مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: تنافسية القطاع السياحي في سورية (دراسة تحليلية وفق منهجية منتدى دافوس والمجلس العالمي للسياحة والسفر)
اسم الكاتب: د. حبيب محمود، شعبان شوباصي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4216
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 08:44 +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 (3) 2010
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (32) No. (3) 2010

تنافسية القطاع السياحي في سورية
(دراسة تحليلية وفق منهجية منتدى دافوس والمجلس العالمي للسياحة والسفر)

الدكتور حبيب محمود *
شعبان شوباصي**

(تاريخ الإيداع 29 / 10 / 2009. قُبِل للنشر في 15 / 6 / 2010)

□ ملخّص □

يعد قطاع السياحة أحد القطاعات الاقتصادية الواعدة في سورية، حيث بلغت مساهمة اقتصاد السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي مبلغ /5.13/ مليار دولار لعام 2008 (14.5%)، لذلك فتطوير هذا القطاع أصبح قضية مهمة في ظل التنافس الكبير بين دول العالم في مجال تحسين قدراتها السياحية وابتكار أحدث الأساليب في تقديم المنتجات السياحية لتحقيق أكبر طلب سياحي ممكن.

بناءً على ما تقدم جاء هذا البحث حتى يسلط الضوء على تنافسية القطاع السياحي في سورية من المنظور الكلي، متناولاً بالترتيب أهم الأفكار التي تخدم الموضوع وفقاً للمحاور التالية:

1. مفهوم التنافسية وأنواعها.
2. الجاذبية السياحية للقطاع السياحي السوري.
3. الجاذبية الاستثمارية للقطاع السياحي السوري.
4. مرونة القطاع السياحي السوري.
5. الاستنتاجات والتوصيات.

الكلمات المفتاحية: التنافسية، بيئة الأعمال، الجاذبية السياحية، الجاذبية الاستثمارية، تحليل الماسة، ميزة تنافسية.

* أستاذ مساعد– قسم الاقتصاد– كلية الاقتصاد– جامعة دمشق – سورية.
** طالب دراسات عليا (دكتوراه) – قسم الاقتصاد – كلية الاقتصاد – جامعة دمشق– سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (32) العدد (3) 2010
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (32) No. (3) 2010

The Competitiveness of The Syrian Touristic Sector (an Analytical Study According to The Method of WEF & WTTC)

Dr. Habib Mahmoud*
Shabaan Shoubassi**

(Received 29 / 10 / 2009. Accepted 15 / 6 / 2010)

□ ABSTRACT □

The tourism sector is one of the promising economic sectors in Syria, the contribution of the economy of tourism & travel in GDP reached sum /5.13/ billions dollar (14.5%) in year 2008. So the developing of this sector became an important issue because of the big competition between countries on many sides such as improving the national tourism abilities, and creation the modish ways in presenting the touristic products to achieve the biggest possible touristic demand. Depending on the above-mentioned points, this paper has studied the following issues that serve the goals of the subject:

1- competitiveness Concept and types.
2- The tourism attraction of the Syrian tourism sector.
3- investment attraction of the Syrian tourism sector.
4- flexibility of the Syrian tourism sector.
5- Results and recommendations.

Key words: Competitiveness, Business environment, Tourism attraction, Investment attraction, Diamond analytic, Competitive advantage.

* **Associate professor, Economics Department, Faculty of Economics, Damascus University, Syria.**
** **Postgraduate Student, Economics Department, Faculty of Economics, Damascus University, Syria.**

مقدّمة:

تتجلى أهمية قطاع السياحة من كونه قطاعاً واعداً يمكن أن يُسهم في دعم الاقتصاد السوري ومساعدته على تجاوز التحديات الراهنة التي تواجهه مثل تراجع الثروة النفطية، وارتفاع معدلات البطالة، وارتفاع معدلات عجز الموازنة والعجز في الميزان التجاري، ونتيجةً لهذا الدور المأمول من قطاع السياحة، ولضمان نشاطه بفعالية ونمو مستدام، لا بد من دراسة تنافسية هذا القطاع لتعزيز النواحي الإيجابية فيه، ومعالجة النواحي السلبية بسرعة مناسبة تضمن تقديم عرض سياحي سوري غني ومتنوع ومنافس على مستوى المنطقة والعالم، بحيث يضمن هذا العرض طلباً سياحياً متميزاً ذا كفاءة اقتصادية ترتقي بسورية على خارطة السياحة العالمية.

مشكلة البحث:

أصبحت دراسة تنافسية القطاعات الاقتصادية طلباً مهماً لجميع الدول نظراً للتذبذب الدائم في معدلات النمو في معظم القطاعات الاقتصادية والتي يأتي في مقدمتها قطاع السياحة ولا سيما في الاقتصاديات الناشئة كالاقتصاد السوري، لأن قطاع السياحة في سورية ما زال يصطدم بالكثير من المطبّات التي حالت دون ارتقاء هذا القطاع إلى موقع تنافسي يحقق الأهداف المرجوة منه، وهذه المطبات لا تقتصر على العقبات النابعة من داخل هذا القطاع فقط، بل تتعداها إلى بيئة الأعمال على مستوى الاقتصاد الكلي في سورية والتي يعمل بها قطاع السياحة، لذلك فإن حلّ المشكلات التي يعاني منها القطاع السياحي السوري لا تقتصر على معالجة القضايا الجزئية داخل هذا القطاع بل هي بحاجة لنظرة شمولية تضمن إجراء الدراسات والتحليلات على المستوى الكلي بحيث تقدم هذه الأبحاث صورة جلية لاقتصاد السياحة وتأثيرات بيئة الأعمال عليه، وما هي الإجراءات التي يجب أن تتبعها باقي قطاعات الاقتصاد السوري حتى نضمن قطاعاً سياحياً سورياً منافساً عالمياً، حيث تُشكّل المحاور السابقة إطاراً أساسياً لهذا البحث.

أهمية البحث وأهدافه:

تنبع أهمية هذا البحث من أهمية المشكلة التي يعالجها، وفي كونه أحد الأبحاث القليلة التي تتناول مسألة تنافسية القطاع السياحي في سورية، وقد ارتكز هذا البحث بشكل أساسي على مصادر عالمية حيادية في دراسة بيئة الأعمال السورية ممثلة بالمنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، والمجلس العالمي للسياحة والسفر(WTTC)، ومنظمة السياحة الدولية (WTO)، بحيث تَضمّن هذا البحث تحليل معظم الجوانب التي تؤثر في قطاع السياحة السوري سواء من داخل هذا القطاع أو من خارجه، وبالتالي تتجلى أهداف البحث في الوصول إلى إجابات وافية للفرضيات التي يثيرها بغية تقديم مقترحات تفيد في تحسين المشهد السياحي في سورية سواء من جانب العرض السياحي أو من جانب الطلب السياحي، وصولاً لقطاع سياحي منافس عربياً ودولياً.

فرضيات البحث:

يسعى الباحث انطلاقاً من مشكلة البحث وأهدافه إلى الوصول إلى نتائج تثبت أو تنفي صحة الفرضيات التالية:

1. تحقيق تنافسية القطاع السياحي في سورية يتوقّف على تعزيز تنافسية بيئة الأعمال التي ينشط بها. (تمّ إثبات صحة هذه الفرضية).

2. استطاع القطاع السياحي السوري التجاوب سريعاً مع الحملات التسويقية التي تقوم بها الدول المنافسة. (تمّ نفي صحة هذه الفرضية).

3. لم يحقق القطاع السياحي في سورية تناسباً ما بين تطّور وصول السائحين الدوليين إلى سورية وحجم إنفاقهم. (أثبت البحث صحة هذه الفرضية).

منهجية البحث:

يعتمد البحث على جانبين أساسيين أولاً: جانب نظري نتعرف من خلاله على المفهوم العام للتنافسية، وأهمية تحقيق قطاع السياحة السوري لمعايير التنافسية الدولية وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج الاستقرائي، ثانياً: جانب تطبيقي يتضمن تحليل تنافسية القطاع السياحي السوري من المنظور الكلي وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي.

