

التركز الموسمي للطلب السياحي الدولي في الجزائر: قياس وتحليل حسب الجنسيات للفترة (2000-2013)

صفية درويش (*) & محمد البشير مبروك (**)

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل - الجزائر

ملخص : تهدف هذه الدراسة إلى قياس التركيز الموسمي للسياحة الدولية في الجزائر وتحليلها حسب الجنسيات وذلك باستخدام أدوات المعالجة الإحصائية والرياضية انطلاقاً من بيانات متعلقة بعدد السياح الوافدين شهرياً عبر الحدود إلى الجزائر لمدة 14 سنة ممتدة من جانفي 2000 إلى ديسمبر 2013 ومن مختلف الجنسيات، بما يسمح بالتقدير الكمي للتقلبات الموسمية من جهة وتقدير المساهمة النسبية لمختلف الجنسيات في التركيز الموسمي الإجمالي وأثارها الهامشية من جهة أخرى مما يساعد في تطوير استراتيجيات فعالة كفيلة بالتخفيض من موسمية السياحة الدولية في الجزائر، حيث تتركز هذه الأخيرة خلال الربع الثالث من كل عام مشكلة بذلك نمطاً موسمياً أحادي الذروة، كما تتباين نسبة مساهمة مختلف الجنسيات في إجمالي التركيز الموسمي، إذ يعزى الجزء الأكبر منها إلى السياح الجزائريين المقيمين بالخارج حيث ظهر تأثيره الهامشي النسبي بإشارة موجبة على عكس كل من السياح العرب والأجانب الذي ظهر بإشارة سالبة، وبالتالي ومن وجهة نظر معالجة موسمية السياحة الدولية في الجزائر يجب تركيز مختلف الجهود وتطوير استراتيجيات تعمل على تعزيز حصص معظم الدول الأجنبية والعربية المصدرة في موسم الذروة مع بذل جهود أكبر، وتطوير استراتيجيات موجهة في المقام الأول إلى موسم الركود بالنسبة للسياح الجزائريين المقيمين بالخارج.

الكلمات المفتاح : سياحة دولية، جزائر، موسمية السياحة، مؤشر الموسمية، معامل جيني.

تصنيف JEL: L83، C41.

I. تمهيد:

على مدى سنة عقود من الزمن شهدت السياحة توسعاً وتنوعاً مستمراً لتصبح من أكبر وأسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في العالم، وبالرغم من الصدمات السياسية والاقتصادية إلا أن الحركة السياحية الدولية عرفت نمواً مستمراً: من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى 278 مليون سائح سنة 1980 لتتعدى مليار سائح سنة 2013، كما عرفت تبعاً للقوانين التي تحكمها توزيعاً مكانياً غير متوازناً إذ اختصت منطقتين فقط (أوروبا ودول آسيا والباسيفيك) بحوالي 75٪ من حجم الحركة السياحية الدولية بينما تتوزع النسبة الباقية على باقي الأقاليم السياحية⁽¹⁾، حيث احتلت الجزائر المرتبة الرابعة إفريقيا من حيث التوافد السياحي الدولي بعد كل من المغرب جنوب إفريقيا وتونس بنسبة توافد 5٪⁽²⁾. وكما تتفاوت الحركة السياحية الدولية مكانياً فإنها تتفاوت زمنياً حسب الأيام، الأسابيع والأشهر مشكلة بذلك مواسم سياحية نشطة ومواسم ركود ينخفض فيها الطلب السياحي على الوجهة، ومولدة أثراً سلبياً عديدة على المستوى الوطني والإقليمي وعلى مختلف الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية، ففي الوقت الذي يؤكد فيه الجميع أن معالجة الموسمية والتخفيف من أثارها قد أضحت من الأولويات إذا ما أريد استغلال السياحة كمورد طبيعي غير ناضب لإنعاش الاقتصاد بطريقة مستدامة، بدا لنا مهمة الإسهام في معالجة هذه المشكلة من خلال القيام بدراسة قياسية لواقع موسمية السياحة الدولية في الجزائر من حيث النمط والسعة، وتحليلها حسب الجنسيات محاولين الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى يمكن لقياس موسمية الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتحليلها حسب الجنسيات أن يساهم في تطوير استراتيجيات معالجتها؟

أهمية وأهداف الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في كون السياحة الدولية من بين أهم القطاعات المعول عليها في الرفع من النمو الاقتصادي، وهذا إذا ما تم التقليل من المشاكل التي تعاني منها والتي من بينها مشكل الموسمية التي تعتبر اليوم من بين القضايا الأساسية المطروحة للنقاش على المستوى العالمي، لكنها لم تنل إلا القدر الضئيل من اهتمام الباحثين في الجزائر، وهذا ما زاد من أهمية الدراسة التي تعتبر وفي حدود اطلاعنا على الموضوع الأولى من نوعها، وبالتالي إضافة جديدة للبحوث الاقتصادية التي تناولت قضايا السياحة في الاقتصاد الجزائري، والتي تهدف إلى قياس واقع موسمية السياحة الدولية في الجزائر وتحليلها حسب الجنسيات وفق الإطار المنهجي لقياس وتحليل الموسمية السياحية حيث من المؤمل أن تكون لنتائجها فوائد عملية تسمح بتوجيه الجهات الوصية إلى الأولويات الواجب القيام بها لتحفيز الطلب السياحي الدولي بما يخفف من تركزه الموسمي في الجزائر، وبالتالي تفعيل الدور التنموي للسياحة الدولية.

الدراسات السابقة: هناك عدد من الدراسات التي تناولت موضوع قياس وتحليل موسمية السياحة حيث تم فرزها وترتيبها زمنياً حسب زمن إعدادها، ومن تلك الدراسات نذكر:

- دراسة (BarOn, 1975) بعنوان "Seasonality in Tourism - A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making" تعتبر من الدراسات الشاملة التي تناولت قياس النمط الموسمي للتوافد السياحي عبر حدود 16 دولة على مدى إطار زمني مدته 17 سنة، حيث استخدمت الدراسة عدة قياسات منها نطاق الموسمية، نسب الموسمية، عامل الذروة الموسمي ؛
- دراسة (Grainger & Judge, 1996): الموسومة بـ "Changing patterns of seasonality in hoteland tourism demand: an analysis of Portsmouth monthly arrivals data" تعتبر من الدراسات القطاعية التي تناولت تحليل تغير الأنماط الموسمية للوافدين إلى فندق في بورتسموث "Portsmouth" للفترة 1987-1994 وتؤكد الدراسة على تأثير محاولات قياس الموسمية بالتغيرات في الأنماط والعوامل المسببة للموسمية ؛
- دراسة (Svend Lundtorp, 2001): بعنوان "Measuring Tourism Seasonality" ركزت على قياس الموسمية السياحية حيث تناولت أسباب قياس الموسمية التي كان من أهمها قياس الآثار الاقتصادية للموسمية خاصة على الأسعار، أشارت إلى أهم الوحدات الأساسية المستخدمة لقياس الموسمية والتي كان من أهمها عدد السياح كما تناولت مقاييس عدة لقياس الموسمية منها معامل التغير الذي اعتبره ناقصا لتأثيره بالقيم المتطرفة، لذا أوصت الدراسة باستخدام معامل جيني لقياس الموسمية باعتباره الأفضل والأقل تأثرا بالقيم المتطرفة ؛
- دراسة (Wall & Yan, 2003): بعنوان "Disaggregating flows - the example of China visitor" التي استخدمت السلاسل الزمنية لتحديد هيكل وخصائص وقوة التقلبات الزمنية في عدد الوافدين الدوليين للصين للفترة 1980-1998، وتم قياس التغيرات الموسمية باستخدام النسب الشهرية، انحرافاتها ومؤشر الموسمية ؛
- دراسة (Rosello, Nadal & Font, 2003): بعنوان "The economic determinants of seasonal patterns in monthly international arrivals to the Balearic Islands" قامت بتحليل أسباب الموسمية من المنظور الكلي، وذلك من خلال التحقيق في العلاقة بين معامل جيني كمقياس للتغيرات الزمنية ومجموعة من المؤشرات الاقتصادية الكلية كالناتج المحلي الإجمالي، نسبة أسعار، أسعار الصرف الوطنية والرقم القياسي لأسعار المستهلك باستخدام بيانات من Balearic Islands ومعظم الأسواق الهامة بها من المملكة المتحدة وألمانيا. ووجدت الدراسة أدلة على أنه مع زيادة الدخل والانخفاض النسبي للأسعار يميلون الناس لفصل عطلاتهم خلال العام، وبالتالي الحد من تركيز الموسمية، في حين معدل الصرف المناسب يساهم في الرفع من الموسمية ؛
- دراسة (الجمالية، 2006): الموسومة بـ "الموسمية السياحية في إقليم البتراء" تعتبر من الدراسات العربية التي تناولت موضوع الموسمية في إقليم البتراء، ومن النقاط التي تناولتها قياس الموسمية في منطقة الدراسة باستخدام معامل جيني، حيث توصلت إلى وجود موسمية قوية في إقليم البتراء إذ ترتفع الحركة السياحية خلال فصلي الربيع والخريف وتنخفض في باقي أوقات السنة ؛
- دراسة (إبراهيم بظاظو، 2008): تحت عنوان "تحليل الموسمية السياحية في المحميات الطبيعية في الأردن" والتي تناولت قياس اختلاف الموسمية السياحية في المحميات الطبيعية والأثرية والبيئية في الأردن، حيث وجد أن الموسمية تختلف باختلاف نوع المحمية، فالمحمية الأثرية كالبتراء أو الدينية كالمغطس تعاني من موسمية سياحية أكبر من المحميات الطبيعية كمحمية ضانا وعجلون مثلا وذلك لتعدد الأسواق السياحية بها ؛
- دراسة (كارا مصطفى وعلام، 2010): تناولت هذه الدراسة والموسومة بـ "Measuring the seasonality in tourism with the comparison of different methods" قياس موسمية السياحة في تركيا للفترة الممتدة بين 1998 - 2007 وذلك باستخدام عدة طرق كنسب الموسمية، مؤشر الموسمية، معامل الموسمية ومعامل جيني، وتوصل إلى أن كل واحدة من هذه الطرق لها إيجابياتها وسلبياتها إلا أن أفضلها كان معامل جيني ؛

1. مفهوم موسمية السياحة: على غرار القطاعات الاقتصادية الأخرى تتميز السياحة بالتقلبات الزمنية في حجم نشاطها حيث يتعاظم ليلغ ذروته أوقات من السنة بينما يكون في حالة ركود نسبياً وتوقف في أوقات أخرى من ذات السنة، مما يؤدي إلى ظهور ما يعرف بالموسمية التي تعتبر إحدى أهم مشاكل صناعة السياحة ⁽³⁾ وأكثرها تأثيراً في الطلب السياحي ⁽⁴⁾ وأقلها فهما ⁽⁵⁾.

