

القدرة التنافسية لقطاع السياحة و الأسفار في دول المغرب العربي حسب تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي - دافوس -

(دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس و المغرب)

**The competitiveness of the tourism and travel sector in the Maghreb
countries, according to the report of the World Economic Forum -
Davos -**

(A comparative study between Algeria, Tunisia and Morocco)

حراث حنان ، جامعة مستغانم (الجزائر) ، hanane.harrats@univ-mosta.dz ،

رمضاني محمد جامعة مستغانم (الجزائر) ، mohamed.ramdani@univ-mosta.dz ،

فاتحي رضوان جامعة بشار (الجزائر)، Redouane_fathi@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2021/09/27

تاريخ القبول: 2021/08/24

تاريخ الاستلام: 2021/01/15

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تحليل القدرة التنافسية السياحية، بالاستناد الى تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي - دافوس - لكل من الجزائر ، تونس والمغرب ، لاستخراج نقاط القوة والضعف لكل دولة في مجال التنافسية السياحية، حيث تم الاعتماد في هذا البحث على المناهج التي تناسب الموضوع الوصفي لعرض مفاهيم التنافسية السياحية، والتحليلي لعرض محتوى متغيرات التنافسية السياحية ضمن تقرير المنتدى الاقتصادي لدافوس، والمقارن لاستخراج نقاط القوة والضعف بالنسبة لكل بلد ، توصلت الدراسة إلى وجود اختلاف نسبي بين دول عينة الدراسة في متغيرات تقرير التنافسية، كما استنتجنا أنها تتفاوت من حيث التنافسية السياحية عالميا وفي مجملها تحتاج المزيد من تطوير بعض المتغيرات، التي تناسب الإمكانياتها

السياحية الطبيعية، التاريخية، البشرية . للجزائر فرصة التفوق حاليا في السياحة الصحراوية ، والحموية في انتظار تطوير السياحة الثقافية، ويبقى لتونس التفوق في السياحة الشاطئية وللمغرب السياحة الثقافية.

كلمات مفتاحية: تنافسية سياحية، اقتصاديات مغاربية، متغيرات سياحية

تصنيفات JEL : L83 ، O55

Abstract:

This study aims to analyze the tourism competitiveness, by relying on the report of the World Economic Forum - Davos - for Algeria, Tunisia and Morocco, to extract the strengths and weaknesses of each country in the field of tourism competitiveness

Whereas in this research the reliance was made on the approaches that fit the descriptive method to present the concepts of tourism competitiveness, and the analytical to present the content of the variables of tourism competitiveness within the report of the Davos Economic Forum, and the comparative to extract the strengths and weaknesses of each country

The study found that there is a relative difference between the study sample countries in the variables of the competitiveness report. We also concluded that they vary in terms of global tourism competitiveness, and as a whole they need further development of some variables that fit their natural, historical, and human tourism potentials. Algeria has the opportunity to excel at present in desert tourism, and in the Tourism of the mineral baths, awaiting the development of cultural tourism, and Tunisia remains the supremacy in coastal tourism, and Morocco's cultural tourism.

Keywords: tourism competitiveness, Maghreb economies, tourism variables.

Jel Classification Codes: L83, O55

تعتبر التنافسية السياحية مؤشرا هاما في دراسة الاقتصاد السياحي، حيث تبرز من خلالها أهم المتغيرات التي يمكن أن يتفوق فيها الاقتصاد السياحي لدولة ما ، و يمكن من استخراج نقاط الضعف و نقاط القوة .

لهذا فان المنتدى العالمي الاقتصادي لدافوس يخصص جزء من هذا التقرير لتنافسي القطاع السياحي للبلدان ، و هذا التقرير عادة ما يؤثر على قرارات السياح في اختيار المقصد السياحي ، لأنه يوضح جوانب كثيرة في تنافسية القطاع السياحي من بنى تحتية ، و اتصالات ، و موارد بشرية...الخ. و من منطلق اهتمامنا بالاقتصاد السياحي و تنافسية القطاع السياحي اخترنا عينة الدراسة الجزائر تونس و المغرب، و ذلك لدراسة أ هم نقاط القوة و الضعف لهذه الدول في هذا المجال، لاستعمالها في تحسين اداء القطاع السياحي في هذه الدول . لهذا صيغت إشكالية هذا البحث كما يلي:

- ما مدى تنافسية قطاع السياحة والأسفار في دول المغرب العربي: الجزائر، تونس والمغرب حسب مؤشرات المنتدى الإقتصادي العالمي - دافوس - ؟

و استعنا بالأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي أهم الاضافات التي ساهمت بها الدراسات السابقة في هذا المجال بالنسبة للدول العينة،
- ما هي أهم نقاط القوة والضعف بالنسبة للجانب التنافسي السياحي للجزائر، تونس والمغرب؛
- كيف يمكن لدول العينة المدروسة أن تتجاوز نقاط ضعفها في مجال التنافسية السياحية و أن تدعم نقاط قوتها في هذا المجال.

و استندنا على الفرضيات التالية :

- مؤشر التنافسية السياحية هو مؤشر هام في بناء السياسات السياحية ؛
- مؤشر التنافسية السياحية هو عامل مهم في اتخاذ القرار اختيار الوجهة او المقصد السياحي من طرف السياح الأجانب؛
- يمكن لدول العينة المدروسة أن تطور أكثر من أدائها السياحي بالارتكاز على مقوماتها السياحية الهائلة.

تعتمد هذه الورقة على المنهج الوصفي، في وصف الدراسات السابقة وبمقارنتها وبيان أهم إضافاتها في هذا المجال وبقضيج الفجوة المعرفية بينها وبين اشكالية هذا المقال، كما نستعين أيضا بالمنهج التحليلي من خلال تحليل مؤشر التنافسية السياحية لدول العينة في تقرير المنتدى الاقتصادي لدافوس لدراسة متغيرات التنافسية .