القسم الأول:

أولاً: مفهوم التنافسية:

1. تعريف المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية: [4]

يعرف المجلس الأمريكي التنافسية على أنها " قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية وفي نفس الوقت تحقق تحسناً مستمراً في مستويات المعيشة على المدى الطويل"

2. تعريف المجلس الأوربي ببرشلونة: [14]

عرف المجلس الأوربي في اجتماعه ببرشلونة سنة 2000 تنافسية الأمة على أنها " القدرة على التحسين الدائم لمستوى المعيشة لمواطنيها وتوفير مستوى تشغيل عالي وتماسك اجتماعي، وهي تغطي مجالاً واسعاً وتشمل مجمل السياسات الاقتصادية"

3. تعريف المعهد الدولي للتنمية والإدارة (IMD): [15]

" التنافسية هي مقدرة البلد على توليد القيم المضافة، ومن ثم زيادة الثروة الوطنية عن طريق إدارة الأصول والعمليات بالجاذبية والهجومية وبالعولمة والاقتراب"

4. تعريف المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF): [16]

" التنافسية هي القدرة على توليد البيئة الملائمة لتحقيق معدلات نمو مرتفعة ومستدامة"، ومؤخراً حدد المنتدى الاقتصادي العالمي في "تقرير التنافسية العربي 2007" التنافسية بكونها " مجموعة من العوامل والمؤسسات الداعمة للمكاسب المستخدمة في الإنتاجية وبالتالي للنمو الاقتصادي في المدى المتوسط". كما قدم المنتدى تعريفاً جديداً في تقرير التنافسية العالمي لعام 2007–2008 هو: " التنافسية هي مجموعة المؤسسات، السياسات والعوامل التي تؤثر على مستوى الإنتاجية في الاقتصاد، الذي بدوره يحدد معدل الرفاهية التي يمكن أن تتحقق من ارتفاع معدلات العوائد على الاستثمار في الاقتصاد وبالتالي تحقيق نمو مستدام وأعلى في المدى المتوسط".

5. تعريف المعهد العربي للتخطيط: [8] " التنافسية هي الأداء النسبي الحالي والكامن للاقتصاديات في إطار القطاعات والأنشطة التي تتعرض لمزاحمة من قبل الاقتصاديات الأجنبية".

6. تعريف المرصد الوطني للتنافسية في سورية:* [4]

لاحظ المرصد الوطني للتنافسية في سورية أن معظم التعاريف للتنافسية تشترك في نقاط عديدة أهمها قدرة المؤسسات على النفاذ إلى الأسواق الخارجية بمنتجات عالية الجودة وبأقل التكاليف، وأن يظهر أثر ذلك في تحسن الناتج المحلي الإجمالي، والذي بدوره يجب أن ينعكس إيجاباً على تحسين الظروف المعيشية للمواطنين لذلك قدّم المرصد التعريف التالي للتنافسية: " التنافسية هي قدرة الدول والحكومات على توفير الظروف الملائمة التي تمكّن مختلف المؤسسات العاملة فيها من الوصول بمنتجاتها إلى الأسواق المحلية والخارجية، بما يُسهم في زيادة معدلات النمو في الناتج المحلي الإجمالي واستدامتها مترافقة بإعادة توزيع الدخل بصيغة أكثر عدالة".

ثانياً: أنواع التنافسية: تميز الأدبيات الاقتصادية بين عدة أنواع للتنافسية أهمها:

1. تنافسية التكلفة أو السعر: فالبلد ذو التكاليف الأقل يتمكن من تصدير سلعه إلى الأسواق الخارجية بصورة أفضل ويدخل في تحديد هذه التنافسية أثر سعر صرف العملة الوطنية.

2. التنافسية غير السعرية: نظراً لأن التنافسية تشمل عوامل أخرى غير التكلفة والأسعار فإننا نجد نوعين آخرين من التنافسية هما: [4]

- التنافسية النوعية: وتشمل بالإضافة إلى النوعية والملائمة عنصر الإبداع والتفوق التكنولوجي، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة ذات النوعية الجيدة، يتمكن من تصدير سلعه حتى ولو كانت أعلى سعراً من سلع منافسيه.
- التنافسية التقنية: حيث تتنافس المشروعات من خلال النوعية في صناعات عالية التقنية.

3. التنافسية الكامنة (المستدامة): وتركز على العوامل التي تسهم في زيادة التنافسية على المدى الطويل مثل رأس المال البشري والتعليم والتقانة والقدرة الابتكارية.

4. التنافسية الجارية: وهي التنافسية التي تركز على التنافسية الحالية ومناخ الأعمال وعمليات الشركات واستراتيجياتها. [2]

ثالثاً: أهمية السياحة في سورية:

أصبحت السياحة تشكل إحدى دعائم الاقتصاد الوطني في سورية، حيث بلغت مساهمة اقتصاد السياحة في الناتج المحلي الإجمالي مبلغ /246.1/ مليار ليرة سورية لعام 2008 (بنسبة 14.5%)، وبلغت مساهمته في القطع الأجنبي مبلغ /201.3/ مليار ل.س لنفس العام (بنسبة 23.4%)، وقد وصل عدد العمال في الاقتصاد السياحي في سورية /849500/ عامل للعام 2008، أما الاستثمارات السياحية الموضوعة بالخدمة فقد وصلت قيمتها /202.56/ مليار ل.س لنفس العام الذي وصل فيه عدد السياح الذين زاروا سورية /5.4/ مليون سائح.[5]

والجدول التالي يبين لنا تطور نسبة مساهمة الاقتصاد السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لسورية لعدة سنوات:

*** تأسس المرصد الوطني للتنافسية في سورية بقرار رئيس الوزراء السوري رقم 1624 تاريخ 2007/4/18 بهدف صياغة السياسات والاستراتيجيات اللازمة لتحسين بيئة الأعمال والاستثمار ، وتعزيز تنافسية الاقتصاد السوري.**

الجدول (1): تطور نسبة مساهمة الاقتصاد السياحي في الناتج المحلي الإجمالي (GDP) في سورية.

العام	2003	2004	2005	2006	2007
مساهمة الاقتصاد السياحي في (GDP)	%9	%11.7	%12.6	%13.5	%14.4

المصدر: دليل المستثمر 4، منشورات وزارة السياحة، دمشق، سورية، 2008.

يتضح من الجدول أعلاه التطور المنتظم في مساهمة اقتصاد السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي لسورية، ومن خلال البحث سنستعرض تطور الاستثمار الرأسمالي في قطاع السياحة السوري ونسبته من حجم الاستثمار الكلي.

القسم الثاني:

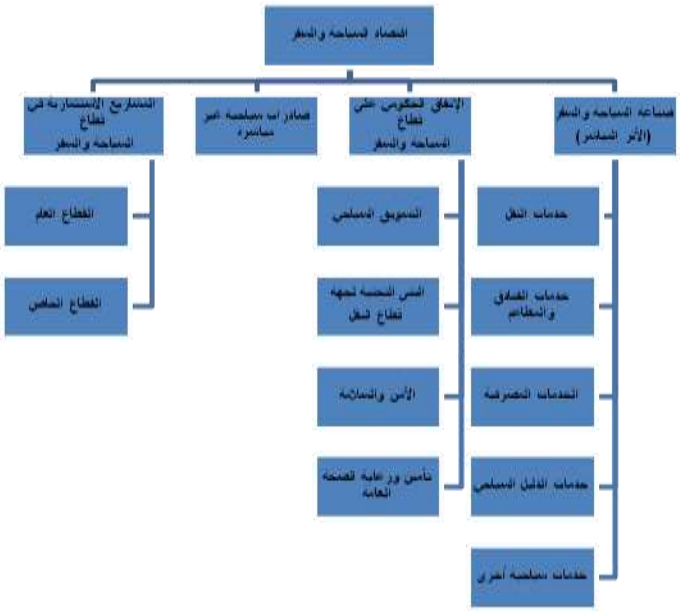
تحليل تنافسية القطاع السياحي السوري من المنظور الكلي لقطاع السياحة:

إن دراسة وتحليل تنافسية قطاع السياحة تتم من منظورين مختلفين وذلك تبعاً للمستوى الذي يتم على أساسه التحليل، سواء على مستوى تنافسية المنشآت السياحية (الاقتصاد الجزئي) أو على مستوى قطاع السياحة الكلي. وفي هذا البحث سيتم التحليل على مستوى قطاع السياحة الكلي (الشكل رقم 1).

تُعرَّف التنافسية على مستوى قطاع السياحة الكلي وفقاً لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة بأنها تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في قطاع السياحة والسفر من خلال: [15]

1. جذب الاستثمار في اقتصاد السياحة Attractiveness
2. كفاءة عمليات وصول وعودة السياح Proximity
3. اختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية Aggressiveness
4. تقديم خدمات سياحية ذات مستوى عالي من التقنية والجودة تتماشى مع متطلبات العولمة Globalization.

