مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: أثر الأزمة السورية على الأمن السياحي في سورية (دراسة مقارنة بين فترة الأزمة وما قبلها 2007 – 2013)
اسم الكاتب: د. محمد صقر، د. حيان أحمد سلمان، لورا محمد عباس
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4894
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 19:51 +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 (38) العدد (5) 2016
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (38) No. (5) 2016

أثر الأزمة السورية على الأمن السياحي في سورية
(دراسة مقارنة بين فترة الأزمة وما قبلها 2007-2013)

الدكتور محمد صقر*
الدكتور حيان أحمد سلمان**
لورا محمد عباس***

(تاريخ الإيداع 4 / 9 / 2016. قُبِل للنشر في 24 / 10 / 2016)

□ ملخّص □

يتناول البحث أهمية صناعة السياحة الآمنة كونها تشكل الركيزة الأساسية في تطوير صناعة السياحة في ظل تيسير سبل السفر والاتصال والحركة والانتقال ، وفي ظل امتلاك سورية المقومات الأساسية للسياحة، وغيرها من مقومات الجذب السياحي.

ومع ذلك يظل الجانب الأهم للحفاظ على هذه المقومات السياحية الأمن بشكل عام والأمن السياحي بشكل خاص، حيث يعتبر أمن وسلامة السياح في المرافق والأنشطة السياحية والأثرية وأمن وسلامة المرافق والأنشطة السياحية والأثرية من العناصر الأساسية في تنمية وتطوير قطاع السياحة، خاصة في ظل الأعمال الإرهابية التي أصبحت تشكل خطراً على مستقبل السياحة وحياة الناس.

وهذا يتطلب إيجاد استراتيجية للسياحة تعتمد على جوانب الجذب السياحي : توفر الأمن – توفير الخدمات السياحية– الطبيعة الخلابة – وسائل الإعلام – المعارض – أنشطة سياحية أخرى . ويتطلب أيضاً وجود إدارات لقطاع الأمن السياحي في ظل تنامي الحركة السياحية والتوسع في مقومات وعناصر النشاط السياحي .

الكلمات المفتاحية: السياحة– السائح– السوق السياحي– الأمن السياحي – السياسة السياحية – الأزمة السياحية .

* أستاذ مساعد – قسم الاقتصاد والتخطيط – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سورية.
** أستاذ مساعد – قسم الاقتصاد والتخطيط – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سورية.
*** طالبة دكتوراه – العلاقات الاقتصادية الدولية – قسم الاقتصاد – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (38) العدد (5) 2016
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (38) No. (5) 2016

The Impact of the Syrian crisis on tourism security in Syria " Acomparative Study Between The Period of crisis and befor 2007-2013"

Dr. Mohammad sacker*
Dr. Hayyan Ahmad salman**
Loura Mohammad Abbas***

(Received 4 / 9 / 2016. Accepted 24 / 10 / 2016)

□ ABSTRACT □

This research is about the importance of safe of tourism industry becausa. It constitutes the center Piece in the development of tourism industry under the development of tourism industry under the facilitation of travel, communications, movement, and transporting in the shadow of the basic components of tourism and other elements of tourist attractions.

However, the most important aspects to keep these tourism resources are Security in general and tourism Security. In particular, where the safety and Security of tourists in the tourist Amenities and activities and archaeological sites, and the Security of the tourist amenities and activities and archaeological sites are essential elements in the development of the tourism Sector, especially in light of the terrorist acts that have become athreat to the future of tourism and People's lives.

This requires a tourism strategy based on aspects of the tourist attractions: providing security, tourist services, charming nature, media, exhibitions and other tourist activities.

This also requires the Presence of the department of the security sector of tourism in light of the growing tourist traffic and the expansion of the components and the elements of the tourism activity.

Key words : Tourism- Tourist– Tourism market– Tourism security– Tourism policy– Tourism crisis.

*Associate professor- Department of Economics and Planning- Tishreen university- Lattakia- Syria.
**Associate professor- Department of Economics and Planning- Tishreen university- Lattakia- Syria.
***Postgraduate student- Department of Economics and Planning- faculty of Economics- Tishreen university- Lattakia- Syria .

مقدمة :

تعتبر الصناعة السياحية أحد أهم الصناعات في القرن الحادي والعشرين . فقد احتلت مكاناً متميزاً بالنسبة لاقتصاديات معظم الدول ، وأصبحت من أكبر الصناعات في العالم بل وتعتبر قاطرة للتنمية نتيجة الاهتمام بمقومات السياحة وعناصر الجذب السياحي لجذب أكبر عدد من السياح.

وتطورت السياحة من ظاهرة بسيطة إلى صناعة كبيرة وأصبح لها أسسها وأركانها وأجهزتها المتعددة ، وبالرغم من هذه الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي إلا أن هذا القطاع المهم يتعرض دائماً للأعمال الإرهابية التي تلعب دوراً كبيراً في تقويضه، فلا سياحة بدون أمن ، ولقد أصبح عنصر الأمن والاستقرار صمام الأمان ومن أهم الركائز لانتعاش السياحة في أية دولة مهما بلغت من العظمة والرقي .

ومن المؤكد أن السياحة تتأثر بشكل كبير بالوضع الأمني السائد في أي بلد من بلدان العالم، والأمن السياحي جزء من الأمن الشامل . كما غدت مشكلة الأمن السياحي تحظى بالاهتمام الكبير و أصبح الاستقرار السياسي شرطاً جوهرياً لإقامة صناعة ناجحة للسياحة .

وهكذا فإن نجاح السياحة مرهون بوجود النظام والاستقرار وإدارات لقطاع الأمن السياحي بالإضافة إلى وجود استراتيجية فعالة للسياحة في ظل التغييرات التي تواجه الأمن على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي .

مشكلة البحث :

تعاني السياحة السورية في الوقت الراهن من عوائق كثيرة ، أهمها المشكلة الأمنية خلال فترة الأزمة ، حيث تعرضت السياحة في سورية إلى أضرار كثيرة أدت إلى هدر مورد مهم كان يرفد الاقتصاد السوري . وتتجلى مشكلة البحث في الإجابة عن الأسئلة الآتية :

1 -كيف سيتم إنماء وتطوير الاقتصاد السياحي مستقبلاً ؟
2 -كيف سيتم التعامل مع الطلب والعرض السياحي في ظل الأزمة ؟
3 -كيف يمكن إيجاد صناعة سياحية في ظل الأمن القائم، وتحفيز هذه الصناعة في الأماكن الآمنة؟

أهمية البحث وأهدافه :

تبرز أهمية البحث من خلال النقاط الآتية :

1 -دراسة العلاقة بين الآمن السياحي والأمن الداخلي.
2 -دراسة الأسباب والمعوقات التي تحد من إمكانية استثمار الأماكن السياحية وتطوير الطلب السياحي عليها (خاصة في فترة الأزمة).
3 -دراسة إمكانية الاستفادة من الأماكن الآمنة في تحفيز الطلب السياحي من خلال الجودة والخدمة السياحية المميزة .

يهدف البحث لتحقيق الأهداف الآتية :

1 -توضيح أهمية الأمن السياحي في الاقتصاد السياحي .
2 -دراسة تأثير الأزمة على معدل نمو الطلب السياحي.
3 -مقارنة الواقع السياحي قبل وبعد الأزمة.

منهجية البحث :

تمت دراسة موضوع الأمن السياحي وأهميته في الاقتصاد السياحي باستخدام :

-المنهج الوصفي : من خلال استعراض واقع السياحة السورية، وكذلك أهمية الأمن السياحي بالإضافة إلى استعراض المقومات والمعوقات والسياسات والتشريعات الضرورية للنهوض بالسياحة .

-أسلوب التحليل الإحصائي للبيانات الواردة في البحث (اعتمدنا في البحث على البيانات الواردة من وزارة السياحة) .

فرضيات البحث :

يقوم البحث على الفرضيات الآتية :

الفرضية الأولى: تتفوق السياحة العربية على السياحة الأجنبية في سورية قبل الأزمة.

