مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: استراتيجيات العمل السياحي والحركة السياحية في سورية
اسم الكاتب: د. مطانيوس مخول، د. منذر عواد، فداء موسى الدرويش
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4416
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 12:38 +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 (35) العدد (3) 2013
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (35) No. (3) 2013

استراتيجية العمل السياحي والحركة السياحية في سورية

الدكتور مطانيوس مخول*
الدكتور منذر عواد**
فداء موسى الدرويش***

(تاريخ الإيداع 14 / 10 / 2012. قُبِل للنشر في 14 / 4 / 2013)

□ ملخّص □

يمكن القول إن السياحة هي صناعة المستقبل ، ولا يزال تقدمها وتوسعها وتطورها ينمو بصورة سريعة جداً ، حيث تشير توقعات منظمة السياحة العالمية أن عدد السياح لعام 2020 سيصل إلى مليار وستمائة مليون سائح, وتمتلك سورية الكثير من مقومات الجذب السياحية المميزة وبما يؤهلها لتكون قبلة للسياحة العالمية ومقصداً للاستثمار السياحي المجدي اقتصادياً.

ولا تزال صناعة السياحة في سوريا ناشئة لذا يهدف البحث إلى دراسة وتحليل وبيان الأهمية الاقتصادية للسياحة وتأثيراتها المختلفة ودراسة العلاقة الارتباطية بين مختلف المتغيرات وقياس فاعلية سياسات التسويق والترويج السياحي التي تتبعها الإدارة السياحية لتحسين واقع الصناعة السياحية وقد توصل البحث لعدة نتائج أهمها تطور الصناعة السياحية في سورية خلال الفترة المدروسة كما نجحت الإدارة السياحية في تنشيط وجذب الاستثمارات وخلص البحث إلى بعض التوصيات لتفعيل النشاط السياحي والارتقاء بالصناعة السياحية إلى المستوى المأمول.

الكلمات المفتاحية : السائح، التسويق السياحي، الترويج السياحي.

* أستاذ مساعد – قسم الإحصاء التطبيقي – كلية الاقتصاد – جامعة دمشق – دمشق – سورية.
** دكتور – قسم الإحصاء التطبيقي – كلية الاقتصاد – جامعة دمشق – دمشق – سورية.
*** طالبة دراسات عليا (دكتوراه)– قسم الاحصاء التطبيقي– كلية الاقتصاد– جامعة دمشق–دمشق – سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (35) العدد (3) 2013
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (35) No. (3) 2013

Business Strategy of Tourism and Tourist Activity in Syria

Dr. Metanus Makhol*
Dr. Menzer Aoad **
Feedaa Darouish***

(Received 14 / 10 / 2012. Accepted 14 / 4 / 2013)

□ ABSTRACT □

It can be said that tourism is the future industry. Tourism advances, extends, and develops rapidly. Expectations of International Tourism Organization state that the tourists' numbers for 2020 will be one billion and six hundred million tourists,

Syria has several and exceptional tourist attractions. It is security and safety which allow Syria to be the world's destination for the profitable tourist investments. The tourism industry is still primitive, and the study analyzes the facts during the period stated. It shows the importance of tourism and its economic impact. Moreover, it studies the relation among the variables and the efficiency of tourist promotion and marketing in order to improve this industry to make Syria one of the leading countries in tourism industry. The main results are: Tourism industry has developed during the period studied, and the tourism administration had succeeded in attracting investments. The research states a set of recommendations to improve tourist activities and to let this industry grow to desired level.

Keywords: A tourist, tourist marketing, tourist promotion

* **Associate Professor , Faculty Of Economics ,University of Damascus ,Damascus ,Syria.**
** **Professor , Faculty Of Economics ,University of Damascus ,Damascus ,Syria .**
*** **Postgraduate student ,Faculty Of Economics ,University of Damascus ,Damascus , Syria.**

مقدمة:

تتجلّى أهمية قطاع السياحة بالنسبة لسورية من كونه قطاعاً واعداً يعوَّل على إسهامه في دعم الاقتصاد الوطني ، وإذا ما تمّت الاستفادة من هذا القطاع بالشكل الصحيح، فإنه سيكون قادراً على لعب دور محرّك النمو في القطاع الخدمي للاقتصاد السوري في مرحلة مابعد النفط، وهذه الأهمية الاقتصادية والاجتماعية لقطاع السياحة في سورية تؤكدها منظمات اقتصادية دولية رسمية، فحسب تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC) حول السياحة في العالم فإن صناعة السياحة في سورية في عام 2009 قد أسهمت بنسبة (4.2%) من الناتج الوطني الإجمالي (GDP) بقيمة 100 مليار ليرة سورية في حين أسهم مجمل الاقتصاد السياحي في سورية بنسبة (11.2%) من GDP بقيمة (271.5) مليار ليرة سورية، وأسهم كذلك الاقتصاد السياحي بنسبة (11.5%) من إجمالي فرص العمل في سورية لنفس العام، وحسب نفس التقرير فقد أسهم القطاع السياحي في سورية بتوفير (23.1%) من القطع الأجنبي في عام 2009, إن هذه الإحصائيات تجعل من الأولويات الكبرى إيلاء الدعم الكافي لتطوير وتنشيط القطاع السياحي في سورية المعتمد على محورين أساسيين هما: الطلب السياحي (السياح والزوار) والاستثمار السياحي (المشاريع السياحية). وسورية تحتوي على خلطة عجيبة من السحر والجمال، أي قادرة أن تجذب كلّ محبٍّ للسياحة بشرط أن يقترن ذلك بتسويق المقوّمات والموارد السياحيّة السورية بأسلوبٍ عصري منافس عالمياً، فالسِّياحة صناعة تنافُسيَّة بامتياز حيث يَسعى كلُّ بلدٍ إلى تطويرها واستحواذ الحِصَّة الأكبر من الطَّلب السّياحيِّ في السّوق الدولية عبرَ توفير جميع مقوّمات نجاحها.[السكر, م ,2008,ص 15]

في هذا الإطار جاء هذا البحث ليلقي الضوء على مقومات الحركة السياحية في سورية والاستراتيجية المتبعة لتطوير هذا القطاع بمنهجٍ تحليلي، بهدف الوصول إلى عدد من النتائج والتوصيات الهامة في تطوير العمل السياحي في سورية.

مشكلة البحث :

– ضعف الاستراتيجية التي يعمل في إطارها القطاع السياحي في سورية، حيث لا يوجد تنسيق وتناغم في عمل القطاعات الاقتصادية المختلفة.

– ضعف الخدمات المكملة للسياحة وأهمها ضعف البنية التحتية والإعلامية للسياحة في سورية مما يضعف القدرة التنافسية لقطاع السياحة.

– عدم تكافؤ المشاريع السياحية من حيث العدد والنوعية في عدد من المحافظات السورية مع حجم العرض السياحي المتوفر في هذه المحافظات.

أهمية البحث وأهدافه:

تكمن أهمية البحث في تحليل كيفية إدارة التوازن بين محاور العمل السياحي في سورية على جانبي الطلب والعرض السياحي، والاستراتيجية السياحية المطلوبة لتطوير هذه المحاور بشكل متكافئ,وتحليل واقع الاستثمار السياحي في سورية، وكيفية تطويره .

انطلاقاً من ذلك فقد جاء البحث ليحقق الأهداف الآتية:

1. واقع الحركة السياحية في سورية من حيث بنية الطلب والعرض السياحي، وأهمية تحقيق التّوازن بينهما.
2. البحث في كيفية رفع القدرة التنافسية لقطاع السياحة في سورية

3. التعريف بأهمية دور قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سورية.