ووفقاً لمنهجية المنتدى الاقتصادي العالمي تُعرَّف التنافسية على مستوى قطاع السياحة الكلي: بالقدرة على تحقيق نسب متزايدة في معدلات النمو في أعداد السياح مترافقة بتحسن وزيادة في معدلات إنفاقهم، إضافة إلى القدرة على جذب المزيد من الاستثمارات في اقتصاد السياحة والسفر عبر توفير الحوافز والتسهيلات الضرورية لذلك وبمعنى آخر القدرة على تعظيم الإنتاجية والقيمة المضافة المحققة في هذا القطاع وتعظيم مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي. [6]



الشكل رقم(1) مكونات اقتصاد السياحة والسفر

المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر في العالم، منتدى دافوس (WEF)، 2008.

وهنا سيتم تقييم تنافسية قطاع السياحة السوري على المستوى الكلي باستخدام المؤشرات الفرعية المكونة لمؤشر تنافسية قطاع السياحة المعتمد من قبل المنتدى الاقتصادي العالمي، والتي ترتكز على ثلاثة جوانب أساسية هي:

- **الجاذبية السياحية:** وتعني القدرة على زيادة أعداد السياح وزيادة معدلات إنفاقهم وبالتالي زيادة الصادرات السياحية المباشرة وغير المباشرة.
- **الجاذبية الاستثمارية:** من خلال جذب رؤوس الأموال والشركات والأفكار التي تسهم في توليد القيمة المضافة في سورية.
- **المرونة:** من خلال مرونة التجاوب مع التغيرات الهيكلية في أسواق السياحة والسفر في العالم، والتجاوب السريع مع الحملات التسويقية التي تقوم بها الدول المنافسة، بما يؤدي إلى إعادة مزج عناصر الإنتاج بما يتفق والاتجاهات الجديدة للطلب العالمي على السياحة والسفر.

كما سيتم الاستناد في هذا البحث فيما يخص المؤشرات التفصيلية لبيئة الأعمال السورية إلى نتائج تقريري تنافسية قطاع السياحة العالمي (فيما يخص سورية) واللذان قام بهما كل من المنتدى الاقتصادي العالمي(WEF)، والمجلس العالمي للسياحة والسفر(WTTC)*، حيث جاءت نتائج التقريرين شبه متطابقة (صدر التقريران في عام 2008)، وقد ارتكز التقريران السابقان في إحصائياتهما عن السياحة العالمية إلى مصدرين أساسيين هما:

– الاستبيانات والتي تم توزيعها على كل دول العالم التي شملها التقرير وهي /130/ دولة (يشكل حجمها 98% من الاقتصاد العالمي)، حيث تم توزيع هذه الاستبيانات على عينات عشوائية وشاملة من رجال الأعمال والمدراء التنفيذيين بالتعاون مع مكاتب دراسات اقتصادية خاصة ومنظمات أهلية واتحادات غرف الصناعة والتجارة والسياحة، حيث شملت هذه الاستبيانات أسئلة تفصيلية عن مختلف جوانب بيئة الأعمال في كل دولة.

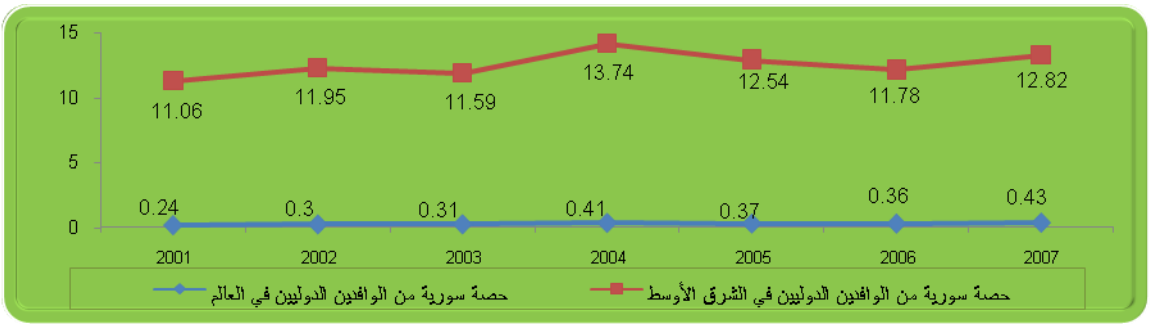
*** يُصدر المجلس العالمي للسياحة والسفر تقرير سنوي عن تنافسية قطاع السياحة في العالم بحيث يشمل تقريباً كل دول العالم، حيث شمل هذا التقرير سورية لأول مرة في تقريره الذي صدر عام 2008.**

– الإحصائيات: حيث تم إجراء تقاطع بين الإحصائيات الرسمية في كل دولة (الصادرة عن وزارات السياحة) والإحصائيات الصادرة عن منظمة السياحة العالمية (WTO) وغيرها من المنظمات السياحية الإقليمية، وذلك وصولاً لرقم إحصائي أكثر موضوعية.

أ– الجاذبية السياحية:

تعني الجاذبية السياحية: قدرة سورية على زيادة أعداد السياح وزيادة إنفاقهم الأمر الذي يؤدي إلى زيادة حصة سورية من السياحة الدولية وزيادة حصة سورية من القيمة المضافة التي يحققها اقتصاد السياحة والسفر عالمياً.

شهد قطاع السياحة، تطوراً كبيراً في أعداد الوافدين الدوليين، حيث تشير أرقام منظمة السياحة العالمية إلى تطور حصة سورية في كل من السياحة الدولية والسياحة في الشرق الأوسط، كما يظهر في الشكل التالي:



الشكل رقم (2) تطور نسبة الوافدين الدوليين إلى سورية من إجمالي الوافدين الدوليين في العالم والشرق الأوسط (%) .

المصدر: قاعدة بيانات منظمة السياحة العالمية (WTO).

وإن قدرة قطاع السياحة والسفر في سورية على اقتطاع الحصص السابقة من أسواق السياحة العالمية إنما تعود إلى عدد من المزايا التنافسية (وشبه التنافسية) * التي تتمتع بها سورية في مجال جذب السياح التي تتجلى في الجوانب التالية:

- توفر عدد كبير من شركات الطيران الإقليمية والأجنبية الوافدة إلى سورية، الأمر الذي يحفز المنافسة ما بين هذه الشركات على تقديم أجود الخدمات من أجل زيادة حصتها من السوق، حيث حصلت سورية على الترتيب 48 من 130 في مؤشر عدد شركات الطيران العاملة (الجدول رقم2) الذي يعتبر ميزة تنافسية يتمتع بها قطاع السياحة والسفر في سورية. كما أن انخفاض الضرائب والرسوم المفروضة على بطاقات السفر في المطارات السورية يشكل حافزاً بالنسبة للسياح، إذ احتلت سورية الترتيب 42 من 130 في مؤشر الضرائب على بطاقات السفر والمطارات (الجدول رقم2) والذي يعتبر بدوره ميزة تنافسية يتمتع بها قطاع السياحة والسفر في سورية وتشكل عامل جذب مهم بالنسبة للسياح الدوليين.
- توفر موروث حضاري كبير يدل على الأهمية التاريخية لسورية والذي يتجسد بكون سورية مهد للحضارة الإنسانية ومنشأ لمعظم الديانات، يتجلى هذا الموروث من خلال المعالم الأثرية المنتشرة في مختلف المحافظات

*** حسب منهجية المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC): إذا حققت دولة ما في مؤشر اقتصادي معين ترتيب أقل من/50/على مستوى العالم (130 دولة) فهذا يشكل ميزة تنافسية لتلك الدولة، أما إذا جاء الترتيب بين /50 و70/ على مستوى العالم فهذا يشكل ميزة شبه تنافسية.**

السورية، حيث احتلت سورية الترتيب 38 من 130 في مؤشر عدد مواقع التراث العالمي الثقافي (الجدول رقم2) والذي يعتبر ميزة تنافسية يتمتع بها قطاع السياحة والسفر في سورية التي تضم ستة مواقع ثقافية مدرجة على قائمة اليونسكو للتراث العالمي وهي مدينة دمشق القديمة، مدينة بصرى القديمة، جزء من تدمر، مدينة حلب القديمة، قلعة صلاح الدين، قلعة الحصن. [3]

- يتوفر في سورية مناخ نقي ملائم جداً للسياحة الطبيعية والعلاجية، حيث احتلت سورية – على التوالي– الترتيب 56 و69 و60 و1 من 130 في مؤشر التلوث بغاز الكربون، كثافة الأطباء، الوصول إلى مياه الشرب النظيفة، و انخفاض معدل انتشار الإيدز (الجدول رقم2).

