

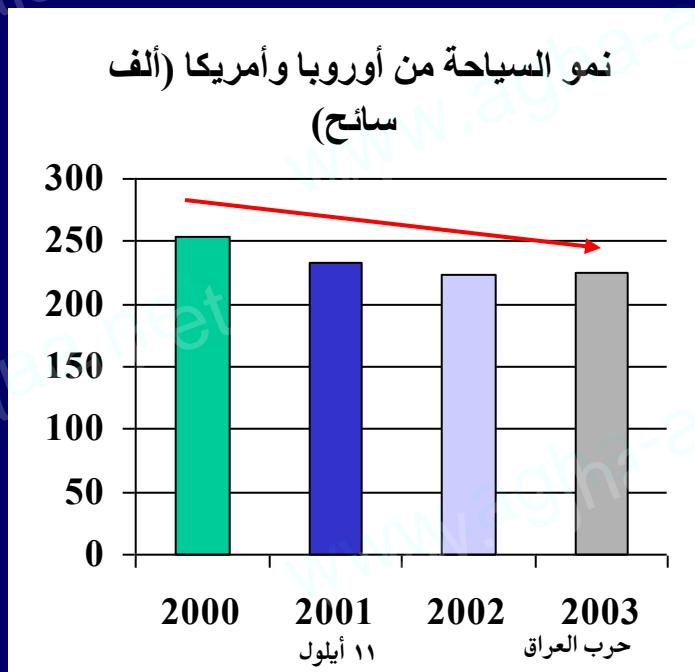
المؤشرات الاقتصادية الناجمة عن تطبيق البرنامج التنفيذي للسياحة السورية

محاضرة الدكتور سعد الله آغا القلعة وزير السياحة

في مكتبة الأسد – أيلول ٢٠٠٤

١ - مقدمة

١- مرت السياحة في سوريا بتأثيرات إقليمية ضاغطة منذ انتفاضة أهلنا في فلسطين في أيلول ٢٠٠٣ وما تلاها من أحداث ألمت بالولايات المتحدة الأمريكية في ١١ أيلول ٢٠٠١ ومن ثم الحرب على العراق والتي امتدت تأثيراتها منذ أيلول ٢٠٠٢ وحتى تموز ٢٠٠٣.



٢- رافق كل هذه الأحداث انحسار حركة السفر من أوروبا إلى المنطقة عموماً وإلى سوريا خصوصاً.

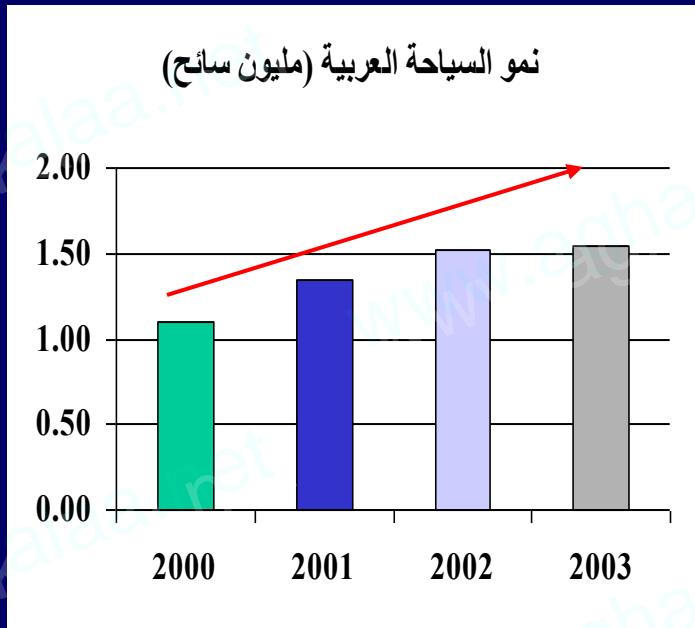
٣- حافظت حركة السياحة العربية على تطورها المنظم الذي تسارع مؤخراً بسبب:

- اتجاه الوزارة للترويج للسياحة إلى سورية في مختلف الدول العربية، في ظل صعوبة الترويج النشط في أوربا أثناء ذلك الوضع الإقليمي الموصوف.