فرضيات البحث:

-عدم وجود استراتيجية ممنهجة وواضحة المعالم حول التوافق بين كلٍ من حركة الجذب السياحي والاستثمار السياحي.

-وجود خلل في توزّع الاستثمارات السياحية على المناطق السياحية في سورية.

-ضعف جهود التسويق والترويج السياحي في سورية، وانخفاض كفاءة الأساليب المستخدمة.

منهجية البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقرائي للدراسات ذات الصلة بموضوع البحث.

النتائج والمناقشة:

تمت دراسة وتحليل واقع واستراتيجية العمل السياحي في سورية ورصد تطور صناعة السياحة من خلال عدة مؤشرات منها :

-تطور عدد القادمين وعدد السياح بمختلف جنسياتهم وتطور عدد ليالي المبيت

-تأثير قطاع السياحة على عملية التنمية المستدامة من خلال تأثيرها على العوامل الاقتصادية والاجتماعية

-تطور حجم الاستثمار في قطاع السياحة وفرص العمل المحققة وتطور عائدات قطاع السياحة

1- ماهية الحركة السياحية

لم تعد السياحة تهدف للمتعة والترف فقط ,ولكنها اليوم حاجة اقتصادية وعلمية وثقافية وسياسية تخضع للمنطق العلمي والتخطيط العالي المستوى في مجال التنمية السياحية , وقد نشطت منظمة السياحة العالمية في مجال بلورة التعاريف الإحصائية في مجال السياحة، حيث قامت بتنظيم مؤتمر دولي عام 1991 قدمت فيه مشروعاً وتوصيات اعتمدتها اللجنة الإحصائية في الأمم المتحدة عام 1993، مع اعتمادها للتصنيف الدولي الموحد للأنشطة السياحية.[السكر , م ,2008 , ص 15]

ويمكننا ذكر أهم المفاهيم المستخدمة في مجال السياحة :

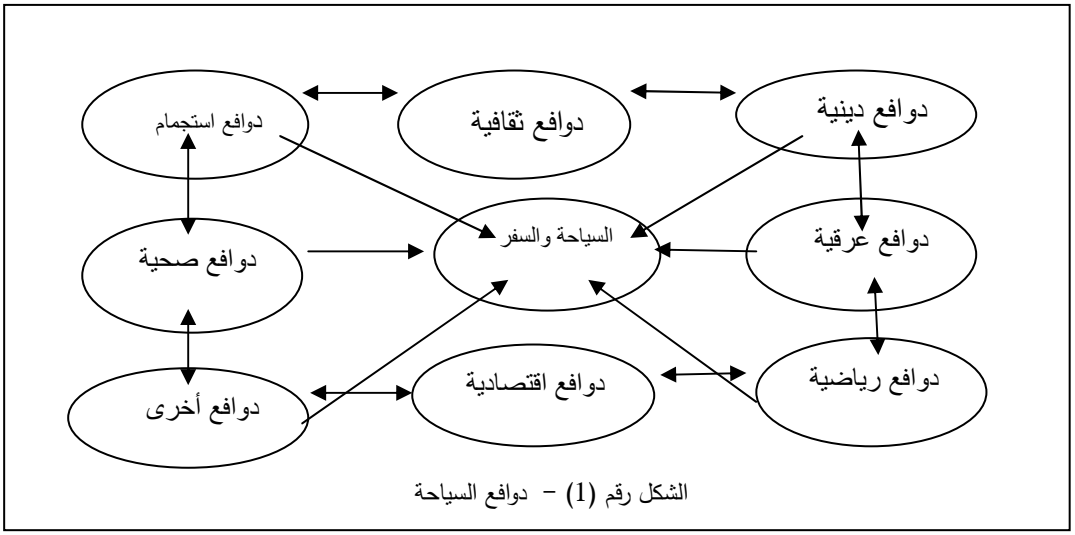
1- السياحة: تمثل أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن خارج أماكن إقامتهم المعتادة، ويقيمون فيها لمدة لا تتجاوز السنة، بهدف الاستجمام أو الزيارة.

2- الزائر: هو الشخص الذي يسافر إلى مكان خارج مكان إقامته المعتاد. لمدة تقل عن اثني عشر شهراً ولا يكون غرضه الحصول على المال.

3- القادم: هو كل شخص يدخل البلد المقصود سواءً مكث فيه أو غادره بنفس اليوم.

4-السائح: هو كل شخص قادم يبيت ليلة سياحية واحدة على الأقل في أماكن المبيت المختلفة.

و تتنوع الأسباب التي تدفع الناس للسفر , [الروبي , ن ,1987 , ص 118] وتقسم إلى:



الشكل رقم (1) – دوافع السياحة

2- محددات القطاع السياحي Determinants of the tourism sector

أ- مضاعف الإنفاق السياحي Tourism expenditure multiplier

يتعلق هذا المضاعف بمعدل التسرب ,أي المبالغ التي ينفقها السائح والتي تخرج مؤقتاً أو نهائياً من مجرى التداول في الاقتصاد, حيث تحتجز لمواجهة بعض المدفوعات,و يتم حساب هذا المضاعف من خلال قياس العلاقة بين الإنفاق السياحي والزيادات المتتابعة في الدخل القومي وذلك بالعلاقة الآتية:

$$M = \frac{1-L}{1-c(1-T_t)(1-T_d-U)+m} \quad (1)$$

حيث إنّ :

M :مضاعف الإنفاق السياحي

L :التسربات المباشرة

C :الميل الحدي للاستهلاك (مقدار التغير في الاستهلاك نتيجة التغير في الدخل بوحدة واحدة)

T_t:الميل الحدي للضرائب غير المباشرة

T_d :الميل الحدي للضرائب المباشرة

U:المعدل الحدي للمدفوعات التحويلية

m:الميل الحدي للاستيراد. عبد الوهاب ,ص ,1988 , ص 227] .

والجدول الآتي يبين تطور حجم الإنفاق السياحي في سورية وفقاً للأسواق السياحية الرئيسة:

الجدول (1): تطور الإنفاق السياحي في سورية حسب الأسواق السياحية الرئيسة.* (مليار ل.س)

العام	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
العرب	26.3	28.4	33.8	33.5	43.7	46.0	48.5	48.3	120.0
أجانب	11.5	10.8	11.6	10.4	13.9	16.2	19.2	20.6	36.4
مغتربون	18.4	20.3	26.1	26.8	44.2	41.9	43.1	43.1	43.0
المجموع العام	56.3	59.6	71.5	70.7	101.8	104.0	110.8	112.0	199.4

المصدر: المجموعة الإحصائية السورية، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق، 2009.

ويتضح أنّ الإنفاق السياحي في سورية يتطور بشكل تدريجي، حيث بلغ متوسط معدل الزيادة /19.57%/ سنوياً للفترة (2000– 2008)، وإن كان هذا المعدل يختلف من عام لآخر.

الجدول (2): مضاعف الإنفاق السياحي لعدد من المؤشرات الاقتصادية في سورية.

