

السياحة الدينية كخيار لتنويع القطاع السياحي في الجزائر

Religious Tourism as an choice to diversify the Tourism Sector in Algeria

بشطة بلال¹ ، بورمانه عبد القادر²

¹ جامعة لونيبي علي البلدية 2 (الجزائر)، billeldoc2017@gmail.com

² جامعة لونيبي علي البلدية 2 (الجزائر)، brmnaekd@yahoo.fr

تاريخ الإرسال: 2020/02/11؛ تاريخ القبول: 2020/05/17؛ تاريخ النشر: 2020/05/28

ملخص: تعد السياحة الدينية بديل هام لإنعاش القطاع السياحي خاصة في الدول الإسلامية، ونتيجة لتضايف عدد السياح والقاصدين وضعف مستوى الخدمات المقدمة لهم، بحثنا في جوانب زيادة عرض الخدمات السياحية الدينية في ظل زيادة الطلب عليها.

وتهدف الدراسة إلى اعتماد التطوير والاستثمار السياحي في مجال السياحة الدينية كأحد معايير المناظرة والتنوع مع السياحة العادية، والوصول إلى جملة من المقترحات الفعالة لرشد السياحة عموما من خلال إجراء مسح شامل لكافة مقومات وموارد الجذب السياحي الديني، وكذلك الاستراتيجية الوطنية المنتهجة لتنمية هذا القطاع بما يحافظ على المنظور السياحي في الجزائر، ومحاولة التوسع في مجالات السياحة الأخرى.

وخلصت الدراسة إلى وجود عدم اهتمام بالسياحة الدينية في الجزائر، وتغييبها في مشاريع الاستراتيجية الوطنية لتطوير القطاع، مقارنة بالإمكانيات التي تتوفر عليها، والتدفقات والعائدات المتاحة مقارنة بدول أخرى.

الكلمات المفتاحية: سياحة، استراتيجية، سياحة دينية، جذب ديني، الجزائر.

رموز تصنيف jel: L83 ; Z12

Abstract: Religious tourism is an important alternative to revitalizing the tourism sector, especially in Islamic countries. As a result of the multiplying number of tourists and destinations and the weak level of services provided to them, we discussed aspects of increasing the supply of religious tourism services in light of the increased demand for them.

The study aims to adopt tourism development and investment in the field of religious tourism as one of the criteria for debate and diversity with regular tourism, and to reach a set of effective proposals to

provide tourism in general through conducting a comprehensive survey of all the components and resources of religious tourist attraction, as well as the national strategy adopted to develop this sector so as to maintain The tourism perspective in Algeria, and the attempt to expand into other tourism fields.

The study concluded that there is a lack of interest in religious tourism in Algeria, and its absence in the projects of the national strategy for developing the sector, compared to the possibilities that are available to it, and the available flows and revenues compared to other countries.

Keywords: Tourism, The Strategy, Religious Tourism, Religious attraction, Algeria.

Jel Classification Codes: L83 ; Z12

تمهيد:

حققت السياحة الدولية نمواً متسارعاً اعتباراً من عقود الستينات إلى غاية اليوم، واستطاعت بعض الدول النامية أن تستفيد بشكل متزايد من النمو السياحي العالمي، وتوقعت منظمة السياحة العالمية أن يصل عدد السياح في العالم إلى ما يقرب من 1,6 مليار بحلول عام 2020، كما توقعت أن تسجل مناطق آسيا والمحيط الهادئ والشرق الأوسط وإفريقيا معدلات نمو تزيد على 5 ٪ سنوياً، مقارنة بالمتوسط العالمي البالغ 4.1 ٪. (عبود، 2010، صفحة 6)

فلقد أضحت السياحة صناعة متكاملة ومتعددة، تتفاعل مع قطاعات الاقتصاد الأخرى (ما يقرب من 145 نشاط)، وبالتالي تعتبر قطاعاً هاماً ومساهماً في التنمية المستدامة. وعلى الرغم من التقلبات السائدة في الاقتصاد العالمي والأحداث التي تزعزع الاستقرار، إلا أن السياحة أظهرت مرونة إيجابية في مواجهة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية.

ولقد برزت السياحة الدينية في الآونة الأخيرة نمطاً اقتصادياً ذا جدوى مؤثر في ميزانيات الدول والمجتمعات، فأصبحت جدية بالاهتمام الرسمي والمجتمعي إلى الدرجة التي لم يعد يخلو فيها بلد ما من معلم ديني يعزز المنظومة السياحية العامة، ويساعد في دعم الاقتصاد القومي، وهو ما يدعو تحرير السياحة الدينية من قيودها المتسببة في تعطيل مشاركتها المباشرة وغير المباشرة في إنعاش الاقتصادات التي تتوفر على ميزة تنافسية في هذا المجال.

إن من شأن الاهتمام بهذا النوع من السياحة في الجزائر بالإضافة إلى مردوديته الاقتصادية، يهدف إلى المحافظة عليها ويزيد من قيمة الموروث اللامادي للأمة، والمساهمة في بناء جسور التفاهم والتشاقف بين الشعوب وفهم الآخر، من أجل ذلك عمدت كثير من الدول إلى جمع وتصنيف مخزونها الحضاري والثقافي والديني، المهدد بالاندثار أكثر من غيره، وعملت على تدريسه للأجيال، باعتباره مكونا أساسيا من مكونات الهوية الوطنية والحضارية للأمة. وعلى هذا قمنا بطرح الإشكالية التالية:

ما هي مقومات السياحة الدينية، وماهي مكانتها في مبادرات تطوير

القطاع السياحي في الجزائر؟

وجاءت فرضيات الدراسة على النحو التالي:

- السياحة الدينية لها دور مهم في تحقيق التنمية؛
- تتمتع الجزائر بمقومات سياحية دينية هامة تمكنها من تحقيق الجذب السياحي؛
- عدم الاهتمام بالسياحة الدينية في استراتيجية القطاع السياحي في الجزائر؛

أهمية وأهداف الدراسة: تعد السياحة الدينية عنصرا هاما في الخريطة الاقتصادية

السياحية، لما لها من مردود اقتصادي ساهم في نمو الدخل الوطني للدول، وذلك من خلال تدفق العملات الأجنبية وجلب الاستثمارات المحلية والأجنبية. كما تهدف الدراسة بشكل عام إلى محاولة إبراز المكانة الكبيرة للسياحة الدينية داخل قطاع السياحة خصوصا والقطاع الاقتصادي عموما، واعتبارها كبديل للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال المداخل التي تدرها والاستثمارات الأجنبية والمحلية التي تجلبها، إضافة إلى التعرف على مقومات ومؤهلات الجزائر، والتي من الممكن أن تجعلها منطقة جذب سياحي ديني بامتياز على المستوى الإقليمي والعالمي.

