مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: عوامل الجذب السياحي في محافظة اللاذقية وسبل تطويرها
اسم الكاتب: د. طرقة شريقي، باسل أسعد
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4211
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 08:39 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (32) العدد (2)2010
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (32) No. (2) 2010

عوامل الجذب السياحي في محافظة اللاذقية وسبل تطويرها

الدكتور طرفة شريقي*
باسل أسعد**

(تاريخ الإيداع 5 / 4 / 2010. قُبِل للنشر في 10/ 6 /2010)

□ ملخّص □

بدأت السياحة تلفت انتباه المسؤولين، وتسترعي اهتمام ونظر الباحثين، نظراً لآثارها الاقتصادية المهمّة، ولما توفره من زيادة في الدخل القومي الذي يسهم في التنمية الاجتماعية والاقتصادية. إن للسياحة مقومات عدّة، قد لا يتسنى لكل الدول أن تمتلكها، وهناك بعض الدول التي تمتلك تلك المقومات، ولكنها لا تحسن استخدامها. و هذا ما دفعنا إلى البحث في هذا المجال للوقوف على التطورات التي حدثت في مجال السياحة من خلال رصد الواقع السياحي في اللاذقية والوقوف على أهم التغيرات التي حدثت في هذا القطاع، لهذا اتخذ البحث موضوع عوامل الجذب السياحي في محافظة اللاذقية وسبل تطويرها كمحورٍ للدراسة من خلال التركيز على جوانب مهمّة منها: مفهوم الجهة السياحية وعوامل اختيارها، العرض والطلب على الخدمات السياحية، الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة، كما قام الباحث بإجراء دراسة تحليلية لواقع العرض والطلب السياحيين في اللاذقية وإبراز المشاكل القائمة. حيث وصل البحث إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بالقطاع السياحي و عوامل جذبه في اللاذقية منها عدم التناسب بين مقومات الجذب السياحي في اللاذقية و الطلب السياحي، و حاول البحث تقديم مجموعة من المقترحات التي تساعد على تحسين واقع الجاذبية السياحية في اللاذقية .

الكلمات المفتاحية: الجذب السياحي، الجهات السياحية، الطلب السياحي، العرض السياحي.

*مدرس– قسم الاقتصاد والتخطيط – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين– اللاذقية – سورية .
** طالب دراسات عليا (ماجستير) – قسم الاقتصاد و التخطيط – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (32) العدد (2)2010
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (32) No. (2) 2010

Tourism Attraction Factors in Lattakia and Development Methods

Dr. Tarafa Shuraiki *
Bassel Asaad **

(Received 5 / 4 / 2010. Accepted 10 / 6 /2010)

□ ABSTRACT □

Tourism has begun to attract the attention of the authorities because of its important economic impacts and the increase in the national income which contribute in the social and economic development. Tourism has many characteristics that a lot of countries may not have, whereas if they are found in other countries they are not exploited well. This study concerns with the developments that occurred to tourism in Lattakia; and to highlight the major changes that took place in this sector. Thus, the study deals with the tourism attraction factors and techniques of their developing. So, the focus will be on: tourism destination and its choice ways, supply and demand on tourism facilities and the economic importance of tourism sector. However, the researcher has done an analytical study about the tourism supply and demand situation in Lattakia and presentation of related problems. The conclusion is a set of result and concerning the tourism sector, such as the inconformity between the tourism attraction essentials and the tourism demand. This study also tries to provide suggestions that may help in improving the tourism attraction situation in Lattakia.

Key Words: Tourism attractions, Tourism destinations, Tourism demand, Tourism supply.

* **Assistant Professor, Department of Economics and Planning , Faculty of Economics ,Tishreen University, Lattakia, Syria .**
** **Postgraduate Student, Department of Economics and Planning, Tishreen University, Lattakia, Syria.**

مقدمة:

لم يعد يخفى على أحد أن القطاع السياحي يعدّ حالياً من قطاعات الاقتصاد المهمّة و أصبحت الصناعة السياحية صناعة شاملة ذات نشاط إنساني متكامل يعدّ من سمات الحياة الحديثة . و رغم ما تمتلكه سورية من مقومات جذب وعرض سياحي، فإن حصتها مازالت ضئيلة جداً قياساً إلى الحصة العالمية ويجب إعادة النظر في عوامل الجذب والعرض والتسويق والترويج السياحي من أجل جذب اكبر عدد ممكن من السياح. كما تعدّ السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية حيث بلغ عدد السياح في منطقة الشرق الأوسط وفقاً لمنظمة السياحة العالمية 12.4 مليون سائح عام 1995 ومن المتوقع أن يصل هذا الرقم إلى 35.9 مليون سائح في نهاية عام 2010 . كما أسهمت السياحة بنسبة 11% من مجموع الإنتاج المحلي في الاقتصاد العالمي في عام 2009 كما توفر السياحة نحو 200 مليون فرصة عمل أي حوالى 8% من إجمالي فرص العمل العالمية و ستسهم السياحة بحوالي 5.5 مليون فرصة عمل سنويا حتى نهاية عام 2010 . [1]

مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث الأساسية في تعدد عناصر و مقومات الجذب السياحي في محافظة اللاذقية، و بالرغم من هذا التنوع إلا أنه لم يتم الاستفادة من هذه المقومات والعناصر بالشكل الأمثل ، وذلك لجذب أكبر عدد ممكن من السياح و العمل على جعل محافظة اللاذقية كجهة ومقصد سياحي أساسي على مدار العام، وذلك من خلال تطوير و تحسين المقومات السياحية و تنويع أشكال السياحة في المحافظة .

أهمية البحث وأهدافه:

تنبع أهمية البحث من أهمية المشكلة التي يدرسها حيث تغير مفهوم الجاذبية السياحية بشكل كلي، و لم يعد المنتج السياحي يسوق لنفسه، إنما يجب بذل الجهد الكبير لتطوير عوامل الجذب والتسهيلات والخدمات السياحية ، كما تكمن أهمية البحث من أهمية المؤشرات السياحية التي يدرسها الباحث في محافظة اللاذقية . بناء على ما سبق، فان البحث يهدف إلى دراسة ما يأتي:

1. الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة .
2. التعرف على عوامل الجذب السياحي و الجهات السياحية في محافظة اللاذقية .
3. تحديد عناصر العرض السياحي المقدم في محافظة اللاذقية .
4. دراسة وتحليل الطلب السياحي في اللاذقية .
5. إبداء بعض الملاحظات و الاستنتاجات و التوصيات ذات الصلة بالبحث .

منهجية البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في توصيف و تحليل عوامل الجاذبية و العرض و الطلب السياحي في اللاذقية .

فرضيات البحث:

تنطلق هذه الدراسة من تفحص و تحليل فرضيات أساسية متعلقة بهذا الموضوع من أهمها :

- تتسم السياحة في اللاذقية بالموسمية و بكونها سياحة داخلية بنسبتها الأكبر.
- عدم كفاية عوامل الجذب و التسهيلات و الخدمات السياحية في اللاذقية .
- عدم كفاية العرض السياحي المقدم في محافظة اللاذقية.
- تناقص الطلب السياحي في اللاذقية .
- إمكانية تطوير عناصر الجذب و العرض السياحي في اللاذقية.

الدراسات السابقة:

1-دراسة وائل منصور (2010) بعنوان الفعالية الاقتصادية لسياسات التسويق والترويج السياحية في سورية (دراسة تحليلية إحصائية) أطروحة غير منشورة أعدت لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد حيث ركز الباحث في دراسته على الناحية التسويقية و الترويجية للقطاع السياحي في سورية. كما ركز الباحث في دراسته على أثر عناصر المزيج التسويقي و تأثيره على قرارات و قناعات السياح، كما تطرق الباحث إلى كلٍّ من عناصر العرض السياحي والطلب السياحي، وقد توصل الباحث إلى الكثير من النتائج المهمّة المتعلقة بالقطاع السياحي في سورية وبالفعالية الاقتصادية للتسويق و الترويج السياحي.

2-دراسة برهوم 2007 بعنوان :تقويم كفاءة التسويق السياحي في سورية. لقد ركز هذا البحث على تعريف بعض المصطلحات السياحية و عرف أشكال السياحة المختلفة. كما ميز السياحة كأول صناعة في العالم . ثم شرح مفهوم السوق السياحي كما قام الباحث بتحليل العرض والطلب السياحي، كما ميز الباحث الترويج السياحي كعامل أساسي لاختيار الجهة السياحة وبين النقاط العامة للتسويق السياحي وأهمية الإنفاق على التسويق والترويج السياحي من أجل زيادة العائدات.

3-دراسة أي شيفناي ردي 2006: السوق السياحي والتسويق السياحي، المعهد الوطني للسياحة والضيافة حيدرأباد الهند 2006 وتضمنت هذه الدراسة على النقاط الآتية: لقد ركزت هذه الدراسة على السوق السياحي والتسويق السياحي فقد قام الباحث بإسقاط الضوء على توجهات السوق السياحي وعملية اختيار الجهات السياحية وتقسيمات السوق السياحية بالإضافة إلى طبيعة السوق وخدمة السوق وإدارة العرض والطلب واستراتيجية التسويق السياحي وتخطيط التسويق وحالة دراسية عن السوق السياحية في ولاية كوى الهندية. تضيف هذه الدراسة إلى سابقتها معالجة موضوع البحث من مختلف الجوانب الاقتصادية والتحليلية و ليس فقط من الناحية التسويقية حيث إنّ الموضوع أكثر شمولاً والجانب التسويقي جزء منه.

