تحليل الطلب على الخدمات الفندقية (المبيت) باستعمال متوسطات مبيت السائح الواحد حسب الصنف و الولاية للقطب السياحي شمال وسط للفترة 2003-2011

يوسف شرع
أستاذ مساعد بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
جامعة غرداية

عبد القادر خليل
أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير
جامعة المدية

ملخص :

من خلال تحليلنا للطلب على المبيت لولايات القطب السياحي شمال وسط وباعتماد على متوسطات المبيت في تحليلنا نستطيع القول أن أهمية الطلب على المبيت بالنسبة للسائح تتحقق كلما تحققت معدلات مبيت مرتفعة كدلالة على نوعية الخدمة المقدمة والسعر التنافسي و رضى السائح للخدمات الفندقية المقدمة إلا أننا من خلال تحليلنا لهاته المتوسطات نجد أن معدلات المبيت منخفضة جدا عبر كامل ولايات القطب السياحي وأصناف الفنادق مما يدل على ضعف الخدمات المقدمة من جهة أو الاسعار الغير تنافسية من جهة أخرى ومن خلال تحليلنا لمرونة الطلب على الخدمات السياحية والتي تعتبر شديدة الحساسية بالنسبة للسعر والدخل ومختلف المتغيرات الأخرى الأمن، الثقافة،...مما ينعكس سلبا على عدد ليالي المبيت حيث نلاحظ أن معدل المبيت في الفنادق الغير مصنفة تقدر بـ:3ليالي كأعلى معدل وذلك بولاية عين الدفلى وما بين ليلة وليلتين في الفنادق من صنف نجمة واحدة وذلك في كل من ولاية تيزي وزو ،بجاية الجزائر .

أما في الفنادق دو نجمتين نلاحظ أعلى معدل يقدر بـ:2.32 بولاية شلف أما بالنسبة للفنادق صنف 3 نجوم يقدر معدل المبيت بـ:5.58 ليلة في ولاية الجزائر العاصمة ونفس الشيء في الفنادق 4نجوم نجد ولاية الجزائر تحتكر المعدلات المرتفعة باعتبارها العاصمة السياسية والتجارية للبلاد مقابل عدم توفر هدا النوع من الفنادق في باقي ولايات القطب السياحي حيث سجلت في هدا النوع معدل 3.5ليلة أما فنادق 5نجوم نلاحظ انعدام معدلات المبيت في كل ولايات القطب السياحي لعدم توفرهم على هدا النوع من الفنادق مقابل 2.56 ليلة كمعدل مبيت لولاية الجزائر .

وستنتج في الأخير ضعف معدلات المبيت عبر كامل ولايات القطب بما فيها ولاية الجزائر باعتبارها عاصمة البلاد وعدم التوازن في توزيع الفنادق بين ولايات القطب وبين أنواع أصناف الفنادق الأمر الذي يؤدي إلى إحداث خلل بين الفنادق والولايات من حيث استقطاب الوافدين من السياح وتقديم جودة في الخدمات الفندقية.

الكلمات المفتاحية: سائح، قطب سياحي، متوسطات المبيت، الطلب على المبيت، خدمات فندقية، جودة

Abstract

Through the demand analysis for overnight tourist north-central pole and by adopting overnight averages in our analysis, we can say that the importance of the overnight demand for the tourists is realized whenever the overnight high rates are achieved as an indication of the service quality provided ,competitive price and tourist satisfaction for the services provided by the hotel, but out of our analysis of these circumstances, we find that overnight rates are very low across the entire states of the tourist pole and hotels types which shows weaknesses in the services provided on the one hand, and a non-competitive prices on the other hand.And through the analysis of the elasticity of demand for tourism services, which are highly sensitive for the price and income and different other variables like security , culture , ...etc, which will reflect negatively on the number of overnights where we note that the overnight rate in the non-classified hotels is estimated at: 3 nights as the highest rate in the province of Ain Defla and between night and two nights in one Star hotels in each of the provinces of Tizi Ouzou, Bejaia,Algiers.

In two star hotels,we notice the highest rate is estimated at: 2:32 in Chelf province. As for 3 Star hotels ,overnight rate is estimated at : 5:58 night in the Province of Algiers and the same thing goes for 4 Star hotels.Algiers province monopolizes the highest overnight rates as it is the political and commercial capital of the country compared to the lack of this type of hotels in the rest of the tourist pole provinces where overnight rate ,in this type, is recorded at 3.5 night .Concerning 5 Star hotels, we note the lack of overnight rates in all tourist pole provinces for not having such kind of hotels compared to 2.56 nights for overnight rate in Algiers Province.

Finally , we notice a weakness in overnight rates across the entire tourist pole, including the province of Algiers , as the capital of the country, and the lack of balance in hotel distribution between the tourist pole provinces and hotel types which leads to an imbalance between the hotels and the provinces in terms of attracting tourists and providing quality in hotel services.

Key words: Tourists, tourist pole, overnight rates, overnight demand, hotel

مقدمة

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية وإنسانية وصناعة من الصناعات الحديثة غير التقليدية تخضع لظروف العرض والطلب مثلها مثل أي سلعة من السلع الأخرى، فالطلب عليها يكمن في الدول المصدرة للسائحين باعتبارها المصدر الرئيسي لهذا الطلب لذلك فإن دراسة الطلب السياحي تمثل أحد الموضوعات الهامة التي اهتم بها الباحثون والخبراء السياحيين.

فالسوق السياحي يتكون من عدة شرائح سوقية مختلفة من جهة وتتشابه من جهة أخرى مثل المستهلكين ذات الصفات والخصائص المتشابهة ومن خلال ذلك فإن الطلب السياحي يتكون من مزيج متداخل العناصر المختلفة، كالرغبات والحاجات والميول والقدرة الشرائية ....وبذلك وجب دراسة جميع جوانبه وبطريقة دقيقة ومن دون إهمال أي جانب من جوانبه ومن خلال هذه الدراسة التي تهتم بدراسة الطلب على المبيت للفنادق حسب درجة تصنيفها وحسب كل ولاية من ولايات القطب السياحي شمال وسط حيث سنحاول الإلمام بكل عناصر الطلب ومتغيراته ودراسته بشكل دقيق وذلك من خلال طرح الاشكالية التالية :

كيف يمكن تحليل الطلب على الخدمات الفندقية (مبيت) بإستعمال متوسطات مبيت السائح حسب كل صنف من أصناف الفنادق وكل ولاية من ولايات القطب السياحي ؟وللإجابة على هاته الاشكالية سنتطرق للمحاور الاربعة التالية :

1- ماهية الطلب السياحي.
2- خصائص ومحددات الطلب السياحي
3- مرونة الطلب السياحي
4- تحليل متوسطات الطلب لليالي المبيت للقطب السياحي شمال وسط.

