

قياس وتحليل موسمية الطلب السياحي الأجنبي (حالة الجزائر، المغرب وتونس)

Title in English Measuring and analyzing the seasonality of foreign tourist demand (case of Algeria, Morocco and Tunisia)

مزواغي جيلالي، مخبر إستراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر، جامعة مستغانم،

djilali.mezouaghi@univ-mosta.dz

عدالة العجال، مخبر إستراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر، جامعة مستغانم،

laadjal.adala@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2020/06/06

تاريخ القبول: 2020/05/16

تاريخ الاستلام: 2020/01/22

ملخص: تهدف الدراسة إلى قياس وتحليل نمط وسعة موسمية الطلب السياحي الأجنبي في كل من الجزائر، المغرب وتونس خلال الفترة 2013-2017، من خلال مؤشر الموسمية، معامل التباين الموسمي، معامل جيني ومنحنى لورنز. وخلصت إلى أن موسمية الطلب السياحي الأجنبي في الجزائر كانت أحادية الذروة وذات سعة ضعيفة، متعددة الذروة في المغرب وذات سعة متوسطة نسبيا، أما في تونس فكانت ثنائية الذروة وذات سعة أكبر مما هي عليه في الجزائر والمغرب (حادثة)، وتعود أسبابها إلى عوامل طبيعية ومؤسسية.

الكلمات المفتاحية: الطلب السياحي؛ السياح الأجانب؛ الطلب السياحي الأجنبي؛ مؤشر الموسمية؛ معامل جيني؛ منحنى لورنز.

تصنيف JEL : C41، L83، Z39، O55.

Abstract: The study aims to measure and analyze the pattern and amplitude of the seasonality of foreign tourist demand in Algeria, Morocco, Tunisia during 2013-2017, by using the seasonality index, seasonal coefficient of variability, Gini coefficient, Lorenz curve. It concluded that the seasonality in Algeria was single-peak and of low amplitude, multi-peak in Morocco and relatively medium amplitude, while in Tunisia it was dual-peak and of higher amplitude than it was in Algeria and Morocco (acute), due natural and institutional factors.

keyword: tourism demand; foreign tourists; foreign tourist demand; seasonal index; Gini coefficient; Lorenz curve.

JEL classification code : C41, L83, Z30, O57

المؤلف المرسل: مزواغي جيلالي، الإيميل: djilali.mezouaghi@univ-mosta.dz

1. مقدمة:

يشهد السوق السياحي الدولي نمواً متسارعاً نتيجة عدة عوامل أهمها التنمية السياحية وترقية الجهات والمغريات، زيادة دخول الأفراد واحتجهم إلى السفر، العولمة والتقدم التكنولوجي، وأصبحت السياحة بذلك قطاعاً تصديرياً ومُدبراً للنقد الأجنبي الناتج عن زيادة الإنفاق السياحي للوافدين عبر الحدود الدولية ونمو الطلب السياحي الدولي، إذ يضم هذا الأخير الوافدين من أبناء البلد غير المقيمين فيه (المغتربين)، والوافدين الأجانب من جنسيات مختلفة (الطلب السياحي الأجنبي)، إلا أن السوق السياحي يتميز بموسمية الطلب، مما يجعل المؤسسات السياحية والحكومات أمام البحث عن الأسباب والحلول للحد من آثار هذه الظاهرة. ولعل دول المغرب العربي وعلى رأسها الجزائر التي تسعى إلى جعل السياحة كبديل استراتيجي للمحروقات، وكل من المغرب وتونس، تعاني ظاهرة موسمية الطلب السياحي، بالرغم من موقعها الهام بالشمال الإفريقي والبحر الأبيض المتوسط الذي يفصلها عن أوروبا وجنوب آسيا، بالإضافة إلى الإمكانات الطبيعية والحضارية والثقافية (الثقافة العربية والإسلامية).

إشكالية الدراسة:

على ضوء ما سبق يمكننا طرح إشكالية الدراسة كما يلي:

ما طبيعة موسمية الطلب السياحي الأجنبي في كل من الجزائر، المغرب وتونس؟

وتتفرع هذه الإشكالية إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي موسمية السياحة؟ محدداتها وطرق قياسها؟

- ما نمط وسعة موسمية الطلب السياحي الأجنبي في كل من الجزائر، المغرب وتونس؟

فرضيات الدراسة:

قمنا بوضع فرضيات كإجابات محتملة على إشكالية الدراسة كما يأتي:

- **الفرضية الأولى:** تعاني كل من الجزائر، المغرب وتونس من حدة موسمية الطلب السياحي الأجنبي؛

- **الفرضية الثانية:** يختلف نمط موسمية الطلب السياحي الأجنبي وتتفاوت سعتها في الدول محل الدراسة؛

- **الفرضية الثالثة:** عامل المناخ هو السبب الرئيسي في حدوث موسمية الطلب السياحي الأجنبي في الدول محل الدراسة.

أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- فهم ظاهرة الموسمية ومسبباتها، وقياس وتحديد طبيعة موسمية الطلب السياحي الأجنبي بشكل خاص من حيث نمطها وسعتها؛

- تشخيص مواسم الذروة والكساد، في كل من الجزائر، المغرب وتونس، ومحاولة تحليل ومقارنة النتائج والأسباب.