ما يميز البحث عن الدراسات السابقة:

بمتابعة الدراسات السابقة قد لاحظ الباحث أن معظم الدراسات السابقة قد تطرقت لجزء من البحث، أما من ناحية عوامل الجذب السياحي أو الجهات السياحية أو من ناحية التسويق السياحي ونتيجة لهذه الملاحظات فقد توجه الباحث لدراسة تفصيلية تتعلق بعوامل الجذب السياحي وبالعرض السياحي من جوانبه كافة وقد اعتمد الباحث على دراسة مدينة اللاذقية كحالة دراسية للوقوف عند الواقع السياحي والخدمات والتسهيلات والعرض السياحي المقدم في اللاذقية، ووفقاً لذلك قام الباحث بدراسة الواقع السياحي لفترة زمنية قد شملت خمس سنوات. وقام الباحث بإيضاح نقاط

الضعف السياحية في اللاذقية كافة واقتراح الحلول والتوصيات المناسبة، و ذلك بهدف الوصول إلى قطاع سياحي متطور ومتكامل وقادر على تقديم أفضل العروض السياحية و جعل اللاذقية كجهة ومقصد سياحي رئيس على المستوى الداخلي والخارجي .

النتائج و المناقشة:

أولا : مفهوم الجهة السياحية و عوامل اختيارها

أ- **الجهة السياحية:** تعرف الجهة السياحية بأنها[2] " هي عبارة عن مكان يقصده السياح لكي يقضوا وقتهم بعيداً عن المنزل". كما تعرف أيضا [3]" هي عبارة عن وحدة جغرافية ربما تكون قرية أو مدينة أو محافظة أو منطقة أو جزيرة أو بلد معين يقصده الناس". ومن الممكن أن تكون الجهة السياحية مكاناً ثابتاً كمدينة أو بلدة..الخ أو مكاناً متحركاً كالسفن السياحية البحرية .

لقد ازداد عدد الجهات السياحية في العالم من حيث الكم والنوع وأن نجاح أي جهة سياحية وزيادة عدد زوارها مرتبط بدرجة كبيرة بموقعها و إمكانياتها على المنافسة مع الجهات السياحية الأخرى و امتلاكها ما يميزها عن الجهات الأخرى على المستوى المحلي أو العالمي . و تتأثر هذه التنافسية بعدة نقاط وعوامل من أهمها:

1- الخدمات السياحية المتوفر و خصائصها .
2- البنية التحتية السياحية المتوفرة .
3- سعر المنتج السياحي .
4- التسويق و الترويج السياحي .
5- الجاذبية السياحية وعناصر العرض السياحي الموجودة . [4]

ب- **عوامل اختيار الجهة السياحية:** يتم اختيار الجهة السياحية بالاعتماد على عدة عوامل و أهمها :

1- عوامل الجذب: تُعدُّ جاذبية الجهة السياحية المكون الأقوى للعرض السياحي. وتتضمن الجاذبية وظيفتين أساسيتين:

الأولى: الإغراء والتحفيز على السفر حيث يتخذ الناس قرارهم بزيارة جهة سياحية معينة وهم في أماكن سكنهم في الأغلب. الثانية: العمل على إرضاء رغبات الزائر والتزويد بالمنتج السياحي الحقيقي المنافس. ومن الممكن أن تمتلك الجهة السياحية عدداً مختلفاً في عوامل الجذب السياحي. وتقسم الجاذبية إلى ما يأتي: [5]

- الجاذبية الطبيعية: طبوغرافية – المياه – الجبال – النبات ..الخ .
- الجاذبية الثقافية : تاريخية – ثقافية معاصرة – ترفيهية..الخ .
- الأحداث الثقافية: مؤتمرات – مهرجانات – ندوات ..الخ.
- الأحداث الرياضية: كل حدث متعلق بنشاط رياضي .

2- وسائل الراحة و التسهيلات المتوفرة في الجهة السياحية :

1- البنية التحتية المتطورة 2- السكن المتوفر و المتعدد .
3- خدمات الطعام المتعددة . 4- وسائل التسوق .
5- معلومات الزوار المتوفرة . 6- مرافق البنية الفوقية . [6]

3- إمكانية الوصول:

ويقصد بها البنية التحتية للنقل مثل : المطارات – الموانئ – الطرق – السكك الحديدية. وتساعد في سهولة الوصول إلى الجهة السياحية و سهولة الحركة ضمن الجهة السياحية .

4- المعرفة السابقة (الشهرة):

توفر الشهرة السابقة عن الجهة السياحية بالإضافة إلى مجموعة من الأفكار اللازمة حول الجهة السياحية .

5- التكاليف:

وتشمل كلفة السفر– سعر الخدمات– تكلفة السكن– تكاليف أخرى. وتختلف التكلفة وفقاً لاختيار السكن المتوفر ومستواه والموسم السياحي بالإضافة إلى المسافة والبعد عن الجهة السياحية المختارة بالإضافة إلى الخدمات والتكاليف الأخرى.

ثانيا : أنواع السياحة

للسياحة أشكال مختلفة حيث يمكن تصنيف أنواع عدّة منها وفقا لعدة أسس و لكل نوع خصائص يجب علينا الإلمام بها و إدراك كيفية التعامل مع السائح حسب رغبته و اختياره وتصنيفه، و فيما يأتي أهمها :

1- وفقاً للغرض من السياحة : (الترويحية – السياحة بغرض العمل المؤقت – بغرض الصحة و العلاج – التعليم و التدريب – ممارسة الرياضة – زيارة الأماكن التاريخية – الاجتماعية – المؤتمرات – المشتريات – الدينية – الثقافية – المعارض – السيارات و الدراجات – السباقات و المهرجانات – السفاري و المغامرات – التجوال – الشاطئية و الغوص – المدنية – الريفية – الشعبية – البيئية).[7]

2- وفقاً لعدد السياح : (فردية – جماعية – عائلية) .

3- وفقاً للمرحلة العمرية : (الصغار – الشباب – الناضجين – ما بعد سن العمل أو التقاعد) .

4- وفقاً للجنسية : (الأجانب – الداخلية – المغتربين – المواطنين العاملين بالخارج).

5- وفقاً للنطاق الجغرافي : (الداخلية – الخارجية) .

6- وفقاً لوسيلة الانتقال : (الجوية – البرية – البحرية) .[8]

ثالثا : صفات الجهة السياحية

1- الجهة السياحية عبارة عن مزيج : حيث تتضمن الكثير من العناصر المتكاملة مع بعضها بعضاً وهي: الجاذبية السياحية– وسائل الراحة– السكن–خدمة الطعام والشراب–وسائل التسلية–التسوق وجميع الخدمات الأخرى.

2- التقييم الثقافي والشخصي للجهة السياحية: و يتضمن (الرغبة – الجاذبية – التميز – الوقت – التكلفة – الخدمات و التسهيلات الموجودة) ويعتبر هذا التقييم هاما لاختيار أية جهة سياحية.

3- الترابط و التلازم: يتميز المنتج السياحي عن المنتجات الأخرى بكونه سريع الاستهلاك فغالباً ما يكون الإنتاج و الاستهلاك بنفس الوقت.

4- استعمال متعدد لعناصر الجذب: تساعد الجهات السياحية على توفير الخدمات المختلفة والمتنوعة للسكان و العمال على مدار العام أو خلال فترة من السنة. ويمكننا تصنيف المشاريع طبقاً للاعتماد على السياحة فقط أو السكان فقط أو الاثنين معا . [9]

رابعا: تصنيف الجاذبية السياحية

للجاذبية السياحية أنواع و أشكال مختلفة ومتنوعة بشكل كبير ويختلف تصنيف الجاذبية السياحية ذلك تبعاً للجهة التي تريد تصنيفها. كما يوجد أشكال مختلفة للتصنيف، ولكننا قد اعتمدنا التصنيف على أساس الملكية، و ذلك لما يتميز به هذا التصنيف من الدقة والموضوعية والشمولية عن غيره من التصنيفات الأخرى.

الجدول رقم (1) تصنيف الجاذبية على أساس الملكية

التسلسل	الحكومات	المنظمات اللاربحية	قطاع الأعمال
1	الحدائق العامة	الحدائق الطبيعية	حدائق الألعاب
2	المنتزهات	المهرجانات	الرحل البحرية
3	الحياة البرية الموجودة	المعسكرات المنظمة	مراكز التسوق
4	المواقع التاريخية – الطرق التاريخية	الاستعراضات	منشات المبيت و الإطعام
5	مناطق الاستجمام	المسارح	ملاعب الغولف
6	النصب الوطنية	الحدائق	المسارح
7	حدائق الحيوانات العامة	نشاطات أخرى	الحرف اليدوية
8	صالات الألعاب الرياضية	-------	مضامير السباق
9	المتاحف	-------	نشاطات أخرى

المصدر : إعداد الباحث من مصادر مختلفة :

COOPER , C; FELETCHER , J . ***Tourism principles and practices*** **. England , 1998 ,255**
WTO and Ministry of tourism of India . ***Workshop on managing tourism destinations*****. India , 2006 .**

خامسا: العرض و الطلب السياحي

يعرف السوق أيا كان نوعه بأنه المكان الذي يلتقي فيه الطلب بالعرض. فإنّ سوق الخدمات السياحية، هو ذلك المكان الذي يتقابل فيه الطلب السياحي من السائحين بالعرض السياحي الذي تقدمه المؤسسات و الشركات العامة والخاصة في مجال الخدمات السياحية .

