مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: واقع السياحة الداخلية في سورية دراسة ميدانية في محافظة اللاذقية
اسم الكاتب: د. جلال خضرة، د. فاطر سليطين، باسم حسن
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4223
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 09:13 +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

واقع السِّياحَة الدَّاخليَّة في سورية
دراسة ميدانية في محافظة اللاذقية

الدكتور جلال خضرة *
الدكتور فاطر سليطين**
باسم حسن***

(تاريخ الإيداع 19 / 5 / 2010. قُبِل للنشر في 30 / 6 / 2010)

□ ملخّص □

على الرغم من المقومات السياحية والطبيعية التي تمتلكها سورية وتمثل عناصر جذب سياحي، لا تزال صناعة السِّياحَة ناشئة وحصتها من الطلب العالمي متواضعة قياساً بالإمكانات، ولا تزال السِّياحَة تعتمد أساساً على السِّياحَة المحلية والدَّاخليَّة والتي تشكل النسبة الأكبر من إجمالي الطلب السياحي في سورية، هذا ما دفعنا لدراسة واقع السِّياحَة الدَّاخليَّة في سورية للتعرف على نقاط القوة والضعف والمعوقات أو التحديات التي تواجهها ومن ثم تقديم مقترحات وحلول مبنية على الدراسة الميدانية ومن آراء المواطنين وتوفير متطلبات السِّياحَة الدَّاخليَّة ومقومات نجاحها.

أهم النتائج التي وصلت إليها: يعتبر مستوى الدخل أحد أهم العوائق أمام السِّياحَة الدَّاخليَّة إلى جانب عدم توفر وقت الفراغ، كما تُفضِّل النسبة الأكبر من العينة المدروسة السِّياحَة الساحلية، وهناك ضعف دور وسائل الإعلام في التعريف بالمقاصد السياحية والترويج للمُنتَج السياحي السوري.

الكلمات المفتاحية: الترويج السياحي . الطلب السياحي . إنفاق . سياحة داخلية.

* أستاذ مساعد – قسم الجغرافية . كلية الآداب . جامعة تشرين . اللاذقية . سورية.
** مُدرّس – قسم الإدارة . كلية الاقتصاد . جامعة تشرين . اللاذقية . سورية.
*** طالب دراسات عليا (ماجستير) – قسم الإدارة– كلية الاقتصاد . جامعة تشرين . اللاذقية . 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 Reality of Interior Tourism in Syria Field Study in Latakia Governorate

Dr. Jalal Khadrah*
Dr. Fater Sleteen**
Baasem Hassan***

(Received 19 / 5 / 2010. Accepted 30 / 6 / 2010)

□ ABSTRACT □

Although the tourism and natural resources owned by Syria and represent elements of tourist attraction, tourism industry is still emerging and its share of the global demand is modest compared to its potentials, and tourism continues to rely mainly on domestic tourism, and the Interior, which constitutes the largest proportion of the total demand for tourism in Syria, this is why we have to study the reality of domestic tourism in Syria to identify the strengths and weaknesses and obstacles or challenges it faces , and then we offer suggestions and solutions based on field study and the views of citizens and the requirements for domestic tourism and its success. The most important results are: income level is one of the main obstacles to domestic tourism as well as the lack of free time, and the larger proportion of the sample studied prefer coastal tourism, and there is weak role of the media in the propagating the purpose of tourism and promoting tourism in Syria.

Key words: Tourist Promotion , Tourist Demand , Expenditure , Interior Tourism.

***Associate Professor, Department of geography, Faculty of Arts and Humanities, Tishreen University, Syria.**
****Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Economics, Tishreen University, Latakia, Syria.**
*****Postgraduate Student, Department of Management, Faculty of Economics, Tishreen University, Latakia, Syria**

مقدمة:

تُعدُّ السِّياحَة الدَّاخليَّة الرّافد الأساس وصمام الأمان في حالات الأزمات الطارئة التي تؤثر على الطلب السياحي في البلد السياحي، وهي تشكل النسبة الأكبر من مكوّن الطلب السياحي الإجمالي 50- 60% في غالبية الدول السياحية وتبقى حصة السِّياحَة الوافدة من 40- 45% في أحسن حالاتها، كما أن السِّياحَة الدَّاخليَّة أقل تأثراً بتغيّرات أسعار صرف العملات الوطنية اتجاه العملات الأجنبية ولا بالأحداث الدولية والإقليمية بشكل مباشر، ويعتبر الدخل الحقيقي لمواطني البلد من أهم مكوّنات الطلب السياحي عموماً والسِّياحَة الدَّاخليَّة خصوصاً، بالإضافة إلى أسعار الخدمات والمنتجات السياحية إلى جانب وقت الفراغ والإجازات السنوية أو الفصلية، وكذلك أسعار المنتجات السياحية البديلة والمنافسة إلى جانب الذوق الاستهلاكي والتفضيلي.

تُشكِّل السِّياحَة الدَّاخليَّة لمواطني البلد أحد ركائز العملية السياحية واهم عناصر استقرارها، ولا زالت سورية تعتمد بشكل كبير على السِّياحَة الدَّاخليَّة وانتقال الأفراد لقضاء إجازاتهم الصيفية وعطلاتهم في المقاصد السياحية الرئيسية والتقليدية المعروفة في مختلف المحافظات وخصوصاً الساحليَّة.

ولكن رغم أهمية قطاع السِّياحَة في سورية مقارنة بما تمتلكه من مقومات الجذب السياحي إن سورية هي منجم غني جداً بثلاث وثلاثين حضارة و 3000 موقع أثري**[1]**، بالإضافة الى عوامل الأمن والاستقرار المشهود لها عالمياً لا تزال صناعة السِّياحَة تفتقر إلى العديد من متطلبات النجاح بدءً من خدمات البنية التحتية وصولاً إلى منشآت العرض السياحي المجهزة وتحقيق جودة الخدمة السياحية المقدمة.

مشكلة البحث:

ضعف مستوى السِّياحَة الدَّاخليَّة ووجود العديد من العوائق المادية والخدمية مما يؤدي إلى حركة سياحية خارجية (صادرة) باتجاه دول الجوار الإقليمي(لبنان–تركيا) ويزيد من حدة المنافسة ويحرم الاقتصاد من عوائد سياحية هامة. أي تتمحور مشكلة البحث في السؤال التالي: هل تتوفر مقومات ومتطلبات نجاح السِّياحَة الدَّاخليَّة وبرامج سياحية مناسبة لشريحة واسعة من المواطنين؟.

أهمية البحث وأهدافه:

تنبع أهمية البحث من أهمية الموضوع المتعلق بالسِّياحَة الدَّاخليَّة ودورها في تطوير المجتمعات المحلية وتحقيق رفاهية أفراد البلد وتسهم في خلق فرص عمل في مناطق التنمية السياحية أو المقاصد السياحية، بالإضافة إلى الإيرادات المتحققة من إنفاق المواطنين على شراء السلع والخدمات السياحية عوضاً عن إنفاقها في مقاصد أخرى خارج البلد، وهذا يكفل زيادة فعالية القطاع السياحي وزيادة نسبة مساهمته في الدخل القومي.

ويتمثل الهدف الرئيس للبحث في التعرف على واقع السِّياحَة الدَّاخليَّة في سورية انطلاقاً من أن الدراسات المسحية والاستطلاعية تشكل الأسلوب الأمثل للتخطيط والتنفيذ السليم لتطوير الصناعة السياحية بشكل عام، كما يهدف إلى تقديم اقتراح للحلول المناسبة استناداً إلى نتائج الدراسة الميدانية بعد إجراء التحليل واختبار الفرضيات لإعادة النظر في الخطط والبرامج الخاصة بتطوير قطاع السِّياحَة على أساس أن تطوير السِّياحَة الدَّاخليَّة تعتبر خطوة أساسية وهامة على طرق تطوير السِّياحَة الخارجية.

