



مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: تنمية القدرات السياحية السورية (كمدخل لتطوير هذا القطاع)

اسم الكاتب: د. نزار قنوع، لورا عباس

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/4173>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/16 02:11 +03

الموسوعة السياسية 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 السياسية – Encyclopedia Political – يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – 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 السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.



تنمية القدرات السياحية السورية (مدخل لتطوير هذا القطاع)

الدكتور نزار قنوع*

لورا عباس**

(تاریخ الإیادع 30 / 10 / 2008 . قُبِل للنشر في 13 / 5 / 2009)

□ ملخص □

يتضمن هذا البحث دراسة لأوضاع قطاع السياحة في الدول العربية في ضوء المؤشرات والمعايير الدولية والإقليمية.

هذه المؤشرات التي تدل على أنه وبالرغم من هيمنة الدول الصناعية المتقدمة في هذا المجال، فإن الدول الفقيرة والنامية لديها من الإمكانيات ما يؤهلها لكي تكون رائدة في إقامة صناعة سياحية متطرفة، كما ويتضمن هذا البحث الإشارة إلى أهمية الاستثمار السياحي في سوريا من خلال دراسة مقارنة مع بعض الدول. ويسلط الضوء على مقومات النمو السياحي وتنمية القدرة التنافسية السياحية السورية في إطار استراتيجية الصناعة الوطنية.

الكلمات المفتاحية: علم اقتصاديات السياحة . الاستثمار السياحي . الترويج السياحي . الطلب السياحي . العرض السياحي.

* أستاذ - قسم الاقتصاد والتخطيط . كلية الاقتصاد . جامعة تشرين . اللاذقية . سوريا.

** طالبة دراسات عليا (ماجستير) - قسم الاقتصاد والتخطيط . كلية الاقتصاد . جامعة تشرين . اللاذقية . سوريا.

Development of Syrian Tourist Abilities

Dr. Nizar Kanou *

Loura Abbas **

(Received 30 / 10 / 2008. Accepted 13 / 5 /2009)

□ ABSTRACT □

This paper contains a study of the situations of the tourism sector in Arab countries in the light of international and regional indexes and criterions.

These indexes indicate that in spite of the domination of the advanced industrial countries in this field, the poor and developing countries have such abilities that qualify them to be pioneers in the creation of developed tourism industries; also this paper includes reference to the importance of tourist investment in Syria through a comparative study with some countries.

And it highlights the constituents of the tourist development and growing the competitive ability of Syrian tourism in the frame of the strategy of national industry.

Keywords: Science of tourism economies – tourist investment – tourist promotion – tourist demand – tourist offer.

*Professor, Department of Economy and Planning, Faculty of Economy, Tishreen University, Lattakia, Syria.

** Postgraduate Student, Economy and Planning, Faculty of Economy, Tishreen University, Lattakia, Syria.

مقدمة:

السياحة فن برعت فيه شعوب الدول ذات التاريخ المجيد والأثار الخالدة، والمعالم والمناطق الطبيعية الرائعة. إن السياحة في عصرنا ليست فناً فحسب، بل تعد علمًا له أنسنه وقواعد وفروعه ذات التخصصات المتعددة، ولها برامجها التي تدرس في مختلف أرجاء العالم.

فهي صناعة بلا دخان، وثقافة من دون جامعات، ودبلوماسية من دون بروتوكول، وصناعة بلا نفايات (صناعة خدمات)، وهي أيضًا غذاء الروح والجسد والتوفيق عن النفس يجب أن يتمتع بها أو يمارسها كل إنسان مهما كان عمله. ومع بداية الثورة الصناعية الكبرى بدأت السياحة ثلت انتباه البلدان المتقدمة وتسترجع اهتمام ونظر الباحثين لآثارها المهمة في مختلف جوانب الحياة المعاصرة، إذ إن السياحة هي الصناعة المولدة لبقية الصناعات فهي تخلق فرص عمل وتؤدي إلى زيادة الدخل وتؤثر في ميزان المدفوعات وتحدد مورداً للعملة الأجنبية وكل ذلك يسهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. من هنا بُرز المفهوم الاقتصادي للسياحة وما يمكن أن تلعبه من دور في التطور الاقتصادي للبلدان على أن تقوم على أسس ومقومات راسخة مع توفر رؤوس الأموال وخبرة عالية في التنفيذ والإدارة والتصميم ... وغيرها من المقومات التي قد لا يتمنى لكل الدول أن تمتلكها، حتى إن هناك بعض الدول التي تمتلك هذه المقومات، ولكنها لا تحسن استخدامها.

وعلى الرغم من أن سوريا تصنف من دول العالم الثالث الزراعية إلا أنها تمتلك مقومات كثيرة (طبيعة متنوعة . إرث حضاري . أماكن أثرية . تاريخ مجيد) وغير ذلك من مقومات السحر والجمال التي نقلها الإله إلى أرض الأحلام سورية لتصبح أسطورة تاريخية وسياحية تجذب إليها كل محب للمتعة والمعرفة) تمكنها من الدخول في حقل الاستثمار السياحي والمنافسة السياحية وتحويل اقتصادها إلى اقتصاد متتطور يعتمد السياحة ركناً أساسياً مع ضرورة أن يتم ذلك بقفزات سريعة (إذا كان غيرنا يسير فعلينا أن نظير).

أهمية البحث وأهدافه:

تأتي أهمية البحث من:

- 1 . الأهمية الفائقة للسياحة باعتبارها قطاعاً رديفاً للنفط، وكونها شريان حياة لاقتصاديات البلدان السياحية، فهي تسهم في رقي وازدهار هذه البلدان وتحويل اقتصادها إلى: " اقتصاد سياحي " .
- 2 . التأكيد على ضرورة الوعي لأهمية التنظيم والتخطيط السياحي (سوريا بشكل خاص) أي أن تقوم على أساس راسخة وسياسات واستراتيجيات وتشريعات حديثة تضع بعض الأهداف في مقدمة اهتماماتها وهي: الاهتمام والرقي بصناعة السياحة من خلال تحليل العرض والطلب السياحي، وربط السياحة المحلية بالسياحة العالمية، مما يزيد من القدرة التنافسية للسياحة السورية بين الدول السياحية الكبرى. أي: اعتبار السياحة قاطرة من قاطرات النمو الاقتصادي.
- اعتبار السياحة الصناعة الأم التي تدور حولها الصناعات الأخرى وهذا يعتمد ويطلب إقراراً أكيداً وقناعة راسخة بالسياحة كصناعة مولدة للأموال والثقافات والحضارات وليس مجرد قطاع ما من قطاعات الاقتصاد.
- اعتبار السياحة المفتاح الذي من خلاله تدخل أي دولة العالم من بوابته الواسعة، باعتبارها تسهم في تحويل العالم إلى قرية كونية صغيرة وتسهم في توطيد العلاقات الدولية.

أهداف البحث:

- 1 . إمكانية تجديد وتطوير وسائل التسويق والاتصال بين السوق السياحية المحلية والسوق السياحية العالمية عبر الشبكات الإلكترونية الممكنة التطبيق للقيام بعملية الترويج السياحي وجذب السياح.
- 2 . التعرف على متطلبات قواعد الاقتصاد السياحي السليم في سوريا عن طريق قيام الحكومة بتنفيذ سياسات وإجراءات وتشريعات لدعم الاستثمارات الأجنبية والرقي والنهوض بالاستثمارات الوطنية ودعم الأنشطة المرتبطة بها.
- 3 . لفت الانتباه إلى أن سوريا بلد حضاري وثقافي ... يمتلك ميزات ومقومات كثيرة توفر لها القدرة على المنافسة السياحية مع الدول السياحية الأخرى.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث بالتعرف على الدور الذي تلعبه السياحة في تنمية وتطوير الاقتصاد السوري وتجعله قادرًا على المنافسة السياحية العالمية، من خلال بعض الأسئلة:

- 1 . هل يوجدوعي وإدراك من قبل أبناء المجتمع السوري حول ماهية ومنافع السياحة، والدور الذي تلعبه في الاقتصاد يؤثر في رفاهية أبناء المجتمع؟
- 2 . هل هناك خطط لتطوير التشريعات الناظمة للاستثمار السياحي وتطوير الخدمات والأنشطة المرتبطة به على اعتبار أن السياحة هي صناعة طويلة الأمد بالاستثمار؟
- 3 . هل تتوفر إدارة كفؤة وكوادر عاملة في مجال السياحة ذات خبرة بذلك وقدرة على الاستفادة من تجارب البلدان السياحية لتمكن من جلب الاستثمارات وخلق بيئة استثمار سياحية منافسة؟

فرضيات البحث:

اعتمد البحث على الفرضيات الآتية:

- 1 . الفرضية الأولى: إن سوريا بما تمتلكه من مقومات حضارية وتاريخية وإمكانات سياحية، يجعلها تمثل القطب السياحي الرئيس في المنطقة وبؤهلها للمنافسة السياحية أكثر من الدول ذات الميزات المحدودة.
- 2 . الفرضية الثانية: توافر قاعدة تسويقية فعالة في مجال السياحة تقدم معلومات دقيقة ومحذفة عن مستويات الجذب السياحي السوري والتسهيلات المقدمة للسياح المحليين والعرب والأجانب.
- 3 . الفرضية الثالثة: توافر مراكز معلومات سياحية متخصصة قائمة على أساس التعاون والتنسيق بين جميع قطاعات المجتمع لتهيئة كوادر مدربة بشكل جيد وستطيع تقديم الخدمات السياحية بأسلوب حديث يضع السوق السياحية المحلية في موقع متقدمة بالنسبة إلى الأسواق السياحية العالمية.

منهجية البحث:

بما أن البحث يدرس العلاقة المتبادلة بين السياحة والاقتصاد لتمكن من إرساء قواعد الاقتصاد السياحي السليم ومعرفة تأثيره في الاقتصاد السوري، اعتمدنا:

1. المنهج الوصفي: عند استعراض تطور الظاهرة السياحية إلى أن أصبحت ركناً أساسياً من أركان الاقتصاد، كذلك الإمكانات والمقومات والسياسات والتشريعات الضرورية لإرساء قواعد الاقتصاد السياحي السليم وتنفيذ الأنشطة المرتبطة به.

- 2- منهج التحليل الإحصائي: للبيانات الواردة في البحث المتعلقة بالتقديرات المختلفة لبعض الظواهر مثل تقديرات النمو السياحي وتقدير حجم العرض والطلب السياحي والبيانات المتعلقة بموقع السياحة في الاقتصاد السوري.
3. منهج النظم المقارن: من خلال تحليل واقع السياحة في سوريا والمعوقات التي تعرّضها ومتطلبات تطويرها والنهوض بها كصناعة راقية لتمكن من الدخول في حقل المنافسة السياحية العلمية (من خلال المقارنة مع بعض الدول السياحية لاستقدام من تجارتها في مجال الاستثمار السياحي).

يتناول البحث النقاط الآتية:

- . وضع الدول العربية في المؤشرات الدولية والإقليمية.
- . مقومات القدرة التنافسية (السورية).
- . مقومات النمو السياحي وصناعة السياح (سورية).
- . أهمية الاستثمار السياحي في سوريا (من خلال دراسة مقارنة مع بعض الدول).