2. الميزات التنافسية السياحة للبلدان المغاربية:

يعد القطاع السياحي من القطاعات الحيوية المهمة للعديد من الدول وخاصة الدول المغاربية التي تملك خصائص ومقومات سياحية، جعلتهم يتصدرون قوائم الدول الجاذبة للسياحة إلا أن هذا القطاع يواجه تحديا يتمثل بكيفية تحسين الميزة التنافسية لهذا القطاع وتحسين الموقع التنافسي على المستوى العالمي.

1.2 المقاربات المفاهيمية للميزة التنافسية والتنافسية السياحية

لم يختلف مفهوم السياحة التنافسية عن مفهوم الميزة التنافسية على مستوى المؤسسة والقطاع والدولة كما أن المؤسسات الصناعية والخدمية تستخدم الأسلوب نفسه في تحقيق الميزة التنافسية والاستمرار بها.

1.1.2 مفاهيم الميزة التنافسية :

للميزة التنافسية مفاهيم عدة تصب في مجملها في مصب واحد وهو الذي يميز شركة أو منشأ

القطاع ما عن باقي الشركات أو القطاعات المتواجدة في السوق المحلي والعالمي وهذه جملة من

مفاهيم:

♦ تعرف الميزة التنافسية على أنها مدى قدرة واستعداد المؤسسات او القطاعات الى تكوين المزايا

التنافسية التي تستطيع من خلالها المحافظة على نفسها تجاه المنافسين وتعزيز مكانتها السوقية (مصطفى محمود، 2006).

♦ أما بورتر الذي يعد من أوائل الذين وضعوا نموذج الميزة التنافسية فيعرفها بأنها (القيمة التي يمكن

للمؤسسة ان تخلقها) وهذه القيمة يمكن ان تكون على شكل فرق بالأسعار بين المنافسين مع

الاحتفاظ بالمستوى نفسه من الاداء للمنتج، أو انفراد هذا المنتج بخصائص معينة تزيد من مستوى

القيمة المدركة وتعوض الفرق في الاسعار(Nicole p, 2011) ، فالميزة التنافسية إذا هي كل

ما تخص به الشركة أو القطاع دون غيرهم بما يعطي قيمة مضافة للمستهلكين (Gary & Prahalad, 2007).

2.1.2 مفهوم التنافسية السياحية:

وهنا نعطي بعض التعاريف حول التنافسية السياحية من التطرق الى :

هنا تعريف التنافسية السياحية وفق تعريف منظمة السياحة العالمية إذ عرفت على أنها : " الزيادة في الانتاج والتحسين في الانتاج والسلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين وقدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها منافسيها في الاسواق العالمية.(world tourism organization, 2010) وكما يمكن إعطاء مفهوم واسع للميزة التنافسية السياحية هو الاداء النسبي للمؤسسة أو القطاع أو الدولة السياحية مقارنة بغيرها من داخل وخارج حدودها من خلال الوقوف على جوانب القوة والضعف لهذا النشاط في مجال المقارنة مع المنافسين الموجودين فعلا في السوق والمحتملين (محسن عبد الله ، صفاء، و عادل، 2016).

وقبل التطرق الى إعطاء الميزات التنافسية السياحية للدول المغاربية سوف نقدم أهم مقومات وإمكانات السياحية للدول المغاربية في العنصر الموالي :

2.2 مقومات الجذب السياحية للدول المغاربية :

تتميز الدول المغاربية (تونس، الجزائر و المغرب) بمقومات طبيعية وحضارية ، نتيجة الموقع الجغرافي المتطابق، الممثل في موقع المتوسط المناسب، البعيد عن العزلة والتطرف المناخي، والذي يهيم هالوصول اليه بأيسر التكاليف وأسرع وقت، من مجموعة كبيرة من الدول، لامتداد العالم العربي، وكونها واجهة افريقيا مع البحر الابيض المتوسط وأوروبا، وامتلاكها لتنوع المناخي والطبيعي، والتراث الثقافي والحضاري، الناجم عن تعاقب الحضارات القديمة، التي تركز معالم أثرية ومباني وقلاع، تدل على عراقة المنطقة، مما يجعلها الاكثر جذبا للسياح وتلبية للطلب الاقليمي والدولي (حميدوش، 2018).

1.2.2 مقومات الجذب السياحي للجزائر :

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك تاريخا عريقا بآثار وثقافات القديمة المتباينة من مجتمع الى آخر وهذا التباين والاختلاف يعتبر عامل جذب لطرف للتعرف الى طرف آخر لذلك فقد أصبح قطاع السياحة من القطاعات الانتاجية الكبيرة في كثير من الدول .

فالجزائر هي الاخرى تعتبر من اهم الدول التي تمتلك مقومات التي تمكنها من منافسة كبرى بين الدول السياحية وخاصة الدول المغاربية فهي كالتالي :

تمتلك الجزائر عديد المؤهلات والمقومات من بينها الطبيعية التي تمتع السياح باختلاف أذواقهم، من شريط ساحلي يمتد على مسافة 1600 كلم يزخر بالعديد من الشواطئ والمناظر الخلابة ... الخ التي ترسم لوحة تسر السائحين، الى جانب الصحراء الممتدة على مساحة تزيد على مليوني كلم مربع، ، ما يمكنها من أن ترتقي الى مصاف الدول السياحية الاولى في المنطقة.

إضافة الى مؤهلاتها الطبيعية تمتلك الجزائر ارثا تاريخيا هاما يتضح من خلال العديد من المواقع التراث العالمي من مدينة باتنة، وصولا الى الآثار الرومانية في تيمقاد التي يتجلى فيها ملامح الحياة الثقافية والاقتصادية في العهد الروماني من ساحة عمومية (فورم) موجودة وسط المدينة، وقوس تراجان، ومسرح المدينة الطي يعد من اهم المعالم الجاذبة للسياح، والحمامات القديمة والرسوم الصخرية في تاسيلي ناجر، وتجمع المدن الجزائرية بين عديد الفنون المعمارية على رأسها الاندلسية والعثمانية والكولونيالية الفرنسية والحديثة كما في مدن قسنطينة ووهران وتلمسان ... الخ (عائد)، كما يوجد بها سبع مواقع للتراث العالمي مصنفة ضمن قائمة اليونسكو تتنوع بين الرومانية والإسلامية، ومنها تيبازة وجميلة والقصبة ووادي ميزاب ومواقع أخرى، وبالنسبة للقدرة الحموية فالجزائر بقدرات ومؤهلات حموية معتبرة، موزعة عبر كل التراب الوطني، حيث تمثل هذه الامكانيات قاعدة متينة لتطوير السياحة الحموية، العلاجية والعلاجية والترفيهية، والتي تسمح بالتنافسية من جهة وتقديم فرص معتبرة للاستثمار من جهة أخرى، فيوجد بها حوالي 282 منبع حموي، من بينها 100 منبع حموي ذات الاولوية والمؤهلة للاستغلال عن طريق إنجاز مشاريع حموية جديدة (وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية).