متغيرات البحث:

تَتمثلُ المُتغيِّرات المُستقلَّة بمجموعة العوامل والمحدِّدات المؤثِّرَة على السِّياحة الدَّاخليَّة وعلى حجم الطلب المُتمثل بها من أهمِّها (الدَّخل المادي – الخدمات السياحية وجودة الخدمة السياحية المُقدِّمَة). أما المُتغيِّر التابع يتمثل بـ (السِّياحة الدَّاخليَّة).

فروض البحث:

1. وجود علاقة ذات دلالة إحصائيَّة لعامل الأمن والأمان كأحد أهمِّ عوامل الجذب السِّياحي للسِّياحة الدَّاخليَّة والخارجيَّة.
2. وجود علاقة ذات دلالة إحصائيَّة لمستوى دخل الفرد على السِّياحة الدَّاخليَّة.
3. وجود علاقة ذات دلالة إحصائيَّة لدور وسائل الإعلام في التَّعريف بالمناطق السِّياحيَّة وتنشيط السِّياحة الداخلية.
4. وجود أثر ذز دلالة إحصائيَّة للعوائق الماديَّة والفنيَّة التي تحول دون وصول السِّياحَة الدَّاخليَّة إلى المستوى المأمول.

منهجية البحث:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي في رصد وتتبع واقع السِّياحَة الدَّاخليَّة في سورية، وتحديد العوامل والدَّوافع المُرتبطة باختيار السياح لمكان الإقامة ونمط الاستهلاك، واعتماد أسلوب التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS من خلال (التكرارات والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط) للتَّعرُّف على اتجاهات أفراد العينة وتحديد مدى وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات السياح ورضاهم عن مستوى الخدمة السياحية المقدمة لهم.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت موضوع الصناعة السياحية ومنها:

. دراسة للباحث وائل منصور(2010)، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، بعنوان: (الفعالية الاقتصادية لسياسات التسويق والترويج السياحي في سورية)، تناولت الدِّراسَة التَّعرُّف على عناصر المزيجين التَّسويقي والتَّرويجي المؤثرة على قرارات السياح وقناعاتهم في اختيار المقصد السياحي وتقييمهم لمستوى الخدمة المقدمة، مع الإشارة إلى نقاط الضعف والقوة التي تتمتع بها سورية في المجال السياحي.**[2]**

. دراسة للباحثة ناهد حسن محمود، جامعة عين شمس، (2004) بعنوان: (تأثير القيم الثقافية على إدراك نزلاء الفنادق لجودة الخدمة دراسة ميدانية على القطاع الفندقي في سورية)، اقتصر البحث على دراسة الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، والتَّعرُّف على دور القيم الثقافية كعامل مؤثر على توقعات النزلاء وإدراكهم لجودة الخدمة المقدمة في الفنادق السورية من أجل تحديد الأسواق المستهدفة، واقتصر البحث على نزلاء الفنادق السابقة وعلى بعض الجنسيات العربية وقد تم استبعاد أي جنسية أجنبية لا تمت للثقافة العربية بصلة.**[3]**

. دراسة للباحث سليم العيسى، جامعة حلب(2007) بعنوان (السِّياحَة في سورية) تناول فيها البحث إبراز الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة والتركيز على الواقع الجغرافي الطبيعي والبشري لسورية إبراز الإمكانات السياحية التي تتمتع بها سورية وتقييم حركة القدوم السياحي وأنماط السِّياحَة في سورية مع تحديد أهم العوامل والمقومات البشرية للجذب السياحي. **[4]**

مصطلحات التسويق والترويج السياحي:

التسويق السياحي: هو النشاط الإداري والفني الذي تقوم به المنظمات السياحية داخل الدول وخارجها لتحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها. [5]

المقصد السِّيَاحيِّ: هو منطقة جُغرافيَّة تتوافر فيها عناصر الجذب والتجهيزات السِّيَاحيِّة والوسائل التي تسمح بالوصول إليها، ممَّا يتيح تقديم مُنتَجات سياحيَّة يطلبها السُّيَّاح، مما يعطي أهميَّة اقتصَاديَّة لتلك المنطقة.**[6]**

أنواع السِّياحَة:

للسياحة عدة أنماط يمكن تحديدها وفقاً لعدة معايير، فمثلاً تُحدَّد أنواع السياحة وفقاً لمعيار القدوم كما يلي:

1- السِّياحَة الوافدة: وهم السياح من مختلف جنسياتهم الذين يقصدون بلد ما بعدة دوافع ويقضون فيه مدة تزيد عن 24 ساعة بأي قصد عدا قصد الإقامة والعمل .

2- السِّياحَة الدَّاخليَّة: قيام أفراد البلد بالتنقل ضمن بلدهم وزيارة المقاصد والمناطق وبعدَّة دوافع ومن ثم الإنفاق على شراء الخدمات والمنتجات السياحية. [7]

وهنا لا بُدَّ من توضيح الفرق بين السِّياحَة المَحليَّة والسِّياحَة الشَّعبيَّة دفعاً للإلتباس الذي يُردُّ في بعض الدِّراسَات والتي تخلط بين المفهوم العلميِّ لكل منهما، فالسِّياحَة المَحليَّة هي تَوجُّه المواطن للسَّفر بدافع من دوافع السَّفَر المعروفة (ثقافيَّة . بيئيَّة . اجتماعيَّة . دينيَّة . ترفيهيَّة) لقضاء ليلة خارج محل إقامته، وهي جزء من الطَّلَب السِّياحيِّ. بينما السِّياحَة الشَّعبيَّة وتسمى التَّنزُّه فهي توجّه الأفراد أو الزوَّار إلى مواقع طبيعيَّة داخل المدن أو الحدائق أو المنتزهات العَامَّة وتتمثَّلُ بخدمة عامَّة يجب أن تُقدَّم من قبل الدُّولة مثلها مثل الصِّحَّة والتَّعليم والأمن وبأسعار رمزيَّة، وهي لا تُحتَسب ضمن الطَّلَب السِّياحيِّ، لذا درجَ العُرفُ الاقتصاديُّ السِّياحيِّ على إدخال السِّياحَة المَحليَّة ضمن الصِّناعَة السِّياحيَّة.

دوافع ومحفزات السياحة:

يتفق العديد من خبراء السِّياحَة على تصنيف دوافع السفر كما يلي:**[8]**

1. الدوافع التاريخية والأثرية: كزيارة الآثار القديمة والمتاحف والمكتبات التاريخية.
2. الدوافع الصحية: للحصول على الراحة البدنية والاستجمام والاستشفاء، أو ممارسة الهوايات.
3. الدوافع الثقافية: للتعرف على الأماكن والحضارات الأخرى،(عادات شعوبها وفنونهم وثقافتهم ومعتقداتهم)، أو إشباع حب الإطلاع وإثراء المعارف.
4. الدوافع الاجتماعية: التوصل مع الأهل والأصدقاء وتقوية الروابط الاجتماعية، أو الرغبة في التميز الاجتماعي وإرضاء الذات.
5. دافع البهجة والمتعة: زيارة الأماكن التي لا تتوفر في بلد السائح كالبحيرات والشواطئ والشلالات والمحميات، أو قد تكون ممنوعة في بلده كأماكن تعاطي المسكرات والملاهي الليلية.

6. الدوافع الدينية: لزيارة الأماكن والمقدسات الدينية، أو تأدية بعض الشعائر والواجبات الدينية في أوقات معينة من السنة.