وعلى أساس ذلك حاولنا تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور هي:

- **المحور الأول:** السياحة العالمية وموقع الجزائر منها؛
- **المحور الثاني:** مبادرات تطوير القطاع السياحي في الجزائر؛
- **المحور الثالث:** أهمية الجذب السياحي الديني في الجزائر.

واعتمدنا المنهج الوصفي لتناول هذه الدراسة، مع تحليل بعض البيانات والإحصائيات، للوصول إلى النتائج المرجوة من الدراسة.

I- السياحة العالمية وموقع الجزائر منها:

شهد النشاط السياحي الدولي نموا كبيرا ومتواصلا سواء من حيث عدد السياح أو العائدات السياحة، كما شهدت أسواق السياحة العالمية تحولات في توجهات السياحة العالمية، من خلال الزيادة الملحوظة في الحصة النسبية للبلدان النامية.

1.I- مفاهيم ومؤشرات مرتبطة بالسياحة:

1.1.I- المفاهيم:

-**السياحة:** عرفت منظمة السياحة العالمية -WTO- السياحة على أنها كل ما يقوم به الفرد من فعاليات عند تنقله أو بقاءه في مكان خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تزيد على سنة للمتعة أو للعمل أو لأغراض أخرى". (محمد رضا القزويني، 2017، صفحة 15)

-**المنتج السياحي:** يُعرف كوتلر المنتج على أنه: "أي شيء يمكن عرضه في السوق لجذب الانتباه والتملك والاستخدام أو الاستهلاك"، ويُعدّ عنصر المنتجات من أهم عناصر المزيج التسويقي، فهو الأداة التي تعتمد عليها المنظمة في إشباع رغبات العملاء وفي تحقيق أهدافها، والمنتج هنا لا يشمل فقط السلع المادية الملموسة وإنما يشمل كذلك الخدمات، الأفكار، المنظمات، الأماكن والأشخاص. (قطاف فيروز و قطاف عقبة، 2017، صفحة 492)

-**الطلب السياحي:** هو العدد الإجمالي من السائحين سواء كانوا مواطنين في البلد أم الوافدين من البلدان الأخرى لأماكن القصد السياحي الذين يستفيدون من الخدمات والتسهيلات لأغراض سياحية متنوعة ومن خلال التعريف يتضح أنه يشتمل على عنصرين هما: الطلب السياحي الداخلي (المحلي) والطلب السياحي الخارجي (العالمي). (سعد إبراهيم حمد، 2008، صفحة 44)

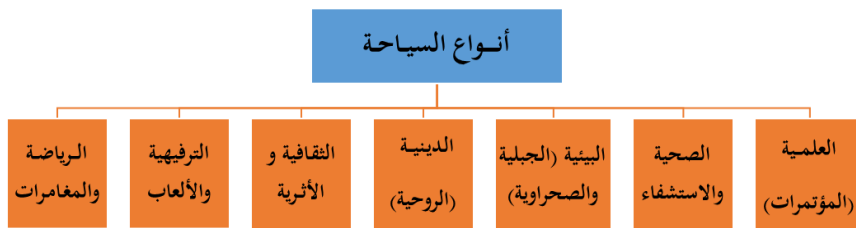
-**الجذب السياحي:** ويشمل جميع المقومات والمعطيات الطبيعية والحضارية والتاريخية

والثقافية والفنية لبلد الزيارة السياحية، وكذلك خدمات البنية التحتية وهيكلها، وخدمات البنية السياحية الأساسية في ذلك البلد. (إلياس عياشي، 2014، صفحة 23)

-أنواع السياحة: تختلف أنواعها بحسب المعايير المتبعة في تصنيفها:

فبحسب معيار الجغرافيا تصنف السياحة إلى: سياحة داخلية وخارجية وإقليمية، أما حسب معيار الغرض فتصنف السياحة إلى مجموعة من الأنواع مبينة في الشكل التالي:

شكل 1: يوضح أنواع السياحة حسب الغرض



المصدر: فادي عبود، نحو صناعة سياحية متطورة، وزارة السياحة اللبنانية، 2010، ص 11

2.1.I- مؤشرات حول السياحة العالمية:

سنركز على مؤشرات الخاصة بالسياح الوافدين، العائدات، ومعدلات النمو للقطاع.

1.2.1- الأقاليم السياحية في العالم:

لقد قسمت المنظمة العالمية للسياحة WTO العالم إلى ستة (06) أقاليم وهي: أوروبا-الأمريكيتين-إفريقيا-الشرق الأوسط-جنوب آسيا-شرق آسيا والهادي، وحسب المنظمة فإن الأقاليم الأكثر استقبالا للسياح في العالم هما: أوروبا والأمريكيتان قد استقطبتا معا 66.9% من إجمالي عدد السياح الوافدين في العالم في عام 2016، (موسى كولاكليكايا، 2017، صفحة 3)، بينما كان نصيب إفريقيا والشرق الأوسط 3,14% من إجمالي عدد السياح. وقد حققت السياحة معدلات نمو سنوية من حيث التدفقات وهي مبينة في الجدول التالي:

جدول رقم 01- جدول يبين معدلات نمو التدفقات السياحية العالمية.

المراحل الزمنية	معدلات النمو المتوسطة السنوية العالمية للتدفقات السياحية
1970-1950	9,9 %
1980-1970	5,7 %
1990-1980	4,7 %
1995-1990	3,2 %

3,4%	1995-2000
4,2%	2000-2010
4,5%	2010-2025

المصدر: بن حسان حكيم، 2013، ص14

فبالرغم من تناقص معدلات النمو خلال فترات معينة إلا أنها عاودت الارتفاع كما أن عدد السياح الدوليين انتقل من 72,2 مليون سائح سنة 1960 إلى 285 مليون سائح سنة 2005 ووفقا لمنظمة السياحة العالمية من المحتمل بلوغ سقف 1,6 مليار سائح بحلول 2020 وهذا نتيجة ارتفاع عدد سكان العالم والتطور المتزايد الذي شهده العالم، وكذا تطور وتنوع وسائل النقل. (بن حسان حكيم، 2013، صفحة 14)