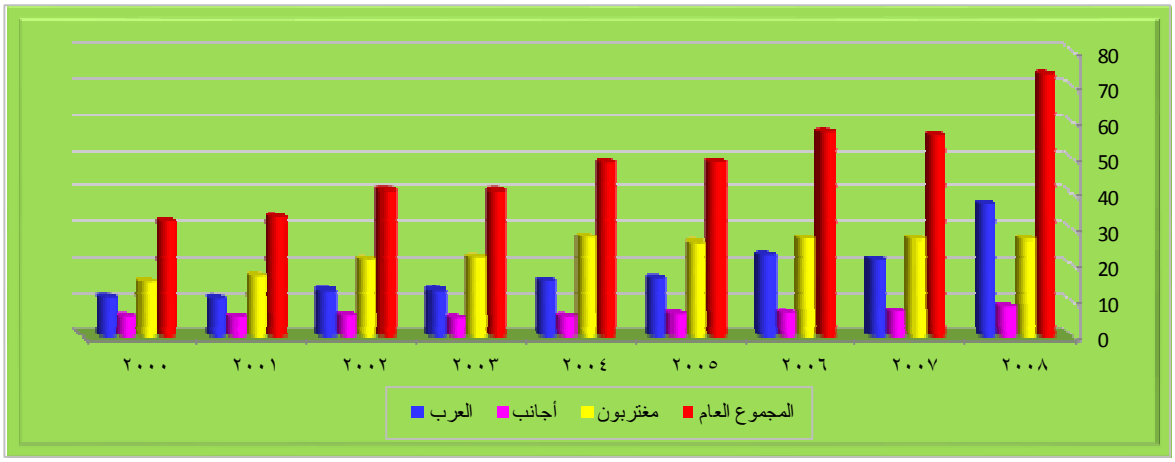
عام 2008	الأثر المباشر (1) (صناعة السياحة)	الأثر الكلي (2) (اقتصاد السياحة)	مضاعف الإنفاق السياحي (2)÷(1)
القيمة المضافة	2.044 (مليار$)	4.88(مليار$)	2.4
التشغيل	937.95 (ألف عامل)	1186.65 (ألف عامل)	1.3
الصادرات السياحية	3.519 (مليار $)	4.339 (مليار $)	1.2
الإنتاجية (لعام 2007)	3997 ($)	4320 ($)	1.1

المصدر: من إعداد الباحث

يتضح من الجدول السابق أنه تم حساب المضاعف السياحي من خلال قسمة الأثر الكلي على الأثر المباشر وهي الطريقة المستخدمة من قبل المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC).

ب–عدد ليالي السياح

و تحسب عدد ليالي السياح التي يقضونها في بلدٍ ما من خلال مختلف منشآت الإقامة.



الشكل (2): تطور عدد الليالي السياحية في سورية. (مليون ليلة)

يظهر من الشكل السابق أن الليالي السياحية تتطور بشكل مصرد وإن كانت قد تعثرت عام /2003/ وكذلك عام /2006/ ، أما الليالي السياحية للأجانب فتزداد ببطء شديد وهذا دليل أن السياح العرب في سورية أقل تأثراً بالعوامل السياسية مقارنة بالسياح الأجانب، كما نلاحظ ارتفاع نسبة الليالي السياحية للمغتربين مقارنة بالسياح العرب والأجانب ،كما أن الليالي السياحية للعرب تعادل أكثر من ضعفي عدد الليالي السياحية للأجانب ، وهذا يمكن تفسيره برغبة الكثير من السياح العرب بقضاء كامل عطلتهم الصيفية في سورية، والقفزة النوعية في عدد الليالي السياحية للسياح العرب في عام 2008.

ج–متوسط فترة الإقامة:

$$L = C * n \quad (2)$$

حيث :

L : متوسط فترة الإقامة

C: عدد الليالي التي قضاها السياح في فندقٍ ما خلال فترة زمنية معينة.

n : عدد السياح في ذلك الفندق خلال نفس الفترة الزمنية .

د–مصروف السائح اليومي :

و هناك عدة طرائق لحساب مصروف السائح, ولكن الطريقة الأفضل هي بالاعتماد على وسيلة النقل التي يستعملها السياح الداخلين إلى البلد

$$Y = d * f + d'f' \quad (3)$$

حيث إن:

Y:متوسط مصروف السائح

d: نسبة السياح الواصلين عن طريق البحر من مجموع السياح الداخلين إلى البلد ككل

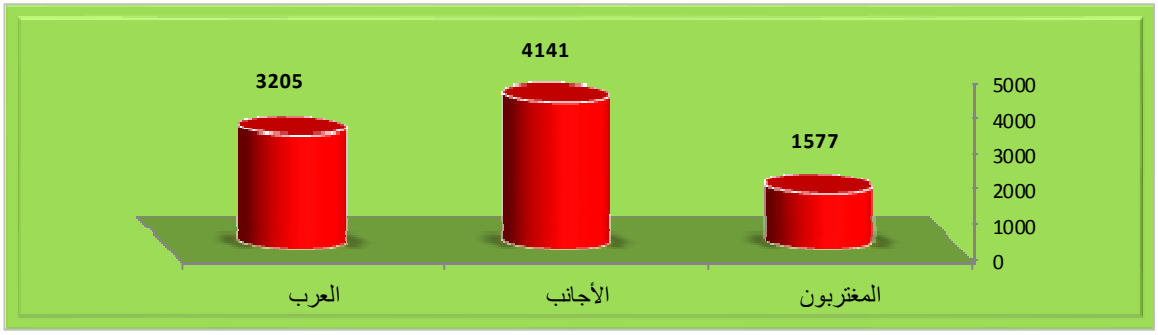
f: متوسط أسعار تذاكر السفر البحري في بلد السياح الأم

d': نسبة السياح الواصلين عن طريق النقل الجوي من مجموع السياح الداخلين إلى البلد ككل

f': متوسط أسعار تذاكر السفر الجوي في البلد الأم للسياح

ثم يتم تقسيم هذا المتوسط على متوسط فترة الإقامة للسياح لنتوصل إلى متوسط المصروف اليومي لكل سائح .

والشكل التالي يبين إنفاق السائح في الليلة السياحية الواحدة.



الشكل (3): إنفاق السائح في الليلة السياحية الواحدة حسب السوق السياحية لعام 2008. (ل.س)

نلاحظ أنّ السائح الأجنبي هو الأكثر إنفاقاً في الليلة السياحية الواحدة حيث وصل إنفاقه السياحي /4141 ل.س/ في الليلة السياحية الواحدة لعام 2008، تلاه السائح العربي ثم السائح السوري المغترب، والتحليل السابق يؤكد أهمية السائح الأجنبي في سوق السياحة السورية، وبالتالي كلما سعت الجهات السياحية الحكومية والخاصة في سورية لاستقطاب عدد أكبر من السياح الأجانب وإطالة فترة إقامتهم زاد حجم الإنفاق السياحي بنسبة أكبر فيما لو استقطبت نفس العدد من السياح العرب.

هـ – القادمون

بناءً على تعريف القادم الذي تم ذكره في فقرةٍ سابقة, فإن دراسة تطور أعداد القادمين إلى بلدٍ ما ، تُعدُّ من المؤشرات الاقتصادية الهامة.