واقع السياحة الداخلية في سورية:

يلاحظ تراجع السِّياحَة الدَّاخليَّة التي تحتاج الى تنشيط وتوفير متطلباتها الأساسية سواء من قبل المواطنين الذين يمثلون الطلب السياحي الداخلي أو من قبل مقدِّمي العرض سواء المنشآت الفندقية والعاملين بالقطاع السياحي والجهات الحكومية المسؤولة عن تقديم الخدمات الأساسية والمكملة وإيجاد الشروط والتسهيلات اللازمة لسياحة المواطن السوري ليتعرف على بلده ومعالمها السياحية والحضارية وبالتالي الإقلال من سفره الى الخارج بهدف السِّياحَة. وقد تمَّ تقديم الدعم المادي للشركة السورية السياحية في مجال تسويق المقاصد السياحية والسِّياحَة الدَّاخليَّة والحجز الإلكتروني والمهرجانات والنشاطات والحفلات وقد بدأ نشاطها عام 2008 على السِّياحَة الدَّاخليَّة، وامتد نشاطها في عام 2009 إلى الأسواق العربية وفي عام 2009 قامت الشركة بطرح مجموعة من البرامج السياحية الدَّاخليَّة المتنوعة وتسيير رحلات سياحية وفقاً للبرامج المطروحة التي تغطي كافة المناطق السياحية في سورية وذلك ضمن برامج محددة وبرامج خاصة تطرح خلال الأعياد والعطل الرسمية حيث تم تنفيذ 75 رحلة خلال عام 2009 منها 54 رحلة سياحية منفذة من قبل الشركة مباشرة والباقي بطريقة غير مباشرة، كما نفذت وزارة السِّياحَة بالتنسيق مع الشركة السورية للسياحة برامج لرحلات سياحية خلال الأعياد الرسمية إلى المناطق التنموية والمناطق ذات الجذب السياحي بغية تسويق المنتجات السياحية المميزة والخاصة بكل محافظة.**[9]**

وقد بينت الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث أن سياحة الاستجمام والترفيه والاصطياف تعتبر أحد أهم أشكال السِّياحَة الدَّاخليَّة المفضّلة لدى السوريّين، وهي في الغالب موسميّة مرتبطة بالإجازة السنوية وبعض المناسبات والأعياد وتعتبر المنطقة الساحلية البحرية أحد أهم المقاصد السياحية خصوصاً خلال فترة الصيف.

عوائق السِّياحَة الدَّاخليَّة: [10]

- عوائق اقتصادية: ارتفاع أسعار الخدمات السياحية وانخفاض متوسط الدخل الفردي وانشغال المواطنين بالعمل الإضافي لتأمين الدخل اللازم.
- عوائق خدمية: والتي تتمثل بمجمل العناصر اللازمة لإتمام رحلة سياحية من طرق وبُنى تحتية ونقل وغيرها.
- عوائق إدارية: مثل ضعف الرقابة على المنشآت السياحية والخدمات المقدمة بالإضافة إلى بعض الإجراءات الإدارية والروتينية التي تعيق إتمام الرحلة السياحية.
- عوائق ثقافية وإعلامية: مثل ضعف الوعي الثَّقافي لدى بعض الأفراد في المناطق السياحية ووجود بعض حالات استغلال السائح أو ضعف الوعي لأهمية السِّياحَة ودورها في الحياة الاقتصادية للبلد.

النتائج والمناقشة:

1- تقييم وضع السِّياحَة الدَّاخليَّة:

قام الباحث بتصميم قائمة استقصاء موجهة إلى مجموعة من الأفراد في محافظة اللاذقية (شملت عينة من المواطنين القادمين والمتواجدين بالمحافظة، وبعض العاملين في القطاع السياحي وفي مكاتب السياحة والسفر) بعد أن تمَّ عرضها على المختصين لتقييمها وإبداء الرأي فيها، كما قام بتوزيع الاستبيان على عينة أولية واستردادها وتعديلها

وذلك لاستطلاع آرائهم، وتضمنت الاستمارة **18** سؤالاً حول واقع السِّياحَة الدَّاخليَّة ومستوى الخدمات الأساسية المقدمة والتَّعرف على تقييماتهم حول مستوى الخدمات المقدمة.

. اختبار المصداقية:

قام الباحث باختبار المصداقية بين استجابات العينة لمرتين متتاليتين فتبين أن معامل (ألفا كرونباخ) 0.82 وان معامل ارتباط سبيرمان 0.80 مما يدل على أن الاستبيان دال إحصائياً وقد تمّ اختيار عينة عشوائية بحجم 220 مفردة استرد منها 193 وخضع للتحليل 180 إستبانة بعد استبعاد الاستمارات غير المكتملة.**[11]**

وتمَّ الاستعانة بعدد كبير من الأشخاص العاملين بالقطاع السياحي لتوزيع **220** استمارة على السياح والقادمين الى محافظة اللاذقية وفي مختلف المقاصد والفنادق والمجمَّعَات السياحية، وتمَّ استرجاع **193** استمارة، أُخضِعَ للتحليل ما نسبته 62.5% من الاستمارات الموزعة أي **180** استمارة، بعد استبعاد الاستمارات غير المكتملة، وقد تمَّ ترميز البيانات حسب مقياس ليكرت بإعطاء درجات لكل إجابة تبدأ من (ضعيف =1، مقبول =2 ، جيد= 3 ، جيد جداً = 4). **[12]** ثم قام الباحث بإدخال البيانات إلى الحاسوب ومعالجتها وفق البرنامج الإحصائي(SPSS 10.0) لتحليلها واختبار الفرضيّات.

. توزع أفراد العينة حسب الفئة العمرية:

يشكل السياح الذين شملهم الاستبيان من الفئة العمرية 25–44 سنة أي في سن الشباب نسبة 54% من إجمالي حجم العينة المدروسة.

الجدول رقم(1) يبين توزع السياح حسب الفئة العمرية في العينة المدروسة

الفئة العمرية	24–15	44–25	64–45	65 فأكثر
نسبة الفئة من العينة	16%	54%	23%	7%

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية.

. توزع أفراد العينة حسب النوع:

شكل الأفراد الذين شملهم الاستبيان من فئة الذُّكور نسبة 72% وبلغت نسبة الإناث 28% من إجمالي حجم العينة المدروسة، ويعود سبب تفوُّق نسبة الذُّكور على الإناث، لأن الأسئلة غالباً ما كانت توجه إلى صاحب القرار السِّياحي والذي يكون في الغالب من الذُّكور.

. العوائق التي تقف أمام السِّياحَة الدَّاخليَّة:

نظراً لعدم توفر إحصاءات دقيقة وشاملة عن الحركة السياحية الدَّاخليَّة وحجم الأنشطة السياحية الحالية والمتوقعة مما يؤدي إلى صعوبة تخطيط السياسات الملائمة لصناعة السِّياحَة وتطويرها وتسويقها ومراقبتها.

وهناك العديد من النقاط والإجراءات التي تعيق تطور حركة السِّياحَة الدَّاخليَّة ونشاطها، قمنا بتحديد بعضها بما يخدم واقع البحث لمعرفة آراء المواطنين حولها وحول تأثيرها على قراراتهم.