جدول2: يبين نسبة الوافدين والعائدات السياحية إلى الإجمالي لسنة 2016

الإقليم	نسبة السياح الوافدون إلى الإجمالي	نسبة العائدات إلى الإجمالي
الأمريكتين	16,7	25,7
أوروبا	50,2	36,7
آسيا والمحيط الهادي	25,7	30,1
إفريقيا	4,5	2,9
الشرق الأوسط	4,5	4,7

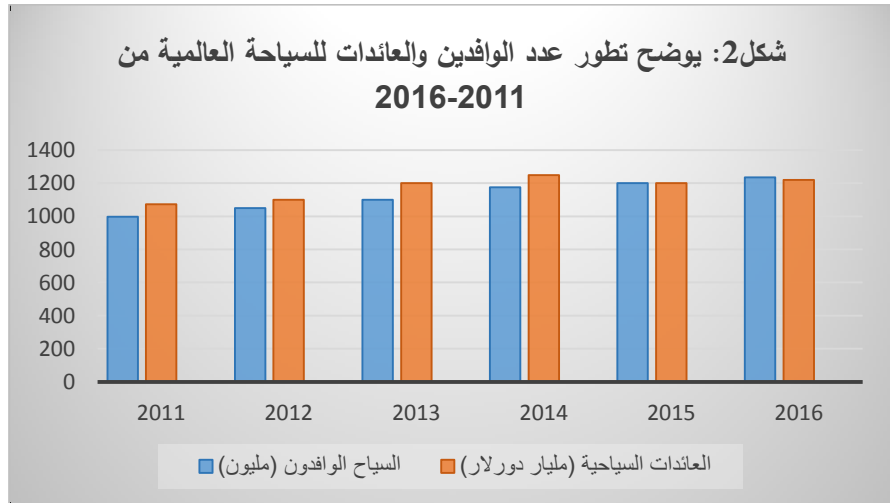
المصدر: موسى كولكليكايا، 2017، ص8

بما أن السياحة الدولية تتميز بنزعة السياح المتزايدة اتجاه زيارة وجهات جديدة، إلى جانب تنوع المنتجات السياحية، فضلا عن زيادة المنافسة في الأسواق السياحية الدولية، فإن عددا مهما من الوجهات الجديدة في نمو مطرد وبوتيرة أسرع في العديد من البلدان النامية التي تقع في منطقة آسيا والمحيط الهادئ بالخصوص. وهو ما يفسر الارتفاع في حصتها من السياحة العالمية. ويعتبر عدم الاستقرار الاقتصادي القائم في العديد من دول أوروبا من بين الأسباب الرئيسية وراء هذا الانخفاض في عدد الوافدين، ومن وجه آخر لم تحظ منطقة أفريقيا إلا بحصة ضئيلة من السياح الدوليين الوافدين عليها ومن عائدات السياحة العالمية في سنة 2016، مقارنة ب 2011 أين بلغت 5,2% و 3,1% على التوالي. كما لم تتمكن منطقة الشرق الأوسط من

تحقيق تحسن في أدائها السياحي بسبب الصراعات السياسية الجارية، بالرغم من تسجيل زيادة في عدد الوافدين من السياح الدوليين على المنطقة سنة 2016 بـ 3,3 مليون مقارنة بـ 2011.

2.I- الطلب السياحي العالمي:

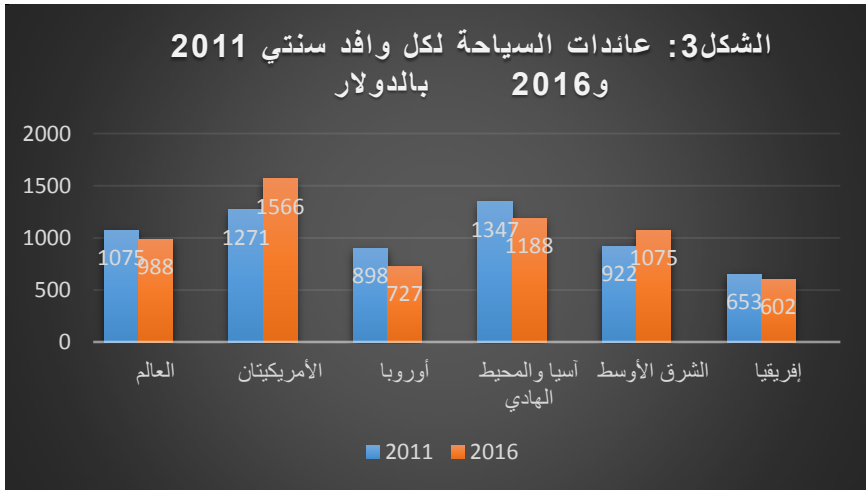
1.2.I- الوافدين والعائدات السياحية: ارتفع عدد الوافدين من السياح الدوليين على الصعيد العالمي من 998 مليون المسجل في عام 2011 إلى 1235 مليون في 2016، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 4,4 %. كما ارتفعت في الفترة نفسها عائدات السياحة الدولية من 1073 إلى 1220 مليار دولار، بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 2.6 %. ومن حيث التوزيع الإقليمي في جميع أنحاء العالم، اعتبرت كل من أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ والأمريكتان كأكثر ثلاث مناطق استقطابا للسياح خلال عام 2011، فقد استقطبت ما يقرب من 519.9 و 221.6 و 155.7 مليون سائح على التوالي، أي ما يعادل 54.4 % و 23.2 % و 16.3 % من سوق السياحة العالمية في 2011 . (موسى كوليكليكا، 2017، صفحة 7)



المصدر: السياحة الدولية في الدول الأعضاء لمنظمة التعاون الخليجي، 2017، ص 9

يمكن أن تكون التباينات القائمة بين التغير في عدد الوافدين من السياح الدوليين، والتغير في عائدات السياحة الدولية، راجعة إلى الاختلافات في أسعار الصرف واستراتيجيات السياحة المنفذة (توليد السياحة).

ومن المعروف أيضا أنه في الأوقات الاقتصادية الصعبة، عادة ما لا يتوقف السياح الدوليون الوافدون عن السفر، ولكن يلجأون لتخفيض التكاليف، وفي الفترات التي يكون فيها الاقتصاد منتعشا، غالبا ما ينزعون إلى الإنفاق بشكل أكثر خلال فترات إجازاتهم والبقاء لفترة أطول في وجهاتهم. وفي هذا السياق، قد تختلف معدلات نمو عائدات السياحة وأعداد السياح الوافدين بشكل ملفت بسبب العوامل المذكورة.