- تحول السائح العرب عن أوربا وأمريكا نتيجة الإجراءات الأمنية في المطارات والمعابر الحدودية و هنا تأتي سورية في رأس قائمة المقاصد العربية التقليدية.

- تطور بعض عناصر المنتج السياحي السوري.

٤- ساهمت أحداث ١١ أيلول في تحريك الاستثمار العربي نحو المنطقة، نتيجة خشية المستثمرين على أموالهم المودعة في الولايات المتحدة وأوربا في ظل الصورة القاتمة للمنطقة التي رسّمتها سياسة الإدارة الأمريكية واحتمال اتخاذها إجراءات تمس الودائع العربية لديها.



٥- لم يواكب هذا زيادة واضحة في الاستثمارات العربية للأسباب التالية:

- انخفاض نسبة إشغال الفنادق أثناء الخسارة القديمة الأوربي.

- عدم وجود تخطيط سياحي مسبق رغم وجود محاولات عديدة مما نجم عنه تعقيد في إجراءات الترخيص الإداري والسياسي.

٦- أوقفت الحرب على العراق قيود المستثمرين نهائياً خالها.

٧- أسهم انخفاض نسبة الإشغال في الفنادق في انصراف مالكيها عن تجديده فنادقهم.

٨- تركز الاهتمام في وزارة السياحة في تلك الفترة نتيجة لذلك على الترويج للسياحة العربية وعلى إعادة هيكلة القطاع السياحي تمهدًا للإقلال بالاستثمار السياحي واستعادة القيود الأوربي عندما تحسن الأحوال العامة في المنطقة.

٩- تم إحداث بني إدارية متخصصة في التخطيط السياحي والأنشطة السياحية والاهتمام بالمسح الإحصائي لأول مرة لتحديد عناصر النموذج الرقمي للسياحة السورية المجسد لنشاط السياح وإنفاقهم.

١٠ - تم العمل على إحداث غرف السياحة لتنظيم عمل القطاع الخاص السياحي من خلال بنية تنظيمية موحدة تكفل إقامة الحوار الإيجابي بين الفعاليات السياحية المختلفة وتناسق عناصر المنتج السياحي السوري.



انتخابات غرف السياحة

١١ - يتوقع أن تتم انتخابات اتحاد غرف السياحة في تشرين الثاني القادم.



١٢ - قدمت الوزارة إلى المجلس الأعلى للسياحة في ٢٢/٦/٢٠٠٢ مذكرة حددت الرؤية الجديدة للسياحة متضمنة الواقع والفرص والأهداف والإجراءات المطلوبة من الوزارة ومن الوزارات الأخرى لتحويل السياحة إلى صناعة حقيقة في سوريا. عرضت تلك المذكرة في جلسة للمجلس الأعلى ترأسها السيد رئيس الجمهورية.

١٣ - تم منذ ذلك التاريخ وحتى الآن تنفيذ أغلب النقاط التي عُهد للوزارة بتنفيذها حسب البرنامج الزماني المعتمد.

٤ - تستمر الوزارة في تنفيذ ذلك البرنامج وخاصة في مجال الإسراع في إنجاز المشاريع المرخصة قيد الإنشاء، حيث تم إدخال حوالي ٣٠٠٠ سرير جديد خلال الفترة الماضية، فيما بقيت آليات التنسيق مع الجهات الأخرى المعنية بعناصر المنتج السياحي السوري المختلفة في حاجة إلى تفعيل أكثر.

٥ - نتيجة لتحسين الأحوال الإقليمية منذ أيلول ٢٠٠٣ (رغم استمرار التوتر في فلسطين والعراق) واستعادة النشاط السياحي في المنطقة، قد اتجهت وزارة السياحة للترويج الخارجي في أوروبا بشكل مكثف من أجل:

- ضرورة العمل على إبراز الصورة الحضارية لسوريا في الخارج في ظل الصورة القائمة للمنطقة من خلال استعادة القدوم الأوروبي السياحي.