الجدول رقم(2) التوزُّع النسبي لعوائق السِّياحَة الدَّاخليَّة حسب آراء العينة المدروسة.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مستوى الدخل	63	35.0	35.0	35.0
	عدم وجود شركات فعالة سياحية	21	11.7	11.7	46.7
	عدم توفر الامن والامان	3	1.7	1.7	48.3
	انخفاض جودة الخدمات	27	15.0	15.0	63.3
	وقت الفراغ اللازم	30	16.7	16.7	80.0
	مضايقات بالمقصد	4	2.2	2.2	82.2
	غياب الرقابة السياحية	23	12.8	12.8	95.0
	عدم وجود مرشدين وأدلاء	2	1.1	1.1	96.1
	عدم توفر وسائط نقل	7	3.9	3.9	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

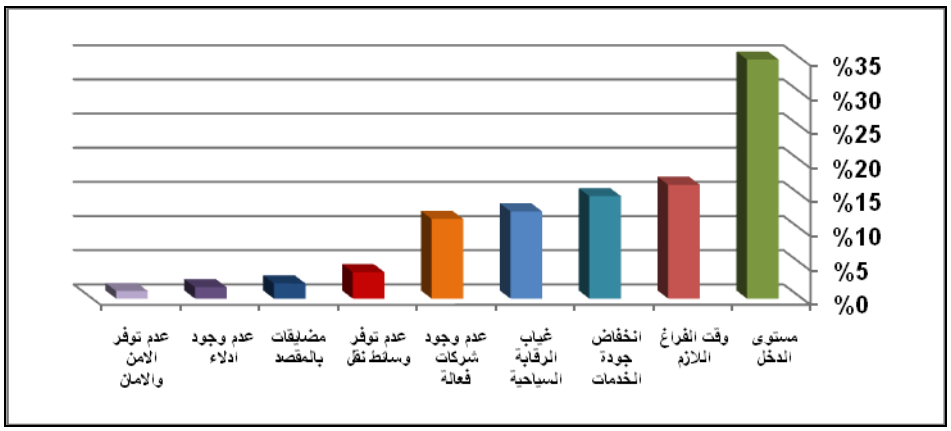
المصدر: الدراسة الميدانية.

يبين الجدول رقم(2) ما يلي:

– تستحوذ آراء المبحوثين أهمية نسبية كبيرة حول موضوع مستوى الدخل وما يخصص منه للقيام برحلة سياحية، فقد بلغت نسبة الذين أكدوا على أن هذا الموضوع من أهم العوائق 35% والانشغال في البحث عن مصادر الرزق وعدم توفر الوقت اللازم للقيام برحلة سياحية ويأتي في المرتبة الثانية حيث أكد نسبة 16.7% من المبحوثين على أنه عائق في وجه قيامهم برحلة سياحية، كما يشكل موضوع انخفاض جودة الخدمة السياحية إحدى أهم العوائق في استطلاع الآراء حيث أكد نسبة 15% من المبحوثين على ضعف مستوى الخدمات المقدمة قياساً بمستوى الأسعار التي يدفعونها هذا بالإضافة إلى غياب الرقابة السياحية في المقاصد التي زارها المبحوثين بالعينية المدروسة.

في حين أشارت نسبة ضئيلة جداً إلى وجود مضايقات في المقاصد، كما أشاروا الى توفر الأمن والأمان وهي تتعم بها سورية بشكل عام ولم يعط المبحوثين آراء حول وجود التسهيلات في المقصد أو عدم توفر الرغبة للقيام بالرحلة أو عدم تحديد المقصد أصلاً.

تؤكِّد الآراء السابقة على صحَّة الفرضيَّة القائلة بوجود عوائق أمام السِّياحَة الدَّاخليَّة وتؤثر على حجم الطلب السياحي الداخلي، وبعض تلك العوائق تفتح التفكير للسياحة اتجاه الخارج خصوصاً دول الجوار المنافسة (تركيا ولبنان). وقد تم ترتيب تلك العوائق بحسب استطلاع آراء المبحوثين بالعينة بالشكل رقم(1) :



الشكل رقم(1) ترتيب العوائق التي تقف في وجه السِّياحَة حسب آراء المبحوثين بالعينة

تحليل الأهمية النسبية لآراء المبحوثين بالعينة : يبين الجدول التالي رقم(3):

– أكد نسبة 55% من أفراد العينة على مستوى تقديم الخدمة في إحدى أماكن المبيت أو الإطعام هو بمستوى جيد، وأن نسبة 33% يعتبرون مستوى الخدمة مقبول فقط وأن نسبة 7% يعتبرون مستواها ضعيف، وهذا يؤكد ضرورة تحسين الخدمات السياحية (فندقية وإطعام) المقدمة للزبائن كإحدى وسائل الجذب والتشجيع للسياحتين الدَّاخليَّة والخارجية.

– حول دور وسائل الإعلام في التعريف بالمقاصد السياحية: تبين ضعف هذا الدور حيث بلغ المتوسط الحسابي المحسوب 1.75 وهو أقلّ من الوسط الفرضي البالغ 2.5 وهذا يؤكد ضعف دور وسائل الإعلام المختلفة في ترويج المنتج السياحي السوري داخلياً، وقد كانت الأهمية النسبية لهذا الموضوع 13.95% في آخر القيم التسلسلية.

– وبالنسبة لدور القطاع الخاص في تطوير السِّياحَة الدَّاخليَّة: بيّن الوسط الحسابي المحسوب 2.45 أصغر من 2.5 بأن هناك ميل نحو الإجابة على ضعف دوره أو قبول مستواه وسطياً حيث مالت غالبية الأجوبة نحو القبول 99 رأي وكانت أهمية النسبة 49%.

– وحول المنافسة السياحية القائمة بين دول الجوار الإقليمي نجد أن تركيا تشكل المقصد الرئيسي للقيام برحلة سياحية للخارج، حيث أكدت نسبة 80% اختيارها كمقصد سياحي و 16% اختار لبنان بينما نسبة 3% اختاروا الأردن وهم نفسهم اختاروا نمط السِّياحَة العلاجية عند السؤال عن نمط السِّياحَة المفضلة لديهم.

الجدول رقم (3) تحليل الأهمية النسبية لآراء المبحوثين بالعينة

المؤشر	التقدير	ضعيف	مقبول	جيد	جيد جداً	إجمالي الآراء	الوسط الحسابي x	الانحراف المعياري δ	الخطأ المعياري sd	الأهمية النسبية %
تقييم الخدمات المقدمة لهم	النسبة المئوية	6.7%	33.3%	55.0%	5.0%	100%	2.583	0.6902	0.0514	51.67
دور القطاع الخاص في تطوير السياحة الداخلية	النسبة المئوية	16.7%	30%	45.0%	8.3%	100%	2.45	21.931	35.848	49
إقبال السوريين	النسبة المئوية	23.3%	43.3%	31.7%	1.7%	100%	2.12	0.777	0.045	42.333
أداء العاملين في تقديم الخدمات السياحية	النسبة المئوية	20.0%	55%	21.7%	3.3%	100%	2.083	1.069	0.085	41.67
دور وسائل الإعلام في التعريف بالمقاصد	النسبة المئوية	51.7%	25.0%	20.0%	3.3%	100%	1.750	0.887	0.059	13.950

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية.

– ضعف إقبال السوريين على السِّياحَة الدَّاخليَّة ووعيهم بأهمية الأنماط الممكنة حيث آراء الأغلبية تقع بين مقبول وضعيف (23% + 43%) = 66% وهي نسبة عالية، ممّا يدل على عدم وصول الغالبية إلى القناعة

أو وجود العوائق التي تحول دون ذلك، وهذا يشير إلى أهمية توجيه برامج توعية و تثقيف حول أهمية السِّياحَة الدَّاخليَّة من كافة النواحي النفسية والاجتماعية والاقتصادية.

– وحول إسهام التسهيلات والتشريعات الموجودة في سورية في تشجيع السِّياحَة الدَّاخليَّة أكد نسبة 20% على الموافقة ونسبة 23.8% أكدوا بأنها لم تؤدي إلى تشجيع السِّياحَة بينما أكّد 56% بأنها ساهمت إلى حد ما دليل على عدم الرضا الكامل عن هذه الإجراءات والتسهيلات.

وفي دراسة العلاقة الارتباطية بين التشريعات المتخذة وبين عوائق السِّياحَة يبين الجدول التالي رقم(4) معامل ارتباط سبيرمان البالغ 0.886 وأن معامل التحديد يبلغ 78.5 أي أن نسبة 78.5 % من العوائق تعود إلى علاقتها بالتشريعات كما تدل قيمة Sig المبينة وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 أي أن العلاقة دالة إحصائياً.

