

تحليل ذروات الطلب الشهري على المبيت (المواسم السياحية) والفائض في عرض الأسرة للقطب السياحي شمال وسط
- دراسة تحليلية -

**Analysis of The Peaks in The monthly Demand for Accommodation (Tourist seasons)
and The Surplus in the Beds offer Evidence from The North Central Tourist Pole - An
Analytical Study-**

شرع يوسف

جامعة غرداية (الجزائر)، charaa.y@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/10/13

تاريخ القبول: 2022/10/09

تاريخ الاستلام: 2022/08/06

ملخص:

تطرقنا من خلال هذه الورقة البحثية الى تحليل المبيت الشهري، لسلسلة زمنية تمتد من 2012 الى 2020 من اجل تحديد ذروة الطلب السياحي (الموسم السياحي) لكل ولاية من ولايات القطب السياحي شمال وسط، بهدف تحديد فائض العرض. توصلنا الى جملة من النتائج ملخصة في ثلاثة نقاط:

- هناك فائض كبير في الأسرة الشاغرة خلال اشهر السنة باستثناء شهر الموسم السياحي عبر كامل ولايات القطب السياحي؛
 - معظم المواسم السياحية في الولايات الساحلية في أشهر الاصطيف باستثناء ولاية تيبازة؛
 - عدم انتظام أشهر المواسم السياحية في الولايات الداخلية .
- كلمات مفتاحية:** طلب سياحي، مبيت، فائض عرض؛ قطب سياحي.

تصنيف JEL: D41، M31، L83، Z32

Abstract:

This current study concerns with analyzing the monthly accommodation, during the period (2012-2020) in order to determine the peak tourist demand for each of the states of the North Central tourist pole, with the aim of determining the excess supply.

It reached several results, the most important of which are:

- The presence of a large surplus of vacant beds during the months of the year, with the exception of the month of the tourist season across all the states of the tourist pole;
- Irregularity of the most famous tourist seasons in the internal states.

Key words: Tourist Demand, Accommodation, Surplus Supply; Tourist Pole.

JEL Classification: D41 ·M31, L83, Z32 .

1. مقدمة:

يلعب الطلب السياحي دوراً مهماً في مختلف الأسواق السياحية، لأنه يعد من العوامل المحددة لأنواع وكميات السلع والخدمات المنتجة، لذلك يعتبر مؤشراً على موقف المستهلكين تجاه مختلف السلع والخدمات، الذي ينتج عنه موقف الشراء وبالتالي فإنه يعبر عن العلاقة بين متغيرات هي السعر، الرغبة في الشراء، القدرة على الشراء، توفر الوقت اللازم والظروف المناسبة. ويهدف تحديد نوع الطلب وخلق عرض له يجب تحليل المواسم السياحية لكل ولاية من ولايات القطب السياحي، وذلك من خلال تحليل السلاسل الزمنية الشهرية ولعدة سنوات متتالية، علماً أن ولايات القطب تختلف من حيث الخصائص السياحية، لأن هناك ولايات تمتاز بالسياحة الشاطئية عكس الولايات الداخلية، لذلك وجب التمييز بين أوقات الذروة لمختلف ولايات القطب.

1.1. إشكالية البحث:

ماهي المواسم السياحية (ذروة الطلب على المبيت) لولايات القطب السياحي شمال وسط من خلال تحليل الطلب الشهري للمبيت؟

2.1. أسئلة البحث:

- هل الطلب الشهري للمبيت مستقر أم متذبذب عبر ولايات القطب شمال وسط؟
- هل هناك اختلاف في نوع الطلب السياحي لولايات القطب السياحي شمال وسط؟

3.1. فرضيات البحث:

- هناك تذبذب بسيط للبيالي المبيت بحكم نقص في العرض المبيت.
- يختلف نوع الطلب السياحي من ولاية لأخرى ومن شهر لأخر حسب الموسم والخصائص السياحية لكل ولاية.

2. تعريف الطلب:

- يعرف الطلب بأنه رغبة المستهلك في الحصول على سلعة أو خدمة، مقابل ثمن معين وفي وقت معين¹.
- هي الكمية من السلع التي تنوي مجموعة من المستهلكين شراؤها وقادرة على ذلك، بسعر محدد وفي زمان ومكان محددين².

نستنتج من التعاريف السابقة لكي يكون الطلب حقيقي، يجب توفر الرغبة لدى المستهلك والقدرة على الشراء السلعة أو الخدمة بالسعر والوقت المحدد، فضلاً عن العوامل الأخرى المحددة والمؤثرة على الطلب، مثل دخل الأفراد، عدد المستهلكين، أسعار السلع المنافسة للسلعة والمكملة لها وتوقعات المستهلكين

1.2. تعريف الطلب السياحي:

اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد للطلب السياحي، حيث يعدّ الطلب السياحي من المفاهيم الأساسية في حركة السياحة بشقيها الداخلي والخارجي، والذي يمثل شخصية السائح المستهلك ويعدّ عنصراً مهماً في التنمية السياحية، ومن أهم التعاريف الواردة في الطلب السياحي منها:

- الطلب السياحي، هم الأشخاص الذين لديهم القدرة على السفر إلى أحد أماكن القصد السياحي لغرض معين³؛
- ويعرف الطلب السياحي، على أنه العدد الإجمالي للزائرين لمنطقة معينة، وفي مدة محددة⁴؛
- الطلب السياحي، هو العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر، لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية، في أماكن بعيدة عن مجال إقامتهم وأعمالهم المعتادة⁵.

من خلال التعاريف السابقة، يمكن أن نستنتج شروط تحقق الطلب ملخصة فيما يلي:

- الحاجة والرغبة، هي عبارة عن شرط لازم للطلب، ولكن غير كافي حتى يكون طلب حقيقي؛
- توفر القدرة الشرائية للسياح؛
- ارتباط الطلب السياحي، بمنطقة معينة سواء داخل الوطن أو خارجه؛
- ارتباط الطلب السياحي، بفترة زمنية محددة حتى نستطيع قياسه ومقارنته؛
- ارتباط الطلب السياحي بالسعر.

- ومن خلال ما ورد أنفاً فيما يخص تعريف الطلب السياحي نستنتج تعريف الطلب السياحي كما يلي: الطلب السياحي الفعال هم الأشخاص (السياح)، الذين تتوفر لديهم القدرة (القدرة المادية والوقت...) والرغبة في الحصول على برامج سياحية في أوقات وأماكن وبأسعار محددة.

3. أنواع الطلب السياحي:

يمكن تقسيم الطلب السياحي إلى عدة أنواع، وهي على الأتي :

1.3. الطلب السياحي حسب المكان:

من بين أهم أنواع الطلب السياحي، نجد الطلب السياحي حسب مكان تواجد السوق السياحية والذي ينقسم بدوره إلى نوعان هما⁶:

- **الطلب السياحي المحلي (الداخلي):** هو إنتقال السياح من أماكن إقامتهم إلى أماكن أخرى، لإشباع رغبات وحاجيات سياحية، لا قصد العمل ويكون هذا الانتقال داخل الرقعة الجغرافية للوطن ؛
- **الطلب السياحي الخارجي:** ويشمل عدد السياح الأجانب، الذين ينتقلون من بلادهم إلى بلاد أخرى ولأغراض سياحية لا من أجل العمل.