المصدر: السياحة الدولية في الدول الأعضاء لمنظمة التعاون الخليجي، 2017، ص9

ترجع هذه التباينات في حجم نمو عدد السياح الوافدين وعائدات السياحة بالأساس إلى:

- التنوع على مستوى عائدات السياحة الدولية لكل سائح وافد بتنوع الخصائص السياحية لكل منطقة، سواء من حيث طول مدة إقامة والغرض من الزيارة وبعد المسافة الجغرافية وغيرها ...
- تؤثر تقلبات أسعار الصرف على قيمة عائدات السياحة التي يتحكم الدولار في قياسها، حيث تشير هذه النتائج إلى أنه لا يتعين على الدول التركيز فقط على زيادة أعداد السياح، وإنما وضع سياسات فعالة لتكون بمثابة قيمة مضافة للمنتجات والخدمات التي يستفيد منها الزوار الدوليون (موسى كولاكليا، 2017، صفحة 14).

2.2.I-أسباب زيادة الطلب السياحي: إن للسياحة بوجه عام رسالتين، الأولى

ثقافية واجتماعية نابعة من الاحتكاك بالشعوب وتفهم العادات والتقاليد، والثانية تتمثل في إغناء

الاقتصاد الوطني، حيث أتحا صناعة ولها دور بارز في ميزان المدفوعات يمكن أن يكون حاسما في الدول النامية خاصة. إن فرص النمو والتطور السياحي متوفرة للأسباب التالية:

- زيادة عدد سكان العالم، مع ارتفاع المستوى الاجتماعي والثقافي وفترات الراحة والرفاه؛
- زيادة الدخول القومية والفردية للدول الرئيسة المصدرة للسياح خاصة؛
- التطور الكبير في وسائل النقل والمواصلات، إضافة إلى زيادة فرص التعليم؛ (سعد إبراهيم حمد، 2008، صفحة 45)؛
- التسويق السياحي للبرامج: أحد العوامل المساعدة والمؤثرة في عملية الجذب السياحي. (قطاف فيروز و قطاف عقبة، 2017، صفحة 506)

لقد أولت الدول النامية هذا القطاع بأنواعه السياحية، ومنها السياحة الدينية، عناية خاصة في مجال الاستثمار وتوفير المستلزمات من أماكن الإيواء ووسائل النقل والخدمات التي تقدم إلى السائح، فإنه يمكن أن يؤدي دوره المهم والبارز في النمو الاقتصادي.

II - مبادرات تطوير القطاع السياحي في الجزائر:

سعى منها لإيجاد البدائل الممكنة للمحروقات وتنويع الاقتصاد، سعت الجزائر إلى الاعتماد على القطاع السياحي، إلى جانب قطاعات أخرى، كأحد الرهانات لتحقيق هدفها نظرا لما تزخر به من إمكانيات هائلة في هذا المجال.

1.II- جهود تنشيط القطاع السياحي:

وضعت وزارة السياحة مخططات للنهوض بالتنمية السياحية في الجزائر، نذكر منها:

1.1.II-المخطط التوجيهي للتنمية السياحية: (SDAT 2030): يعتبر

المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030، مرجعاً لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية ويعد جزءاً من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2030 (SNAT) فهو يعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل تحقيق توازن ثلاثي يشمل الرقي الاجتماعي والفعالية الاقتصادية والاستدامة البيئية .ولهذا السبب تعطي الدولة توجيهات استراتيجية للتهيئة السياحية في كافة أنحاء الوطن. ووضعت أهدافا لهذا المخطط كما يلي:

شكل4: يوضح أهداف المخطط التوجيهي للتنمية السياحية في الجزائر

أهداف المخطط التوجيهي للقطاع السياحي

- مساهما في الاقتصاد (بديل للمحروقات)
- مشاركاً للقطاعات الأخرى (الفلاحة، النقل، الأشغال)
- لتوفيق بين الترقية السياحة والبيئة
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والديني
- تحسين صورة وسمعة الجزائر

المصدر: إعداد الباحثين

- ويرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات هي :
- تثمين الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبية وتنافس الجزائر؛
 - تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية؛
 - نشر مخطط جودة السياحة لتطوير التميز في العرض السياحي الوطني بإدماج التكوين؛
 - مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص؛
 - مخطط تمويل السياحة. (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2018).

II.1.2-المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الولايات: هو يمثل جانب من

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في آفاق 2030. حيث يشكل خريطة طريق لتسيح الولاية على المدى القريب، المتوسط والبعيد. في 48 ولاية التي تم فيها إطلاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تم إنجاز المخطط في 43 ولاية بينما يظل قيد الدراسة في 05 ولايات.

II.1.3-مخططات التهيئة السياحية (PAT) : عملاً بالمرسوم التنفيذي رقم

07-86 المؤرخ في 11 مارس 2007 المحدد لكيفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، تشمل دراسة المخططات التهيئة السياحية 197 موقع من ضمن 225 موقع لتوسع السياحي، وتتمثل كالتالي:

- 56 مخطط للتهيئة السياحية تمت المصادقة عليه
- 25 مخطط للتهيئة السياحية قيد المصادقة.
- 166 مخطط لتهيئة السياحة قيد الدراسة.

II.1.4- مخطط جودة السياحة الجزائرية (PQT) : يطمح مخطط جودة

السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإرادي للجودة، الحرص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم، وطنيين وأجانب، حيث تم إعدادده مع المهنيين طبقا للمعايير الدولية. يسمح مخطط الجودة بتحديد المسار من أجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية جودة السياحة الجزائرية. ويرتبط مخطط جودة السياحة بالنقاط التالية: تأسيس العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر، تدعيم كفاءات الموارد البشرية، تنظيم الأنشطة السياحية، تحديث البنى التحتية. وتمثلت أهداف مخطط جودة السياحة في:

- دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية، وبلوغ أفضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني؛
- تثمين المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية، مع خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن الوطنيين والأجانب؛
- إفادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة، بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها، ومرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين؛
- ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة، بإدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر"، وتموقع أفضل (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2018).