الجدول التالي رقم(4) العلاقة الارتباطية بين عوائق السِّياحَة الدَّاخليَّة وبين التشريعات المُتخذة

الجدول رقم(4) العلاقة الارتباطية بين عوائق السِّياحَة الدَّاخليَّة وبين التشريعات المُتخذة

Correlations

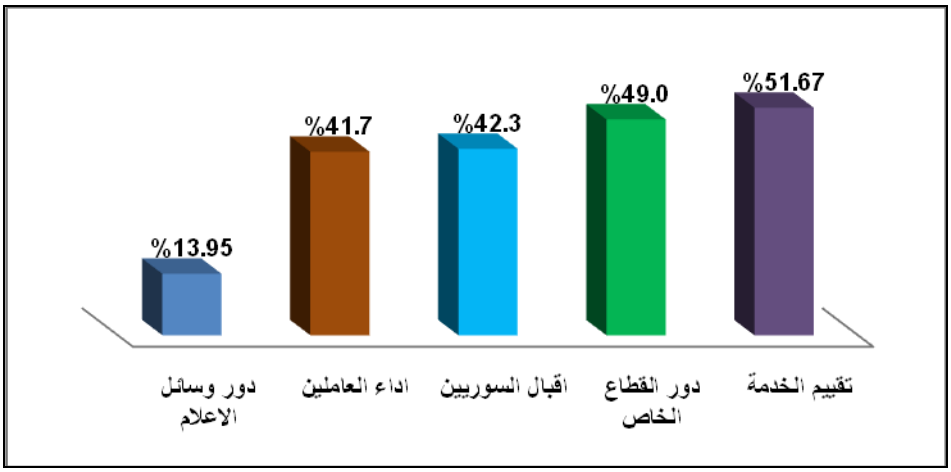
			تشريعات	عوائق
Spearman's rho	تشريعات	Correlation Coefficient	1.000	.866**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	180	180
	عوائق	Correlation Coefficient	.866**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	180	180
		Correlation Coefficient	**	**

**. Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

المصدر:الدراسة الميدانية باستخدام spss.

– وحول تقييم الاستثمار السياحي الحالي للمواقع السياحية في المحافظة 25% غير مرضي و 38% مقبول وإن نسبة (22+13%) فإنه جيد جداً أي 35 % جيدة.

والشكل التالي رقم (2) يبين ترتيب الأهمية النسبية لآراء المبحوثين بالعينة حيث يظهر ضعف دور وسائل الإعلام بالتعريف بالمعالم السياحية بالصورة المناسبة واقتصارها على إعطاء معلومات قليلة وغير منتظمة، وهذا يؤكد على أهمية إعادة النظر في تقييم دور الإعلام السياحي وأهمية إعداد البرامج الإعلامية السياحية الموجهة بهدف التَّوعية السياحية، حيث إن الإعلام المقروء و المرئي و المسموع يلعب دوراً هاماً في التوعية بأهمية السِّياحَة الدَّاخليَّة وجذب الاهتمام إلى المناطق والتفكير بزيارتها، وهنا نؤكد على أهمية القنوات الفضائية في توعية الأفراد ومساعدتهم على اختيار برامجهم السياحية المناسبة، فقد أكد نسبة 63% من العينة على عدم مشاهدة برامج محفزة عبر القناة الفضائية لزيارة مقصد سياحي.

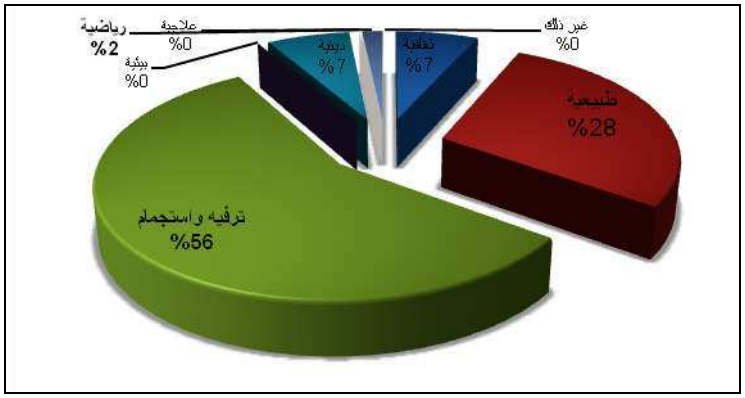


الشكل رقم (2) يبين ترتيب الأهمية النسبية لآراء المبحوثين بالعينة

كما أكَّدَ نسبة 60% من الأفراد على عدم توفر المعلومات حول المناطق السياحية التي يتم زيارتها وهذا يظهر ضعف دور الإعلام و الجهات المعنية بتوفير المعلومات والبيانات عن المناطق السياحية والخدمات السياحية المتوفّرة في المنشآت والمقاصد السياحية، وهنا نؤكد على ضرورة أن تضطلع الجهات المعنية كافة بتوفير المعلومات وإتاحتها بمختلف القنوات (وعلى الأقل تعريف المواطن بالمقومات السياحية في موطنه).

. الخصائص السياحية لأفراد العينة المدروسة:

إن السِّياحَة المفضلة لدى غالبية الأفراد المبحوثين بالعينة هي الاستجمام والترفيه 56% وكذلك السِّياحَة الطبيعية 28% بينما لم تلقى السِّياحَة البيئية والعلاجية أي اهتمام 5% والرياضية 2% وهذا يدعو إلى زيادة الاهتمام والتوعية بهذه الأنماط السياحية من قبل معدّي البرامج السياحية وراسمي السياسات والخطط وإعداد البرامج المدروسة والمناسبة لهذا النمط من السِّياحَة.

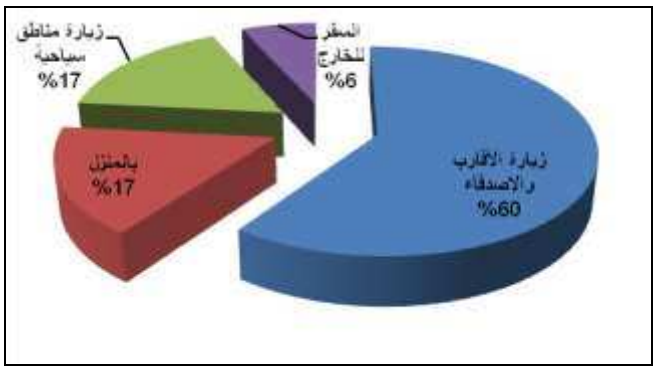


الشكل رقم (3) الأنماط السياحية المفضلة حسب آراء العينة المدروسة

. كما تفضل غالبية أفراد العينة المدروسة الإقامة في وحدات مبيت منفصلة (شاليهات) 33% وهذا يرتبط بنمط السِّياحَة المفضل الوارد ذكره وهو الاستجمام والترفيه والذي نال أكبر نسبة، وكذلك الإقامة في الشقق المفروشة بنسبة 22% وإن نسبة 18.3% تفضّل أفضل خدمة وبأسعار عالية نسبياً، وتبيّن الآراء إن الإقبال على فنادق (ثلاثة نجوم– نجمتين– نجمة واحدة) قليل بالرغم من انخفاض مستوى الدخل لدى الشريحة الأكبر، واعتبار الدخل أحد أهم العوائق

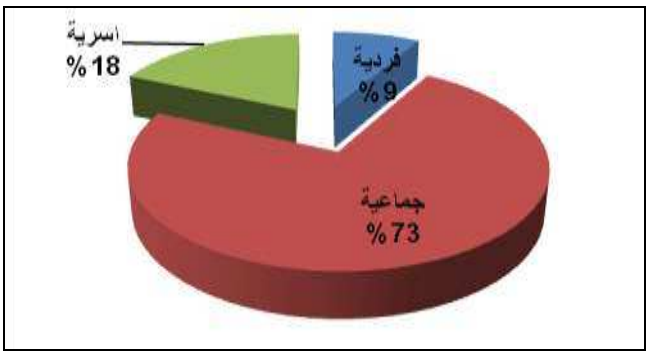
السياحية أمام قيامهم برحلة سياحية وإن ضعف الاتجاه للإقامة الفندقية من تلك المستويات يعكس عدم رضا الأفراد أو التشكيك بتناسب السعر و الخدمة أو تفعيل الإقامة المنفصلة (الشاليهات والشقق المفروشة) بسبب السِّياحَة الجماعية والأسرية.