هذه المقومات الطبيعية والحضارية التي تمتلكها الجزائر تجعلها قادرة على خلق منتج سياحي طبيعي وحضاري، منافسا وجذابا وملبيا للطلب السياحي المحلي والخارجي، بالإضافة الى المقومات الطبيعية والتاريخية التي تملكها الجزائر والإرث الثقافي الضخم، توجد مقومات مادية ذو اهمية كبيرة في جذب السياح الدوليين والمحليين، وذلك من خلال توفير طاقة فندقية بمختلف تصنيفيها، حيث بلغ عدد الاسرة قبل الاستقلال 5922 سرير، وقد تم انجاز 66.624 سرير والجدول رقم (01)الموالي عدد الاسرة في الجزائر على مدى السنوات 2010-2019:

الجدول رقم (01): عدد الاسرة في الجزائر 2010-2019:										
عدد السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد الاسرة (الف سرير)	92	93	97	99	100	102	107	112	119	126
نسبة التغير	6.96	0.39	4.48	1.96	0.81	2.64	5.06	4.51	6.14	5.47

المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي.

<https://www.mtatf.gov.dz/>

2.2.2 مقومات الجذب السياحي لتونس :

تعتبر تونس الخضراء وجهة مفضلة للسياح العرب والأجانب، فالبلد يملك مقومات سياحية متعددة ومتنوعة شكلت مصدر جذب متميز. فتونس تقع في شمال القارة الإفريقية وهي اصغر مساحة بالنسبة للدول المغاربية الذي يبلغ 163.6 كلم (موقع سفاري)، فهي تتمتع بجو ومناخ معتدل ورغم صغر حجمها إلا انها في الآونة الاخيرة شهدت إقبالا متزايدا، وتمتلك شواطئ خلابة تصل الي 1300 كلم، تتوزع على طولها أقطاب سياحية (دليل السياحة الخضراء) ، وتمتلك تضاريس وجبال اقل وعورة من نظيرتيها الجزائر والمغرب، وتمثل الصحراء 22% من أراضيها، كما تضم متاحف أشهرها "متاحف باردو" الذي يضم أكبر عدد من التحف الرومانية في العالم، إضافة للمدينة العتيقة التي صنفها منظمة اليونسكو ضمن التراث الإنساني، و تحتضن تونس عدة مهرجانات السينمائية، المسرحية، الفنون التشكيلية، مهرجان القصور للعادات الشعبية، وغيرها وأشهرها أيام قرطاج السينمائية منذ 1966.

إن التنوع الممزوج بمناخ معتدل طوال السنة، جعلها مؤهلة لتنشيط السياحة الترفيهية والشاطئية، أما السياحة الاستجمامية والعلاجية بمياه البحر، من قرابة 40 مركزا موزعة على كامل البلاد مستقبلة على مدار السنة (وزارة السياحة والصناعة التقليدية التونسية) ، حتى أصبحت القطب الثاني بعد فرنسا في معالجة الكثير من الامراض العضوية والنفسية ، كما أن التقدم الطبي الحديث جعل منها مقصدا للعلاج والسياحة.

كما يوجد بها وعي سياحي بشكل مرتفع على المستوى الرسمي والمستوى الشعبي، ويجد الزائر بتونس وجهة سياحية شاملة مهما تباينت وتنوع ذائقتة السياحية، فتوجد بها العديد من المرافق والخدمات السياحية المتطورة، سيجد السائح مقصدا ثقافيا هائلا، والذي يتمثل في وجود كنوز من التراث الإنساني والآثار التاريخية (take)، والمتاحف الفريدة ومن أهمها (المتحف الوطني بباردو، المتحف الوطني بقرطاج، المتحف الوطني بسوسة.. الخ) (وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية) ، وهي الامور التي تعكس تتابع الحارات العريقة على ارض تونس منذ فجر التاريخ . كذلك تتمتع تونس بشبكة طرق وخدمات فائقة التطور في مجال النقل والمواصلات، برا وبحرا وجوا، هذا إضافة الى خدمات الاتصالات التي يتم تحديثها باستمرار والتي يعمل القائمة، عليها على استيعاب كل ما أنتجته تكنولوجيا الاتصالات الحديثة لمواكبة العصر. والجدول رقم (02)الموالي يوضح عدد الاسرة في الفنادق في تونس خلال الفترة(2010/2019) :

الجدول رقم (02): عدد الاسرة في تونس 2010-2019:										
عدد السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد الاسرة (الف سرير)	241.5	242.1	242.0	240.2	240.0	241.4	235.0	234.3	237.6	236.0
نسبة التغير	0.67	0.25	-0.04	-0.74	-0.08	0.58	-2.65	-0.29	1.40	-0.67

المصدر : من إعداد الباحثين إعتمادا على إحصائيات الديوان الوطني التونسي للسياحة

<http://dataportal.ins.tn/ar/DataAnalysis> consulté le 26/12/2018

في الآونة الاخيرة فرضت تونس نفسها كإحدى الوجهات السياحية المميزة، وذلك لما تتمتع به البلاد من مزيج حضاري فريد للروح العربية والإفريقية إضافة الى الشواطئ والصحاري والمواقع الاثرية التي تروي تاريخا

طويلا، فضلا عن وجود العدي من أماكن التسوق في تونس، وهي الاماكن التي تتوزع في كل المدن التونسية وتتركز في تونس العاصمة، وتنوع الاسواق في تونس بشكل كبير، حيث توجد الاسواق التقليدية- والتي تعد من اجمل أماكن السياحة في تونس بجوار كونها أماكن تجارية، ومن أمثلتها: (سوق باي-سوق البركة -سوق البلاغجية... الخ)، كما توجد بها المراكز التجارية الحديثة، والتي تم انشائها على أحداث الانماط المعاصرة لتكون ملبية لكافة الفئات السياحية الوافدة الى البلاد، ومن أمثلتها: تونيزيا مول- آيس مول- مول لو سكور- تونس سيتي.