و –الفنادق

أ–تقدير دخل الفندق :

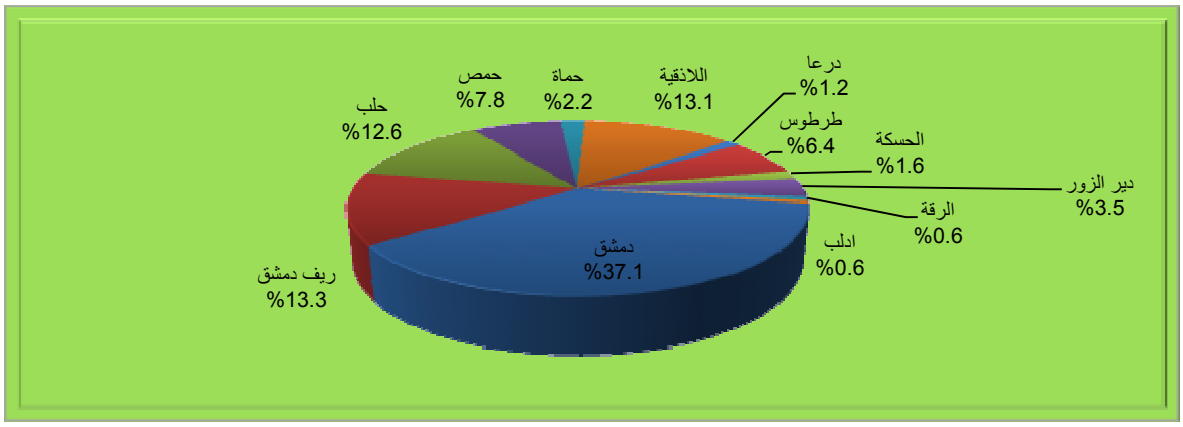
تتم المقارنة بين متوسط المصاريف ومتوسط الإيرادات للحصول على مجمل الخسارة أو الربح في الليلة للفندق

ب–نسبة امتلاء الفندق :

إذا أردنا معرفة نسبة امتلاء الفندق فإنه يتوجب معرفة عدد الأسرة الموجودة فيه ويتم حساب هذه النسبة كما يأتي :

نسبة امتلاء الفندق في فترة معينة= (عدد الليالي المشغولة×100)/عدد الأسرة الموجودة لنفس الفترة (4)

والشكل التالي يبين توزع الليالي الفندقية حسب المحافظات



الشكل (4): توزع الليالي الفندقية في سورية حسب المحافظة لعام 2008. (ألف ليلة فندقية)

نلاحظ من الشكل السابق أنّ محافظة دمشق تستحوذ على الحصة الأكبر من الليالي الفندقية بنسبة /37.1%/ من الليالي الفندقية في سورية، وهذا يمكن تفسيره بالطلب السياحي الكبير الذي تشهده العاصمة دمشق، كما أنّ أغلب الفنادق تتركز في دمشق بنسبة /32.9%/ ، كذلك يُظهر الشكل السابق أنّ المحافظات الستّ المتطورة سياحياً* (دمشق وريفها، اللاذقية وطرطوس، حمص وحلب) تستقطب /90.3%/ من الليالي الفندقية في سورية، وهذا يعكس حجم الطلب السياحي الكبير في هذه المحافظات من جهة، ويدلّل من جهةٍ أخرى على فقر باقي المحافظات الثماني بالمنشآت الفندقية لذلك نجد أنه مجموع الليالي الفندقية فيها لم يتجاوز ما نسبته /9.7%/ من مجموع الليالي الفندقية في سورية، وهذا التحليل يعكس ضعف التسويق السياحي والاستثماري في هذه المحافظات الغنيّة بالمواقع السياحية الطبيعية والتاريخية بكل أشكالها (ثلث آثار سورية في إدلب).

-إستراتيجية القطاع السياحي في سورية

يعتمد النشاط السياحي في تطوره وتقدمه على التخطيط الصحيح ضمن قطاع السياحة وعلى الاستراتيجية المتبعة في تفعيل دور السياحة ,فقد أُحدثت في سورية وزارة السياحة بموجب المرسوم رقم 41 لعام 1972 للعمل على تطوير القطاع السياحي، وتفعيل دوره في الاقتصاد الوطني ,و حددت الخطة الخمسية العاشرة (2006 -2010) الاستراتيجية السياحية [الخطة الخمسية العاشرة للجمهورية العربية السورية , الفصل التاسع ,ص 511] من خلال عدة أهداف وجب تحقيقها ,تمثلت في :

1. زيادة إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وتحسين مهارات الموارد البشرية .
2. تنظيم القطاع ومنظماته لزيادة فعالية العمل والإنتاجية فيه.
3. التنمية المتوازنة للمناطق باستخدام السياحة كمحرك تنمية والحد من الفقر لبعض المناطق السورية.
4. تحسين صورة سورية في الخارج وتعزيز قيم الضيافة.

على الرغم من تحديد الاستراتيجية الواجب اعتمادها في قطاع السياحة إلا أن نسبة الإنجاز كانت متواضعة وغير مرضية نتيجة تداخل عوامل عديدة , من أهمها ضعف الميزانية المخصصة للترويج للسياحة إلى سورية في الخارج , وسوء توزع الفنادق والمنشآت السياحية على محافظات القطر ,بالإضافة إلى تدني مستوى الخدمات المقدمة في المناطق السياحية وهنا تأتي أهمية تجاوز هذه المعوقات وتقديم كل ما يلزم لتسريع وتيرة االتطور السياحي، وفي هذا المجال نقترح وجود خارطة للعمل السياحي في سورية، تبين وفق خطة مدروسة كافة الأماكن القابلة للاستثمار

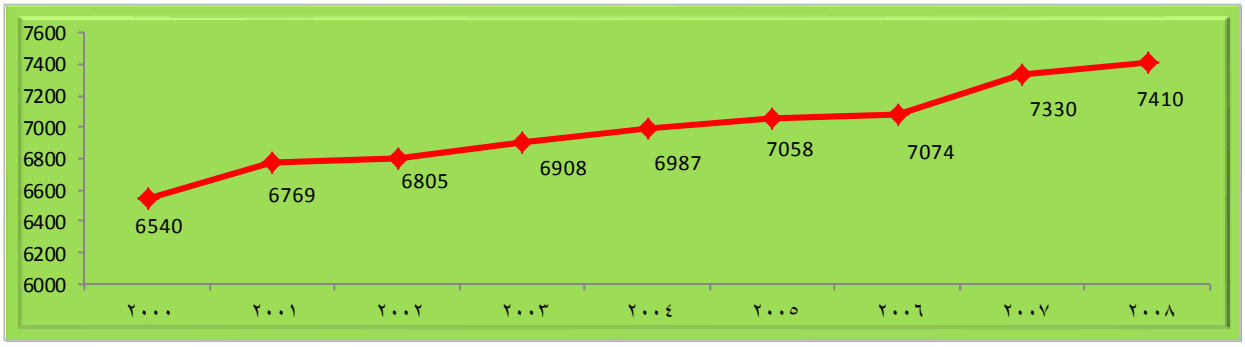
السياحي، وتوفير بنك معلومات إلكتروني عن كل العوامل والنشاطات المتعلقة بقطاع السياحة والجدوى الاقتصادية لأي استثمار سياحي وما هو النشاط الاستثماري المناسب لكل منها.

4- مقومات وخصائص السياحة في سورية

تمتلك سورية الكثير من المقومات السياحية المتنوعة الطبيعية منها والصناعية , ويتناول هذا المحور أركان الصناعة السياحية في سورية، والتي تُقسم إلى ثلاثة أركان أساسية هي:

أ- **النّقل:** ترتبط صناعة السياحة ارتباطاً وثيقاً بصناعة النّقل، إذ أنّه لا يمكن أن تنشأ صناعة سياحة وتتطور بدون وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها. والنقل يشمل ثلاثة مستويات: - برّي – بحري – جوّي.