النتائج والمناقشة:

وضع الدول العربية في المؤشرات الدولية والإقليمية:

تشهد⁽¹⁾ البيئة الاستثمارية السورية تحسناً متزايناً، فبعد أن سيطرت سياحة الاصطياف والاستجمام والعطلات لفترة طويلة، إلى جانب السياحة الثقافية والدينية، بدأت تظهر أشكال جديدة، أهمها سياحة المؤتمرات التي حققت صعوداً كبيراً بنسبة 9% من إجمالي النشاط السياحي في سوريا بالإضافة إلى السياحة الصحية بنسبة 5%， يتواافق هذا مع حصول سوريا على المرتبة الثانية عالمياً في نمو سياحة الأعمال لعام 2007.

وهذا يؤكد اتجاه السائحين* نحو سوريا، وهو ما يدعوه إلى ضرورة تفعيل وتنشيط هذا الاتجاه، خاصة بعد أن تعرضت المنطقة العربية في عام 2006 ومن ثم في عام 2007 لأحداث أثرت على القويم السياحي إلى المنطقة، كان من أهمها الاجتياح للجنوب اللبناني في شهرى تموز وآب 2006، بالإضافة إلى استمرار الأحداث والأوضاع المأساوية التي يعيشها الشعب العراقي، نتيجة للاحتلال الأمريكي للعراق، والمجازر اليومية التي ترتكب بحق المدنيين.

نتيجة ذلك فقد تدفق مئات الآلاف من الجنسين العراقي واللبناني على سوريا خلال عام 2006، مما تسبب في ارتفاع أعداد القادمين لأسباب غير سياحية في النصف الثاني من عام 2006، كما شهد النصف الأول من عام

* - السائح: هو الشخص الذي يدخل بلدأً أجنبياً غير بلده بطريقة مشروعة لأي غرض عدا اتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة (لا تزيد عن سنة ولا تقل عن 24 ساعة) من هذه الأغراض:

- . الترفيه عن النفس، أو لأسباب عائلية، أو لبراعث صحية، أو لتأدية فريضة الحج.
- . حضور الاجتماعات الدولية أو لتمثل بلادهم (علمياً . إدارياً . سياسياً . دينياً . رياضياً).
- . الرحلات البحرية حتى ولو كانت فترة إقامتهم أقل من 24 ساعة.

ولا ينطبق التعريف السابق على:

من يقصد التوطن والحصول على عمل أي المهاجرين . الطلبة الدارسون الذين يلتحقون بالمعاهد العالمية والأقسام الداخلية . أفراد القوات المسلحة الأجنبية . أعضاء الهيئات الدبلوماسية . من ينتقل بقصد الإقامة وطلب اللجوء السياسي . طاقم الطائرة أو الباخرة أو القاطرة أو السيارة . الأفراد الذين يقيمون على الحدود ليعملوا في أراضي دولة أخرى مجاورة . المسافرون الذي يعبرون البلاد حتى ولو كانت فترة عبورهم أكثر من 24 ساعة (مسافروا ترانزيت).

2007 متابعة لتدفق العراقيين إلى سوريا، إلى أن بدأ تدفقهم بالانحسار بشكل كبير اعتباراً من منتصف عام 2007 نتيجة العمل بمبدأ الحصول على تأشيرة الدخول بشكل مسبق.

الجدول رقم (1) يبين تطور عدد السياح حسب تعريف منظمة الصحة العالمية

الدولة	2004	2005	2006	النسبة عن 2006	وسيط سنوي (3 سنوات)
السياح العرب	2349367	2508942	3530089	3600413%	%2
السياح الأجانب	683933	858992	892397	965397%	%8
مجموع السياح	3033300	3367935	4422486	4565810%	%15

المصدر : الاستثمار السياحي في سوريا 2008 ، د. سعد الله آغا القلعة ، وزارة السياحة ص 72 .

نلاحظ نمو عدد السياح العام حسب تعريف منظمة السياحة العالمية (متضمناً جميع القادمين إلى الدولة من فضاء اقتصادي آخر دون احتساب المغتربين السوريين وبغض النظر عن سبب الزيارة) والمقيمين على الأقل ليلة واحدة أي من دون احتساب زوار اليوم الواحد (14) مليون زائر من دول الجوار ، والجدول الآتي يوضح نمو عدد السياح مع استبعاد عدد العراقيين واللبنانيين لمقارنة الأداء السياحي خارج التأثيرات الإقليمية :

الجدول رقم (2) يبين تطور عدد السياح مع استبعاد اللبنانيين والعراقيين للمقارنة (بسبب العدوان على لبنان 2006) والوضع في العراق

الدولة	2004	2005	2006	النسبة عن 2006	وسيط سنوي (3 سنوات)
السياح العرب دون العراق ولبنان	1232526	1408475	1356070	1567612%	%15
السياح الأجانب	683933	858992	892397	965397%	%8
مجموع السياح دون لبنان وال伊拉克	1916459	2267467	2248467	2533009%	%10

المصدر : الاستثمار السياحي في سوريا 2008 ، د. سعد الله آغا القلعة ، وزارة السياحة ص 72 .

يبين الجدول أن النمو الحقيقي لعدد السياح مع استبعاد التأثيرات الإقليمية بين عامي 2006 ، 2007 كان .%13

ونظراً لضرورة استعادة القدوم السياحي فور توقف العدوان الإسرائيلي على لبنان في تموز 2006 ، فقد تم اعتباراً من بداية عام 2007 تنفيذ النشاطات الترويجية في 12 دولة تعدُّ الأسواق الرئيسية للسياحة السورية .
والجدول التالي يبين ذلك :

الجدول رقم (3) يبين عدد السياح قبل وبعد العدوان

الدولة	خارج تأثير	النصف الأول من 2006 / 2007	النصف الثاني من 2006 / 2007	النصف الثاني من 2006 / 2007 بعد قوع العدوان ولكن مع ظهور	النسبة عن 2006	العدد في النصف الثاني من 2006 / 2007

	تأثير قوافل العدون	ضمن تأثير العدون		قوافل الترويج	العدون	
%13	64158	56638	%9	42056	38514	الكويت
%51	21678	14333	%0	11291	11335	إمارات
%63	47202	28890	%10	16778	15322	بحرين
%19	10399	8736	%7-	6850	7339	قطر
%68	6678	3977	%4-	3553	3704	عمان
%1-	19648	19893	%6-	14124	15080	المانيا
%65	8213	4989	%3	5599	5442	إيطاليا
%24	11653	9421	%7-	8416	9074	بريطانيا
%68	9321	5539	%43	6011	4193	إسبانيا
%11	27425	24665	%16	15030	12973	روسيا
%19	126723	106307	%13-	122220	139869	تركيا
%37	168663	122826	%7	136293	127249	إيران
%7	2076	1948	%19	2150	1800	الصين
%28.3	523837	408162	%0.0	390371	391894	المجموع

المصدر: الاستثمار السياحي في سوريا 2008، د. سعد الله آغا القلعة، وزارة السياحة ص 74.

يبين الجدول نمو عدد السياح في الدول المستهدفة بالنشاطات الترويجية بين النصف الأول والنصف الثاني في عام 2007، نسبة إلى المدد المقابلة من عام 2006، ارتفع من 0% إلى 28%， مما يبرر أهمية النشاطات الترويجية في الاستعادة الفورية للسياحة السورية، وتجاوز تأثيرات العدون على لبنان، بل وتحقيق 13% كزيادة نسبية بين عامي 2006 و2007 للسياح القادمين من دول خارج التأثيرات الإقليمية.

وإذا كان بعض الاقتصاديين يؤكّد على أن⁽²⁾ ارتفاع درجة التوعي في الطلب السياحي في سوق ما يعدّ ميزة مهمة تمكن هذا السوق من التخفيف من درجة الصدمات الخارجية، فإن بعضهم الآخر يؤكّد على ضرورة العمل أولاً على زيادة نسبة السياحة العربية البينية، وذلك لمبررات عدّة منها:

. يتولد عن السياحة العربية البينية دخل سياحي أعلى، حيث يميل السائح العربي لتكرار الزيارة والبقاء لفترة أطول كما أنه أكثر إنفاقاً.

. تُسهم السياحة العربية البينية في زيادة التعاون التجاري والصناعي العربي.

. يحقق الإنفاق السياحي العربي البيني زيادة في الدخل القومي لدول عربية شقيقة بطريقة مباشرة وغير مباشرة عن طريق الأثر المضاعف للسياحة.

. تقلل السياحة العربية من فرص احتكار الشركات العالمية لتنظيم الرحلات الدولية، والتي تحصل على النصيب الأكبر من كلفة هذه الرحلات، وعلى تخفيضات كبيرة من مقدمي الخدمات السياحية المحليين.

- تقلل السياحة العربية من مخاطر تقلبات السياحة الدولية سريعة التأثير بالأحداث والإشعارات، خاصةً تلك المتعلقة بقرارات سياسية تستهدف الضغط الاقتصادي على الدول السياحية العربية عن طريق منع زيارة رعايا الدول الأجنبية للأقطار السياحية العربية أو التحذير منها.
- . تشجيع السياحة العربية البيئية على قيام الاستثمارات العربية المشتركة، خاصة في ظل تنوّع مجالات الاستثمار السياحي في المنطقة العربية من حيث النوع والحجم والتكلفة والعائد، بما يناسب مختلف أحجام رأس المال وطموحات المستثمرين.

الجدول رقم(4) بين السياحة العربية البيئية (عدد السائحين بالألف) خلال الفترة 1995 - 2005 .

البيان					
2005	2002	2001	2000	1995	
52.661	41.687	39.941	38.803	22.455	إجمالي عدد السائحين الوافدين
23.580	18.994	17.966	16.293	8.293	عدد السائحين العرب
45	46	45	42	37	السياحة العربية البيئية (%)

المصدر: مناخ الاستثمار في الدول العربية 2006 . المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، الصفا ، الكويت ، حزيران 2007 ص 121 .

أما بالنسبة إلى وضع الدول العربية وفقاً لمؤشر التنافسية للسفر والسياحة لعام 2007، فقد غطى (124) دولة في العالم، منها (10) دول عربية. ويكون المؤشر من ثلاثة مؤشرات فرعية، وهو يقيس العوامل التي تشجع على تطوير صناعة السفر والسياحة:

الجدول رقم (5) بين مؤشر التنافسية للسفر والسياحة 2006 .