3.2.2 مقومات الجذب السياحي للمغرب

يتميز المغرب بمؤهلات سياحية متنوعة، يقع شمال إفريقيا فإنه يبعد عن أوروبا 14 كلم، و يمتلك واجهتين بحريتين الاولى في الشمال مع البحر الابيض المتوسط، والثانية في الغرب مقابله المحيط الاطلسي، ويعتبر موقعه مفترق للتأثيرات التجارية والثقافية والمناخية .

ففي عام 2017 تم تصنيف المغرب على أنها الوجهة السياحية الاولى على مستوى إفريقيا، إذ اجتذبت أكثر من 10.30 مليون سائح إليها، وهذا للتعرف على ثقافتها وتاريخها ، ومن أبرز الوجهات السياحية فيها هي مدينة مراكش، والتي اجتذبت أكثر من 2 مليون سائح خلال عام 2017، وهي عاصمة المصنوعات اليدوية القديمة، وتحتوي على أكبر سلسلة فنادق، وتم تصنيفه بعض المناطق المغاربية مثل مدينة فاس والمدينة التاريخية مكناس ضمن مواقع التراث العالمي لمنظمة اليونسكو وهذا راجع لأهميتها التاريخية، ومعظم السياح الذين يتجهون للمغرب من دول اوروبية : كإسبانيا وفرنسا.

اما السياحة العلاجية فهي منتشرة عبر التراب المغربي لانتشار الحمامات، وأشهرها "حمام مولاي يعقوب" وتتميز بالخصائص الاستشفائية للمياه المعدنية المتعارف عليها دوليا، يجعلها قادرة على تلبية الطلب المحلي والدولي.

إذ تحتوي المغرب على شبكة من المطارات ، كما يمكن التنقل داخل المغرب و الذهاب الى كبريات مدنها السياحية بواسطة القطارات، كما يوجد فنادق مصنفة ومركبات سياحية ضخمة، وكذا مخيمات وفنادق

غير مصنفة، ويمكن توضيح تطور الطاقات الاستيعابية للفنادق المصنفة بمقياس عدد الاسرة من خلال الجدول رقم (03) التالي:

الجدول رقم (03): عدد الاسرة في المغرب 2010-2019:									
عدد السنوات	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد الاسرة (الف سرير)	174.0	200.0	211.6	221.6	231.3	242.7	253.7	261.1	268.8
نسبة التغير	5.71	6.50	5.76	4.72	0.58	2.65-	4.53	2.92	2.95

Source : Haut_commissariat au plan du Maroc, « le Maroc en chiffres 2010-2012»,tourism,p104-107.site https://www.hcp.ma/downloads/Maroc-en-chiffres_t13053.html 02/01/2019.

- ministère du Tourisme : "tourisme en chiffres,Fréquentation hôtelière, Évolution par destination de la capacité hôtelière classée en lits2017-2019 :<https://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement> consulté le 14-01-2021

3. مقارنة وتحليل العلاقة بين ترتيب الدول المغربية في تقرير تنافسية السياحة والسفر

من خلال العنصر يمكننا إعطاء تحليل لموقع جودة وتنافسية الخدمات السياحية للدول المغربية وفقا لمنهجية المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) سواء من خلال المؤشر الكلي والمؤشرات الفرعية للدول العينة ،استعملنا الدرجات والترتب المتعلقة بهذه الأخيرة . وفي الجدول الموالي تطور ترتيب هذه الدول ضمن مؤشر التنافسية الكلي:

الجدول رقم (04):ترتيب و مقارنة المؤشر الكلي للتنافسية السياحة و السفر للدول المغاربية خلال الفترة2007-2019														
الدول	2007		2009		2011		2013		2015		2017		2019	
	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة
المغرب	57	4.2	75	3.8	78	3.9	71	4.03	62	3.8	65	3.8	66	3.9
	34	4.7	44	4.3	47	4.3	/	/	79	3.5	87	3.5	85	3.6
١	9	3	1	3	1	3	1	3	1	2	1	3	1	3

- Source : world economic forum, the travel & tourism competitiveness report (2007; 2009; 2011; 2013; 2015 ;2017 ;2019)

يتبن من خلال عرض النتائج للمؤشر الكلي أن المغرب احتلت المرتبة الأولى بين الدول المغربية قاطبة بحلول المراكز رقم (65) (66) عالميا للعامين 2017 2019 على التوالي، في حين حققت تونس أفضل المراتب في السنوات الأولى من الإصدار لعام 2007 المرتبة (34) عالميا والأولى بين الدول المغربية و بعد ذلك بدأت بالتراجع وبالنسبة لسنة 2013 تم إقصاءها للمرة الأولى من الترتيب لعد توفر معطيات واضحة وذات مصداقية حول مناخ الاستثمار و السياسات الاقتصادية المتبعة من قبل الحكومة، أما في سنة 2017 احتلت مرتبة الثانية بين الدول المغربية و 87 عالميا ثم تتقدم للمركز 85 عام 2019 ، أما عن الجزائر ، فلما لاحظ أنها موجودة في الرتبة الثالثة بين الدول المغربية في كل السنوات منذ بداية صدور التقارير حيث أنها في عام 2017 بتصنيفها 118 عالميا ثم تتقدم للمركز 116 عالميا عام 2019 وهذا يعكس فعلا مدى ضعف التنافسية القطاع السياحي في الجزائر مقارنة بدول (تونس و المغرب) . ويهدف التقرير بالأساس إلى قياس العوامل والسياسات التي تمكن من تطوير الاستدامة في قطاع السياحة والسفر، كما يوفر أداة قيمة لواضعي السياسات والشركات والقطاعات التكميلية لفهم وتوقع الاتجاهات والمخاطر الناشئة في السفر والسياحة العالمية، وتكييف سياساتهم وممارساتهم، وتسريع النماذج الجديدة التي تضمن طول العمر لهذا القطاع المهم (الصبان، 2019)، وللمزيد من التوضيح عن مؤشر تنافسية السياحة والسفر نقوم بتحليل المؤشرات الفرعية المكونة له خلال السنوات 2015-2019 و المعطاة كما يلي :