– النقل البري: ويقصد به شبكة الطرق البرية (بما فيها السكك الحديدية) ,وقد تطورت شبكة الطرق البرية في سورية وفق الشكل التالي:



الشكل (5): تطور أطوال شبكة الطرق العامة في سورية (كم).

ونلاحظ من الشكل السابق التطور شبه الثابت لأطوال شبكة الطرق البرّية بمعدل (1.58%) سنوياً للفترة (2000-2008) وإن كان حقق تطوراً ملحوظاً في عام 2007 عن عام 2006 بمعدّل (3.6%).

2- النّقل البحري: يشمل المرافئ ووسائل النقل البحري ، ويتم النقل البحري في سورية عن طريق مرفأي اللاذقية وطرطوس

3- النقل الجوي: يضم هذا القطاع بشكل عام الطائرات النفاثة والطائرات العادية والطائرات العمودية، وقد ازداد عدد الركاب الفعلي في المطارات السورية وفق المخطط الآتي:

ب- **الإيواء:** لا يمكن أن نتصور سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن إيواء، ويتمثل الإيواء في: – الفنادق- الموتيلات- المخيمات – الشقق- البانسيونات- أماكن أخرى.

المحافظة	دمشق	ريف دمشق	حلب	حمص	حماة	اللاذقية	طرطوس	دير الزور	إدلب	الحسكة	الرقة	السويداء	درعا	القنيطرة	المجموع
عدد الفنادق	217	64	107	60	18	73	45	23	5	26	8	1	11	1	659
عدد الغرف	6750	3293	3036	1754	494	3363	1328	833	202	496	152	9	288	15	22013
عدد الأسرّة	15100	8925	6053	3856	1027	7091	2986	1733	392	990	314	20	579	25	49091

الجدول (3): توزع المنشآت الفندقية في المحافظات السورية لنهاية عام 2008.

المصدر: مديرية التخطيط والإحصاء، وزارة السياحة، دمشق، سورية، 2009.

نلاحظ أنّ (دمشق– ريف دمشق – اللاذقية – حلب – طرطوس– حمص) تشكل حصتها /85.8%/ من مجموع المنشآت الفندقية في سورية، بينما تأخذ باقي المحافظات (المحافظات النامية سياحياً) ما نسبته /14.2%/ من إجمالي المنشآت الفندقية وهذه المحافظات .

ج– البرامج: يرتبط نجاح السياحة بوجود برنامج معيّن يتمتع به السائح ويحجز له مسبقاً أو عند وصوله البلد المعني، تشمل هذه البرامج زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف والأماكن التاريخية وأماكن الترفيه والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضيّة، بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى مثل المحلات، الأسواق، أماكن عصرية، المنتزهات..

تشمل البرامج: – وكلاء السفر– الشركات السياحية – الأماكن الأثرية– الأماكن السياحية.

توضع برامج الرحلات بناءً على الخطط التنموية الوطنية والمحلية التي يتم فيها تحديد مسارات الرحلات ومواقع المرافق السياحية وعناصر الجذب السياحي والاعتبارات التسويقية.[الزوكة , م ,ص 197 ,1992]

6– التأثير المتبادل بين تطور قطاع السياحة وعملية التنمية المستدامة :

أ– تأثير السياحة على التنمية الاقتصادية

1– في الاقتصاد القومي :

– القيمة المضافة المحقّقة:

بلغت القيمة المضافة المحققة في صناعة السياحة والسفر في سورية /0.679/ مليار دولار عام 2003, لتصل إلى /2.044/ مليار دولار عام 2009 بمعدل نموّ سنوي /26.9%/ وسطياً خلال الفترة (2003–2009)، وقد بلغت القيمة المضافة المحققة في اقتصاد السياحة والسفر للأعوام نفسها /1.94/ و/4.88/ مليار دولار على التوالي بمعدل نمو سنوي /21.2%/ وسطياً خلال الفترة (2003–2009). وإنّ الفرق بين معدلي النمو السابقين يعكس ضعفاً في ترابط صناعة السياحة والسفر في سورية مع القطاعات الاقتصادية الأخرى.

الجدول (4): مقدار مساهمة كل من صناعة السياحة واقتصاد السياحة في الناتج المحلي الإجمالي السوري. (مليار دولار)

	2003	2005	2006	2007	2008	2009
مساهمة صناعة السياحة في GDP	0.679	1.198	1.46	1.752	1.975	2.044
مساهمة اقتصاد السياحة في GDP	1.943	2.917	3.573	4.211	4.672	4.885

المصدر: تقرير مجلس السياحة والسفر العالمي (WTTC) حول السياحة في سورية، 2010.

والجدول الآتي يوضح لنا نسبة إسهام كل من صناعة واقتصاد السياحة والسفر في تشكيل القيمة المضافة في الاقتصاد السوري وهو إسهام لا يزال ضعيفاً مقارنةً بالقدرات السياحية الكامنة التي يمتلكها هذا القطاع في سورية.

الجدول (5) نسبة مساهمة كل من صناعة واقتصاد السياحة والسفر في القيمة المضافة المحققة في الاقتصاد السوري(%)

البيان	2003	2005	2006	2007	2008	2009
نسبة مساهمة صناعة السياحة والسفر في GDP	3.06	4.82	5.2	5.63	6.07	6.1
نسبة مساهمة اقتصاد السياحة والسفر في GDP	8.96	11.74	12.6	13.53	14.37	14.5

المصدر: تقرير مجلس السياحة والسفر العالمي (WTTC) حول السياحة في سورية، 2010.

وعلى الرّغم من أنّ نسبة إسهام كل من صناعة واقتصاد السياحة والسفر في إجمالي القيمة المضافة المحققة ضمن الاقتصاد السوري تتّجه للازدياد حسب الجدول السابق إلا أننا نلاحظ أنّ معدلات النمو المحققة في القيمة المضافة لصناعة السياحة والسفر.

- الإنتاجيّة:

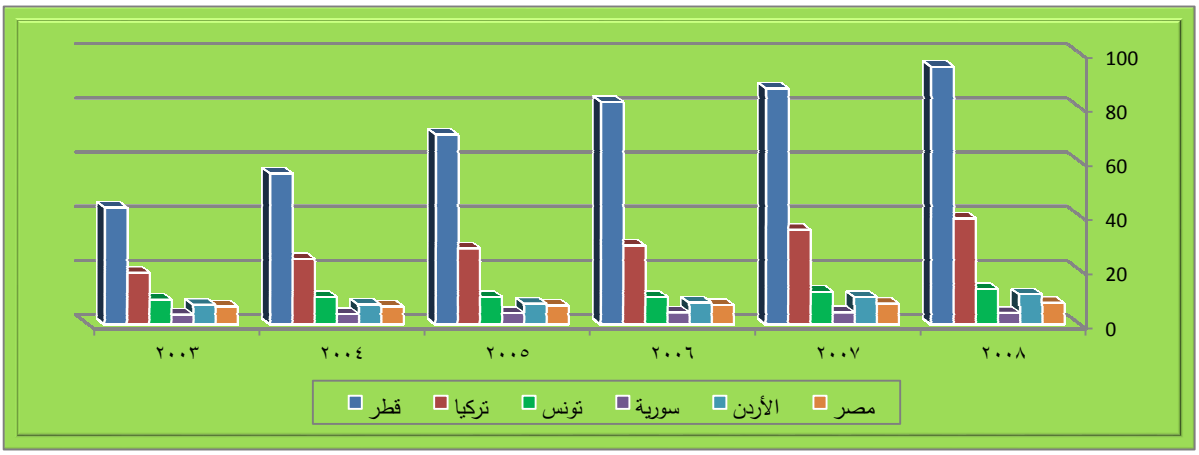
يعاني قطاع السياحة والسفر في سورية من انخفاض في إنتاجية العامل، وذلك لأسبابٍ عديدة منها تدني مستويات الأجور في هذا القطاع وعدم استخدام الأساليب الإدارية الحديثة ضمن معظم المنشآت السياحية

الجدول (6): تطور إنتاجية العامل في كل من صناعة واقتصاد السياحة والسفر السوري. (دولار)

البيان	2003	2004	2005	2006	2007	2008
حصة العامل من القيمة المضافة في صناعة السياحة والسفر	3100	3421	3760	3973	3997	2179
حصة العامل من القيمة المضافة في اقتصاد السياحة والسفر	3478	3720	4092	4308	4320	4117

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على قاعدة بيانات المجلس العالمي للسياحة والسفر(WTTC).