تشير البحوث التي تطرقت لموسمية السياحة إلى صعوبة إيجاد تعريف موحد لها، إذ نجد أن العديد من الباحثين ممن اهتموا بالظاهرة اجتهدوا لأجل إعطاء وشرح تصوراتهم الخاص حولها وهو ما يفسره تعدد التعريفات الموجودة في أدبياتها، حيث قدم (BarOn, 1975) أول تعريف لموسمية السياحة بقوله هي تلك "التأثيرات التي تحدث سنوياً في نفس التوقيت بأقل أو أكثر حجماً" ⁽⁶⁾، في حين وصفها (Butler, 2001) بـ: "الخلل الزمني المؤقت في ظاهرة السياحة والذي يمكن التعبير عنه بعدة أبعاد مثل عدد الزوار، إنفاقهم، كثافة حركة المرور، التوظيف، جاذبية المواقع السياحية وغيرها من الأبعاد" ⁽⁷⁾.

أما (Biederman, 2008) فيعتبرها "السمة السائدة في السفر والسياحة والتي تتميز باختلافات حادة في الطلب خلال أوقات معينة من السنة" ⁽⁸⁾. علاوة على ذلك اعتبرها (Chung, 2009) "ظاهرة عالمية تسببها الحركة المؤقتة للأفراد" ⁽⁹⁾.

وبالرغم من تعدد تعاريف موسمية السياحة لكنها تتفق جميعاً على أنها نظام الحركة السياحية في الوجهات خلال السنة ⁽¹⁰⁾ الناتج عن التقلبات الزمنية المتكررة في التدفقات السياحية والتي تكون على أساس يومي أسبوعي وشهري أو

سنوي⁽¹¹⁾ بما يؤدي إلى الاستخدام غير المتكافئ لمختلف أجهزة القطاع في الوجهة السياحية والمرتبطة بمدى قوة وديناميكية هذه التقلبات⁽¹²⁾.

2. أنماط موسمية السياحة: معظم الوجهات السياحية تمر بتجربة دورية من النشاط السياحي تقسم إلى موسم ذروة وموسم ركود وتكون مفصولة بموسمي الكتف⁽¹³⁾، مشكلة بذلك أنماطاً ناتجة عن تقلبات منتظمة أو غير منتظمة تعود فقط لأوقات محددة من السنة⁽¹⁴⁾، وحسب كل من (Mao & Butler, 1997) هناك أربعة أنماط للموسمية السياحية⁽¹⁵⁾:

◀ **أحادية الذروة (Single peak seasonality):** هو أكثر أنماط الموسمية تطرفاً، يحدث في الوجهات التي يكون فيها الطلب السياحي في أشهر محددة من السنة أكبر من الطلب السياحي لباقي أشهر نفس السنة، وذلك بسبب تطابق النمط الموسمي للطلب السياحي في مناطق المصدر مع النمط الموسمي لجاذبية المقصد السياحي⁽¹⁶⁾ كما هو الحال في وجهات البحر المتوسط؛

◀ **ثنائية الذروة (Two-peak seasonality):** ينتج عندما يكون هناك موسمين رئيسي وثانوي، بحيث كل موسم يلبي نوع من الاحتياجات مثل المناطق الجبلية التي تجذب السياح في موسم الصيف والشتاء وتعد دول الكاريبي خير مثال على ذلك؛

◀ **عديمة الذروة (Non-peak seasonality):** تحدث في المناطق التي تحدث فيها الحركة السياحية على وتيرة واحدة طوال العام كما هو الحال في المناطق الحضرية مثل سنغافورة وهونغ كونغ؛

◀ **الموسمية الديناميكية (Dynamic seasonality):** أو متعددة الطلب أي لا ترتبط بفترة زمنية ثابتة.

3. أسباب موسمية السياحة: هناك عدة محاولات أدبية لفهم وتصنيف أسباب موسمية السياحة إذ ينظر إليها بشكل مختلف بين الباحثين فضلاً أنها تأخذ أشكالاً مختلفة حسب الوجهة وطبيعتها⁽¹⁷⁾، حيث أشار (BarOn, 1975) إلى الأسباب الطبيعية والمؤسسية وهذا ما أكدته غالبية الباحثين، إذ ترتبط الأسباب الطبيعية بعناصر الطقس والمناخ مثل درجة الحرارة والثلوج، أشعة الشمس والأمطار... الخ وهذا النوع من الموسمية يسمى بالموسمية الطبيعية، أما الأسباب المؤسسية فترتبط أساساً بالتشريعات، الإجازات والعطل والمؤدية إلى ما يعرف بالموسمية المؤسسية⁽¹⁸⁾.

واعتبر كل من (Butler & Mao, 1997) أن العوامل الاجتماعية مثل التفضيلات، الأذواق، الثقافة هي عوامل مسببة للموسمية⁽¹⁹⁾، ليضيف (Butler, 2001) الضغوط الاجتماعية والأزياء، المواسم الرياضية والتقاليد⁽²⁰⁾ كما أشار (BarOn, 1975) إلى العوامل الاقتصادية، كأسعار الخدمات السياحية خلال المواسم المختلفة والتي يمكن أن تساهم في زيادة أو انخفاض التركيز الموسمي للأنشطة السياحية⁽²¹⁾، وأشار (Frechtling, 2001) لآثار التقويم كسبب إضافي⁽²²⁾ مثلاً التقويم الهجري بالنسبة للدول الإسلامية، ليوكد كل من (Baum & Hagen, 1999) على نمطية العرض السياحي كأحد الأسباب الجوهرية المؤدية للموسمية، حيث تؤثر الوظائف أحادية الجانب في الوجهة على انتشار الطلب السياحي الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى وجود حركة سياحية خلال فترة زمنية معينة كما هو الحال في المواقع الدينية⁽²³⁾.

وقدم كل من (Lundtorp, Rassing & Wanhill, 1999) تصنيف بديل لأسباب الموسمية حيث أن الطابع الموسمي للنشاط السياحي في الوجهة هو محصلة تفاعل مجموعة من عوامل الدفع في دول المصدر كالمناخ، العطل، الضغط الاجتماعي... إلخ، وعوامل الجذب في دول المقصد كالمناخ، العرض السياحي، الأحداث... إلخ⁽²⁴⁾، وبالتالي الموسمية تحدث بتفاعل مجموعة من الأسباب المتعلقة بالمصدر والمقصد على حد سواء.

4. آثار موسمية السياحة: يعتبر غالبية الباحثين الموسمية ظاهرة سلبية^(من 25 إلى 28) ليس فقط بالمعنى الاقتصادي وإنما أيضاً بالمعنى الاجتماعي الثقافي والبيئي، فغالباً ما تتصل الآثار الاقتصادية بمشاكل الاستخدام المفرط أو الأدنى للموارد السياحية حيث يزيد الضغط عليها بما يتجاوز طاقتها الاستيعابية خلال موسم الذروة، بينما تبقى معطلة أو تعمل بمستويات متدنية خلال باقي أوقات السنة⁽²⁹⁾ فتصبح بذلك قيمتها الاقتصادية صفر⁽³⁰⁾، الأمر الذي يدفع بالمستثمر ينال بذل جهود مضاعفة لتحقيق إيرادات مرتفعة في فترات الرواج الموسمي لتعويض الخسائر المحتملة خلال موسم الركود من خلال رفع الأسعار إلى المستوى الذي يضمن تحقيق الحد الأدنى من الأرباح لتغطية على الأقل التكاليف الثابتة، كما يصبح من الصعب وفي ظل ارتفاع درجة المخاطرة وفترة استرداد رأس المال جذب المستثمرين من القطاع الخاص وتحفيز المقرضين، إضافة إلى ذلك تؤثر الطبيعة المؤقتة للعمل السياحي سلباً على مدى ولاء والالتزام العاملين بما يؤثر على معايير الجودة في المنتجات السياحية خلال الموسم الرئيسي⁽³¹⁾.