المؤشرات الفرعية						المؤشر الكلي				
الموارد البشرية، الثقافية والطبيعة		بيئة السياحة والسفر وبنيتها التحتية		الإطار التنظيمي		الترتيب عالمياً	الرصيد	الترتيب عالمياً	الدولة	الترتيب عربياً
الرصيد	الترتيب عالمياً	الرصيد	الترتيب عالمياً	الرصيد	الترتيب عالمياً					
5.31	24	4.68	19	5.28	18	5.09	18	الإمارات	1	
5.15	37	3.77	47	5.34	12	4.75	34	تونس	2	
4.99	49	4.10	39	5.04	34	4.71	36	قطر	3	
4.82	58	3.65	54	5.09	30	4.52	46	الأردن	4	
4.86	54	4.24	34	4.24	61	4.45	47	البحرين	5	
4.93	52	3.27	72	4.60	47	4.27	57	المغرب	6	
4.70	68	3.51	60	4.52	50	4.24	58	مصر	7	
4.46	86	3.71	50	4.07	71	4.08	67	الكويت	8	
4.47	74	2.80	97	3.68	95	3.71	92	موريطانيا	9	
4.37	97	2.82	93	3.81	89	3.67	93	الجزائر	10	

المصدر : www.weforum.org

مقوّمات القدرة التنافسية السياحة (السورية):

نفعياً⁽³⁾ لدور السياحة في تعظيم القدرة التنافسية للدول التي تمثل مناطق جذب سياحي، وتقديراً لدور السياحة في دعم وتنشيط اقتصاد الدول السياحية. لذلك تسعى هذه الدول إلى وضع أساس لتعزيز نمو السياحة كقطاع إيجابي منتج اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وبيئياً. ومن أهم هذه الأساس (المقوّمات):

1 . تعزيز مبدأ الشراكة في الإدارة السياحية بين:

أ . القطاع لعام كونه المحرك الرئيس والمخطط للاستراتيجيات يعمل على⁽³⁾ :

- . وضع الأنظمة والتشريعات والتنسيق بين مختلف الشركاء في الإدارة في إطار الشراكة التبادلية.
- . تطوير الهيئات السياحية.
- . توفير التقنيات والتمويل المالي لدعم المشروعات.

ـ تطوير الخدمات السياحية: حيث يعده البرنامج السياحي وما يتضمنه من خدمات سياحية متقدمة بالإضافة إلى شروط استفادة السائح من هذا البرنامج، هو المحور الأساسي لجذب السائح ويبتعد للمنشأة السياحية المزيد من إمكانيات المنافسة في السوق السياحي.

ـ توفير المشروعات الأساسية من (مياه، كهرباء، صرف صحي، أماكن الإقامة والتخيم، القرى السياحية، أماكن الطعام والشراب، خدمات النقل السياحي، أماكن اللهو والترفيه ...) بشرط أن تكون قادرة على التنافس مع مناطق سياحية أخرى من حيث النوعية الجيدة والسعر المقبول.

ب . القطاع الخاص يتركز دوره⁽⁴⁾ في إقامة وتوجيه الاستثمارات والمشاريع التنموية المستدامة بما يمكنه بأن يتحول إلى أداة استشارية وتمويلية وتسويقيّة كونه الشريك الرئيس في منظومة الإدارة السياحية، من خلال:

ـ تمثيله بالهيئات السياحية وإدارة عمليات التخطيط والتسويق ورسم السياسات الترويجية.

ـ تمثيله في المجالس واللجان السياحية التي تعنى بإدارة القطاعات السياحية ووضع أساس آلية ترخيص المهن السياحية وتصنيفها وإدارة الجودة فيها.

ـ المجتمعات المحلية تتوزع أدوارها على محورين⁽⁴⁾:

ـ قطاع منتج ومورد للأيدي العاملة.

ـ قطاع فاعل ومشارك في صنع القرار وتقديم الخدمات المساعدة ، خاصة في مشاريع التنمية السياحية المستدامة.

ـ المنظمات غير الحكومية⁽⁴⁾ تعمل على تنمية قنوات الاتصال مع المجتمعات المحلية والمساهمة في إقامة مراكز التدريب المهني والوظيفي ومشغل لبعض المشاريع لتحقيق أهداف التوعية والتنفيذ والتدريب السياحي.

ـ أما الجهات المملوكة والمانحة فتقتضي⁽⁴⁾ . الممولين لأنشطة السياحة.

ـ واضعي الدراسات والسياسات.

ـ المزودين للخبراء ومستشارين فنيين وشركاء في تطوير التنمية السياحية المستدامة.

2 . الفعاليات الترويجية للاستثمار⁽²⁾:

اشتملت الفعاليات الترويجية على المؤتمرات والندوات والملتقيات والمعارض والمنتديات والاحتفالات واللقاءات ... وقد بلغ عدد الفعاليات الترويجية التي عقدتها (13) دولة عربية وردت منها البيانات نحو (135) فعالية، وقد تصدرت السعودية الدول العربية بتنظيمها (35) فعالية، تلتها الإمارات ومصر (14) فعالية لكل منهما، لبنان (13) فعالية، تونس (11) فعالية، الجزائر والبحرين (10) فعالية، سوريا (7) فعاليات، ثم ليبيا والسودان (6) فعاليات لكل منها.

وقد هدفت هذه الفعاليات إلى التعريف بمناخ الاستثمار في المنطقة وبالفرص الاستثمارية المتاحة، جذب المستثمرين إلى القطاعات ذات الأولوية، عرض الحوافز وإبراز المزايا التي اشتملت عليها قوانين الاستثمار الأجنبي المباشر، الاستفادة من خبرات وتجارب الدول الأخرى، توقيع مذكرات تفاهم لتأسيس شركات استثمارية ضخمة، تدريب العاملين في مجال الاستثمار على التقنيات الترويجية الحديثة، كل ذلك يفتح آفاقاً جديدة تحد من الموسمية السياحية. أي يكون الطلب السياحي متتركزاً في موسم معين من السنة: يسمى موسم الذروة السياحية، حيث تتدفق الأفواج السياحية وبأرقام كبيرة جداً على الواقع السياحية.

أما بالنسبة إلى الفرص المعروضة للاستثمار⁽²⁾: فقد شهد العالم عرضاً مكثفة للمشاريع الاستثمارية من قبل (6) دول عربية وردت منها البيانات حيث بلغت نحو (945) فرصة استثمارية، تصدرتها السودان بـ (600) فرصة استثمارية قدمتها إدارة الاستثمار بالتعاون مع الولايات والوزارات الاتحادية، وقد غطت قطاعات صناعية وزراعية وخدمة واقتصادية. تلتها سوريا (50) فرصة استثمارية يتم عرضها من قبل هيئة الاستثمار وبعض الوزارات المعنية، وشملت قطاعات الصناعة، الكهرباء، الزراعة، النفط والاتصالات بقيمة بلغت (350) مليون دولار. ثم اليمن (152) فرصة استثمارية تم عرضها من قبل الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار بالتنسيق مع عدة جهات معينة ومع اللجنة التحضيرية الخليجية المشتركة، وقد شملت الفرص المعروضة: الخدمات . الصناعة . الزراعة . السياحة . الكهرباء . الإسكان . خدمات النقل بقيمة تجاوزت الـ (10) مليارات دولار. وجاءت بالمرتبة الرابعة مصر (92) فرصة استثمارية قدمت منها الهيئة العامة للتنمية الصناعية (42) فرصة في المجالات الكيميائية، الدوائية، الغذائية، الهندسية، التعدينية. ثم تلتها لبنان أكثر من (51) فرصة استثمارية في مجالات عدة: سياحية، تقنية، صحية، خدمية وصناعات غذائية بقيمة تجاوزت الـ (280) مليون دولار. وأخيراً عرضت وزارة الصناعة والتجارة في البحرين عدداً غير محدد من الفرص الاستثمارية في المجالات الصناعية العديدة.

وبالنسبة إلى مجهودات الترويج الأخرى المنفذة: بلغت نحو (793) تم تنفيذها في (5) دول عربية وردت منها البيانات. وقد تركزت غالبية الجهود في تونس، حيث كثفت وكالة النهوض بالاستثمار جهودها وبلغت (765) جهداً شملت: لقاءات شراكة واتصالات مباشرة مع شركات أجنبية، وفي اليمن شمل (16) جهداً ترويجياً تركزت في: الرد عبر البريد الإلكتروني على الاستفسارات الواردة من المستثمرين وتحديث البيانات على الموقع الشبكي للهيئة العامة للاستثمار وإنشاء صفحات إلكترونية جديدة. وفي مصر قامت الهيئة العامة للاستثمار بـ (7) جهود ترويجية مميزة أهمها: الرد على الاستفسارات التي وردت من مستثمرين في مختلف أنحاء العالم عبر الخدمة الإلكترونية الخاصة بالمستثمرين وتحديث الموقع الشبكي للهيئة وتطوير قاعدة البيانات الخاصة بالشركات والمستثمرين. أما في البحرين فقد نفذت (4) جهود ترويجية مهمة تتعلق بتطوير الموقع الشبكي لمجلس التنمية الاقتصادية، إنتاج أقراص مدمجة تتضمن دليل المستثمر، وفي سوريا تم تطوير الموقع الشبكي الخاص بهيئة الاستثمار السورية.

والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول رقم (6) يبين ملخص الجهود الترويجية في الدول العربية 2006

البيان										الدولة
(8) مجهودات الترويج الأخرى المنفذة	(7) المدن الصناعية والمناطق	(6) التربيات الثانوية أو الجديدة	(5) القوانين والإجراءات الجديدة	(4) الفرص المعروضة		(3) الزيارات الترويجية إلى دول أخرى واستقبال المستثمرين	(2) مؤتمرات وندوات ومعارض	(1) مؤتمرات وندوات ومعارض		
				التكلفة (مليون دولار)	عدد المشاريع	استقبال	الزيارات شاركت فيها الدولة	التي عقدتها الدولة		
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الأردن
-	3	-	2	-	-	-	-	37	14	إمارات
4	18	-	26	-	غير محدد	28	17	12	10	البحرين
765	-	-	10	-	-	193	-	105	11	تونس
-	-	3	5	-	-	5	7	7	10	الجزائر
-	10	21	8	-	-	46	12	17	35	السعودية
-	7	1	-	-	نحو 600 مشروع	15	-	7	6	السودان
1	-	-	3	350	مشروع 50	-	-	-	7	سوريا
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	سلطنة عمان
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	فلسطين
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	قطر
-	-	-	-	-	-	12	-	1	2	الكويت
-	1	21	8	أكثر من 280	أكثر من 51 مشروع	3	-	15	13	لبنان
-	-	3	2	-	-	-	4	-	6	ليبيا
7	25	5	27	-	92	11	11	19	14	مصر
-	-	-	-	-	-	1	3	2	3	المغرب
16	3	5	6	أكثر من 10 مليار	152	6	-	5	4	اليمن
793	67	59	97	أكثر من 10.630	أكثر من 945	320	54	227	135	الإجمالي

				مليار دولار					
--	--	--	--	----------------	--	--	--	--	--

المصدر: مناخ الاستثمار في الدول العربية لعام 2006 المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، الصفا، الكويت، حزيران 2007، ص 173.