و من هنا كان من الضروري أعطاء لمحة عن جانبي السوق السياحي و هي :

1- الطلب على الخدمات السياحية :

من المعلوم أنّ الطلب على السياحة والمنتجات السياحية في تزايد مستمر في مختلف أرجاء العالم بشكل عام و في الأماكن المتطورة سياحياً و خدماتياً بشكل خاص. ومن أهم العامل المؤثرة على زيادة الطلب على الخدمات السياحية ما يأتي: [10]

1- التطور الكبير في مجال الاتصالات والمواصلات و سهولة الوصول لأي مكان .
2- انتشار و سائل الإعلام و الإعلان بشكل كبير والاهتمام الكبير بمجال التسويق السياحي .
3- التزايد العالمي المستمر بعدد السكان .
4- الارتفاع المستمر في الدخول و التحسن المستمر في مستوى المعيشة .
5- تزايد مستوى الثقافة التاريخية و السياحية .
6-ارتفاع مستويات الدخل .

2- العرض السياحي:

يتحدد العرض للخدمات السياحية بمجموعة من العناصر منها: [11]

1- مقومات العرض السياحي: التاريخية والثقافية – الاجتماعية و الدينية – الطبيعية – الحديثة .

2- الخدمات والتسهيلات السياحية والفندقية: مكان الإقامة – البنية التحتية الضرورية – النقل و المواصلات – خدمات أخرى .

أما العرض السياحي فهو عبارة عن العرض الذي تقدمه الشركات والمؤسسات العامة والخاصة في مجال الخدمات السياحية، هناك عدة عوامل أساسية للعرض السياحي يجب معرفتها وأهمها:

1- الوضع السياسي والاقتصادي والأمني والاجتماعي ضمن البلد المراد زيارته .

2-المنافسة السياحية في الداخل أو الخارج .

3- النظام النقدي المطبق و كيفية التعامل و تبديل النقود و تداولها .

4- حجم التسهيلات السياحية المتوفرة في الدولة و تطابقها مع احتياجات و رغبات السياح .

5- مدى اعتماد شركات السياحة على الأساليب العلمية في تسويق برامجها السياحية .

6- مدى تطابق البرنامج التسويقي مع رغبات السائح و تناسبه مع قدراته المادية والمعنوية .

7- الإدارة السياحية المنظمة و المتكاملة لجوانب العمل السياحي كافّةً.[12]

سادسا: الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة في سورية

القطاع السياحي كأي قطاع آخر، جزء لا يتجزأ من الاقتصاد القومي، له دوره الفعلي في تكوين الناتج القومي ويختلف هذا الدور بحسب حجم و أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد القومي. ولا يقف دور السياحة في تكوين الدخل القومي وحسب، بل إنّه يبعث سلسلة في الاقتصاد التي يتمخّض عنها تحقيق المزيد من الإنتاج والاستخدام، و يتحقق عنها المزيد من الدخول، وهذا ما يعرف بأثر المضاعف السياحي. ووفقا لتقرير المجلس الدولي للسياحة و السفر لعام 2008 حول الوضع الاقتصادي للسياحة في سورية، فقد بلغت إيرادات السياحة الداخلية 1 مليار دولار عام 2007، وإيرادات السياحة الدولية الوافدة 2.7 مليار دولار لعام 2007 ، في حين كانت مساهمة صناعة السياحة في الناتج المحلي 6% عام 2007، و قد بلغت مساهمة السياحة في العمالة 14% لعام 2007 ، في حين بلغ تدفق الاستثمار السياحي 600 مليون دولار للعام نفسه، كما بلغت القيمة المضافة المحققة في صناعة السياحة و السفر 1.41 مليار دولار عام 2001 لتصل إلى 3.77 مليار دولار عام 2007 و بمعدل نمو سنوي 15.6% . تسهم الصادرات السياحية في تشكيل الجزء الأكبر من القيمة المضافة التي تولدها صناعة السياحة و السفر ضمن الاقتصاد السوري، و تقسم إلى صادرات مباشرة و غير مباشرة فبالنسبة إلى الصادرات المباشرة، فقد بلغت 3 مليارات دولار عام 2007، في حين بلغت الصادرات غير المباشرة 0.77 مليار دولار عام 2007. كما يعاني قطاع السياحة و السفر في سورية من انخفاض إنتاجية العمل، وذلك لعدة أسباب منها تدني مستوى الأجور في هذا القطاع و عدم استخدام الأساليب الإدارية الحديثة، فقد بلغت إنتاجية العمال في صناعة السياحة 3997 دولار عام 2007 و بمعدل نمو سنوي مقداره 4% منذ عام 2001 . [14]

الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة: لقطاع السياحة آثار اقتصادية إيجابية وسلبية .

الآثار الاقتصادية الإيجابية للسياحة في الاقتصاد السوري:

❖ السياحة مصدر دخل للبلد، لقد بلغت مساهمة اقتصاد السياحة في الناتج المحلي 14.4% في عام 2007.

❖ مصدر مهم للقطع الأجنبي، لقد وصلت مساهمة قطاع السياحة في القطع الأجنبي 31% لعام 2007.

❖ تسهم السياحة في إيجاد فرص عمل مباشرة في قطاع السياحة وغير مباشرة في القطاعات الأخرى. حيث بلغت نسبة العمالة في قطاع السياحة 14% عام 2007، ومن المتوقع أن تصل إلى 17% عام 2017.

❖ زيادة الاستثمارات الداخلية في قطاع السياحة وجذب الاستثمارات الخارجية، حيث بلغت نسبة الاستثمارات في قطاع السياحة 7.4% عام 2007 .

❖ زيادة الإنفاق الحكومي على قطاع الخدمات والبنية التحتية . [15]

الآثار الاقتصادية السلبية للسياحة:

- هجرة اليد العاملة من الريف إلى المدينة و ما ينتج عنه من أثار سلبية على العمالة .
- زيادة الإنفاق الحكومي على الخدمات السياحية قد يكون في بعض الأحيان على حساب الخدمات العامة الأخرى و خصوصاً في البلدان الفقيرة، مما يؤثر على عملية التنمية الاقتصادية الشاملة .
- 3-من الممكن أن يكون عائد الاستثمار في القطاع السياحي أقل من الاستثمار في بعض القطاعات الأخرى، و ذلك كون الاستثمار السياحي مكلفاً جداً و يتأثر بموسمية السياحة . [16]

سابعا : العرض السياحي في محافظة اللاذقية:

يعدُّ العرض السياحي المقدم في أية جهة سياحية من أهم عوامل الجذ السياحي، فكلما تنوع العرض السياحي من ناحية الكم والكيف، أثر ذلك بشكل إيجابي على قرارات السائح و جعل من الجهة السياحية مرغوبة و مطلوبة . و تمتلك محافظة اللاذقية الكثير من المقومات و عوامل الجذب أهمها :

1-مقومات الجذب الطبيعية : من المقومات الطبيعية للعرض السياحي في محافظة اللاذقية الموقع الجغرافي و المناخ الدافئ الذي يساعد على استقبال السياح على مدار العام بالإضافة إلى وجود الشواطئ (رأس البسيط –أم الطيور – شواطئ اللاذقية – ابن هاني –وغيرها) و الجبال (كسب – صلنفة ..الخ) و الغابات (بلوران – الفرنلق ..الخ) و الأنهار (السن – الكبير الشمالي) و المحميات الطبيعية (الشوح و الأرز) و البحيرات (16 تشرين) . [17]

2-مقومات الجذب التاريخية و الدينية : محافظة اللاذقية كغيرها من المحافظات السورية التي تمتلك الكثير من المواقع الثقافية و التاريخية و الدينية ومن أهمها : التاريخية و الدينية (أوغاريت – قلعة صلاح الدين – مرج جبلة – قلعة المهالبة – القوس الكبير–الجامع الكبير..الخ) . [18]

3-مقومات الجذب الثقافية المتنوعة : تمتلك محافظة اللاذقية الكثير من المقومات الثقافية المتنوعة و المهمّة ومن أهمها (التسوق – مهرجان المحبة – معرض الزهور – الأحداث الرياضية – الأحداث الثقافية..الخ) .

4-خدمات النقل وإمكانية الوصول: و يتضمن النقل الجوي (مطار الشهيد باسل الأسد) والنقل البحري (الميناء) والنقل البري (شبكة من الطرق التي تربط بين اللاذقية والمحافظات كافة و تركيا بالإضافة إلى شبكة الطرق ضمن المحافظة) .

5-مرافق البنية الأساسية: و تشمل البينة التحتية والفوقية المتوفرة و الخدمات الأخرى .