وفي الجانب الاجتماعي تمارس الموسمية نوعاً من الضغط على القدرات الاستيعابية الاجتماعية في المقاصد السياحية، حيث تتسبب بمشاكل للمجتمع المضيف ترتبط أساساً بالزيادة الكبيرة في عدد السكان خلال أشهر موسم الذروة بما يولد ضغطاً على البنية التحتية والخدمات، فضلاً عن ارتفاع الأسعار الذي يؤثر سلباً على الحالة الاقتصادية للسكان المحليين، ليضيف كل من (Mathieson & Wall, 1982) مشكل ارتفاع معدل الجريمة بما يولد الحاجة للمزيد من القوات الأمنية والعاملين في المجال الصحي، كما تؤثر الموسمية سلباً على كل من نوعية وطريقة الحياة التقليدية⁽³²⁾ وبهذا تسفر الموسمية عن استياء كل من المجتمع المحلي والسائح حيث تؤثر المشاكل السابقة على درجة رضاه وتمتعه بالتجربة السياحية بسبب الاكتظاظ في مواقع الجذب والاقتدار إلى القدرات خلال موسم الذروة، كما أن غلق المرافق السياحية في

مواسم الركود يؤثر ليس فقط على السياح المحتملين، ولكن أيضا على الصورة السياحية للوجهة بما يقلل من جاذبيتها⁽³³⁾.

ويؤدي تركيز السياح بما يفوق القدرة الاستيعابية البيئية في مناطق الجذب السياحي الطبيعية والثقافية خلال موسم الذروة إلى العديد من الآثار السلبية التي تهدد البيئة الطبيعية كاستنفاد الموارد الطبيعية بسبب الاستخدام الكثيف ازدحام الممرات الطبيعية ومشاكل تأكلها، فضلا عن التلوث ومشاكل التخلص من النفايات ومياه الصرف الصحي⁽³⁴⁾ خاصة تلك الناتجة عن المد السياحي غير المخطط.

ومن هنا يتضح لنا جدية الوجهات السياحية في السعي للتخفيف من الموسمية وتجنب آثارها السلبية، وذلك من خلال مجموعة من الاستراتيجيات كشفت عنها العديد من البحوث السياحية أهمها تنوع مزيج المنتجات السياحية استخدام الأسعار التفاضلية، تجزئة السوق، تنوع أسواق المصدر والترويج للمنتجات البديلة لجذب السياح في مختلف المواسم إضافة إلى الترويج للأحداث والمهرجانات خلال مواسم الركود⁽³⁵⁾.

وتجدر الإشارة إلى أنه قليلة جدا تلك الأبحاث التي تناولت الجوانب الإيجابية للموسمية إذ هناك من يعتبر أن الموسم 'الميت' الطويل هو الفرصة الوحيدة لتعافي البيئة الإيكولوجية والاجتماعية، وبالتالي استراتيجيات إطالة الموسم الرئيسي أو جذب المزيد من السياح خارج الموسم بحاجة إلى الدعم الكامل من المجتمعات المضيفة إذا ما أريد لها النجاح⁽³⁶⁾.

II. الطريقة و الأدوات المستخدمة:

المنهج المعتمد في هذه الدراسة هو منهج دراسة حالة، نهدف من وراء استخدامه قياس واقع موسمية السياحة الدولية وتحليلها، وذلك باستخدام أدوات المعالجة الإحصائية والرياضية انطلاقا من البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية على مستوى الجزائر وهي بيانات متعلقة بعدد السياح الوافدين عبر الحدود إلى الجزائر شهريا لمدة 14 سنة ممتدة من جانفي 2000 إلى ديسمبر 2013 ومن مختلف الجنسيات (جزائريين مقيمين بالخارج عرب وأجانب) حيث تتوفر بيانات عن أكثر من 20 دولة مصدرة حول العالم تم الحصول عليها من وزارة السياحة والصناعات التقليدية وللوصول إلى أهداف الدراسة سيتم معالجتها باستخدام نوعين من الأدوات:

1- أدوات القياس: خطوة أولى يتطلب فهم خصائص الموسمية في الوجهات السياحية قياس كل من نمط وسعة التركيز الموسمي، وذلك باستخدام الأدوات المبينة في الجدول رقم (01)، حيث:

« **مؤشر الموسمية:** هو أداة مفيدة لتحليل النمط الموسمي يعبر عن متوسط العوامل الموسمية الخاصة بكل شهر على مدى سنوات الدراسة، استخدم من طرف العديد من الباحثين لقياس نمط الاهتزاز الموسمي لتحديد مواسم الذروة والركود السياحي خلال السنة⁽³⁷⁾ انطلاقا من تحديد الأشهر ذات مؤشرات الموسمية أعلى أو أدنى من مكون دورة الاتجاه، فهذه المؤشرات عادة ما تتركز عند قيمة المتوسط 100 والقيم التي تكون أكبر أو أصغر من هذه القيمة تشير إلى وجود عاملا لموسمية أعلى أو أقل من مكون دورة الاتجاه⁽³⁸⁾؛

« **معامل التباين:** ترتبط مؤشرات الموسمية بقيم معامل التباين الذي يسمح بقياس تنوع العوامل الموسمية لشهر معين على مدار سنوات الدراسة، فالقيم المنخفضة لهذا المعامل تشير إلى الثبات أو الاستقرار في نمط الاهتزاز الموسمي والعكس بالنسبة للقيم المرتفعة⁽³⁹⁾؛

« **معامل جيني:** يعد معامل جيني الذي تم تطويره سنة 1912 من قبل عالم الإحصاء الإيطالي (Corrado Gini)⁽⁴⁰⁾ من بين المقاييس الإحصائية الهامة والأكثر شيوعا في قياس اللامعالية التوزيع، الذي شاع استخدامه في صناعة السياحة من طرف العديد من الباحثين (Miloš Bigović 2011) كمقياس لسعة الاهتزاز الموسمي أو درجة التركيز الموسمي للطلب السياحي باعتباره أقل المقاييس تأثرا بالقيم المتطرفة⁽⁴¹⁾. ويحسب معامل جيني ببيانيا حسب الشكل رقم (01) بحساب المساحة المحصورة بين منحنى لورنز وخط المساواة 45° الواصل بين نقطة الأصل (0,0) والنقطة (B,A) مقسوما على المنطقة بأكملها تحت 45°⁽⁴²⁾، تضرب هذه المساحة في العدد 2 لأن مساحة المثلث المحصورة بين خط التساوي والإحداثيتين الأفقية والعمودية تساوي 0,5، وبالتالي ينحصر معامل جيني بين الصفر والواحد ($0 \leq G \leq 1$)، يكون صفر عندما ينطبق منحنى لورنز على خط التساوي ويكون عندها التوافد السياحي نفسه على مدار أشهر السنة وهو الوضع المثالي، بينما يكون مساويا للواحد عندما ينطبق منحنى لورنز على الخط الأفقي أو العمودي ويكون توزيع التوافد السياحي على أشهر السنة في أسوأ أحواله⁽⁴³⁾، أي أنه كلما كانت قيم معامل جيني صغيرة كلما كانت هناك عدالة في توزيع التوافد السياحي خلال أشهر السنة وبالتالي انخفاض سعة التركيز الموسمي في الوجهة السياحية والعكس. وهناك عدة طرق إحصائية لحساب معامل جيني (انظر Xu, 2003)، لكن في هذه الدراسة سيتم حسابه حسب المعادلة القياسية الثالثة المبينة في الجدول رقم (01).

وتجدر الإشارة إلى أنه وفي حدود اطلاعنا على الموضوع لا توجد أي نظرية للحد الحرج الذي يفصل بين القوة وعدم قوة التركيز الموسمي، وحسب دراسة كل من (Svend Lundtorp, 2001; Antonio Fernandez-Morales,)

(2010, Karamustafa & Ulam, 2008) حول قياس موسمية السياحة، فإن النسبة المقبولة لتباين التوزيع السياحي على مدار أشهر السنة هي 0.20 إذ تعتبر الحد الحرج لمعامل جيني المعتمد في هذه الدراسة؛

◀ **معامل الاختلاف الموسمي:** يعد مؤشراً بسيطاً ومفيداً لمدى تقلب نسب السياح خلال أشهر السنة، حيث يساعد في تحديد ثبات من عدم ثبات سعة الاهتزاز الموسمي، فعندما يأخذ الانحراف المعياري من قيمة الوسط الحسابي للتوافد السياحي الشهري في سنة معينة قيم مرتفعة فإن ذلك يعكس تقلبات كبيرة في سعة الموسمية⁽⁴⁴⁾.

2- أدوات التحليل: يعتبر التحليل أداة مفيدة لتحديد الأسواق المساهمة في التركيز الموسمي الإجمالي، وتقدم صيغة التحليل المعتمدة في هذه الدراسة والتي طورت من قبل (Lerman & Yitzaki, 1985) في المعادلة التالية:

$$G = \sum_{m=1}^m G_m R_m S_m$$

حيث:

- m : السوق فمثلاً، التوافد السياحي الدولي في الجزائر يمكن أن يحلل حسب الجنسيات إلى 3 أسواق: جزائريين مقيمين بالخارج (m^1)؛ عرب (m^2)؛ أجانب (m^3)؛ إذن في هذه الحالة $m = 3$ ؛
- G_m : معامل جيني السنوي للسوق m ويعكس درجة التركيز الموسمي لكل سوق؛
- R_m : معامل الارتباط بين إجمالي التوافد السياحي الشهري والتوافد السياحي الشهري للسوق m ؛ ويعكس درجة الارتباط بين النمط الموسمي لكل سوق والسوق الإجمالي؛
- S_m : الحصة السنوية للسوق m من إجمالي التوافد السياحي السنوي.