- الإسراع في استعادة الإشغال الفندقي في المناطق المعتمدة على السياحة الأوربية والتي تضررت من انحسار القدوم الأوروبي (تدمر - بصرى - الساحل في الربيع والخريف - دير الزور...).

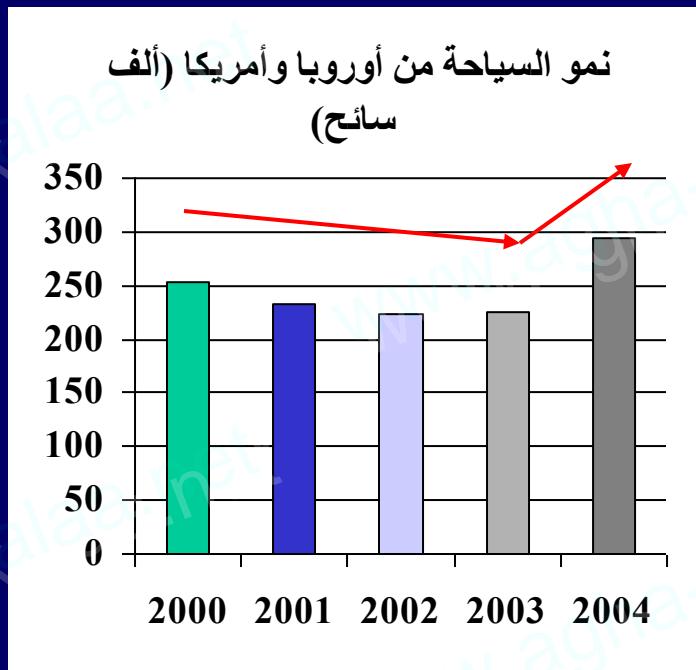
- تشجيع المستثمرين على العودة للاهتمام بالقطاع السياحي السوري نتيجة استعادة الإشغال الفندقي ، من جهة أخرى.

١٦- تم إقامة ورش عمل سياحية جمعت الشركات السياحية السورية مع نظيراتها الأوربية والعربية، من خلال المشاركة بزيارات خارجية للسيد رئيس الجمهورية والسيد رئيس مجلس الوزراء أو على مستوى وزاري.



١٧- تم أيضاً تفعيل المشاركة في المعارض السياحية الدولية ودعوة مئات الصحفيين العرب والأجانب ووكالات السياحة والسفر في زيارات منتظمة لتعريفهم جميعاً بالمنتج السياحي السوري.

١٨ - نتج عن الترويج المكثف استعادة واضحة للسياحة الأوربية، وبالتالي استعادة لنسب الإشغال الجيدة في الفنادق (التي لم تستفد كثيراً من تصاعد السياحة العربية الخليجية التي تقيم على الغالب في الشقق المفروشة المستأجرة مباشرة وتتركز عادة في مناطق معينة دون أخرى فيما استفادت من تصاعد أعداد السياح القادمين من دول الجوار الذين يقيمون في الفنادق عادة نتيجة قصر مدة الزيارة).



١٩ - توأك هذا مع إعادة الوزارة النظر مؤخراً في أسعار الفنادق والتي كانت ثابتة منذ عام ١٩٩٣ بحيث أصبحت معبرة أكثر عن الواقع ومؤدية إلى جدوى اقتصادية محققة للمشاريع الفندقية الجديدة مع ربط تطبيق الأسعار الجديدة بتجديد الفنادق غير المجددة.

٢٠ - سمح هذا بعودة المستثمرين للاهتمام بالاستثمار السياحي في سوريا من خلال تحقق عناصر الجذب الاقتصادي من جديد.