الفرضية الثانية : تتفوق السياحة الأجنبية على السياحة العربية في سورية خلال الأزمة.

الفرضية الثالثة : استمرار الانخفاض في عدد القادمين بوتيرة أكبر مع استمرار الأزمة.

الفرضية الرابعة: تأثرت المعابر الجوية والبحرية بشكل أكبر من المعابر البرية.

حدود البحث :

المجال المكاني: الدراسة الميدانية تناولت الأمن السياحي في سورية خلال فترة الأزمة مع مقارنة الإحصائيات مع ما كان عليه قبل الأزمة .

المجال الزمني : تمتد فترة الدراسة من عام 2007 ولغاية 2013 .

الدراسات السابقة(المراجعة الأدبية) Literature review

الدراسات باللغة العربية:

-بحث مقدم في ندوة الثلاثاء الاقتصادي من رجل الأعمال السوري: عثمان العايدي عام 2000:

تطرق الباحث من خلال دراسته لمايلي:

أ -السياحة في العالم (نشأتها وتطورها).

ب -السياحة في سورية (أهميتها- نشأتها- تطورها).

ت -القطاع المشترك السياحي في سورية.

ج -مقومات نجاح صناعة السياحة في سورية.

د -واقع السياحة السورية.

ر -السياحة العربية البينية.

-دراسة احصائية لواقع السياحة في سورية: بحث بإعداد: د.عبد الهادي الرفاعي عام 2005: مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد/ 27/، العدد الأول: هدفت الدراسة إلى تتبع التغيرات التي حصلت في القطاع السياحي خلال العقود الماضية. وكذلك تتبع ما قدمته السياحة للاقتصاد الوطني من خلال دراسة واقع السياحة في سورية والمقومات السياحية التي تتمتع بها ومن ثم تحليل الواقع الاحصائي للسياحة في سورية من خلال تحليل العرض والطلب السياحي ومن ثم دورها وأهميتها في الدخل القومي.

-تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية(دراسة ميدانية): رسالة ماجستير اعداد: أحمد أديب أحمد، 2006-2007، كلية الاقتصاد- جامعة تشرين، قسم الاقتصاد والتخطيط، اشراف: د.يمن منصور- د.

قاسم النعيمي: تطرق الباحث إلى دراسة التغيرات السياحية في سورية، بغية البحث عن نموذج اقتصادي قياسي أمثل يكشف عن حركة هذه التغيرات من أجل تنبؤ سليم يساعد القائمين على عمليات التخطيط السياحي في اتخاذ الاجراءات الكفيلة بتطوير صناعة السياحة في سورية، وباستخدام العديد من النماذج القياسية المتخصصة.

-السوق السياحي في سورية وحجم الطلب على المنتج السياحي السوري: دراسة من إعداد: زهيري عكروش، 2009، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد /31/ العدد الثالث: اعتمدت الدراسة على استعراض مستفيض للمنتج السياحي السوري وعرضه وأنواعه بصفته منتجاً متميزاً ومتنوعاً من خلال دراسة احصائية لأعداد المنشآت السياحية في سورية وتوزعها النسبي بين المحافظات حيث أظهرت بأن نسبة 33.7% منها يتركز في دمشق على حين أن كلاً من حلب واللاذقية وطرطوس قد حصدت مجتمعة نسبة 33.5%، كما أوضحت الدراسة معدل النمو السنوي لأعداد الفنادق.

-الفعالية الاقتصادية لسياسات التسويق والترويج السياحي: رسالة دكتوراه إعداد: وائل مهنا منصور، 2010، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، قسم الاقتصاد والتخطيط، اشراف: د. محمود طيوب– د. محمد صقر: تضمن البحث تحديد المفاهيم الأساسية للتسويق والترويج السياحي وتحديد عناصر ومتغيرات المزيج التسويقي والترويجي المؤثرة على سلوك السياح وقراراتهم عند اختيار المقصد السياحي من خلال دراسة الطلب السياحي وتغيراته عبر دراسة ميدانية للسياح القادمين إلى سورية بالإضافة إلى استطلاع آراء المنشآت السياحية حول تلك العناصر.

-دور الاعلان بالانترنت في تسويق الخدمات السياحية(دراسة ميدانية على المنشآت السياحية في الساحل السوري): رسالة ماجستير إعداد: ريم مالك محمد، 2011، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، قسم إدارة الأعمال، اختصاص تسويق، إشراف: د. محمد عباس ديوب: تناول البحث توضيح مفهوم الإعلان عن طريق شبكة الانترنت ودوره في تسويق الخدمات السياحية في سورية بالإضافة إلى دراسة واقع البنى التحتية اللازمة لتطبيق التسويق السياحي عن طريق الانترنت وتسليط الضوء على موطن القوة والضعف في عملية التسويق السياحي عن طريق شبكة الانترنت.

-جودة الخدمات الفندقية وأثرها في الجذب السياحي (دراسة ميدانية في سورية): رسالة ماجستير إعداد: سوزانا غازي خضرة، 2013، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، قسم الإحصاء والبرمجة، إشراف: د.نسرين عبد الرحمن– د.محمود طيوب: ألقت الضوء الدراسة على أهمية القطاع الفندقي في السياحة من خلال زيادة عدد الفنادق في المناطق السياحية التي تتمتع بها سورية وتحسين مستوى جودة خدماتها وتفعيل دور الإعلام السياحي لجذب السياح.

الدراسات باللغة الاجنبية:

-دراسة غاتو(2002) بعنوان: تحديد الخطة الرئيسية للسياحة وتنفيذها في الجمهورية العربية السورية (تقرير شركة الدراسات GATO وكالة منظمة السياحة الدولية للتنمية والاستثمار، ميونخ): وضعت هذه الدراسة مجموعة من الاعتبارات البيئية كأولوية عمل، والتي تشكل إلى حد كبير النصيب الأكبر من توليد الأسواق السياحية في أنحاء العالم والاعتبارات الاقتصادية المتمثلة بالبنى الاقتصادية والقطاعات الصناعية القوية إلى الاستنتاجات الأولية عن الامكانيات المستقبلية للسياحة في سورية، وفي مجال التسويق اقترحت تطوير استراتيجية تنمية سياحية متكاملة بتحديد أهداف التسويق، والمجموعات المستهدفة وفعاليات الترويج وتقييم سياسة الاتصال وفعاليات العلاقات العامة والتسويق وسياية التوزيع وغيرها، كما أوضحت أن التراث والثقافة السورية يلعبان دوراً أساسياً في مكونات المنتج السياحي، وأن نجاح المقصد السياحي يحتاج إلى مزايا فريدة ليتميز عن المنافسين (مثل: الأردن– لبنان– تركيا ....).

-دراسة ديفيد ويفر ولورا لاوتن(2005) بعنوان Tourism Management: أوضحت هذه الدراسة (الادارة السياحية): مفهوم الادارة السياحية، وأهمية السياحة، والنظام السياحي، والثروة السياحية، والجهات السياحية والمنتجات السياحية، والسوق السياحية والتسويق السياحي، والأثر الاقتصادي للسياحة، وتطوير الجهات السياحية والبحث السياحي. هذه الدراسة تعالج الموضوع من وجهة نظر سياحية اقتصادية.

-دراسة أي شيغناي ردي(2006): دراسة للسوق والتسويق السياحي، المعهد الوطني للسياحة والضيافة: تضمنت الدراسة التركيز على السوق والتسويق، وقام الباحث بإسقاط الضوء على عملية اختيار الجهات السياحية، وتقسيمات السوق السياحية، بالإضافة إلى طبيعة السوق السياحي، إدارة العرض والطلب، واستراتيجية التسويق السياحي وتخطيط التسويق، بالإضافة إلى حالة دراسية عن السوق السياحية في ولاية غوا الهندية. وهذه الدراسة تقوم بمعالجة الموضوع من الناحية التسويقية فقط.