الجدول رقم (05) : ترتيب الدول المغربية في المؤشر الرئيسي الأول البيئة التمكينية

المؤشر الأول : البيئة التمكينية

الدولة	المؤشر ككل			بيئة العمل			الأمم و السلامة			الصحة والنظافة			الموارد البشرية وسوق العمل			جاهزية تكنولوجيا		
	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019
المغرب	71	/	/	42	49	38	37	20	28	98	99	97	107	117	99	75	77	72
تونس	75	/	/	71	66	68	98	102	90	76	75	80	87	113	101	76	73	80
الجزا	99		/	121	110	118	95	81	53	84	89	76	109	112	102	105	96	89

المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015-2017-2019.

بين هذا المؤشر أن الجزائر جاءت في المرتبة 99 عالميا في مؤشر البيئة التمكينية وفقا لمعطيات سنة 2015 كما نلاحظ كل من المغرب و تونس تحصلت على المرتبة 71 و75 عالميا على التوالي لنفس السنة، أما من حيث الترتيب في المؤشرات الفرعية فقد تفوقت الجزائر كلا السنتين 2015 و2017 على تونس في مؤشر الأمن والسلامة وهو يرجع بالأساس إلي ما تعرضت إليه تونس إلى الظروف الامنية، وتفوقت على المغرب في السنتين في مؤشر الصحة والنظافة، وبالرجوع إلى المتغيرات المكونة لمؤشر الأمن والسلامة في قاعدة البيانات الممتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)، نلاحظ أن الجزائر تحصلت على المرتبة 9 عالميا لسنة 2015 و 40 عالميا لسنة 2017 في قيمة معدل جرائم القتل في مؤشر الأمن والسلامة، مقارنة بتونس فكانت في سنة 2015 في المرتبة 67 في نفس المتغير، أما في سنة 2017 فحصلت على المرتبة 53 عالميا، أما بالنسبة للمتغير مدى انتشار فيروس الايدز (HIV) في مؤشر الفرعي الصحة والنظافة فحصلت الجزائر على مرتبة مقبولة أما بالنسبة للمتغير كثافة الطاقم الطبي (physician density) والمتغير عدد المستشفيات (Hospital beds) فكانت في المرتبة أفضل من المغرب، وكذلك تأخرها في المؤشر الفرعي جاهزية تكنولوجيا المعلومات وهذا عدم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

الجدول رقم (06) : ترتيب الدول المغاربية في المؤشر الرئيسي الثاني سياسات والظروف الملائمة في قطاع السياحة والسفر

المؤشر الثاني : سياسات السياحة و السفر و الظروف المناسبة

الدولة	نتيجة المؤشر ككل			تحديد اولويات السياحة والسفر			الانفتاح الدولي			تنافسية الأسعار			الاستدامة البيئية		
	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019
المغرب	62	/	/	26	35	26	94	91	80	47	47	46	70	107	44
تونس	50	/	/	44	48	45	91	76	106	7	9	12	59	89	46
الجزائر	135	/	/	139	131	132	137	134	139	10	4	08	106	113	133

المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على تقارير الممتدى الاقتصادي العالمي 2015-2019

القدرة التنافسية لقطاع السياحة و الأسفار في دول المغرب العربي حسب تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي - دافوس
(دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس و المغرب)

وبالنسبة للمؤشر الثاني السياسات والظروف الملائمة في قطاع السياحة والسفر أن الجزائر كانت في المرتبة الأخيرة (135) من مجموع 141 دولة لسنة 2015 ، وأما بالنسبة لتونس والمغرب فكانت في الترتيب كما يلي (50) (62) على التوالي لنفس السنة .

وبالأساس راجع سبب تأخر الجزائر في هذا المؤشر حيث كان اهتمام الجزائر بأولوية قطاع لسياحة والسفر كصناعة ضعيفا و متأخر نسبيا، وضعف فاعلية التسويق كآلية لجذب السياح ، وضعف منظومة البيانات السياحية لعد توفر الإحصاءات الكافية والدقيقة في هذا المجال .

وعلى العموم فقد حصلت الدول المغاربية جميعها على ترتيب متقدم في المؤشر الفرعي الخاص بالتنافسية الأسعار، فالجزائر كانت في المركز الرابع لسنة 2017 ثم تاليها تونس في المركز 9 لنفس السنة، من ثم المغرب، وكان هذا التقدم في هذا المؤشر بسبب انخفاض تكاليف المعيشية في هذه البلدان مقارنة بكثير من دول العالم، وانخفاض أسعار الوقود في الجزائر والتي تؤثر بشكل مباشر على تكاليف السفر .

الجدول رقم (07) : ترتيب الدول المغاربية في المؤشر الثالث البنية التحتية

الدول	المؤشر الثالث : البنية التحتية											
	نتيجة المؤشر ككل			البنية التحتية للنقل الجوي			البنية التحتية للنقل الأرضي والبحري			البنية التحتية للخدمات السياحية		
	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019
المغرب	68	/	/	64	63	58	69	60	61	65	80	78
تونس	76	/	/	77	85	82	94	95	99	61	69	68
الجزائر	133	/	/	100	113	99	105	121	90	138	131	136

— المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015-2019 .