3 . رفع كفاءة البناء المؤسسي لقطاع السياحة: من خلال⁽²⁾:

- 1 . تطوير الهيكل المؤسسي العاملة في القطاع السياحي (العام والخاص) عن طريق:
 - . إنشاء دائرة المعلوماتية والإحصاء السياحي المتخصص.
 - . إنشاء دائرة الدراسات والأبحاث والاستراتيجيات.
 - . إنشاء مجلس استشاري أعلى.
 - . إنشاء مجلس السياحة البحرية.
 - . إنشاء مجلس الأعمال (استثمار الواقع السياحية وإدارتها).
 - . إنشاء مجلس التدريب والتأهيل وإدارة الواقع السياحية.
- 2 . إنشاء نظام المعلومات الجغرافي السياحي (GIS) الذي يهدف إلى إعداد قاعدة بيانات إلكترونية من المعلومات المتوفرة من الجهات ذات العلاقة لتأسيس النظام الأساسي لقاعدة المعلومات السائح، بحيث تشمل (الخرائط بأنواعها، الرسومات، الطرق، الواقع الأثرية والسياحية والتاريخية، ... ، الفنادق والمطاعم، ... ، الواقع للخدمات السياحية). وكما يهدف إلى تطوير نظام الاتصال مع الجهات ذات العلاقة لتبادل المعلومات المتعلقة بالواقع السياحية.
- 3 . تقديم الدعم الفني للجهات ذات العلاقة بمشاريع البنية التحتية والتطوير الحضاري: حالة الموانئ والمطارات والسكك الحديدية والطرق العامة، فقد عقدت وزارة النقل برئاسة السيد د. يعرب سليمان بدر وزير النقل اجتماعاً بتاريخ 12/11/2008 استعرضت خلاله الخطة الاستثمارية لتطوير وسائل النقل، وتم إصدار البطاقة الإلكترونية للسيارات التي يتم تسجيلها من جديد.
- 4 . وحدة الحسابات التابعة للسياحة (بالتسيق مع منظمة السياحة العالمية) وهي تتضمن: معرفة مرتبة السياحة مقارنة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، المداخل الضريبية التي ولدت بصناعات السياحة وتأثير السياحة على ميزان المدفوعات وعدد العالمين في مجال السياحة وحجم الاستثمارات بقطاع السياحة بالإضافة إلى مساهمة السياحة بالناتج المحلي الإجمالي.
- 5 . تنمية اقتصاديات السياحة الداخلية من خلال: إعطاء رعاية خاصة للرحلات الجماعية وتوفير مجالات ترفيهية متنوعة ورخيصة وتوفير الكتيبات والملصقات الملائمة لموقع الوزارة والتركيز على شقق أو فنادق صغيرة والإتفاق على المشتريات من المنتجات التقليدية اليدوية مع الأخذ بعين الاعتبار ذوي الاحتياجات الخاصة بكل الواقع السياحية المتاحة.
- 6 . الثقافة السياحية: ضرورة وضعها ضمن المناهج الدراسية لكل المراحل لأن ذلك يعدّ مفاتيح للثقافة الإنسانية، فإذا أدرك المجتمع أهمية السياحة سيعود ذلك بالإزدهار والتقدم ودفع عملية التنمية وتوفير فرص عمل والتعرف على

حضرات الشعوب الأخرى. وجلب العمالة الصعبية التي تمكن البلدان من القيام بتسديد مشترياتها من الخارج على أحسن وجه.

معوقات النمو السياحي وصناعة السياحة (سورية):

يعد النشاط السياحي من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً على المستوى العالمي. إذ يسهم نمو النشاط السياحي بشكل مباشر في توليد الدخل وتوفير فرص عمل لدى الاقتصادات المضيفة ... إلخ، فعلى قادة السياحة أن يتعرفوا على التحديات والمعوقات التي ستواجههم في ميدان الطلب السياحي الحالي ومدى إمكانية تلبية حاجات السياح. ومن أهم هذه المعوقات:

1. غياب التخطيط السياحي⁽⁵⁾: بما أن السياحة تتمو وتتبلور فإنها تخلق ضغطاً على العاملين والدول لاستخدام التخطيط كوسيلة لخلق موقع سياحية ذات نوعية متميزة، فلم يعد كافياً بناء موقع سياحية مميزة تحت وطأة منافسة قوية في السوق، لأن عدد المقاصد في العالم يزداد كماً ونوعاً وأصبح أمام الزوار مجال اختيار الموقع المرغوب الذي يقدم القيمة والنوعية والشروط الأفضل، وسوف نجد الواقع التي لا تخطط نفسها خارج السوق.
2. غياب الثقافة السياحية⁽⁶⁾: تعاني معظم الدول من عدم توفر ثقافة وقيم وأداب السياحة العالمية، وهذا يتطلب خططاً حكيمة لحماية بلدانها وشعوبها من أي مسيء إليهما ثقافياً أو عقائدياً أو أمنياً وغيرها من مسائِل الانفتاح السياحي العشوائي الذي لا يراعي الالتزام بالمبادئ والأخلاق الإنسانية السامية فكان لابد من إقامة "أكاديمية سياحية" في كل دولة تتضع الأسس الصحيحة لثقافة وأداب السياحة العالمية وتكون لجان علمية من قبل وزارات التعليم وزارات الإعلام والثقافة كُلّ على حدة، لتضع توصياتها، وبعدها يجتمع ممثلو هذه اللجان في اجتماع موسع لإقرار الصيغة النهائية لوسائل وطرق التغيير ومواعيد تفيذهما، والتي من شأنها تخلق جيلاً جديداً أكثر ثقافة في عالم السياحة، خاصة أن السياحة هي الجسر الموصى ما بين الشعوب.
3. تتأثر القدرة السياحية بالقوى والمتغيرات الخارجية⁽⁷⁾: إذ أن أبرز ما يميز صناعة السياحة عن الكثير من الصناعات الأخرى وحساسيتها المفرطة لقوى والعوامل الخارجية. وهذه القوى تتراوح ما بين عدم الاستقرار السياسي إلى نقسي وباء أو مرض أو حدوث اضطرابات عمالية أو تغير في أسعار صرف العملات وما شابه ذلك ... وبناء على ذلك فإن العديد من الباحثين في صناعة السياحة يطلقون تسمية الصناعة الأكثر حساسية للمتغيرات، على هذه الصناعة ويعودون على ضرورة التعمق في دراسة ومتابعة هذه المتغيرات بشكل يومي، وذلك للتبنّي بها والتحوط منها ومحاولة التقليص من تأثيراتها الجانبية قدر المستطاع.
4. عدم توفر إدارة فعالة لقطاع السياحة⁽⁸⁾: لأن الإدارة الفعالة لقطاع السياحة تعتمد مبدأ الشراكة بين السلطة المحلية والقطاع الخاص والعام والمنظمات غير الحكومية شيء أساسى، خاصة ضمن عملية التنمية السياحية التي تتطلب مقاييس وخصائص التسهيلات والخدمات السياحية والتصدي للأزمات والمشاكل التي تنشأ في مجال السياحة.
5. من أهم العوائق التي تواجه السياحة (السورية)⁽⁹⁾:
عدم توفر البنى التحتية الالزامـة وذلك يمنع الشركات السياحية والفندقية من تأسـيس فروع لها في سوريا ومن حرية ممارسة نشاطها. ومن أهم هذه البنـى التـحتـية: شبكة نقل متكاملـة الخـدمـات من توافـر طـرق مـمهـدة وـصالـحة للـنقل السريع، استـراحـات منـاسـبة على جـانـبـي الـطـرـقـ وـبـالـمـوـاقـعـ السـيـاحـيـةـ، توافـر مـراكـزـ تـجـارـيـةـ وـمـتـوـعـةـ، ... وـغـيرـهـاـ منـ مـجـمـلـ العـنـاصـرـ الـلاـزـمـةـ لـإـتـامـ رـحلـةـ سـيـاحـيـةـ نـاجـحةـ.

- تتمتع الشركات الوطنية بمزايا أكثر من التي تمنتها الدولة للشركات الأجنبية للاستثمار في الأراضي أو البنية الأساسية لإقامة المشروعات. فقد تحسنت نسبة استثمارات السوريين حتى وصلت إلى 37% مقابل 55% للعرب و7% للأجانب نتيجة إحداث الشركات السورية القابضة واهتمامها بالاستثمار السياحي.
- تركز النشاط السياحي في المناطق التقليدية التي تمثل عامل جذب سياحي وتحقق العائد السريع، وعدم الاهتمام بغيرها من الأماكن ذات البنية السياحية وغير المستمرة.
- تردي مستوى العمالة والخبرات المحلية وعدم مقدرها على التنافس الدولي. خاصة وأن صناعة السياحة هي صناعة التعامل مع الناس من حيث التعرف على حاجاتهم وميولهم وأهاليسهم. ففي العديد من الصناعات يمكن حجب المنتج الرديء عن المستهلكين من خلال استخدام نظام السيطرة والرقابة على الإنتاج. أما في صناعة السياحة، فإن طبيعة الخدمة السياحية تقتضي في كثير من الأحيان تعامل السائح مباشرة مع عامل الخدمة من دون وجود شخص وسيط، لذلك فلا مجال لحجب المنتج السياحي الرديء عن السياح، وأن لسلوك العاملين وكفاءة الخدمة ومستوى الأداء، أثره الكبير في عملية جذب السائح، لاسيما أن السائح يعُد وسيلة دعاية وإعلان عن المنتج السياحي. لذلك عملت وزارة السياحة على إطلاق برامج التدريب السياحي لتوفير الأطر البشرية المؤهلة للعمل في المشاريع السياحية.

أهمية الاستثمار السياحي في سوريا (من خلال دراسة مقارنة مع بعض الدول):

أدركت⁽¹⁰⁾ سوريا أهمية الصناعة السياحية في ظل التطور الكبير والمتسرع الذي شهدته قطاع الصناعة السياحية في العالم والدور الكبير الذي تلعبه هذه الصناعة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ومن هذا المنطلق عملت سوريا جاهدة على تطوير هذه الصناعة باعتمادها كمحرك رئيس من محركات الاقتصاد الوطني واعتبارها قاطرة للتنمية من خلال تأكيد الثقة بمناخ الاستثمار السياحي/ كما تم وضع خطة ترويجية متكاملة مساهمة في تحقيق زيادة سنوية ملحوظة في عدد السياح والاستثمارات (نظرًاً لاعتبار سوريا مهد الحضارات الإنسانية التي تركت كماً هائلاً من الآثار والأوابد لامست مختلف مراحل البشرية كما حافظت على أقدم مدنيتين مأهولتين حتى اليوم في التاريخ هما دمشق وحلب، كما أعطت الأجدية الأولى في العالم بالإضافة إلى الأمن والاستقرار والمناخ الرائع الذي أكسبها عنصر جذب سياحي عالمي).

ذلك بالإضافة إلى تطوير القوانين والتشريعات الموجودة بما يلائم المتغيرات الاقتصادية الدولية للوصول إلى مناخ استثماري جذاب يعطي الأمان والطمأنينة للمستثمر المحلي والعربي والأجنبي.