-Acconceptual Model of knowledge sharing and market orientation in the tourism sector

دراسة (Chien etal) عام 2011: بعنوان: نموذج مفاهيمي للتوجه بالسوق وتبادل المعرفة في القطاع السياحي:

هدفت الدراسة لمعرفة دور مشاركة المعرفة في جعل التوجه بالسوق أمر ميسّر بالنسبة للمنظمات السياحية في تايوان، أي معرفة دور الثقافة التنظيمية وتبادل المعارف بين العاملين في تعزيز دور التوجه بالسوق. واعتمدت الدراسة على البعد الثقافي للتوجه بالسوق (التوجه بالعميل، التوجه بالمنافس، تنسيق العمليات الداخلية).

مايميز دراستنا عن الدراسات السابقة (أثر الأزمة السورية على الأمن السياحي في سورية "دراسة مقارنة بين فترة الأزمة وما قبلها 2007-2013") بأنها تتضمن التركيز على بيان موقع ومكانة الاقتصاد السياحي كأحد مكونات الاقتصاد السوري في ظل الأزمة التي تتعرض لها سورية، فهو يتناول منعكسات المتغير الأمني على الطلب السياحي ضمن الظروف الأمنية التي تمر بها سورية، من أجل معرفة أفضل الوسائل لتنشيط السياحة السورية. وهذا يتطلب صياغة منتجات سياحية جاذبة وذات جودة عالية، تستند على الغنى والتنوع في المصادر السياحية، بما يتلاءم مع متطلبات الأسواق السياحية، وذلك من خلال التأكيد على الدور الذي تقوم به الجهات المعنية من أجل إبراز الأهمية الاقتصادية للسياحة.

الاطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم السياحة والسياسة السياحية

مفهوم السياحة :

ينظر الاقتصاديون [1] إلى السياحة من جهة الطلب على المعروض من الخدمات السياحية مثل الفنادق – الشقق المفروشة – وكل وسائل الإقامة والترحيل .

كما يمكن تعريف السياحة (Tourism) بأنها عملية انتقال الإنسان من موطن إقامته إلى أي موطن آخر بطريقة مشروعة وسليمة لأي غرض (عدا الاستخدام والهجرة) ولأي فترة بحيث لا تقل هذه الفترة عن / 24/ ساعة ولا تتجاوز /365/ يوماً .

كما جاء في كتاب "النظرية العامة للسياحة" للاستاذان السويسريان"هنزكروكرافت" تعريف السياحة بما يلي: السياحة هي المجموع الكلي للعلاقات والظواهر التي تنتج من إقامة السائحين "في بلد ما"، طالما أن هذه الاقامة لاتؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان دائماً أو مؤقتاً.

1 ندوة علمية بعنوان: (أثر الأعمال الارهابية على السياحة)، إعداد د. محمد العطا عمر، دمشق 2010/4/6-ص 7.

أما السائح[(2)] (Tourist) : هو كل شخص يسافر خارج موطنه (محل إقامته الأصلي) لأي سبب غير الكسب المادي سواء كان داخل بلاده (السائح الوطني) أو بلاد أخرى (السائح الأجنبي) لفترة تزيد عن / 24/ ساعة ، وحسب ما أقرته (UNWTO) فإن مواطني أية دولة الذين يعملون خارجها ويتقاضون رواتب في تلك الدولة التي يعملون بها والذين يحضرون بصفة مؤقتة لزيارة أوطانهم والعودة مرة أخرى يعدون في عداد السائحين حيث إن إنفاقهم أثناء الزيارة يعتبر دخلاً إضافياً للاقتصاد القومي من العملات الأجنبية التي جلبوها معهم نتيجة لعملهم بالخارج .

هنا يجب الاشارة إلى مفهوم الزوار العابرين "Excursionst":

أي الاشخاص الذين يزورون بلد ما لايبيتون فيها ليلة واحدة، هذه الفئة تشمل ركاب السفن السياحية، الأشخاص الذين يأتون ويغادرون في نفس اليوم بالاضافة إلى أطقم الطائرات والسفن.

مفهوم السياسة السياحية (Policy tourist) [1]:

تعبر السياسة السياحية عن مجموعة من القوانين والأنظمة والأنشطة ذات أشكال اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية تتحقق من قبل أجهزة الدولة المختلفة والمؤسسات ذات العلاقة بهدف تنظيم كامل العمليات السياحية من : تنبؤ وتخطيط وتنظيم وإدارة . وتوفير الظروف لتطوير السياحة الداخلية والخارجية وتسويق الخدمات والبضائع .

من هنا يتعين على الدولة أياً كان شكلها الدستوري ونظامها السياسي والاقتصادي أن يكون لها سياسة سياحية شاملة ملزمة مثلها في ذلك مثل السياسة المالية .. وغيرها [2].

كما يظهر جوهر السياسة السياحية من خلال التأثير الواعي لتطوير السياحة من قبل الهيئات والمنظمات ذات الحقوق الكاملة في إصدار التشريعات والأنظمة والقوانين .

ثانياً: مفهوم الأمن السياحي:

الأمن الشامل[3] :

الدولة التي لا تستطيع تحقيق الأمن لمواطنيها لا تستطيع تحقيقه للسائح . من هذا المنطلق فإن الأمن الشامل لأي مجتمع يحمل في ثناياه القدر الأعظم من تحقيق أمن السائح . من هنا تنبع أهمية مفهوم الأمن الشامل اطمئنان الإنسان لانعدام التهديدات الحسية لحقوقه ولتحرره من القيود التي تحول دون استيفائه لاحتياجاته الروحية والمعنوية ولشعوره بالعدالة الاجتماعية والاقتصادية " . ويضم مفهوم الأمن الشامل :

الأمن السياسي: يضم (الأمن الحكومي – الأمن الإقليمي – الأمن الدولي) .

الأمن الاجتماعي : يضم (أمن الضمان الاجتماعي – الأمن الأسري – الأمن القيمي والأخلاقي – الأمن الفكري والثقافي – الأمن النفسي – الأمن العقائدي والديني – الأمن العلاجي والدوائي) .

الأمن الاقتصادي : يضم (الأمن السياحي – الأمن الغذائي – الأمن المائي – الأمن الوظيفي – الأمن البيئي – الأمن الجمركي – أمن وسائل النقل) .

الأمن العسكري : يضم (أمن الدفاع الوطني – الأمن الجنائي – أمن المعلومات – الأمن الحدودي – الأمن الصناعي – أمن السلامة المدنية – أمن المنشآت – أمن المرور والطرق) .

---

[2] ندوة علمية بعنوان: (أثر الأعمال الارهابية على السياحة)، إعداد د. محمد العطا عمر، دمشق 2010/4/6-ص 10.

[1] المجلة العربية للدراسات الامنية والتدريب (الأثر الاقتصادي للأمن السياحي العربي)، المجلد/ 21/، العدد/42/، يوليو2006، ص183.

[2] كافي، مصطفى يوسف: السياحة الدولية عصب الاقتصاد العالمي، دار الرضا، دمشق، سورية، 2005.ص12.

[3] الشقحاء، فهد بن محمد: الأمن الوطني: تصور شامل، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط 1، 2004، ص 13-35-48.

الأمن السياحي (Tourism security) [4]:

يمكن النظر إلى الأمن السياحي على أنه جزء من الأمن الاقتصادي ، الذي يعتبر بدوره جزءاً من الأمن الشامل لأي بلد ، مع بعض الخصوصية التي تنبع من حساسية القطاع السياحي .

وهكذا يقصد بالأمن السياحي " الأنشطة الإدارية والأمنية التي تستهدف تأمين مسار الأنشطة السياحية في مناخ يسوده الاطمئنان وبدون عوائق". ويتحقق أمن السائح (الأمن السياحي) من خلال توفير كل الظروف الملائمة التي تجعل إقامة السائح آمنة وسعيدة ، وبما يوفر كل احتياجاته الضرورية والترفيهية. أما فيما يتعلق "بالسلامة السياحية" فتعني العمل على توفير الأمن والأمان للسائح من حيث نفسه وعرضه وماله وغذائه والجرائم السياحية وعناصر السلامة.