الجدول (2): المؤشرات المتعلقة بالجاذبية السياحية/ زيادة أعداد السياح (عام 2007)

المؤشر الرئيسي	المؤشرات الفرعية	ترتيب سورية على العالم (130 دولة)
البنية التحتية للنقل الجوي	عدد المقاعد المتاح أسبوعياً	80
	عدد حركات الإقلاع للطائرات	94
	كثافة المطارات (عددها بالنسبة لعدد السكان)	113
	عدد شركات الطيران العاملة	48
التنافسية السعرية	الضرائب على بطاقات السفر والمطارات	42
البنية التنظيمية	الانفتاح على اتفاقيات خدمات النقل الجوي	85
	متطلبات الفيزا	124
الموارد الثقافية	عدد مواقع التراث العالمي الثقافي	38
	الاستادات الرياضية	100
	المشاركات في المعارض العالمية	113
استدامة البيئة	التلوث بغاز الكربون	56
	تركز الغبار والعوالق في الهواء	99
الصحة والنظافة	كثافة الأطباء لكل 100نسمة	69
	الوصول إلى مياه الشرب النظيفة	60
الموارد البشرية	انخفاض معدل انتشار الإيدز	1

المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر في العالم، منتدى دافوس (WEF)، 2008.

إلا أن المزايا التنافسية في الجاذبية السياحية لجهة التزايد المستمر لنسبة زيادة السياح (13.88% سنوياً خلال الفترة 2001–2007) التي يتمتع بها قطاع السياحة في سورية لم تنعكس بشكل كبير على أداء مؤشر تنافسية السياحة والسفر الكلي نظراً لبعض نقاط الضعف التي لا تزال تحول دون تعزيز الجاذبية السياحية وتعظيم القيمة المضافة المحققة، والتي بدورها انعكست في وسطي إنفاق السائح الدولي خلال الرحلة إلى سورية. إذ لا يزال أقل من الوسطي العالمي (الشكل/3/)، وذلك بسبب انخفاض كفاءة العرض السياحي، وعدم تنوع المنتجات السياحية الأمر الذي سيؤدي إلى اتساع الفجوة ما بين تطور وصول السائحين الدوليين إلى سورية وكمية إنفاقهم.



الشكل رقم (3) تطور وسطي إنفاق السائح خلال الرحلة في كل من سورية والعالم. ($)

المصدر: قاعدة بيانات منظمة السياحة العالمية (WTO).

من جهة أخرى، تتمتع سورية بعدد من المزايا التنافسية التي تحفز السائح على الإنفاق وإطالة مدة إقامته في سورية، ومن هذه المزايا:

- مستوى أسعار الفنادق، حيث احتلت سورية الترتيب 18 من 130 (الجدول رقم/3/) الأمر الذي يشير إلى انخفاض أسعار الليالي الفندقية في سورية مقارنة بالدول الأخرى الأمر الذي يحفز السائح لإطالة مدة إقامته في سورية وما يترتب عن ذلك من زيادة في مستوى إنفاقه إذا ما توافر العرض المشجع على زيادة الإنفاق.
- الانفتاح على السياحة، احتلت سورية الترتيب 130/30 نتيجة للوعي الاجتماعي والحكومي الكبير الذي يلقاه قطاع السياح والحفاوة الكبيرة التي يلقاها السياح (كرم الضيافة)، حيث احتلت سورية الترتيب 130/55 في مؤشر النظرة العامة تجاه الزوار الأجانب (الجدول رقم/3/).

الجدول رقم (3): المؤشرات المتعلقة بالجاذبية السياحية/زيادة إنفاق السياح. (عام 2007)

المؤشر الرئيسي	المؤشرات الفرعية	ترتيب سورية على العالم (130 دولة)
البنية التحتية للسياحة	عدد الغرف الفندقية	94
	وجود شركات تأجير السيارات	89
	عدد الصرافات الآلية المتعاملة ببطاقة الفيزا	109
البنية التحتية التكنولوجية	درجة استخدام الشركات للانترنت	113
التنافسية السعرية	القوة الشرائية	128
	درجة وتأثير الضرائب (تشجيع الاستثمار)	42
	مستوى أسعار الفنادق	18
النظرة الشعبية نحو السياحة والسفر	الانفتاح على السياحة	30
	النظرة العامة تجاه الزوار الأجانب	55
	مدى النصح بتمديد الزيارة	18
الموارد الطبيعية	عدد مواقع التراث العالمي الطبيعي	70
	المحميات الطبيعية الوطنية	111
	نوعية البيئة الطبيعية	99
	عدد الأنواع المعروفة (المسجلة)	101

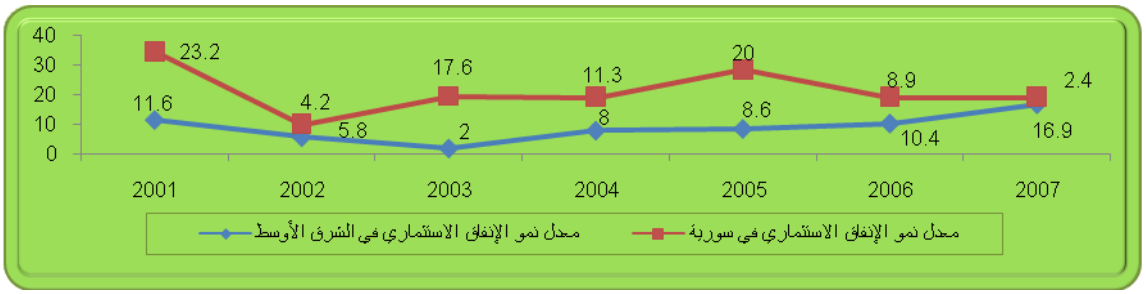
المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر في العالم، منتدى دافوس (WEF)، 2008.

بالمقابل هنالك مجموعة من نقاط الضعف التي تعيق من إمكانية رفع مستوى إنفاق السائح وإطالة مدة إقامته في سورية، بعضها قد يكون أكثر إعاقة بالنسبة لرفع مستوى الإنفاق من بقية النقاط، وأبرزها:

- ارتفاع نسب الإشغال الفندقي وعدم توزع فنادق الدرجتين الدولية والأولى ومطاعم الدرجات العليا على جميع المحافظات السورية، وتمركزها بشكل رئيس في محافظتي دمشق وريفها، حيث احتلت سورية الترتيب 94 من 130 في مؤشر عدد الغرف الفندقية (الجدول رقم/3/) إلا أنه من المتوقع أداء هذا المؤشر بشكل ملموس ومستمر خلال السنوات القليلة القادمة مع انتهاء العدد الكبير من المنشآت السياحية قيد الانجاز ودخولها في الخدمة، إضافة إلى المنشآت في المواقع التي يتم عرضها للاستثمار باستمرار من خلال ملتقيات الاستثمار السياحي التي تنظمها وزارة السياحة سنوياً بدءاً من عام 2005.
- عدم انتشار الصرافات الآلية التي تقبل التعامل بالبطاقات الائتمانية العالمية (فيزا وإكسبريس) الأمر الذي قد يعيق السائح في عمليات الدفع وتسهيل الشراء، فقد احتلت سورية الترتيب 109 من 130 في مؤشر انتشار الصرافات الآلية المتعاملة ببطاقة الفيزا (الجدول رقم/3/)، إلا أنه من المتوقع أن يتحسن هذا الترتيب خلال السنوات القليلة القادمة بسبب اتجاه معظم المصارف العامة والخاصة للتعامل بالبطاقات الائتمانية العالمية والشيكات السياحية. [11]