2.3. حسب نوعية الطلب :

ينقسم هذا النوع إلى ثلاثة أنواع كالتالي⁷ :

- **طلب سياحي عام:** يقصد به الطلب على إجمالي الخدمات السياحية بشكل عام، بغض النظر عن النوع والوقت والمدة، ويرتبط هذا النوع من الطلب بالدولة كلها وليس ببرنامج سياحي خاص، وتتميز بهذا الطلب الدول المتقدمة سياحياً كالطلب السياحي في فرنسا، إسباني، أمريكا... إلخ ؛
- **طلب سياحي خاص:** هو تخصيص برنامج سياحي معين، سواء لسائح واحد أو مجموعة من السياح يربطهم نفس البرنامج لإشباع حاجات سياحية معينة⁸؛
- **طلب سياحي المشتق:** يرتبط هذا النوع من الطلب، بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران، الطلب على شركات النقل السياحي أو الوكالات السياحية الطلب على المأكولات والأطعمة، وتسعى أغلب الدول لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم طلب عام، عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة.

3.3. طلب سياحي حسب الوقوع:

وبدوره ينقسم هذا الطلب إلى ثلاثة أنواع وهي :

- **الطلب السياحي الفعال:** هو الذي تتوفر فيه جميع أركان الطلب، مثل الرغبة، وقت الفراغ، القدرة على الدفع إضافة إلى الظروف المناسبة، ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين والقادرين على دفع النفقات السياحية⁹

- **الطلب السياحي الكامن:** الطلب السياحي الكامن أو المحتمل، يتمثل في الأشخاص الذين يتمنون ممارسة النشاط السياحي، ولكن يحول دون ذلك عدم توفر أحد العناصر الأساسية للطلب ومن بينها الأتي :

- عدم القدرة على دفع مصاريف الرحلة السياحية؛
- عدم توفر الظروف المناسبة؛
- عدم الحصول على المعلومات الكافية؛
- عدم توفر وقت فراغ متاح؛
- ضعف وسائل الإعلان والترويج للمنتج السياحي.

- **الطلب السياحي المؤجل:** هم الأشخاص الذين تتوفر فيهم جميع العناصر الأساسية للطلب، كالرغبة والقدرة المادية والوقت والظروف الاجتماعية، إلا أنهم يجهلون التسهيلات الخاصة، أو أنهم يطمحون إلى أنشطة سياحية جديدة وغريبة التي لا تتوفر فيها عرض في الأسواق السياحية، لاسيما إن كان الطلب السياحي بدافع حب الظهور خاصة أن تعلق الأمر بطبقة النخبة.

4. خصائص الطلب السياحي:

تنوع خصائص ومحددات الطلب السياحي بتنوع المنتجات والخدمات السياحية، خاصة أن الطلب السياحي قد يكون طلبا ضروريا كما قد يكون ثانوي، لهذا نجد له خصائص ومحددات أكثر تعقيدا من الطلب على السلع والخدمات الأخرى.

1.4. المرونة العالية:

نطلق في تحليلنا مرونة الطلب على الخدمات السياحية، من التحليل الاقتصادي الجزئي فإذا اعتبرنا أن السلع والخدمات السياحية، المطلوبة تنقسم إلى ضرورية وكمالية، فإننا نستطيع القول أن مرونة الطلب تتوقف على نوع السلع والخدمات، حيث نجد السلع والخدمات الكمالية عالية المرونة، والسلع والخدمات الضرورية يمكن القول أنها ضعيفة المرونة هذا من زاوية نوع السلع والخدمات .
ومما سبق نستطيع إبراز تحليل لمختلف مرونة الطلب، حسب الاعتبار السابق كما يلي:

- **مرونة الطلب السعرية حالة سلعة أو خدمة كمالية:** يكون الطلب في هذه الحالة عالي المرونة، أي نسبة التغير في السعر يكون أقل من نسبة التغير في الطلب، مع الإشارة إلى العلاقة العكسية بين السعر والطلب:

$$EDp = \frac{\Delta D}{\Delta P} > 1$$

- **مرونة الطلب السعرية في حالة سلعة أو خدمة ضرورية:** يكون الطلب في هذه الحالة ضعيف المرونة أي نسبة التغير في

السعر أكبر من نسبة التغير في الطلب :

$$EDp = \frac{\Delta D}{\Delta P} < 1$$

هذه الحالتين الأساسيتين في الواقع العملي بالإضافة إلى الحالات التالية :

- حالة مرونة الطلب السعرية متكافئة المرونة : $EDp = \frac{\Delta D}{\Delta P} = 1$ ؛

- حالة مرونة الطلب السعرية لانهائية المرونة : $EDp = \frac{\Delta D}{\Delta P} = \infty$ ؛

- حالة مرونة الطلب السعرية عديمة المرونة : $EDp = \frac{\Delta D}{\Delta P} = 0$. حيث:

- ED_p : مرونة الطلب السعرية؛

- $\Delta D = D_2 - D_1$: التغير في الطلب الناتج عن التغير في السعر بالعلاقة العكسية؛

- $\Delta P = P_2 - P_1$: التغير في السعر.

- مرونة الطلب الدخلية: حسب هذا الاعتبار، أي عند قياس درجة حساسية الطلب على السلع والخدمات السياحية بالنسبة للتغير في الدخل، فإننا في هذه الحالة نميز بين مختلف طبقات المستهلكين، الطالبين للسلع والخدمات السياحية، وحسب نظرة كل واحد منهم وتصنيفه الخاص للسلع والخدمات السياحية، وذلك يتوقف على مستوى الدخل الشخصي للسائح، فكلما كان الدخل مرتفع كلما كانت نظرة السائح للسلع والخدمات السياحية ضرورية أكثر من نظرة السائح ذوي الدخل المنخفضة، حيث نميز بين حالتين أساسيتين هما :

- حالة مرونة الطلب الدخلية ضعيف المرونة $ED_i = \frac{\Delta D}{\Delta i} < 1$ حالة مرونة الطلب الدخلية عالية المرونة $ED_i = \frac{\Delta D}{\Delta i} > 1$

حيث:

- ED_i : مرونة الطلب الدخلية؛

- $\Delta D = D_2 - D_1$: التغير في الطلب نتيجة التغير في دخل السائح؛

- $\Delta i = I_2 - I_1$: التغير في الدخل.