2-المشاريع السياحية في قطاع السياحة:

كشف عبد الحميد ترغيني مدير التهيئة السياحية على مستوى وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية عن اعتماد ما لا يقل عن 1600 مشروع سياحي عبر القطر الوطني، من بينها حوالي 600 مشروع في طور الإنجاز. واعتبر ترغيني أن السياحة اليوم أصبحت صناعة سياحية، وأضاف إلى أن القطاع قد سطر 05 محاور لتطوير المجال السياحي من بينها الجودة التي تكسني أهمية كبيرة في الخدمات الفندقية. كما أكد أن الوزارة تشجع الاستثمار في المجال السياحي، مشددا على أهمية تجهيز هذه المشاريع من خلال توفير كل الوسائل والخدمات الفندقية المعروضة من خلال التماشي مع المعايير الدولية في المجال السياحي والخدمات الفندقية.

وحسب مدير التهيئة السياحية فإن الجزائر سطرت استراتيجية سياحية آفاق 2030 من أجل بناء وجهة سياحية جزائرية بالمعايير الدولية وتتماشى مع التطور الحاصل في هذا القطاع، كاشفا في ذات السياق عن إبرام الوزارة اتفاقية إطار مع عدد من المستثمرين أصحاب الفنادق للانخراط في هذا المسعى الجوده ومطابقة المعايير العالمية، إذ تفرض هذه الاتفاقية على المستثمر في المجال الفندقية تجهيزه بمعدات مطابقة للمواصفات الدولية ذات نوعية مضمونة مع توفير خدمات في المستوى. كما أشار إلى أنه يشترط على المنضمين للاتفاقية أن يتوفر لديهم معيار ضمان الجودة، لذا فالمستثمرون مطالبون بطرح منتجات وخدمات ذات جودة عالية، ترقى لتطلعات الزبائن وتلبي احتياجاتهم. (Targhini Abdelhamid, 2017)

III- أهمية الجذب السياحي الديني في الجزائر

تعتبر السياحة الدينية في دول العالم التي تمتلك أماكن دينية مقدسة، مصدراً رئيساً للدخل الوطني لتلك الدول، فهي تحرص دوماً على إبراز تلك الآثار الدينية السياحية وتعريف العالم بها.

III.1- محددات السياحة الدينية: تعرف السياحة الدينية على أنها: "التنقل من

دولة إلى أخرى أو الانتقال داخل حدود الدولة الواحدة لزيارة الأماكن المقدسة، أي أنها سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بأعمال خيرية، مثل السفر لأداء مناسك الحج والعمرة." (عبد الهادي شلايل، 2014، صفحة 10).

كما عرفت بأنها السياحة التي تمارس فيها النشاطات والتعاليم الدينية والفقهية وتقتصر هذه السياحة على المناطق ذات الأهمية الدينية والتاريخ الديني القديم التي تجذب السواح من مختلف أنحاء العالم بوصفها مهد الديانات السماوية. وتتم هذه السياحة بالانتقال لزيارة الأماكن ذات التاريخ الديني والتي تعد زيارتها حجاً أو نوعاً من ممارسة التعاليم الدينية. ويتميز هذا النوع من السياحة باستمراره على مدار السنة والتوافد بأعداد غفيرة ولمدة قصيرة، كما تعد العقيدة الدينية من بين أهم العوامل البشرية الهامة المؤثرة في السياحة الدينية. (محمد رضا القزويني، 2017، صفحة 17).

ويعد الوازع الديني والعاطفة الدينية من بين الدوافع للسفر داخل أو خارج البلد لإشباع هذه العاطفة، وعلى هذا الأساس تتمثل محددات السياحة الدينية في:

- **الوجهة:** توجه السائح نحو الأماكن المقدسة المعروفة لدى فئة معينة أو ديانة من الديانات؛
- **القص:** أن يكون الغرض من الزيارة يخدم اعتبارات دينية وروحية، وهو التقرب والعبادة وحصول

البركة. وقد يجتمع أحيانا مع غيره من أغراض أخرى، لأن من عادة الناس تجميع أسفارهم ومنافعهم. (ميلود زيد الخير ومحمد الطاهر قادي، 2013، صفحة 194)

III.2- الوجهات السياحية الدينية في الجزائر: تزخر الجزائر بمورث سياحي

تراكم وتنوع بتنوع الحضارات المتنوعة، والخلافات المتعاقبة عليها.

III.2.1- المساجد الإسلامية ومقامات الصحابة والفقهاء: يتصدرهم مقام

الصحابي الجليل الفاتح عقبة بن نافع المتوفى سنة 63هـ الموافق لـ 683م بمدينة سيدي عقبة ببسكرة، وزوايا الشيوخ منشئي الطرق الصوفية المنتشرة على تعددها في الجزائر.

كما نجد المساجد الإسلامية المنتشرة في الجزائر كمسجد سيدي غانم بمدينة ميله الذي شيده الصحابي أبو المهاجر دينار عام 59هـ الموافق لـ 682م كأول وأقدم مسجد في الجزائر والذي يعتبر رمزا حضاريا و تاريخيا ذو قيمة فنية عالمية، كذلك مسجد كتشاوة بالجزائر العاصمة الذي شيد في عام 1463 م وأعيد بناؤه في عهد الخلافة العثمانية والذي يعتبر تحفة معمارية، والمسجد الكبير في مدينة تلمسان الذي شيده يوسف بن تاشفين أول خليفة لدولة المرابطين في 1136م، إضافة إلى مسجد سيدي الحلوي سنة 1354 من طرف الدولة المرينية والمسجد الكبير في العاصمة الجزائر الذي بني عام 490 للهجرة الموافق لـ سنة 1097 م من قبل المرابطين. إن هذه الحضارات والخلافات المتعاقبة خلفت إمكانات ومعالم أثرية إسلامية ودينية يمكن استغلالها كقوة جذب سياحي لإنعاش السياحة الدينية في الجزائر. (موقع أصوات الشمال، 2018)

إضافة إلى المساجد المشيدة حديثا كمسجد الأمير عبد القادر بقسنطينة ومسجد الشيخ ابن باديس بوهرا، ومسجد الجزائر الأعظم الذي يصنف كأكبر مسجد في إفريقيا، والثالث عالميا بعد الحرمين بالسعودية، ويتسع إلى حوالي 120 ألف مصلي، إضافة إلى مراكز دينية وإسلامية، يمكن أن تكون قبلة للعلماء والطلبة والباحثين، في إطار الملتقيات والندوات والمؤتمرات الإسلامية المحلية والإقليمية والدولية، وما يرافقها من قدوم المشايخ والشخصيات الدينية وأتباعهم.