والشكل البياني الآتي يبين حصة العامل من القيمة المضافة التي يولدها اقتصاد السياحة والسفر في سورية وعدد من الدول المجاورة خلال الفترة (2003-2008):



الشكل (6)تطور إنتاجية العامل في اقتصاد السياحة والسفر في عدد من الدول لغرض المقارنة مع سورية. (ألف دولار)

يتّضح من الشكل السّابق أنّ حصّة العامل من القيمة المضافة التي يولّدها اقتصاد السياحة والسفر في سورية كانت الأقلّ بين العديد من الدول المجاورة خلال الفترة (2003–2008)، الأمر الذي يعكس انخفاض إنتاجيّة العامل في المنشآت المزوّدة للمنتجات والخدمات السياحية مقارنةً بالدّول الأخرى، وهذا ما يؤكّد أهمية وضرورة التركيز على تحسين الإنتاجية في المنشآت السياحية وهذا ما يؤكّد أهمية وضرورة التركيز على تحسين الإنتاجية في المنشآت السياحية عبر تطوير الإدارة وأتمتة مفاصل العمل، وتخفيض دورة التشغيل وزمن الخدمة وسرعة تقديم الخدمة وتطوير نوعيتها، وإتباع أساليب التحفيز ومنح امتيازات معيّنة للعامل، ووضع العامل المناسب بالمكان المناسب.

– الصادرات السياحية:

تُمثّل الصادرات السياحية أحد أشكال الصادرات غير المنظورة، وتتميز عن غيرها من الصادرات بأنّ المستهلك (أي السائح) هو من يأتي إلى المنتَج وليس العكس وقد بلغت الصادرات السياحية المباشرة في سورية (1.15) مليار دولار أمريكي في العام 2001 لتصل إلى (3.519) مليار دولار أمريكي في العام 2009 بمعدل نمو سنوي (17.3%) خلال الفترة (2001 –2009), وبلغت الصادرات السياحية غير المباشرة في سورية (0.51) مليار دولار في العام 2001 لتصل إلى (0.82) مليار دولار في العام 2009 بمعدل نمو سنوي وسطي (7.2%) خلال الفترة (2001 –2009)، الأمر الذي يؤكّد ضَعف التّرابط ما بين صناعة السياحة والسفر والقطاعات الأخرى.

2– على ميزان المدفوعات

كثيراً ما تُقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة بآثارها على ميزان المدفوعات في الدّولة، ويتحدد الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء أكانت سلبية أم إيجابية ويمثّل الميزان السياحي لدولة ما الحركة المزدوجة للسياح في هذه الدولة من سياحةٍ مغادرة وسياحة وافدة، أي يقيس بنفس الوقت حركة استيراد وتصدير السياح, ويُنَظَّم الميزان السياحي بذات الطريقة التي يُنظم بها ميزان المدفوعات للدولة [مقابلة, أ, ص 156 ,2007] والجدول الآتي يبين تطور الميزان السياحي في سورية للفترة (2001–2008)

الجدول (8): تطور الميزان السياحي في سورية. (مليار ل.س)

البيان	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
إنفاق السياح القادمين إلى سورية	29.8	36.4	38.0	92.2	102.8	103.6	144.0	199.4
إنفاق السياح السوريين بالخارج	25.1	30.7	34.4	33.3	29.1	27.6	32.2	97.5
رصيد الميزان السياحي	4.7	5.8	3.6	58.9	73.7	76.0	111.8	101.9

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى مسح السياحة الوافدة والمغادرة الذي قام به المكتب المركزي للإحصاء بدمشق في عام 2008، والإحصائيات الصادرة عن وزارة السياحة السورية.

يتضح من الجدول السابق أنّ الميزان السياحي السوري حقّق فائضاً في عام 2008 لأنّ إيرادات السياحة الوافدة كانت أكبر من نفقات السياح السوريين بالخارج، وهذا يعني أنّ قطاع السياحة في سورية يسهم بتصحيح ميزان المدفوعات بمقدار /101.9/ مليار ليرة سورية ، وهذا يعكس الأهمية الاقتصادية لتفعيل قطاع السياحة .

3-على العمالة :

تعدّ السياحة واحدة من أكبر القطاعات توليداً للوظائف في مجالات عديدة ومتنوعة، حيث تعدّ السياحة صناعة كثيفة العمالة، كما أنّ معدل خلق الوظائف في قطاع السياحة يعدّ أكثر سرعة من المعدلات السائدة في القطاعات الأخرى بنحو 1.5 مرة. وذلك طبقاً لدراسات مكتب العمل الدولي، فقد أسهمت صناعة السياحة والسفر بتشغيل 450 ألف عامل في العام 2001* في سورية ليصل إلى /937.95/ ألف عامل في العام 2008 بمعدّل نموّ سنوي 11% خلال هذه الفترة، بالمقابل أسهم اقتصاد السياحة والسفر بتشغيل /619.80/ و/1186.65/ ألف عامل على التوالي للأعوام 2001 و2008 بمعدل نمو سنوي /9.7%/. لكنّنا في سورية ما زلنا نفتقد للعمالة السياحية المؤهلة والمدرّبة نوعاً وعدداً بما يتناسب مع حجم العدد المطلوب من هذه العمالة، فإذا علمنا أنّ مجموع الطلاب الخريجين من المدارس والمعاهد السياحية في سورية بلغ حوالي 23000 خريجاً فقط حتى نهاية عام 2008 ، فهذا يعني أنّ هناك حالياً أكثر من 900 ألف عامل في صناعة السياحة السورية يعملون بدون كفاءة أكاديمية المجال السياحي .

الجدول (9): تطور نسبة مساهمة كل من صناعة واقتصاد السياحة والسفر في إجمالي التشغيل في الاقتصاد السوري(%)

البيان	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
صناعة السياحة والسفر	4.66	4.09	3.56	5.48	5.85	6.4	6.9	7.08
اقتصاد السياحة والسفر	10.96	10.49	9.08	12.27	13.16	14.18	15.11	15.22

المصدر: قاعدة بيانات المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC)، 2009.

نلاحظ التطور المطّرد في حصة كل من صناعة واقتصاد السياحة والسفر من إجمالي العمالة التي يُشغّلها الاقتصاد السوري .

ب- تأثير السياحة على التنمية الاجتماعية

-تؤدي إلى تعميق العلاقة بين السياح ومواطني دول العرض السياحي وتشجع على التقارب الاجتماعي والتبادل الحضاري .

