والبيئة الفاعلين الاقتصاديين.

- السياحة الإلكترونية : يوضع على الخط مواقع الكترونية متعلقة بالنشاط السياحي، الفنادق، المطاعم ، المتاحف، المعالم وفضاءات الترفيه المتواجدة عبر الوطن، هذه المواقع والتي تستدعي السياح الجزائريين والأجانب لاكتشاف زيارة مختلف مناطق البلاد وثرواتها ، والتي ستجذب كذلك المستثمرين الخواص لابتكار مشاريع جديدة ضمن هذه المناطق،

حيث في سنة 2013 تم اطلاق موقع e- Algérie والذي هو متخصص في تزويد المهتمين بالمعلومات المناخية والتسويق السياحي..... الخ.

2.4. واقع استخدامات السياحة الالكترونية الجزائرية لتنمية السياحة الصحراوية :

1.2.4. غياب البيع عبر الخط يكبح السياحة الإلكترونية في الجزائر: إن بيع المنتجات والخدمات السياحية هي تجارة لاتزال بطيئة في الجزائر، حيث أن قلة المواقع السياحية المتخصصة في هذا المجال ينعكس على ذلك وحتى وإن وجدت مواقع لدى بعض الوكالات السياحية أو الفاعلين في النشاط السياحي ، فانها لم تهتم كثيرا بتسويق وروج منتجاتها فهي فقط تعرض مواعيد لرحلات ووجهات وخدمات أخرى، والسبب فب ذلك يعد إلى بطء عملية التجارة الالكترونية والتعامل الرقمي في الجزائر.

كما أن غياب المنافسة بين الفاعلين في السياحة لا يؤدي إلى البحث عن التميز واكتشاف أساليب جديدة، وابتكار طرق للتواصل مع العملاء، كما أن لدرجة الوعي بدور وأهمية هاته التكنولوجيا في تطوير منتجاتهم يلقى بظله على عدم التنافس على امتلاكها.

2.2.4. تمثيل خجول للوكالات السياحية على الخط : لا يوجد في الجزائر لحد الآن احصائيات عن الوكالات السياحية والتي تستخدم تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة وخاصة شبكة الانترنت ، إن عدد الوكالات في نهاية سنة 2016 قد بلغ 2041 وكالة من الصنفين " أ" و "ب" ، حيث أن هذه الوكالات لاتزال بعيدة عن المنافسة الحديثة من منظور المنظمة العالمية للسياحة سواء عالميا أو مغاربيا، حيث أنها من خلال المواقع القليلة الموجودة لبعض الوكالات التي تعرض فقط خدماتها ووجهاتها المقترحة، وقد يتجاوز ذلك طرح عملية الحجز للرحلات والفنادق الموجودة في المنطقة ، في حين تغيب التطبيقات الحديثة في مواقعها .

وقد قامت وزارة السياحة بمبادرة في نهاية سنة 2010 باقتراح على الوكالات السياحية القيام بشراكات عالمية مع هيئات ومؤسسات متطورة في هذا المجال ، إلا أن هذه الوكالات لم تتجاوب خوفا من بعض التكاليف لتحسين موقعها.

3.2.4. عدم مواكبة الفاعلين في السياحة للتطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال : في سنة 2008

قام بعض المصممين الخواص بفتح موقع : Voyage algerie.com الهدف منه تسهيل المهمة للوكالات التي لا تملك موقع خاص أو لها موقع ولا تستخدم تطبيقات هامة ، وذلك مقابل تكاليف أقل ، غير أن الاقبال كان محتشما رغم الترويج الذي تم من قبل الوزارة لتدعمه أمام الفاعلين في السياحة، في حين أن البعض منهم يدعي عدم ثقته في الأنترنت لترويج خدماته ومنتجاته كون أن وزبائنه مضمونين وكذا محدودية نشاطاته وخوفا من تكاليف وضرائب إضافية.