وفي هذا الإطار⁽¹¹⁾ صدرت مجموعة من القرارات الناظمة للاستثمار السياحي في سوريا عن طريق المجلس الأعلى للسياحة لتشجيع الاستثمار السياحي، نذكر منها قرارات عام 2007:

- 1- القرار رقم /183/ تاريخ 12/4/2007 القاضي بتصديق اتفاقية تنظيم العمل المشترك بين كل من وزارة السياحة ووزارة الأوقاف والخاصة بالاستثمار السياحي وذلك للموقع العائد بملكيتها لوزارة الأوقاف.
- 2- القرار رقم /186/ الصادر عن المجلس الأعلى للسياحة الذي يقضي بالموافقة على الإعفاء من جميع الضرائب والرسوم الجمركية والمالية مهما كان نوعها وطبيعتها وال المتعلقة باستيراد مواد البناء والأدوات والتجهيزات والآليات ووسائل النقل الخدمية غير السياحية والأثاث اللازم لإنشاء وتجهيز وتأثيث الفنادق ومنتزهات المبيت السياحية من المستوى الدولي والدرجة الممتازة والمطاعم والملاهي والخدمات السياحية المكملة والمستثمرة ضمن هذه الفنادق والمنشآت بالمستوى المطلوب، شريطة عدم تجاوز قيمة المستورادات عن 50% من إجمالي التكاليف الاستثمارية

التقديرية وعدم تجاوز قيم المستورات عن 30% من إجمالي التكاليف الاستثمارية التقديرية للفنادق و منشآت المبيت السياحي من الدرجتين الأولى والثانية والمطاعم الملاهي (النادي الليلي) والخدمات السياحية والمكلمة والمستمرة ضمن هذه الفنادق والمنشآت.

3- القرار رقم 187/ يقضي بالموافقة على منح الصفة السياحية للمشاريع والمنشآت الجديدة (التلفريك، عروض الصوت والضوء، المنشآت العائمة، هيكل الطائرة، مدن الألعاب، مدن الترفيه) وتمنح الإعفاءات والتسهيلات المنصوص عنها للمشاريع والمنشآت السياحية استناداً إلى أسس توضح بالتنسيق ما بين وزارة المالية والسباحة وعلى أن تتضمن تسديد رسم الإنفاق الاستهلاكي على عروض الصوت والضوء والتلفريك ومدن الألعاب، على أن تكلف وزارة السباحة بإعداد مذكرة تتضمن توصييفاً في مدن الألعاب وبنوداً تفصيلية للمواد المراد السماح بإدخالها وإعفائها مع دراسة الألعاب من حيث الصفة والنوعية.

4. القرار رقم 189/ يقضي باعتماد صيغة جديدة لبيع حق الانتفاع (بالإضافة إلى الصيغة المعتمدة سابقاً)، وذلك لمشاريع التنمية السياحية المحدودة والمنفذة على أرض عائدة للجهات العامة من خلال تطبيق قرار المجلس الأعلى للسياحة رقم (18) لعام 2002، وتقدر فيها قيمة بدل حق الانتفاع بنسبة مئوية من الإيرادات الإجمالية السنوية للمشروع ونسبة مئوية من قيمة التنازل عن حق الانتفاع بالوحدات السياحية على الشكل الآتي:

- نسبة مئوية من الإيرادات الإجمالية السنوية لفعاليات المشروع كافة ثابتة أو متزايدة بنسبة معينة خلال فترة زمنية محددة يتم تحديدها باتفاق في عقد الاستثمار .

. نسبة مئوية من قيمة بدل حق الانتفاع لأي وحدة سياحية منفذة من قبل المستأجر يتم التنازل عن حق الانتفاع بها إلى طرف ثالث كلياً أو جزئياً ولأية مدة، تسدد هذه النسبة عند تسجيل وتوثيق العقد لدى الجهة المختصة على أن لا تقل عن 12.5% من قيمة بدل حق الانتفاع لهذه الوحدة.

. نسبة مئوية من قيمة العقد بدل حق الانتفاع لأي وحدة سياحية لكل تنازل بعد المرة الأولى من طرف إلى طرف آخر وتسدد هذه النسبة عند تسجيل وتوثيق العقد لدى الجهة المختصة، وبعد تاريخ نهاية العقد بين الجهة المالكة والمستأجر هو تاريخ نهاية جميع حالات التنازل عن بيع حق الانتفاع لطرف ثالث و من طرف آخر وترد هذه المادة في جميع عقود التنازل عن بيع حق الانتفاع.

ويقضي القرار أيضاً بالموافقة على فتح سجل خاص لوزارة السباحة لكل مشروع عائد بملكيته لها أو لأي جهة عامة ومستأجر بصيغة حق الانتفاع، حيث يتم تسجيل وتوثيق عقود التنازل عن حق الانتفاع للوحدات السياحية المنفذة بالكامل في المشروع القابلة للتنازل عن حق الانتفاع بها وبما يتفق مع مضمون عقود الاستثمار شريطة أن يتم التسجيل بعد تنفيذ الوحدة السياحية بالكامل، والموافقة على انتقال الحقوق والواجبات والالتزامات العقدية لدى وفاة أحد أطراف عقد التنازل عن حق الانتفاع المسجل لدى وزارة السباحة بالكامل، والموافقة على انتقال الحقوق والواجبات والالتزامات العقدية لدى وفاة أحد أطراف عقد التنازل عن حق الانتفاع المسجل لدى وزارة السباحة بالكامل، والموافقة على انتقال الحقوق والواجبات أو الجهة المختصة لاحقاً إلى ورثته المبينين بحصر الإرث الشرعي، ويشرط لتطبيق صيغة بيع حق الانتفاع للوحدات السياحية للاصطياف والاشتاء أن لا يزيد عدد الأسرة في الوحدات القابلة لبيع حق الانتفاع بها لمدد مختلفة عن 48% من عدد الأسرة الكلي للمشروع، وأن لا يزيد عدد الأسرة الإجمالي في الوحدات القابلة لبيع حق الانتفاع عن 15% من عدد الأسرة الإجمالي في حالة الرغبة في الاستفادة من الصيغة آنفة الذكر .

إذاً نحن اليوم أمام حراك سياحي ضخم يبدأ من توفير البنية التحتية والتشريعات والمناخات الاستثمارية المناسبة وصولاً إلى النجاح في التسويق والترويج للمنتج السياحي وخلق بيئة استثمارية جاذبة ومنافسة في آن معاً. والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول رقم (7) بين المؤشرات السورية النسبية لقطاع السياحة نسبة إلى الاقتصاد السوري لتقديرات العام 2007 وما تم إنجازه فعلاً في نهاية عام 2007.

النفاذ	المنجز الفعلي عام 2007	توقعات عام 2007	سورية
3.41 +	%31.8	%28.39	نسبة الإيرادات من السياحة الدولية / الإسهام في القطع الأجنبي.
صناعة السياحة والسفر			
0.25+	%6.9	%6.65	نسبة العمالة
0.25+	%6.1	%5.85	نسبة الإسهام في الناتج المحلي الإجمالي
اقتصاد السياحة والسفر			
0.89+	%15.1	%14.21	نسبة العمالة
0.98+	%14.4	%13.42	نسبة الإسهام في الناتج المحلي الإجمالي

المصدر: الاستثمار السياحي في سوريا 2008، د. سعد الله آغا القلعة، وزارة السياحة ص 20.

يشير الجدول⁽¹⁾ إلى تحسن الوضع المنجز في سوريا لعام 2007 عن الوضع المقدر في تقرير المجلس الذي صدر في بداية عام 2007 حيث بُرِزَ التحسن بشكل أساسى في نسبة الإسهام في القطع الأجنبي، وكذلك تقدير إسهام اقتصاد السياحة (مجمل النشاط السياحي) في الناتج المحلي الإجمالي الذي قدر في بداية عام 2007 بنسبة 13.42% فيما كان المحقق فعلاً 14.4% إضافة إلى تقدير نسبة العمالة في اقتصاد السياحة حيث كان المقدر في بداية عام 2007 قد بلغ 14.21% ليصل المحقق في نهاية عام 2007 إلى 15.1% أما بالنسبة إلى توقعات الوضع السياحي لعام 2008:

يبين التقرير أيضاً فيما يخص التوقعات في بداية عام 2008 نسبة إلى التوقعات في عام 2007 تحسن المؤشرات سواء في الترتيب العام لسوريا سياحياً نسبةً لدول العالم الأخرى أو الترتيب حسب نسبة اقتصاد السياحة إلى الاقتصاد الوطني، وكذلك في المؤشرات النسبية الأساسية حيث يبين التقرير أن سوريا انتقلت في الترتيب العام للدول من (78) عام 2007 من أصل (176) دولة إلى الترتيب (76). أما التحسن الأوضح فقد كان في ترتيب الدول حسب الوضع النسبي للنشاط السياحي إلى الاقتصاد الوطني في الدولة حيث انتقلت سوريا من الترتيب (61) إلى الترتيب (48) عالمياً (من بين 176 دولة) بما يعكس أن إسهام السياحة في النشاط الاقتصادي السوري أصبح أكثر أهمية مما هو في دول أخرى.

الجدول رقم (8) بين أهم المؤشرات الاقتصادية لقطاع السياحة والسفر (T&T) لعام 2008 مقارنة بعام 2007.

النفاذ	2008	2007	المؤشر الاقتصادي
2 +	76	78	الحجم المطلق الكلي (الترتيب العالمي)

13 +	48	61	المساهمة النسبية في الاقتصاد الوطني (الترتيب العالمي)
12 -	79	67	توقعات النمو حتى عام 2018 (الترتيب ال العالمي)

المصدر: الاستثمار السياحي في سوريا 2008، د. سعد الله آغا القلعة، وزارة السياحة ص21.

أما بالنسبة إلى كامل الطلب السياحي المتوقع في بداية عام 2007 فقد كان (4.759) مليار دولار ثم ارتفع في نهاية عام 2007 إلى (5.899) مليار دولار، وكذلك ارتفعت تقديرات الناتج المحلي الإجمالي لصناعة السياحة (فنادق ومطاعم) والناتج الوطني لاقتصاد السياحة في عام 2008 مما كانت عليه في عام 2007 حسب الجدول الآتي:

الجدول رقم (9) يبين مقارنة بين مؤشرات 2008 ومؤشرات 2007 في سوريا

معدل النمو الوسطي السنوي بين 2003 و 2008	مقدار في بداية عام 2008 / مليار دولار	محقق في نهاية 2007 / مليار دولار	مقدار في بداية عام 2007 / مليار دولار	سورية
%8	1.217	1.157	0.884	إيرادات السياحة الداخلية
%32	3.079	3	2.480	إيرادات السياحة الدولية الوافدة
%15	0.592	0.570	0.538	تدفق الاستثمارات السياحية
%17	6.182	5.899	4.759	كامل الطلب على السياحة والسفر
%24	2.044	1.975	1.661	الناتج المحلي الإجمالي لصناعة السياحة والسفر (منشآت سياحية)
%19	4.885	4.672	3.810	الناتج المحلي الإجمالي لاقتصاد السياحة والسفر (جمل النشاط السياحي)

المصدر: الاستثمار السياحي في سوريا 2008، د. سعد الله آغا القلعة، وزارة السياحة ص24.