منهجية الدراسة:

قمنا بإتباع المنهج الوصفي التحليلي في عرض أهم أدبيات الدراسة وتحليل البيانات ومقارنة النتائج المتحصل عليها، بالاعتماد على إحصائيات شهرية للطلب السياحي الأجنبي في كل من الجزائر، المغرب وتونس خلال الفترة الممتدة من 2013 إلى 2017.

دراسات سابقة:

اعتمدنا في دراستنا على ضوء بعض الدراسات السابقة العربية والأجنبية وهي كالتالي:

- دراسة (Karamustafa & Ulama, 2010): الموسومة بـ "Measuring the seasonality in tourism with the comparison of different methods"، والتي هدفت إلى قياس موسمية السياحة في تركيا للفترة 1998-2007 بطرق مختلفة ومقارنة النتائج المتحصل عليها، من خلال قياس نسبة الموسمية، مؤشر الموسمية، معامل جيني، مؤشر الموسمية (طريقة السلاسل الزمنية)، وخلصت الدراسة إلى أن كل الطرق مهمة ومكملة لبعضها البعض في قياس موسمية السياحة.

- دراسة (درويش و مبيروك، 2015): الموسومة بـ "التركز الموسمي للطلب السياحي الدولي في الجزائر: قياس وتحليل حسب الجنسيات للفترة (2000-2013)"، التي هدفت إلى تحديد واقع موسمية السياحة الدولية في الجزائر وقياسها وتحليلها حسب الجنسيات، من خلال قياس مؤشر الموسمية، معامل التباين الموسمي، معامل جيني، معامل الاختلاف الموسمي، والتحليل بحساب التأثير الهامشي النسبي لكل سوق (حسب الجنسيات)، وخلصت إلى وجود موسمية أحادية الذروة تتركز في الربع الثالث من كل عام، وتعود مسيبتها أساسا إلى توافد الجزائريين المقيمين بالخارج.

- دراسة (حجي و عبد الله، 2015): الموسومة بـ "أثر الموسمية على السوق السياحي (الطلب والعرض السياحي) مصيف شقلاوة نموذجا"، وهدفت إلى معرفة العوامل المؤثرة على موسمية السياحة في منطقة "شقلاوة" بالعراق عام 2013، من خلال تحليل الطلب السياحي ممثلا بعدد الوافدين ونسبة الإشغال في فنادق المنطقة والبحث في علاقته بالعوامل المناخية (درجة الحرارة، تساقط الثلوج)، وخلصت إلى التركيز الموسمي في فصل الصيف، عكس فصل الشتاء، ويعود ذلك إلى عامل درجة الحرارة بشكل عام.

2. التاصيل النظري للطلب السياحي:

يعتبر الطلب السياحي أهم المؤشرات التي تعبر عن الحركة السياحية، ويعد بذلك مظهراً من مظاهر تنافسية القطاع السياحي على الصعيد الدولي.

1.2 مفهوم الطلب السياحي الأجنبي:

الطلب السياحي على الصعيد الدولي هو "عدد السائحين الذين ينتقلون من بلد ويدعى البلد المُصدّر للسياح (Generation country)، إلى البلد المُستقبل (host country) لغرض من أغراض السياحة" (السيسي، 2016، الصفحات 27-29)، أما الطلب السياحي الأجنبي فهو جزء من الطلب السياحي الدولي، ويُعبّر عنه بعدد السياح الأجانب الوافدين عبر الحدود الدولية إلى بلد غير بلدهم الأصلي وغير البلد الذي اعتادوا العيش فيه، ويضم هذا المفهوم شرطين أساسيين أولهما شرط الجنسية التي لا تنتمي إلى البلد المُستقبل، وشرط عدم الإقامة به بأي شكل من الأشكال، وبالتالي يستثني هذا المفهوم مواطني البلد المُزار المغتربين، والأجانب المقيمين فيه.

2.2 خصائص الطلب السياحي الأجنبي:

يتميز الطلب السياحي الأجنبي بمجموعة من الخصائص أهمها:

- المرونة اتجاه المتغيرات الاقتصادية كمستوى الأسعار، سعر الصرف، والدخل الفردي؛
- الحساسية اتجاه العوامل الاجتماعية والأمنية، الموسمية وعدم تكرار السفر؛
- التوسع والتنامي نتيجة زيادة العرض السياحي وكذا التطور التكنولوجي والمواصلات، وزيادة رفاهية الأفراد في العالم (يوسف كافي و مصطفى كافي، 2017، الصفحات 104-

106).

3. موسمية السياحة:

إن اختلاف الظروف المناخية من فترة إلى أخرى يجعل الدول عامة والمؤسسات السياحية خاصة أمام مواجهة تحديات موسمية السياحة.