2.4. الموسمية (أوقات الذروة):

يقصد بموسمية الطلب السياحي، أنه يرتفع في اوقات معينة مرتبطة بأعياد أو مواسم معينة، حيث يصل في هذه الفترات إلى اعلى مستوياته خلال العام. والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة في الدول المصدرة للسائحين، ولكنها ترتبط أيضاً بمواسم الدول المستقبلية لهم.

3.4. الحساسية:

يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية تجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والامنية فالبدان الغير مستقرة سياسياً وأمنياً واقتصادياً لا تستطيع جذب سواح إليها حتى وان كانت أسعارها منخفضة.

4.4. التوسع:

يتميز المنتج السياحي بالتوسع عبر الزمن، على عكس السلع والخدمات الأخرى التي تتعرض للانكماش بسبب ظهور سلع جديدة أكثر تطوراً وإشباعاً للرغبات، نتيجة التطور التكنولوجي المستمر والتغير في الأذواق، على عكس السلع والخدمات السياحية وذلك راجع إلى ما يلي:

- التطور التكنولوجي وخصوصاً في مجال النقل؛

- تطور وسائل الاتصال، ونقل المعلومات شجع على السفر للتعرف على مناطق وشعوب أخرى؛

- التطور الاقتصادي، وخاصة زيادة الدخل في الدول الغنية، ساعد على زيادة الافراد القادرين على السياحة والسفر؛

- زيادة اوقات الفراغ المتمثلة بزيادة طول عطلة نهاية الاسبوع والسنة.

5. محددات الطلب السياحي:

هناك عوامل كثيرة تؤثر في الطلب السياحي، ولها أهمية بالغة في بناء المشاريع السياحية وعليه سنتطرق في هذا العنصر، إلى أهم

العوامل المؤثرة في الطلب السياحي، ومنها ما يلي:

1.5. دوافع السائحين:

من المعروف أن دوافع السائحين تلعب دورا مهما في تحديد حجم الطلب على المنتج السياحي، كلما تعددت هذه الدوافع كلما زاد الطلب السياحي، لذلك وجب على المنظمات العاملة في المجال السياحي تحيين معرفتهم بشكل مستمر، لمعرفة الجديد فيما يخص دوافع السياح للسفر ورغباتهم المتجددة.

2.5 المستوى الثقافي للسياح:

هناك علاقة طردية بين المستوى الثقافي، وحجم الطلب على المنتجات والخدمات السياحية، سواء كانت سياحة داخلية أو سياحة خارجية، حيث يزيد الطلب السياحي كلما كان هناك مستوى ثقافي عالي وحب التطلع.

3.5 دخول السائحين:

يعتبر دخل السائح ذو أهمية كبيرة في تحديد حجم الطلب السياحي، لاسيما إذا كانت هناك عدالة في توزيعه بين شرائح المجتمع¹⁰، حيث هناك علاقة طردية بين دخل السائح وحجم الطلب السياحي، بسبب أن غالبية أفراد المجتمع سيساهمون في الأنشطة والفعاليات السياحية، بسبب قدرتهم المادية التي ستمكنهم من الحصول على السلع والخدمات، كما ينعكس نمو الدخل على المستهلك وعلى الطلب السياحي من خلال¹¹:

- الزيادة في عدد السياح؛
- الزيادة في عدد الرحلات؛
- تشجيع السائح على السفر إلى مناطق وبلدان بعيدة.

4.5 توقعات السائحين:

تعتبر توقعات السياح من محددات الطلب السياحي، فإذا توقع السائح إرتفاع أسعار الخدمات والمنتجات السياحية مستقبلا فإن الطلب الحالي يزداد، للاستفادة من الأسعار الحالية المنخفضة، والعكس صحيح في حالة ما إذا توقع السائح انخفاض الأسعار في المستقبل، فإن الطلب السياحي سينخفض بسبب الانتظار للاستفادة من الأسعار المستقبلية المنخفضة، ومن جهة أخرى توقع السائح لجودة الخدمات السياحية لمنطقة ما، ومدى إشباعها لرغباته، فإنه سيقوم بزيارتها والعكس صحيح.

5.5 أسعار السلع والخدمات المنافسة:

نظرا لمرونة الطلب السعرية العالية على المنتجات والخدمات السياحية، فهذا يؤثر على الطلب السياحي للمنطقة، فإذا انخفض السعر في منطقة ما، فهذا الانخفاض سيؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجات والخدمات السياحية لهته المنطقة على حساب المنطقة المنافسة لها.

6.5 معدلات النمو السكاني:

يقصد به زيادة عدد المستهلكين في السوق السياحية، فزيادة عدد السكان له تأثير إيجابي في حركة السياحة، حيث تعتبر من العوامل الدافعة والجاذبة إلى المناطق السياحية، كما تؤدي زيادة معدلات النمو السكاني وما يترتب عليه من زيادة أعداد الناشطين اقتصاديا إلى زيادة الطلب السياحي، سواء كان طلبا داخليا أو خارجيا، أي هناك علاقة طردية بين نمو السكان ونمو الطلب السياحي.

7.5. الاستقرار الأمني والسياسي:

يرتبط الطلب السياحي، ارتباطاً وثيقاً بالأوضاع السياسية والأمنية، سواء كان طلباً داخلياً أو خارجياً، فالأوضاع السياسية والأمنية لها آثار بالغة في عملية تنشيط الحركة السياحية، ويسهم في خلق الأمن والاطمئنان للسائح، مما يجعله يكرر زيارته إلى أماكن القصد السياحي، مما يؤدي إلى زيادة حجم الطلب السياحي أي هناك علاقة طردية والعكس صحيح، في حالة عدم وجود استقرار سياسي وأمني في البلدان، فإنه يؤدي إلى أزمات اقتصادية وتدني مستوى المعيشة للمواطن، وبالمحصلة انخفاض الطلب السياحي الداخلي والخارجي بسبب عزوف الناس على زيارة البلدان وأماكن الجذب السياحي¹².

8.5. الأسعار:

تزداد أسعار السلع والخدمات السياحية في موسم الذروة بالخصوص، حيث يتوافد عدد كبير من السياح إلى موقع معين، حيث يصبح هذا العدد مضافاً إلى سكان ذلك الموقع، فيؤدي إلى ارتفاع الأسعار وعكس ذلك في موسم الركود، وكما هو معروف من خلال دراستنا لخصائص الطلب السياحي، وبالتحديد عند مرونة الطلب السعرية للسلع والخدمات السياحية، حيث نجد هناك علاقة عكسية بين الطلب السياحي وأسعار المنتجات والخدمات السياحية، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى، كما تتأثر الأسعار بالمسافة المقطوعة للرحلة فكلما زادت المسافة تزداد تكاليف الرحلة من نقل وإيواء وإطعام.... فتصبح عملية السفر مكلفة، مما يؤدي إلى انخفاض الطلب وبالنهاية انخفاض الأسعار، لأن السائح يفضل المستوى المنخفض للأسعار¹³.