ما يميز هذه العوامل أن العامل (S_m) سهل التغير في حين تعتبر كل من (G_m) و (R_m) عوامل ذات طابع هيكلي. وقد تم اختيار هذه التقنية لأنها تسمح بقياس مساهمة كل سوق (C_m) في التركيز الموسمي الإجمالي والمرتبطة حسب المعادلة أعلاه بثلاث عوامل (G_m, R_m, S_m)، فدراسة درجة التركيز الموسمي لكل سوق من خلال حساب (G_m) لا يكفي لتحليل معامل جيني الإجمالي (G)، وذلك لأن السوق ذو (G_m) مرتفع من المحتمل أن يخفض من معامل التركيز الموسمي الإجمالي إذا ظهر العامل (R_m) بإشارة سالبة، بمعنى أنه لا يتركز في نفس أشهر الذروة لبقيّة الأسواق، لذلك ومن أجل التخفيف من الموسمية على المخططين ورجال التسويق أن يركزوا جهودهم للرفع من حصص الأسواق التي لها أدنى درجة من التركيز الموسمي (أي G_m صغير) و/أو التي لها درجة تركيز موسمي معتدلة أو مرتفعة شرط أن تكون على ارتباط عكسي مع النمط الموسمي العام للوجهة (أي ذات R_m صغير أو سالب). ويمكن التعبير عن هذه المساهمة نسبياً بالصيغة التالية:

$$C_m = G_m R_m S_m / G$$

كما تسمح أيضاً تقنية التحليل بحساب التأثير الهامشي النسبي لكل سوق (RME_m) في التركيز الموسمي الإجمالي، والذي يعبر عن نسبة التغير في معامل جيني الإجمالي الناتجة عن نسبة التغير في التوافد السياحي لسوق معين مع بقاء التوزيع الشهري لهذا السوق وبقيّة الأسواق ثابتاً، حيث الزيادة النسبية في السوق (e^m) والموزعة بالتساوي على مدار السنة سوف تقلل أو تعزز من تركيز الموسمية بالنسبة المساوية لـ:

$$RME_m = \frac{\partial G / \partial e^m}{G} = S_m \left(\frac{R_m G_m}{G} - 1 \right)$$

حيث $\partial / \partial e^m$ هو المشتق الجزئي لـ G بالنسبة لـ e^m ، و G هي دالة من ($m^1, \dots, m^n$).

ويعتبر تقدير نسب التأثيرات الهامشية أداة مفيدة للتخطيط والتسويق وتصميم استراتيجيات معالجة الموسمية في الوجهات السياحية، ذلك لأنها تسمح بتحديد الأسواق التي تقلل من التركيز الموسمي⁽⁴⁵⁾.

III. النتائج ومناقشتها:

بالرغم من امتلاك الجزائر وعلى اتساع مجالها الجغرافي لمقومات سياحية متميزة تعد الأساس للإقامة وجهة سياحية مستقطبة للسياح، إلا أنها لا تزال تصنف ضمن الدول الأقل جذباً للسياحة الدولية، فنصيبها من تدفقات السياح نهاية 2013 لم يتجاوز 0.25% من إجمالي التدفقات العالمية⁽⁴⁶⁾ وهذا بالرغم من التطورات التي شهدتها، حيث ارتفعت خلال الفترة 2000-2013 وبمعدلات نمو قدرت في المتوسط 9% مسجلة بذلك سنة 2013 أكثر من 2 مليون زيارة دولية تشكل من 964153 سائح أجنبي والباقي هم جزائريين مقيمين بالخارج، وبالرغم من التطورات التي شهدتها التدفقات السياحية الدولية إلا أنه لا أحد يستطيع إنكار ضعفها مما يدل على التأخر الكبير الذي يميز صناعة السياحة الدولية في الجزائر مقارنة بالدول الأخرى الرائدة سياحياً عموماً، ودول الجوار المتميزة خصوصاً، لكن تبقى فرص نموها موجودة وهذا إذا ما تم مواجهة مختلف التحديات التي تحول دون تطورها والتي من أبرزها التقلبات الموسمية. ومن أجل الحصول على الانطباع الأولي حول هذه التقلبات نعرض الشكل رقم (02) الذي يوضح وجود تقلبات شهرية في عدد السياح الوافدين عبر الحدود إلى الجزائر وذلك حسب مختلف الجنسيات، لكنه لا يفسر بدقة المدى الذي تبلغه الموسمية وقوتها، كما أن معطيات الشكل تشير إلى وجود قمم مسجلة في الربع الثالث من كل عام لكن لا يمكن تفسيرها دائماً على أنها موسمية، فقد تكون ناتجة فقط عن وجود تأثير تراكمي للعوامل التي تحفز الطلب خلال ذلك

الموسم مثل الأحوال الجوية الملائمة؛ توفر الإجازات؛ التفضيلات الشخصية للموسم وغيرها وبالتالي يجب التفرقة بين القمم المسجلة والموسمية مما يدعو إلى المزيد من القياس والتحليل، حيث ستكون البداية بعرض نتائج القياس تليها نتائج التحليل.

1. نتائج قياس موسمية السياحة الدولية في الجزائر : حسب نتائج حساب مؤشرات الموسمية ومعاملات التباين التي تسمح بقياس نمط الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتغيره خلال الفترة 2000-2013 والمبينة في الجدول رقم (02) فإن مؤشرات الموسمية لإجمالي التوافد السياحي تأخذ قيم أكبر من 100 خلال شهري جويلية وأوت مسجلة أقصى قيمة لها في شهر جويلية حيث كان المكون الموسمي أكبر من ضعف مكون الاتجاه، وبالتالي نرى أن التوافد السياحي الدولي إلى الجزائر للفترة 2000-2013 يتركز خلال شهري جويلية وأوت من كل عام مشكلا بذلك نمطا موسميا أحادي الذروة وهو نفس النمط الذي يأخذه توافد كل من السياح الجزائريين المقيمين بالخارج والأجانب، إذ تتركز حركتهم خلال أشهر موسم الصيف حيث تأخذ مؤشرات الموسمية قيم أكبر من 100 ابتداء من شهر جوان حتى شهر أوت بالنسبة للجزائريين المقيمين بالخارج وخلال شهري جويلية وأوت بالنسبة للسياح الأجانب، مسجلة أقصى قيمة لها خلال شهر جويلية محدثة بذلك نمط موسمي أحادي الذروة، والنتائج أساسا عن أسباب مؤسسية كالعطل والإجازات في البلد المصدر والنمط الموسمي لجاذبية الوجهة الجزائرية. في المقابل نلاحظ أن سلوك السياح العرب في التوافد إلى الجزائر يأخذ شكلا آخر حيث نلاحظ اتساع في المدى الموسمي، إذ أخذت مؤشرات الموسمية قيم أكبر من 100 بداية من شهر أفريل حتى سبتمبر ومع قمة ثانوية أخرى في شهر نوفمبر، مما يشير إلى وجود انتشار نسبي على مدار أشهر فترة الدراسة، ويمكن إرجاع ذلك إلى القرب الجغرافي حيث تعتبر دول المغرب العربي من أكثر الدول المصدرة للسياح العرب إذ تمثل 90% من حجم التوافد السياحي العربي وبالتالي قرب المسافة عامل جذب ومحفز لزيارة الجزائر حتى في الإجازات القصيرة وعطل نهاية الأسبوع إضافة إلى عامل الاستقرار الأمني التي تتمتع به الجزائر خصوصا مع التحديات الدولية التي تعيشها بعض الدول العربية عموما والمغرب العربي على وجه الخصوص. بالنسبة لاستقرار النمط فإن معاملات التباين تشير إلى وجود اختلافات من متوسطة إلى ضعيفة للعوامل الموسمية حول متوسطها بين أشهر السنة مما يشير إلى أن النمط الموسمي يمتاز بالاستقرار النسبي على طول فترة الدراسة وذلك لمختلف الجنسيات ما عدا النمط الموسمي للسياح العرب الذي يعرف تقلبات واضحة وهذا حسب ما أكدته القيم المرتفعة لمعاملات التباين.

بالنسبة لسعة التقلبات الموسمية للسياحة الدولية في الجزائر ومن خلال تتبع السلسلة الزمنية لقيم معامل جيني المبينة في الجدول رقم (03) نجد أن حركة الجزائريين المقيمين بالخارج وعلى طول فترة الدراسة تعرف ارتفاعا في سعة الاهتزاز الموسمي، حيث بلغ متوسط معامل جيني 0.27 وهو أكبر من الحد الحرج 0.20 المعتمد في هذه الدراسة مما يشير إلى وجود تركيز موسمي قوي نسبيا، لكن وعلى مدار 5 سنوات الأخيرة عرفت قيمة انخفاض ملحوظا لتبلغ 0.16 سنة 2013 بما يشير إلى انخفاض التركيز الموسمي لحركة الجزائريين المقيمين بالخارج. في المقابل وحسب ما تؤكد قيم معامل جيني المنخفضة عن الحد الحرج على مدار 14 سنة، فإن الطلب السياحي العربي يعتبر من أقل الجنسيات تركزا، ويمكن إرجاع ذلك إلى طول المدى الموسمي وبالتالي غياب تأثير القيم الأكثر انخفاضاً لتوافد السياح العرب في فترات الركود السياحي. أما بالنسبة للحركة السياحية الأجنبية فهي على درجة من التركيز الموسمي حيث شهد معامل جيني ارتفاعا ملحوظا خلال الفترة 2000-2004 فقد بلغ في المتوسط 0.20 ليشهد بعد ذلك انخفاضا تدريجيا جعل من متوسط معامل التركيز جيني 0.14 أقل من الحد الحرج.