6-مقدمو الخدمة "الأطر البشرية" : ويقصد بها اليد العاملة في المجال السياحي و الفندقي و يعدُّ هذا العرض في اللاذقية ضعيفاً جداً نظراً لنقص الخبرات المؤهلة تأهيلاً جيداً، مما لا يسمح لها بالتعامل مع السياح وتقديم الخدمات لهم بالشكل الأنسب. [19]

7-خدمات الإقامة و الإيواء و المطاعم : تعدُّ دراسة عدد الفنادق وتصنيفها وعدد الغرف والأسرة الموجودة في اللاذقية من أهم مؤشرات العرض السياحي فكلما زادت وتنوعت مقومات العرض السياحي أسهم ذلك بزيادة عدد السياح وزيادة في الطلب السياحي، كما تشمل خدمة الإيواء إحصائيات الشقق المفروشة والشاليهات المؤهلة و المصنفة فقط المتوفرة في المحافظة.

الجدول رقم(2) عدد الفنادق و الأسرة و الغرف في محافظة اللاذقية عام 2009

الدرجة	العدد	عدد الغرف	عدد الأسرة
خمس نجوم	2	1339	3414
أربع نجوم	5	402	727
ثلاث نجوم	7	246	683
نجمتان	21	571	1240
نجمة / أ /	10	181	405
نجمة / ب /	7	85	200
خارج التصنيف	9	99	223
شقق مفروشة ممتازة	2	12	28
شقق مفروشة درجة ثانية	4	19	65
المجموع	67	2954	6985

المصدر : مديرية السياحة باللاذقية ، دائرة الإحصاء و التخطيط ، 2009.

من خلال الجدول رقم (2) نلاحظ أن إجمالي عدد الفنادق في محافظة اللاذقية قد بلغ 67 فندقاً موزعة حسب الدرجة، فقد بلغت نسبة الفنادق خمس النجوم من إجمالي الفنادق في المحافظة 2.9 % و الفنادق أربع النجوم 7.4% من إجمالي عدد الفنادق في حين بلغت نسبة الفنادق ثلاث النجوم 10.4% من إجمالي عدد الفنادق كما بلغت نسبة الفنادق النجمتان 31.3% من إجمالي عدد الفنادق و قد بلغ عدد الفنادق النجمة واحدة أ و ب 23.8% من إجمالي عدد الفنادق و بلغ عدد الشقق المفروشة الممتازة و الدرجة الثانية 8.9% من إجمالي الفنادق .أما بالنسبة إلى عدد الغرف فقد بلغت نسبة غرف الفنادق الخمسة نجوم من إجمالي الغرف 45.5% و قد بلغت نسبة غرف الأربعة نجوم من إجمالي الغرف 13.6% في حين بلغت ثلاث النجوم 8.3% من إجمالي الغرف و قد بلغت النجمتين 19.3% أما نسبة النجمة الواحدة فقد بلغت 9% أما بالنسبة إلى الشقق المفروشة فقد بلغت 1 % . أما بالنسبة إلى عدد الأسرة فقد بلغت نسبة عدد أسرة الفنادق خمس النجوم من إجمالي عدد الأسرة 48.9% من الإجمالي، وقد بلغت نسبة أربع النجوم 10.4% من الإجمالي في حين بلغت نسبة ثلاث النجوم 9.8% من الإجمالي وقد بلغت نسبة النجمتين 17.85 من الإجمالي في حين بلغت نسبة النجمة الواحدة أ و ب 8.7% من الإجمالي في حين بلغت نسبة الشقق المفروشة 1.3% من الإجمالي. يمكننا القول إنّ عدد الفنادق في محافظة اللاذقية لا يتناسب مع مقومات العرض السياحي وعوامل

الجذب السياحي في اللاذقية وبالتالي يجب العمل على زيادة عدد الفنادق وعدد الغرف والأسرة، وذلك للعمل على زيادة العرض السياحي المقدم في المحافظة . كما يجب العمل على توزيع الفنادق الحديثة على مناطق الجذب السياحي في المحافظة كافة وذلك من خلال إعطاء تسهيلات خاصة للمستثمرين في مثل هذه المناطق.

كما تعدّ دراسة عدد المطاعم و الكراسي الموجودة من النقاط المهمّة لتطوير العرض السياحي في اللاذقية .

الجدول رقم (3) عدد المطاعم و الكراسي في محافظة اللاذقية عام 2009 .

الدرجة	العدد	عدد الكراسي
مطاعم نظامية	100	26026
تأهيل مؤقت	62	8658
نجمة واحدة	17	1533
ملاهي	12	1007
وجبة سريعة	36	1172
صالات شاي	28	1192
المجموع	255	39588

المصدر : مديرية السياحة باللاذقية ، دائرة التخطيط و الإحصاء ، عام 2009.

بمتابعة الجدول رقم(3) نلاحظ ما يأتي أن عدد المطاعم قد بلغ في محافظة اللاذقية 255 مطعماً وقد بلغت نسبة المطاعم النظامية من أجملي عدد المطاعم 39.2% من الإجمالي و بلغت نسبة المطاعم ذات التأهيل المؤقت 24.3% من الإجمالي في حين بلغت نسبة مطاعم النجمة الواحدة 6.7% من الإجمالي وقد بلغت نسبة المقاهي 4.7% من الإجمالي كما بلغت نسبة مطاعم الوجبة السريعة 14.1% من الإجمالي، وقد بلغت نسبة صالات الشاي من الإجمالي 10.9% . وقد بلغ إجمالي عدد الكراسي 39588 كرسي في حين بلغت نسبة عدد كراسي المطاعم النظامية من الإجمالي 65.7% في حين بلغت نسبة التأهيل المؤقت 21.9% و نسبة النجمة الواحدة 3.9% ، وقد بلغت نسبة الملاهي 2.5% في حين بلغت نسبة الوجبة السريعة 2.9% في حين بلغت نسبة صالات الشاي 3% من الإجمالي . يمكننا القول إن عدد المطاعم و الكراسي في اللاذقية لا يتناسب مع مقومات الجذب السياحي في المحافظة ويجب العمل على زيادة عدد المطاعم و توزيعها بشكل مناسب ضمن اللاذقية .

1- خدمات المكاتب السياحية :

من المعروف أن الناس عادة ما يسافرون لأحد الأسباب الآتية (الراحة – المغامرة – التغيير – الاكتشاف – الإثارة – الرياضة – أو أي نشاط ممتع أخر و يعرف السفر لهذه الأسباب بسياحة العطلات، وقد يسافر الناس لأسباب تجارية أو الرغبة بزيارة الأهل أو لاسباب دينية أو لأسباب علاجية).

ويجب أن تتضمن المنتجات و الخدمات المعروضة في المكاتب السياحية ما يأتي:

الجدول (4) الخدمات التي يجب توفرها في مكاتب السياحة

النقل الجوي و البحري و البري	الإقامة و خدمات الفنادق و المطاعم
الاستجمام	الرحلات و النزهات القصيرة
تسهيلات تصريف العملات	خدمات جوازات السفر و التأشيرات
خدمات الأدلاء السياحيين و غيرها	تأمين السفر

المصدر: United Federation of Travel Agents Associations , introduction to travel and tourism , 2004

ووفقاً لإحصائيات مديرية السياحة باللاذقية فقد بلغ عدد مكاتب السياحة و السفر 36 مكتباً وهو عدد قليل لما تمتلكه المحافظة من عوامل جذب سياحي مختلفة كما إن معظم هذه المكاتب لا تملك الكادر المؤهل و المختص في مجال العمل السياحي، وغالباً ما يقتصر عملها على التركيز على النقل الجوي من حجوزات لشركات الطيران و حجوزات الحج و العمرة.

بالنهاية نلاحظ أن محافظة اللاذقية تعاني من عدم كفاية عوامل الجذب والتسهيلات السياحية المقدمة بالإضافة إلى عدم كفاية العرض السياحي المقدم في اللاذقية، حيث إنّ عوامل الجذب السياحي الطبيعية هي المقصد الأول للسياح بالمنطقة وكون العنصر الطبيعي يتأثر بأحوال المناخ فبالتالي سينخفض عدد السياح خارج موسم الصيف ونتيجة لاعتماد اللاذقية على العامل الطبيعي بالمرتبة الأولى وعدم تجدد وتنوع عناصر الجذب السياحي الأخرى بالإضافة إلى ضعف الخدمات والتسهيلات السياحية في الكثير من المقاصد السياحية بالمحافظة وصعوبة الوصول إلى العديد من الجهات السياحية و ضعف الكوادر البشرية المؤهلة و المدربة ، كل ذلك أثر بشكل مباشر على عوامل الجذب. كما أنّ غياب العروض السياحية الحقيقية المقدمة خارج الموسم السياحي قد أثر بشكل مباشر على إمكانية القضاء على ظاهرة الموسمية باللاذقية و على إمكانية جذب عدد أكبر من السياح . وهذا ما يؤيد فرضيات البحث .

ثامنا: الطلب السياحي في محافظة اللاذقية

يَتعلق الطلب السياحي بالسائح من حيث نمط سياحته . احتياجاته . تفكيره . مصدره . سلوكه . انطباعه. ويحدد عدد السياح الذين يطلبون سلعاً وخدمات سياحية في البلد(حجم الطلب السياحي) كما تحدد مصادرهم (تركيب الطلب السياحي) ودوافعهم (طبيعة الطلب السياحي). [20]

1- القادمون و المغادرون :

تعد دراسة تطور أعداد القادمين إلى محافظة اللاذقية ، من المؤشرات الاقتصادية المهمّة. وهذا المؤشر إن لم يدل بشكل دقيق على تطور أعداد السياح، دل على نشاط اقتصادي آخر في البلد. و فيما يأتي جدول رقم (5) يبين تطور عدد القادمين إلى محافظة اللاذقية ما بين 2003 و 2009 مع العلم أنه يوجد معبر كسب البري الذي يربط المحافظة بتركيا و مطار الشهيد باسل الأسد الجوي و الميناء البحري . إن دراسة عدد القادمين إلى محافظة اللاذقية لا يعدّ مؤشراً حقيقياً، لاسيما إن العدد الأكبر من السياح و الزوار يأتي عن طريق النقل البري .