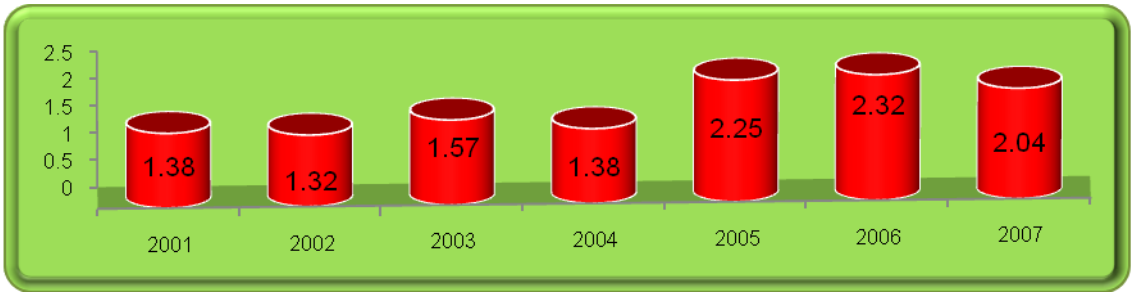
ب- الجاذبية الاستثمارية:

بدأت معدلات نمو الاستثمار الرأسمالي في قطاع السياحة والسفر في سورية بالانخفاض منذ العام 2005 في حين بدأت معدلات نمو الاستثمار الرأسمالي بالارتفاع في الشرق الأوسط.[13] كما أن حصة سورية من هذه الاستثمارات لم تتجاوز 2.04% في العام 2007 على الرغم من أنها استقطبت حوالي 13% من السياح الدوليين في الشرق الأوسط لنفس العام. والشكلين التاليين(الشكل4 والشكل5) يوضحان ذلك:



الشكل رقم (4): تطور معدلات نمو الاستثمار في قطاع السياحة في سورية والشرق الأوسط. (%)

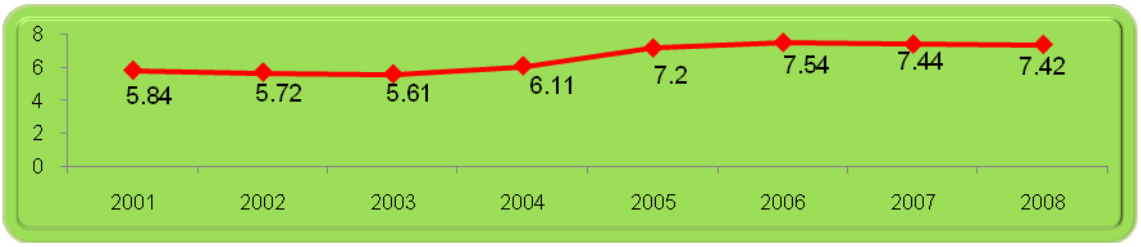
المصدر: قاعدة بيانات منظمة السياحة العالمية (WTO).



الشكل رقم (5): تطور حصة الاستثمار السياحي في سورية من إجمالي الاستثمارات السياحية في الشرق الأوسط. (%)

المصدر: قاعدة بيانات منظمة السياحة العالمية (WTO).

كما يبين الشكل التالي تطور حصة الاستثمار الرأسمالي في قطاع السياحة كنسبة من إجمالي الاستثمارات في سورية، حيث يلاحظ وجود تطورات بسيطة في هذه الحصة:



الشكل رقم (6): تطور الاستثمار الرأسمالي في قطاع السياحة كنسبة من إجمالي الاستثمار في سورية. (%)

المصدر: الأثر الاقتصادي للسياحة والسفر في العالم، منشورات المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، 2009.

يلاحظ من الشكل السابق أن الاستثمار الرأسمالي في قطاع السياحة وصل /7.4%/ من إجمالي الاستثمارات في سورية عام 2008 أي ما يعادل /537.9/ مليون دولار، ومن المتوقع أن يصل هذا الرقم إلى /889.1/ مليون دولار عام 2017 بنسبة /7.6%/ من إجمالي الاستثمار في سورية. [1]

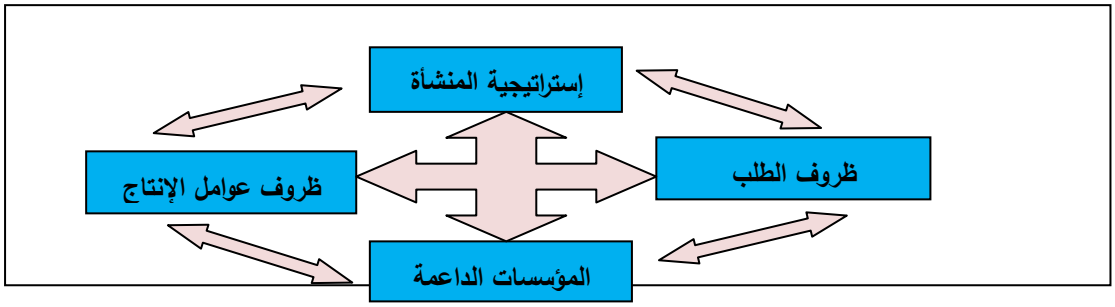
تعتمد الجاذبية الاستثمارية في قطاع السياحة والسفر على عاملين أساسيين: [7]

- حجم الطلب على المنتج السياحي بمختلف أنواعه (الجاذبية السياحية).
- بيئة الأعمال.

كما تبين في التحليل السابق للجاذبية السياحية، تتمتع سورية بميزة تنافسية لجهة حجم الطلب، وتتركز نقاط الضعف في ضعف الاستثمار في المنتج السياحي الأمر الذي بدوره يشكل عاملاً أساسياً في جاذبية الاستثمار (كون الطلب متوفر)، لكن بالمقابل لابد من توفر بيئة الأعمال المناسبة لهذا الاستثمار.

اعتمد مجلس السياحة والسفر العالمي (WTTC) في تحليل مؤشر تنافسية السياحة والسفر الكلي والمؤشرات المتفرعة عنه (إضافة لمنهجية استبيان آراء رجال الأعمال ومتخذي القرار) على منهجية جديدة أخرى في تحليل بيئة الأعمال وهي منهجية تحليل الماسة (Diamond) والتي تتطرق إلى كافة أبعاد بيئة الأعمال.[10] يتكون تحليل الماسة من أربعة أبعاد رئيسة تتفرع عنها العديد من التفرعات التي تعكس واقع بيئة الأعمال كما يتضح في الشكل رقم

(7). كما لابد من الإشارة إلى أن هذه الأبعاد الأربع يتوزع ضمنها 40 مؤشر جزئي من أصل 71 شملها تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي لعام 2008 الصادر عن المجلس العالمي للسياحة والسفر.



الشكل رقم (7) ماسة بيئة الأعمال.

1. ظروف عوامل الإنتاج (Factor Conditions): وتتعلق بوجود مدخلات متخصصة أو غيابها، مثل القوى العاملة ذات المهارات المتخصصة، وتوفر الموارد اللازمة لإنتاج الخدمات السياحية، كالمواد الخام خاصة، والتجهيزات الأساسية. ولا تعتبر مدخلات عوامل الإنتاج هذه ثابتة، ولكن يمكن تحسينها بصورة مستمرة، حيث يمكن للشركات على- سبيل المثال - الاستثمار في تدريب الموظفين لتحسين مستوى مهاراتهم، وتحسين إنتاجيتهم.

2. إستراتيجية المنشأة التنافسية (Context for Firm Strategy and Rivalry): ويتعلق هذا العنصر بالمنافسة بين الشركات داخل مجتمع السياحة والسفر، حيث تشكل المنافسة حافزاً للابتكار وتحسين أنشطة الأعمال بشكل متزايد، كون الشركات سوف تسعى جاهدة للحصول على حصص في السوق على حساب الشركات المنافسة إضافة إلى سعيها لتوسعة هوامش أرباحها.

3. ظروف الطلب (Demand Conditions): ويتعلق بمستوى تطور أذواق السياح، فمطالبة العملاء بمستويات عالية من الجودة تسهم في حفز الابتكار، وزيادة حدة التنافس بين الشركات.

4. المؤسسات الداعمة (Related and Supporting Industries): تعطي الصناعات والأنشطة المساندة والصناعات الأخرى ذات الصلة مؤشراً على مدى اتساع نطاق تجمع الأعمال العنقودية وتطوره، حيث تساهم تجمعات الأعمال هذه في تعزيز الإنتاجية والتنافسية، من خلال دورها في توفير الفرص لمنشآت الأعمال المحلية للاحتكاك بأفضل الممارسات العالمية، وحفز عمليات الابتكار لدى تلك المنشآت، فضلاً عن فتح فرص أعمال جديدة أمامها.