٢١ - نظراً لقرب إحداث هيئة للترويج السياحي في سوريا، وهو ما سيسهم في زيادة القدوم السياحي بنسب أعلى، فقد أصبح مدى استجابة قطاع الاستثمار السياحي لتحقيق متطلبات هذه الزيادة عنصراً حاسماً في مسيرة الصناعة السياحية في سوريا.

٢- الواقع الحالي للقطاع السياحي السوري



١- تتميز سورياً بالمقومات السياحية الشريحة التي تحترفها من آثار ومدن قديمة و مواقع طبيعية جميلة، إضافة إلى حالة الأمان والاستقرار التي تعيشها وكرم الضيافة المتأصل لدى شعبها، مما يجعلها جديرة باستقبال ملايين السياح من جميع أنحاء العالم.

٢- لا يعبر عدد السياح المحقق على مدى عمر وزارة السياحة البالغ اليوم اثنين وثلاثين عاماً عن هذا الواقع لأن ما يحكم عدد السياح الممكن تحقيقه ومهمماً كانت المقومات الموروثة مميزة هو ما يلي وعلى وجه الخصوص:

- الترويج الناجح لتلك المقومات السياحية بما يكفل مواجهة الصورة السلبية التي يرسّها بعض الإعلام الغربي للمنطقة عموماً ولسوريا خصوصاً.

- الطاقة الاستيعابية لمختلف أشكال الإقامة وخاصة الفنادق في فترات الذروة.

- تناسق عناصر المنتج السياحي وحيويتها ومدى تحقيقها للمعايير الدولية
الخاصة بـ الجودة.

٣- يتصف القدوم السياحي إلى سوريا بصفات مميزة خمس وهي:

١. ارتفاع عدد زوار اليوم الواحد القادمين من دول الجوار وفي جميع المواسم
لأسباب أهمها، إلى جانب المقومات السياحية، القرب الجغرافي وجودة
المنتجات السورية ورخص أسعارها والتواصل العائلي حيث وصل عددهم إلى
ما يقارب ٥٢.٥ % حالياً من مجمل عدد القادمين إلى سوريا.