-تؤدي إلى تنمية الحس الحضاري لدى مواطني دول العرض السياحي وإذكاء الروح الوطنية لديهم في تحسين الظروف والواقع في مختلف مناطق الدولة ومدنها وقراها .

-تؤدي إلى إدراك أبناء دول العرض السياحي لأهمية وقت فراغهم ووجوب استغلالها الاستغلال الأمثل .

-تشجع على إنشاء وتحسين المراكز الثقافية والترفيهية .[مسعد , م ,2008 ,ص 139]

7- الاستثمار السياحي في سورية

أ-دور القطاعين العام والخاص في تمويل المشاريع السياحة

أصبح تمويل المشاريع السياحية من أهم المؤشرات التي تعبر عن مدى الاهتمام بالنشاط السياحي في أي بلد, وبشكلٍ عام, يتم تصنيف التمويل المقدم إلى النشاط السياحي إلى مصدرين رئيسيين هما :

-المصدر الأول :الموارد الذاتية : والتي يقصد بها إجمالي موارد التمويل التي يسهم بها صاحب النشاط السياحي ممثلةً في رأس المال المخصص للمشروع واحتياطياته وأرباحه المحتجزة .

-المصدر الثاني : الموارد الخارجية :و يقصد بها الموارد غير الذاتية , [مسعد,م,2008 ,ص139]

و يتميز التمويل السياحي بكونه :

1-مستقر الشروط كماً ونوعاً وتوقيتاً ومجالاً بحيث لا يسبب أي إرباك للمدير المالي للمشروع .

2-متاحاً بالوفرة المطلوبة التي تفي بالغرض الذي من أجله تم الحصول على هذا التمويل.

3-يتصف بقلة التكلفة أو بانخفاض هذه التكلفة عن العائد الذي يحققه المشروع السياحي.

4-يتأثر بمدى تفهم مقدميه لطبيعة العمل السياحي واحتياجاته سواءً من جانب عمليات السداد أو من جانب إعادة الاقتراض .السياحي .[كافي ,م ,2008 ,ص 267]

- الاستثمار السياحي الحكومي:

رعت الحكومة في سورية قطاع السياحة ودعمت عملية الاستثمار السياحي انطلاقاً من الدور الاقتصادي المأمول أن يلعبه قطاع السياحة في ظلّ الانكماش المتواتر لإيرادات النفط السوري، فقد وصل حجم الموازنة الحكومية للترويج السياحي إلى /7.5/ مليون دولار عام 2008، وقد كانت الانطلاقة الفعلية لعملية الاستثمار السياحي في سورية من خلال تشييد الحكومة السورية لعدد من الفنادق السياحية الدولية في عدد من المحافظات السورية،حيث تتمثل الاستثمارات السياحية الحكومية في سورية بمجموعة من المنشآت السياحية التي تملكها بشكل كامل الجهات العامة وفي مقدمتها وزارة السياحة يليها الاتحادات والنقابات والمنظمات الشعبية..، والمشاريع السياحية التي أسستها وزارة السياحة بعد إحداثها تمثلت بفندقي ميريديان اللاذقية وميريديان دمشق وفندق شيراتون دمشق.والجدول الآتي يبين تطور هذه الحصة خلال السنوات التسع الماضية:

الجدول (10): تطور حصة وزارة السياحة في سورية من أرباح الفنادق الدولية الثلاثة التي تملكها*. (مليون ل.س)

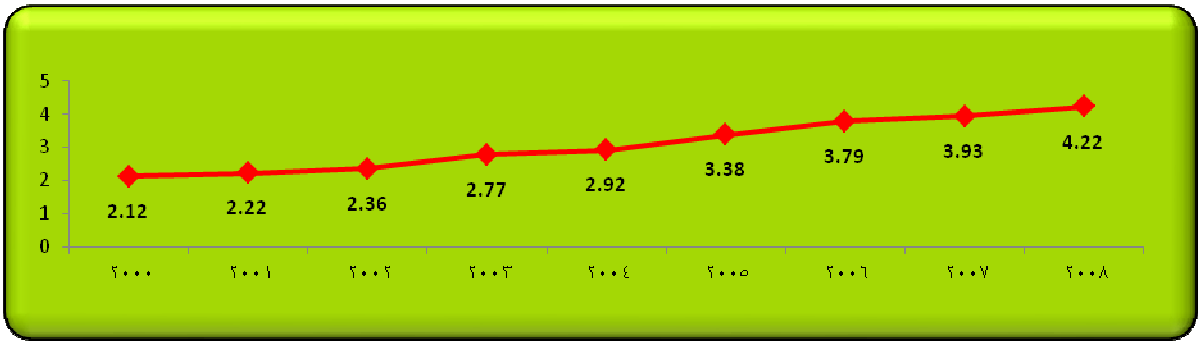
العام	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
حصة وزارة السياحة من أرباح فنادقها	330	401	421	400	568	667	566	788	924

المصدر: مديرية أملاك الوزارة، وزارة السياحة، دمشق، سورية، 2009.

يتضح من الجدول السابق أنّ حصّة وزارة السياحة من الفنادق التي تمتلكها تطورت خلال السنوات (2000-2008) بمعدل نمّوٍ وسطي يعادل /15.28%/ سنوياً، كما تمتلك وزارة السياحة العديد من الفنادق الأخرى في .

الاستثمار السياحي الخاص:

تقع على عاتق القطاع السياحي الخاص مسؤولية كبيرة في تهيئة المناخ المطلوب لاجتذاب السياح، وفي تحسين نوعية المنشآت والخدمات السياحية، وتُشكل السياحة فُرصاً غنية أمام القطاع الخاص المحلي والعربي والدولي للاستثمار السياحي في سورية، لا سيما بعد صدور المرسوم التشريعي رقم /8/ لعام 2007 الخاص بالاستثمار وضماناته ومزاياه وقد سمح هذا المرسوم للمستثمر أيّاً كانت جنسيته بتملك واستئجار الأراضي والعقارات اللازمة لإقامة مشروعه الاستثماري، والاستثمارات السياحية الخاصة تعدّ أساس الصناعة السياحية في سورية, والشكل الآتي يبين تطور الاستثمارات السياحية العاملة في سورية خلال التّسع سنوات الماضية:



الشكل (7): تطور الاستثمارات السياحية العاملة (في الخدمة) في سورية. (مليار $)

يتضح من الشكل السابق التزايد المطّرد في الاستثمارات السياحية العاملة، حيث بلغ معدل التزايد الوسطي /9.1 %/ سنوياً للفترة (2000-2008)، بينما تزايد عدد السياح في سورية بشكلٍ وسطي بمعدل /12.7%/ سنوياً خلال نفس الفترة، وهذا يدلّ على وجود فجوة استثمارية في قطاع السياحة بين كل من العرض السياحي والطلب السياحي في سورية بمقدار /3.6%/ .

- **الترويج السياحي**

يمثل مؤشر حجم الإنفاق العام على الترويج والتسويق السياحي في أي بلد دليلاً على نظرة الحكومة ومدى اقتناعها بأهمية القطاع السياحي وقدرته على زيادة الناتج المحلي الإجمالي في هذا البلد،والجدول الآتي يبين مدى تنفيذ الخطة المرسومة في مجال رفع حجم الإنفاق الحكومي على التّرويج السياحي:

الجدول (11): مدى تحقيق الدولة لإستراتيجيتها في زيادة الإنفاق الحكومي على الترويج السياحي لنهاية 2008.