. وللتخلص من أعباء العمل والضغوط الحياتية يقضون أغلب أوقات إجازاتهم في زيارة الأقارب والأصدقاء 60% بينما يقوم17% بزيارة مناطق ومقاصد سياحية و17% يبقون في المنزل وتقوم نسبة 6% بالسَّفر للخارج لأغراض السِّياحَة وغيرها، وهذا يُؤكِّد ضرورة إعداد برامج سياحيَّة داخليَّة متنوِّعة تُلبِّي رغبات شرائح المجتمع المختلفة.



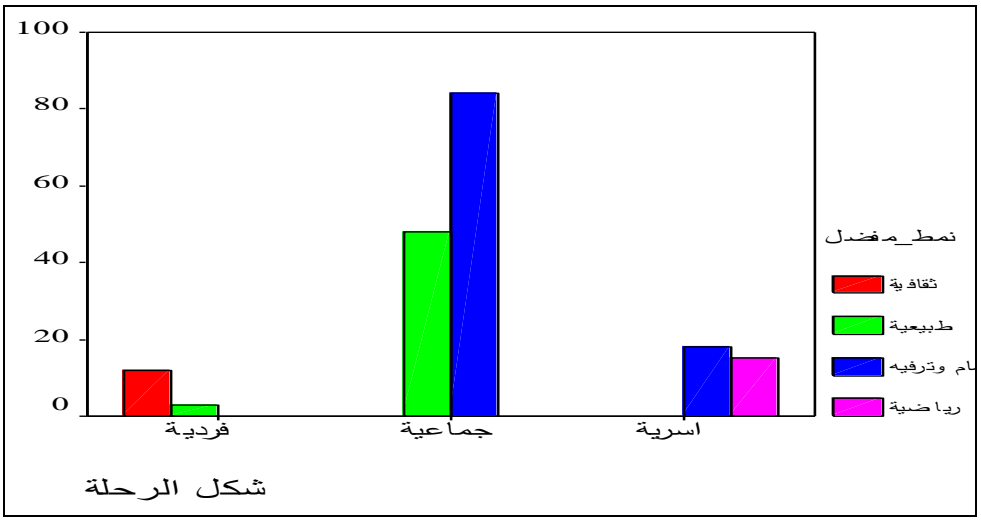
الشكل رقم (4) كيفية قضاء وقت الفراغ والإجازات من قبل العينة المدروسة

وتُفضِّل الغالبية من العيِّنَة المَدروسة السِّياحَة الجماعية 73% والأسرية 18% بينما الفردية 9% أسرية من قبل المؤسسات السياحية ووكالات السفر والشَّركة السُّوريَّة للِّسياحة. وهذا يرتبط بموضوع الإجازات الجماعيَّة والتَّواصل الاجتماعي الذي يُشجِّع هذا النَّمط من السِّياحَة. ولا بُدَّ من الاهتمام بالسِّياحَة الدَّاخليَّة خاصَّة أثناء الإجازات القصيرة (نهاية الأسبوع)، حيث أكد نسبة 78.3% من الأفراد المبحوثين على أن عطلة اليومين (الجمعة والسبت) ساهمت في تنشيط السِّياحَة الدَّاخليَّة وتشجيعها.



الشكل رقم (5) شكل السِّياحَة المفضل من قبل العينة المدروسة

ويلاحظ تفضيل المجموعات السياحية أو السِّياحَة الجماعية لنمط الاستجمام والترفيه والتمتّع بالطبيعة واكتشاف المناطق الطبيعية، كما تفضّل الأفراد مع أسرهم نمط السِّياحَة الإستجمامية والقيام ببعض النشاطات الرياضية بينما تكون السِّياحَة الفردية باتجاه التَّعرُّف على المعالم الثقافية والتاريخية من قبل الأفراد والباحثين والمهتمّين أو العاديّن، وأيضاً لحضور المؤتمرات والمهرجانات التي تعتبر فعاليّات ثقافية.



الشكل رقم (6) نمط السِّياحَة وشكل الرحلة المفضل من قبل العينة المدروسة

وحول العلاقة بين نمط السِّياحَة المفضل واختيار شكل المبيت يبين الجدول رقم(5) أن النسبة الأكبر تفضل السِّياحَة السَّاحلية 60% من العينة المدروسة وان نسبة 35% منهم تفضل الإقامة في فنادق خمس وأربع نجوم ومنهم نسبة 15% تفضل الإقامة في شقة مفروشة، وأن نسبة من يفضلون الإقامة في شاليه جبلية أو منزل منفصل هم الذين يفضلون نمط السِّياحَة الجبلية.

الجدول رقم(5) التقاطع الجدولي cross tabulation للعلاقة بين المبيت ونمط السِّياحَة المفضلة

noitalubatssorC * مقصد المبيت

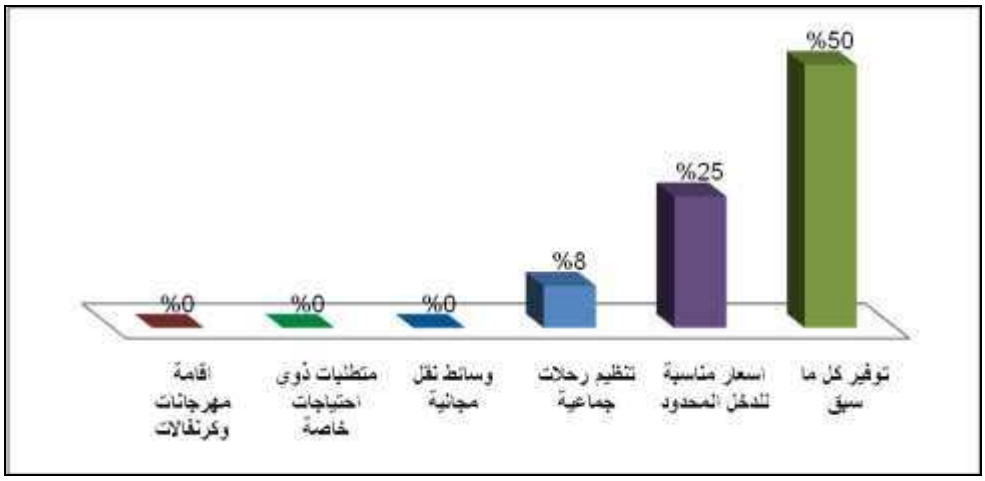
Count

		مقصد				
		ساحلية	اثرية	محتوية خدمات جيدة	الجبلية	Total
المبيت	فندق خمس نجوم	30				30
	فندق أربع نجوم	33				33
	فندق ثلاث نجوم	9				9
	فندق نجمتين	3				3
	فندق نجمةواحدة	6				6
	شقة مفروشة	27	12			39
	شاليه		3	9	48	60
Total		108	15	9	48	180

المصدر: الدراسة الميدانية.

. متطلبات نجاح السِّياحَة الدَّاخليَّة:

بعد استعراض أهم النقاط التي تعيق تطور ونجاح الحركة السياحية الدَّاخليَّة، كان لا بد من الوقوف على بعض الإجراءات والتدابير اللازمة لتذليل العقبات وتخفيف المعوقات وعلى المستويات كافة من قبل جميع أطراف العملية السياحية والمعنيين على إدارتها ونجاحها، وقد تضمن الاستبيان الموزع على أفراد العينة المبحوثة بعض الإجراءات والمقترحات اللازمة لنجاح السِّياحَة الدَّاخليَّة.