وأهم الخدمات التي طرحت أمام الوكالات السياحية هي توفير التذاكر عبر الخط، قائمة الوكالات المنافسة، قاعدة بيانات لوكالات الحج والعمرة، الحجز عبر الخط للفنادق غير المصنفة.

5. مجهودات الجزائر في استخدام الأدوات الالكترونية لتسويق المنتجات السياحية الصحراوية

1.5. منح مركز جديد للمعلومات الإلكترونية لفائدة الوكالة الوطنية للصناعات التقليدية : بتاريخ 2009/09/28 تم افتتاح مركز الاعلام والتوثيق الالكتروني والمتعلق بالصناعة التقليدية والحرف ، وذلك بمقر الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية بسيدي فرج ، وهو يتكون من قاعدة بيانات ومساحة مخصصة للفكر والمعرفة وذلك تحت تصرف الحرفيين ، الباحثين ، الفاعلين السياحيين والاقتصاديين وكل المعنيين بالصناعة التقليدية ، وذلك لاحتوائه على تنوع محتويات حول القطاع (ministère de l'artisanat, 2016, p. 34).

2.5. تطوير الوجهات السياحية عن طريق السياحة الالكترونية : رغم التباطؤ الذي عرفته السياحة الالكترونية في السنوات الاخيرة ، إلا أنه في السنتين 2016-2017 قد عرفت بعض التصحيح من قبل الفاعلين في النشاط السياحي من خلال التنافس على اكتساب آخر وسائل التكنولوجيا الحديثة وادخالها على تسويق وبيع منتجاتها ، والبداية كانت من خلال تطوير المواقع السياحية بإدخال الأساليب العالمية المتطورة التي تعطي أكثر ترويجا لوجهاتها السياحية وريح أكثر عدد من ولاء العملاء نحو وكالاتهم وجهاتهم السياحية (ministère de l'artisanat, 2016, p. 35).

3.5. المواقع الإلكترونية لتنمية السياحة الصحراوية في الجزائر: إن المواقع الإلكترونية بأنواعها تعتبر كعامل أساسي لإعطاء الصورة الحقيقية للسياحة الجزائرية وتدعيم وجهة الجزائر، رغم أن الضعف الذي يخيم عليها في الجزائر بغياب محركات بحث فعلية بالإضافة إلى فقر المحتوى وغياب التطبيقات الحديثة وغياب مراجع فعلية بانعدام اشطرة الفيديو التعريفية بالجهات السياحية الصحراوية ، فالصور غير كافية، كذلك المواقع الإلكترونية ووسائل التوعية والوعي سواء تجاه السياح أو المواطنين ، وبالتالي غياب التنوع والجاذبية للوجهة السياحية ن فمثلا مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا مهما في التوجيه وتحسين الصورة للجهات الصحراوية بالإضافة إلى نشر الوعي بين المواطنين سوء مقيمين أو سياح (ministère de l'artisanat, 2016, p. 35) .

4.5. تطبيقات الهواتف النقالة المبتكرة في الجزائر: بالرغم من عدم وجود تطبيقات كثيرة بان هناك محاولات محتشمة نسرد أهمها في التطبيقات التالية:

أ- تطبيق "Algeria" : وهو أول تطبيق في الجزائر يستخدم نظام IOS وهو نظام تشغيل ابتكرته شركة أبل أي فون عام 2007 للهواتف النقالة واللوحات الرقمية، بحث يحوي على اغلب المعلومات حول الجزائر ضمن المحاور التالية:

- معلومات حول السياحة الجزائرية وخاصة السياحة الصحراوية.
- مواقع الجذب السياحي في الجزائر مثل منطقة الهقار والطاسيلي.
- المواقع المعتمدة على الخرائط .
- الترجمة الفورية للعربية مع اللغات العالمية للسياح الأجانب .
- ب- تطبيق Trip adviso : وهو موقع عالمي أدخلت عليه لمسة جزائرية، حيث يستخدم تطبيقات متخصصة في السياحة خاصة الصحراوية من حيث الإيواء السياحي، النشاطات والتظاهرات الثقافية التراثية المجودة بالجنوب الجزائري مثل المهرجان السياحة الصحراوية بالجزائر.