III.2.2- مزارات الزوايا الصوفية: تمتلك الجزائر قوة جذب سياحي ذات طابع

روحي عبر الزوايا والطرق الصوفية وعددها 33 طريقة بالجزائر و 900 زاوية، وهي مصنفة كوجهة صوفية منذ التاريخ. حيث يبلغ عدد الزائرين في المناسبات التي تنظمها الزوايا سنوياً ما يفوق 12 مليون، ومن أشهرها الطريقة التيجانية في عين ماضي وبوسمغون والطريقة القادرية في الوادي و ورقلة.

III.2.3- الكنائس المسيحية: تمثل كنيسة القديس أغستين التي تم بناؤها

من 1881-1900م بمدينة عنابة قطبا ووجهة لأتباع الكنيسة الكاثوليكية في العالم بأكثر من 500 مليون متدين مسيحي عبر العالم. فموقعها المطل على الواجهة البحرية، والتنوع الحضاري والتمازج الديني والثقافي الموجود في الجزائر، يعطي السائح الأجنبي فرصة لزيارة العديد من المعالم السياحية الدينية الخلاصة، التي يجمع بعضها بين الفن الإسلامي الراقي في فن العمارة الشيء الذي يسهل تحويله إلى أحد محركات النمو الاقتصادي عبر بوابة السياحة الدينية (بشير مصطفى، 2018). كذلك كنيسة السيدة الإفريقية بالجزائر العاصمة والتي تم تدشينها سنة 1872م، وهي خاصة بالطائفة المسيحية الكاثوليكية، نجد كذلك المعبد اليهودي لمدينة وهران الذي بني سنة 1880، وكان يعتبر عند بنائه أكبر صرح ديني يهودي في إفريقيا الشمالية برمتها، وتم تحويله إلى مسجد سنة 1972. يمثل هذا المعبد الأثري معلماً للذاكرة ينوّه بالتاريخ اليهودي في مدينة وهران. (دليلة صنهاجي خياط، 2011)

III.3- مكانة السياحة الدينية في التنمية الاقتصادية في الجزائر:

يمكن أن تكون السياحة الدينية رافداً اقتصادياً مهماً، إن توافرت هناك الإمكانيات والميكانيزمات اللازمة، بالإضافة إلى الإرادة السياسية، لإحداث التغيير المنشود في هيكلة الاقتصاد الوطني، والخروج من دائرة التبعية لقطاع المحروقات، حيث أن السوق النفطية العالمية تُعتبر سوقاً مُتذبذبة وغير مُستقرة، فالجزائر التي تُعتبر بلداً نفطياً من الدرجة الأولى. إذ أن حوالي 90 % من مداخل البلاد من العملة الصعبة تأتي من قطاع المحروقات،

حيث تقدر مداخل السياحة الدينية لمزارات الزوايا والكنائس بحوالي 2 مليار دولار سنوياً، وذلك على أساس إنفاق ألف دولار لكل سائح، أي ما يقابل 05 مرات من إجمالي

العائدات الحالية لقطاع السياحة برمته أو ضعف صادرات الجزائر خارج المحروقات (بشير مصيطفى، 2018)، كما أوضح عمر بن عيشة الباحث في المعتقد الشعبي والتراث، أن عائدات زيارات زوايا الطرق التي تعج بها أرض الجزائر، تزيد من 6مليار دولار، سنويا. كما أجمع الخبيران الاقتصاديان بشير مصيطفى وبوزيان مهمام، على أن الجزائر تتمتع بـ 33 طريقة صوفية ويصل عدد أتباع هذه الطرق إلى 250 مليون مريد عبر العالم، وحجم الجذب السياحي ذي الطابع الروحي يتمثل في الزيارات والمناسبات التي تنظمها الزوايا، التي تجمع سنويا ما يفوق 12 مليون زائر حاليا، حسبما تشير إليه الإحصائيات الرسمية لوزارة السياحة.

ويمكن للجزائر استقطاب جزء مهم من هذا العدد لو تم تطوير محيط الزوايا في شكل مركبات كاملة التجهيز، يجد المريد القادم من الخارج شروط السياحة الدينية المناسبة. وعلى سبيل المثال فإن استقطاب مليون مريد في السنة ومع كل سائح إمكانية إنفاق ألف أورو لأمكن دعم الاقتصاد الوطني بمليار أورو وهو ما يساوي كامل التصدير خارج المحروقات، فما بالك مع 12,5 مليون زائر، أي ما يفوق 30% من صادراتنا من المحروقات، داعيا إلى إدراج السياحة الدينية ضمن برنامج عمل وزارة السياحة والصناعات التقليدية والشؤون الدينية معا، في إطار المخطط الوطني لتطوير السياحة (نصيرة سيد علي، 2019)، والتفكير في بدائل أخرى لتنويع مصادر الدخل، وبالطبع تعتبر السياحة الدينية من أهم الحلول الممكنة والمتوافرة لذلك، ولا تحتاج البلاد إلا إلى مخطط وطني سياحي، لتحول الجزائر إلى وجهة سياحية مهمة في منطقة شمال إفريقيا، خاصة أن الاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع الذي وضعته وزارة السياحة حتى آفاق 2030 لم يدمج هذا النمط في فروع السياحة المطلوب تطويرها، إن كانت جاذبة فعلا في مسعاها لإيجاد حلول ناجعة للأزمة الاقتصادية التي تعرفها البلاد حاليا، خاصة وأن العوائد العراقية تتراوح بين مليار وخمسة مليارات دولار على أكثر التقديرات إيجابية وتفاوتلا، ونجد أن العوائد السعودية بلغت 17.6 مليار دولار عام 2010 ، وزادت لتبلغ 22.8 مليار دولار عام 2017، في حين بلغت العوائد التركية من السياحة الدينية وغيرها نحو 26 مليار دولار عام 2017. (محسن حسن، 2018، صفحة 21)

III. 4- مساهمة السياحة الدينية في بعض الدول العربية

تعتبر السياحة الدينية واحدة من أهم أنواع السياحة مساهمة في إيرادات بعض الدول العربية، والتي تتمتع بميزة نسبية في الأماكن والمواسم الدينية وغيرها من مقومات الجذب السياحي.