ويشمل مفهوم الأمن السياحي الواسع :

1 توفير المنشآت السياحية المختلفة ، مع توفير أمنها والسلامة العامة فيها .

2 كفالة الأمن الصحي للسائح ، من حيث توفير العناية الصحية عند الحاجة ، والإشراف على صحة الغذاء وما يتصل به من أماكن وعاملين ، وتطهير ونظافة المواقع البيئية التي يرتادها السائح .

3 ضمان الاستقبال والضيافة وحسن السلوك مع السائح من قبل جميع من يتعاملون معه من العاملين والجمهور.

4 تنظيم مهنة الإرشاد السياحي ، وضمان تحقق الشروط الأمنية والمهنية في المرشد السياحي .

5 توفير الشركات التي تتولى خدمة السائح ، مثل مكاتب السفر والسياحة ، وتنظيم الرحلات وغيرها ووضع قواعد أمنية لمراقبتها والتأكد من تنفيذ تعاقداتها ومعاقبتها عند الإخلال بالعقود .

6 يرتبط الأمن البيئي مع الأمن السياحي بحرصهما على الحفاظ على البيئة من التلوث أو التدمير أو سوء الاستخدام .

7 توفير الأمن الجنائي للسائح ، والسلامة العامة له . فقد كانت أجهزة الشرطة المحلية في معظم الدول العربية تتولى مسؤولية الأمن السياحي كجزء من مهمتها، لكن نظراً للأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة فقد أنشئت شرطة السياحة وأصبح لها فروع .

كما يتسم الأمن السياحي بخصوصيات تميزه عن غيره من المجالات الأمنية، نذكر منها:

1 أن الأمن السياحي يتصف بحساسية مفرطة لأي اختلالات في الاستقرار والأمن الداخلي وبالتالي يحتاج إلى تعامل سريع لطمأنة السائح.

2 يتسم الأمن السياحي بتغطيته كثير من المخاطر، منها المخاطر الطبيعية، والجرائم السلوكية والأخلاقية.....، ويضاف إلى ذلك اختصاصه بحماية المجتمع من جرائم السائح نفسه ومخالفاته.

3 تتعدد أنواع السياحة من تقليدية إلى ترفيهية ودينية.... وغيرها، فيختلف كل نوع في احتياجاته الأمنية عن الأخر.

4 نظراً لكثرة الخصوصيات فإن الأمن السياحي يتسم بكثرة الأجهزة التي تعمل لتحقيقه.

وبمعنى آخر[1]، فإن صناعة السياحة في الوقت الحاضر عبارة عن مثلث يضم المنتج السياحي من جهة والأمن السياحي من جهة أخرى ورأسه الدخل الوطني . فمن أجل أن تساهم السياحة بنصيبها من الدخل الوطني لابد أن يكون منتجها عالي الجودة ومدروساً أمنياً، وهناك تداخل بين المنتج السياحي والأمن السياحي .

الأمن السياحي الاستراتيجي:

مفهوم الاستراتيجية:

الاستراتيجية[1] هي الصورة النهائية التي يراد الوصول إليها من خلال التخطيط .

[4] الجحني، علي بن فايز وآخرون: الأمن السياحي، الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية- ط1، 2004، ص 85-87-90.

[1] باكر، السفر: الامن في صناعة السياحة في مكافحة جرائم السياحة، المركز العربي للدراسات الامنية والتدريب، الرياض، 1992، ص 114.

وتتطلع الاستراتيجية السياحية إلى تعزيز قطاع السياحة وتأهيله للمساهمة الإيجابية البارزة في الاقتصاد، من خلال تحديد الأهداف وبرامج التنفيذ وآلية العمل مع مراعاة الإمكانيات والظروف.

تم تحديد الاستراتيجية السياحية لسورية (بناء على قرارات وزارة السياحة السورية) في الأهداف الآتية :

- تحقيق مكانة متميزة لسورية في ميدان السياحة العربية والدولية (تفعيل وعقد اتفاقيات التعاون السياحي مع البلدان الأخرى ، وتفعيل دور سورية في المنظمات الإقليمية والدولية السياحية ، تحقيق التكامل السياحي العربي والتواصل مع المغتربين السوريين ، وتشجيع السياحة البينية العربية) .
- تطوير آلية العمل السياحي (تطوير التشريعات السياحية ، والتأهيل والتدريب ، وأساليب التسويق والترويج في الأسواق المناسبة ، تحريض دور الجهات الرسمية والشعبية المعنية بالسياحة) .
- الوصول إلى صناعة سياحية متكاملة، وتحقيق التكامل والترابط بين السياحة وقطاعات الاقتصاد الوطني.

وفي إطار تلك الاستراتيجية، تم وضع الأهداف العامة للسياحة السورية وأهمها:

1. زيادة نمو الناتج المحلي الاجمالي من السياحة السورية.
2. تشجيع الاستثمار ومنح تسهيلات للاستثمارات العربية، وتنشيط السياحة المحلية.
3. نشر مؤسسات التأهيل والتدريب السياحي وتحديث المناهج وأساليب العمل.
4. تنويع الأنشطة السياحية وتخطيطها(معارض- مهرجانات- مناسبات- ندوات....).
5. وضع خطة وبرامج للتوعية السياحية في المجالات كافة.

وانطلاقاً من مفهوم الأزمة السياحية [2] (أي حدث غير متوقع يؤثر على ثقة السائح في مقصد سياحي معين، ويضعف قدرة ذلك المقصد على مواصلة عمله كالمعتاد) ، لا بد من البحث في النظريات والمتغيرات والجهات المساهمة والمتأثرة ، والإجراءات التي يمكن اتخاذها لتلافي أو تقليل الضرر الناتج من الأزمات المختلفة قبل وأثناء وبعد الأزمة للعودة السريعة والتعافي والنهوض بالسياحة بعد أي طارئ (موسم أعاصير – حرائق غابات – زلازل – أزمة اقتصادية عالمية – أمراض مختلفة – تفجيرات إرهابية...) ، كلها أحداث أثرت بشكل كبير على السياحة وحركة النقل والبيئة الطبيعية والعمرانية .

تأثير الحوادث الأمنية على السياحة[3] :

بعد أن كان مسار السياحة ينمو ويتصاعد سنة بعد أخرى بدأ الانخفاض والتباطؤ في هذا النمو بسبب الأزمة الأمنية والاقتصادية .

وتختلف الحوادث والاختلالات الأمنية في طريقة تأثيرها على السائح . فعدم الاستقرار السياسي والإرهاب والجرائم الجنائية والمعاملة السيئة للسائح وغيرها من الاختلالات الأمنية التي تتم بتدخل مباشر من البشر تجعل السائح يلغي فكرة السياحة في تلك الوجهة السياحية التي تحدث فيها تلك الاختلالات الأمنية .

ويأتي الإرهاب في مقدمة العوامل التي تؤثر على السياحة . فبعد كل حادث إرهابي ، سواء عن طريق التفجير أو الاغتيال أو الاختطاف ، يحدث انخفاض في أعداد السياح في الوجهة السياحية التي وقع فيها العمل الإرهابي .

من هنا نجد أن العلاقة بين السياحة والأمن علاقة طردية ومتلازمة فأينما تكون السياحة ناهضة ومزدهرة يكون الأمن مستتباً، وأينما يفتقد الأمن والاستقرار لا تكون هناك فرص لنجاح السياحة .

---

[1] **مديرية التخطيط والتعاون الدولي، وزارة السياحة، دمشق، سورية، 2013 والربع الأول من 2014 ص 12**

[2] **ندوة علمية بعنوان: (الامن جوهر السياحة)، اعداد د.عبد الرحمن آل حامد العلكمي، تونس، 2012/9/11، ص 29.**

[3] **محسن، أشرف محسن محمد: الارهاب والسياحة: دراسة في دوافع استهداف التنظيمات الارهابية لصناعة السياحة- دمشق- 2010/7/4 ص 6-7**

ويمكن القول أن أكبر العقبات التي تواجه السياحة هي :
الهزات السياسية – الأزمات الأمنية – اضطراب الأحوال الداخلية والخارجية .