وإجمالا شهد الطلب السياحي الدولي في الجزائر تركزا موسميا خلال الفترة 2000-2008 حيث أخذ معامل جيني قيما أكبر من الحد الحرج، لكن ابتداء من سنة 2009 شهدت قيمة انخفاض ملحوظا لتصل إلى 0.12 سنة 2013 لكن رغم ذلك يبقى الطلب السياحي الدولي يعرف تركزا موسميا بمعامل جيني قدر في المتوسط 0.22. ويمكن تفسير الانخفاض الملحوظ الذي عرفته سعة الموسمية إلى انخفاض نسب أشهر موسم الذروة (جويلية وأوت) من إجمالي التوافد السياحي السنوي، حيث كانت تمثل 4 أضعاف النسبة المحققة في كل من أشهر الركود (أكتوبر، فيفري...)، لكنها انخفضت وبمعدل نمو سالب قدر بـ 50% لتصبح تمثل ضعفين فقط سنة 2013 (انظر الشكل رقم (03))، الأمر الذي أدى إلى زوال أثر انخفاض نسب أشهر الركود على درجة التركيز الموسمي فكانت النتيجة انخفاضها، وهذا دليل على أن درجة التركيز الموسمي على ارتباط بحجم الفرق بين نسب الأشهر من التوافد السياحي والذي يتأثر بمجموعة من العوامل من بينها التقويم الهجري، إذ يمكن إرجاع انخفاض حصة أشهر الذروة من التوافد السياحي الدولي إلى تزامنها ابتداء من سنة 2009 مع شهر رمضان المبارك حيث من المتوقع أن ترتفع وذلك بعد إزالة أثر رمضان (انظر الشكل رقم (04)) فترتفع معها سعة الموسمية طبعاً على افتراض بقاء العوامل المؤثرة الأخرى ثابتة.

وتشير قيم معامل الاختلاف الموسمي المبينة في الجدول رقم (03)، إلى وجود انحرافات معيارية عن الوسط الحسابي للطلب السياحي الدولي الشهري تختلف نسبتها باختلاف الجنسيات، حيث تتراوح في المتوسط لإجمالي الوافدين والجزائريين المقيمين بالخارج بين 51% و64% على الترتيب مما يعكس تقلبات من متوسطة إلى قوية في سعة التركيز الموسمي، في حين تعتبر أكثر استقرارا لكل من العرب والأجانب حسب ما تؤكد معاملات الاختلاف المنخفضة.

2. نتائج تحليل التركيز الموسمي للسياحة الدولية في الجزائر : وفرت أدوات القياس فهما لخصائص موسمية السياحة الدولية في الجزائر من حيث قوة وديناميكية النمط والسعة ولمختلف الجنسيات لكن تحتاج الظاهرة إلى تحليل

أعمق بما يسمح بتقدير المساهمة النسبية لمختلف الجنسيات في التركيز الموسمي الإجمالي وآثارها الهامشية. ونتائج تحليل معامل التركيز الموسمي جيني للتوافد السياحي الدولي في الجزائر حسب الجنسيات للفترة 2000-2013 مفصلة في الجدول رقم (04). فمن خلال معطيات الجدول نجد أن سوق الجزائريين المقيمين بالخارج كان المسؤول عن غالبية التركيز الموسمي للطلب السياحي الدولي في الجزائر بنسبة مساهمة (C_{ARE}) بلغت في المتوسط 86% يليه سوق السياح الأجانب بمساهمة (C_E) 9% أما مساهمة العرب فقد عرفت انخفاضا خلال فترة الدراسة إذ لم يتعدى متوسط المساهمة (C_A) 4% المساهمة المرتفعة لسوق الجزائريين المقيمين بالخارج يمكن إرجاعها إلى تركزه الموسمي، حيث وعلى طول فترة الدراسة قيم معامل جيني لهذا السوق (G_{ARL}) كانت أكبر من معاملات جيني لكل من سوق العرب (G_A) والأجانب (G_E). تم التطرق إليها في الجزء السابق، كما يمكن إرجاعها إلى العامل الثاني (S_m) حيث نلاحظ أن نسبة مساهمة سوق الجزائريين المقيمين بالخارج (S_{ARE}) في الطلب السياحي الدولي مرتفعة أيضا إذ بلغت في المتوسط أكثر من 69% وبارتباط جيني (R_{ARL}) القوي الموجب على طول الفترة فإن النمط الموسمي للسوق على علاقة طردية مع النمط الموسمي الإجمالي وبارتفاع معامل التركيز ينبيء بأنه لن تكون له آثار مهمة في التخفيض من التركيز الموسمي الإجمالي بعكس سوق العرب وبارتباط جيني (R_A) المنخفض خاصة خلال السنوات 2000، 2001 و2002 حيث ظهر بآشارة سالبة، يعني أن النمط الموسمي لسوق العرب خلال هذه السنوات ارتبط بشكل عكسي مع النمط الموسمي الإجمالي، مما يعني أنه في حال ارتفاع درجة التركيز الموسمي لهذا السوق (G_A) فبإمكانه أن يسهم في التخفيض من التركيز الموسمي للسياحة الدولية على اعتبار حركة السياح العرب لا تتركز خلال نفس أشهر الذروة لسوق الجزائريين المقيمين بالخارج وسوق الأجانب.

وبالتالي ومن خلال ما سبق فإن الجزء الأكبر من التركيز الموسمي للسياحة الدولية في الجزائر يعزى إلى سوق الجزائريين المقيمين بالخارج، وكنتيجة لذلك ظهر التأثير الهامشي النسبي لهذا السوق (RME_{ARL}) بآشارة موجبة في جميع سنوات الدراسة، مما يعني أن أي زيادة حتى لو كانت منخفضة في حصة الجزائريين المقيمين بالخارج ضمن التوافد السياحي الإجمالي خلال موسم الذروة سوف تؤدي إلى زيادة التركيز الموسمي للسياحة الدولية والمقدرة بنسبة 19% سنة 2013، على عكس التأثير الهامشي النسبي لكل من سوق العرب (RME_A) والأجانب (RME_E) الذي ظهر بآشارة سالبة على طول الفترة، حيث أن أي زيادة حتى لو كانت منخفضة في حصة العرب والأجانب ضمن التوافد السياحي الإجمالي سوف تؤدي إلى تخفيض التركيز الموسمي للسياحة الدولية والمقدرة سنة 2013 بنسبة 17% و 8% على الترتيب. لكن ما تجدر الإشارة إليه أنه أي محاولة عشوائية لتطوير استراتيجيات جذب المزيد من السياح العرب والأجانب في موسم الذروة لن تكون فعالة في معالجة موسمية السياحة الدولية والتي تتطلب إجراء المزيد من التحليل للتمييز بين الدول المصدرة العربية والأجنبية من حيث تركزها ومساهمتها في التركيز الإجمالي فضلا عن تأثيراتها الهامشية، ونتائج التحليل التي تم التوصل إليها مبينة في الجدول رقم (05) حيث ومن خلال بيانات (C_m) تعد تونس وفرنسا بنسب 7% و 3% على التوالي أكثر الأسواق مساهمة في التركيز الموسمي الإجمالي وذلك بالرغم من انخفاض قيم معامل جيني (G_m) والتي بلغت 0.13 و 0.12 على الترتيب حيث تعود هذه المساهمة إلى ارتفاع حصتهما ضمن الطلب السياحي الإجمالي (S_m) مقارنة بالجنسيات الأخرى بنسب 20% و 4% على التوالي. في المقابل هناك دول مصدرة أخرى هامة تسهم بنسب منخفضة في التركيز الموسمي الإجمالي تشمل كل من الدول العربية المجاورة مثل ليبيا والمغرب ودول أوروبية مثل اسبانيا إيطاليا تركيا وغيرها من الأسواق ذات مساهمات (C_m) منخفضة بالرغم من ارتفاع معاملات جيني (G_m) بما تفوق أحيانا قيم معامل جيني للأسواق التونسية والفرنسية مثل السعودية، فلسطين واليمن، حيث انخفاض حصة هذه الأسواق (S_m) ضمن التوافد السياحي الإجمالي هي المسؤولة عن ارتفاع درجة تركزها الموسمي، ومع التأثيرات الهامشية النسبية (RME_m) السالبة لمعظم الدول الأجنبية والعربية المصدرة فإنها تقدم فرصا جيدة لتخفيض التركيز الموسمي للسياحة الدولية في الجزائر من خلال الترويج لها في مواسم الذروة (الجدول رقم (06)) وهذه نتيجة مهمة في تطوير استراتيجيات معالجة التركيز الموسمي للطلب السياحي الدولي في الجزائر.

IV. الخلاصة :

تعتبر الموسمية من بين المشاكل المسلم بها على نطاق واسع في العديد من الجهات السياحية وفي هذا الصدد تم خلال هذه الدراسة تقديم لمحة موجزة عن أنماط موسمية السياحة، أسبابها والآثار الناتجة عنها، كما قدمنا الأدوات التي تسمح بالتقدير الكمي للتغيرات الموسمية في السلاسل الزمنية السياحية لفهم سماتها الرئيسية من حيث النمط والسعة من جهة وتحليل التركيز الموسمي من جهة أخرى، حيث تعتبر تقنية التحليل المعتمدة أداة محاكاة مفيدة تساعد المخططين والمؤسسات السياحية على حد سواء في التخفيف من الموسمية وآثارها، فمساهمة سوق معين (C_m) في التركيز الموسمي الإجمالي مرتبط بثلاث عوامل هي معامل جيني السنوي للسوق (G_m)، الحصة السنوية للسوق من إجمالي التوافد السياحي السنوي (S_m) ومعامل الارتباط جيني (R_m)، كل منها يجب أن يكون معروفا من أجل تطوير الاستراتيجيات الكفيلة بالتخفيف من موسمية السياحة والتنبؤ بنتائجها المحتملة، كما يساعد تحليل التركيز في تحديد التأثيرات الهامشية النسبية بما يوفر فرصا لاستهداف الأسواق ذات التأثير الهامشي النسبي (RME_m) سالب في مواسم الذروة والأسواق ذات التأثير الهامشي النسبي (RME_m) موجب في مواسم الركود بما يخفف من التركيز الموسمي الإجمالي وبالتالي تفعيل الدور التنموي للسياحة.