الجدول رقم (5) عدد القادمين إلى محافظة اللاذقية 2003-2009.

السنة	كسب	المرفأ	المطار	المجموع	إجمالي سورية	نسبة اللاذقية

%0.8	4388119	35248	5109	3503	26636	2003
%0.9	6153653	53906	3634	9826	40446	2004
%1.2	5828960	72327	4154	14066	54107	2005
%1.1	6009485	65846	5195	11312	49339	2006
%1.5	6004061	87249	17104	5049	65096	2007
%2.9	5430181	161236	44361	10923	105952	2008
%2	6091889	121919	30207	5823	85889	2009

المصدر : إعداد الباحث من مصادر مختلفة :

مديرية سياحة اللاذقية ، دائرة التخطيط و الإحصاء ، 2009 .

مديرية سياحة اللاذقية ، دائرة التخطيط و الإحصاء ، 2009.

المجموعة الإحصائية السورية 2008 ، المكتب المركزي للإحصاء ، جدول 8/1 ، ص 250.

بمتابعة الجدول رقم (5) نلاحظ ارتفاع عدد القادمين إلى محافظة اللاذقية ما بين عام 2003 وعام 2009 على الرغم من التذبذب القائم ضمن فترة الدراسة. كما نلاحظ أن نسبة القادمين عن طريق معبر كسب البري كانت الأكبر فقد بلغت 70.4% عام 2009 ، في حين كانت نسبة القادمين عن طريق المطار 24.7% عام 2009، وقد كانت نسبة القادمين عن طريق المرفأ للعام نفسه 4.7% .كما نلاحظ أن عدد القادمين عن طريق كسب قد ارتفع من 26636 قادماً عام 2003، ليصل إلى 85889 قادماً عام 2009، أي بنسبة 69% و بالنسبة إلى المرفأ، فقد ارتفعت بنسبة 6.4% وبالنسبة إلى المطار فقد ارتفعت بنسبة 83.1% ، وهذا ما يوصلنا لنتيجة مهمّة هي ارتفاع عدد القادمين عبر مراكز محافظة اللاذقية ما بين 2003–2009 . زيادة عدد القادمين عن طريق معبر كسب، ويعود ذلك لتحسن العلاقات مع تركيا بالإضافة إلى فتح المعابر في بعض المناسبات شجع على زيارة الأقارب لبعضهم بعضاً في كلا الجانبين . كما نلاحظ تطور حركة القدوم في مطار الشهيد باسل الأسد خلال السنوات السابقة نتيجة لزيادة عدد الطائرات القاصدة للمطار مع الأخذ بعين الاعتبار أن العدد الأكبر للقادمين عبر المطار هم سوريون عائدون من الخليج . كما نلاحظ عدم تطور حركة القدوم بالمرفأ، وذلك يعود لعدم وجود رصيف خاص للسفن السياحية وعدم وجود الخدمات المناسبة للسفن السياحية. مع العلم أنه ليس القادمون كافةً هم بقصد السياحة، و قد شمل عدد القادمين (العرب – الأجانب – السوريين المقيمين بالخارج والمغتربين). كما نلاحظ إن وسطي نسبة القادمين عبر محافظة اللاذقية إلى إجمالي القادمين إلى سوريا قد بلغت 1.4% ، وهي نسبة قليلة جداً، وهذا ما يؤكد انخفاض الطلب الخارجي المباشر على عوامل الجذب باللاذقية ويجب العمل على جعل اللاذقية كمقصد سياحي مباشر، وذلك عن طريق تطوير و تحسين المطار و الميناء و معبر كسب .

2–مجموع النزلاء و الليالي السياحية التي قضاها النزلاء في محافظة اللاذقية :

يعد دراسة مؤشر عدد النزلاء و الليالي من أهم المؤشرات الدالة على الطلب السياحي على الرغم من عدم توفر إحصائيات عن نزلاء الشاليهات و الشقق المفروشة في اللاذقية .

أ–عدد النزلاء العرب و الليالي التي قضاها النزلاء العرب في محافظة اللاذقية :

الجدول رقم (6) عدد النزلاء العرب و الليالي حسب الأشهر و السنوات في اللاذقية

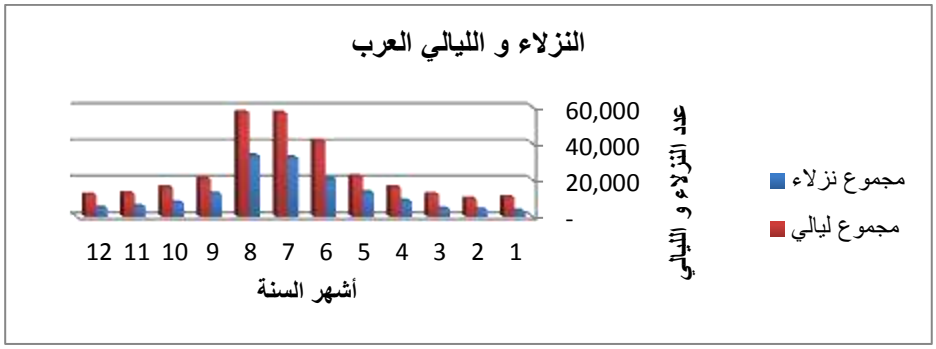
السنوات الأشهر	2005	2006	2007	2008	2009	مجموع النزلاء	2005	2006	2007	2008	2009	مجموع الليالي
ك2	681	787	691	590	489	3238	1675	2106	2245	2801	1812	10639
شباط	1388	681	511	683	633	3896	2730	1675	1971	2153	1228	9757
آذار	906	761	859	1037	862	4425	2086	2023	2601	3291	2410	12411
نيسان	3434	1406	1139	1241	1381	8601	4908	3197	2078	3111	2867	16161
أيار	4384	1035	1437	4329	2209	13394	6887	2602	3633	4861	4342	22325
حزيران	5985	2969	3571	2195	6023	20743	7740	5602	6326	4796	17153	41617
تموز	10461	6158	6693	4714	4512	32538	13579	11017	13345	10744	8343	57028
آب	11908	3961	7566	6057	4247	33739	14515	6888	12887	12728	10427	57445
أيلول	5862	2356	1580	889	1930	12617	7207	4349	4212	1434	3611	20813
ت1	731	1629	1816	2558	949	7683	1775	3674	5160	3813	1706	16128
ت2	1631	1285	1105	889	765	5675	2906	2864	2746	2544	1667	12727
ك1	1631	764	806	800	901	4902	2906	2403	2620	2494	1704	12127
المجموع	49002	23792	27774	25982	24901	151451	68914	48400	59824	54770	57270	289178
إجمالي سوريا	894910	1191986	1208096	1139937	1174016	5608945	5485520	6345708	6603705	4705792	5654749	29795474
النسبة	% 5.5	% 1.9	% 2.3	% 2.3	% 2.1	% 2.7	% 1	% 0.7	% 1.1	% 1.4	% 1	% 0.9

المصدر : إعداد الباحث من مصادر مختلفة :

مديرية سياحة اللاذقية ، دائرة التخطيط و الإحصاء ، 2009. [21]

المجموعة الإحصائية السورية 2008 ، المكتب المركزي للإحصاء ، جدول 8/1 ، ص 258. [22]

بمتابعة الجدول رقم (6) نلاحظ أن عدد النزلاء العرب قد انخفض ما بين عامي 2005 و 2009 بنسبة 49.2% كما أنّ عدد الليالي قد انخفض ما بين عامي 2005 و 2009 بنسبة 17.9% ، وهذا يدل على انخفاض ملحوظ في أعداد السياحة الخارجية حيث إنّ السياحة العربية هي التي تشكل النسبة الأكبر من السياحة الخارجية . وبمتابعة الجدول رقم (6) و الشكل رقم (1) نلاحظ أن أعداد النزلاء و الليالي السياحية يرتفع ما بين حزيران و تموز و آب و في باقي أشهر السنة ينخفض، ونتيجة لذلك يمكننا القول إنّه حتى الآن مازالت موسمية السياحة هي الغالبة على النشاط السياحي العربي في سورية بشكل عام، وفي محافظة اللاذقية بشكل خاص نتيجة لضعف التسويق والترويج السياحي باتجاه الدول العربية وعدم التمكن من خلق العروض السياحية المناسبة لجذب السياح العرب خارج موسم الصيف. كما نلاحظ إن وسطي نسبة النزلاء العرب في فنادق اللاذقية خلال فترة الدراسة قد بلغت 2.7 % من إجمالي النزلاء العرب في سورية، و قد بلغ وسطي نسبة الليالي العرب في اللاذقية إلى إجمالي سورية 0.9 % ، إن هذه النسب لا تتناسب مع ما تمتلكه اللاذقية من مقومات وعوامل جذب مختلفة، ويجب العمل على زيادة أعداد النزلاء العرب، وذلك من خلال تقديم أفضل العروض السياحية على مدار العام .