النتائج والمناقشة:

الدراسة الإحصائية للسياحة السورية (مقارنة مع فترة ما قبل الأزمة)

إن تحليل الظاهرة السياحية يحتاج لدراسة عناصرها الثلاثة [1]:

- السائح : الذي يمثل العنصر البشري في العملية السياحية .
- المكان يمثل العنصر الجغرافي الطبيعي الضروري لتحقيق العملية السياحية .
- الزمان : هو العنصر المؤقت الذي يتم استهلاكه أثناء الرحلة والإقامة في الموقع السياحي .

إلا أن هذه العناصر الثلاثة تحدد جوهر الحركة السياحية فقط ولا تحدد جميع جوانب الظاهرة السياحية ، أي أن السياحة كظاهرة اقتصادية تتمتع بخاصية التأثير والتأثر بالمحيط العام الذي تنشط وتنمو فيه (الاجتماعي– الحضاري – السياسي...) ، لذلك من الممكن تحليل الواقع السياحي في سورية [2] ، ومدى فاعلية السياحة في الاقتصاد السوري ، من خلال تحديد العرض .

أولاً: تحليل العرض السياحي:

مكونات العرض السياحي:

- المقومات الطبيعية : تعتبر المقومات الطبيعية (درجات الحرارة – الأمطار– الرياح– الجبال...) من أهم العوامل المؤثرة على السياحة .
- الإطار التاريخي والثقافي : يعتبر هذا الإطار محوراً رئيسياً ومتميزاً في السياحة الوافدة .
- الفلكلور: هو الصورة العامة للحياة في البلد لأن السائح يتمتع بمشاهدة الغرائب والظواهر التي تختلف عما اعتاد عليه وعرفه في مجتمعه .
- الخدمات السياحية الأساسية مثل (المبيت – الإطعام – النقل – المشتريات) والمكملة (الأمن السياحي– الصحة السياحية – خدمات السائح مثل الصرافة والاستعلامات...) والتكميلية (مراعاة قواعد البيئة – الوضع التنافسي بالأسعار وإجراءات السفر والإقامة...) .
- الإدارة السياحية : تم إحداث مجلس أعلى ووزارة السياحة بموجب المرسوم رقم / 41/ لعام 1972، وإحداث غرف السياحة بالقانون رقم /65/ لعام 2003...
- التشريعات السياحية .

ثانياً: تحليل الطلب السياحي : يتكون الطلب السياحي من سوقين رئيستين :

- السياحة الوافدة : تعني السياح غير المقيمين الذين يزورون سورية (عرب وأجانب) .
- السياحة المحلية : تعني سياحة المقيمين داخل سورية (هنا يجب التفريق بين السياحة المحلية والسياحة الشعبية "التنزه" وهي لا تحسب ضمن الطلب) .

---

[1] **The 2008 Travel and Tourism Economic Research, (Syria: Travel and Tourism Navigating the path Ahead), wttc,2009.**

[2] **الحديد، إبراهيم إسماعيل: إدارة التسويق السياحي، عمان، الأردن، 2010، ص 131-138.**

الدراسة العلمية:

أما فيما يتعلق بالدراسة الإحصائية للسياحة في سورية :

إن من أهم ما يمكن دراسته عند تحليل العرض السياحي هو الفنادق بمختلف درجاتها، وبما تتضمنه هذه الفنادق من أسرّة . وبالتالي عدد الليالي السياحية التي يمكن توفيرها للسياح ، ولا سيما أن الجزء الأكبر من إنفاق السائح يكون على الإقامة في الفنادق .

أما الطلب السياحي فهو يتعلق بالسائح من حيث نمط سياحته – احتياجاته – تفكيره– مصدره– سلوكه – انطباعه... ويتم تحليل الطلب السياحي ابتداءً بدراسة وتحليل القادمين:

أ –القادمون : تعد دراسة تطور أعداد القادمين إلى القطر من أهم المؤشرات الاقتصادية الهامة .

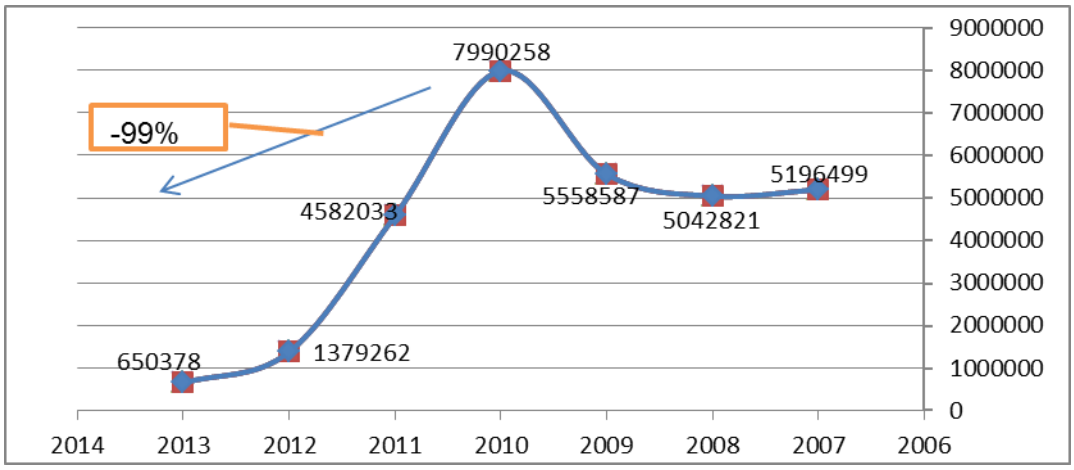
ب –السياح : تطور أعداد السياح السوريين .

ت –تطور أعداد الليالي السياحية (عرب – أجانب – سوريون) .

جدول رقم /1/ يوضح تطور عدد القادمين العرب والأجانب عبر المعابر البرية للفترة(2007–2013)

تطور عدد القدوم العرب والأجانب للمعابر البرية من عام 2007-2013						
فترة الأزمة			قبل الأزمة			
2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
650378	1379262	4582033	7990258	5558587	5042821	5196499

المصدر: وزارة السياحة – مديرية التخطيط والإحصاء



مخطط بياني (A) يوضح عدد القادمين حسب المعابر البرية من عام 2007–2013

تأثرت السياحة الوافدة بالأحداث السياسية المحيطة حيث تشير الإحصاءات عبر المعابر البرية بأنه بلغ حجم المسافرين القادمين إلى القطر /650/ ألف قادم في عام 2013 بانخفاض مقداره /–87%/ عن حجم القدوم من عام 2007 البالغ /5196/ألف قادم وبمعدل نمو سنوي/– 29%/ بانخفاض مقداره /– 53%/ عن حجم القدوم من عام 2012 البالغ /1379/ ألف قادم وبانخفاض مقداره /–99%/ عن حجم القدوم من عام 2010 البالغ /7990/ ألف قادم .