أما بالنسبة إلى الترتيب العالمي⁽¹⁾، فقد حصدت سوريا ثلاثة مواقع مهمة إذ أتت في الموقع الثاني عالمياً لتطور سياحة الأعمال في عام 2008 بمعدل نمو 14.1% بعد البرازيل بنسبة 14.6% فيما أتت روسيا ثلاثة بمعدل 13.4% والصين رابعة بمعدل 13.3% ... مما يعكس التطور النسبي للنشاط الاقتصادي العام في سوريا، كما أتت سوريا في الموقع الثاني عالمياً حسب توقعات نمو العمالة في اقتصاد السياحة (جمل النشاط السياحي) حتى 2018، وفي الموقع الثالث عالمياً حسب توقعات نمو العمالة في صناعة السياحة (فنادق ومطاعم) حتى عام 2018 مما يدل على توقعات إيجابية لزيادة الاستثمارات السياحية.

كما يبين التقرير ترتيب سوريا العام بالنسبة إلى دول العالم ودول الجوار في الوضع المطلق أي الحجم الإجمالي للنشاط السياحي في الدولة نسبة إليه في الدول الأخرى، وفي حال تقسيم دول الجوار إلى مجموعتين متقاربة النتائج نجد أن المجموعة الأولى تضم تركيا في الترتيب (20) والمليونان (25) وال سعودية (28) ومصر (41) فيما تضم المجموعة الثانية المغرب (52) ولبنان (67) وتونس (70) وقبرص (72) وسوريا (76) والأردن (81)، ولكن الوضع يختلف في الوضع النسبي والمتصل بنسبة النشاط السياحي إلى جمل النشاط الاقتصادي في الدولة حيث تكون سوريا ضمن المجموعة الأولى التي تضم قبرص (29) والأردن (33) والمغرب (34) ولبنان (35) وتونس (38) والمليونان (39) ومصر (42) وسوريا (48) فيما تأتي تركيا (68) وال سعودية (89) في مجموعة ثانية مما يعكس أن الاقتصاد

في دول المجموعة الثانية يعتمد بشكل أقل على السياحة مما هو الوضع في دول المجموعة الأولى، أما في النمو المتوقع حتى عام 2018 فهناك ثلات مجموعات فالأولى تضم مصر (17) وتركيا (36) أما المجموعة الثانية فتضم المغرب (50) وسوريا (79) وقبرص (85) تونس (86) أما المجموعة الثالثة فتضم الأردن (110) واليونان (124) وال سعودية (156) ولبنان (157) حيث نلاحظ توقعات النمو عام 2018 في دول المجموعة الثالثة أقل بكثير من دول المجموعتين الأولى والثانية.

أما في الترتيب العالمي حسب المؤشرات الأخرى فقد حلت سوريا مثلاً في الترتيب (60) بالنسبة إلى تطور كامل الطلب السياحي (مجمل النشاط السياحي) وكان وضع ترتيب دول الجوار على النحو الآتي : السعودية (43) ومصر (47) وسوريا (60) والمغرب (64) وقبرص (81) واليونان (85) والأردن (93) وتونس (104) وتركيا (126) ولبنان (172).

الجدول رقم (10) يبين الترتيب العام حسب المؤشرات المبنية لسوريا ودول الجوار والمتوسط لعام 2008 والتوقعات لعام 2018.

الدول	الوضع المطلق	الوضع النسيبي	النمو المتوقع
	2008	2008	2008
سوريا	76	48	79
مصر	41	42	17
اليونان	25	39	124
قبرص	72	29	85
الأردن	81	33	110
لبنان	67	35	157
المغرب	52	34	50
تونس	70	38	86
تركيا	20	68	36
ال سعودية	28	89	156

المصدر : الاستثمار السياحي في سوريا 2008، د. سعد الله آغا القلعة، وزارة السياحة ص 25.

الجدول الآتية توضح تدفق الاستثمارات من وإلى الدول العربية:

الجدول رقم (11) يبين الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة وفق القطر المضيف خلال عامي 2005 - 2006.

الدولة	2005		2006	
	القيمة / مليون دولار	النسبة (%)	القيمة / مليون دولار	النسبة (%)
الأردن	391.23	0.97	1.203.55	2.52
تونس	782.53	1.95	3.394.43	7.10
الجزائر	1.079.40	2.68	-	-
ال سعودية	12.097.00	30.08	18.293.00	38.25
السودان	3.249.39	8.08	2.828.00	5.91

-	-	7.81	3.141.23	سورية
-	-	7.28	2.925.71	سلطنة عمان
-	-	0.30	121.50	فلسطين
-	-	0.78	315.00	قطر
-	-	7.67	3.083.00	الكويت
4.88	2.335.00	5.17	2.077.70	لبنان
5.42	2.592.50	7.23	2.906.70	ليبيا
27.16	12.989.00	16.70	6.714.90	مصر
6.97	3.33186	2.79	1.121.44	المغرب
1.080	862.67	0.51	205.39	اليمن
100.00	47.830.01	1000.000	40.212.12	المجموع

المصدر: مناخ الاستثمار في الدول العربية 2006، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، الصفا، الكويت، حزيران 2007، ص 160.

نلاحظ ارتفاع نسبة الاستثمارات الأجنبية المباشرة لدى بعض الدول مثل (الأردن . تونس . السعودية . مصر . المغرب . اليمن) بينما انخفضت هذه النسبة في دول أخرى مثل (السودان . لبنان . ليبيا) وهناك بعض الدول لم تعرف نسبة الاستثمارات فيها لعام 2006.

الجدول رقم (12) يبين تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد إلى الدول العربية خلال الفترة (1996 - 2005).

الدولة/السنة	1996	1998	2000	2002	2004	2005	المجموع
الإمارات	301	258	515-	1.307	8.359	12.000	26.397
مصر	636	1.076	1.235	647	2.157	5.376	13.826
المغرب	357	417	215	481	1.070	2.933	12.765
السعودية	1.129	4.289	1.88	453	1.942	4.628	11.361
لبنان	80	200	298	257	1.899	2.573	8.816
الجزائر	270	501	438	1.065	882	1.081	6.834
تونس	351	668	779	821	639	782	5.843
قطر	339	347	252	624	1.199	1.469	5.682
الأردن	16	310	787	64	651	1.532	4.415
سوريا	89	82	270	1.030	275	500	2.879
.	.						
إجمالي الدول العربية	3.582	8.740	2.629	8.074	21.605	37.650	115.456
الدول النامية	152.700	194.055	252.459	155.528	275.032	334.285	3.184.032
العالم	386.100	690.905	1.387.953	716.128	710.755	916.277	7.752.222

المصدر: مناخ الاستثمار في الدول العربية 2006، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، الصفا، الكويت، حزيران 2007، ص 161.

على الرغم من ارتفاع نسبة التدفقات الاستثمارية الأجنبية المباشرة الوارد إلى الدول العربية خلال السنوات الأخيرة إلا أن هذه النسبة لا تزال صغيرة أمام الدول النامية.

الجدول رقم (13) يبين تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الصادر من الدول العربية خلال الفترة (1996 - 2005) .

المجموع	2005	2004	2002	2000	1998	1996	الدولة/السنة
11.894	6.661	1.007	407	2.094	30-	-	الإمارات
2.811	1.183	709	143	155	74	243	السعودية
2.295	715	627	96	125	1-	6	لبنان
784	352	192	21-	41	20	40	قطر
618	92	159	28	51	46	5	مصر
486	174	32	28	58	20	30	المغرب
480	23	258	100	18	1	2	الجزائر
42	13	4	2	2	2	2	تونس
8	-	-	25	5	2	43-	الأردن
							.
							.
27.004	15.227	6.531	718	2.565	1.098-	2.537	إجمالي الدول العربية
947.277	117.463	112.833	47.775	98.929	53.438	152.700	الدول النامية
7.360.947	778.725	813.068	652	1.186.838	687.240	386.100	العالم

المصدر: مناخ الاستثمار في الدول العربية 2006، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، الصفا، الكويت، حزيران 2007، ص 162.

نلاحظ الارتفاع في تدفقات الاستثمار الأجنبي باستثناء عام 2002 نتيجة الأحداث السياسية في المنطقة.

الجدول رقم (14) يبين حصة الدول العربية من تدفقات الاستثمار الأجنبي الوارد عالمياً خلال الفترة (1996 - 2005) .

المجموع	2005	2004	2002	2000	1998	1996	
7.752.222	916.277	710.755	716.128	1.387935	690.905	386.100	العالم
5.314.695	542.312	396.145	547.778	1.107.987	472.545	219.900	الدول المتقدمة
2.184.022	334.285	275.032	155.528	252.459	194.055	152.700	الدول النامية
253.504	39.679	39.577	12.821	27.508	24.305	13.500	دول الاقتصاديات المتحولة
115.456	37.650	21.605	8.074	2.629	8.740	3.582	جميع الدول العربية
%5.29	%11.26	%7.86	%5.19	%1.04	%4.50	%2.35	نسبة الدول العربية للدول النامية
%1.49	%4.11	%3.04	%1.13	%0.19	%1.27	%0.93	نسبة الدول العربية للعالم

5.331.016	716.302	380.598	369.789	1.143.816	531.648	227.023	عمليات الاندماج والملك
%0.35	%0.52	%0.25	%0.17	%0.15	%0.09	%0.11	حصة الدول العربية في
18.772	3.722	957	611	1.744	466	244	عمليات الاندماج والملك كباقي
%0.71	%3.33	%0.34	%0.81	%0.17	%0.07	%0.53	حصة الدول العربية في
37.635	23.838	1.282	3.005	1.900	397	1.201	عمليات الاندماج والملك كمستثمر

المصدر: مناخ الاستثمار في الدول العربية 2006، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، الصفا، الكويت، حزيران 2007، ص 162.

نلاحظ أن حصة الدول العربية من تدفقات الاستثمار الأجنبي الوارد عالمياً استمرت بالارتفاع خلال عام 2004 و 2005 وكانت نسبة الدول العربية للدول النامية تشكل (5.295) بينما نسبة الدول العربية للعالم تشكل (%) 1.49 أي أن هذه النسبة ترداد بشكل نظامي منذ عام 2004.

من هنا نجد أن⁽¹⁾ الاهتمام في قطاع السياحة قد تضاعف عما سبق بعد أن أصبحت سوريا عضواً في الوكالة الدولية لضمان الاستثمار "ميجا" وهي إحدى مؤسسات البنك الدولي والمتعلقة بضمان تشجيع الاستثمار، وتعُد سوريا من الدول المؤسسة للمؤسسة العربية لضمان الاستثمار، حيث وقعت الاتفاقية عام 1974 وهي تهدف إلى تشجيع انساب رؤوس الأموال العربية بين الأقطار العربية، وذلك عن طريق تقديم الضمان للاستثمارات ضمن المخاطر غير التجارية وتقديم الأنشطة الممكنة لترقية الوعي الاستثماري والترويج للاستثمار في الدول العربية.