1) ظروف عوامل الإنتاج:

الجدول رقم (4) المكونات الأساسية لمؤشر ظروف عوامل الإنتاج. (عام 2007)

المؤشر الفرعي	المؤشر الجزئي	ترتيب سورية على العالم (130 دولة)
الموارد البشرية	نوعية النظام التعليمي	102
	توافر خدمات البحث والتدريب	99
	مدى تدريب العمالة	101
	إجراءات التوظيف والصرف	93
	سهولة توظيف العمالة الأجنبية	117
الموارد الفيزيائية	الموارد الطبيعية (نوعية البيئة الطبيعية)	99
	الأمن والأمان	22
	عدد مواقع التراث العالمي الثقافي	38
	الاستادات الرياضية	100
	المشاركات في المعارض الدولية	113
البنى التحتية	البنى التحتية للنقل الجوي	95
	البنى التحتية للنقل البري	70
	البنى التحتية السياحية	104
	البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات	98
الموارد المعرفية	الالتحاق بالتعليم الثانوي	94
	توافر التدريب والبحث محلياً	99
الموارد المالية	الإنفاق الحكومي على قطاع السياحة	66
	تكاليف البدء بالعمل	101

المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر العالمي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، 2008.

تشير النتائج المسجلة في تقرير تنافسية السياحة العالمي 2008 (الصادر عن WTTC) إلى وجود تراجع كبير في أداء معظم مؤشرات التنافسية المتعلقة بظروف عوامل الإنتاج لبيئة الأعمال السياحية في سورية، إذ لم تحصل سورية سوى على اثنتين من المزايا التنافسية في كل من مؤشري: الأمن والأمان، وعدد مواقع التراث العالمي الثقافي /22، 38 على التوالي/ (الجدول رقم 4)، حيث جاءت سورية من الدول الخمسين الأولى في هذين المؤشرين وهي الآلية المتبعة من مجلس السياحة والسفر العالمي لاعتبار مؤشر ما كميزة تنافسية للبلد المعني (تمّ ذكر ذلك في ص8 من هذا البحث)، وهناك وجود تراجع كبير في نوعية البيئة الطبيعية في سورية حيث حصلت سورية على الترتيب 130/99 (الجدول رقم 4)، ويعود التراجع الكبير في هذا المؤشر إلى غياب الهندسة الفعالة للبيئة الطبيعية في سورية، والانتشار العشوائي للصناعات الملوثة للبيئة. كذلك يلاحظ تراجع كبير في الموارد الفيزيائية الأخرى كالاستادات الرياضية والمشاركات في المعارض الدولية الأمر الذي يعيق قطاع السياحة والسفر المحلي من تقديم الكثير من الخدمات والمنتجات السياحية المطلوبة حول العالم.

كما تعاني عوامل الإنتاج من تراجع ملحوظ في معظم مكونات البنى التحتية (الجوية – البرية – السياحية – تكنولوجيا المعلومات) الأمر الذي يؤدي إلى:

- إعاقة قطاع الأعمال من إقامة الاستثمارات السياحية والتي تعتبر من أكثر أنواع الاستثمار حساسية تجاه جودة البنى التحتية.
- تركز الاستثمارات السياحية في مراكز المدن الرئيسة التي تتوافر فيها البنى التحتية.

ومن ناحية الموارد البشرية، يلاحظ وجود تراجع في أداء المؤسسات التي تزود قطاع الأعمال بالموارد البشرية لاسيما بالنسبة لجودة النظام التعليمي وتوفر التدريب والبحث محلياً (102 و99 من 130 على التوالي) (الجدول رقم 4)، وإذا أضفنا إلى هذين المؤشرين التراجع الكبير في مؤشر سهولة تشغيل الأجانب (117 من 130) فإن قطاع السياحة والسفر المحلي يعاني من مشكلة حقيقية في توفير الكوادر المؤهلة وتطويرها.

عملياً، بالرغم من هذا التراجع فإن مختلف نقاط الضعف تشكل محوراً للاستثمار بالنسبة لقطاع الأعمال سواء في هندسة الطبيعة واستثمارها كمواقع طبيعية سياحية، أم في بناء الاستادات الرياضية التي يمكن استخدامها لمهرجانات فنية وثقافية إضافة إلى الرياضية، وتعزيز البنى التحتية وفق نظام (B.O.T)* والاستثمار في التعليم والتدريب الموازي كما في الدول المتقدمة ومجموعة كبيرة من الدول النامية مثل تونس.

2) ظروف الطلب:

تشير النتائج المسجلة في تقرير تنافسية السياحة العالمي 2008 (الصادر عن WTTC) إلى تفوق سورية في جميع المؤشرات التي تندرج ضمن ظروف الطلب، وبما أن جميع هذه المؤشرات قد شكلت مزايا تنافسية لقطاع السياحة والسفر في سورية، حيث نجد في الجدول رقم (5) أن سبع مزايا منها تعدّ مزايا تنافسية لأن ترتيب سورية فيها أقل من خمسين على مستوى العالم ومزيّة واحدة شبه تنافسية لأن ترتيب سورية فيها (130/55)، وبالتالي فإن ظروف الطلب المتميزة تشكل الحاضنة الكفوءة لرفع القدرات التنافسية لهذا القطاع. وتشكل جاذباً للإقبال السياحي على سورية إذا ما اقترنت بتحسين بقية العوامل والظروف كالبنية التحتية لقطاع النقل، والطاقة الاستيعابية للفنادق والمرافق السياحية الأخرى. والمزايا التنافسية المذكورة أعلاه تنعكس إيجاباً على الجاذبية السياحية للبلد، كما وتؤثّر إيجاباً على مؤشر التنافسية إذا ما تمّ قياسه على مستوى الاقتصاد الجزئي أو ما يسمى بتنافسية المنشأة السياحية، الأمر الذي لابد من استثماره في تعزيز ظروف العرض السياحي والترويج للاستثمارات السياحية.

الجدول رقم (5): ماسة بيئة الأعمال – ظروف الطلب (عام 2007)

المؤشر الفرعي	المؤشر الجزئي	ترتيب سورية على العالم (130 دولة)
النظرة الشعبية نحو السياحة والسفر	الانفتاح على السياحة	30
	النظرة العامة تجاه الزوار الأجانب	55
	مدى النصح بتمديد الزيارة	18
التنافسية السعرية لصناعة السياحة	الضرائب على بطاقات السفر والمطارات	42
	القوة الشرائية	40

* **(B.O.T) تعني (بناء المنشأة وتشغيلها وإعادتها إلى مالكها الأصلي عند انتهاء عقد استثمارها)– (Building Operating Transferring).**

	درجة تأثير الضرائب	42
	أسعار المحروقات	4
	مستوى أسعار الفنادق	18

المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر العالمي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، 2008.

3) إستراتيجية المنشأة التنافسية:

الجدول رقم (6) ماسة بيئة الأعمال – إستراتيجية المنشأة التنافسية (عام 2007)

المؤشر الفرعي	المؤشر الجزئي	ترتيب سورية على العالم (130 دولة)
إستراتيجية المنشأة التنافسية	فعالية حملات التسويق والترويج السياحي	84
	حضور المعارض الخاصة بالسياحة والسفر	93
	توفر التدريب والبحث محلياً	99
	تدريب العاملين في المنشأة	101
	حقوق الملكية	31
	مدى استخدام الانترنيت في مجال العمل	113

المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر العالمي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، 2008.

تظهر النتائج المحققة عدم امتلاك سورية لأي مزايا تنافسية في المؤشرات المرتبطة بإستراتيجية المنشاة التنافسية (باستثناء حقوق الملكية حيث حصلت سورية على الترتيب 130/31) (الجدول رقم6)، وقد تجلت نقاط الضعف الرئيسة التي تعيق المنشآت السياحية من تبني استراتيجيات تنافسية فعالة في:

- ضعف الاستفادة من حملات التسويق والترويج السياحي على الرغم من الجهود الكبيرة التي تقوم بها الحكومة السورية في مجال التسويق السياحي حيث بلغت ميزانية الترويج السياحي في وزارة السياحة السورية لعام 2008 مبلغ /7.5/ مليون دولار (مازال هذا المبلغ بسيط مقارنة بدول أخرى منافسة في المنطقة والعالم)، وبالتالي هذا يدلّل على ضعف أساليب التسويق والترويج السياحي من جهة، ومن جهة أخرى يعود إلى عدم وجود تنسيق بين الشركات الفاعلة في قطاع السياحة والسفر في إقامة حملات تسويقية مشتركة الأمر الذي يزيد من تكاليف العملية التسويقية وصعوبة تغطية هذه التكاليف.
- ضعف المشاركة في المعارض الخاصة بالسياحة والسفر، ما يعني عدم القدرة على مواكبة التطور في أنماط الطلب على السياحة والسفر والأساليب الجديدة في تقديم مختلف الخدمات السياحية، وبالتالي القصور عن مواكبة السياسات التي تعتمدها الدول الأخرى في مجال رفع القدرات التنافسية لقطاع السياحة والسفر.
- القصور في مجال التدريب والتأهيل والبحث والتطوير سواء داخل المنشأة السياحية أو خارجها، الأمر الذي يعيق من إمكانية رسم استراتيجيات تنافسية فعالة بسبب ضعف إمكانات البحث والدراسات المتعلقة بالأسواق وسلوك المنافسين وعدم إمكانية تطبيق هذه الاستراتيجيات نتيجة عدم توفر الخبرات والكوادر المؤهلة.