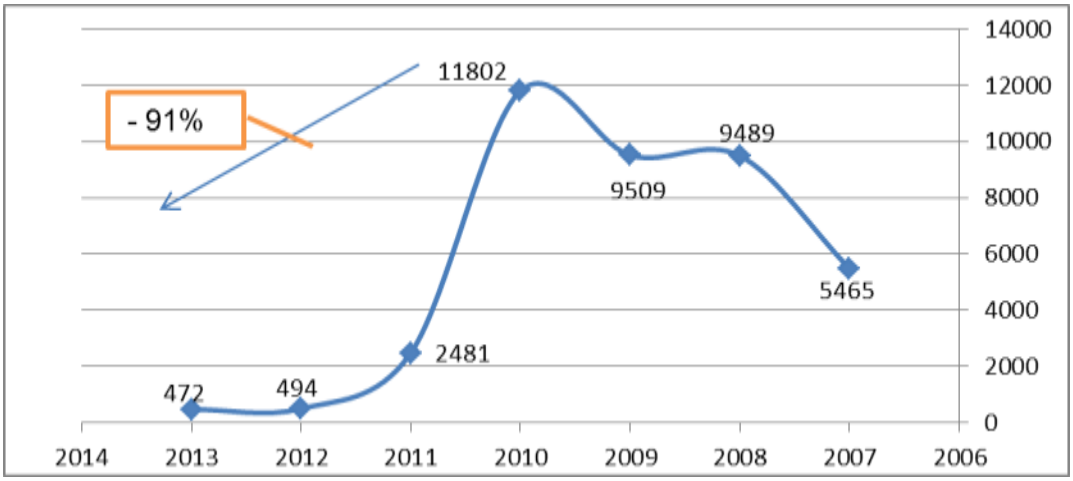
وبالمقارنة بين عامي 2007، 2013 نلاحظ أن عدد القادمين العرب والأجانب عبر المعابر البرية شكل في عام (2013) حوالي 12.5 % من عام 2007.

أما فيما يتعلق بالمعابر البحرية:

جدول رقم /2/ يوضح تطور عدد القادمين العرب والأجانب عبر المعابر البحرية للفترة(2007-2013)

تطور عدد القدوم العرب والأجانب للمعابر البحرية من عام 2007-2013						
فترة الأزمة			قبل الأزمة			
2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
472	494	2481	11802	9509	9489	5465

المصدر: وزارة السياحة – مديرية التخطيط والإحصاء



مخطط بياني (B) يوضح عدد القادمين حسب المعابر البحرية من عام 2007-2013

نتيجة تأثر السياحة الوافدة عبر المعابر البحرية بالأحداث حيث تشير الإحصائيات الواردة للقادمين عبر المعابر البحرية بأنه قد بلغ / 472/ قادماً إلى القطر في عام 2013 بانخفاض مقداره /- 91 %/ عن حجم القدوم من عام 2007 البالغ /5465/ قادماً وبمعدل نمو سنوي /- 34 %/ وبانخفاض مقداره /-4 %/ عن حجم القدوم لعام 2012 البالغ /494/ قادماً .

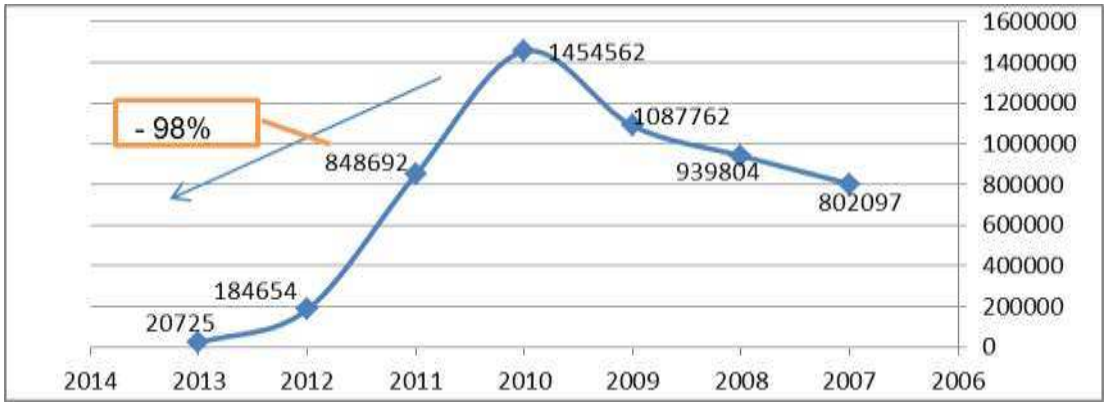
وبالمقارنة بين عامي 2007، 2013 نلاحظ أن عدد القادمين العرب والأجانب عبر المعابر البحرية شكل في عام (2013) حوالي 8.6 % من عام 2007.

أما فيما يتعلق بالمعابر الجوية:

جدول رقم /3/ يوضح تطور عدد القادمين العرب والأجانب عبر المعابر الجوية للفترة(2007-2013)

تطور عدد القدوم العرب والأجانب للمعابر الجوية من عام 2007-2013						
فترة الأزمة			قبل الأزمة			
2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
20725	184654	848692	1454562	1087762	939804	802097

المصدر: وزارة السياحة – مديرية التخطيط والإحصاء



مخطط بياني (C) يوضح عدد القادمين حسب المعابر الجوية من عام 2007-2013

تعتبر المراكز الجوية من المعابر الهامة للقطر لحركة عبور القادمين ونلاحظ التأثر الكبير فقد بلغ حجم المسافرين القادمين إلى القطر / 21/ ألف قادم في عام 2013 بانخفاض مقداره /- 97%/ عن حجم القدوم من عام 2007 البالغ/802/ ألف قادم وبمعدل نمو سنوي/- 46%/ وبانخفاض قدره /- 89%/ عن حجم القدوم من عام 2012 البالغ /185/ ألف قادم وبانخفاض مقداره /-99%/ عن حجم القدوم من عام 2010 البالغ /1455/ ألف قادم .

وبالمقارنة بين عامي 2007، 2013 نلاحظ أن عدد القادمين العرب والأجانب عبر المعابر الجوية شكل في عام (2013) حوالي 2.5 % من عام 2007.

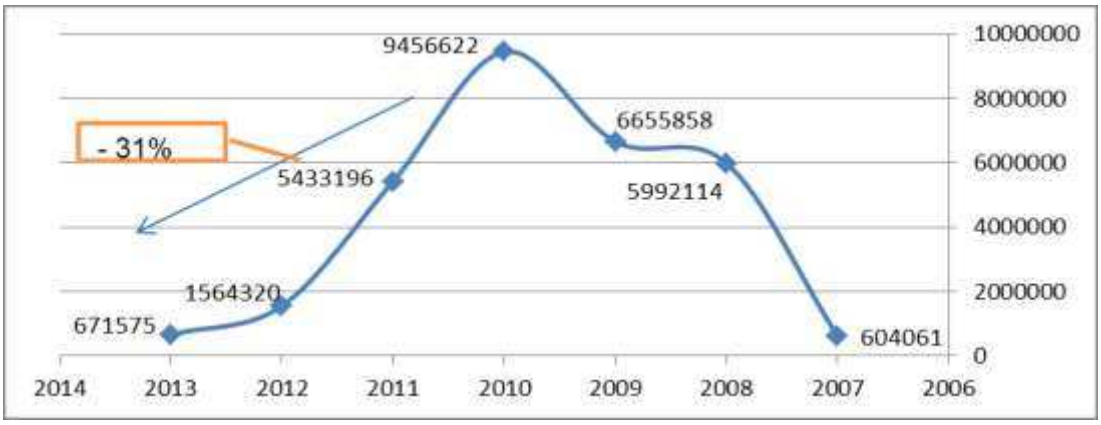
وهذا ما يؤكد الفرضية القائلة أن المعابر الجوية والبحرية تأثرت بشكل أكبر من المعابر البرية.