1 : ماهية الطلب السياحي وأنواعه

يلعب الطلب السياحي دورا مهما في مختلف الأسواق السياحية لأنه يعد من العوامل المهمة المحددة لأنواع وكميات السلع والخدمات المنتجة، لذلك يعتبر مؤشرا على موقف المستهلكين تجاه مختلف السلع والخدمات الذي ينتج عنه موقف الشراء وبالتالي فإنه يعبر عن العلاقة بين متغيرات هي السعر والرغبة في الشراء والقدرة على الشراء وتوفر الوقت اللازم والظروف المناسبة.

1-1- تعريف الطلب بشكل عام:

-يعرف الطلب بأنه رغبة المستهلك في الحصول على سلعة أو خدمة مقابل ثمن معين وفي وقت معين[2].

-هي الكمية التي تنوي مجموعة من المستهلكين شراءها وقادرة على ذلك من سلعة معينة وبسعر محدد في زمان ومكان محددين[3].

من التعاريف نستنتج أن رغبة المستهلك والقدرة على الشراء السلعة أو الخدمة بالسعر المحدد والوقت المحدد حتى يكون طلب حقيقي فضلا عن العوامل الأخرى المحددة، والمؤثرة على الطلب مثل دخل الأفراد وعدد المستهلكين وأسعار السلع المنافسة للسلعة (البديلة) والمكملة لها وتوقعات المستهلكين....

ومن خلال دراسة الطلب على المبيت نجد الفنادق تتنافس فيما بينها وهي في نفس الوقت بدائل لبعضها البعض وخاصة أنها تختلف من حيث درجة التصنيف فبدلك يعتبر كل واحد محددا للطلب بالنسبة لمنافسه الأخرى

1-2- تعريف الطلب السياحي

اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد للطلب السياحي حيث يعد الطلب السياحي من المفاهيم الأساسية في حركة السياحة بشقيها الداخلي والخارجي والذي يمثل شخصية السائح المستهلك ويعد عنصرا مهما في التنمية السياحية ونحاول إبراز أهم التعاريف الواردة في الطلب السياحي ومنها:

- الطلب السياحي هم الأشخاص الذين لديهم القدرة على السفر إلى احد أماكن القصد السياحي لغرض معين[4].
- ويعرف الطلب السياحي على أنه"العدد الإجمالي للزائرين في منطقة معينة، وفي مدة محددة[5].
- الطلب السياحي هو رغبة السائحين في شراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة أو دولة سياحية بذاتها قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة.
- الطلب السياحي هو العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر لأجل استعمال التسهيلاتوالخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مجال إقامتهم وأعمالهم المعتادة[6].

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

- الحاجة و الرغبة هي عبارة عن شرط لازم للطلب و لكن 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 و مقارنته ؛
- ارتباط الطلب السياحي بالسعر.

1-3- أنواع الطلب السياحي:

يمكن تقسيم الطلب السياحي إلى عدة أنواع وهي على الأتي:

1-3-1-الطلب السياحي حسب المكان :

- الطلب السياحي المحلي (الداخلي) :وهم السياح الذين ينتقلون من مكان إقامتهم إلى مكان أخر (منطقة سياحية) داخل الوطن و لأغراض سياحية لا لقصد العمل.
- الطلب السياحي الخارجي : و يشمل عدد السياح الأجانب الذين ينتقلون من بلادهم إلى بلاد أخرى و لأغراض سياحية لا من أجل العمل[7] .

1-3-2-حسب نوعية الطلب :

ينقسم هذا النوع إلى ثلاثة أنواع كالتالي:

- طلب سياحي عام : يقصد به الطلب على إجمالي الخدمات السياحية بشكل عام، بغض النظر عن النوع والوقت[8] والمدة ويرتبط هذا النوع من الطلب بالدولة كلها وليس ببرنامج سياحي خاص وتتميز بهذا الطلب الدول المتقدمة

سياحيا كالطلب السياحي في فرنسا ، إسبانيا ،أمريكا ... إلخ.

- طلب سياحي خاص : المقصود بالخاص هنا معناه وفقا لبرنامج سياحي معين (خاص) سواء لسائح واحد أو مجموعة من السياح يربطهم نفس البرنامج لإشباع حاجات سياحية معينة .

- الطلب السياحي 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[9].

1-3-3-طلب سياحي حسب الوقوع :

وبدوره ينقسم هذا الطلب إلى ثلاثة أنواع وهي:

- الطلب السياحي الفعال: هو الذي تتوفر فيه جميع أركان الطلب مثل الرغبة ووقت الفراغ والقدرة على الدفع إضافة إلى مدى توفر الظروف المناسبة ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين والقادرين على دفع النفقات السياحية.

- الطلب السياحي الكامن : الطلب السياحي الكامن أو المحتمل يتمثل في الأشخاص الذين يتمنون ممارسة النشاط السياحي و لكن يحول دون ذلك عدم توفر أحد العناصر الأساسية للطلب و من بينها الأتي[10] :

- 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 : وهم الأشخاص الذين تتوفر لديهم جميع العناصر الأساسية للطلب كالرغبة والقدرة المادية و الوقت وتتوفر لديهم الظروف الاجتماعية إلا أنهم يجهلون التسهيلات الخاصة أو أنهم يطمحون إلى أنشطة سياحية جديدة و غريبة التي لا يتوفر فيها عرض في الأسواق السياحية لاسيما إن كان الطلب السياحي بدافع حب الظهور خاصة أن تعلق الأمر بطبقة النخبة .

2 : خصائص و محددات الطلب السياحي

تتنوع المنتجات والخدمات السياحية فبذلك يتنوع الطلب السياحي وخصائصه عن باقي السلع والخدمات الأخرى المطلوبة وخاصة أن الطلب السياحي قد يكون طلب ضروري كما أنه قد يكون كمالي بهذا نجد له خصائص ومحددات أكثر تعقيدا من الطلب على السلع والخدمات الأخرى.