الشكل (1) مجموع عدد النزلاء و الليالي العرب حسب الأشهر

ب–عدد النزلاء الأجانب و الليالي التي قضاها النزلاء الأجانب في محافظة اللاذقية :

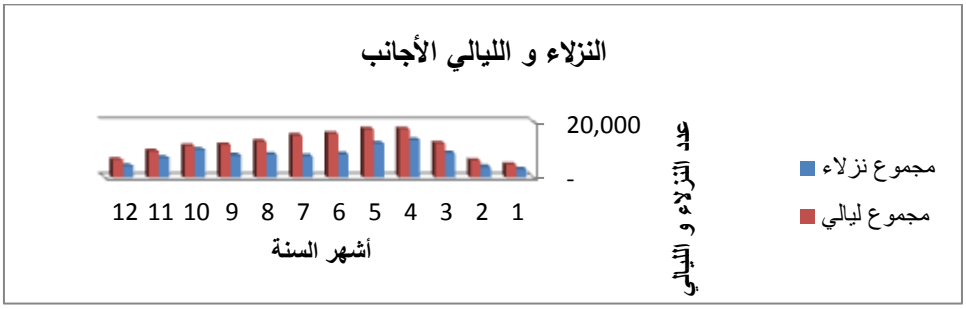
الجدول رقم (7) عدد النزلاء الأجانب و الليالي حسب الأشهر و السنوات في اللاذقية

السنوات الأشهر	2005	2006	2007	2008	2009	مجموع النزلاء	2005	2006	2007	2008	2009	مجموع الليالي
ك2	575	836	475	620	494	3000	722	1260	746	1096	832	4656
شباط	755	575	485	993	990	3798	892	722	857	1624	1974	6069
آذار	1868	1048	1035	2116	2763	8830	2454	1598	1370	2935	3997	12354
نيسان	2449	2060	1927	3408	3812	13656	3057	2831	3010	3988	4555	17441
أيار	2195	1429	1534	3772	3415	12345	2596	2138	2494	4723	5388	17339
حزيران	1000	1549	1859	1230	2768	8406	1416	2152	2493	2151	7553	15765
تموز	1726	1898	1738	1397	998	7757	2471	3677	2693	3606	2706	15153
آب	1807	976	1951	2038	1548	8320	2451	1531	3298	3562	2152	12994
أيلول	3277	871	1454	1378	1034	8014	4409	1395	2124	2000	1894	11822
ت1	2225	981	2027	3006	1836	10075	2792	1563	2716	1707	2618	11396
ت2	1238	1048	1291	1543	2068	7188	1647	1072	1853	2283	2642	9497
ك1	1238	530	916	944	607	4235	1647	876	1386	1497	1005	6411
المجموع	20353	13801	16692	22445	22333	95624	26554	20815	25040	31172	37316	140897
إجمالي سورية	499206	433506	558677	678378	618528	2788295	3317942	3099402	3410751	4206534	3808643	17843272
النسبة	% 4	% 3.2	% 2.9	% 3.3	% 3.6	% 3.4	% 0.8	% 0.7	% 0.7	% 0.7	% 0.9	% 0.8

المصدر : مديرية سياحة اللاذقية ، دائرة التخطيط و الإحصاء ، 2009 .

بمتابعة الجدول رقم (7) نلاحظ أن عدد النزلاء الأجانب قد انخفض في عام 2006 بنسبة 33.2% عن عام 2005 وعاد ليرتفع عام 2007 بنسبة 12% عن عام 2006 ثم عاد ليرتفع في عام 2008 بنسبة 19.2% عن عام 2007 وانخفض عام 2009 بنسبة 1% عن عام 2008 .أما بالنسبة إلى عدد الليالي فقد انخفض عام 2006 بنسبة 22.7% عن عام 2005 ثم ارتفع عام 2007 بنسبة 20.2% عن عام 2006 ثم عاد ليرتفع عام 2008 بنسبة 24.5% عن عام 2007 ثم عاد ليرتفع عام 2009 بنسبة 19.7% عن عام 2008 . بمتابعة الجدول رقم (7) و الشكل رقم (2) يمكننا القول إنّ عدد النزلاء و الليالي قد ارتفع خلال أشهر السنة ما بين الشهر الأول ليصل إلى الذروة في الشهر الرابع ثم ليعود فينخفض بشكل متذبذب حتى نهاية العام ضمن فترة الدراسة، وذلك بالنسبة إلى النزلاء

والليالي، وهذا يدل على عدم تأثر السياح الأجانب بالموسمية السياحية كما يتأثر بها السياح العرب والسوريون كما إن الانخفاض الحاصل في عام 2006 يعود لحرب تموز وتداعياتها على المنطقة إلا أنه حتى الآن ما زال عدد السياح الأجانب يشكل النسبة الأصغر من إجمالي عدد السياح، وهذا ما يدل على ضعف الخطط التسويقية والترويجية وعدم فعاليتها . كما نلاحظ إن وسطي نسبة النزلاء الأجانب في اللاذقية إلى إجمالي النزلاء الأجانب في سورية قد بلغ 3.4 % ، و قد بلغ عدد الليالي 0.8 % من إجمالي سورية، و هي نسب قليلة جداً لا تتناسب مع مقومات الجذب السياحي الحالية في اللاذقية.



الشكل (2) مجموع عدد النزلاء و الليالي الأجانب حسب الأشهر

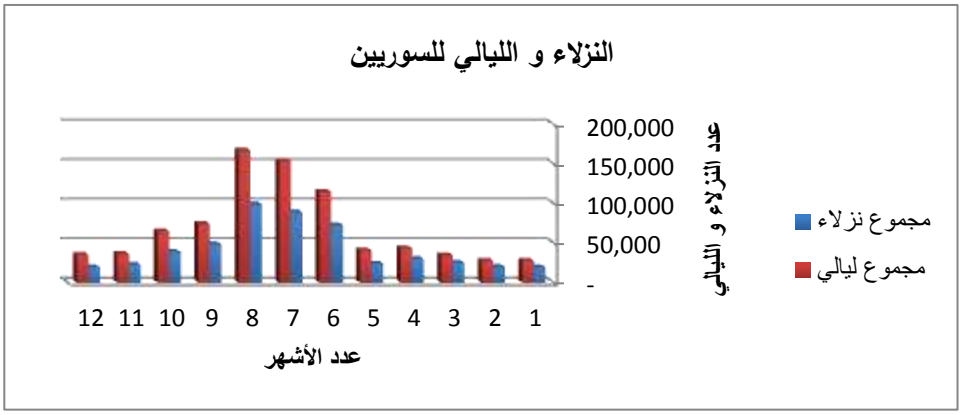
ج-عدد النزلاء السوريين و الليالي التي قضاها النزلاء السوريين في محافظة اللاذقية :

الجدول رقم (8)عدد النزلاء العرب و الليالي حسب الأشهر و السنوات في اللاذقية

السنوات الأشهر	2005	2006	2007	2008	2009	مجموع النزلاء	2005	2006	2007	2008	2009	مجموع الليالي
ك2	3289	6415	4550	2472	2611	19337	4127	8596	7548	4438	4188	27897
شباط	5611	3289	3144	3847	3798	19689	7116	4127	4789	6011	6396	27439
آذار	5601	2444	7068	6132	3698	24943	7145	3789	6867	10154	6617	34572
نيسان	7184	7191	4730	5801	5324	30230	8738	10198	7030	10132	7139	43237
أيار	4426	1776	5622	5492	6506	23822	10901	2361	8833	9963	9555	40803
حزيران	13851	15743	21103	9488	12447	72632	19498	21907	23491	19537	30342	114775
تموز	25674	20179	24314	7537	11173	88877	35876	26907	35586	28384	27373	154127
آب	27423	19519	27310	13807	11137	99196	42527	26649	38932	33849	25228	167185
أيلول	12700	14778	11142	4176	5894	48690	14973	20181	18118	8192	13049	74513
ت1	5230	7780	11988	7098	6578	38674	6807	11427	17554	15944	13198	64930
ت2	8010	4746	5217	2022	2731	22726	11038	10250	6949	3252	4998	36487
ك1	8010	2956	3280	3048	2165	19459	11038	5266	7508	6299	5025	35136
المجموع	127009	106816	129468	70920	74062	508275	177974	150658	183205	156155	153108	823100
إجمالي سورية	689403	700821	729377	715099	722238	3566938	1284016	1356143	1458690	1407417	1433054	6939320
النسبة	% 18.4	% 15.3	% 17.8	% 9.9	% 10.2	% 14.2	% 13.8	% 11	% 12.4	% 10.6	% 10.7	% 11.9

المصدر : مديرية سياحة اللاذقية ، دائرة التخطيط و الإحصاء ، 2009.