ومنه نحصل على عدد القدوم العرب والأجانب إلى القطر:

جدول رقم /4/ يوضح تطور عدد القادمين العرب والأجانب للفترة(2007-2013)

تطور عدد القدوم العرب والأجانب من عام 2007-2013						
فترة الأزمة			قبل الأزمة			
2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
671575	1564320	5433196	9456622	6655858	5992114	6004261

المصدر: وزارة السياحة – مديرية التخطيط والإحصاء



مخطط بياني (D) يوضح عدد القادمين العرب والأجانب من عام 2007-2013

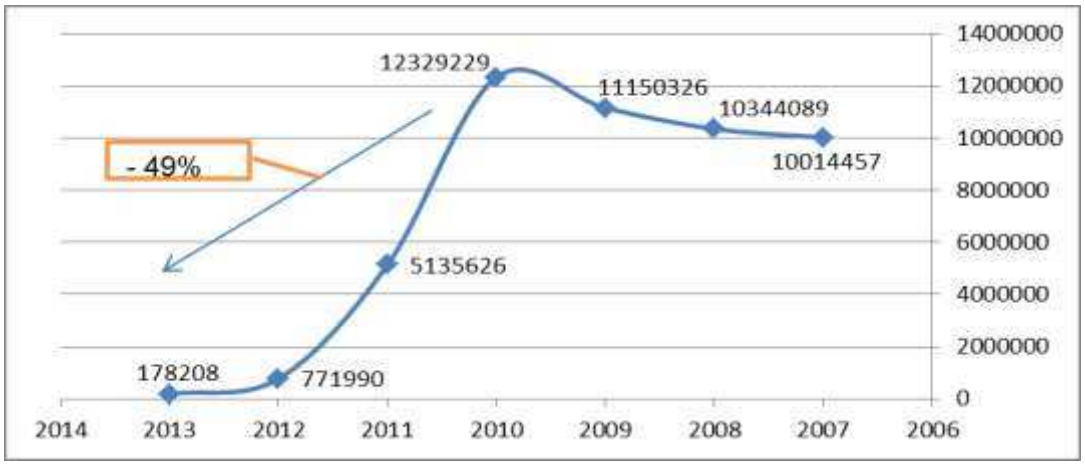
لقد أثرت تداعيات الأزمة التي يمر بها القطر العربي السوري على القطاع السياحي ، فقد انخفض عدد القادمين العرب والأجانب من/6/ مليون قادم لعام 2007 إلى /671/ ألف قادم عام 2013 بانخفاض قدره /- 89%/ وبمعدل نمو سنوي/-31%/ بانخفاض قدره /-57%/ عن حجم القدوم من عام 2012 البالغ /1564/ ألف قادم وبانخفاض مقداره /-93%/ عن حجم القدوم من عام 2010 البالغ /9456/ ألف قادم .

تطور عدد الليالي الفندقية :

جدول رقم /5/ يوضح تطور عدد الليالي الفندقية للعرب والأجانب للفترة(2007-2013)

تطور عدد الليالي الفندقية للعرب والأجانب من عام 2007-2013						
فترة الأزمة			قبل الأزمة			
2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
178208	771990	5135626	12329229	11150326	10344089	10014457

المصدر: وزارة السياحة – مديرية التخطيط والإحصاء



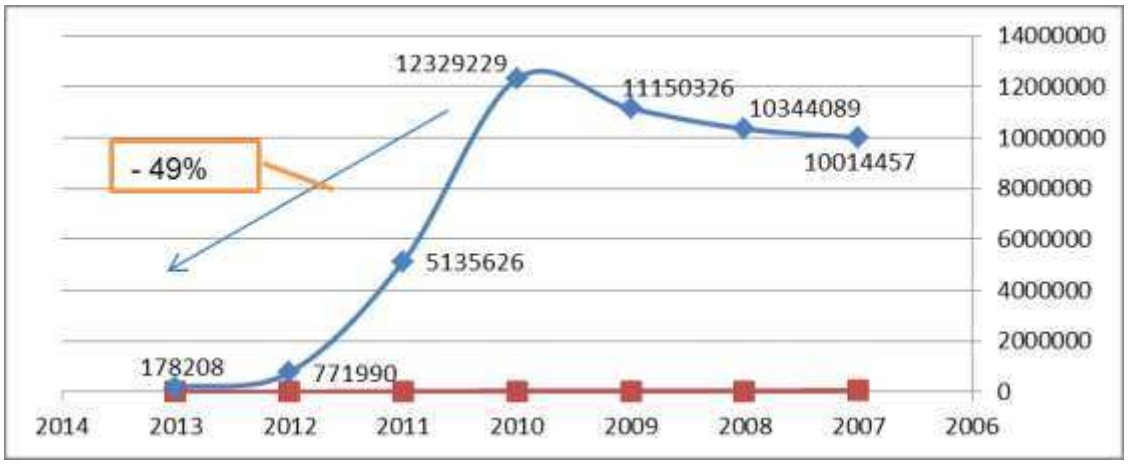
مخطط بياني (E) يوضح عدد الليالي الفندقية للعرب والأجانب للفترة(2007-2013)

بلغ عدد الليالي الفندقية عام 2007 للعرب والأجانب /10/مليون ليلة فندقية بينما بلغ عدد الليالي الفندقية عام 2013 للعرب والأجانب وبسبب الظروف الراهنة / 178/ألف لية فندقية بنسبة انخفاض /- 98%/ وبمعدل نمو سنوي /-49%/ بينما بلغت نسبة انخفاض /- 99%/ عن عام 2010 لعدد الليالي الفندقية لعام 2010 للعرب والأجانب /12.3/ مليون ليلة فندقية .

جدول رقم /6/ يوضح تطور عدد الليالي السياحية للعرب والأجانب للفترة(2007-2013)

تطور عدد الليالي السياحية للعرب والأجانب من عام 2007-2013						
فترة الأزمة			قبل الأزمة			
2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
1043	3586	23624	41741	46839	46223	51058

المصدر: وزارة السياحة – مديرية التخطيط والإحصاء



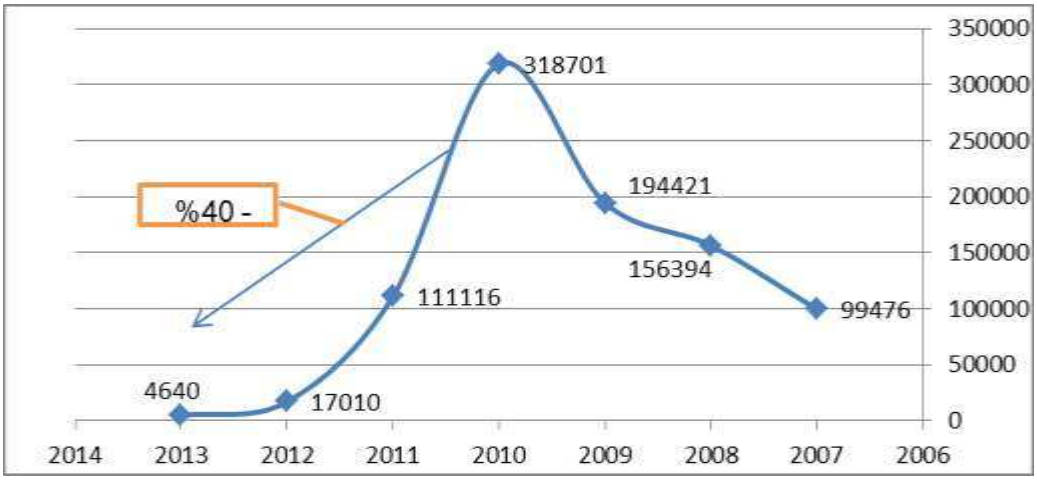
مخطط بياني (F) يوضح عدد الليالي السياحية للعرب والأجانب للفترة(2007-2013)

تشمل الليالي السياحية وسائل المبيت كافة من فنادق وشقق مفروشة وشاليهات ومخيمات بالإضافة إلى الإقامة عند الأقارب والأصدقاء فبلغ عدد الليالي السياحية للعرب والأجانب عام 2007 مقدار /51/ مليون ليلة سياحية مقابل /1/ مليون ليلة سياحية في عام 2013 بسبب الظروف الراهنة بنسبة انخفاض /- 98%/ وبمعدل نمو سنوي /- 49%/ مما يدل على التأثر الكبير لمنشآت المبيت كافة من فنادق وشقق مفروشة وشاليهات ومخيمات .