2-1- خصائص الطلب السياحي[11]

- الموسمية (أوقات الذروة) :نقصد بموسمية الطلب على المنتجات والخدمات السياحية عدم استمرارية الطلب السياحي على طوال العام بنفس المستوى وتختلف أوقات المواسم السياحية من منطقة لأخرى داخل نفس البلد وكذلك تختلف من بلد لأخر.

ونظرا لموسمية الطلب السياحي فإن المنظمات السياحية تلجأ إلى بعض الاستراتيجيات لتحقيق التوازن بين الطلب على المنتجات والعرض لهته المنتجات .

- الحساسية : هي درجة الاستجابة العالية للطلب السياحي وتأثره بمختلف التغيرات الطارئة والتي تحيط به من تقلبات اجتماعية واقتصادية وأمنية فكلما كان البلد مستقر أمنيا واقتصاديا وسياسيا كلما كان الطلب السياحي مستقر في هته البلدان والعكس صحيح كلما كانت هناك تقلبات وأزمات اقتصادية واجتماعية وسياسية كلما كان الطلب السياحي عالي الحساسية ويتأثر سلبا بهته العوامل.
- التوسع : يتميز المنتج السياحي بالتوسع عبر مر الزمن على عكس السلع والخدمات الأخرى التي تتعرض للانكماش بسبب ظهور سلع جديدة أكثر تطور وإشباعا للرغبات نتيجة التطور التكنولوجي المستمر والتغير في الأذواق على عكس السلع والخدمات السياحية وذلك راجع إلى ما يلي :
  - ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة الدخول في الدول المصدرة للسياح ؛
  - زيادة حجم المعلومات المتوفرة عن الدول المستوردة للسائحين نتيجة التطور والتقدم الحاصل في كثير من الدول؛
  - التقدم والتطور التكنولوجي والعلمي مما أدى إلى تطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات؛
  - ظهور الرحلات السياحية الشاملة التي تنظمها الشركات السياحية في معظم دول العالم بأسعار معقولة مما أثر كثيرا في حجم الطلب السياحي؛
  - تحسن ظروف العمل وتغير أنماط الحياة في الدول المصدرة للسائحين جعلت الشعوب تتجه إلى السياحة.

2-2- محددات الطلب السياحي :

هناك عوامل كثيرة تؤثر في الطلب السياحي و هذه العوامل لها أهمية بالغة في بناء المشاريع السياحية و عليه فإننا سنتطرق في هذا العنصر إلى أهم العوامل المؤثرة في الطلب السياحي و منها ما يلي:

- دوافع السائحين :فمن المعروف أن دوافع السائحين تلعب دورا مهما في تحديد حجم الطلب على المنتج السياحي وهو ما يعني أنه 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.
- المستوى الثقافي للسياح : هناك علاقة طردية بين المستوى الثقافي و حجم الطلب على المنتجات والخدمات السياحية سواء كانت سياحة داخلية أو سياحة خارجية حيث يزيد الطلب السياحي كلما كان هناك مستوى ثقافي عالي وحب التطلع و المعرفة[12].

- دخول السائحين : للدخل المستهلك السائح أهمية كبيرة في تحديد حجم الطلب السياحي لاسيما إذا كان هناك عدالة في توزيعه بين جميع شرائح المجتمع حيث هناك علاقة طردية بين دخل السائح و حجم الطلب السياحي بسبب أن غالبية أفراد المجتمع[13] سيساهمون في الأنشطة و الفعاليات السياحية ، بسبب قدرتهم المادية التي ستمكنهم من الحصول على السلع و الخدمات كما ينعكس نمو الدخل على المستهلك و على الطلب السياحي من خلال[14]:
  - الزيادة في نسبة عدد السياح؛
  - الزيادة في عدد الرحلات؛
  - تشجيع السائح على السفر إلى مناطق و بلدان بعيدة .
- توقعات السائحين : حسب النظرية الاقتصاد الجزئي فمن محددات الطلب توقعات المستهلكين و هذا ينطبق أيضا على الطلب السياحي فإذا توقع المستهلك إرتفاع أسعار الخدمات و المنتجات السياحية مستقبلا فإن الطلب الحالي يزداد للاستفادة من الأسعار الحالية المنخفضة و العكس صحيح في حالة ما إذا توقع السائح انخفاض الأسعار في المستقبل فإن الطلب السياحي سينخفض بسبب الانتظار للاستفادة من الأسعار المستقبلية المنخفضة و من جهة أخرى توقع السائح لجودة الخدمات السياحية لمنطقة ما و مشبعة لرغباته فإنه سيقوم بزيارتها و العكس صحيح[15].
- أسعار السلع و الخدمات المنافسة : فنظرا لمرونة الطلب السعرية العالية على المنتجات و الخدمات السياحية فهذا يؤثر على الطلب السياحي لمنطقة ما فإذا انخفض السعر في منطقة ما فهذا الانخفاض سيؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجات و الخدمات السياحية لهته المنطقة على حساب منطقة أخرى المنافسة لها .
- معدلات النمو السكاني : يقصد به زيادة عدد المستهلكين في السوق السياحية فزيادة عدد السكان لها تأثير إيجابي في حركة السياحة حيث تعتبر من العوامل الدافعة و الجاذبة إلى المناطق السياحية كما تؤدي زيادة معدلات النمو السكاني و ما يترتب عليه من زيادة أعداد الناشطين اقتصاديا إلى زيادة الطلب السياحي سواء كان طلب داخلي أو طلب خارجي أي هناك علاقة طردية بين نمو عدد السكاني و نمو الطلب السياحي .
- الاستقرار الأمني والسياسي : يرتبط الطلب السياحي ارتباطا وثيقا بالأوضاع السياسية والأمنية سواء كان طلبا داخليا أو خارجيا فالأوضاع السياسية والأمنية لها أثار بالغة في عملية تنشيط الحركة السياحية، ويسهم في خلق الأمن والاطمئنان للسائح مما يجعله يكرر زياراته إلى أماكن القصد السياحي مما يؤدي إلى زيادة حجم الطلب السياحي أي هناك علاقة طردية والعكس صحيح، ففي 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 السياحي[16].
- الأسعار : تزداد أسعار السلع والخدمات السياحية في موسم الذروة بالخصوص حيث يتوافد عدد كبير من السياح إلى موقع معين، حيث يصبح هذا العدد مضافا إلى سكان ذلك الموقع فيؤدي إلى إرتفاع 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 إفتراض تبات 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 للأسعار[17]

- البنية التحتية : كلما تتوفر مشروعات البنية التحتية كلما تشجع السياح على السفر إلى هته المناطق أو البلدان مثال ذلك : الطرقات ، وسائل النقل ، المياه ، الكهرباء ، الهاتف ،الأنترنات...