1.3 تعريف موسمية السياحة:

تُعرّف موسمية السياحة على أنها: "ظاهرة عدم التكافؤ في عدد السياح الوافدين خلال أشهر السنة، ويعود ذلك بالدرجة الأولى إلى عامل المناخ (درجة الحرارة، تساقط الأمطار، طول ساعات النهار)، وتقاس على أساس نسبة السياح الوافدين في الشهر أو الفصل من إجمالي التوافد السياحي السنوي" [\(العسالي، 2016، الصفحات 181-182\)](#)، ويقصد بها كذلك: "حالة التفاوت والتذبذب في عدد السياح الوافدين، حيث تصل إلى أكبر عدد خلال فترة وتدعى بموسم الذروة (peak season)، وتخفض إلى أدنى عدد في فترة تدعى موسم الكساد (off season)" [\(الحميري و الطويل، 2016، صفحة 61\)](#).

2.3 أنماط موسمية السياحة:

حسب Bulter و Mao هناك أربعة أنماط لموسمية السياحة:

- أحادية الذروة: وهي الموسمية التي يبلغ فيها الطلب السياحي أعلى درجاته خلال فترة زمنية محددة بوضوح، ويكون متكافئاً وغير متفاوت خلال الفترات الأخرى من السنة، وهذا النمط من الموسمية هو الأكثر شيوعاً؛
- ثنائية الذروة: تتميز ببلوغ الطلب السياحي ذروته خلال فترتين مختلفتين في السنة، وتتخللها أشهر متكافئة؛
- الموسمية عديمة الذروة: وهي حالة التكافؤ في عدد السياح الوافدين على مدار السنة، وهي ناتجة عن عدم تأثر الطلب السياحي بالعوامل الطبيعية والمؤسسية؛

- الموسمية الديناميكية: وهي موسمية متعددة الذروة وتكون خلال فترة زمنية متغيرة ومنحركة على مدار السنة، ناتجة عمومًا عن عوامل مؤسسية واستراتيجيات تقوم بها الجهات لتحفيز الطلب السياحي (Weidner, 2009, p. 5).

3.3 محددات موسمية السياحة:

يرى معظم الباحثين أن موسمية السياحة ترتبط بعوامل طبيعية على غرار المناخ (درجة الحرارة وتساقط الأمطار، طول ساعات النهار،...الخ)، وعوامل مؤسسية كالإجازات المهنية والعطل المدرسية، ووقت الفراغ، الأحداث العامة والدينية (موسم الحج، عيد الميلاد، عيد الفصح،...الخ)، عادات السفر والدوافع، المواسم الرياضية (Alzboun, 2018, p. 131).

4.3 آثار الموسمية السياحية:

لموسمية السياحة آثار اقتصادية واجتماعية عديدة نذكر منها:

- تعتبر موسمية السياحة فرصة لتوفير العمالة المؤقتة في موسم الذروة، ولكنها تعتبر كذلك تهديدًا للعمالة المؤقتة في موسم الكساد؛

- تسبب الموسمية الاكتظاظ في موسم الذروة مما يؤثر على نوعية الخدمات المقدمة وجودتها، ومن المحتمل أن يفقد السائح شطرًا من المتعة والراحة ويأخذ انطباعًا بعدم الرضا عن الوجهة السياحية (Witt, Brooke, & Buckley, 2013, p. 41).

- مواجهة درجة عالية من عدم اليقين، تُعيق عمليات التنبؤ والتخطيط السياحي؛
- وجود حالة من التعطل في الطاقات في مواسم الكساد، وارتفاع في التكاليف الثابتة مقارنة بالمدخلات (مطر، 2014، صفحة 41).

4. قياس طبيعة الموسمية في كل من الجزائر، المغرب وتونس:

لعلّ قياس الموسمية في بلد ما غير كافٍ لتحديد مدى تأثيرها على الطلب السياحي الأجنبي، لذا ارتأينا دراسة حالة كل من الجزائر، المغرب وتونس خلال الفترة 2013-2017، لعرض النتائج المتوصل إليها ومحاولة استقرائها ومقارنتها.

1.4 بيانات الدراسة ومصادرها:

اعتمدنا في هذه الدراسة على البيانات الخاصة بعدد السياح الأجانب الوافدين عبر الحدود الدولية للدول محل الدراسة (أنظر الملحق 1)، من وزارة السياحة الجزائرية (*Algerian Ministry of Tourism and Handicrafts, 2013-2017*)، وزارة السياحة المغربية (*Moroccan Ministry of Tourism, 2018*)، والمعهد الوطني التونسي للإحصاء (*National Institute of Statistics, 2013-2017*).

2.4 أدوات القياس:

هناك طرق كمية عديدة لتقدير موسمية السياحة، وسنتطرق إلى أهمها في هذه الدراسة، كمؤشر الموسمية، ومعامل التباين الموسمي، معامل جيني، ومنحنى لورنز.

1.2.4 مؤشر الموسمية ومعامل التباين الموسمي:

يمثل مؤشر الموسمية نسبة الطلب الأجنبي الشهري المقدرة بعدد الأجانب من متوسط الطلب الأجنبي خلال نفس السنة، ويحسب على مدار جميع سنوات الدراسة، ويعتبر أداة لتحديد نمط الموسمية بين أشهر السنة (التباين البيني داخل السنة)، ومع ذلك فإن تقدير هذا الأخير مرتبط بقيم معامل التباين الذي يعتبر مقياس لتغير العوامل الموسمية لشهر معين خلال سنوات الدراسة (تقلبات السنوية البينية) (*De Cantis, Ferrante, & Franco, 2011, pp. 659-660*) حيث:

مؤشر الموسمية S_{index} في الشهر i : $S_{index} = y_{i,t} / \bar{y}_t$ (1)

حيث: $y_{i,t}$ هو عدد الوافدين الأجانب في الشهر i والسنة t .