كما عملت الحكومة السورية إلى إنشاء ما يسمى (النافذة الواحدة للاستثمار السياحي) بمعنى وجود لجان ترخيص في المحافظات، ومهمها كانت ملكية الأرض التي سينشأ عليها العمل (عامة . بلدية . وزارة) فسوف تتعامل معها هذه النافذة. ومن أبرز الإجراءات التي نفذتها الحكومة في هذا السياق إقامة سوق الاستثمار السياحي في سوريا عقد لأول مرة في نيسان (2005) بمشاركة حوالي (1200) مستثمر سوري وعربي وأجنبي، فكان المحطة الأساسية لانطلاق الاستثمار السياحي في سوريا، حيث تم قبل انعقاد السوق إصدار عشرات القرارات التي شكلت بمجملها مكونات بيئية استثمارية جاذبة، تمت مناقشة مكوناتها في جلسات العمل مع المستثمرين خلال الملتقى وتم التوافق على ثلاثة عشر مشروعياً سياحياً في ثمانى محافظات، وخلال السنوات التالية لسوق الاستثمار دخلت سوريا شركات إدارة فندقية عالمية لإدارة بعض تلك المشاريع ... ومن أهم الواقع التي تم التعاقد على استثمارها من خلال ملتقيات الاستثمارات واتفاقيات التطوير:

الجدول رقم (15) يبين قائمة بالمشاريع التي تم التعاقد على إنشائها واستثمارها من خلال ملتقيات الاستثمارات واتفاقيات التطوير مرتبة حسب كلفة الاستثمار تنازلياً

البرنامج التوظيفي	التكليف الاستثمارية التقديرية	اسم العرض المرشح	اسم الموقع	
فندق /4 نجوم + شقق فندقية + وحدات سياحية للاشتاء والاصطياف + مركز تجاري وترفيهي	المرحلة الأولى 300 مليون دولار المرحلة الثانية غير محاسبة	مجموعة ماجد الفطيم القابضة	منطقة الصبوره	1

2	خليج ابن هاني	شركة الديار القطرية	فندق وشاليهات وفيلات فخمة /5 نجoms + وحدات سياحية للانشاء والاصطياف + فعاليات تجارية وخدمة.	224/ مليون دولار
3	ضاحية الفاضل	مجموعة وحود	فندق 5 نجوم وشاليهات وخدمات تجارية وترفيهية أخرى.	222 مليون دولار
4	أرض كيون في دمشق	شركة محمد بن المحسن الخرافي الكويتية وشركة الإدارة هي "أنتركونتينتال"	مجمع فندقي دولي /5 نجوم	217 مليون دولار
5	مشروع أنترادوس /طرطوس	شركة انترادوس	مجمع سياحي دولي يضم فندق 5 نجوم وشاليهات وخدمات ترفيهية وتجارية.	200 مليون دولار
6	ثكنة طارق بن زياد بحلب	مجموعة حالة وشركاه	فندق تراثي /5 نجوم + منشآت سياحية وخدمة وترفيهية.	137 مليون دولار
7	شرقي المرديان باللاذقية	شركة أولمبيك نور الروسية (السيد آربى لاودينوف) وشركة الإدارة هي "KAF" وشركة OTECILIK التركية.	مجمع فندقي وشاليهات ومراكز ترفيهية 4/نجوم.	80 مليون دولار
8	مقاسم كفرسوسة بدمشق	مجموعة الشرق (نبيل طعمة)	مجمع فندقي استثماري (4) نجوم	60 مليون دولار
9	تنظيم غربي سوق الهال	محمد عبد الله الرفاعي	فندق / 4 نجوم + متمماته	35 مليون دولار
10	كراج البولمان القديم بحمص	عبد الله دياب	فندق 4 نجوم ومتماماته مع فعاليات تجارية وخدمة.	35 مليون دولار
11	جول جمال	السادة انتوريس ست سينارا	مجمع سياحي تنظيم فندق / 4 / نجوم + متمماته	33 مليون دولار
12	شرق الشاطئ الأزرق باللاذقية	شام القابضة	مجمع سياحي (4) نجوم	30 مليون دولار
13	كراج حجز المرور	مجموعة وحود	فندق من الدرجة الممتازة (4) نجوم و متمماته.	22 مليون دولار
14	موتيلاس جديدة الوادي بريف دمشق	مجموعة الشرق وشركة الإدارة هي "شركة روبلال العالمية"	موتيلاس (4) نجوم ومركز تجاري وترفيهي	16.73 مليون دولار
15	مبني المعهد الصحي بحلب	شمرا	فندق تراثي 4 نجوم	13 مليون دولار
16	غرب منتجع الشاطئ الأزرق	محمد علي الديري	مرافق خدمية شاطئية ومجموعة غرف مبيت ومطاعم وكافيتريات	4.5 مليون دولار
17	فندق أرواد . طرطوس	عبد القادر صبرة وشركاه	فندق / 4 / نجوم . مطعم متخصص بالماكولات البحرية مارينا	15 مليون دولار
18	موقع المياه المعدنية	أيمن الزعبي	مجمع سياحة علاجية يضم فندق (3) نجوم	3.8 مليون دولار

باليادولة				ومركز صحي وخدمات أخرى
فندق الحياة بدمشق	1 9	مجموعة نسكو السعودية وشركة الإدارة هي " سويس إن "	3.92 مليون دولار	تجديد وتأهيل المنشآة كفندق (4) نجوم
المقسم (81) غري أبي رمانة	2 0	شركة حكيم التجارية	3.4 مليون دولار	منشأة سياحية تجارية (4) نجوم بدون فعاليات تامة
خان سليمان باشا	2 1	مجموعة وحدود	3.2 مليون دولار	فندق إقامة تراثي (5) نجوم
المقسم (9) شارع الثورة	2 2	عبد الغني الحفار	2.8 مليون دولار	فندق (3) نجوم مع متمماته.
فندق مطار دمشق الدولي بريف دمشق	2 3	د. محمد رضوان المصري وشركة الإدارة "ارت أوتيل سنتر"	2.25 مليون دولار	استثمار الفندق وتأهيله كفندق (4) نجوم
فندق درعا	2 4	مجموعة سارة للاستثمارات	1.92 مليون دولار	فندق (3) نجوم مع مجمع تجاري ترفيهي
المناطق المفتوحة . كورنيش جنوبى . اللاذقية	2 5	عدنان نجيب خزيم	1.8 مليون دولار	مطعم وحدائق ومنتزهات مناطق مفتوحة مجانية
بيت السادات بدمشق	2 6	أحمد الكيلاني	0.7 مليون دولار	مطعم ثلث نجوم
فندق الرقة	2 7	فيصل الغبراهم	0.67 مليون دولار	فندق (3) نجوم مع متمماته
منطقة المطاعم والملاهي . الكورنيش الجنوبي باللاذقية	2 8	نقولا جغنوون	0.58 مليون دولار	مجموعة من المطاعم والكافيتيريات والملاهي
موقع مغارة عريقة	2 9	فائز عزام	0.2 مليون دولار	خدمات سياحية لعبر حدودي مع فندق (3) نجوم وعمق وكافيتريا
بمجموع (1.669) مليار دولار بدون احتساب المرحلة الثانية من مجمع الفطيم بالصبرة				

المصدر : الاستثمار السياحي في سوريا 2008، د. سعد الله آغا القلعة، وزارة السياحة ص 2 الملحق.

الملحق رقم (2) المشاريع قيد التعاقد

لائحة الموقع المعروضة في ملتقى سوق الاستثمار الثالث التي تم حجزها وقيد التعاقد حالياً

النكايف الإجمالية التقديرية الأولية للمشروع	البرنامج الاستثماري المعتمد للموقع	المساحة التقديرية	المالك	الموقع	المنطقة
10 مليون يورو أو 680 مليون ليرة سورية	فندق سياحي سوية / 4 / نجوم على الأقل مع متمماته بطاقة استيعابية حوالي 120 غرفة	١٩٢٠م ²	محافظة دمشق+مؤسسة الطيران العربية السورية	ارض المقسم / 14 / شارع الثورة	دمشق
2 مليون يورو	فندق سوية ثلاثة نجوم مع متمماته بعدد 4976 م ²	المؤسسة العربية للعقارات رقم 45/ تنظيم			

سوق الهال	للتأمينات الاجتماعية		غرف /68/ مع إمكانية الزيادة والنقصان بمقدار 10%	أو 136 مليون ليرة سورية.
أرض المؤسسة العامة للإسكان / خلف مبنى القصر العدلي الجديد	المؤسسة العامة للإسكان	٧٠٠٠ ^٢ م ^٢	فندق بسوية أربعة نجوم على الأقل بطاقة استيعابية 250 غرفة كحد أدنى ومتممته مع مجمع أعمال ومركز تسوق تجاري	25 مليون يورو أو 107 مليار ليرة سورية
مجمع دمشق الجديدة السياحي بمشروع دمر الجزيرة /16/	التجمع التعاوني السكني للعاملين في النقابات المهنية	٩٧.٠٠٠ ^٢ م ^٢	مجمع فندقي بسوية لا تقل عن 4 نجوم بطاقة استيعابية لا تقل عن 250 غرفة مع فعاليات تجارية وترفيهية وثقافية	١٠٠ مليون يورو أو 6.٨ مليار ليرة سورية
الشريحة (١) من موقع بحيرة زرزر	وزارة السياحة	١١٩.٨٤٠ ^٢ م ^٢	فندق و موتيلات 3 نجوم بما لا يقل عن 100 غرفة فندقية + مطاعم وفعاليات سياحية وتجارية وترفيهية	٥ مليون يورو أو ٣٤٠ مليون ليرة سورية
الشريحة (٢) من موقع بحيرة زرزر	وزارة السياحة	٧١.٦٥٠ ^٢ م ^٢	فندق إقامة أربعة نجوم بما لا يقل عن 70 شقة أو جناح + مجموعة مطاعم وفعاليات سياحية وتجارية وترفيهية	١٠ مليون يورو أو ٦٨٠ مليون ليرة سورية
مشروع اتحاد الصحفيين على العقار / ٥٤١ / الروضة ١/٦	اتحاد الصحفيين	٤٥.٠٨٨ ^٢ م ^٢	مotelات سوية 3 نجوم أو 4 نجوم بطاقة استيعابية لا تقل عن 150 غرفة مع فعاليات سياحية وتجارية وترفيهية وخدمة	٥ مليون يورو أو ٣٤٠ مليون ليرة سورية
أرض السرايا القديمة ومبني الهجرة والجوازات ومعهد الإعداد النقابي	مجلس مدينة حلب	٩٠٣٦ ^٢ م ^٢	ترميم وتأهيل وتوظيف سياحي لموقع السرايا القديمة ومبني الهجرة والجوازات وبنى معهد الإعداد النقابي كمنشأة سياحية بسوية 5 نجوم بطاقة استيعابية لا تقل عن 150 غرفة فندقية وعن 850 كرسي إطعام مع فعاليات سياحية وتجارية وترفيهية مكملة	١٥ مليون يورو أو ١.٠٢ مليار ليرة سورية
سوق الإنتاج بحلب	مجلس مدينة حلب	٢١.٢١٢ ^٢ م ^٢	فندق سوية خمسة نجوم بطاقة استيعابية لا تقل عن 400 غرفة مع مول تجاري وفعاليات سياحية وثقافية وترفيهية وخدمة	٤٥ مليون يورو أو ٣.٠٦ مليار ليرة سورية
العقار ٣٧٠ لوزارة الأوقاف	مجلس مدينة حلب	٢٥١٧ ^٢ م ^٢	فندق سوية 3 نجوم بطاقة استيعابية لا تقل عن 200 غرفة مع مول تجاري	٧ مليون يورو أو ٤٧٦ مليون ليرة سورية
مبني الخدمات الفنية بحلب	محافظة حلب	٢٢٤٤ ^٢ م ^٢	فندق سوية 4 نجوم بطاقة استيعابية لا تقل عن 60 غرفة مع فعالياته ومطاعم مع فعاليات متممة	٤ مليون يورو أو ٢٧٢ مليون ليرة سورية
المدينة الرياضية . الحمدانية	محافظة حلب	٢٠.٠٠٠ ^٢ م ^٢	فندق سوية 4 نجوم بطاقة استيعابية لا تقل عن 350 غرفة مع مطاعم وفعاليات سياحية وتجارية وترفيهية	٢١ مليون يورو أو ١.٤٢٨ مليار ليرة سورية