جدول رقم /7/ يوضح تطور الإنفاق السياحي للعرب والأجانب للفترة(2007-2013)

تطور الإنفاق السياحية للعرب والأجانب من عام 2007-2013 (مليون ليرة سورية)						
فترة الأزمة			قبل الأزمة			
2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
4640	17010	111116	318701	194421	156394	99476

المصدر: وزارة السياحة – مديرية التخطيط والإحصاء



مخطط بياني (G) يوضح تطور الإنفاق السياحي للعرب والأجانب للفترة(2007-2013)

انخفض الاستهلاك السياحي للعرب والأجانب من / 99/ مليار ليرة سورية عام 2007 إلى /4/ مليارات ليرة سورية عام 2013 بنسبة انخفاض /-95%/ وبمعدل نمو سنوي /-40%/ بينما بلغت نسبة انخفاض /-99%/ عن عام 2010 والبالغ /318/ مليار ليرة سورية وبلغت نسبة انخفاض /-73%/ عن عام 2012 والبالغ /17/ مليار ليرة سورية .

أما بالنسبة لعدد السياح لنهاية شهر تشرين الثاني 2010-2012 :

جدول رقم /8/ يوضح عدد السياح للفترة(2010-2012)

السياح لنهاية شهر تشرين الثاني				التغير	
	2010	2011	2012	2012/2011	2012/2010
الخليج	678274	184222	24523	-87	-96
دول الجوار	4300868	2735313	390845	-86	-91
مجموع أوروبا	415022	149530	27140	-82	-93
دول أمريكا	79223	30544	7658	-75	-90
إيران	681770	515337	66440	-87	-90
دول آسيا	98626	89847	46526	-48	-53
آخرون	276369	140811	41796	-70	-85
المجموع العام	6530152	3845603	604928	-84	-91

المصدر: وزارة السياحة – مديرية التخطيط والإحصاء

من خلال هذا الجدول وما قبله يتبين لنا صحة الفرضية الأولى والثانية، حيث كانت السياحة العربية تتفوق على السياحة الأجنبية قبل الأزمة، بينما خلال فترة الأزمة (من عام 2011) حدث العكس ، حيث كانت نسبة الانخفاض في عدد السياح من دول الخليج (96%) ومن دول الجوار (91%) بينما كانت في كل من أمريكا وإيران (90%) ودول آسيا (53%) . أي أن الانخفاض أصبح في عام 2012 أكبر مما هو عليه في عام 2011 وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.(وتم اثبات هذه الفرضية من خلال مقارنات ولم نستطع استخدام الانحدار الخطي والسلاسل الزمنية لانهما يحتاجان إلى فترات زمنية طويلة ودراساتنا 2007-2013)

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

تواجه السياحة مشكلات و صعوبات تحد من نشاطها، و تؤثر على برامجها بصفة مؤقتة أو دائمة أهمها :

1 -الظروف الأمنية والسياسية التي يمر بها البلد في الوضع الحالي تؤثر "سلباً " على السياحة . إن الظروف الأمنية غير المستقرة أدت إلى توقف إنجاز معظم المشاريع الاستثمارية وأيضاً أدت لفرض مقاطعة أو حصار على البلد التي شكلت مانعاً قوياً للسياحة .

2 -تفوق العرض السياحي بشكل كبير على الطلب السياحي وهذا لايعني زيادة في العرض السياحي وإنما كان نتيجة عن انخفاض الطلب السياحي.

3 -الانخفاض في عدد القادمين من المعابر الجوية أكبر منه في المعابر البحرية بينما كان الأقل انخفاضاً هو في المعابر البرية.

4 -انخفض عدد الليالي الفندقية للعرب والأجانب نتيجة للوضع الأمني خلال الأزمة.

5 -انخفض عدد الليالي السياحية للعرب والأجانب نتيجة الوضع الأمني خلال الأزمة.

6 -انخفض الإنفاق السياحي للعرب والأجانب نتيجة الوضع الأمني خلال الأزمة.

التوصيات :

1 -إن استتباب الأمن في أية دولة يجعل منها مركز جذب سياحي المستوى المحلي والإقليمي والدولي ويجلب السياح ، ويعزز السياحة ومردودها الاقتصادي .

2 -تأسيس مركز إدارة عليا لإدارة الأزمات السياحية توكل إليها مهام وضع الخطط والاستراتيجيات العامة في مواجهة مختلف الأزمات التي قد تؤثر على السياحة في البلد، والتنسيق مع مختلف مؤسسات البلد في هذا المضمار من مؤسسات سياسية، اقتصادية، واجتماعية، يترافق مع إنشاء وحدات أمن سياحية وعمل مكاتب فرعية يشرف عليها في المناطق ذات القيمة السياحية تكون مسؤولة عن وضع الخطط المحلية لمواجهة مثل هذه الأزمات.

3 -العمل على تشجيع السياحة في المناطق الآمنة وخاصة في الساحل السوري من خلال تحديد مناطق الجذب السياحي لإقامة مشاريع واستثمارات سياحية جاذبة.

4 -إقامة لجان متخصصة بتوثيق الدمار الناتج عن الأزمة لأنه سيكون لاحقاً عنصر جذب للكثير من الباحثين عن الحقائق.

5 -تشجيع السياحة الداخلية لتعويض جزء من الايرادات التي فقدت.

6 -وضع برامج إعلامية متخصصة تروج للسياحة في المناطق الآمنة.

7 -المحافظة على العرض السياحي كي يكون جاهزاً بشكل مستمر.

8 -تقديم حسومات كبيرة جاذبة تخلق طلباً سياحياً.

9 -اهتمام أكبر بالثقافة السياحية.

10 -وضع خطة مستقبلية للصناعة السياحية مع التأكيد أن لسورية مستقبل واعد في الصناعة السياحية.

المراجع :

1. اجبارة ، هديل عبد الرحمن : *السياحة في سورية*، دار كيوان ، دمشق، سورية -2008 .
2. حبيب ، مالك : *دليل سورية السياحي* ، دار الجمهورية ، اللاذقية ، سورية – 2008 .
3. شمسين ، نديم : مبادئ في السياحة ، الجمعية الجغرافية السورية ، دمشق ، سورية -2005 .
4. *الاستثمار السياحي في سورية* ، منشورات وزارة السياحة ، دمشق ، سورية -2009 .
5. كافي، مصطفى يوسف: *السياحة الدولية عصب الاقتصاد العالمي*، دار الرضا، دمشق، سورية، 2005. ص12.
6. الشقحاء، فهد بن محمد: *الأمن الوطني: تصور شامل، الرياض* ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط 1، 2004، ص 13-35-48.
7. باكر، السفر: *الامن في صناعة السياحة في مكافحة جرائم السياحة* ، المركز العربي للدراسات الامنية والتدريب، الرياض، 1992، ص 114.

8. محسن، أشرف محسن محمد: *الارهاب والسياحة: دراسة في دوافع استهداف التنظيمات الارهابية لصناعة السياحة*– دمشق– 2010/7/4 ص 6–7

9. الحديد، إبراهيم إسماعيل: *إدارة التسويق السياحي*، عمان، الأردن، 2010، ص 131–138.

10. المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب (الأثر الاقتصادي للأمن السياحي العربي) ، المجلة 21، العدد 42 ، يوليو 2006 .

11. مديرية التخطيط والتعاون الدولي ، وزارة السياحة ،دمشق ، سورية – 2013 والربع الأول 2014 .

12. الحجني، علي بن فايز وآخرين، *الأمن السياحي*، الرياض: جامعة نايف للعلوم الأمنية، ط 1، 2004، ص 87–90.

13. إضافة إلى بعض الندوات العلمية حول السياحة والأمن السياحي نذكر منها:

الكتب الأجنبية :

1. NEGIJ, -*Tourism and Travel* : concepts – principles,1990.
2. The 2008 Travel & Tourism Economic Research, (Syria : Travel & Tourism Navigating the path Ahead) , wttc,2009.
3. World Tourism organization, tourism market trends, middle east, Edition,2004.

مواقع الانترنت :

–موقع الموسوعة الحرة www.ar.wikipedia.org 2016/1/15

–موقع وزارة السياحة www.SyriaTourism.org 2016/1/15

–موقع منظمة السياحة العالمية www.VnWTO.org 2016/1/15