9.5. البنية التحتية:

كلما توفرت مشروعات البنية التحتية، كلما شجع السياح على السفر إلى هذه المناطق أو البلدان مثال ذلك: الطرقات، وسائل النقل، المياه، الكهرباء، الهاتف، الأنترنات...

6. تحديد المواسم السياحية لولايات القطب السياحي:

1.6. تحديد ذروة المبيت لولاية شلف:

ستتعرف على مواسم الذروة لولاية شلف خلال الفترة الزمنية 2012-2020، ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها.

جدول رقم (01): تطور ليالي المبيت لولاية شلف حسب الأشهر للفترة 2012-2020.

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	2395	3762	2468	2136	2606	2712	2774	2919	3159	2523	2636	2346
2013	2465	3810	2949	3689	2665	3493	3275	3197	3461	2845	2959	2519
2014	2537	3850	3002	3704	2732	3493	3355	3203	3486	2939	3002	2755
2015	2604	4486	3073	3723	2805	3505	3359	3220	3515	3035	3064	2991
2016	2232	5766	3414	3949	3104	3851	3778	3520	4012	3268	3328	3362
2017	4196	6597	3727	4154	3399	4174	4087	3808	3421	3173	4628	3901
2018	4683	7084	4214	4641	3886	4661	4574	4295	3908	3660	5115	4388
2019	8229	6852	7673	6855	7786	5093	2855	15441	5831	3854	4865	5074
2020	6056	6957	5764	5067	5447	4319	6006	10881	4971	4489	6211	5549

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

بالرغم من أن ولاية الشلف ولاية ساحلية، إلا أن موسم ذروة المبيت لم تكن في أشهر الاضطياف، وهذا يدل على ضعف السياحة الشاطئية للولاية، حيث نرى شهر الذروة من سنة 2012 إلى غاية 2013 كانت في شهر فيفري وهي في ارتفاع مستمر

عبر الزمن، لتسجل أعلى مستوى سنة 2014، ولكن في شهر أوت بـ: 15441 ليلة مبيت لتتخفص إلى 10881 سنة 2015 من نفس الشهر، كما نلاحظ أن مستويات ليالي المبيت متقارب، بين جميع أشهر السنة باستثناء ذروة أوت لسنة 2014 و 2015، حيث عرفت عدد ليالي مبيت أكبر بكثير عن سائر الأشهر، ولكن تفضل دون المستوى. نستنتج أن عدد ليالي المبيت لولاية شلف ضعيفة جداً، إذ تتراوح ما بين 2000 ليلة و 4000 ليلة، في أغلب أشهر سنوات الدراسة، بإستثناء بعض الحالات مثل شهر فيفري من سنة 2012 2013 2014، وشهر أوت من سنة 2015 و 2015، ومنه نستنتج أن الطلب على المبيت متقارب بين أشهر السنة، مما يشجع على تحقيق تنمية متوازنة بين عرض الأسرة والطلب على المبيت.

2.6 . تحديد ذروة المبيت لولاية بجاية:

ستعرف على مواسم الذروة لولاية بجاية خلال الفترة الزمنية 2012-2020، ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها.

جدول رقم (02): تطور ليالي المبيت لولاية بجاية حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	20005	15404	20236	17924	22789	22036	35279	62735	23832	9812	13769	10997
2013	21423	8520	25264	20076	24944	26248	38472	65035	26637	12659	15837	14097
2014	18230	9777	20973	18092	19912	23349	29195	45003	23362	13493	15773	14490
2015	20751	13801	22397	18549	21686	24532	28834	48427	24191	14413	16993	14979
2016	23495	18172	24878	20245	23949	27201	32994	54436	25794	15697	18180	16096
2017	26253	22540	27359	20398	24214	28052	32454	46858	25569	17206	19374	18149
2018	26740	23027	27846	20885	24701	28539	32941	47345	26056	17693	19861	18636
2019	30275	36364	32132	35176	47255	47751	14531	58629	58699	41866	24132	35121
2020	31053	36791	32353	34635	46949	47254	22726	64550	58261	40419	25738	31409

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

تمتاز ولاية بجاية بالسياحة الشاطئية، لذلك نلاحظ من الجدول أعلاه، أن أشهر الذروة هي أشهر الاصطياف طيلة سنوات الدراسة، وهي جويلية وأوت، ويُعتبر شهر أوت هو شهر الذروة، حيث بلغت ليالي المبيت أعلى مستوياتها سنة 2013 بـ: 65035 ليلة مبيت، وأدنى مستوى لها في سنة 2014 بـ: 45003 ليلة ثم شهر جويلية في المربة الثانية كأكثر شهر يستقطب عدد السياح، بإستثناء سنة 2019 حيث عرف شهر جويلية ادنى مستوى مبيت يقدر بـ: 14531 ليلة مبيت متراجعة أمام المقصد السياحي لولاية جيجل.

نستنتج من خلال الجدول، أن ولاية بجاية تمتاز بالسياحة الشاطئية بإمتياز على حساب الأنواع الأخرى من السياحة وذلك ملاحظ، من الفوارق الكبيرة بين ليالي المبيت لبقية الأشهر مقارنة بشهر الذروة، مما يجعل الفنادق تتحمل أعباء كبيرة بسبب عزوف السياح في سائر أشهر السنة، ولمعالجة الوضع وجب وضع استراتيجيات لتنشيط الطلب عبر كامل أشهر السنة، أو كبح الطلب في شهر الذروة وتقليص العرض بما يتوافق مع النتائج المحاسبية الموجبة.

3.6. تحديد ذروة المبيت لولاية البلدية:

من خلال الجدول أدناه، سنتعرف على مواسم الذروة لولاية البلدية، خلال الفترة الزمنية 2012-2020 ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها.

جدول رقم (03): تطور ليالي المبيت لولاية البلدية حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	932	650	817	649	1229	1301	20213	21014	22393	22785	21647	23556
2013	1025	790	968	749	1429	1433	21017	21359	22938	23406	22651	24261
2014	1231	690	1168	749	1129	1337	15520	14208	15272	12999	18609	13306
2015	1461	1136	1704	1095	1775	1971	13246	11705	13618	12543	15704	12817
2016	1681	1316	1978	1274	2169	2484	13600	11941	13556	12311	13149	12373
2017	1047	1310	1475	1437	1488	2154	8941	8838	10867	12201	11371	10638
2018	1534	1797	1962	1924	1975	2641	9428	9325	11354	12688	11858	11125
2019	8691	8015	9381	7487	5603	6473	5060	5945	5877	5403	8078	7923
2020	8626	7543	9346	7415	4176	5206	5153	6713	5990	5707	7641	8232

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

نلاحظ من الجدول، أعلاه الارتفاع المفاجئ والكبير في عدد ليالي المبيت في السداسي الثاني، مقارنة مع السداسي الأول، مع تقارب مستويات المبيت الخاصة بأشهر السداسي الأول من كل سنة، بإستثناء سنتي 2019 و2020 حيث نلاحظ نوع من التوازن في عدد ليالي المبيت بين السداسيين، كما أن ذروة المبيت لا تختص بشهر معين، مما يدل على عدم تميز ولاية البلدية بنوع معين من السياحة، وذلك ملاحظ من خلال انتقال الذروة من شهر لآخر، طيلة سنوات الدراسة.