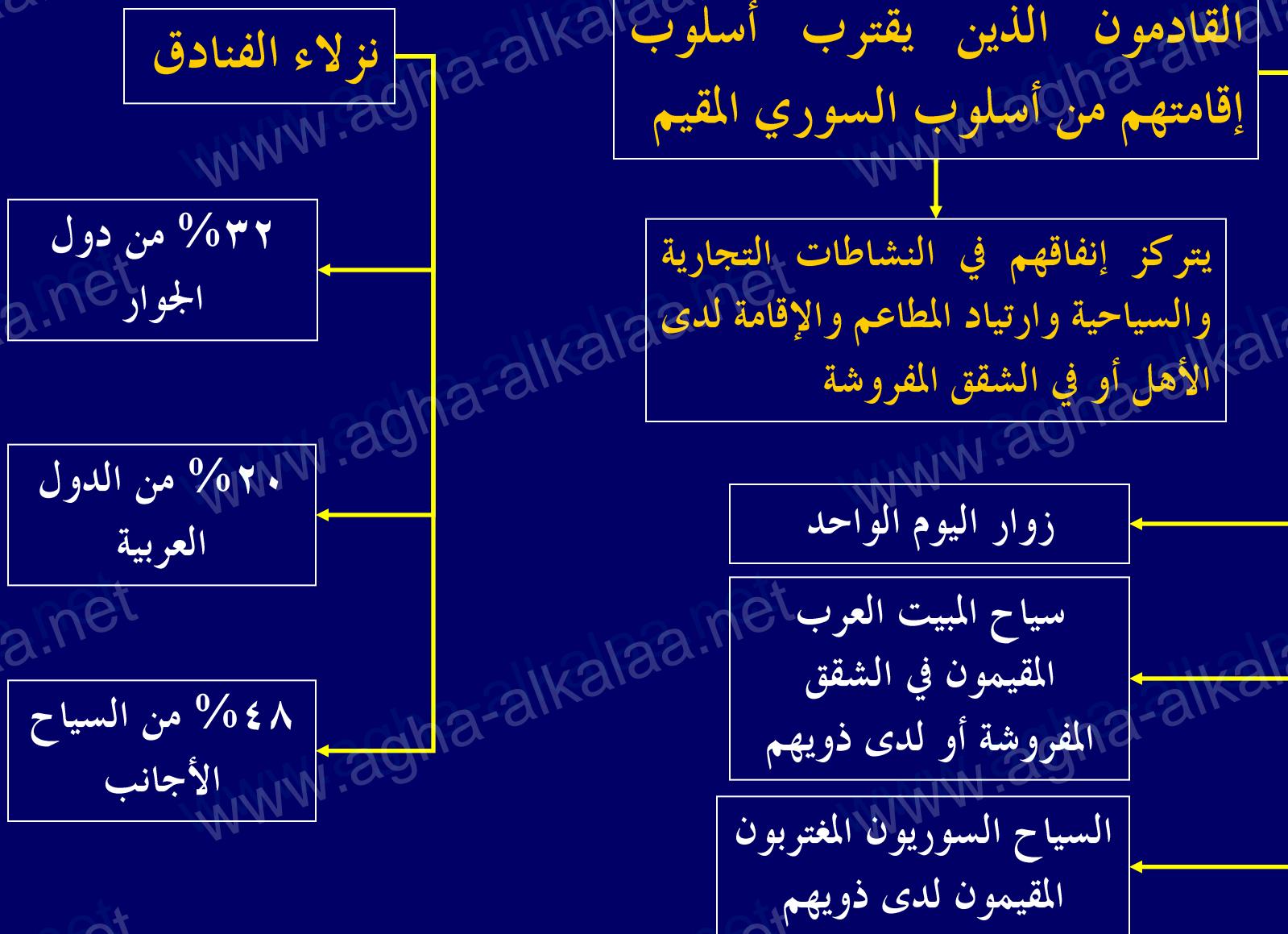
٢. ارتفاع نسبة سياحة المبيت من الدول العربية وخاصة من دول الخليج بما
يصل إلى ٧٤ % من مجمل سياحة المبيت العرب والأجانب، فيما يقيم أغلبهم
في الشقق أو الشاليهات التي يمتلكونها أو المفروشة والمستأجرة مباشرة من
 أصحابها، حيث يتحول أسلوب إقامتهم ليقترب من أسلوب السوريين
المقيمين.

٣. ارتفاع نسبة المغتربين السوريين القادمين في زيارات سياحية وإقامتهم لدى ذويهم في غالبية الأحيان بما يجعل أسلوب إقامتهم يقترب من أسلوب المقيمين أيضاً (يشكل المغتربون نسبة ٢٤٪ من عدد سياح المبيت الإجمالي من عرب وأجانب ومغتربين).

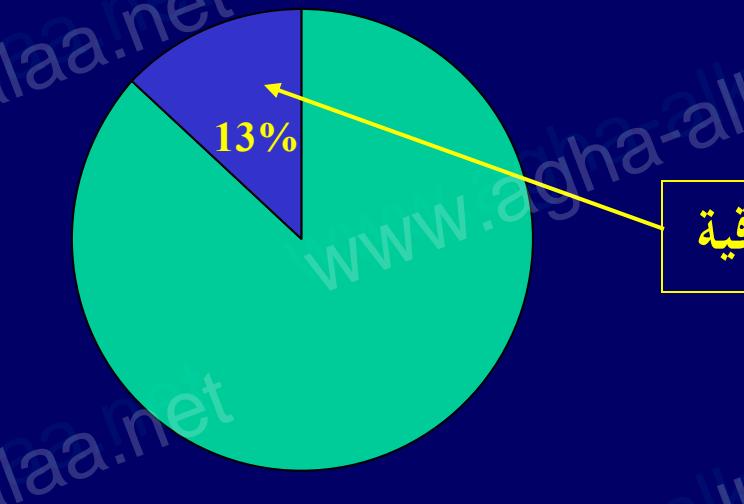
٤. يتركز نزلاء الفنادق في السياح القادمين من دول الجوار وفي جميع المواسم (لبنان والأردن والعراق تحديداً)، بما يحقق ٣٢٪ من الليالي الفندقية الإجمالية للعرب والأجانب، ويعود هذا إلى قصر مدة زيارتهم وبالتالي عدم مردودية استئجار الشقق المفروشة والسياح الأجانب (بما يحقق ٥٠٪ من الليالي الفندقية الإجمالية).