3- مرونة الطلب السياحيالعالية :

ننطلق في تحليلنا لمرونة الطلب على الخدمات السياحية من التحليل الاقتصادي الجزئي فإذا اعتبرنا أن أغلب السلع والخدمات السياحية المطلوبة، هي كمالية ماعدا الطلب على الخدمات السياحة العلاجية والتعليمة فإننا نستطيع القول أن مرونة الطلب في هذه الحالة مرونة عالية بالنظر لنوع السلع والخدمات كمالية أو ضرورية (السلع والخدمات الكمالية عالية المرونة والسلع و الخدمات الضرورية يمكن القول أنها ضعيفة المرونة) هذا من زاوية نوع السلع والخدمات.

ومما سبق نستطيع إبراز تحليل لمختلف مرونة الطلب على حسب الاعتبار السابق كما يلي[18]:

3-1- مرونة الطلب السعرية حالة سلعة أوخدمة 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:

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

3-2- مرونة الطلب السعرية في حالة سلعة أوخدمة 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:

- EDp:مرونة الطلب السعرية
- ΔD=D2-D1:التغير في الطلب الناتج عن التغير في السعر بالعلاقة العكسية
- ΔP=P2-P1:التغير في السعر

3-3- 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 المجتمع أي المستهلكين (السياح الطالبين للسلع والخدمات السياحية) حسب 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 دوي الدخول المنخفضة حيث نميز بين حالتين أساسيتين هما:

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

حيث:

- EDi: مرونة الطلب الدخلية
- ΔD: التغير في الطلب نتيجة التغير في دخل السائح
- Δi: التغير فيدخلالسائح

4- تحليل متوسطات ليالي المبيت في الفنادق حسب درجة تصنيفها للقطب السياحي شمال وسط

من خلال هذا المطلب سنحلل متوسطات مبيت السياح لمختلف مستويات تصنيف الفنادق بغية معرفة أي نوع من أنواع الفنادق أكثر استقطابا ليالي المبيت و ذلك من خلال تقسيم عدد الليالي الإجمالية للمبيت لكل صنف و لكل ولاية ولكل سنة على عدد الوافدين لنفس الصنف و الولاية و السنة.

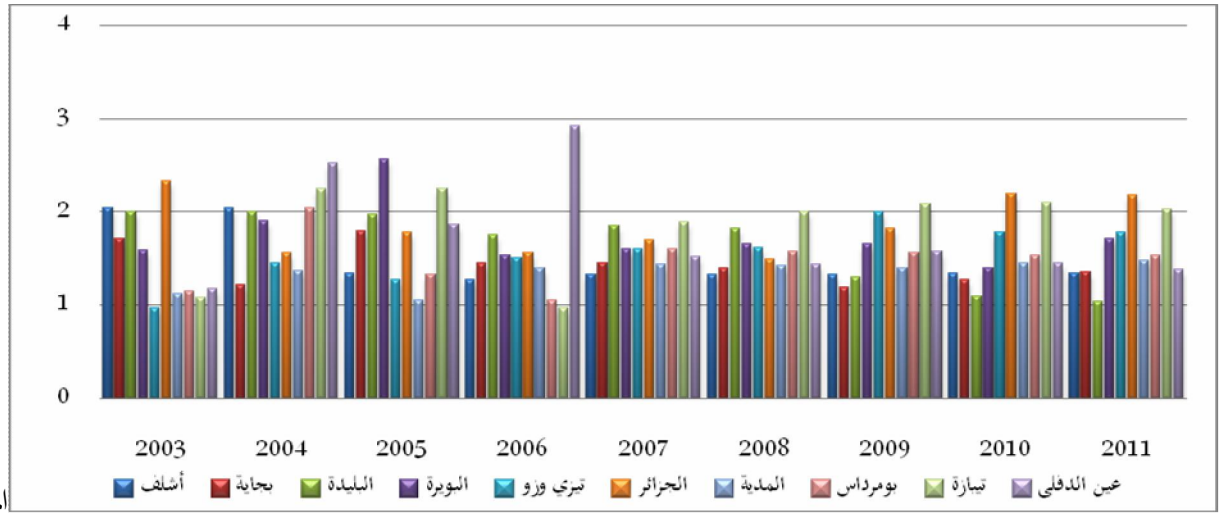
4-1- تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق غير مصنفة)

الجدول رقم(01) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق غير مصنفة)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
أشلف	2.04	2.05	1.34	1.27	1.33	1.33	1.33	1.34	1.35
بجاية	1.71	1.22	1.80	1.46	1.45	1.40	1.19	1.27	1.36
البليدة	2.01	2.01	1.97	1.76	1.85	1.83	1.30	1.10	1.04
البويرة	1.59	1.91	2.57	1.53	1.61	1.66	1.66	1.40	1.72
تيزي وزو	0.97	1.46	1.28	1.51	1.60	1.62	2.00	1.79	1.79
الجزائر	2.34	1.56	1.79	1.56	1.70	1.49	1.83	2.19	2.18
المدية	1.12	1.37	1.05	1.40	1.44	1.43	1.40	1.46	1.48
بومرداس	1.15	2.04	1.33	1.05	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
تيبازت	1.09	2.25	2.25	0.97	1.90	2.01	2.09	2.10	2.03
عين الدفلى	1.18	2.52	1.86	2.93	1.52	1.44	1.58	1.46	1.38

المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(01) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق غير مصنفة)



المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الجدول

نلاحظ أن متوسط مبيت الوافد الواحد من السياح في هذا النوع من تصنيف الفنادق لا يتجاوز عتبة 3 ليالي مبيت في كل ولايات القطب حيث سجلت ولاية عين الدفلى أعلى معدل مبيت و لكن بشكل متذبذب يزداد و يتناقص من سنة لأخرى .