نستنتج من التحليل، أعلاه الضعف الكبير للطلب على المبيت في السداسي الأول لولاية البلدية، مما يجعل الفنادق تتحمل تكاليف عالية، وذلك من خلال الفارق الكبير بين العرض والطلب على المبيت، طيلة السنوات 2012-2020 ولتفادي هذا المشكل، يجب رفع عدد ليالي المبيت للسداسي الأول إلى مستوى السداسي الثاني، أو تخفيض طلب السداسي الثاني إلى مستوى السداسي الأول، مع تقليص العرض إلى مستوى السداسي الأول، أي أن التوازن الذي حدث سنة 2019 و2020 بين السداسيين لن يحل المشكل ما لم يتم تخفيض العرض.

4.6. تحديد ذروة المبيت لولاية البويرة:

من خلال الجدول أدناه، سنتعرف على مواسم الذروة لولاية البويرة، خلال الفترة الزمنية 2012-2020 ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها عبر الزمن.

جدول رقم (04): تطور ليالي المبيت لولاية البويرة حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	3761	3770	3240	6623	5276	4962	3809	3651	4347	2427	2459	2760
2013	3950	4900	4523	6652	5423	5439	4238	4119	4621	3265	3342	3363
2014	3982	5213	4553	6723	5635	5494	4395	4445	4708	3326	3395	3628
2015	5509	5565	4622	6818	5932	1984	1892	3590	4858	2766	1988	4085
2016	7929	4439	4111	5400	5325	3023	2790	2375	3762	3131	2746	10173
2017	9154	4497	3309	7323	7837	3951	2744	2839	4384	4325	3639	7527

8014	4126	4812	4871	3326	3231	4438	8324	7810	3796	4984	9641	2018
5566	7275	4637	4290	7124	1695	5412	6415	5434	7599	6091	5517	2019
5681	7349	4658	4390	7138	1864	5264	6474	5966	7490	5829	5401	2020

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

نلاحظ أن شهر الذروة في ولاية البويرة ليس ثابتا تماما، فهي تختلف من شهر لآخر خلال سنوات الدراسة، فنجد شهر الذروة سنة 2012-2015 في شهر أبريل، حيث يقصد فيه السياح مرتفعات تكجدا، وسنوات 2017 و2018 شهر جانفي وذرروة 2014 و2015 في شهر مارس، حيث بلغت أعلى ذروة في ديسمبر 2016 ب: 10173 ليلة مبيت، كما نلاحظ أن أشهر الذروة تميزت بالاستقرار طيلة السنوات 2012 إلى 2010، حيث استقرت في هذه المرحلة ما بين 6623 و6818 ليلة مبيت، ذلك لأن ولاية البويرة تمتاز بالسياحة الجبلية والتي تكون في فصل الربيع مارس و أبريل.

وكنتيجة لهذا التحليل، نلاحظ التذبذب الكبير في ليالي المبيت بين أشهر السنة، وذلك من خلال عدم تبني خطة يتم من خلالها توجيه الطلب نحو الزيادة وفقا للقدرات الاستيعابية للولاية، ومن تم نلاحظ تحمل فنادق الولاية لفجوات فائض في العرض من جهة، وضغط الطلب في أشهر معينة من جهة أخرى، بسبب عدم تميز هذه الولاية بمنتجات سياحية مرتبطة بعدة مواسم، للحصول على أكبر عدد ممكن من ليالي المبيت وتتنوع عبر كامل أشهر السنة بنسب متقاربة، لتفادي تكاليف المتمثلة في كثرة الأسرة الشاغرة في سائر الأشهر.

5.6. تحديد ذروة المبيت لولاية تيزي وزو:

من خلال الجدول أدناه، سنتعرف على مواسم الذروة لولاية تيزي وزو، خلال الفترة الزمنية 2012-2020 ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها عبر الزمن.

جدول رقم(05): تطور ليالي المبيت لولاية تيزي وزو حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	22494	19425	18229	21720	19508	21944	23656	20219	14885	10941	14351	12841
2013	22718	20102	19033	22401	19891	21803	23834	21305	14984	11248	14882	13254
2014	24492	27428	27261	32244	23980	23852	29694	26859	19554	13993	13769	16064
2015	17075	22272	10994	29177	18503	20523	22431	32749	23936	16658	16211	20630
2016	19094	22593	10927	27264	18168	19246	21339	38237	25876	18027	16941	23352
2017	20013	23092	11087	23436	15812	14723	17181	34960	23078	21662	17819	26276
2018	20500	23579	11574	23923	16299	15210	17668	35447	23565	22149	18306	26763
2019	20175	17759	22267	16309	19566	21441	6349	31161	21657	18859	20349	20364
2020	20305	17734	22484	16383	19646	21125	7200	31311	21713	18630	19656	20900

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

بما أن ولاية تيزي وزو ولاية ساحلية، نلاحظ أن كل مواسم الذروة كانت في أشهر الاضطيف جويلية وأوت، ما عدا سنة 2014، حيث كان شهر الذروة في أبريل ثم جويلية وأوت وهما شهران يقصد فيهما السياحة الشاطئية، وفي سنة 2012 و2013 كان موسم الذروة في جويلية ب: 23656 و23834 ليلة مبيت على التوالي، وفي سنة 2015 إلى غاية 2020 نلاحظ انتقال شهر الذروة إلى أوت، وتعتبر سنة 2016 أكبر سنة من حيث عدد ليالي المبيت حيث تقدر ب: 38237 ليلة.

نلاحظ بلوغ أقصى ذروة في عدد ليالي المبيت سنة 2016، ثم عرفت انخفاضاً مما يؤدي هذا الأخير إلى حدوث فجوة في العرض، لأن من مميزات العرض الثبات في الأجل القصير كما ان الفارق بين شهر الذروة وباقي الأشهر كبير، ومن أجل تحقيق تنمية في الطلب السياحي يجب تحقق شرطين، وهما نمو الطلب في شهر الذروة مع تحقيق فارق صغير بين الطلب في شهر الذروة مع باقي الأشهر.

6.6. تحديد ذروة المبيت لولاية الجزائر:

من خلال الجدول أدناه، سنتعرف على مواسم الذروة لولاية الجزائر، خلال الفترة الزمنية 2012-2020 ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر، أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها.