بمتابعة الجدول رقم (8) نلاحظ انخفاض عدد النزلاء السوريين عام 2006 بنسبة 15.9% عن عام 2005 ثم عاد عدد النزلاء للارتفاع عام 2007 بنسبة 21.2% عن عام 2006 ثم عادت النسبة لتنخفض في عام 2008 ، بمقدار 45.3% عن عام 2007 ، ثم عادت النسبة لترتفع في عام 2009 بمقدار 4.4% عن عام 2008 و قد كانت نسبة الانخفاض في عدد النزلاء ما بين عام 2005 و 2009 بمقدار 42.7% . أما بالنسبة إلى عدد الليالي فقد انخفضت نسبة الليالي في عام 2006 عن 2005 بمقدار 15.4%، و عادت لترتفع في عام 2007 بمقدار 21.6%، ثم عادت لتنخفض عام 2008 بمقدار 14.8%، ثم عادت لتنخفض عام 2009 بمقدار 2%، وقد كانت نسبة الانخفاض ما بين عامي 2005 و 2009 بمقدار 14% . نلاحظ انخفاض نسبة الليالي بمقدار أقل من انخفاض نسبة النزلاء، وهذا يدل على ارتفاع عدد الليالي التي قضاها النزلاء العرب . يمكننا القول إنّ انخفاض عدد السياح في عام 2006 يعود إلى حرب تموز أما بالنسبة إلى عامي 2008 و 2009 فإنّ الانخفاض الكبير بعدد النزلاء مقارنة مع عام 2005، فيعود إلى ضعف السياسات التسويقية و الترويجية لعوامل الجذب السياحي الموجهة للسياحة الداخلية، كما يعود إلى توجه أعداد كبيرة من السياح السوريين إلى تركيا و ضعف التنافسية مع المنتج السياحي التركي، بالإضافة إلى توجه عدد من السياح إلى محافظة طرطوس التي تقدم منتجاً سياحياً بديلاً للمنتج المقدم باللاذقية .



الشكل (3) مجموع عدد النزلاء و الليالي السوريين حسب الأشهر

وبمتابعة الجدول رقم (8) و الشكل رقم (3) نلاحظ أن السياحة الداخلية تتأثر بالموسمية السياحية، حيث يرتفع عدد النزلاء و الليالي في الشهر السادس و السابع و الثامن وينخفض بالأشهر الأخرى من العام . كما نلاحظ إن وسطي نسبة النزلاء السوريين في اللاذقية إلى إجمالي النزلاء السوريين في سورية قد بلغت 14.2 % خلال فترة الدراسة كما بلغت نسبة الليالي 11.9 % . إن نسبة النزلاء السوريين في اللاذقية منخفضة ولا تتناسب مع ما تمتلكه اللاذقية من مقومات الجذب السياحي.

وبالنهاية نلاحظ أن نسبة النزلاء العرب من إجمالي النزلاء خلال السنوات الخمس قد بلغت 20% و الأجانب 12.7% والسوريين 67.3% في حين بلغت نسبة الليالي للفترة نفسها ما يلي العرب 23.1% و الأجانب 11.3% والسوريين 65.6% و بالتالي يمكننا القول إنّ السياحة في محافظة اللاذقية هي سياحة داخلية بنسبتها الأكبر وبالنسبة إلى السياحة الخارجية فيأتي العرب بالمركز الأول ثم الأجانب . كما أنّ الميزة الغالبة على النشاط السياحي في اللاذقية

هي الموسمية . كما نلاحظ انخفاض الطلب السياحي على عوامل الجذب باللاذقية خلال فترة الدراسة . وهذا ما يؤيد فرضيات البحث كون السياحة موسمية وداخلية بنسبتها الأكبر .

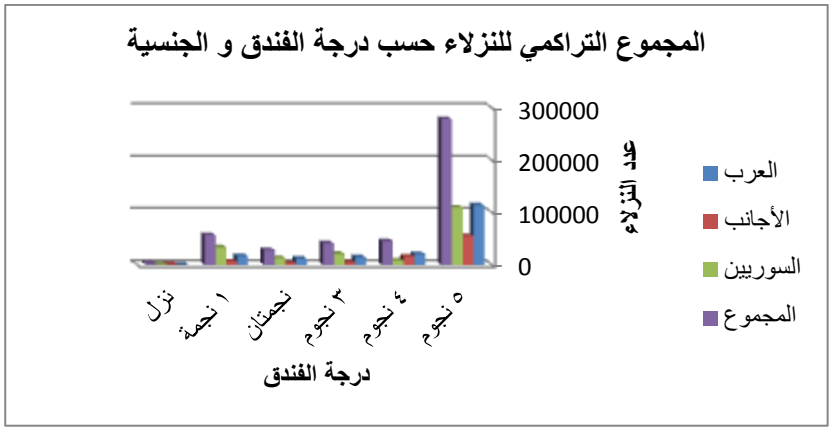
د- توزع النزلاء حسب درجة الفندق :

الجدول رقم (9) المجموع التراكمي للنزلاء حسب درجة الفندق و الجنسية 2004-2008

الجنسية	5 نجوم	4 نجوم	3 نجوم	نجمتان	1 نجمة	نزل	مجموع
العرب	114081	20794	14672	11789	16865	343	178544
الأجانب	55119	16230	5301	3674	6667	1426	88417
السوريين	109870	8232	21384	13190	33733	1173	187582
المجموع	279070	45256	41357	28653	57265	2942	454543

المصدر : مديرية السياحة باللاذقية ، دائرة التخطيط و الإحصاء ، 2009 .

بمتابعة الجدول رقم (9) و الشكل رقم (4) يمكننا ملاحظة ما يلي أن نسبة نزلاء الفنادق خمس النجوم قد بلغت 61.3% من مجموع النزلاء التراكمي، و قد بلغت نسبة النزلاء في الفنادق أربع النجوم 9.9% ، في حين بلغت نسبة النزلاء في الفنادق ثلاث النجوم 9%، والنجمتان 6.3% و النجمة الواحة 12.6%، والنزل 0.6% . يمكننا القول إنّ نسبة النزلاء في الفنادق خمس النجوم قد استحوذت على أكبر نسبة، ويعود ذلك لامتلاك الفنادق خمس النجوم على أكبر عدد من الغرف فقد بلغ عدد غرفها 1339 غرفة من إجمالي عدد غرف الفنادق في اللاذقية والبالغ 2954 غرفة ، كما بلغ عدد الأسرة 3414 سريراً من 6985 سريراً، بالإضافة إلى موقعها القريب من البحر التي يجعلها أكثر جاذبية لغيرها من الفنادق المنتشرة داخل المدينة . بالنسبة إلى العرب خلال فترة الدراسة فقد بلغت نسبة نزلاء الفنادق خمس النجوم 63.9%، وأربع النجوم 11.6% و ثلاثة النجوم 8.2% و النجمتان 6.6 % و النجمة 9.4% و النزل 0.2% . أما بالنسبة للأجانب فقد بلغت نسبة نزلاء الخمسة نجوم 62.3% وأربع النجوم 18.4% و ثلاثة النجوم 5.9% و النجمتان 4.1% والنجمة الواحدة 7.5% و النزل 1.6% . أما بالنسبة إلى السوريين فقد بلغت نسبة النزلاء في الفنادق خمس النجوم 58.6% و أربع النجوم 4.4% و ثلاث النجوم 11.4% و النجمتان 7 % و النجمة 13.9% و النزل 0.6% . و بالنهاية يمكننا القول إنّ تفضيل السياح للفنادق خمس النجوم يعود لعدة أسباب، الأول القرب من البحر، والثاني توفر العرض الأكبر لعدد الكراسي والأسرة وهنا يمكننا القول إن العرض السياحي في فنادق محافظة اللاذقية غير كافٍ وملباً لطلب السياح لا سيما خلال الموسم السياحي كما أنّ العرض أكبر من الطلب خارج الموسم السياحي، والثالث نوعية الخدمة .



الشكل (4) المجموع التراكمي للنزلاء حسب درجة الفندق و الجنسية

تاسعاً: أهم أسباب ضعف القطاع السياحي في اللاذقية

يعاني قطاع السياحة من مجموعة من العوائق و الصعوبات في اللاذقية والتي تؤدي إلى ضعفه وتباطأ نموه وبالتالي فإن أهم أسباب ضعف القطاع السياحي باللاذقية يمكن حصرها بما يأتي:

ضعف التسويق و الترويج السياحي .	ضعف الخدمات السياحية المقدمة في العديد من المناطق .
عدم وجود خطة سياحية إقليمية واضحة المعالم	عدم وجود إستراتيجية وخطة سياحية واضحة المعالم .
ارتفاع أسعار أماكن المبيت و الطعام .	عدم وجود عمالة سياحية مؤهلة ومدربة .
عدم وجود وعي وإدراك بالتعامل مع السياح.	عدم وجود رقابة حقيقية فعالة على المنشات السياحية .
عدم تجدد وتنوع عناصر الجذب السياحي في اللاذقية .	محدودية التسهيلات السياحية المقدمة .
الوضع الاقتصادي و المعيشي و الأزمات العالمية .	تأثر السياحة باللاذقية بالموسمية .
عدم وجود عروض سياحية حقيقية تساعد على القضاء على ظاهرة الموسمية .	انخفاض الطلب السياحي .

ويمكننا القول إن معظم الأسباب السابقة قد ساعدت على انخفاض الطلب السياحي في اللاذقية . كما أنّ عدم كفاية وتنويع عوامل الجذب السياحي في اللاذقية بالإضافة إلى ضعف الخدمات والتسهيلات السياحية، وعدم تقديم عروض سياحية حقيقية خلال الموسم السياحي وخارجه سوف يؤثر مستقبلاً بشكل سلبي ملحوظ على الطلب السياحي في اللاذقية .