وبالنسبة لمؤشر البنية التحتية للسياحة والسفر، نلاحظ أن كل الدول المغاربية ليست ضمن مقدمة دول العالم في هذا المؤشر، حيث أنها كلها تعدت المرتبة 50 الأولى في العالم ،وبالإشارة إلى ترتيب

الجزائر ضمن هذا المؤشر أنها في تأخر فهي تحتل المرتبة 133 عالميا مقارنة بالمغرب التي تحتل المرتبة 68 عالميا لسنة 2015 ، ونلاحظ كذلك بالنسبة للمؤشرات الفرعية هناك تراجع في ترتيب بالنسبة للمؤشر الفرعي البنية التحتية للنقل الجوي ففي سنة 2015 كانت في ترتيب 100 ثم تراجعت للمرتبة 113 لسنة 2017 وهنا أنها تعاني من ضعفا شديدا في كافة المؤشرات الخاصة بالبنية التحتية و عدم توفر وحدائة وسائل النقل بأنواعها .

الجدول رقم (08) : ترتيب الدول المغاربية في المؤشر الرابع الموارد الثقافية و الطبيعية

الدول	المؤشر الرابع : الموارد الثقافية والطبيعية								
	نتيجة المؤشر ككل			الموارد الطبيعية			الموارد الثقافية		
	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019
المغرب	45	/	/	59	47	63	39	41	47
تونس	99	/	/	105	94	90	70	83	90
الجزائر	90	/	/	127	124	126	50	55	51

المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015-2017-2019.

أما من حيث الموارد الطبيعية والثقافية فنجد احتلال المغرب الصدارة الدول المغاربية و الإفريقية والأولى عربيا والمركز (45) علميا حسب تقرير لسنة 2015، وهذا من حيث عدد المواقع الأثرية التي تعتبر تراثا إنسانيا عالميا و البالغ عددها 9 مواقع ، وكذلك الوضعية الأمنية و السياسية التي يمر بها العالم تزيد من أهمية احتلال المغرب لهذا المركز ففي الوقت التي تخرب فيه المواقع الأثرية في العراق وسوريا، يظهر المغرب في وضعية أحسن في الجانب الثقافي .

أما عن الجزائر فقد تم إحصاء 7 مواقع مصنفة في التراث العالمي منها مثلا (واد ميزاب ، تيمقاد ، قصبه الجزائر... الخ) وفي تونس بلغ عدد المواقع الطبيعية و الثقافية عالميا 8 مواقع ومنها (مدينة تونس القديمة ، موقع قرطاج الأثري ، محمية اشكل الوطنية... الخ) - (wikipedia).

فمؤشر الموارد الطبيعية والثقافية يعتبر أهم عناصر الجذب السياحي المتوفر في هذه الدول إلا أن عدم تبني استراتيجيات سياحية واضحة الأهداف لاستغلال هذه النقطة القوة للرفع من المركز التنافسي السياحي بشكر كبير وخاصة بالنسبة للجزائر وتونس .

وكخلاصة عن تنافسية السياحة للدول المغاربية من خلال مؤشر التنافسية السياحية والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي، نلاحظ أنها تتفاوت من حيث التنافسية السياحية عالميا إلا أنها في مجملها تحتل مراتب متأخرة وليست بمستوى الإمكانيات السياحية سواء الطبيعية أو التاريخية أو البشرية ، خاصة الجزائر التي تدهور وضعها التنافسي راجع الى سوء استغلالها للإمكانيات السياحية والى اهمال القطاع السياح مقارنة بالدول المقارنة الذي يعتبر قطاع السياحة ذا اهمية سواء كانت اقتصادية، اجتماعية أو بيئية، استنادا الى المؤشرات الواردة في التقارير السياحية والسفر تبين أن سبب احتلال الجزائر تلك المراكز ذلك راجع الى الاسباب التالية:

- ♦ نقص في إعداد القوانين والتشريعات المنظمة لقطاع السياحة والاستثمار السياحي؛
- ♦ حجم الإنفاق الحكومي الضعيف على تطوير وترقية النشاط السياحي ؛
- ♦ قلة الاحترافية؛
- ♦ قلة المرافق والتسهيلات السياحية من بنية التحتية وفنادق، ومتطلبات صناعة السياحة التي تعد ضرورية؛
- ♦ الخدمات المقدمة الغير تنافسية؛

4. انعكاسات تنافسية السياحة والسفر الى تطور الحركة السياحية الدولية لدول العينة:

تؤكد اتجاهات الحركة السياحية الى استمرارية حدة المنافسة بين دول العالم لاجتذاب أكبر عدد ممكن من السياح من ناحية، وتزايد عدد الدول النامية الساعية لتطوير قطاعها السياحي من اجل الحصول على نصيب من السياحة الدولية من ناحية اخرى، كما توضح متابعة الحركة السياحية تزايد النمو السياحي في العالم وتنوع مجالات القطاع السياحي، والجدول (08) يوضح تطور حركة السياح الدوليين الى دول العينة (الجزائر ، تونس والمغرب) :

الجدول (09) : تطور حركة السياحة الدولية الوافدة (الجزائر، تونس، المغرب) للفترة 2010-2019
الوحدة: الف سائح

الدول	2010	2013	2015	2017	2019
الجزائر	2070	2733	1710	2451	2371
تونس	7828	7352	5359	7052	9429
المغرب	9752	10349	10542	11540	13109

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات البنك الدولي <https://data.albankaldawli.org>

تشير الأرقام الواردة في الجدول (08) والمتمثلة في تطور حركة السياحة الدولية للجزائر وتونس والمغرب من خلال الفترة 2010-2019 نلاحظ ان هناك تفاوت جد كبير في الأرقام للسياح الوافدين للدول العينة :: فالجزائر بالرغم من تنوعها وطبيعتها القادرة على استقطاب السياح من انحاء جميع العالم ومع ذلك لا يقبل السياح بكثرة الى الجزائر مقارنة بالدول المجاورة وهذا ما تعكسه الأرقام الواردة في الجدول، حيث تراوح عدد السياح الوافدين اليها بين مليون و 700الف- ومليون و 700 الف سائح وافد وكان أكبر رقم في سنة 2013، وذلك راجع الى مدى تأخر على مستوى تطوير هذا المجال، إضافة الى ما تعاني منه الجزائر من مشكلة حقيقية فيما يتعلق بالترويج لسياحتها وتنوع البرامج وتنظيم رحلات استكشافية الى مناطق مختلفة في الجزائر تساعد على جذب السياح و تحويل البلاد الى وجهة سياحية مفضلة بالنسبة للسياح الاجانب ففي الواقع مسألة توفر البنى التحتية الملائمة ومدى جاهزيتها وهذه تعتبر من أهم النقائص ، كما ذكرنا سابقا التي تظل بعض المواقع والتي تعتبر من بين أكثر المناطق التي تثير اهتمام السائح في الجزائر مغلقة امام الاجانب.