$\bar{y}_t = \sum_{i=1}^I y_{t,i} / I$: \bar{y}_t متوسط عدد الوافدين في السنة t ويحسب كما يلي:

حيث I هو عدد أشهر السنة ويساوي 12.

معامل التباين الموسمي $CV_t(y_t)$: $CV_t(y_t) = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^I (y_{i,t} - \bar{y}_t)^2 / I}}{\bar{y}_t}$ (2)

2.2.4 معامل جيني ومنحنى لورنز:

معامل جيني هو أحد مقاييس التشتت الإحصائية، ويعمل على قياس سعة الاهتزاز الموسمي، أي درجة التفاوت وعدم المساواة في توزيع الطلب السياحي الأجنبي خلال فترة زمنية معينة في البلد المُستقْبَل للسياح (*Li, Chen, Li, & Goh, 2016, p. 93*)، وتكون قيمة هذا المعامل تتراوح ما بين 0 و 1 وكلما كانت هذه القيمة أقرب من الصفر، كان توزيع الطلب السياحي الأجنبي أقرب إلى المساواة، وكلما ابتعد عن 0 كان التوزيع غير متكافئ، ويدعم بمنحنى لورنز الذي يوضح أيضاً مفهوم معامل جيني، وذلك بمقارنة المساحة المحصورة بين خط 45° (خط المساواة الكاملة) والتي تمثل التوزيع المثالي للطلب السياحي الأجنبي، ومنحنى لورنز للطلب السياحي الأجنبي الفعلي (*Myers, 2016, p. 173*)، ويحسب معامل جيني كما يلي (*Karamustafa & Ulama, 2010, p. 203*):

$$G = \frac{2}{n} \sum_{i=1}^n x_i - y_i \quad \text{..... (3)}$$

حيث: G : معامل جيني؛ n : عدد أشهر السنة وتساوي 12؛ i : ترقيم الأشهر؛ x_i : ترتيب النسب المثلى والتي تشكل خط 45° (12/1، 12/2، ...، 12/12)؛ y_i : النسب الفعلية التراكمية في منحنى لورنز.

3.4. نتائج القياس وتحليلها:

بعد حساب مؤشر الموسمية ومعامل التباين الموسمي، تحصلنا على النتائج المبينة في

الجدول 1.

الجدول 1: مؤشر الموسمية ومعامل التباين الموسمي (الفترة 2013-2017).

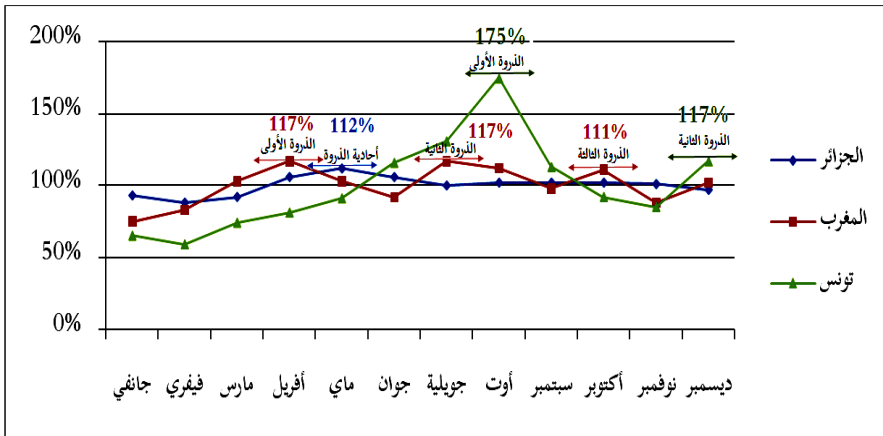
تونس		المغرب		الجزائر		البلدان الأشهر
$CV_t(y_t)$	S_{index}	$CV_t(y_t)$	S_{index}	$CV_t(y_t)$	S_{index}	
34,83	65%	5,87	75%	19,03	93%	جانفي
35,27	59%	6,67	83%	27,32	88%	فيفري
38,57	74%	2,76	103%	22,81	92%	مارس
32,80	81%	7,99	117%	25,32	106%	أفريل
70,58	91%	3,28	103%	24,79	112%	ماي
32,07	116%	11,36	92%	17,50	106%	جوان
61,19	131%	6,66	117%	27,28	100%	جويلية
30,05	175%	6,24	101%	22,72	102%	أوت
41,34	113%	4,32	98%	26,30	102%	سبتمبر
38,78	92%	7,92	111%	28,61	102%	أكتوبر
34,84	85%	10,39	88%	24,38	101%	نوفمبر
17,57	117%	9,56	102%	31,57	97%	ديسمبر

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى المعادلتين (1) و(2).