بينما باقي الولايات إنحصر متوسط المبيت للسائح الواحد ما بين ليلة واحدة و ليلتين طيلة الفترة المدروسة و لكن تتسم بنوع من التباتبإستثناء ولاية جزائر حيث فاق متوسط المبيت عتبة الليلتين لسنة 2003 و2010 و2011 .

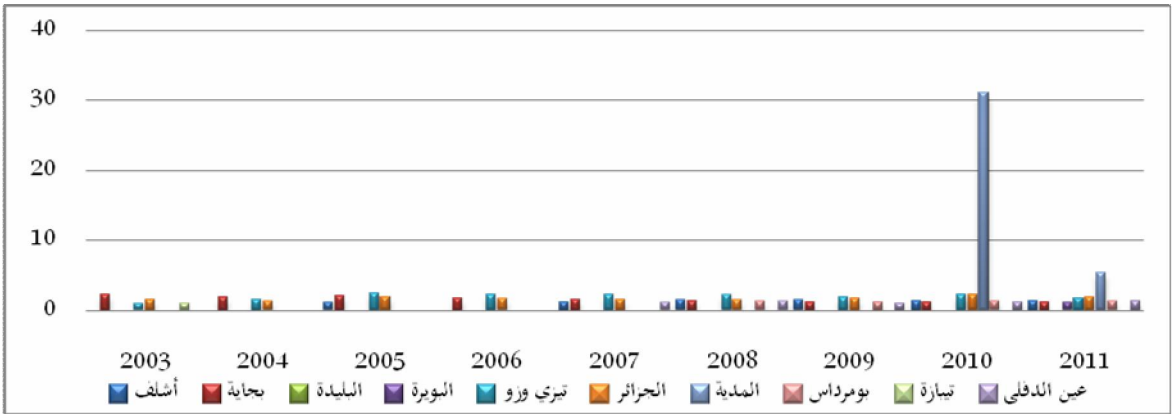
4-2- تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق صنف نجمة واحدة)

الجدول رقم(02) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق نجمة واحدة)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
أشلف	0.00	00	1.13	00	1.24	1.50	1.46	1.43	1.40
بجاية	2.32	1.92	2.09	1.79	1.60	1.38	1.20	1.20	1.21
البليدة	00	00	00	00	00	00	00	00	00
البويرة	00	00	00	00	00	00	00	00	1.08
تيزي وزو	0.91	1.57	2.51	2.26	2.26	2.20	1.86	2.23	1.70
الجزائر	1.57	1.28	1.91	1.67	1.61	1.51	1.77	2.23	1.96
المدية	00	00	00	00	00	00	00	31.00	5.38
بومرداس	00	00	00	00	00	1.30	1.23	1.26	1.28
تيبازت	1.00	00	00	00	00	00	00	00	00
عين الدفلى	00	00	00	00	1.13	1.33	1.05	1.24	1.36

المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(02) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق نجمة واحدة)



المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الجدول

نلاحظ كل من ولاية تيزي وزو و بجاية و الجزائر تقريبا نفس متوسطات المبيت منحصر ما بين ليلة و ليلتين بإعتباره أكبر معدل مبيت يمتاز بالثبات تقريبا بإستثناء سنة 2003 بالنسبة لولاية تيزي وزو حيث عرف متوسط المبيت أقل من ليلة واحدة .

و الجدير بالملاحظة في هدا النوع من التصنيف ولاية المدية حيثإنعدم لديها متوسط إنعدمالمبيت بإستثناء سنة 2010و2011 بلغت 31ليلة و5ليالي مبيت على التوالي وهو أعلى معدل مبيت في هدا الصنف طيلة الفترة المدروسة و لكن هدا المعدل المرتفع مقارنة مع الولايات الأخرى لا يمثل القوة السياحة في هذه الولاية لأن بالنظر لعدد الوافدين نجده 2 و 66 وافد مقابل 62 و355 ليلة مبيت بالنسبة لسنة 2010و2011 الكل على التوالي مما يدل على ضعف الوافدين من السياح و بالتالي ضعف في إجمالي الليالي السياحية مما لا يعكس بالضرورة حسن معدل المبيت .

أما البليدة و تيبازة فمتوسط المبيت يساوي الصفر طيلة الفترة المدروسة ما عدى سنة 2011 بالنسبة للبويرة فبلغ متوسط المبيت 1.08 و 1 ليلة بالنسبة لولاية تيبازة سنة 2003 .

أما باقي الولايات فإنحصر معدل المبيت ما بين صفر ليلة و ليلة واحدة كمتوسط مبيت من الملاحظ أن معدلات المبيت متدنية جدا و خاصة إدا ما قورنت مع ضعف السياح الوافدين لأن من أجل بلوغ عتبة صفر فائض في عرض الغرف مع تحقيق معدل مبيت يساوي 1 كما هو في أغلب الأحيان يجب أن يكون عدد الوافدين كل يوم يساوي عدد الغرف المتوفرة و هدا من المستحيل.

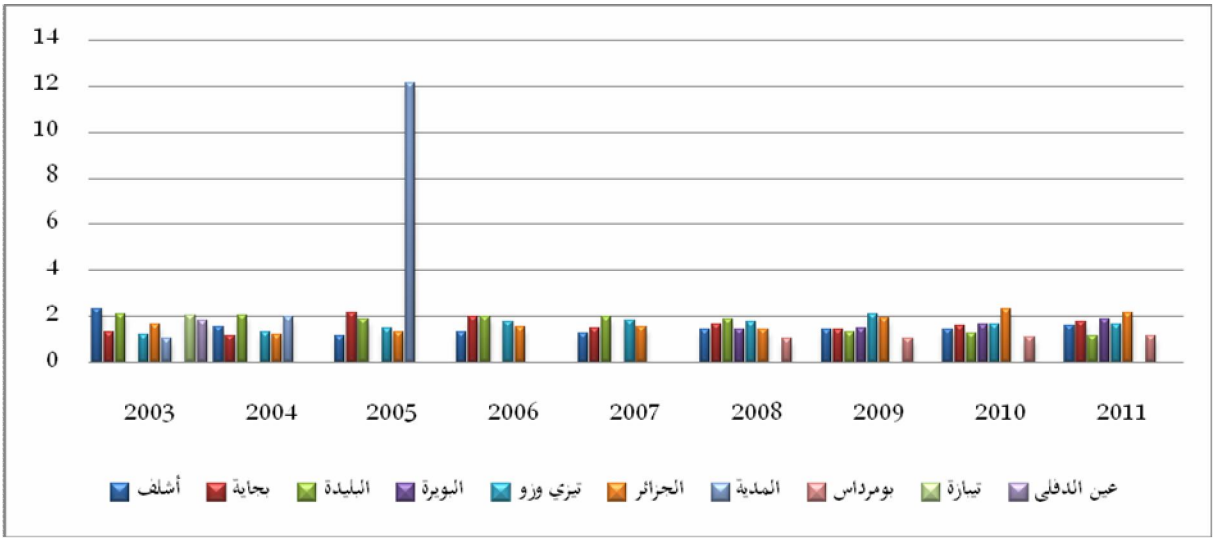
4-3- تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق صنف نجمتان)