III.1.4- السياحة الدينية في المملكة السعودية:

في إطار مساعيها لتنويع الاقتصاد وتقليص اعتماده على الواردات النفطية، تركز السلطات السعودية على تنمية وتطوير قطاع السياحة، باعتباره أحد أهم القطاعات الاقتصادية غير النفطية، وذلك بفضل ما يعرف بالسياحة الدينية، مستفيدة من إقبال ملايين الحجاج المسلمين من شتى بقاع الأرض لأداء الحج سنوياً، والعمرة يومياً، وزيارة المعالم الأثرية والبقاع المقدسة في منطقة الحرمين الشريفين. وبحسب الخبراء في الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، فإنه من المتوقع أن تسهم السياحة بنسبة 5.4% من إجمالي الناتج المحلي "غير النفطي" خلال العام الجاري 2015، وهي نسبة تسعى المملكة لرفعها إلى 18% في عام 2020. وتستحوذ السياحة الدينية على 95% من هذا القطاع، حيث بلغت عوائدها 17.6 مليار دولار عام 2010، وزادت لتبلغ 22.8 مليار دولار عام 2017، وهو ما يشير إلى أهميتها الشديدة. وتعمل المملكة السعودية على إحصاء أعداد جميع الزائرين، بغية متابعة تطوّرهم الموسمي بشكل مستمر ودوري.

الجدول 3: يوضح عدد الحجاج من داخل وخارج السعودية من عام 2014-2019

السنوات	إجمالي الحجاج	حجاج الداخل	حجاج الخارج
1435-2014	2,085,238	696,185	1,389,053
1436-2015	1,952,817	567,876	1,384,941
1437-2016	1,862,909	537,537	1,325,372
1438-2017	2,352,122	600,108	1,752,014
1439-2018	2,371,675	612,953	1,758,722
1440-2019	2,489,406	634,379	1,855,027

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء-إحصاء 2019، ص 15

وفي حديث أشار الرئيس التنفيذي لمجموعة إيلاف السياحية، زياد بن محفوظ، إلى أن "موسم الحج يلعب دوراً جوهرياً في السياحة الدينية. كما شهدنا تدفقاً كبيراً للحجاج في السنوات الأخيرة، إذ وصل عددهم إلى أكثر من مليوني حاج في عام 2013، ومن المتوقع أن يرتفع هذا الرقم إلى 5 ملايين حاج بحلول عام 2025" وتغطي المملكة احتياجاتها من القوى العاملة الأجنبية (الآسيوية)، في حين تقدر القوى

الوطنية العاملة بقطاع السياحة ما بين 1%-15%، ويتوقع أن يصل حجم العمالة بحلول عام 2020 إلى 1,5 مليون وظيفة مباشرة وغير مباشرة في القطاع. (سلطان بن سلمان بن عبد العزيز، 2002، صفحة 24) كما يتوقع أن يصل متوسط زوار الحرمين الشريفين إلى 30 مليوناً بحلول عام 2025،

بزيادة قدرها 42%، مقابل 17.5% في عام 2014، وتخطط السعودية لجذب 1.5 مليون سائح من غير الحجاج بحلول عام 2020، مقارنة بـ 200 ألف في عام 2015، حيث تظل مكة أكثر المدن جذباً للزوار تليها المدينة المنورة. (موقع الخليج أونلاين، 2015)

III. 2.4- السياحة الدينية في العراق:

تتمتع السياحة الدينية في العراق بجملة من المقومات المتنوعة نظراً للامتداد الزمني الحضاري للدولة إلى ما قبل 7000 سنة قبل الميلاد، أي منذ وجود السومريون إلى مجيء المسلمين، حيث صنفَت إلى مقومات تاريخية، مادية، روحية، مكانية، زمانية ونوعية. تساهم السياحة الدينية في مجموع ما يساهم به قطاع السياحة في العراق، حيث بلغ هذا الأخير بـ 121,9 مليار دولار سنة 2015، كما أن السلطات العراقية اهتمت بقطاع السياحة عموماً، والسياحة الدينية خصوصاً ضمن خططها التنموية القادمة 2018-2022، وهذا بعد ما كشفت التقارير عن إمكانات اقتصادية هائلة، من مظاهرها بلوغ عدد الوافدين للأماكن المقدسة سنة 2010 حوالي 1,5 مليون سائح وبعائدات تجاوزت 1 مليار دولار. وتفوقت السياحة الدينية بـ 80%، على أنماط السياحة الثقافية 15%، و 5% لسياحة

الأعمال. كذلك تجلت الأهمية الكبيرة للسياحة الدينية لدى القوة العاملة العراقية، إذ يعتمد عليها ما يقارب 544 ألف شخص.

إن تقديرات المجلس العالمي للسياحة والسفر في العراق لمساهمة قطاع السياحة بـ 3% من إجمالي الناتج المحلي، وبعائدات ممكنة ومتاحة تقدر بـ 5 مليار دولار، وارتفاع معدل النمو السنوي لقطاع السياحة عموماً بـ 7,8% خلال الفترة ما بين عام 2014-2016. بالموازاة مع ذلك سجلت زيادة عدد الوافدين الزائرين للسياحة الدينية من 904,7 ألف زائر إلى 1,052 زائر خلال نفس الفترة، مع تطور مؤشرات البنية التحتية، الإيرادات والنزلاء وباقي المؤشرات المتعلقة بالنشاطات ذات العلاقة بالسياحة عموماً، خاصة قطاع الخدمات والنقل في مدن الجذب السياحي

الديني العراقية.

هذا وتبقى السياحة الدينية في العراق تعاني من بعض العوائق في سبيل مضاعفة العوائد الاقتصادية، رغم المؤشرات الإيجابية التي يقدمها نذكر منها:

- ضعف الوعي المؤسسي، وتغييب الفكر الاقتصادي في مجال السياحة الدينية ما يعوق أنشطة الاستثمار السياحي وترقية الخدمة السياحية، وتنويع آليات التحصيل المالي لهذه الإيرادات؛
- التغاضي عن دعم قطاع السياحة الدينية، رغم هيمنته على باقي الأنماط، بما يحتاجه من حزم التسويق السياحي والدعاية، وربطه مع أنماط السياحة الأخرى. (محسن حسن، 2018، صفحة

23)

IV- الخلاصة :

إن السياحة الدينية تعتبر واحدة من بين أنماط الصناعة السياحية التي تلقى رواجاً، وتتمتع بعدد متزايد من العملاء سنوياً، إلا أن نقص الاهتمام بها، وضعف الإنفاق على تنمية محيطها وترقيته سياحياً، على الرغم من المداخليل الكبيرة المتاحة من خلال الاستثمار فيها، بما يحقق أفضلية وميزة تنافسية، من خلال المقومات والإمكانات المتنوعة التي تتوفر للجزائر عليها. إن الدولة الجزائرية مدعوة أكثر من أي وقت مضى، إلى استغلال تلك المقومات المختلفة من الأماكن السياحية الدينية والروحية من خلال الاستثمار فيها وفي مقوماتها على نطاق واسع

داخليا وخارجيا، تنوع المنتجات السياحية المرتبطة بها والترويج لها في مختلف المؤتمرات الدولية، والمراكز العربية والإقليمية الخاصة بترقية وتطوير قطاع السياحة وخاصة الدينية منها.