4) المؤسسات الداعمة:

الجدول رقم (7): ماسة بيئة الأعمال – المؤسسات الداعمة (عام 2007)

المؤشر الفرعي	المؤشر الجزئي	ترتيب سورية على العالم (130 دولة)
المؤسسات الداعمة	جودة البنية التحتية للنقل الجوي	77
	تطور الطرق البرية	70
	النقل البحري وجودة الموانئ	96
	عدد الغرف الفندقية	94
	وجود شركات تأجير سيارات	89
	عدد الصرافات الآلية المتعاملة ببطاقة الفيزا	109
	جودة النظام التعليمي	102
	توفر التدريب والبحث محلياً	99

المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر العالمي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، 2008.

إن تطوير قطاع السياحة والسفر وتحسين تنافسيته عملية متكاملة تتطلب إجراء تحسين ونقلة نوعية في مختلف الجوانب المرتبطة بهذا القطاع من بنية تحتية ونقل وتعليم وتدريب إضافة إلى تطوير الجهاز المالي والمصرفي، إذ لا يكفي أن تمتلك سورية بنية سياحية جيدة ووفيرة من حيث عدد المنشآت والقدرة الاستيعابية للفنادق والمطاعم إذا لم تتوافر شبكات نقل، ومزودي خدمات النقل القادرين على تقديم خدمات بسوية عالية وأسعار مدروسة، كذلك لا يمكن تقديم منتج سياحي متميز إذا لم يتم دعم هذا القطاع بالمؤسسات المتخصصة في مجال البحث والتدريب والتي ترفد هذا القطاع بالكوادر المؤهلة على المدى القصير، وتصدير هذه الكوادر على المدى الطويل. يلاحظ من الجدول رقم(7) وجود تراجع على جميع المؤشرات التي تعكس أداء بعض الأنشطة الداعمة لقطاع السياحة والسفر.

ج- المرونة:

وهي القدرة السريعة على التجاوب مع التغيرات الهيكلية في أسواق السياحة والسفر في العالم، والتجاوب السريع مع الحملات التسويقية التي تقوم بها الدول المنافسة، بما يؤدي إلى إعادة مزج عناصر الإنتاج بما يتفق والاتجاهات الجديدة للطلب العالمي على السياحة والسفر.

تقسم المرونة في بيئة الأعمال إلى ثلاثة أقسام: [12]

1. مرونة سوق العمل.
2. مرونة التجاوب مع التغيرات في الطلب.
3. مرونة الإطار التشريعي.

1. **مرونة سوق العمل:** تتوقف إنتاجية العمل في المنشأة السياحية بشكل أساسي على مهارة اليد العاملة لأن تقديم الخدمات السياحية تتطلب احتكاكاً مباشراً ما بين العامل والسائح، وبالتالي فإن إنتاجية قطاع السياحة والسفر تعتمد بشكل رئيس على قدرة سوق العمل في تأمين اليد العاملة التي تتطلبها المشاريع الاستثمارية في قطاع السياحة والسفر والتطوير المستمر لهذه العمالة.

حصلت سورية على ترتيبات متراجعة جداً في المؤشرات المرتبطة بمرونة سوق العمل، لاسيما فيما يتعلق بسهولة تشغيل الأجانب وتدريب العاملين في المنشآت (117 و130/101 على التوالي) (الجدول رقم 8) وهذا بدوره يعود إلى سببين:

- عدم وجود مؤسسات متطورة متخصصة في مجال التدريب والتأهيل السياحي.
- عدم وجود تنسيق مابين قطاع الأعمال من جهة والجامعات والمعاهد الفندقية (الموجودة حالياً) من أجل إنتاج العمالة وفق المؤهلات والاختصاصات المطلوبة في سوق العمل.

الجدول رقم (8): المؤشرات المتعلقة بالمرونة (عام 2007)

المؤشر الفرعي	المؤشر الجزئي	ترتيب سورية على العالم (130 دولة)
مرونة سوق العمل	إجراءات الفصل والتوظيف	93
	سهولة تشغيل الأجانب	117
	توفر التدريب والبحث محلياً	99
	تدريب العاملين في المنشأة	101
مرونة التجاوب مع التغيرات في الطلب	المشاركات في المعارض العالمية	113
	حضور المعارض الخاصة بالسياحة والسفر	93
	فعالية حملات التسويق والترويج السياحي	84
	الانفتاح على السياحة	30
	النظرة العامة تجاه الزوار الأجانب	55
مرونة الإطار التشريعي	الأولوية الحكومية لصناعة السياحة والسفر	46
	الإنفاق الحكومي على السياحة والسفر	66
	القيود على الملكية الأجنبية	127
	أثر تشريعات الاستثمار الأجنبي	112
	شفافية السياسات الحكومية	112

المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر العالمي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، 2008.

2. **مرونة التجاوب مع التغيرات في الطلب:** على الرغم من الانفتاح الكبير على قطاع السياحة والسفر في سورية، والنظرة الإيجابية التي يلقاها هذا القطاع من المجتمع السوري (الترتيب 30 و130/55 في كل من مؤشري الانفتاح على السياحة والسفر والنظرة العامة تجاه الزوار الأجانب) (الجدول رقم 8) فإن هنالك قصوراً في مواكبة قطاع الأعمال لكل من:

- التطورات الحاصلة في أنماط وأساليب تقديم الخدمات السياحية لاسيما استخدام التقانات المتطورة في أداء أعمالها، مثل السياحة العلاجية في الأردن والسياحة الرياضية في دول الخليج (قطر – البحرين – الإمارات) والسياحة الترفيهية والأثرية في تركيا، حيث أن السياحة الترفيهية بما تتضمنه من مدن ملاهي ضخمة تعتمد على التقانات المتطورة.

- التغيرات الحاصلة في أذواق السياح (المستهلكين).

يعود هذا الضعف إلى عدم مواكبة المعارض العالمية عموماً ومعارض السياحة والسفر خصوصاً (حيث حصلت سورية على الترتيب 113 و130/93 في مؤشري المشاركة في المعارض العالمية والمشاركة في معارض السياحة والسفر) (الجدول رقم 8) وكذلك فإن فعالية حملات التسويق والترويج التي تقوم بها المنشآت السياحية تعتبر ضعيفة مقارنة بمثيلاتها في الدول الأخرى (حيث حصلت سورية على الترتيب 130/84 في مؤشر فعالية حملات التسويق والترويج السياحي)(الجدول رقم 8)، على الرغم من كثرة المعارض التسويقية التي تشارك بها وزارة السياحة السورية (والتي تجاوزت /45/ فعالية سياحية دولية كالمعارض السياحية والمؤتمرات..).

3. مرونة الإطار التشريعي: يحتل قطاع السياحة والسفر أولوية بالنسبة للحكومة السورية (130/46) (الجدول رقم 8) إذ يعتبر القطاع المؤهل لاحتلال موقع النفط كمولد للقيمة المضافة، الأمر الذي أدى إلى زيادة الإنفاق الحكومي على هذا القطاع لاسيما فيما يتعلق بالاعتمادات المخصصة للتسويق والترويج السياحي (احتلت سورية الترتيب 130/66 في مؤشر الإنفاق الحكومي) (الجدول رقم 8)، حيث بلغت ميزانية الترويج السياحي في وزارة السياحة السورية /7.5/مليون دولار عام 2008، وعلى الرغم من التشريعات الكثيرة التي صدرت بغية تسهيل إجراءات الاستثمار في سورية، فإنه لا يزال هنالك العديد من المعوقات التي تكتنف الإطار التشريعي لهذا القطاع ولغيره من القطاعات الأخرى، إذ لا تزال القيود المفروضة على الملكية الأجنبية (130/127) وكذلك التشريعات المتعلقة بالاستثمار الأجنبي (130/112) (الجدول رقم 8) تشكل عائقاً في وجه الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع السياحة والسفر، كذلك فإن الشفافية في رسم السياسات الحكومية لا تزال حتى اليوم متراجعة مقارنة بالدول الأخرى (130/112) (الجدول رقم 8) الأمر الذي يتطلب تفعيل دور غرف السياحة كممثل لقطاع الأعمال للمساهمة في تعديل التشريعات المعيقة لتطوير قطاع السياحة.