الجدول رقم(03) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق نجمتين)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
أشلف	2.32	1.54	1.12	1.31	1.26	1.39	1.39	1.41	1.57
بجاية	1.30	1.15	2.14	1.99	1.48	1.65	1.41	1.59	1.76
البليدة	2.08	2.04	1.84	1.96	1.95	1.88	1.30	1.27	1.11
البويرة	00	00	00	00	00	1.43	1.47	1.61	1.87
تيزي وزو	1.20	1.31	1.46	1.72	1.81	1.74	2.08	1.64	1.64
الجزائر	1.61	1.19	1.31	1.50	1.53	1.41	1.90	2.30	2.12
المدية	1.01	1.97	12.13	00	00	00	00	00	00
بومرداس	00	00	00	00	00	1.02	1.02	1.10	1.16
تيبازت	2.00	00	00	00	00	00	00	00	00
عين الدفلى	1.81	00	00	00	00	00	00	00	00

المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(03) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق صنف نجمتين)



المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الجدول

نلاحظ كل من ولاية الشلف،بجاية،البليدة،تيزي وزو،الجزائر متوسط المبيت للسائح الواحد منحصر ما بين 1.12و2.32 ليلة مبيت طيلة الفترة المدروسة و هو ضعيف جدا بالنظر للعدد الوافدين خلال السنة بينما ولاية البويرة عرفت إنعدام ليالي المبيت طيلة الفترة 2003-2007 لتنحصر ما بين 1.43و1.87 ليلة إبتداءا من سنة 2008-2011 و كالعادة ولاية المدية عرفت معدلا مرتفع جدا مقارنتا بولايات القطب و يقدر بـ: 12.13 كمتوسط مبيت سنة 2005 كأعلى معدل خلال الفترة المدروسة و في هدا النوع من التصنيف و لكن لينعدم بعدها مباشرة طيلة الفترة المتبقية أي إبتداءا من 2006-2011 و كما أسلفنا هدا المعدل لا يمكن القول عنه انه مرتفع و جيد بالنظر للعدد السياح الوافدين .

كما عرفت ولاية تيبازة و عين الدفلى معدلات منعدمة طيلة الفترة بإستثناء سنة 2003 حيث سجلت الولايتين معدل على التوالي يساوي 2و1.81 ليلة مبيت بالنسبة للسائح الواحد.

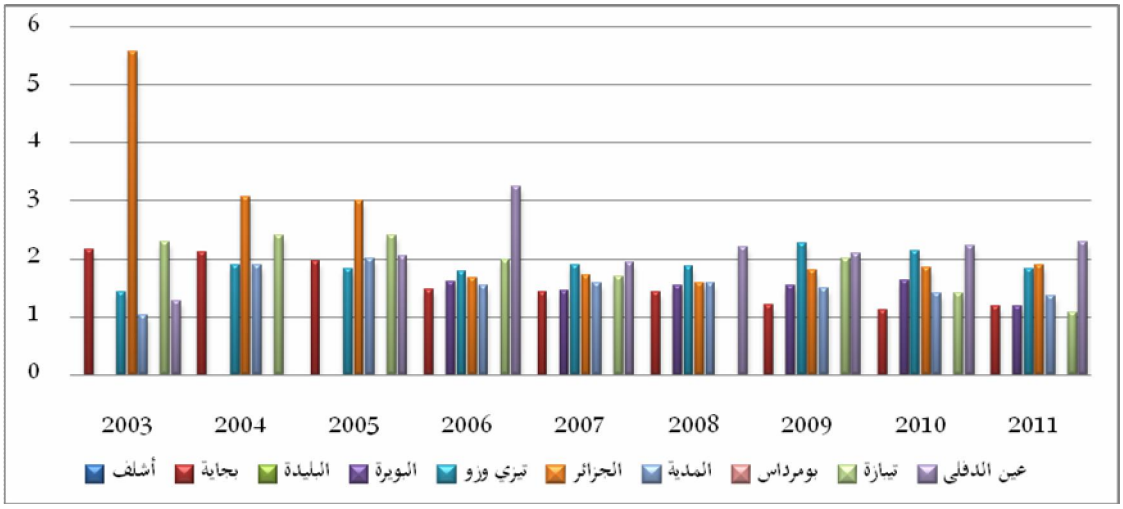
4-4- تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق صنف 3 نجوم)

الجدول رقم(04) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق3نجوم)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
أشلف	00	00	00	00	00	00	00	00	00
بجاية	2.16	2.12	1.95	1.46	1.42	1.43	1.20	1.11	1.18
البليدة	00	00	00	00	00	00	00	00	00
البويرة	00	00	00	1.61	1.44	1.54	1.54	1.63	1.19
تيزي وزو	1.42	1.88	1.82	1.78	1.88	1.87	2.26	2.13	1.83
الجزائر	5.58	3.06	3.00	1.66	1.71	1.59	1.80	1.84	1.89
المدية	1.02	1.88	2.00	1.54	1.58	1.58	1.48	1.41	1.36
بومرداس	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تيبازت	2.28	2.39	2.39	1.98	1.68	00	2.00	1.40	1.08
عين الدفلى	1.28	00	2.04	3.24	1.93	2.20	2.08	2.23	2.29

المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(04) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق 3نجوم)



المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الجدول

نلاحظ أن هناك عدم التوازن في توزيع متوسطات المبيت بين ولايات القطب حيث تنعدم طوال فترة الدراسة في بعض الولايات مثل الشلف،البليدة،بومرداس و دلك لعدم توافد السياح لهدا التصنيف في هاته الولايات نظرا للأهمية السياحية و السياسية و الإدارية للولايات المعنية أو أنها لا تتوفر على هدا النوع من الفنادق أصلا كما سجلت ولاية جزائر أعلى متوسط مبيت بـ: 5.58 ليلة للسائح الواحد سنة 2003 ثم لتنخفض عند 3 ليالي سنة 2004و2005 لتستقر طوال الفترة بين معدل 1.6و1.9 ليلة إبتداءا من سنة2006 إلى غاية 2011

كما تأتي ولاية عين الدفلى في المرتبة الثانية وراء ولاية جزائر من حيث متوسطات مبيت السياح حيث تراوح ما بين 1.28و3.24 ليلة مبيت بإستثناء سنة 2004 حيث إنعدم متوسط المبيت أما باقي الولايات إنحصر معدل المبيت ما بين 1و2.39 ليلة مبيت طوال فترة الدراسة .

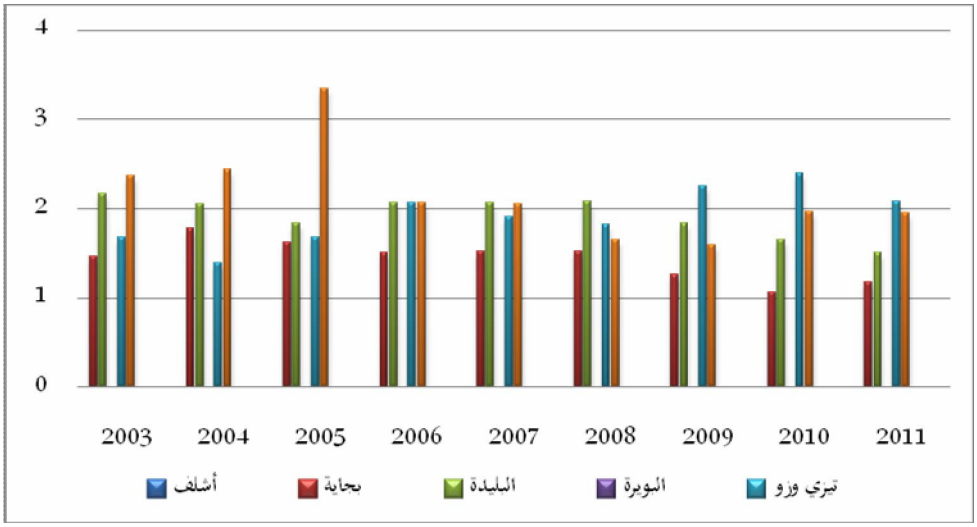
4-5- تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق صنف 4 نجوم)

الجدول رقم(05) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق4نجوم)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
أشلف	00	00	00	00	00	00	00	00	00
بجاية	1.46	1.77	1.62	1.50	1.52	1.51	1.25	1.06	1.17
البليدة	2.16	2.05	1.83	2.06	2.06	2.08	1.83	1.65	1.50
البويرة	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تيزي وزو	1.67	1.39	1.68	2.06	1.91	1.81	2.25	2.39	2.07
الجزائر	2.37	2.43	3.34	2.06	2.04	1.65	1.59	1.96	1.94
المدية	00	00	00	00	00	00	00	00	00
بومرداس	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تيبازت	00	00	00	00	00	00	00	00	00
عين الدفلى	00	00	00	00	00	00	00	00	00

المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(05) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق 4نجوم)



المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الجدول

إبتداءا من الفنادق الصنف الثالث نستطيع الحكم على ضعف القطاع السياحي في هدا القطب و دلك من خلال ملاحظة إنعدام متوسطات المبيت في كثير من ولايات القطب مقابل ضعف هاته المعدلات في الولايات الأخرى للقطب (المجاورة) و المتوسطات المنعدمة كما أسلفنا عدم توفر هاته الفنادق في كل ولايات القطب و تمركزها في بعض الولايات كالجزائر مثلا .

حيث نلاحظ إنعدام متوسطات المبيت في كل من ولاية الشلف،البويرة،المدية،بومرداس،تيبازة،عين الدفلى بينما تحتل الجزائر المرتبة الأولى كأعلى متوسط مبيت في ولايات القطب طوال الفترة المدروسة بمعدل يتراوح ما بين 1.5و3.5 بينما ولاية البليدة و تيزي وزو فتراوح معدل المبيت ما بين 1.5و2.25 ليلة كمتوسط مبيت حيث تقارب المتوسطات بين هاتين الولايتين أما بجايةفإنحصرمعدل المبيت ما بين 1.06و1.77 كمتوسط مبيت طيلة الفترة و هو الأضعف بعد الولايات التي عرفت معدلات معدومة .

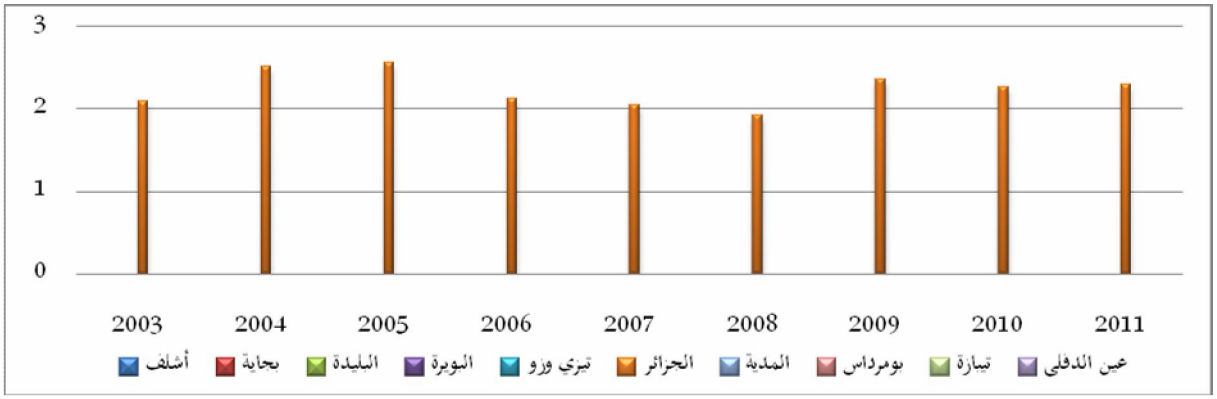
4-6-تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق صنف 5 نجوم)