ونأتي الى تونس نلاحظ هناك تطور جد ملحوظ في حركة السياحة الدولية الوافدة وهذا ما تشير اليه الأرقام الواردة في الجدول (08) ليتجاوز 7 ملايين سائح في عام 2010 وهذا يعود الى اتباع استراتيجية تهدف لتوفير البنية التحتية وزيادة برامج الترويج والتركيز على السياحة البينية من خلال جذب السائح في الاسواق المغاربية خاصة الجزائر، وكذا تبنيها لخطوة تهدف لتعزيز موقع تونس في الاسواق التقليدية(المانيا، فرنسا، إسبانيا، بريطانيا) وحرصها على اختلال اسواق جديدة(دول الخليج، الصين، اليابان) واعتمادها على سياسة مشجعة على الاستثمارات السياحية وتنوع المنتج السياحي لدى الاسواق الكبرى، في حين نرى انخفاض حاد في عدد السياح الوافدين الى تونس بلغ حوالي 5 ملايين سائح خلال الفترة 2011-2015 ، أما في عام 2019 تخطى عدد السياح عتبة 9.5 مليون سائح للمرة الاولى في تاريخ البلد السياحي التونسي، منذ بداية تأسيس المنتجعات السياحية في ستينيات القرن الماضي، ويعود هذا التحسن بالأساس الى تحسن الوضع الأمني ومواصلة الجهود التي بذلتها الحكومة التونسية في هذا المجال، حيث ركزت ما بين 2016-2019 على إحداث أنماط جديدة للإيواء السياحي على غرار الإقامة الريفية والاستضافات العائلية والنزل ذات الطابع المميز وكذلك بعث مراكز التنشيط والمنزهات السياحية، كما عملت على استقطاب علامات تجارية كبرى في مجال السياحة والفندقة على غرار "فور سيزن " بضاحية قمرت باستثمارات قدرها 234 مليون دينار ، (tourisme.gov.tn) ومؤخرا "آنانترا" بتوزر الذي بلغت كلفة إنجازه حوالي 150 مليون دينار ،

وبخصوص مشاركة تونس في التظاهرات العالمية شاركت في 322 معرض وصالون سياحي بأبرز الأسواق السياحية واحداث آلية جديدة لدعم النقل الجوي لمتعدي الرحلات بمختلف الأسواق السياحية وتطوير الخدمات الرقمية للتعريف بالسياحة التونسية، الى جانب إحداث وكالة التكوين في مهن السياحة. اما بخصوص تطور الحركة السياحة الدولية يأتي المغرب في الصادرة مقارنة بالدول المقارنة الاخرى، حيث تعتبر السياحة ركيزة اقتصادية أساسية في المغرب وهي حاسمة لأي استراتيجية مالية ، تراوح عدد السياح الوافدين ما بين 7.9 ملايين سائح عام 2010 ليترفع العدد الى 13.1 مليون سائح عام 2019 ، من بين العوامل التي تعزز السياحة وفقاً لمجموعة أكسفورد للأعمال تنوع أسواق المصادر (oxfordbusinessgroup)، مما يعني أن الزوار إلى المغرب يأتون من بلدانٍ مختلفة . كذلك زيادة ترويج صورة السياحة للمغرب، كما يعمل المغرب على جعل المقصد المغربي كواحدة من أفضل 20 وجهة سياحية في العالم من خلال برامج في مجالات متعددة منها : والسياحة والثقافة والتراث، والترفيه، والرياضة والاستجمام، والسياحة المستدامة.

خاتمة : تمثل القدرة التنافسية للسياحة و السفر القدرة على إيجاد منتجات و خدمات سياحية جديدة قابلة للتسويق وعالية الجودة فضلاً عن سرعة تنافسية أسعار الخدمات السياحية، للملائمة أكثر مع حاجات السوق السياحي العالمي والمحلي، والتي تقوم على عدة متغيرات خدمية من صحة ونظافة وجودة في الموارد البشرية وتكنولوجيا واتصالات وبنى تحتية، وعوامل طبيعية و ثقافية ..الخ، تجعل من تطويرها بشكل اجمالي شيء ليس من السهل تحقيقه، بل يتطلب استراتيجيات واضحة وفعالة . في هذا المقال الذي اهتم بتحليل عناصر تقرير التنافسية والسفر للمنتدى الاقتصادي دافوس نجد تفاوت ملحوظ بين كل من الجزائر ، تونس والمغرب والذي سنحصره في النتائج التالية .

- تدني الاسعار المرافقة لمختلف الخدمات السياحية في الجزائر ، كما أن من نقاط قوتها امتلاكها لمقومات طبيعية هائلة ؛ حيث اتحلت المركز 4 عالميا لعام 2017 بتقييم 6.00 درجة من أصل 7 درجات في مؤشر التنافسية للأسعار في مجال T&T أي انها من الوجهات السياحية الارخص في العالم، والاولى مغاريا والثانية افريقيا بعد مصر؛
- تملك الجزائر ميزة نسبية في مجال السياحة الحموية والسياحة الصحراوية، الا أن ترقية المرافق السياحية يبقى تحدي قائم لديها؛

- أما تونس ورغم تحقيقها لنتائج جيدة في مجال السياحة الشاطئية، وامتلاكها ميزة تنافسية فيها، ما زالت تمثل تحدي أمامها وهي الوضع البيئي السائد فيها اذ جاءت في المركز 89 عالميا في مؤشر الاستدامة البيئية؛

- من المؤشرات السلبية للسياحة التونسية نقص الموارد الطبيعية وضعف تهمين التراث الثقافي والتي فيهما احتلت المراكز 94، 83 على التوالي لعام 2017 زد الى ذلك ضعف تنافسية السوق (135)

- أما بالنسبة للمغرب فقد حقق قوة جذب سياحي مقبولة الا أن ضرورة تدعيم التنمية البشرية فيه أمر مطلوب ،حيث جاء المغرب في مؤشر التنمية البشرية وسوق العمل لعام 2017 المركز 117 عالميا؛

- كما ان المغرب تميز بارتفاع أسعار الخدمات السياحية فيه،حيث جاء المغرب في المركز 47 عالميا لعام 2017، مما يجعل سياسة سعر الخدمات السياحية أمر يجب النظر فيه.