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

- عدم كفاية أعداد الفنادق و المطاعم في اللاذقية ، بالإضافة إلى عدم توزعها بالشكل الصحيح على مختلف مناطق المحافظة .
- عدم وجود عمالة سياحية مؤهلة و مدربة بالشكل الصحيح لتغطية حاجات السوق السياحي .
- ما زالت المكاتب السياحية تعاني من قلة في عددها و نوعيتها .
- تأثر السياح العرب و السوريين بشكل كبير بالموسمية السياحية، في حين كان تأثر السياح الأجانب بشكل أقل من السياح العرب و السوريين .
- انخفاض نسبة نزلاء الفنادق (العرب–الأجانب–السوريين) إلى إجمالي نزلاء الفنادق في سورية .
- السياحة في محافظة اللاذقية هي سياحة داخلية بنسبتها الأكبر .
- ارتفاع نسبة نزلاء الفنادق خمس النجوم إلى إجمالي نزلاء الفنادق في اللاذقية .
- النسبة الأكبر من نزلاء الفنادق خمس النجوم كانت من العرب، يليها السوريون، ومن ثم الأجانب.
- عدم كفاية وتنوع عناصر الجذب السياحي في اللاذقية، حيث مازال عامل الجذب الطبيعي هو العامل الأساسي و الأوحد لزيارة اللاذقية .
- محدودية التسهيلات والخدمات السياحية المقدمة في اللاذقية.
- تناقص الطلب السياحي في اللاذقية.
- عدم كفاية العرض السياحي المقدم باللاذقية، وعدم اتخاذ وجود أية عروض سياحية حقيقية تقدم بغية القضاء على الموسمية السياحية باللاذقية.

التوصيات:

❖ وضع خطة تنمية سياحية متكاملة للقطاع السياحي في محافظة اللاذقية بحيث تشمل النشاطات والقطاعات المرتبطة بالسياحة كافة (البنية التحتية السياحية – الخدمات السياحية – المنتجات السياحية) و يجب أن تكون خطة التنمية السياحية ممكنة التطبيق ومنطلقة من الواقع الحالي وتحقق ما نريد الوصول إليه في المستقبل .

❖ تفعيل برامج الوعي الجماهيري السياحية التي تتضمن أهمية قطاع السياحة و كيفية التعامل مع السياح وعدم استغلالهم و مساعدتهم و حسن استقبالهم و معاملتهم .

❖ تشجيع الاستثمار في قطاع السياحة و جذب رأس المال الوطني و الأجنبي، و ذلك من خلال إيجاد مناخ الاستثمار السياحي في المحافظة والتقليل من المركزية و إعطاء ميزات خاصة للمستثمرين في الأماكن غير المخدمة في المحافظة والعمل على وضع قانون خاص للاستثمار السياحي يكون بسيطاً وواضحاً و تحديداً لمرجعية واحدة للحصول على الموافقات الضرورية كافة.

❖ العمل على زيادة الطلب السياحي من خلال زيادة عدد القادمين و النزلاء (عرب – أجانب – سوريين) من خلال إتباع استراتيجية ترويجية متناسقة مع العرض والطلب السياحي في المحافظة، وذلك لحل مشكلة الموسمية السياحية .

❖ زيادة الاهتمام بالسياح السوريين والعمل على توجيه الترويج و التسويق السياحي الداخلي الخاص بالسياحة السورية، و لذلك لكون السياح السوريين يحتلون المركز الأول ما بين السياح في اللاذقية .

❖ العمل على زيادة الاعتمادات المخصصة للترويج والتسويق السياحي واستخدام وسائل الترويج السياحي كافة من دعاية وإعلان وإعلام داخلي وخارجي وزيادة عدد البروشورات المطبوعة في المحافظة والعمل على توزيعها بشكل اكبر.

❖ تحديد أنواع السياحة وأنواع الجاذبية السياحية المراد التسويق والترويج لها، والتسويق السياحي المتكامل للجهات السياحية.

في مجال تطوير و تحسين عوامل الجذب والعرض السياحي في اللاذقية:

❖ زيادة عدد منشآت المبيت في محافظة اللاذقية (فنادق – شاليهات – خيم – شقق مفروشة) من حيث الكم و النوع من خلا تسهيل وتبسيط الحصول على الموافقات والمنح و القروض والعمل على إيجاد آلية مناسبة متطورة وملزمة لتسجيل النزلاء كافة.

❖ العمل على تحسين و توسيع و تطوير البنية التحتية السياحية في محافظة اللاذقية.

❖ تفعيل أنواع أخرى للسياحة و العمل على تنويع عوامل الجذب السياحي في المحافظة مثل سياحة المغامرة (جوا – بحرا – برا) و سياحة الاستجمام و الاسترخاء و سياحة المخيمات والترفيه غيرها من الأنواع التي يريدها السياح حيث إنّ المحافظة تملك المقومات الضرورية كافة لهذه الأنواع المختلفة من السياحة .

❖ زيادة عدد المكاتب السياحية وتأهيل وتدريب كوادرها وزيادة نشاطها السياحي أكثر من كونها مكاتب حجوزات طيران أو للحج وذلك من خلال تنويع عدد الرخص وتحديدها والتخصص بالعمل.

❖ الأخذ بعين الاعتبار للتوزيع الجغرافي للفنادق والمطاعم في المحافظة لتشمل الجهات السياحية كافة والعمل على أعطاء منح أو زيادة التسهيلات و تشجيع من يستثمر في مناطق جديدة، وذلك بهدف زيادة فرص العمل في المجال السياحي بكافة المناطق في المحافظة .

❖ زيادة عدد العمال المؤهلين والمدربين في المجال السياحي من خلال إجبار أصحاب المنشات السياحية على تأهيل وتدريب كوادرهم غير المؤهلين ومن خلال زيادة أعداد المقبولين والخريجين من المعهد و المدرسة الفندقية و تحويل المعهد إلى معهد سياحي فندقي.

❖ العمل على تحسين نوعية المنتج السياحي والخدمات والتسهيلات السياحية وزيادة فعالية الرقابة السياحية.

❖ العمل على تحسين وتطوير الخدمات والتسهيلات السياحية في اللاذقية .

❖ تطوير عناصر الجذب السياحي في اللاذقية، و ذلك من خلال تحسين النوعية وزيادة عوامل الجذب وتنويعها و تحسين مقومات الجذاب السياحي .

❖ تحسين العرض السياحي المقدم والعمل على تقديم العروض السياحية المناسبة للقضاء على ظاهرة الموسمية السياحية في اللاذقية .

❖ رفع الاستملاك عن الشريط الساحلي ووضع مخططات تنظيمية للتوسع الجغرافي و السياحي .

المراجع:

1- تقرير مجلس السياحة والسفر العالمي لعام 2009، إكسفورد، 2010/2/10.<www.t.t.c.w.com>.

2-MICHAEL, J . *Tourism destination competitiveness*. School of business , university of Hong Kong, 2004, 22.

3-GUIDBOOK . *Indicators of Sustainable Tourism Destination* . published by the World Tourism Organization, spain, 2004, 112 .

4- KOTLER, PH . *Marketing for hospitality and Tourism.* 3 edition , pashupati press , India , 2007 , 61.

5- WEAVER , D .*Tourism management* . Singapore , 2000 . 211

6- مقابلة ،أحمد.*صناعة السياحة* ، الطبعة الأولى ، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2007، 23.

7- مسلم ، تغريد . *التسويق السياحي فن الاتصال و التفاوض* . دمشق ، 2004 ، 68 .

8- الطائي ، حميد عبد النبي. *أصول صناعة السياحة* .طبعة ثانية ، مؤسسة الوراق للنشر ،عمان، 258.

9- COOPER , C.; FELETCHER , J . *Tourism principles and practice*. England, 1998, 314 .

10- مسلم ، تغريد . *التسويق السياحي فن الاتصال و التفاوض*. مرجع سابق، 28-33.

11- STEPHEN , A . *Tourism management* . second edition , Italy , 2007 , 160.

12- ALASTAIR , M . *Hospitality and Travel marketing*. India,2007, 88.

13- دمشقية ، نهاد . *تقرير التنافسية*. دمشق ، 2008 ، 27-35 .

14- تقرير مجلس السياحة والسفر العالمي لعام 2009، إكسفورد، 2010/2/10.<www.t.t.c.w.com>.

15- تقرير مجلس السياحة والسفر العالمي لعام 2009، إكسفورد، 2010/2/10.<www.t.t.c.w.com>.

16-- RAIAN , A .*The essence of tourism development* . Delhi , India , 2004, 211.

17- حبيب ، مالك . *الموسوعة السياحية للساحل السوري*. دمشق ، 2002، 116-128 .

18- موقع وزارة السياحة السورية، في 2010/3/15.<www.syriatourism.org>.

19- الجوهري ،عبد الكريم ; حاج عمر، نادر منهل. *مدخل إلى التسويق السياحي* . دمشق، 26.

20- برهوم، أديب. *تقويم كفاءة التَّسويق السياحي في سورية*. مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد 29، العدد 2، 2007.

21 – مديرية سياحة اللاذقية، دائرة التخطيط و الإحصاء ، 2009.

22 – المجموعة الإحصائية السورية 2008 ، المكتب المركزي للإحصاء، 250 -270.