جدول رقم (06): تطور ليالي المبيت لولاية الجزائر حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	السنوات
2012	39222	35196	33255	46515	43324	47658	59327	54370	53596	44441	45556	43103	2012
2013	39128	36251	27871	40478	38747	42682	53141	39967	48316	39688	44676	41377	2013
2014	51676	40170	50515	53733	55053	51355	62720	44669	55024	52691	49399	55234	2014
2015	62621	44267	63804	62567	63622	60036	74859	50302	63383	67266	54299	65256	2015
2016	61214	47631	63133	64401	65888	64686	82790	58167	63285	71350	58509	70234	2016
2017	59741	49866	63177	66977	68645	67735	92012	63872	64226	74566	62206	73990	2017
2018	60228	50353	63664	67464	69132	68222	92499	64359	64713	75053	62693	74477	2018
2019	127763	91803	90923	125224	93032	94971	32911	129301	94757	98076	101375	139102	2019
2020	127850	91936	91114	125192	93083	88253	47053	132260	89961	101802	110466	128051	2020

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

نلاحظ ثبات شهر الذروة في ولاية الجزائر وهو شهر جويلية، حيث عرف تحسن طيلة الفترة 2012-2020 حيث قدرة ليالي المبيت بـ: 59327 ليلة، لتحسن تدريجياً لتصل إلى 92499 ليلة في جويلية سنة 2018، باستثناء سنة 2013 حيث عرفت انخفاضاً طفيفاً، وبما أن ولاية الجزائر ولاية ساحلية لذلك نجد شهر الذروة هو شهر اصطياف، ولكن أشهر الاصطياف الأخرى مثل جوان وأوت لم تلي شهر الذروة مباشرة، ولم يكن هناك فرق معتبر بين أشهر الذروة (الاصطياف) والأشهر العادية، وهذا ما يدل على أن هناك أنواع أخرى من السياحة منافسة للسياحة الشاطئية، مثل السياحة العلاجية التعليمية، المهام والمؤتمرات، ذلك لأن الولاية هي عاصمة البلاد، ومنه نجد الفارق طفيف بين مواسم الاصطياف والمواسم الأخرى، مقارنة بالولايات الأخرى للقطب بإستثناء سنتي 2019 و2020 التي عرفتا تذبذباً في عدد ليالي المبيت وإنتقال الذروة إلى شهر ديسمبر من سنة 2019 وشهر أوت سنة 2020.

عند مقارنة ولاية الجزائر بباقي ولايات القطب، نلاحظ الاستقرار في نمو الطلب على المبيت في شهر الذروة مع تحقيق فوارق أقل بين الطلب على المبيت في شهر الذروة وباقي الأشهر، ولكن ليس بالشكل المطلوب، مع تسجيل استثناء غير إيجابي في سنتي 2019 و2020، حيث شهدتا تذبذباً في ليالي المبيت مقارنة بباقي أشهر السنة.

7.6. تحديد ذروة المبيت لولاية المدية:

من خلال الجدول أدناه، سنتعرف على مواسم الذروة لولاية المدية، خلال الفترة الزمنية 2012-2020 ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر، أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها عبر الزمن.

الجدول رقم(07): تطور ليالي المبيت لولاية المدية حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	1816	1376	1726	1683	1573	2141	1840	1874	2137	1184	2375	1314
2013	1853	1814	2131	1786	1583	2347	2549	2286	2499	1437	2380	1599
2014	2051	2019	2257	1904	1839	2787	2667	2426	2706	1845	2501	1717
2015	2250	2235	2405	2080	2658	3133	3008	2802	2921	2412	2645	1838
2016	2551	2733	2641	2332	2924	3518	3198	3040	3186	2904	2929	2066
2017	2789	2867	2797	2817	3403	3874	2764	3236	3411	3372	2973	3243
2018	3276	3354	3284	3304	3890	4361	3251	3723	3898	3859	3460	3730
2019	4209	3971	4108	3479	4144	2401	2452	3092	4456	3264	2793	4635
2020	4430	3919	4128	3539	3775	2560	2532	2915	4343	3718	3570	3424

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

تختلف مواسم الذروة لولاية المدية من سنة لأخرى طيلة سنوات الدراسة، وذلك لعدم تميزها بنوع معين من أنواع السياحة، ونلاحظ ذلك من خلال انتقال الذروة من شهر نوفمبر سنة 2012 إلى شهر جويلية سنة 2013 ثم لتستقر في شهر جوان طيلة السنوات 2014-2018، ثم ديسمبر وجانفي لسنتي 2019 و 2020 على التوالي حيث بلغت الذروة أعلى مستوياتها في شهر ديسمبر من سنة 2019 قدرة ب: 4635 ليلة مبيت، كما تمتاز أشهر السنة لهذه الولاية بتقارب مستويات المبيت مقارنة بالولايات الأخرى، مما يقلل من تكاليف الفائض في العرض عبر أشهر السنة ومن الملاحظ حسب الجدول، تزايد الطلب على المبيت لكل شهر مقارنة بالشهر نفسه من السنة المقبلة، أي بمعنى آخر كل شهر في تزايد مستمر طيلة سنوات الدراسة، باستثناء سنتي 2019 و 2020 التي عرفت انخفاضاً في بعض الأشهر، مقارنة بالسنوات السابقة.

وكنتيجة لهذا التحليل، تمتاز ولاية المدية عن باقي ولايات القطب بتزايد الطلب على ليالي المبيت عبر كامل أشهر السنة مقارنة بالسنوات السابقة، وبفوارق صغيرة نوعاً ما عند مقارنة شهر الذروة بباقي الأشهر، مما يساعد على جعل خطة لتنمية الطلب السياحي بما يتوافق مع العرض، ودون إحداث فائض كبير في العرض لباقي أشهر السنة في الاجل الطويل.

8.6 . تحديد ذروة المبيت لولاية بومرداس:

من خلال الجدول أدناه، سنتعرف على مواسم الذروة لولاية بومرداس، خلال الفترة الزمنية 2012-2020 ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر، أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها.

جدول رقم(08): تطور ليالي المبيت لولاية بومرداس حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	6010	4976	5903	9720	11787	10217	26045	26121	5210	5309	4075	3778
2013	9714	9694	8423	7429	11584	9640	26045	32167	5210	6558	6813	5486
2014	9950	9803	8573	7655	11789	9998	26267	32295	5383	6966	6996	5891
2015	10283	10353	9348	7895	12007	10365	26493	32430	5555	7396	7421	6306
2016	10544	10829	10134	8200	12247	10755	26733	32624	5748	7840	8426	6741
2017	9834	10933	9937	9284	12395	10864	25799	32815	5927	10261	12994	6621
2018	10321	11420	10424	9771	12882	11351	26286	33302	6414	10748	13481	7108

8093	8816	5408	4185	7938	3383	8154	5606	4579	3907	4378	4747	2019
7717	8586	6861	2240	8714	6316	6769	5556	7802	9542	4400	5162	2020

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول، أن شهر الذروة لم يتغير طيلة الفترة 2012-2020، وهو شهر الاصطياف أوت ثم تنتقل إلى شهر نوفمبر ومارس لسنتي 2014 و 2015 على التوالي، ونلاحظ أن مستوى الذروة ثابت طيلة الفترة 2013-2018، كما نلاحظ الفارق الكبير بين شهر الذروة وباقي الأشهر، بإستثناء سنتي 2014 و 2015 لكن هذا الاستثناء لا يعالج مشكل الفائض في العرض، بل يزيد منه مما يجعل فنادق هاته الولاية تتحمل تكاليف أكثر، في الأجل القصير. نستنتج من التحليل، أن الفائض الكبير في عدد الأسرة بين شهر الذروة وباقي الأشهر، بمتوسط 20000 سرير/شهر بإستثناء أشهر الذروة للسنوات الأخرى، مما يحتم وضع سياسات تهدف إلى تنمية الطلب في باقي الأشهر كحل مثالي، أو كبح الطلب في شهر الذروة وتقليص تكاليف العرض عن طريق تخفيضه.