٥. موسمية القدوم السياحي الخليجي والأوربي، ففي حين يتركز القدوم السياحي الخليجي في فترة الصيف بشكل أساسى دون أن ينقطع في المواسم الأخرى، يتركز القدوم السياحي الأوروبي في فترتي الربيع والخريف.

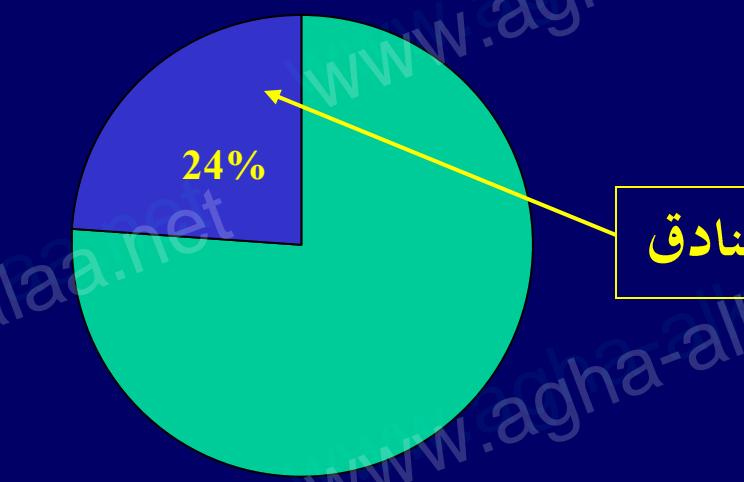
٤ - ينجم عن هذه الصفات ضرورة التمييز بين شريحتين من القادمين:



٥- مقارنة مؤشرات نزلاء الفنادق نسبة إلى المؤشرات الإجمالية:



مجمل الليلي السياحية مع ضم ليالي المغتربين



مجمل الإنفاق مع ضم إنفاق المغتربين



مجمل الإنفاق



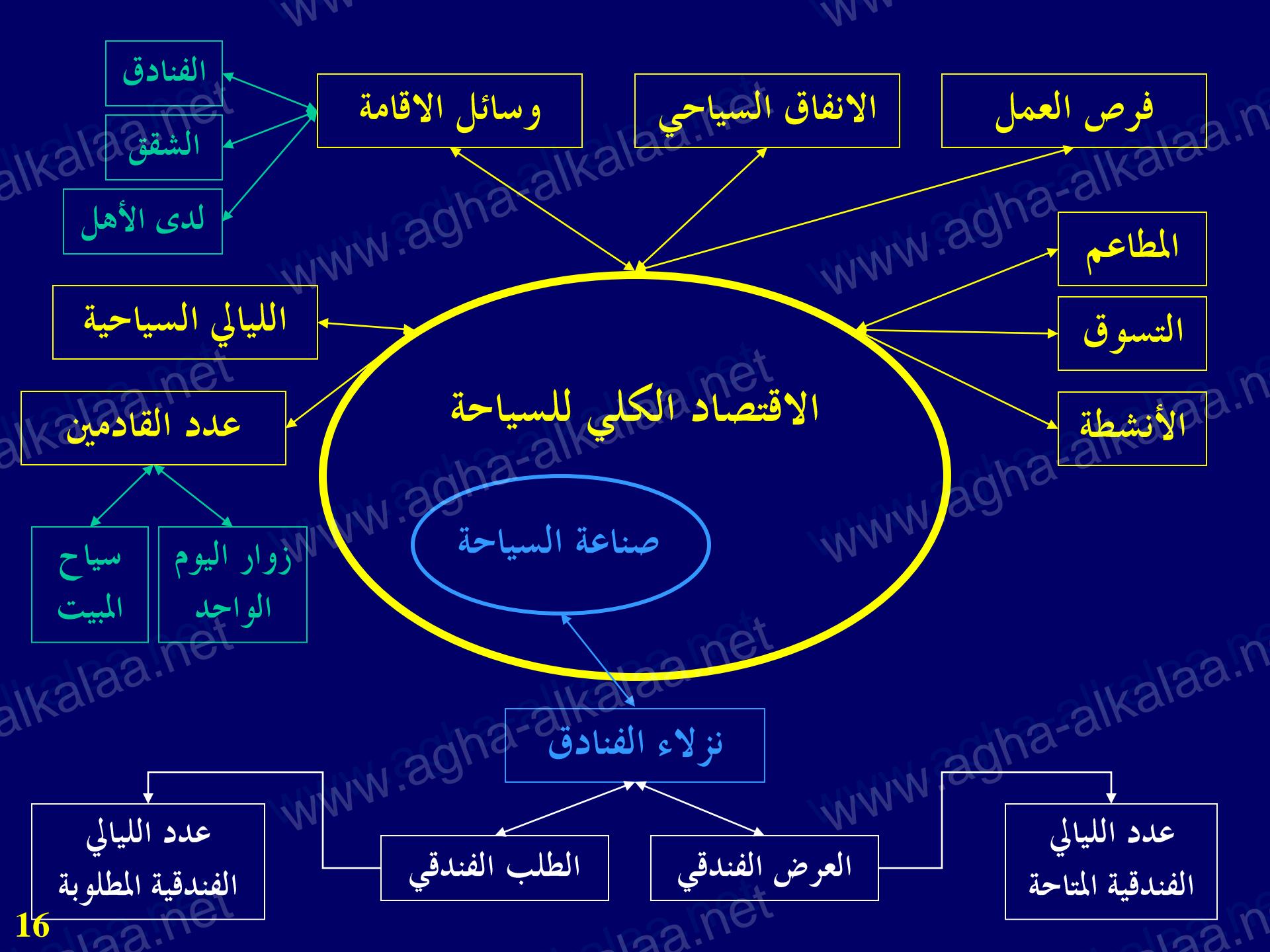
مجمل الليلي السياحية

٦- يعتبر إنفاق المغتربين إنفاقاً سياحياً لأنه يتم من خلال ما كسبه المغترب في بلد إقامته وينفقه في سوريا.

٧- من هنا يتضح أن تبع الوضع السياحي في سوريا يرتبط بعاملين أساسيين:

- الاقتصاد الكلي للسياحة.

- صناعة السياحة.