النتائج الدراسة: من خلال الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- وجود نمو كبير في قطاع السياحة عموما على المستوى العالمي، وخاصة في الدول النامية المتركزة في إقليم آسيا والشرق الأوسط وإفريقيا، بمعدل 4-5%؛
- نمو نمط السياحة الدينية وتزايد الأهمية الاقتصادية له، خاصة في البلدان ذات رمزية دينية إقليمية وعالمية، ومؤشرات ارتفاع عدد الوافدين وحجم العائدات السياحية تعكس ذلك؛
- المقومات والمؤهلات الكبيرة والمتاحة للجزائر لتحقيق ميزة تنافسية من خلال السياحة الدينية، نظرا لبعدها مقوماتها على المستوى الإقليمي؛ في ظل عدم الاهتمام بها، وغيباها عن مكونات الاستراتيجية الوطنية لتنمية قطاع السياحة.
- عدم تركيز المخطط التوجيهي للقطاع السياحي في الجزائر على هذا النمط، راجع للخصوصية الدينية من جهة، وغياب أرقام دقيقة ورسمية عن الإيرادات السياحية وعدد السياح لهذا النمط؛
- وجوب إنشاء هيئات رسمية لإدارة هذه الأوقاف الدينية السياحية؛

التوصيات: من خلال الدراسة توصلنا إلى جملة من التوصيات نستعرضها فيما يلي:

- تبني تطوير السياحة الدينية في إطار مخططات التنمية التي تستهدف القطاع السياحي؛
- تطوير مشاريع مستدامة لتنمية السياحة من خلال الاستثمار في البنية التحتية الأساسية ذات الصلة بالسياحة الدينية، وإنشاء تكتلات إقليمية (مغربية) للسياحة البينية؛
- التنوع في المنتجات والخدمات السياحية من أجل استهداف طالبي السياحة الدينية؛
- نشر الثقافة السياحية بين المواطنين من أجل المساعدة في تغيير تصوراتهم حول السياحة، وإذكاء الوعي بشأن الفرص والتحديات التي تكمن فيها.

المراجع:

-Targhini Abdelhamid. (2017, JANVIER 17). *REVUE DE PRESSE*.

Consulté le octobre 06, 2018, sur LE FORUM DES CHEFS

D'ENTREPRISE: <http://www.fce.dz/revues-de-presse>

- إلياس عياشي. (2014). الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل. الجزائر: جامعة قسنطينة.
- بشير مصطفى. (2018). السياحة الدينية تدر 2 مليار دولار على الجزائر. تاريخ الاسترداد 10 06, 2018, من <http://www.djanoubcom.dz> موقع جنوب كوم:
- بن حسان حكيم. (2013). واقع السياحة الجزائرية وآفاقها المستقبلية. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير (العدد 28)، 14.
- حسن محمد رضا القزويني. (2017). السياحة الدينية وسبل تنظيمها بمنظور استراتيجي: دراسة حالة محافظة كربلاء، العراق: جامعة القادسية.
- دليله صنهاجي خياط. (2011). المساجد في الجزائر أو المجال المسترجع. مدينة وهران نموذجاً. تاريخ الاسترداد 07 أكتوبر، 2018، من مجلة إنسانيات الإلكترونية في العلوم الاجتماعية: <https://journals.openedition.org/insaniyat/12991#tocto1n4>
- سعد إبراهيم حمد. (2008). تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى. بغداد، العراق: جامعة سانت كليمنتس.
- سلطان بن سلمان بن عبد العزيز. (2002). مشروع تنمية السياحة الوطنية للمملكة العربية السعودية 2002-2020. الرياض: الهيئة العليا للسياحة (الأمانة العامة).
- فادي عبود. (2010). نحو صناعة سياحية متطورة، مستدامة، مسؤولة وتنافسية، برنامج عمل 2010-2014. لبنان، بيروت. تاريخ الاسترداد 10 06, 2018، من <http://www.databank.com.lb/docs/Ministry%20of%20Tourism%20Business%20Plan.pdf>
- قطاف فيروز و قطاف عقبة. (جوان، 2017). دور التسويق السياحي في الترويج لولاية ميلة كمناطق جذب سياحي. مجلة ميلاف للبحوث والدراسات (العدد 5)، 492.
- محسن حسن. (2018). السياحة الدينية في العراق: الواقع والمأمول-دراسة وصفية. مركز البيان للدراسات والتخطيط، صفحة 21. تم الاسترداد من <http://www.bayancenter.org/wp-content/uploads/2018/09/87879009387.pdf>
- مصطفى عبد الهادي عبد الهادي شلايل. (2014). السياحة الدينية في الضفة الغربية وقطاع غزة. فلسطين: الجامعة الإسلامية.

-موسى كولكليكايا. (2017). تقرير: السياحة الدولية في الدول الأعضاء لمنظمة التعاون الخليجي الآفاق والتحديات. أنقرة- تركيا: الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية.

-موقع أصوات الشمال. (2018). السياحة الدينية في صحراء الجزائر. تاريخ الاسترداد 06 10 , 2018، من [www.aswat-elchamal.com: http://www.aswat-a=22851&elchamal.com/ar/?p=98](http://www.aswat-elchamal.com:22851&elchamal.com/ar/?p=98)

-موقع الخليج أونلاين. (20 09 , 2015). السياحة الدينية في السعودية.. ثروة واعلة تسهم بتنويع الاقتصاد. تاريخ الاسترداد 08 02 , 2020، من [alkhaleejonline.net: https://alkhaleejonline.net](https://alkhaleejonline.net)

-ميلود زيد الخير ومحمد الطاهرقادري. (2013). فرصة تسويق صناعة السياحة الروحية الدينية وإمكاناتها بالجزائر. مجلة دراسات العدد الاقتصادي(العدد 20)، 194.

-نصيرة سيد علي. (17 02 , 2019). السياحة الروحية القوة الاقتصادية الناعمة للجزائر. تاريخ الاسترداد 09 02 , 2020، من جريدة الحوار: [/https://www.elhiwardz.com/event/142914](https://www.elhiwardz.com/event/142914)

-وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (2018). المخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT 2030 . تاريخ الاسترداد 23 11 , 2018، من <http://www.mta.dz.com>