ج- تطبيق Algeria guide: وهو يتضمن تطبيقات خاصة للسياح الأجانب القادمين للجزائر وتتضمن:

- معلومات قبل السفر فيما يخص الوثائق والسفارات الجزائرية بالخارج .
- معلومات حول العملة الجزائرية ومقارنتها بالعملات الأجنبية وكيفية التحويل داخل الجزائر، والبطاقات التي يمكن استخدامها للدفع الالكتروني ومعلومات تسويقية حول المنتجات الجزائرية.
- معلومات عن المناخ بالجزائر وأفضل المواسم في كل منطقة من الجزائر.

- معلومات عن الايواء الفندقية، ايجار المنازل والتخيم... الخ الموجودة بالجزائر.
- وسائل النقل عن الاقلاع ومواعيد الرحلات الداخلية، الانترنت وخدمات البريد والبنك.

II- الخلاصة:

تحتل السياحة الصحراوية مكانة هامة في اقتصاديات السياحة نظرا لما تدره من ايرادات تسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية، والجزائر على غرار باقي دول العالم تفتنت للسياحة الصحراوية من مزايا جمّة، حيث أصبحت تشكل أولوية للاقتصاد الجزائري وخاصة في ظل التحديات التي تواجهها. ومن أجل تطوير السياحة والسياسة الصحراوية خاصة وفق مبادئ الاستدامة كان لزاما عليها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، والتي تمثلها أنظمة الاعلام الآلي ، والتي تطبق فقط في بعض الفنادق والوكالات والمؤسسات السياحية الجزائرية خاصة التي لها فروعاً لسلاسل عالمية. ومن خلال دراسة واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الترويج للسياحة الصحراوية تم التوصل للنتائج التالية:

- أنه بالرغم مما تزخر به الجزائر من موارد سياحية معتبرة ، وأهمها موارد السياحة الصحراوية إلا أنها لا تزال تعاني من ضعف الصناعة السياحية عموماً وضعف الاقبال على السياحة الصحراوية خصوصاً.
- أن هناك محاولات ومجهودات مبذولة لتطوير السياحة الصحراوية في الجزائر، ويندرج ذلك ضمن استراتيجية الأقطاب السياحية لتنمية السياحة بالجنوب الجزائري، والتي حددها المخطط التوجيهي لهيئة السياحة آفاق 2025.
- يعد استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات من أهم و الوسائل للترويج السياحي ونشر الثقافة السياحية في الجنوب الجزائري ، وخاصة انشاء مواقع الكترونية تساعد على التعريف بالسياحة الصحراوية وكذا التسهيل للسائح لمعرفة المناطق السياحية وكذا التعرف على مختلف الخدمات المتاحة.
- رغم المجهودات التي تبذلها الحكومة الجزائرية في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال انشاء مواقع وبرامج الكترونية للترويج للسياحة خاصة في الجنوب الجزائري إلا أنها تبقى غير كافية للنهوض بهذا القطاع.
- وعلى ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج يمكن الخروج بالتوصيات التالية:
- ضرورة إعداد برنامج معلوماتي خاص يكون على مستوى كل المشاريع السياحية أو الادارات التي لها علاقة بقطاع السياحة للتعرف رغبات وآراء السائح.
- استخدام التكنولوجيا المتطورة سواء بالنسبة للمنتجات والخدمات السياحية أو بالنسبة للخدمات المساعدة كالنقل والاتصال.
- تكوين هيئات متخصصة في مجال البحث والتطوير والابتكار والاستعانة بمختصين للتغلب على طابع العشوائية، والذي قد يفتقد مجموعة من المعلومات المفيدة في تحسين عجلة النمو في القطاع.