9.6 . تحديد ذروة المبيت لولاية تيبازة:

من خلال الجدول أدناه سنتعرف على مواسم الذروة لولاية تيبازة، خلال الفترة الزمنية 2012-2020 ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر، أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها.

جدول رقم (09): تطور ليالي المبيت لولاية تيبازة حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	58568	12492	71067	16454	18471	18970	38284	51806	11676	13273	16028	29645
2013	14555	14346	14776	16454	18171	17919	38833	54565	6107	13273	9985	29645
2014	14662	15427	17375	18931	18484	22353	42285	56577	10776	20890	16930	33645
2015	14786	16516	20214	21407	18797	26804	45729	58594	15429	28091	23872	37645
2016	15040	17630	22829	23906	19135	30339	49205	60646	18112	32270	26850	39655
2017	16173	19157	22876	23946	27542	32397	49242	60665	32636	32301	26987	39659
2018	16660	19644	23363	24433	28029	32884	49729	61152	33123	32788	27474	40146
2019	19820	14131	19908	14936	15420	4135	1897	11901	15979	17292	14509	15103
2020	19880	14274	20030	15157	15705	4916	3158	12407	15131	16774	14154	15022

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

تعتبر ولاية تيبازة ولاية ذات سياحة شاطئية بامتياز، إلا أن الشكل السابق يوضح شهر الذروة لسنة 2012 غير موسم الاصطياف وهو شهر مارس، حيث بلغ عدد ليالي المبيت فيه ب: 71067 ليلة، وهي أعلى مستوى طيلة سنوات الدراسة، ثم تنتقل الذروة إلى شهر أوت طيلة ستة سنوات 2013-2018 مستقرة ما بين 50000 و 60000 ليلة، ثم تنخفض الذروة إلى أدنى مستوياتها ب: 19908 ليلة في شهر مارس سنة 2019.

وكننتيجة لهذا التحليل، نلاحظ الفارق الكبير في عدد ليالي المبيت بين شهر الذروة وباقي الأشهر، مما يجعل فنادق الولاية تتحمل اعباء الفائض في العرض، لأن أغلب اشهر السنة لم تتجاوز عتبة 20000 ليلة مبيت/شهر طيلة سنوات الدراسة بإستثناء، سنتي 2017 و 2018 بينما بلغت أقصى ذروة 70000 ليلة في شهر مارس من سنة 2012، أي بمعدل فائض في الأسرة يقدر ب: 50000 سرير شهرياً بإستثناء أشهر الذروة.

10.6. تحديد ذروة المبيت لولاية عين الدفلى:

من خلال الجدول أدناه، سنتعرف على مواسم الذروة لولاية تيبازة، خلال الفترة الزمنية 2012-2020 ومعرفة فيما إذا كانت متغيرة من شهر إلى آخر، أو تمتاز بالثبات في شهر واحد وكيفية تطورها.

جدول رقم (10): ليالي المبيت لولاية عين الدفلى حسب الأشهر للفترة 2012-2020

الاشهر السنوات	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
2012	4782	5311	12190	3122	3749	3924	5857	12065	0	2056	3701	3575
2013	6059	5977	11192	4831	4866	4292	5869	11640	3908	3335	4331	3644
2014	6313	6195	11404	6332	5171	4981	7526	11930	4123	5370	4634	4204
2015	6556	6417	12224	9724	5476	6193	9886	12213	4339	8338	4946	5333
2016	6788	6642	13005	12122	5790	7411	12263	12498	4554	10311	5260	6459
2017	6799	6754	13018	12131	7500	8420	15282	18527	4572	11234	5287	5478
2018	7286	7241	13505	12618	7987	8907	15769	19014	5059	11721	5774	5965
2019	9095	9826	9597	10519	13569	11526	3503	8032	7670	13633	7531	9082
2020	8165	5496	6297	5837	8260	6901	3321	5724	4945	6799	7348	7506

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتصرف.

بما أن ولاية عين الدفلى ولاية غير ساحلية، فبذلك نجد موسم الذروة غير منتظمة، ونقصد بغير منتظمة أنها تنتقل من شهر لآخر طيلة سنوات الدراسة وبشكل متذبذب، فمثلا نلاحظ ذروة المبيت لسنة 2012 في شهر مارس ب: 12190 ليلة، ثم تنتقل إلى شهر أوت لسنة 2013 و 2014 ب: 11640 و 11930 ليلة على التوالي، ثم تنتقل سنة 2015 إلى ماس ب: 12224 ليلة وهكذا، ذلك لعدم تميز الولاية بموسم سياحي معين مما أدى إلى انتقال موسم الذروة من شهر لآخر، الأمر الذي يعد عائق في بناء استراتيجية، تهدف إلى تنمية الطلب من خلال تخطيط العرض، ومن اجل بلوغ هذا الهدف وجب تبني استراتيجية تجعل من الولاية تختص بميزة سياحية، والعمل على استقطاب الوافدين وتحقيق ليالي مبيت على كامل أشهر السنة، وذلك من خلال نشر الوعي السياحي وتبني سياسة تسويقية ودعائية هادفة.

وكتنتيجة لتحليل الطلب على المبيت لهذه الولاية، نلاحظ ان أغلب أشهر السنة ولكل سنوات الدراسة، تتركز أعداد ليالي المبيت في حدود 6000 ليلة شهرياً، بينما أقصى ذروة تقدر ب: 18000 ليلة مبيت، أي يقدر عدد الأسر الشاغرة ب: 12000 سرير شاغر شهرياً على الاقل وذلك مقارنة بشهر الذروة لا بالقدرة الاستيعابية، باستثناء أشهر الذروة.