- وعموما قياس وتحليل التركيز الموسمي للطلب السياحي الدولي في الجزائر حسب الجنسيات للفترة 2000-2013 أسفر على نتائج بيانها كالتالي:
- يعرف الطلب السياحي الدولي في الجزائر تقلبات زمنية ملحوظة، يتركز خلال الربع الثالث من كل عام يبلغ الذروة خلال شهري جويلية وأوت مشكلا بذلك نمطا موسميا أحادي الذروة، يختلف باختلاف الجنسيات حسب ما وضحته مؤشرات الموسمية؛
 - يشهد الطلب السياحي الدولي في الجزائر وعلى مدار سنوات الدراسة تركزا موسميا قوي نسبيا لكنه غير مستقر بسبب التأثير النسبي للتقويم الهجري، حيث شهد معامل التركيز جيني انخفاضا ملحوظا خلال الفترة 2009-2013 وعلى مستوى مختلف الجنسيات وهذا ما أكدته قيم معامل الاختلاف الموسمي الذي يعكس وجود تقلبات كبيرة نسبيا في سعة التركيز الموسمي؛
 - كشفت نتائج التحليل على وجود تباينات في مساهمة مختلف الجنسيات في إجمالي التركيز الموسمي حيث يعزى الجزء الأكبر من التركيز الموسمي للسياحة الدولية في الجزائر إلى سوق الجزائريين المقيمين بالخارج؛
 - توجد اختلافات في طبيعة التأثيرات الهامشية النسبية على معامل التركيز جيني حسب الجنسيات، حيث ظهرت بالنسبة لسوق الجزائريين المقيمين بالخارج بإشارة موجبة في جميع سنوات الدراسة، على عكس كل من سوق العرب والأجانب والتي ظهرت بإشارة سالبة؛
 - لا توجد اختلافات في طبيعة التأثيرات الهامشية النسبية على معامل التركيز جيني حسب دول المصدر، إندشير نتائج التحليل لسنة 2013 إلى أن كلالدول الأجنبية والعربية المصدرة محل الدراسة ذات تأثيرات هامشية سالبة، لكنها تختلف من حيث قوة التأثير؛

وعلى ضوء ما توصلنا إليه من نتائج ولأجل معالجة موسمية السياحة الدولية في الجزائر نقترح التوصيات التالية:

- تتطلب معالجة موسمية الطلب السياحي الدولي في الجزائر تركيز مختلف الجهود وتطوير استراتيجيات خاصة التسويقية موجهة في المقام الأول لجذب الجزائريين المقيمين بالخارج في موسم الركود، وتغرز من حصص الدول العربية والأجنبية في مواسم ذروتها على اعتبار أنها تقدم فرصا جيدة للتخفيض من التركيز الموسمي الإجمالي بسبب تأثيراتها الهامشية السالبة؛
- يحتاج تطوير استراتيجية للتعامل مع الموسمية إلى تفاعل جهود مختلف الفاعلين السياحيين لمعالجة العديد من القضايا الهامة كدراسة سياسة الإجازات في الدول المصدرة واتجاهات ودوافع السائحين في السوق السياحي اتجاه قضاء إجازاتهم المختلفة، تنويع المنتج السياحي، تطوير السوق، سياسة التسعير التفاضلي، فضلا عن التسهيلات الحكومية.

وبالتالي من الصعب تقديم إجابة مطلقة حول استراتيجيات معالجة موسمية السياحة الدولية في الجزائر من خلال القياس والتحليل فقط، فمعالجة الموسمية مسألة معقدة خاصة إذا كان السلوك الموسمي تحكمه أسباب وعوامل هيكلية من الصعب تغييرها.

- ملحق الجداول والأشكال البيانية :

الجدول رقم (01): أدوات قياس موسمية السياحة

الاسم	الصيغة التحليلية	ملاحظات	الاستخدامات
مؤشر الموسمية	$\bar{y}_t = \sum_{i=1}^I y_{ti} / I$	حيث $t=1,2,3, \dots, 12$: y: التوافد السياحي الشهري؛ I: عدد سنوات الدراسة.	قياس النمط الموسمي
معامل التباين	$CV_t(y_t) = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^I (y_{ti} - \bar{y}_t)^2}{I}} / \bar{y}_t$	حيث $t=1,2, \dots, 12$	قياس التغير في النمط الموسمي
معامل جيني	$G = \frac{2}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - y_i)$	حيث $i=1,2,3, \dots, I$: n: عدد الأشهر في السنة؛ x: ترتيب الأشهر؛ y: النسب الفعلية للترافد السياحي.	قياس سعة الموسمية
معامل الاختلاف الموسمي	$CV_i(y_i) = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^{12} (y_{ti} - \bar{y}_t)^2}{12}} / \bar{y}_t$	حيث $\bar{y}_t = \sum_{i=1}^{12} y_{ti} / 12$ و $i=1,2, \dots, I$	قياس التغير في سعة الموسمية

Source : Stefano De Cantis, Mauro Ferrante and all, seasonal pattern and amplitude-allogical framework to analyse seasonality in tourism, Tourism Economics, volume 17, No 3, 2011, p 659.

الجدول رقم(02): مؤشرات الموسمية ومعاملات التباين للسياحة الدولية في الجزائر
حسب الجنسيات للفترة 2000-2013

	الإجمالي		الجزائريين المقيمين بالخارج		العرب		الأجانب	
	مؤشر الموسمية	معامل التباين	مؤشر الموسمية	معامل التباين	مؤشر الموسمية	معامل التباين	مؤشر الموسمية	معامل التباين
جانفي	88,74	49,87	88,13	38,92	98,34	87,30	86,74	34,59
فيفري	71,43	40,24	84,53	23,15	79,36	64,54	66,50	29,61
مارس	67,86	50,21	87,04	27,74	84,83	76,07	59,46	32,88
أفريل	87,39	50,05	101,91	37,17	101,34	98,57	80,79	34,29
ماي	80,12	53,14	91,02	34,49	102,73	92,39	72,46	37,86
جوان	98,52	46,41	102,44	38,62	110,46	96,48	94,92	42,60
جويلية	210,10	26,07	148,87	59,57	118,57	91,40	245,26	42,26
أوت	169,06	21,22	131,82	40,93	110,84	73,65	191,01	28,04
سبتمبر	90,38	47,70	87,92	45,12	104,83	77,23	87,74	27,80
أكتوبر	82,31	52,74	93,98	40,40	93,68	75,96	76,97	38,50
نوفمبر	83,43	46,89	100,11	32,74	100,99	77,46	75,51	41,75
ديسمبر	70,66	49,26	82,23	28,74	94,04	80,61	62,65	31,21

المصدر: محسوبة بالاعتماد على إحصائيات رسمية غير منشورة صادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الجدول رقم(03): معاملات جيني ومعاملات الاختلاف الموسمي للسياحة الدولية في الجزائر
حسب الجنسيات للفترة 2000-2013

	الإجمالي		الجزائريين المقيمين بالخارج		العرب		الأجانب	
	معامل الاختلاف الموسمي	معامل جيني	معامل الاختلاف الموسمي	معامل جيني	معامل الاختلاف الموسمي	معامل جيني	معامل الاختلاف الموسمي	معامل جيني
2000	0,29	0,69	0,32	0,77	0,12	0,22	0,23	0,50
2001	0,27	0,64	0,3	0,73	0,12	0,22	0,2	0,41
2002	0,24	0,57	0,28	0,68	0,1	0,19	0,16	0,33
2003	0,24	0,57	0,29	0,69	0,08	0,16	0,16	0,35
2004	0,27	0,66	0,34	0,84	0,13	0,24	0,15	0,34
2005	0,24	0,58	0,31	0,73	0,1	0,19	0,15	0,32
2006	0,29	0,61	0,37	0,79	0,1	0,18	0,13	0,27
2007	0,25	0,58	0,31	0,74	0,1	0,19	0,13	0,25
2008	0,23	0,57	0,3	0,75	0,07	0,14	0,13	0,25
2009	0,21	0,47	0,27	0,63	0,06	0,11	0,11	0,23
2010	0,18	0,44	0,23	0,58	0,1	0,21	0,1	0,21
2011	0,15	0,33	0,18	0,43	0,13	0,26	0,09	0,19
2012	0,13	0,25	0,17	0,34	0,07	0,13	0,08	0,15
2013	0,12	0,22	0,16	0,31	0,1	0,19	0,07	0,12
المتوسط	0,22	0,51	0,27	0,64	0,10	0,19	0,14	0,28

المصدر: محسوبة بالاعتماد على إحصائيات رسمية غير منشورة صادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الجدول رقم(04): تحليل التركز الموسمي للسياحة الدولية في الجزائر حسب الجنسيات للفترة 2000-2013