د- مقارنة تنافسية قطاع السياحة السوري بين عامي 2007 و 2008: [9]

أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي في دافوس (WEF) في شهر تموز لعام 2009 الملخص الأولي لتقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي والذي يبين فيه تنافسية قطاع السياحة في دول العالم لعام 2008، حيث تبين أن سورية انتقلت في هذا التقرير الأولي تسع مراتب (من 130/94 في عام 2007 إلى 133/85 في عام 2008)، وبما أن عدد الدول التي شملها التقرير أصبحت /133/ دولة بدلاً من /130/ دولة، لذلك يمكن القول أن القطاع السياحي في سورية قد تقدّم بشكل فعلي ستّ مراتب فقط في مجال تنافسيته الدولية، لكن تبقى سورية في موقع متأخر (133/85) في مجال تنافسية قطاع السياحة إذا ما قورنت مع عدد من دول المنطقة والعالم، فمثلاً تحتل الأردن الأقلّ غنى سياحي من سورية الترتيب 133/54 من حيث التنافسية، وهذا يتضح في (الجدول رقم 9).

الجدول رقم (9) مقارنة ترتيب تنافسية القطاع السياحي في سورية مع عدد من الدول في المنطقة والعالم

	سورية	الأردن	مصر	تونس	قبرص	سويسرا	الإمارات العربية المتحدة
2007 (130 دولة)	94	53	66	39	24	1	40
2008 (133 دولة)	85	54	64	44	21	1	33

المصدر: تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر في العالم، منتدى دافوس (WEF)، 2009.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

1- تحقيق تنافسية القطاع السياحي في سورية يتوقف بشكل أساسي على تعزيز تنافسية بيئة الأعمال التي ينشط بها، حيث لا يمكن لقطاع السياحة في سورية أن يحقق تقدماً في مجال التنافسية على المستوى العالمي في ظل بيئة أعمال غير مواكبة للتطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية، وبالتالي فإن التطورات التي يحققها أياً من جوانب الاقتصاد السوري ستنعكس إيجاباً على قطاع السياحة، والعكس بالعكس. (وهذا يثبت صحة الفرضية الأولى للبحث)

2- من خلال البحث نجد أن القطاع السياحي السوري لم يستطع بعد التجاوب سريعاً مع الحملات التسويقية التي تقوم بها الدول المنافسة سياحياً، إذ إنه برغم المشاركة السورية في الكثير من الفعاليات السياحية العالمية، لكن أساليبها في التسويق والترويج السياحي لم تستطع اللّحاق بركب التطورات التي تحققها القطاعات السياحية في الدول المنافسة كالأردن ومصر.. (وهذا ينفي صحة الفرضية الثانية للبحث).

3- لم يحقق قطاع السياحة في سورية تناسباً ما بين تطور وصول السائحين الدوليين إلى سورية وكمية إنفاقهم، والسبب الرئيس في ذلك هو انخفاض كفاءة العرض السياحي في سورية، وعدم تنوع المنتجات السياحية، إذ لا يزال معدل إنفاق السائح الدولي في سورية أقل من المتوسط العالمي. (وهذا يثبت صحة الفرضية الثالثة التي يطرحها البحث).

4- تعاني عوامل الإنتاج في سورية من تراجع ملحوظ في معظم مكونات البنى التحتية (الجوية – البرية – السياحية – تكنولوجيا المعلومات) الأمر الذي يؤدي إلى إعاقة قطاع الأعمال من إقامة الاستثمارات السياحية التي تعتبر من أكثر أنواع الاستثمار حساسية تجاه جودة البنى التحتية، كما أدى ذلك إلى تركز الاستثمارات السياحية في مراكز المدن الرئيسة التي تتوافر فيها البنى التحتية.

5- القصور في مجال التدريب والتأهيل والبحث والتطوير سواء داخل المنشأة السياحية أو خارجها، أدى إلى ضعف عام في جودة الخدمات السياحية المقدمة في سورية، الأمر الذي يعيق من إمكانية رسم استراتيجيات تنافسية فعالة بسبب ضعف إمكانات البحث والدراسات المتعلقة بالأسواق وسلوك المنافسين وعدم إمكانية تطبيق هذه الاستراتيجيات نتيجة عدم توفر الخبرات والكوادر المؤهلة.

التوصيات:

1- ضرورة إشراك جميع الجهات المعنية العامة منها والخاصة في وضع الخطط السياحية وتنفيذها، فالنهوض بالعملية السياحية ليست مسؤولية وزارة السياحة فقط، بل هو نتيجة جهد مشترك لجميع وزارات الدولة بالتنسيق مع مختلف أطراف القطاع الخاص.

2- تشكل نقاط الضعف التي يعاني منها القطاع السياحي في سورية فرصاً رابحة للاستثمار بالنسبة لقطاع الأعمال سواء في هندسة الطبيعة واستثمارها كمواقع طبيعية سياحية، وبناء الاستادات الرياضية التي يمكن استخدامها لمهرجانات فنية وثقافية بالإضافة إلى الرياضية، وتعزيز البنى التحتية وفق نظام (B.O.T) والاستثمار في التعليم والتدريب الموازي كما في الدول المتقدمة ومجموعة كبيرة من الدول النامية مثل تونس.

3- إعطاء الأهمية الكافية للدراسات والأبحاث التي تقيس تنافسية القطاع السياحي في سورية، والتي تحلل نقاط قوته لتعزيزها ونقاط ضعفه لتجاوزها، وذلك نظراً لحساسية الطلب السياحي من جهة، ومن جهة أخرى نتيجة للتسابق الكبير بين الدول لابتكار أساليب جديدة في تقديم عرضها السياحي، والسعي الدائم لإيجاد قيم مضافة جديدة تغني قطاعها السياحي.

4- التنسيق الدائم بين قطاع الأعمال السياحي ومؤسسات التعليم السياحي من جامعات ومعاهد ومدارس، من أجل إنتاج العمالة وفق المؤهلات والاختصاصات المطلوبة في سوق العمل المحلي والدولي، حيث يمكن لسورية أن تكون مصدراً للعمالة السياحية المدربة والتي تستطيع أن تجد فرصها في العمل سريعاً نظراً للتطور المضطرد في قطاع السياحة العالمي.

المراجع:

1- الأثر الاقتصادي للسياحة والسفر في العالم: 2009، المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، 186.

2- القدرة التنافسية وقياسها: 2003، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 56.

3- التقرير الاقتصادي العربي الموحد: 2008، جامعة الدول العربية، 217.

4- التقرير الوطني الأول لتنافسية الاقتصاد السوري:2007، هيئة تخطيط الدولة؛ برنامج (UNDP)، 25-29.

5- الاستثمار السياحي في سورية: 2009، منشورات وزارة السياحة السورية، 90-93.

6- تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر في العالم: 2008، منتدى دافوس (WEF)، 99-117.

7- تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر في العالم: 2008، المجلس العالمي للسياحة والسفر(WTTC)، 21-37.

8- تقرير التنافسية العربية: 2003، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 73.

9- تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر في العالم: 2009، منتدى دافوس (WEF)، 15.

10- د. دمشقية، نهاد: 2009، *التقرير الوطني الأول لتنافسية قطاع السياحة في سورية*، هيئة تخطيط الدولة؛ وزارة السياحة؛ برنامج (UNDP)، 103-117.

11- دليل المستثمر4: 2008، منشورات وزارة السياحة السورية، 122-123.

12- مرسي، نبيل؛ سليم، أحمد: 2007، *الإدارة الإستراتيجية وإدارة التنافسية*، المكتبة الوطنية ، مصر، 33.

13- منظمة السياحة العالمية (WTO)، www.unwto.org، تاريخ الدخول 2009/7/13.

14- ESCWA. *New Technologies for Enhancing Competitiveness & Productivity in selected sectors,* United Nations, New York, 2001, 10.

15- INTERNATIONAL INSTITUTE FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT "IMD":