المؤشرات الاقتصادية المستهدفة	المخطط لغاية 2010	القيمة في 2004	الزيادة السنوية المخططة	القيمة المخططة لنهاية 2008	القيمة الفعلية المحققة	مقدار الزيادة أو النقصان
الموازنة المخصصة للترويج السياحي- مليون دولار	15	1.5	2.25	10.5	7.5	-3

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى كل من الخطة الخمسية العاشرة للسياحة والإحصائيات السياحية الصادرة عن وزارة السياحة في سورية.

يتضح من الجدول أعلاه أنّ الميزانية الترويجية لم تتجاوز /7.5/ مليون دولار أمريكي بنهاية عام 2008 محققةً تراجعاً بمقدار /3/ مليون دولار أمريكي عما هو مرسوم لها في الخطة الخمسية العاشرة، وهذا يعكس جوانب عديدة أهمّها انخفاض الإيرادات السياحية عن الخطة المرسومة لها ونفس الأمر بالنسبة لباقي جوانب الطلب السياحي، ومن الناحية الاقتصادية هناك علاقة مترابطة بين حجم الإنفاق على التسويق والترويج السياحي وبين حجم الطلب السياحي، فكلما زاد الإنفاق على التسويق والترويج السياحي ارتفع حجم الطلب السياحي، لكن هذا مشروط بإدارةٍ سياحية ناجحة قادرة على التوظيف الأمثل لموارد البلد ومُقدَّراته السياحية، وكذلك قادرة على إشراك القطاع الخاص بعملية الترويج والتسويق السياحي، بما يحقق رفع كفاءة الإنفاق السياحي العام والخاص وزيادة عائديّة الدولار الواحد الذي تنفقه الدولة على التسويق والترويج السياحي، والجدول السابق يُظهر أنّ الميزانية الحكومية المخصصة للترويج السياحي زادت بخُطىً بطيئة ومترددة فقد كانت /0.5/ مليون دولار عام 2001 لتصبح /1.5/ مليون دولار عام 2004 وبقيت كذلك حتى عام 2007 لتصبح /5.5/ مليون $ لترتفع إلى /7.5/ مليون دولار عام 2008، وبالتالي لم ترتقِ الميزانية الترويجية إلى المستوى المطلوب ,وقد تطورت الخبرة في تنظيم الرحلات الاطلاعية للإعلاميين والشركات السياحية إلى سورية وتطور الخبرة في عقد ملتقيات سوق الاستثمار السياحي وإجراءاتها (تم عقد 6 ملتقيات دولية للاستثمار السياحي بين عامي 2005– 2010) وتطور المشاركة في تنظيم المعارض والأسابيع السياحية في أهم المدن العربية والأجنبية وإقامة المهرجانات السياحية (تم المشاركة في 30 معرض سياحي دولي عام 2008 إضافة إلى المعارض المحلية.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

1–تؤدي السياحة دوراً اجتماعيّاً هاماً في سورية كونها من القطاعات الاقتصادية الأقدر على امتصاص العمالة لكننا في سورية ما زلنا نفتقد للعمالة السياحية المؤهلة والمدرّبة نوعاً وعدداً .

2–رغم الدور الاقتصادي والاجتماعي الكبير لقطاع السياحة في سورية إلا أنّ تنافسية هذا القطاع مازالت دون المستوى المطلوب حيث حصلت سورية على الترتيب (133/85 دولة) في مجال تنافسية القطاع السياحي على المستوى العالمي.

3– هناك قصور في التشريعات السياحية وتعقيد في زمن الترخيص السياحي، وهذا يُشكّل أحد الأسباب التي لم تُفسح المجال بعد أمام القطاع الخاص ليلعب دوره الحقيقي كمحرّك فعلي للقطاع السياحي.

4– هناك ضعف في جهود التسويق والترويج السياحي في سورية، وانخفاض في كفاءة الأساليب المستخدمة في هذا المجال، لأسباب كثيرة نذكرها وفق أهميتها: غياب استراتيجية مشتركة بين القطاعين العام والخاص في مجال التسويق والترويج السياحي الداخلي والخارجي، ضعف دور غرف السياحة، تقصير حكومي في هذا المجال، قلّة الخبرة والكفاءة التسويقية والترويجية.

5–تتوزّع الاستثماراتُ السياحية بشكلٍ غير متوازن على المناطق والمحافظات السورية، وبشكل لا يتناسب مع توزّع المنتَجات السياحية وهذا يعكس قصوراً في التخطيط الإقليمي للاستثمار السياحي السوري، ويسهم بنفس الوقت في اتساع الفجوة بين معدل تطور الاستثمارات السياحية ومعدل زيادة القدوم السياحي.

6- تتوزّع الاستثماراتُ السياحية بشكلٍ غير متوازن على المناطق والمحافظات السورية، وبشكل لا يتناسب مع توزّع المنتَجات السياحية وهذا يعكس قصوراً في التخطيط الإقليمي للاستثمار السياحي السوري، ويسهم بنفس الوقت في اتساع الفجوة بين معدل تطور الاستثمارات السياحية ومعدل زيادة القدوم السياحي.

7- تعاني المشاريع السياحية الحكومية والمشتركة من انخفاض أدائها في سورية،

التوصيات:

1- العمل على وضع خطة استثمارية واضحة في مجال السياحة نستطيع من خلالها تطوير العرض السياحي كماً وكيفاً ومن خلال توزيع عادل للاستثمارات وعلى مستوى جميع المحافظات السورية.

2- زيادة الاعتمادات المخصصة للتسويق والترويج السياحي, واستخدام كل مايلزم من وسائل الترويج السياحي ولعل استخدام وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة يلعب دوراً كبيراً في هذا المجال .

3- ضرورة نشر الوعي السياحي والثقافة السياحية عند جميع المواطنين , وإنشاء صندوق لدعم السياحة يأخذ بعين الاعتبار أيام الكساد نتيجة ظروف طبيعية ودولية غير ملائمة.

4- النهوض بالسياحة المتخصصة: خاصة سياحة المغامرات والمؤتمرات والسياحة العلاجية وسياحة الصحراء وسياحة المسابقات والسياحة الشمسية .... الخ , وتأمين الكوادر المدربة سياحياً من خلال إنشاء تفعيل المناهج المتبعة في كليات السياحة في الجامعات السورية ودعم المعاهد والمدارس السياحية الموجودة.

المراجع :

1- إحصائية الإنفاق السياحي في سورية , المكتب المركزي للإحصاء, سورية,(1990-2004)

2- الخطة الخمسية العاشرة للجمهورية العربية السورية ,المكتب المركزي للإحصاء ,سورية

3- الدليل السياحي, وزارة السياحة, دمشق,سورية, 2003

4- الروبي ,نبيل .اقتصاديات السياحة, مجموعة الدراسات السياحية ,الأردن, 1987

5- السكر , مروان . السياحة :مضمونها وأهدافها ,سلسلة الاقتصاد السياحي ,الأردن,2008

6- المجموعة الإحصائية السورية للأعوام(1990- 2005),المكتب المركزي للإحصاء, سورية

7- برهوم ,أحمد. السياحة في سورية, دار النور ,بيروت , 2007

8- عبد الوهاب , صلاح الدين . تخطيط الموارد السياحية ,منشورات دار الشعب ,القاهرة , 1990

9- مسعد, منصور. فن سياحة المخيمات , سلسلة الرضا للمعلومات ,بيروت ,2008

10- مقابلة ,أحمد محمد. صناعة السياحة, الدار القومية , بيروت, 2007

11- ملتقى سوق الاستثمار السياحي الثاني, وزارة السياحة , سورية