الشكل رقم (7) أهم الإجراءات والتدابير اللازمة لتطوير واقع السِّياحَة الدَّاخليَّة

يتبين من الشكل رقم (7) السابق أن غالبية أفراد العينة المدروسة أكَّدَت بنسبة 50% على ضرورة توفير جميع المتطلبات واتخاذ جميع الإجراءات الموصفة في الاستبيان وهذا يؤكد ضرورة تشاركيَّة وتكاملية جميع أطراف العملية السياحية، وهناك نسبة 25% أكَّدوا على ضرورة تحديد أسعار مناسبة لذوي الدخل المحدود وهم الشريحة الأوسع والتي ترغب بالسِّياحَة الدَّاخليَّة كبديل للسياحة الخارجية التي لا يستطيع غالبيتهم القيام بها نتيجة لعدة اعتبارات منها (رصد الميزانية الكافية والمناسبة – عدم توفر الوقت اللازم في ظل متطلبات العمل لتوفير الدخل الضروري...). وهناك ميل الى الرَّحلات الجماعية ذات الأبعاد الاجتماعية والمادية من قبل المبحوثين بالعينة حيث بينت نسبة 8% منهم على هذا الإجراء.

الجدول رقم (5) حساب كاي مربع للمتغيرات المتعلقة بتطوير السِّياحَة الدَّاخليَّة

المُتَغَيِّرات	القيمة الملاحظة	القيمة المتوقعة	الفرق	كاي– مُربَّع	القيمة الجَّدوَلية
variables	Observed N	Expected N	Residual	Chi-square	Asymp.sig
تنظيم رحلات جماعية برسوم مقبولة	30	45	-15	70	0.000
تحديد أسعار منشآت مناسبة	45	45	0		
تنظيم رحلات للموظفين	15	45	-30		
توفير كل ما سبق	90	45	45		
الإجمالي Total	180				

نُلاحظ من الجَّدوَل السَّابِق رقم(5) أنَّ قيم (كاي – مُربَّع) الإحصَائيَّة للمُتَغَيِّرات التي تؤلِّفُ أسئلة الاستبيان المُتَعَلِّقَة بالإجراءات والتسهيلات اللازمة لتطوير السِّياحَة الدَّاخليَّة، نجد أنَّها أكبر من القيمة المحسوبة وهي مَعنَويَّة عند مستوى دلالة $\alpha\langle 0.05$ حيث أن قيمة asymp.sig تساوي الصِّفْر، أي أنَّ هناك فروق ذات دلالة إحصَائيَّة. [13] وبناءً عليه نُقرُّ بوجود علاقة ذات دلالة إحصائيَّة حول ارتباط تلك المتغيرات بنجاح وتطوير السِّياحَة الدَّاخليَّة.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

1. يعدُّ عامل الأمن والأمان أحد أهم عوامل الجذب السِّياحي للسِّياحة الدَّاخليَّة والخارجيَّة وعاملاً مشجعاً على النشاط السِّياحيِّ بأبعاده كافّة.

2. يعتبر انخفاض الطَّلب على السِّياحَة الدَّاخليَّة من نقاط الضَّعف الخاصة بقطاع السِّياحَة وذلك بسبب تدني متوسط الدخل بالإضافة إلى ضعف الوعي بأهمية السِّياحَة على المستوى الفردي والوطني العام.

3. إن عدم توفُّر وقت الفراغ لدى كثير من الأشخاص يشكل عائقاً رئيساً في وجه حركتهم السياحية، كما أن المدة المحدودة للموسم السياحي تؤثر سلباً على النشاط الإنتاجي للشركات السياحية.

4. ضعف دور وسائل الإعلام في التَّعريف بالمقاصد السِّياحيَّة والترويج للمُنتَج السِّياحيِّ السُّوريِّ داخلياً واقتصارها على إعطاء معلومات قليلة وغير منتظمة.

5. لا تزال السِّياحَة الدَّاخليَّة متواضعة قياساً بالمقومات السياحية المتوفّرة، والسياحة القائمة غير منظّمة.

6. إن السِّياحَة المفضلة لدى غالبية الأفراد المبحوثين بالعينة هي الاستجمام والترفيه وكذلك السِّياحَة الطبيعية بالمقابل ضعف الاهتمام بالسِّياحَة البيئية والعلاجية أو عدم المعرفة بها.

7. تُفضِّل النسبة الأكبر من العينة المدروسة السِّياحَة الساحلية مع تفضيل الإقامة في فنادق خمس وأربع نجوم.

8. ارتباط السِّياحَة الدَّاخليَّة بالعطل والإجازة الصيفية يؤدي ذلك إلى حدّة الموسميّة وبالتالي إلى حرمان نسبة كبيرة من الحصول على المنتجات السياحية بأسعار كانت لتتاح لهم بشكل مناسب خارج الموسم، كما تنعكس زيادة الطلب السياحي الموسمي وتترجم كزيادة في الأسعار.

9. تلعب المنتجات السياحية المنافسة والبديلة دوراً كبيراً خصوصاً في ظل المقارنات التي يقوم بها المواطنين في سورية مع مستوى وأسعار الخدمات والمنتجات السياحية المعروضة في دول الجوار (تركيا بالدرجة الأولى ولبنان)، وما يلحظونه من فوارق في الأسعار وجودة الخدمات، وهذا ما يشجع المواطنين للسفر خارج القطر بقصد السِّياحَة الخارجية بدلاً من السِّياحَة الدَّاخليَّة مما يؤدي الى ميزان سياحي خاسر.

10. لم تؤدِّ التسهيلات والتشريعات الموجودة في سورية في تشجيع السِّياحَة الدَّاخليَّة وتوفير متطلبات نجاحها.

التوصيات:

1. تطوير السِّياحَة المحلية عن طريق دراسة برامج خاصة بالسِّياحَة الدَّاخليَّة تتوافق مع مستويات الدخل المادي لغالبية المواطنين والترويج لها وبالتالي تحفيزهم للتعرف على معالم البلاد.

2. إعادة صياغة برامج سياحية مبنية على دراسة جانب الطلب بما يتوافق مع خصائص الشريحة الأكبر في المجتمع والعناية بالسِّياحَة الدَّاخليَّة واعتبارها سوقاً مستهدفة، يجب تحليل ومعرفة مكوناتها وقدراتها، ومن ثم توفير العرض المناسب من المنتجات السياحية المناسبة.

3. إقامة مهرجانات وكرنفالات احتفالية ورعايتها من قبل جهات ذات خبرة وتخصص في إدارة هذا النوع وتشجيع أنماط سياحية مألوفة في دول الجوار الإقليمي.

4. تطوير المنتج السياحي في كل محافظة أو إقليم وتسويق كمنتج سياحي مستقل بالتنسيق مع الشركة السورية للسياحة. مع وجود برامج سياحية داخلية متنوعة تعكس اهتمام ورغبة الفئات المستهدفة

5. . اتخاذ الإجراءات والتسهيلات اللازمة كافة من قبل الجهات المعنية لتحسين جودة الخدمات المقدمة المتوافقة مع مستوى الأسعار سواء سائق التاكسي أم عامل المطعم والفندق وكل العاملين في المقصد.

6. ضرورة تحسين الخدمات السياحية (فندقية وإطعام) المقدمة للزبائن كإحدى وسائل الجذب والتشجيع للسياحتين الدَّاخليَّة والخارجية.

7. متابعة الإجراءات الخاصة بتصنيف الشقق المفروشة والتأكيد على سوية خدماتها، وتوجيه المستثمرين لتقديم أنماط فندقية مشابهة.

8. توفير وسائط نقل مجانية الى المقاصد السياحية وتشجيع السِّياحَة الاصطيافية خلال موسم السِّياحَة.

9. توفير أنشطة متنوعة في المناطق السياحية لإشباع أوقات السياح من مثل الأنشطة الترفيهية والرياضية والفنية والثقافية.