معامل جيني (G _m)			حصة السوق (S _m)			ارتباط جيني (R _m)			مساهمة في التركيز الإجمالي (C _m)			التأثير الهامشي النسبي (RME _m)		
G _E	G _A	G _{ARL}	S _E	S _A	S _{ARL}	R _E	R _A	R _{ARL}	C _E	C _A	C _{ARL}	RME _E	RME _A	RME _{ARL}
0,23	0,12	0,32	0,14	0,06	0,80	0,95	-0,34	0,99	0,11	-0,01	0,88	-3	-7	8
0,20	0,12	0,30	0,15	0,06	0,78	0,91	-0,20	0,99	0,10	-0,01	0,87	-5	-7	9
0,16	0,10	0,28	0,18	0,08	0,74	0,95	-0,29	0,999	0,11	-0,01	0,87	-6	-9	12
0,16	0,08	0,29	0,16	0,10	0,74	0,94	0,67	0,999	0,10	0,02	0,89	-6	-8	15
0,15	0,13	0,34	0,19	0,11	0,70	0,95	0,58	0,999	0,10	0,03	0,88	-9	-8	18
0,15	0,10	0,31	0,19	0,12	0,69	0,95	0,81	0,999	0,11	0,04	0,90	-8	-8	20
0,13	0,10	0,37	0,19	0,11	0,71	0,75	0,76	0,99	0,06	0,03	0,90	-12	-8	19
0,13	0,10	0,31	0,19	0,10	0,71	0,89	0,69	0,99	0,09	0,03	0,87	-10	-7	17
0,13	0,07	0,30	0,20	0,12	0,69	0,75	0,80	0,99	0,08	0,03	0,89	-11	-9	21
0,11	0,06	0,27	0,20	0,14	0,66	0,92	0,87	0,99	0,10	0,04	0,84	-10	-11	19
0,10	0,10	0,23	0,16	0,15	0,68	0,87	0,52	0,99	0,08	0,04	0,87	-8	-11	19
0,09	0,13	0,18	0,14	0,24	0,62	0,84	0,66	0,98	0,07	0,14	0,74	-7	-10	11
0,08	0,07	0,17	0,13	0,24	0,62	0,82	0,69	0,98	0,07	0,09	0,81	-7	-15	18
0,07	0,10	0,16	0,12	0,23	0,64	0,54	0,34	0,97	0,04	0,07	0,84	-8	-17	19
0,27	0,22	0,22	0,17	0,13	0,70	0,85	0,47	0,99	0,09	0,04	0,86	/	/	/

المصدر: محسوبة بالاعتماد على إحصائيات رسمية غير منشورة صادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

ملاحظة:

ARL : الجزائريين المقيمين بالخارج؛ A: العرب؛ E: الأجانب.

الجدول رقم(05): تحليل التركيز الموسمي للطلب السياحي الدولي في الجزائر حسب دول المصدر سنة 2013

معامل جيني (Gm)	حصة السوق (Sm)	معامل الارتباط (Rm)	معامل جيني الإجمالي (G)	مساهمة التركيز (Cm)	التأثير الهامشي النسبي (RME _m)	الدول العربية المصدرة
00,1	0,23	0,34	0,12	7	-17	تونس
0,13	0,2000	0,31	0,12	6,717	-13,28	ليبيا
0,12	0,0110	-0,05	0,12	-0,069	-1,17	المغرب
0,15	0,0100	0,21	0,12	0,210	-0,79	سوريا
0,15	0,0070	-0,005	0,12	-0,005	-0,70	مصر
00,2	0,0030	0,49	0,12	0,184	-0,12	موريطانيا
0,16	0,0020	-0,11	0,12	-0,062	-0,26	لبنان
00,1	0,0020	-0,04	0,12	-0,007	-0,21	الأردن
0,14	0,0010	-0,48	0,12	-0,056	-0,16	السعودية
0,34	0,0007	0,24	0,12	0,034	-0,04	فلسطين
0,24	0,0005	-0,37	0,12	-0,054	-0,10	اليمن
0,35	0,0004	-0,43	0,12	-0,029	-0,07	الدول الأجنبية المصدرة
0,07	0,12	0,54	0,12	4	-8,2	فرنسا
0,12	0,043	0,68	0,12	2,92	-1,38	إسبانيا
00,1	0,012	-0,15	0,12	-0,15	-1,35	إيطاليا
0,13	0,008	-0,08	0,12	-0,07	-0,87	تركيا
00,1	0,005	-0,5	0,12	-0,21	-0,71	ألمانيا
0,09	0,004	0,48	0,12	0,14	-0,26	برتغال
0,14	0,003	0,22	0,12	0,08	-0,22	بريطانيا
0,06	0,003	0,56	0,12	0,08	-0,22	بلجيكا
00,1	0,002	0,8	0,12	0,13	-0,07	سويسرا
0,09	0,001	0,09	0,12	0,01	-0,09	هولندا
0,11	0,0005	0,21	0,12	0,01	-0,04	النرويج
0,17	0,0003	0,46	0,12	0,02	-0,01	

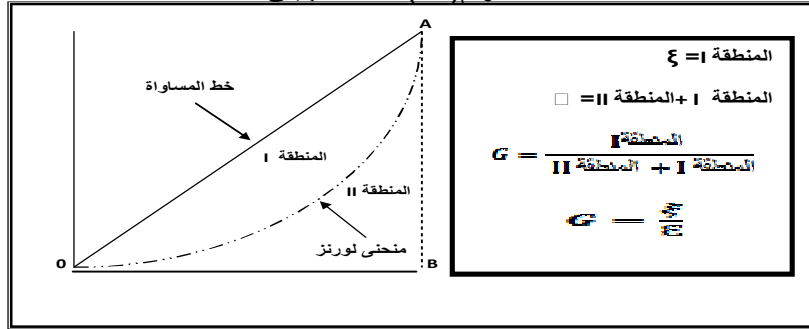
المصدر: محسوبة بالاعتماد على إحصائيات رسمية غير منشورة صادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الجدول رقم(06): المؤشرات الموسمية للطلب السياحي الدولي في الجزائر حسب دول المصدر للفترة 2000-2013

ديسمبر	نوفمبر	أكتوبر	سبتمبر	أوت	جويلية	جوان	ماي	أفريل	مارس	فيفري	جانفي	الدول المصدرة
96,82	98,45	92,73	104,33	108,15	115,5	111,26	105,95	103,85	86,43	78,97	97,57	تونس
96,82	98,45	92,73	104,33	108,15	115,5	111,26	105,95	103,85	86,43	78,97	97,57	ليبيا
89,63	112,22	83,15	96,63	149,41	149,92	101,91	91,53	92,51	70,99	71,67	90,43	المغرب
74,21	96,59	104,29	117,77	111,53	129,26	108,59	91,89	99,91	88,75	87,02	90,2	سوريا
83,51	121,96	91,16	93,8	99,03	120,97	112,4	103,78	92,17	78,59	87,86	114,77	مصر
96,82	98,45	92,73	104,33	108,15	115,5	111,26	105,95	103,85	86,43	78,97	97,57	موريطانيا
83,09	130,85	90,49	100,5	102,48	134,12	113,5	87,91	97,62	85,59	78,63	95,22	لبنان
78,98	130,53	96,21	126,75	102,53	129,78	135,5	96,6	88,43	79,55	72,52	62,63	الأردن
153,03	96,51	79,07	82,92	76,41	101,97	80,26	54	54,14	84,95	107,23	229,51	السعودية
97,87	140,03	155,35	158,34	116	119,88	78,33	59,06	55,63	50,52	64,6	104,39	فلسطين
115,29	184,32	177,77	120,27	56,36	65,9	59,21	48,39	39,71	62,48	100,2	170,09	اليمن
65,18	92,33	85,07	77,01	176,16	184,58	101,51	84,49	99,37	75,2	77,06	82,05	فرنسا
133,25	95,46	86,78	77,28	82,01	99,07	99,95	93,21	135,92	112,28	95,27	89,51	إسبانيا
86,02	111,04	94,32	86,27	85,73	104,03	105,4	96,41	112,59	100,84	105,95	111,39	إيطاليا
113,6	108,66	105,5	107,46	95,36	102,84	110,58	95,56	98,25	85,97	92,5	83,71	تركيا
86,72	96,15	97,86	87,78	109,13	120,62	97,66	91,3	104,08	130,63	89,7	88,37	ألمانيا
83,42	109,1	118,83	105,94	92,32	106,77	119,56	104,41	91,47	81,89	78,75	107,52	برتغال
90,74	101,01	86,98	93,08	112,29	123,99	130,99	98,58	102,98	82,69	94,4	82,29	بريطانيا
81,28	106,63	87,42	84,32	106,6	159,27	102,02	94,36	105,92	81,52	89,43	101,23	بلجيكا
84,1	107,93	115,19	75,5	90,72	133,33	89,67	80,58	119,97	100,65	96,77	105,59	سويسرا
96,39	95,73	85,45	77,7	116,64	161,65	117,18	102,28	86,89	89,72	84,07	86,29	هولندا
92,21	121,14	96,42	86,51	77	151,83	118,56	87,05	80,53	87,05	99,55	102,13	النرويج

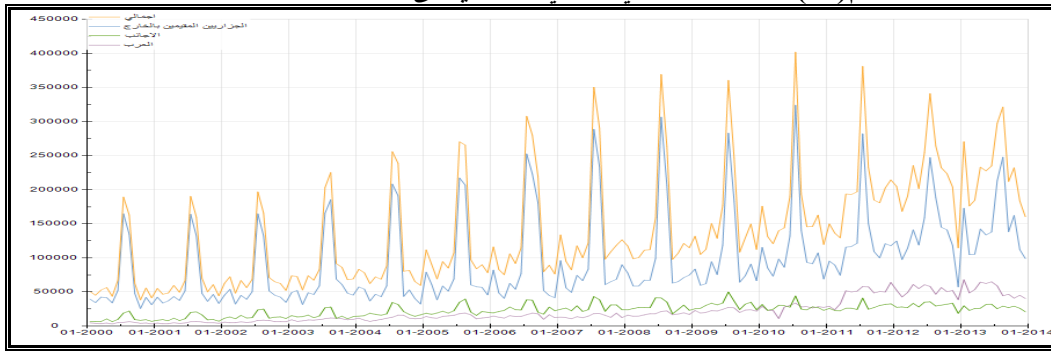
المصدر: محسوبة بالاعتماد على إحصائيات رسمية غير منشورة صادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الشكل رقم (01): معامل جيني



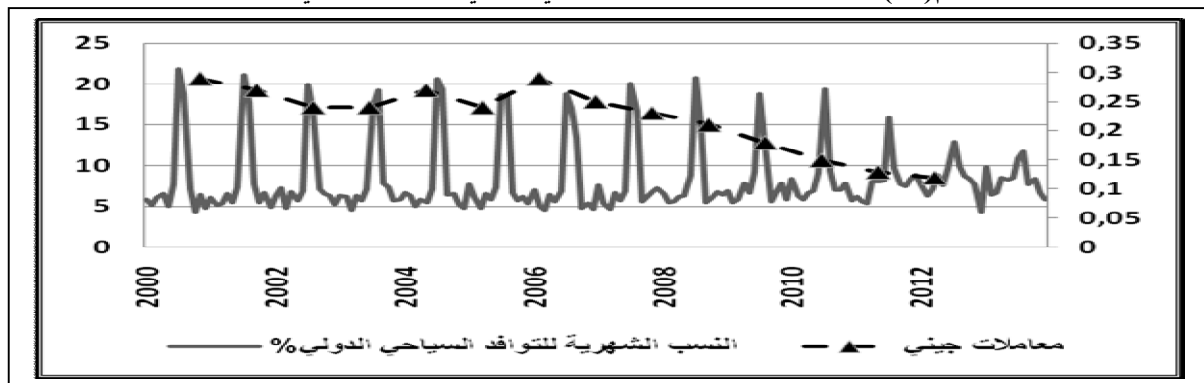
Source: Miloš Bigović, Quantifying seasonality in tourism : a case study of Montenegro, *Academica Turistica*, No 2, 2011, p20.