7. تحليل النتائج:

- ولاية الجزائر، نلاحظ تحقق ذروة واحدة خلال السنة، وهي في شهر جويلية، ويتراوح الفائض بين أقصى نقطة وأقل نقطة عند معدل 40% و 12%، وتمتاز هذه الولاية بفجوة متزايدة عبر الزمن، مما يدل على تزايد تكاليف الفائض في العرض مستقبلاً؛
- ولاية شلف، نلاحظ تحقق ذروة ولاية شلف في شهر فيفري، كما نلاحظ تبات فجوة العرض لهذه الولاية، ولم تتجاوز عتبة 50% وتزداد ببطيء عبر الزمن، مقارنة بباقي الولايات إلا أن هذا في المدى الطويل جدا يؤدي إلى كبر التكاليف التي لا تقابلها إيرادات عبر أشهر السنة؛
- ولاية بجاية، تحقق موسم الذروة في ولاية بجاية في موسم الاصطياف في شهر أوت، وتمتاز هذه الولاية بفجوة كبيرة ومتقاربة فيما بينها، حيث بلغت في شهر أكتوبر 72,14%، وهي نسبة كبيرة جدا مقارنة بولايات القطب أي أكثر من 3/2 من

- الأسرة شاغرة في شهر أكتوبر، وهي متزايدة عبر الزمن مما تدل على تزايد التكاليف التي لا تقابلها إيرادات عبر الزمن وبنسب كبيرة جداً؛
- تمتاز ولاية البليدة بفجوة متزايدة عبر الزمن، والامر الذي يعد إشكالاً كبيراً، هو التفاوت الكبير بين معدلات الاسرة الشاغرة من شهر لآخر، الأمر الذي يعد عائق في بناء خطة لتنمية الطلب السياحي؛
 - ولاية البويرة، تتحقق ذروة ولاية البويرة في شهر أفريل، إلا أن معدل الفرق بين شهر الذروة وباقي أشهر السنة ينمو بمعدلات متزايدة، مما ينعكس سلباً على نجاعة الفنادق في هذه الولاية، ذلك لأن الفجوة بين عرض الاسرة المستهدف في شهر الذروة، والطلب على الاسرة للمبيت لباقي الأشهر، تتزايد بمعدلات متزايدة عبر الزمن، مما يؤدي الى تزايد تكاليف الفائض في العرض، والتي لا يقابلها إيرادات حيث بلغ أكبر فائض في العرض نسبة 50,71% وذلك في شهر أكتوبر؛
 - ولاية تيزي وزو، نلاحظ تحقق موسم الذروة في شهر أوت، كما ان حجم الفجوة متذبذب بين 17% و 46% طيلة أشهر السنة، وهي متناقصة عبر الزمن مما يدل على تناقص حجم العرض، الذي لا يقابله طلب خلال أشهر السنة، أي تناقص في التكاليف التي لا تقابلها إيرادات؛
 - ولاية المدية، تمتاز ولاية المدية بصغر حجم فجوتها مقارنة بباقي الولايات، حيث لم تتعدى عتبة 27,32% ولكن متزايدة عبر الزمن، إلا ان في الاجل الطويل جدا قد تؤدي إلى اتساعها، مما ينعكس ذلك على ارتفاع تكاليف الفائض في العرض؛
 - ولاية بومرداس، نلاحظ عدم النجاعة في توفير العرض من الأسرة، بالشكل الذي يحتاجه الطلب على المبيت وذلك ملاحظ من خلال الفائض الكبير في العرض، والمقدر ب: 79,04% أسرة شاغرة في شهر سبتمبر، وهي متقاربة عبر باقي الأشهر، مما يدل على كبر حجم الفجوة من جهة وهي متزايدة من جهة أخرى، مما يدل على ضخامة التكاليف، التي لا تقابلها إيرادات وهي في تراكم عبر الزمن؛
 - ولاية تيبازة، تحققت ذروة ولاية تيبازة في شهر أوت، كما أنها تمتاز بفجوة متزايدة عبر الزمن، وبمعدلات فوائض كبيرة حيث تصل نسبة الاسرة الشاغرة إلى 65,19% في شهر فيفري، مما يدل على تحمل فنادق هاته الولاية تكاليف مرتفعة حاضراً وبشكل متزايد، بسبب وجود عرض لا يقابله طلب مماثل طيلة أشهر السنة، باستثناء شهر الذروة؛
 - ولاية عين الدفلى، تتحقق الذروة في هاته الولاية في شهر جويلية سنة 2016، ومارس في السنتي 2017 و 2018 كما حققت نسبة فائض كبيرة، أكثر من نصف الأسرة شاغرة في بعض الحالات حيث بلغت نسبة 80,59% في شهر سبتمبر، ولكن الشيء الملفت للانتباه هو تناقص الفجوة عبر الزمن وبالشكل الذي انعدمت فيه تقريباً.

8. خلاصة:

- من خلال تحليلنا للطلب الشهري على المبيت لولايات القطب السياحي شمال وسط استخلصنا ان هناك فائض في العرض (عرض الاسرة) طيلة أشهر السنة باستثناء أشهر المواسم السياحية.
- كما لاحظنا ان بعض الولايات الساحلية لم تكن الذروة في أشهر الاصطياف مما يدل أن هناك نوع آخر من السياحة تمتاز به هذه الولايات مثل ولاية تيبازة.
- في الولايات الداخلية لاحظنا عدم ثبات الذروة في أشهر معينة لكنها مستقرة في أشهر الربيع مارس، أفريل، ماي مثل ولاية البليدة والبويرة.

9. الهوامش والإحالات:

- ¹ الحوري مثنى طه، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2001، ص: 21.
- ² N.Gregory Mankiw, (2006), **Principles of Macroeconomics**, WORTH PUBLISHERS, Fourth Edition, United States, P. 63.
- ³ حنان إنعام داود، التخطيط للتنمية السياحية، دراسة حالة أهوار العراق، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 1980، ص: 14.
- ⁴ Gérard TOCQUER, Michel ZINS: **Marketing du tourisme**, 2 édition, Gaëtanmorin éditeur, France, 1999, P24.
- ⁵ MATHIESON AND WALL. **Tourism economic physical and social impact** Longman. London. and New Work.1981.
- ⁶ عاتي، رمزي بدر، العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في العراق، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، العراق، 1984، ص: 13.
- ⁷ المشهداني خليل إبراهيم، العناصر الأساسية لعملية مسح العرض والطلب السياحي وأساليبه، بحث منشور في مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، العراق، 1983، ص: 14.
- ⁸ المشهداني خليل إبراهيم، العناصر الأساسية لعملية مسح العرض والطلب السياحي وأساليبه، نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.
- ⁹ مسدوي دليلة، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية و نمو القطاع السياحي -حالة ولاية بومرداس- مذكرة ماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة بومرداس، 2009/2008، ص: 92.
- ¹⁰ الحوري، مثنى طه، اقتصاديات السفر والسياحة، مرجع سبق ذكره، ص: 25.
- ¹¹ Robert W . McIntosh , “ **tourism ; principles , practices and philosophies** “ , GRID , Inc , 1972,p.22.
- ¹² كوشن عبد الله عبيدي جامع، التطور الحضري وأثره في التنمية الطلب السياحي، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، العراق، 2001، ص: 75.
- ¹³ A . J . Burkart & S . Medlike , “ **Tourism ; past , present and future**” , London , 1976 , P : 121.