50 مليون يورو أو 3.4 مليار ليرة سورية	فندق سوية 5 نجوم بعدد غرف لا يقل عن 300 غرفة وشاليهات بعدد لا يقل عن 100 شالية.	99.000 ² م	مجلس مدينة اللاذقية	مجمع سياحي . كورنيش المدينة الرياضية	
35 مليون يورو أو 2.38 مليار ليرة سورية	مجمع سياحي يتضمن فندق سياحي سوية 4 نجوم فما فوق بعدد غرف لا يقل عن 300 غرفة مع شاليهات وفعاليات سياحية وتجارية وترفيهية.	75.000 ² م	مجلس مدينة اللاذقية	مدينة المعارض على كورنيش المدينة الرياضية على البحر مباشرة وهي استمرار للمناطق السياحية وقريبة من المربيان والشاطئ الأزرق	
13 مليون يورو أو 884 مليون ليرة سورية	مجمع سياحي يتضمن فندق سوية 3 نجوم فما فوق بطاقة استيعابية لا تقل عن 150 غرفة وشقق مفروشة ومقصف وفعاليات سياحية وتجارية وخدمية أخرى.	46.500 ² م	مجلس مدينة اللاذقية	المجمع السياحي في المدينة السياحية الجنوبية	اللاذقية
1 مليون يورو أو 68 مليون ليرة سورية	مطعم عائم بعدد كراسى لا يقل عن 300 كرسي مع مقصف وتيراسات خارجية	4500 ² م	مجلس مدينة اللاذقية	المطعم العائم المتوسط بجزء على سطح صخري أحضر بـ 20 م عن منسوب الشارع والجزء الأكبر على الماء . الورنيش الجنوبي	
2.5 مليون يورو أو 170 مليون ليرة سورية	فندق سوية ثلاثة نجوم فما فوق مع مطاعم وكافيتريات وسوق تجاري	600 ² م	مجلس مدينة اللاذقية	فندق ومركز خدمات وتجارة في المدينة السياحية الشمالية	
10 مليون يورو أو 680 مليون ليرة سورية	مجمع سياحي يتضمن وحدات إقامة سياحية فندقية أو موتيلات أو بنغaloهات سوية ثلاثة نجوم فما فوق بطاقة استيعابية لا تقل عن 400 سرير مع فعاليات تجارية وسياحية وترفيهية	79.570 ² م	وزارة السياحة +المديرية العامة للموانئ	موقع مشروع بانياس /القطاع الأوسط/	
2.5 مليون يورو أو 170 مليون ليرة سورية	فندق شاطئي سوية ثلاثة نجوم فما فوق مع متمماته بطاقة استيعابية لا تقل عن 50 غرفة	7098 ² م	مجلس بلدة ضهر صفرا	موقع العقارين (482) - (483) الخراب . شاطئ البحر	طرطوس
31.5 مليون يورو أو 2.142 مليار ليرة سورية	قرية سياحية سوية أربعة نجوم (فندق ومجموعة شاليهات) بطاقة استيعابية لا تقل عن 1200 سرير مع فعاليات سياحية وتجارية ترفيهية متعددة	240.895 ² م	وزارة السياحة +المديرية العامة للموانئ + مجلس بلدة الحميدية	موقع العقارين / 6 - / 16 الحميدية	
4 مليون يورو أو 272 مليون ليرة سورية	فندق سوية 3 نجوم فما فوق مع متمماته بطاقة استيعابية لا تقل عن 100 غرفة	1586 ² م	مجلس مدينة طرطوس	موقع العقار 7920 الكورنيش الجنوبي	
6 مليون يورو	فندق تراثي سوية 3 نجوم أو 4 نجوم	8457 ² م	مجلس مدينة حماة	موقع قصر الأنفووط	

أو 408 مليون ليرة سورية	ومتممته	المساحة الطابقية	حماء	/السجن القديم/ مساحة 4466 م ² الطابق الأرضي و 3991 م ² الطابق الأول	
3 مليون يورو أو 204 مليون ليرة سورية	قرى سياحية تتضمن فندق سوية 3 نجوم مع ممتيلات بطاقة استيعابية لا تقل عن 75 غرفة مع فعاليات متممة ويمكن أن تتضمن وحدات سياحية للاشتاء والاصطيفاف	25.000 م ²	أملك دولة (وزارة السياحة)	موقع أرض جورين على جزء العقار 481	
15 مليون ليرة سورية	تأهيل وتجهيز المطعم القائم وتفيذ شاليهات ألعاب ومسبح وملحقاتها بمستوى نجمتان	21.536 م ²	+ وزارة السياحة مجلس قرية تل شهاب	موقع زيزون السياحي	درعا
35 مليون ليرة سورية	تأهيل واستثمار الفندق القائم بسوية نجمتان فما فوق مع تيراسات صيفية وألعاب أطفال	4120 م ²	مجلس مدينة السويداء	الفندق السياحي بالسويداء	السويداء
مجموع الكلفة الاستثمارية 555 مليون دولار					

المصدر: الاستثمار السياحي في سوريا 2008، د. سعد الله آغا القلعة، وزارة السياحة ص 7 الملحق.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

إن السياحة بما وصلت إليه وما تsem به من نشاط اقتصادي، لم تعد مجالاً لتجارب الخطأ والصواب من قبل الهوا، لذلك عملت الوزارة على إعداد الكادر الإداري وتأهيل موظفيها ورفع كفاءتهم المهنية وفق اختصاصاتهم وتنمية قدراتهم في المجالات الإدارية واللغوية والحوسبة والسياحية وتمويل دورات التدريب والتأهيل من الخطة الاستثمارية من أجل تلبية احتياجات الأسواق السياحية.

- إن سوريا بما تملكه من مقومات حضارية وتاريخية وإمكانات سياحية، يجعلها تمثل القطب السياحي الرئيس في المنطقة.

لا يوجد الوعي والإدراك الكافي من قبل أبناء المجتمع المحلي حول ماهية ومنافع السياحة والدور الذي تلعبه في رفاهية أبناء المجتمع.

- لا تتوفر مراكز المعلومات السياحية المتخصصة القائمة على أساس التعاون والتنسيق بين القطاعين العام والخاص لتهيئة كوادر فنية مدربة بشكل جيد تستطيع تقديم الخدمات السياحية بأسلوب حديث يضع السوق السياحية المحلية في موقع المنافسة مع السوق السياحية العالمية.

. لا تتوفر قاعدة تسويقية فعالة في مجال السياحة تقدم معلومات دقيقة ومحثثة عن مستويات الجذب السياحي السوري والتسهيلات المقدمة للسياح ولجميع من يطلبها من الداخل أو الخارج وهذا ما يضعف من قدرتها على المنافسة السياحية.

التوصيات:

من أجل الحفاظ على حصة الدول العربية (سوريا) في السوق السياحي العالمي وبمعدلات نمو متواصلة في هذه الصناعة التنافسية، يجب على الدول العربية أن تعمل على توفير بنية أساسية سياحية متقدمة ومجموعة من الخدمات

والمنتجات السياحية ذات مستوى جودة مرتفع عند مستويات أسعار مناسبة وفقاً لنوعية السياحة التي تتميز بها كل دولة على حدة.

كما يجب الاهتمام بتدريب وتأهيل الكوادر السياحية أي يجب الأخذ بعين الاعتبار تحسين قاعدة البيانات السياحية للدول العربية، بحيث تتماشى والمعايير الدولية بتوحيد منهجيات إعدادها وتطوير أساليب تجميعها وتجنب التقديرات التحكيمية والجزافية كي تعكس الدقة الدورية المطلوبة حتى يتمكن تحديد نقاط القوة والضعف بواقعية. ومن ناحية أخرى فإن التكامل بين الدول العربية فيما يتعلق بالبنية التحتية السياحية (على سبيل المثالربط بين الأماكن التاريخية السياحية الموجودة في الأردن وسوريا وفلسطين) يمكن أن يحقق المزيد من الجذب السياحي للمنطقة. فمن أجل تحقيق هذا الربط والتكامل في المجال السياحي، هناك حاجة لتبادل الأفكار والاتصالات على المستويات كافة وتحرير الخدمات السياحية الخاصة بالشركات الدولية العاملة لتنظيم الرحلات. ولذلك يجب حيث مكاتب السفر ووكالاته وشركات الطيران العربية على تأسيس شركة عربية عملاقة تقوم بتنظيم الرحلات السياحية بحافر تقدمها تكون منافسة للحافز التي تقدمها الشبكات والمؤسسات السياحية العالمية.

المراجع:

- 1 . الاستثمار السياحي في سوريا ، د. سعد الله آغا القلعه، وزارة السياحة، 2008
- 2 . مناخ الاستثمار في الدول العربية 2006، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، الصفا، الكويت، حزيران . 2007
- 3 . مسلم، تغريد أحمد . *التسويق السياحي فن الاتصال والتفاوض*، الطبعة لأولى، دار النمير للنشر والتوزيع، دمشق، . 2004
- 4 . كافي، مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الفرات للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2005 .
- 5 . خريوطلي، صلاح الدين ، *السياحة صناعة العصر (مكوناتها ظواهرها . آفاقها)*، الطبعة الأولى، دار حازم للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق، 2002 .
- 6 . الثقافة السياحية ضمن المناهج الدراسية، عبد الصاحب الشاكري . 2007./4/1
- 7 . طائي، حميد عبد الغني . *التسويق السياحي (مدخل إستراتيجي)*، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004 .
- 8 . خريوطلي، صلاح الدين . *السياحة المستدامة (دليل الأجهزة المحلية)*، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، دمشق، سوريا، 2004 .
- 9 . السياحة الداخلية بين الطموحات والمعوقات . السيد نجم . 2008./1/27
- 10 . المجلس الدولي لسياحة والسفر.
- 11 . تم الدخول على الموقع www.weforum.org .
بشكل دوري حسب التواريخ التالية:

2008 / 9 / 17

2008 / 9 / 18

2008 / 10 / 2

2008 / 10 / 15