- وضع اطار قانوني وتشريعي واضح ودقيق يكون نابعا عن متطلبات تنشيط السياحة بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة، من أجل التسيير المحكم للمؤسسات والوكالات السياحية الذي يتماشى مع التكنولوجيا والأشكال المستجدة التي تفرضها السياحة الإلكترونية وسياحة النقال، كخلق الشركات السياحية ووضع القواعد والمواقع ، وتسهيل المعاملات الإلكترونية ، دون الاغفال عن سن القوانين والتشريعات المتعلقة بتنظيم عمل المرشدين وفق ما تتطلبه استراتيجية تطوير السياحة الصحراوية خاصة باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة.

- الإحالات والمراجع :

1. القانون رقم 01-03 المؤرخ في 17/02/2013 بتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة. (2003). الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، 11، 05.
2. البكري، ف. ع. (2007). التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات. (1 ed.) القاهرة ، مصر :عالم الكتب للنشر والتوزيع.
3. الزغيبي علي فلاح. (2013). التسويق السياحي والفندقي. (الإصدار 1). عمان، الأردن.: دار الميسرة.
4. بختي ابراهيم، شعوبي محمد فوزي. (2010). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة ، مجلة الباحث، 07 ، صفحة 280.
5. بشير كاجوجة. (2012). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية – دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف بورقلة. مذكرة ماجستير، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، جامعة ورقلة-الجزائر.
6. حامد نور الدين وسامي فطيمة. (2012). السياحة الصحراوية المستدامة بالدول العربية دراسة حالة: الجزائر- تونس – المغرب. ورقة بحثية مقدمة إلى أشغال الملتقى الدولي الثاني بعنوان: " السياحة الصحراوية ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية (صفحة 04). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. بسكرة، الجزائر:
7. د. رشا أحمد علي. (2005). السياحة الإلكترونية حلم دبي القادم، (الإصدار 1). مصر: منشورات جامعة المنصورة.
8. علي نخلة. (2002). الخدمات الإلكترونية والتحول الحاصل في تكنولوجيا المعلومات. (صفحة 03). بيروت، لبنان : قصر المؤتمرات ، الاونيسكو.
9. عمر حوتية. (2016). استراتيجية تنمية السياحة البيئية في الجزائر: السياحة الصحراوية نموذجا. لسياحة الصحراوية نموذجا. ورقة بحثية مقدمة إلى أشغال الملتقى الدولي بعنوان " الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول (صفحة 06). جيجل: جامعة محمد الصديق بن يحي.
10. لمن تغليسة واسماعيل بوغازي. (2017). التنمية السياحية الصحراوية في الجزائر بين الواقع ، التحديات والآفاق. المجلة الأورو متوسطية لاقتصاديات السياحة الفندقية ، 01، الصفحات 66-69.
11. محي محمد مسعي. (1999). ظاهرة العولمة الأوهام والحقائق (الإصدار 1). مصر: مطبعة ومكتبة الشعاع.
12. نوري منير. (2012). " أهمية الاتصالات التسويقية في تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر " ، ورقة بحثية مقدمة إلى أشغال الملتقى الدولي الثاني بعنوان: " السياحة الصحراوية ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، (صفحة 15). بسكرة، الجزائر.
13. ministère de l'artisanat. (2016, mars). Developpement de la destination Algeriem le e-tourisme comme solution dans la commercialisation des produits. *tourisme magazine- revue mensuelle du tourime et de l'hotellerie éditée par interexp- tourisme l'artisanat un paartenaire sur*.(66), 34.

APA: كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب

قوشيش أمينة (2022). واقع استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في الترويج للسياحة الصحراوية. مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية المجلد 04(العدد 01) : المركز الجامعي الشريف بوشوشة أفلو، الجزائر. ص.ص 163-174