ولإعطاء صورة أكثر وضوحا لمؤشر الموسمية وتحديد نمط الموسمية في الدول محل

الدراسة، قمنا بتمثيله بيانيا كما هو موضح في الشكل 1:

الشكل 1: نمط الموسمية في الدول محل الدراسة (الفترة 2013-2017).



المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى نتائج الجدول 1.

نلاحظ من خلال الجدول 1 والشكل 1 أن الطلب السياحي الأجنبي في الجزائر ذو نمط موسمي أحادي الذروة، ويظهر في قيمة مؤشر الموسمية لشهر ماي بنسبة 112% وهي أكبر قيمة، وبالرغم من أن مؤشر الموسمية في الفترة من ديسمبر إلى مارس كان أقل من 100% يشير إلى حالة من الكساد إلا أنها غير حادة، ويستقر الطلب السياحي الأجنبي خلال باقي الأشهر مقاربا بذلك نسبة 100%، ويمكن تفسير حالة الذروة وحالة الكساد غير الحادة بعوامل طبيعية بالدرجة الأولى فالتنوع المناخي المعتدل ربيعا وخريفا والبارد والممطر شتاء، مناسب للسياحة الصحراوية (الأهقار والتاسيلي، تاغيت، غرداية،...)، والحر جاف صيفا، مناسب للسياحة الشاطئية والحضرية (الجزائر، وهران،...)، بالإضافة إلى عوامل مؤسسية تتمثل في برنامج العطل السنوية في البلدان الأجنبية المصدرة للسياح الذي يتوافق مع رزنامة العطل في الجزائر، ويكون خلال الفترة ما بين ماي وسبتمبر، من جهة أخرى نلاحظ أن معامل التباين الموسمي خلال سنوات الدراسة (التقلبات السنوية البيئية) أكبر من تباينها داخل

السنة، خاصة في شهري ديسمبر وأكتوبر إذ بلغ معامل التباين الموسمي 31,57، 28,61 على التوالي، وسجلنا خلال شهر جوان معامل تباين منخفض بـ17,5، ويفسر ذلك بنمو الطلب السياحي الأجنبي خلال أشهر ديسمبر، أكتوبر، فيفري، جويلية، كان أكبر من باقي الأشهر خلال الفترة 2013-2017.

الطلب السياحي الأجنبي في المغرب ذو نمط ديناميكي نظرا لبلوغ الذروة في ثلاثة فترات وهي أبريل، جويلية وأكتوبر، حيث بلغ مؤشر الموسمية 117%، 117%، 111% على التوالي، كما كان هذا الأخير أكبر من 100% خلال شهر ماي، أوت، وديسمبر، أما خلال شهري جانفي وفيفري فقد بلغ مؤشر الموسمية أقل مستوياته بـ75%، و83% على التوالي، وخلال أشهر جوان، سبتمبر ونوفمبر كان أقل من 100%، في دلالة على تذبذب الطلب السياحي الأجنبي خلال أشهر السنة، ويفسر ذلك بتنوع المنتج السياحي من سياحة تراثية وثقافية على مدار السنة، إذ يتوفر المغرب على مواقع تراثية عالمية على غرار: لوليلي، قصر، فاس، مراكش، ومكناس، إلى جانب الصناعات التقليدية، والمهرجانات الذي يعتبر مهرجان الفنون الشعبية بمراكش أهمها، وكذا السياحة الجبلية بسلسلة جبال الأطلس، والسياحة الشاطئية على طول 3.500 كلم من الساحل (العسالي، 2016، الصفحات 126-130)، مما يحدث أكثر من ذروة واحدة، بالإضافة إلى عامل المناخ الذي يلائم كل أشكال السياحة المتاحة، جبلية وحضرية وثقافية في الربيع والخريف الدافئين، شاطئية في الصيف الحار الجاف، كما أن موسم العطل وهو عامل مؤسسي أحدث ذروة موسمية على الطلب السياحي الأجنبي صيفا، بينما بلغ معامل التباين الموسمي في المغرب أقصى درجاته في جوان ونوفمبر بـ11,36 و10,39 على التوالي، وأقل من 10 خلال باقي أشهر السنة، ويفسر

الاستقرار النسبي للتباين الموسمي بأن الطلب السياحي الأجنبي الشهري (التقلبات السنوية البيئية) تطور بدرجة قليلة من التفاوت من سنة إلى أخرى.