الشكل رقم (02): التوافد السياحي الدولي الشهري إلى الجزائر للفترة 2000-2013



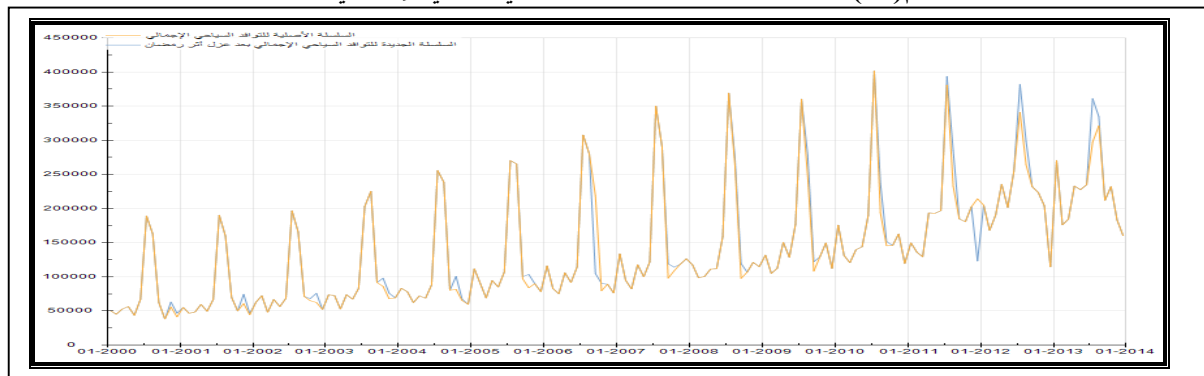
المصدر: معد باستخدام برنامج Demetra.

الشكل رقم (03): النسب الشهرية للطلب السياحي الدولي ومعاملات جيني للفترة 2000-2013



المصدر: معد بالاعتماد على إحصائيات رسمية غير منشورة صادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الشكل رقم (04): السلسلة الجديدة للطلب السياحي الدولي الإجمالي بعد إزالة أثر رمضان



المصدر: معد باستخدام برنامج Demetra.

الإحالات والمراجع :

- ¹. World Tourism Organization, Tourism highlights, Edition 2013, p3.
- ². World Tourism Organization, Tourism highlights, Edition 2014, p11.
- ³. Antonio Ferná'ndez-Morales, Decomposing seasonal concentration, Annals of Tourism Research, Volume 30, No 4, 2003, p942.
- ⁴. MilošBigović, Quantifying seasonality in tourism: a case study of Montenegro, Academica Turistica, No 2, 2011, p16.
- ⁵. JamesHigham, TomHinch, Tourism, sport, and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors, Tourism Management, volume 23, 2002 p176.
- ⁶. Nicole Koenig, EberhardE.Bischoff, Seasonality research: The state of the art, International Journal of Tourism Research, volume7, 2005, p3.
- ⁷. Richard.W.Butler, Seasonality in tourism: issues and implications, In T. Baum & S. Lundtorp (Eds.): Seasonality in tourism, 2001, p 5.
- ⁸. Paul.S.Biederman, Travel and tourism: An industry primer, Upper Saddle River: Pearson Education, 2008, p 41.
- ⁹. Jin.Y.Chung, Seasonality in tourism: A review, e-Review of Tourism Research, volume 7, No 5, 2009, p 84.
- ¹⁰. SvendHylleberg, General introduction, In S. Hylleberg (Ed.):Modelling Seasonality Oxford: Oxford University Press, 1992, p 4.
- ¹¹. Chris Cooper, Stephen Wanhill and all, Tourism: Principles and practice, Harlow: PearsonEducation, 2008, p 686.
- ¹². MilošBigović, op.cit, p 17.
- ¹³. Geoffrey Wall, Alister Mathieson, Tourism: Change, impacts and opportunities, Harlow: Pearson Education, 2006, p 57.
- ¹⁴. Chris Cooper, Stephen Wanhill and all, op.cit, p114.
- ¹⁵. Richard.W.Butler, Bingyu Mao: Seasonality in tourism: Issues and implications, In P.E. Murphy (Ed.): Quality Management in Urban Tourism. Chichester, 1997, pp 8-9.
- ¹⁶. Anna Serena Vergori, Forecasting tourism demand: the role of seasonality, Tourism Economics, volume 18, No 5, 2012, p 3.
- ¹⁷. ArinaKolomiets, Seasonality in tourism employment case : Grecotel Kos Imperial, Imatra degree programme in tourism, Bachelor of hospitality management, Saimaa university of applied sciences, tourism and hospitality, Kos, Greece, 2010, p8.
- ¹⁸. MilošBigović, op.cit, p17.
- ¹⁹. Richard.W.Butler, Bingyu Mao, op.cit, p6.
- ²⁰. Richard.W.Butler, op.cit, pp 6-7.
- ²¹. Nicole Koenig, EberhardE.Bischoff, op.cit, p5.
- ²². Douglas C. Frechtling, Practice Tourism Forecasting:Methods and Strategies. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1996, p55.
- ²³. Tom Baum, Laura Hagen, Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations, International Journal of Tourism Research, volume 1, No 5, 1999, pp308-309.
- ²⁴. Nicole Koenig, EberhardE.Bischoff, op.cit, p6.
- ²⁵. Douglas.G. Pearce, Tourist development, Harlow: Longman, 1989, p188.
- ²⁶. RichardSharpley, Tourism, A vehicle for development?, In R. Sharpley & D. J. Telfer (Eds.): Tourism and development: Concepts and issues, 2002, p17.
- ²⁷. Oliver Bender, Kim.P. Schumacher and all, seasonality, and tourism: a survey with examples from Central Europe, In H. Palang, H. Sooväli& A. Printsmann (Eds.): Seasonal landscapes, 2007, p 183.
- ²⁸. Joanne. C. Holloway, Cathy Humphreys and all, The business of tourism, Harlow: Pearson Education, 2009, pp 561-562.

- ²⁹. Oliver Bender, Kim Philip Schumacher and all, Measuring seasonality in Central Europe's tourism – how and for what? Talk: CORP 2005 – GeoMultimedia 05. In: M. Schrenk (Ed.), 10th International conference on information & communication technologies (ICT) in urban planning and spatial development and impacts of ICT on physical space , 2005,p304.
- ³⁰. Jin.Y.Chung, op.cit, p87.
- ³¹. Nicole Koenig, EberhardE.Bischoff, op.cit, pp 8-11.
- ³². MilošBigović, op.cit, p17.
- ³³. Nicole Koenig, EberhardE.Bischoff, op.cit, p10.
- ³⁴. Jin .Y. Chung, op.cit, p88.
- ³⁵. Antonio Fernandez-Morales ,Mayorga-Toledano, Seasonal concentration of hotel demand in Costa del Sol: A decomposition by nationalities, Tourism Management,volume 29, 2008, p 942.
- ³⁶. Nicole Koenig, EberhardE.Bischoff, op.cit, p10.
- ³⁷. LimChristine, McAleer Michael, Monthly seasonal variations – Asian tourism to Australia, Annals of Tourism Research, Volume 28, No1, 2001, pp71-72.
- ³⁸. Stefano De Cantis, Mauro Ferrante and all, Seasonal pattern and amplitude-allogical framework to analyse seasonality in tourism,Tourism Economics, volume17, No3, 2011 pp658-659.
- ³⁹. Ibid, p 660.
- ⁴⁰. PetrevskaBiljana, Investigating tourism seasonality in Macedonia, Special issue, UTMS Journal of Economics, volume 04, No 1, 2013, p40.
- ⁴¹. JaumeRossello´ Nadal, Antoni.R.Font and all, The economic determinants of seasonal patterns, Annals of Tourism Research, Volume 31, No 3, 2004, p700.
- ⁴². SvendLundtorp, Measuring tourism seasonality, In T. Baum & S. Lundtorp (Eds.): Seasonality in tourism , 2001, p30.
- ⁴³. JohnBlack, A dictionary of economics, NewYork, NY: Oxford University Press, 2002, p 279.
- ⁴⁴. Stefano De Cantis, Mauro Ferrante and all, op.cit, p660.
- ⁴⁵. Antonio Fernandez-Morales, Mayorga-Toledano, op.cit, p 943.
- ⁴⁶. World Tourism Organization, Tourism highlights, Edition 2014, pp 4,11.