الجدول رقم(06) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق5نجوم)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الشلف	00	00	00	00	00	00	00	00	00
بجاية	00	00	00	00	00	00	00	00	00
البليدة	00	00	00	00	00	00	00	00	00
البويرة	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تيزي وزو	00	00	00	00	00	00	00	00	00
الجزائر	2.09	2.52	2.56	2.13	2.05	1.92	2.35	2.26	2.30
المدية	00	00	00	00	00	00	00	00	00
بومرداس	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تيبازة	00	00	00	00	00	00	00	00	00
عين الدفلى	00	00	00	00	00	00	00	00	00

المصدر : من إعداد الباحثين بناءا على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(06) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق 5نجوم)



المصدر : من إعداد الطالب بناءا على معطيات الجدول

نلاحظ في هدا النوع من التصنيف إنعدام معدلات المبيت في كل ولايات القطب و طيلة الفترة المدروسة و دلك لإنعدام السياح الوافدين لولايات القطب و في هدا النوع من التصنيف ما عدى ولاية جزائر التي إحتكرت السياح وفقا لهدا التصنيف حيث تراوح ما بين 1.92و2.56 كأعلى معدل خلال الفترة المدروسة و من الملاحظ بصفة عامة أن معدلات المبيت السائح ضعيفة جدا لمختلف أصناف الفنادق للقطب السياحي شمال وسط الأمر الذي يرجع سببه لغياب ثقافة سياحية و إستراتيجيات واضحة و جادة للنهوض بالقطاع السياحي و تطوير الخدمات الفندقية و تحسين وجهة الجزائر في الخارج لاستقطاب أكبر عدد من السياح بما يوافق الإمكانيات الطبيعية و المادية التي تزخر بها الجزائر في هذا المجال.

خاتمة:

تعتبر متوسطات المبيت للسائح الواحد من أهم المؤشرات الدالة على مدى قوة أو ضعف الطلب السياحي على الخدمات الفندقية (المبيت) إد تربط هاته المتوسطات بين عدد الوافدين من السياح وعدد ليالي المبيت التي قضوها في الفنادق إذ كلما كانت مرتفعة كلما كانت هناك دلالة على أهمية القطاع الفندقي في إحداث وتوليد طلب سياحي فعال ودلك من خلال جودة الخدمات المقدمة للسائح والأسعار التنافسية التي تحقق رضى السواح إلا أننا من خلال تحليلنا لهاته المتوسطات نلاحظ أن هناك ضعف كبير في عدد ليالي المبيت لكل ولايات القطب السياحي ولمختلف أصناف الفنادق .

كما نلاحظ انعدام متوسطات ليالي المبيت في بعض أصناف الفنادق مثل فنادق صنف 4و5نجوم في بعض الولايات مما يدل على عدم التوازن في توزيع أصناف الفنادق عبر مختلف ولايات القطب مما يحدث خلل في استقطاب السواح الوافدين على الفنادق بهدف المبيت.

ومن أجل إقتراح الحلول اللازمة لهذا الاشكال وجب وضع إستراتيجيات فعالة تهدف إلى رفع معدلات المبيت من خلال العمل على تطوير جودة الخدمات الفندقية وعدالة توزيع الفنادق عبر مختلف ولايات القطب السياحي ومن تم جعل إستراتيجيات تسويقية ودعائية تطمح لتطلعات السياح بهدف الرفع في عدد الوافدين وإستقطابهم بشكل جيد وتوليد الرغبة لدى السائح في زيادة عدد ليالي المبيت عن طريق توفير الخدمات الجيدة وبأسعار تنافسية.

قائمة الهوامش:

1- الحوري ، مثنى طه ، اقتصاديات السفر و السياحة ، مؤسسة الوراق ، عمان ،2001،ص : 21.

2- N.GregoryMankiw**, (**2006),**Principles of Macroeconomics**, WORTH PUBLISHERS, Fourth Edition, *United States*, P: 63.

3- حنا إنعام داود ، التخطيط للتنمية السياحية ، دراسة حالة أهوار العراق ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة و الاقتصاد ، جامعة بغداد ،1980، ص : 14.

4- Gérard TOCQUER,Michel ZINS: Marketing du tourisme, 2 édition, Gaëtanmorin éditeur, France, 1999, P24.

5- الإدارةالعامةلتصميموتطويرالمناهج :تسويقسياحي،المؤسسةالعامةللتعليم الفنيوالتدريبالمهني،المملكةالعربيةالسعودية، ص:41 علىالموقعالالكتروني http://www.aliahmedali.com/PDF/Library/063.pdf

6- MATHIESON AND WALL. Tourism economic physical and social impact Longman. London. and NewWork.1981

7- عاتي ، رمزي بدر ، العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في العراق ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة و الاقتصاد ، جامعة المستنصرية ، 1984، ص:13.

8- المشهداني ، خليل إبراهيم ، العناصر الأساسية لعملية مسح العرض و الطلب السياحي و أساليبه ، بحث منشور في مجلة الإدارة و الاقتصاد ، جامعة المستنصرية ، 1983 ، ص :14.

9- مسدوي دليلة ، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ترقية و نمو القطاع السياحي –حالة ولاية بومرداس- مذكرة ماجستير ، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، جامعة بومرداس ،2009/2008، ص : 92.

10- مسكين عبد الحفيظ ،دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر – حالة الديوان الوطني للسياحة – مذكرة ماجستير تخصص تسويق ، جامعة قسنطينة ، 2009-2010،ص: 55.

11- الإدارةالعامةلتصميموتطويرالمناهج، مرجع سبق ذكره،ص:41.

12- الحوري ، مثنى طه ، مصدر سبق ذكره ، ص : 25.

13- Robert W .Mclntosh , " tourism ; principles , practices and philosophies " , GRID , Inc , 1972,p.220 .

14- الإدارةالعامةلتصميموتطويرالمناهج ، مرجع سبق ذكره ، ص :49.

16- كوشن ، عبد الله عبدي جامع ، التطور الحضري و أثره في التنمية الطلب السياحي ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة المستنصرية ، 2001 ، ص :75.