التوصيات: ارتكازا على المنهج المقارن ووفقا للتحليل السابق نقترح مجموعة من التوصيات التي من خلالها يمكن لدول عينة الدراسة عامة وللجزائر خاصة النهوض بقطاعها السياحي وترقية منتوجاتها السياحية ورفع مستوى الخدمات السياحية فيها الذي يحفز زيادة الطلب السياحي ورفع نصيبها من السياحة الدولية و زيادة قدرتها التنافسية لمواكبة نقاط القوة لدى الدول المقارنة (تونس، المغرب) وحتى الدول المنافسة الاخرى ما يلي:

- الاهتمام أكثر بسياسات الترويج وتعزيز صورة الجزائر كمقصد سياحي في الأسواق الرئيسية؛
- تحسين وتطوير التدريب الخاص بالإرشاد السياحي ، التركيز أكثر على الميزة النسبية السياحية لكل

دولة ؛

- تنشيط وتحفيز الاستثمار السياحي في دول العينة وإيجاد اليات تضمن تطوير البنى التحتية والمرافق خاصة في قطاع السياحة ؛

-العمل على أن تكون دولة الجزائر مقصداً سياحياً مستداماً من خلال تطوير المنتجات السياحية التقليدية والمتخصصة وتفعيل خطط التنمية السياحية المستدامة وزيادة فرص الاستثمار السياحي

بالدولة؛

- متابعة التشريعات الخاصة بقطاع السياحة و تقديم مقترحات و مشاريع لقوانين داعمة للقطاع؛

- إيلاء أهمية لتطوير البنى التحتية التكنولوجية، لما أصبح يوليها السائح الأجنبي من أهمية في اختيار

مقصده السياحي ؛

- ضرورة الاعتناء المطلق بجوانب النظافة و السلامة و ترقية جودة الخدمات السياحية ، تطوير و تمشين التراث الالامادي ؛

المراجع

- 1 - (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 2018 12 ، 18، من موقع سفاري:
[/https://www.sfari.com/forums/sfari53/travel23038](https://www.sfari.com/forums/sfari53/travel23038)
- 2 - عميرة عائد . (بلا تاريخ). معاناة السياحة الجزائرية رغم امتلاكها كل المقومات . تاريخ الاسترداد 10 03، 2017، من <https://www.noonpost.com/content/17006>
- 3- المجلد ،مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا . الدور التنموي للسياحة في البلدان المغاربية . (2018). هـ ، حميدوش 3- 67-80. (18 العدد) 14
- 4- Gary, H., & Prahalad, C. (2007). *Competing for the Future*. Harvard Business Press.
- 5- Nicole p, H. (2011). An Examination of the "Sustainable Competitive Advantage" Concept: Past, Present, and Future. *Academy of Marketing Science Review*.
- 6 - take. (بلا تاريخ). السياحة في تونس: فاتنة شمال إفريقيا على البحر المتوسط . تاريخ الاسترداد 12 2018، 21، من <https://takeweek.com/tunisia>
- 7- WEIGERT, M. (le 12 décembre 2015). Tourisme et intégration euro-méditerranéenne: quel rôle pour les firmes touristiques dans l'évolution du tourisme au maghreb? université paris 1- pantheon-sorbonne, école doctorale de géographie de paris .
- 8- world tourism organization, U. N. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. New York: Department of Economic and Social Affairs Statistics Division.
- 9 - أبوبكر مصطفى محمود. (2006). الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية. مصر: الدار الجامعية.
- 10 - الإذاعة الجزائرية . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 12 2018، 24، من الجزائر وتونس توقعان على ثلاثة اتفاقيات توأمة في مجال التكوين السياحي: <http://www.radioalgerie.dz>
- 11 - البوابة الوطنية، قطاع الاتصال . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 12 2018، 24، من بحث سبل تعزيز التعاون بين المغرب وتونس في المجال السياحي: <http://www.maroc.ma>

- 12 - الراجحي محسن عبد الله ، عبد الجبارالموسوي صفاء، و عيسى عادل. (2016). الميزة التنافسية في للنشاط السياحي. الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 13 - الشبكة العربية لترويج السياحة البيئية . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 24 12، 2018، من <http://www.gerasanews.com>
- 14- مجلة اقتصاديات شمال . الدور التنموي للسياحة في البلدان المغاربية . (2018). ه. ر. حميدوش 73، 14(18)، إفريقيا
- 15 - دليل السياحة الخضراء . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 18 12، 2018، من <https://www.th3tourismnow.com>
- 16- فرص التكامل بين الجزائر، تونس والمغرب للتسويق لمبدأ المقصد . (جوان، 2017). أ. سفاري 234-213، (01العدد)4المجلد، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية . السياحي الاعظم
- 17 - فاطمة الزهراء الصبان. (4 9، 2019). تقرير تنافسية السياحة والسفر 2019: المغرب يحتل المرتبة السادسة عربيا والأولى مغاربيا . تم الاسترداد من [yabiladi: https://www.yabiladi.ma](https://www.yabiladi.ma)
- 18 - وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 21 12، 2018، من المتاحف: <http://www.tourisme.gov.tn>
- 19 - وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 22 12، 2018، من الحمامات المعدنية: <https://www.mta.gov.dz>
- 20 - وزارة السياحة والصناعة التقليدية التونسية . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 21 12، 2018، من سياحة معالجة بمياه البحر: <http://www.tourisme.gov.tn>