أما موسمية الطلب السياحي الأجنبي في تونس فهي ثنائية الذروة خلال شهري أوت وديسمبر بمؤشر موسمية 175% و117% على التوالي، وبلغ هذا الأخير قيم أكبر من 100% في الفترة ما بين جوان وسبتمبر، في دلالة على الامتداد الموسمي للطلب السياحي الأجنبي خلال فصل الصيف المناسب للسياحة الشاطئية، خاصة وأن تونس تتمتع بشريط ساحلي يبلغ 1.300 كلم، و33 مدينة ساحلية على غرار تونس العاصمة، سوسة، صفاقس، كما أن العطل السنوية المبرمجة ابتداء من شهر جوان تعتبر عاملا مؤسسيا في حدوث موسم الذروة خلال فصل الصيف، أما حالة الذروة الثانية شهر ديسمبر فيمكن أن تُفسر على أساس البرامج السياحية في رأس السنة، وتشهد تونس حالة من الكساد خلال الفترة ما بين شهر جانفي وماي وكذا شهري أكتوبر ونوفمبر بمؤشر موسمية أقل من 100%، ويعود ذلك إلى أن تونس تعتمد على السياحة الشاطئية بشكل كبير، مما يجعل الانخفاض في درجة الحرارة في هذه الأشهر يحدث موسم كساد، بينما بلغ معامل التباين الموسمي في تونس أقصى درجاته في ماي وجويلية بـ70,58 و61,19 على التوالي، في دلالة واضحة على نمو الطلب السياحي الأجنبي بدرجة أكبر خلالهما، عكس ما هو عليه خلال شهر ديسمبر حيث بلغ معامل التباين الموسمي 17,57 فقط مما يدل على أن الطلب السياحي الأجنبي يبلغ مستوى الذروة خلال كامل فترة الدراسة بدرجة أقل من التفاوت من سنة إلى أخرى.

وفي مرحلة أخرى، قمنا بحساب معامل جيني وتمثيل بياني لمنحنى لورنز، النتائج

المتحصل عليها مبينة في الجدول 2:

الجدول 2: معامل جيني في الدول محل الدراسة (الفترة 2013-2017).

العنوان	2013	2014	2015	2016	2017
الجزائر	0,080	0,062	0,052	0,037	0,046
المغرب	0,076	0,070	0,079	0,083	0,082
تونس	0,147	0,158	0,166	0,205	0,210
منطقة (الجزائر، المغرب، تونس)	0,076	0,071	0,084	0,098	0,116

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى المعادلة (3).

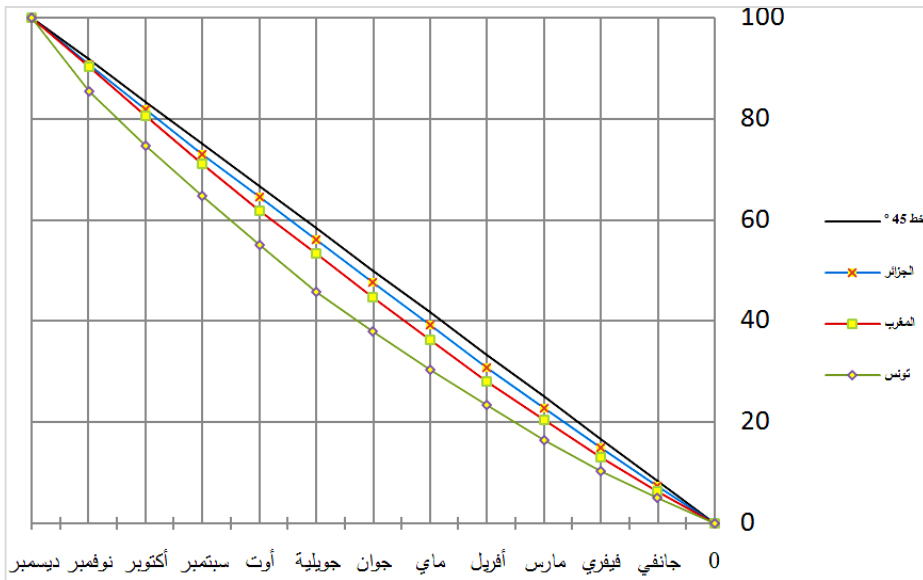
من خلال الجدول 2 نلاحظ أن معامل جيني في الجزائر في تناقص من 0,080 سنة 2013 إلى 0,046 سنة 2017، وعموما فإن هذه القيم ضعيفة وتقارب الصفر وهي أصغر من معامل جيني للمنطقة ككل، مما يعكس ضعف سعة الاهتزاز الموسمي للطلب السياحي الأجنبي، والشكل 2 يبين درجة التقارب بين منحنى لورنز (الجزائر) وخط 45° (خط المساواة الكاملة) التي تكاد تكون منعقدة.

معامل جيني في المغرب في تناقص من 0,076 سنة 2013 إلى 0,070 سنة 2014 ليرتفع إلى 0,079 ثم 0,083 و 0,082 خلال سنوات 2015، 2016 و 2017 على التوالي، ويمكن أن يكون معدل النمو المتزايد في الطلب السياحي الأجنبي متركزا في أشهر من السنة دون غيرها، ما زاد في درجة التفاوت بينها، وعموما فإن هذه القيم ضعيفة وتقارب الصفر وهي أصغر من معامل جيني للمنطقة ككل، مما يعكس ضعف سعة الاهتزاز الموسمي للطلب السياحي الأجنبي، والشكل 2 يبين درجة التقارب بين منحنى لورنز (المغرب) وخط 45° ، وتجدر الإشارة إلى أن سعة الاهتزاز الموسمي في المغرب أكبر منه في الجزائر.

معامل جيني في تونس في تزايد من 0,147 سنة 2013 إلى 0,210 سنة 2017، مما يؤكد قوة سعة الاهتزاز الموسمي، ويفسر ذلك بعدم التكافؤ في توزيع الطلب السياحي الأجنبي خلال أشهر السنة وارتفاعه في أشهر موسم الذروة، وعموما فإن هذه القيم أكبر من معامل

جيني للمنطقة ككل، مما يعكس تأثير الطلب السياحي في تونس بسعة اهتزاز موسمي الأكبر في منطقة الدراسة، ويعود ذلك إلى طبيعة السياحة التي تتمثل في السياحة الشاطئية، والشكل 2 يبين درجة تباعد بين منحني لورنيز (تونس) وخط 45° .