10. توفير أسواق موسمية للمنتجات الزراعية والحرفية في المناطق السياحية وخصوصًا في أيام نهاية الأسبوع والعطل الرسمية التي تشهد ازديادًا ملحوظًا في أعداد السياح.

المراجع:

1. عبد الحق، عادل. السِّياحَة والآثار في سوريَّة، وزارة السِّياحَة، سوريَّة، 1998، 42.
2. منصور، وائل. الفعالية الاقتصادية لسياسات التَّسويق والتَّرويج السِّياحيِّ في سوريَّة، رسالة دكتوراه غير منشورة كلية الاقتصاد، جامعة تشرين2010، 284.
3. حسن محمود، ناهد. تأثير القيم الثقافية على إدراك نزلاء الفنادق لجودة الخدمة دراسة ميدانية على القطاع الفندقي في سورية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة ، جامعة عين شمس، 2004، 189.
4. العيسى، سليم. السِّياحة في سوريَّة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلب،2007، 34.
5. عبد السَّميع، صبري. أصول التَّسويق السِّياحيِّ، جامعة حلوان، مصر، 1995، 72.
6. مثنى الحوري؛ اسماعيل دباغ . اقتصاديات السِّياحَة والسَّفر، دار الورَّاق للنَّشر، الأردن،2000، 53.
7. خضرة، جلال. التَّسويق السِّياحيِّ، مكتبة نينوى، دمشق، 2007، 140.
8. شمسين، نديم. مبادئ في السِّياحَة، الجمعيَّة الجغرافيَّة السُّوريَّة، دمشق، 2001، 44.
9. عن موقع الشَّركة السُّوريَّة للسِّياحة <www.syriatourismco.org>.
10. الزُّوكة، محمد خميس. صناعة السِّياحَة، دار المعرفة الجَّامعيَّة، الإسكندريَّة، 1998، الطبعة الثانية، 45.
11. جودة، محفوظ. التَّحليل الإحصائيِّ المُتقدِّم باستخدام spss، دار وائل للنَّشر، عمَّان،2008، 210.
12. بشير، سعد زغلول. دليلك إلى البرنامج SPSS، المعهد العربي للتدريب والبحوث، العراق، 2003، 119.
13. طيُّوب، محمود. الإحصاء في التَّربية وعلم النفس مع تطبيقات حاسوبية SPSS، منشورات مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، جامعة تشرين، 2009، 48.

استبيان خاص بالسِّياحَة الدَّاخليَّة للسوريين

أرجو من حضرتكم منحي جزءاً من وقتكم للإجابة على هذه التساؤلات التي تساهم في معرفة أرائكم حول السِّياحَة الدَّاخليَّة علماً أن المعلومات المتحصّلة ليست سوى بهدف البحث العلمي. **الباحث**

الفئة العمرية: من 15-24 ☐ من 25-44 ☐ من 45-64 ☐ 65 فأكثر ☐

النوع: ذكر ☐ أنثى ☐

1- أهم المقاصد السياحية التي تعكس اهتمام السوريين:

المنطقة الساحلية ☐ الأثرية ☐ العلاجية ☐ المحتوية على خدمات سياحية جيدة ☐

المناطق الجبلية ☐ الصحراوية ☐ المحميات ☐ الرياضية ☐ غير ذلك ☐

2- عند زيارتك لمنطقة سياحية في سورية أو مقصد سياحي (منتجع) فقد توفرت لك المعلومات الكافية مسبقاً.

نعم ☐ لا ☐

3- دور وسائل الإعلام الوطنية بمختلف القنوات في التعريف بالمعالم السياحية والسِّياحَة الدَّاخليَّة:

جيد جداً ☐ جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐ لا يوجد ☐

4- هل شاهدت عبر الفضائية السورية برامج أو فلاشات حفّزتك لزيارة موقع سياحي وقمت بزيارته فعلاً:

نعم ☐ لا ☐

5- إذا قررت السِّياحَة داخل سورية فأي نمط تفضّل:

سياحة ثقافية ☐ طبيعية ☐ ترفيه واستجمام ☐ بيئية ☐

دينية ☐ علاجية ☐ رياضية ☐ غير ذلك ☐

6- أين تقضي فترة إجازتك في الأعياد و المناسبات (أكثر من ثلاثة أيام) :

المنزل ☐ زيارة الأصدقاء و الأقارب ☐

زيارة مناطق سياحية ☐ السفر خارج القطر لدول أخرى ☐

7- إذا اخترت السفر لزيارة دول الجوار، أي دولة سياحية تختار:

تركيا ☐ لبنان ☐ الأردن ☐

8- نمط السِّياحَة المفضل لديك:

فردية ☐ جماعية ☐ أسرية ☐

9- أهم العوائق التي تحول دون قيامك بنشاط سياحي داخلي:

1. مستوى دخلك ☐
2. عدم وجود شركات سياحية فعّالة تصمم برامج فعالة ☐
3. عدم توفر الخدمات و التسهيلات المناسبة بالمقصد ☐
4. عدم توفر الأمن والأمان في المقصد ☐
5. انخفاض مستوى وجودة الخدمات المقدمة ☐
6. وقت الفراغ اللازم ☐
7. وجود مضايقات في المقصد ☐

8. غياب الرقابة على الخدمات السياحية المقدمة ☐
9. عدم وجود مرشدين وأدلاّء سياحيين ☐
10. عدم وجود الرغبة ☐
11. عدم توفر وسائط النقل (العامة والخاصة) ☐
12. عدم تحديد المقصد أو توفر المعلومات عنه ☐

10- إذا قررت القيام برحلة سياحية فما هي منشآت المبيت المفضّلة لك:

فندق خمس نجوم ☐ فندق أربع نجوم ☐ فندق ثلاثة نجوم ☐ فندق نجمتين ☐
فندق نجمة واحدة ☐ شقة مفروشة ☐ شاليه ☐ غير ذلك ☐

11- كيف تقيّم مستوى الخدمة المقدّمة لك في إحدى أماكن المبيت والإطعام :

جيد جداً ☐ جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐

12- هل ساهمت عطلة اليومين (جمعة وسبت) في تنشيط السِّياحَة الدَّاخليَّة ؟

نعم ☐ لا ☐

13- ساهمت التسهيلات والتشريعات الموجودة في سورية في تشجيع السِّياحَة الدَّاخليَّة:

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

14 – كيف تقييّم الاستثمار الحالي للمواقع السياحية :

جيد جداً ☐ جيد ☐ مقبول ☐ غير مرضي ☐

15- لتشجيع ذوي الدخل المحدود على السِّياحَة الدَّاخليَّة يتوجب على الجهات المعنية بالعملية السياحية (وزارة السِّياحَة – وكالات السِّياحَة والسفر ....) القيام بـ :

أ- تنظيم رحلات جماعية برسوم مقبولة ومناسبة . ☐
ب- اختيار وتحديد أسعار المنشآت السياحية لتتناسب مع مقدرات أصحاب الدخل المحدود . ☐
جـ- تنظيم رحلات جماعية للموظفين بتكاليف مناسبة تدفع بالتقسيط . ☐
د- توفير وسائط النقل المجانية. ☐
هـ- توفير متطلبات ذوي الاحتياجات الخاصة . ☐
و- إقامة المهرجانات والكرنفالات والمعارض السياحية بما يتوافق مع أيام العطل والإجازات . ☐
ز - توفير كل ما سبق . ☐

16 – من وجهة نظرك : دور القطاع الخاص في تطوير السِّياحَة الدَّاخليَّة :

جيد جداً ☐ جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐

17 – كيف تقييّم أداء العاملين في المنشآت السياحية التي قمت بزيارتها و التي تعكس درجة رضاك عن الخدمة المقدمة :

جيد جداً ☐ جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐

18 – مستوى إقبال السوريين على السِّياحَة الدَّاخليَّة وإدراكهم لأهميتها :

جيد جداً ☐ جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