الشكل 2: منحني لورنيز يبين التوزيع التراكمي للطلب السياحي الأجنبي على أشهر السنة في الدول محل الدراسة (الفترة 2013-2017).



المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى المعادلة (3) والجدول 2.

4. خاتمة:

تطرقنا في هذه الدراسة إلى موضوع موسمية الطلب السياحي الأجنبي في كل من الجزائر، المغرب وتونس خلال الفترة 2013-2017، حيث قمنا بقياس نمطها من خلال مؤشر الموسمية ومعامل التباين الموسمي، وسعتها باستخدام معامل جيني وتمثيل توزيع الطلب السياحي الأجنبي على أشهر السنة في منحني لورنيز.

1.4. نتائج الدراسة:

توصلنا في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- نمط موسمية الطلب السياحي الأجنبي في الجزائر أحادي الذروة خلال شهر ماي، وتمتد خلال ثلاثة فصول (الربيع، الصيف والخريف)، بينما هناك حالة كساد غير حادة خلال فصل الشتاء، وسعتها ضعيفة تقارب التوزيع المثالي لعدد السياح الأجانب على أشهر السنة، ويعود ذلك إلى عوامل طبيعية بالدرجة الأولى (تنوع مناخي) بما يتناسب وأنواع السياحة في الجزائر الشاسعة (صحراوية، حضرية، شاطئية).

- نمط موسمية الطلب السياحي الأجنبي في المغرب متعدد الذروة (ديناميكي)، ويمتد خلال فصل الصيف، بينما هناك حالة كساد غير حادة خلال فصل الشتاء، وسعتها ضعيفة تقارب التوزيع المثالي لعدد السياح الأجانب على أشهر السنة، ويعود ذلك إلى عوامل طبيعية بالدرجة الأولى بما يتناسب وأنواع السياحة في المغرب (حضرية وثقافية، جبلية، شاطئية)، كما أن هناك عوامل مؤسسية كموسم الاصطياف الذي يصادف برنامج العطل السنوية، والمهرجانات السنوية المبرمجة؛

- في تونس موسمية ثنائية الذروة للطلب السياحي الأجنبي في فصل الصيف وخلال شهر ديسمبر، بينما تعاني من حالة كساد حادة خلال باقي أشهر السنة، وذات سعة كبيرة، ويعود ذلك إلى عوامل طبيعية مناسبة للسياحة الشاطئية، ومؤسسية متمثلة في برنامج الإجازات والعطل المدرسية صيفا، وبرامج رأس السنة خلال شهر ديسمبر؛

- تتفاوت سعة موسمية الطلب السياحي الأجنبي من بلد إلى آخر، ويفسر ذلك بتنوع المناخ في البلد نفسه نتيجة اتساع مساحته الجغرافية، فنجد أن الجزائر تتمتع بساحة شاسعة

والمناخ في الشمال التلي يختلف عن المناخ في الجنوب الصحراوي، مما يتيح فرصا تسويقية للسياحة على مدار السنة، عكس تونس الرائدة في السياحة الشاطئية صيفا.

مما سبق يمكننا رفض الفرضية الأولى القائلة: تعاني كل من الجزائر، المغرب وتونس من حدة موسمية الطلب السياحي الأجنبي، لأن تونس فقط من تعاني من شدة حدتها بمعامل جيني أكبر من 0,2، ونؤكد صحة الفرضية الثانية: يختلف نمط موسمية الطلب السياحي الأجنبي وتتفاوت سعتها في الدول محل الدراسة، ويمكن كذلك رفض الفرضية الثالثة القائلة بأن: عامل المناخ هو السبب الرئيسي في حدوث موسمية الطلب السياحي الأجنبي في الدول محل الدراسة، ونؤكد أن مسبباتها تعود إلى عامل المناخ والعوامل المؤسسية.

2.4. اقتراحات:

على ضوء نتائج الدراسة يمكننا اقتراح بعض الحلول التي نراها مناسبة في التخفيف من حدة موسمية الطلب السياحي الأجنبي كالتالي:

- التنمية السياحية الهادفة إلى تنويع المنتج السياحي المناسب واتخاذ سياسة السعر المرن لتحفيز الطلب السياحي الأجنبي في موسم الكساد والتخفيف منه في موسم الذروة؛
- تذليل صعوبات دخول السياح الأجانب، ورفع الجهود الترويجية للسياحة في موسم الكساد.

5. قائمة المراجع:

1. Algerian Ministry of Tourism and Handicrafts (2013-2017), Tourism and craft dashboards, https://www.mta.gov.dz/?page_id=8522&lang=en (consulted on: 28/09/2019).

2. Karamustafa Kurtulus, and Sevki Ulama, Measuring the seasonality in tourism with the comparison of different methods, EuroMed Journal of Business (Emerald Group), Vol 5, no. 2, 2010.
3. De Cantis Stefano, Mauro Ferrante, and Franco Vaccina, Seasonal pattern and amplitude – a logical framework to analyse seasonality in tourism: an application to bed occupancy in Sicilian hotels, Tourism Economics, Vol 17, no. 3, 2011.
4. Alzboun Nidal, Measuring Seasonality of Tourism Demand in Petra, Jordan (2006–2017), Modern Applied Science, Vol 12, no. 9, 2018.
5. Li Hengyun, Jason Li Chen, Gang Li, and Carey Goh, Tourism and regional income inequality: evidence from china, Annals of Tourism Research, no. 58, 2016.
6. Moroccan Ministry of Tourism (2018), Tourists arrivals, <https://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/arrivees-des-touristes> (consulted on: 25/09/2019).
7. National Institute of Statistics (2013–2017), Statistics by Topics/

tourism,<http://www.ins.nat.tn/fr/themes/tourisme#horizontalTab3>, (consulted on: 28/09/2019).

8. ادريس رمضان حجي، ادريس سليمان عبد الله، أثر الموسمية على السوق السياحي (الطلب والعرض السياحي) "مصيف شقلاوة نموذجاً"، مجلة جامعة الأتبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، مجلد 7، عدد 14، 2015.
9. علاء ابراهيم العسالي، السياحة في الوطن العربي -التاريخ- المخاطر- المهددات، دار أمجد للنشر والتوزيع، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016).
10. Myers Danny, New economic thinking and real estate, john wiley & sons, (West Sussex: john wiley & sons, 2016).
11. Weidner Stephan, Seasonality in tourism: a review of seasonality of hotel accomodation in New Zealand, GRIN Verlag, (Norderstedt: GRIN Verlag, 2009).
12. أدهم وهيب مطر، التسويق الفندقي ومبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، (دمشق: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، 2014).
13. صفية درويش، محمد البشير مبيروك، التركيز الموسمي للطلب السياحي الدولي في الجزائر: قياس وتحليل حسب الجنسيات للفترة (2000-2013)، مجلة الباحث، مجلد 15، عدد 15، 2015.
14. Witt Stephen F, Michael Z Brooke, and Peter J Buckley, The Management of International Tourism (RLE Tourism), Routedge (Abingdon: Routedge, 2013).

15. ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، (القاهرة:

مجموعة النيل العربية، 2016).

16. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، رمي فلاح الطويل، التسويق الإستراتيجي

لخدمات الفنادق والسياحة -توجه حديث متكامل-، دار حامد للنشر والتوزيع،

(عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، 2016).

17. مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، التنمية والتسويق السياحي، ألفا

للوثائق، (قسنطينة: ألفا للوثائق، 2017).

6. قائمة الملاحق:

الملحق 1: الطلب السياحي الأجنبي بكل من الجزائر، تونس والمغرب (2013-2017).

	ديسمبر	نوفمبر	أكتوبر	سبتمبر	أوت	جويلية	جوان	ماي	أفريل	مارس	فيفري	جانفي	
الجزائر	2013	61 305	71 269	70 019	73 688	73 629	84 378	96 877	94 001	90 666	79 311	71 371	97 639
	2014	65 273	81 564	77 615	88 295	91 057	74 369	88 206	85 295	80 578	72 245	66 642	68 986
	2015	97 614	95 837	97 181	88 047	95 486	83 276	99 761	99 646	92 024	78 692	74 737	80 820
	2016	120 835	117 014	113 876	109 566	110 183	112 330	112 496	118 021	112 268	101 575	98 887	95 661
	2017	139 876	139 624	150 959	150 596	143 123	149 489	133 638	163 325	156 085	129 350	130 827	121 483
المغرب	2013	456 865	391 344	500 574	444 438	543 236	495 939	466 513	451 501	466 638	455 991	340 481	309 813
	2014	424 087	373 381	483 134	431 151	514 785	498 176	456 995	480 992	553 296	471 088	395 875	354 493
	2015	402 610	346 872	468 856	434 775	458 999	515 054	385 871	466 305	521 785	451 461	369 286	329 830
	2016	460 774	386 305	463 026	409 430	476 089	525 377	339 307	437 433	497 266	441 745	349 581	316 871
	2017	530 583	469 137	571 957	467 511	526 142	591 781	412 933	469 609	586 866	476 096	403 694	358 611
تونس	2013	277 900	195 700	203 200	232 500	303 700	158 900	238 900	205 000	181 700	182 700	110 900	133 900
	2014	231 700	186 000	196 600	260 500	415 000	153 100	222 900	201 900	171 000	136 100	160 900	196 300
	2015	228 800	157 100	189 400	189 000	461 700	196 600	173 300	194 200	165 000	175 800	116 800	174 100
	2016	428 200	315 500	370 400	460 300	570 200	581 600	311 400	342 500	237 400	201 500	199 500	209 400
	2017	529 300	380 700	380 700	500 700	783 100	810 500	740 900	379 000	423 900	374 700	273 900	231 300

المصدر: (Algerian Ministry of Tourism and Handicrafts, 2013-2017)

(Moroccan Ministry of Tourism, 2018)

(National Institute of Statistics, 2013-2017)