توازن صناعة السياحة

عدد الليالي الفندقيه
المطلوبه

عدد الليالي
الفندقيه المتاحة

اليد العاملة المدربه
المطلوبه

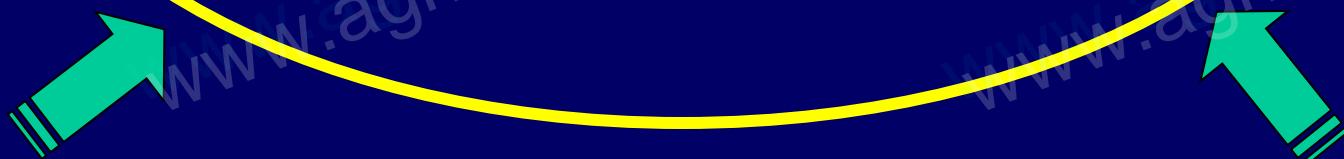
اليد العاملة المدربه
المتاحة

تطوير العرض والطلب بشكل فعال
ومتوازن ومتنازع

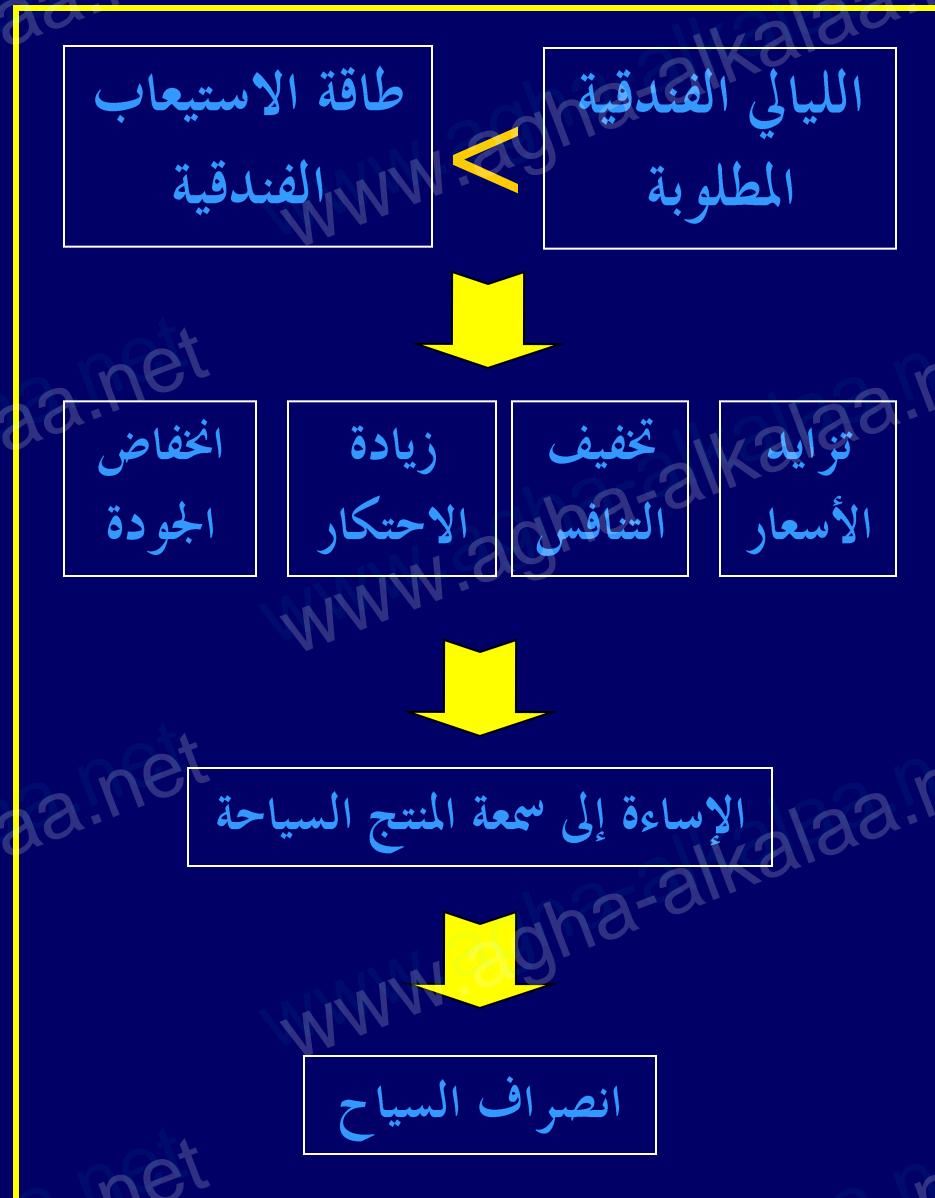
تبني نسب الإشغال الفندقي وضبط بقائتها
ضمن حدود معرفة دولياً

منتج مخطط متكمال فيه المقومات
مع بنى سياحية وتحتية مخططة

منتج غير مخطط معتمد
على مقومات موروثة



٨- الخلل في التوازن



٩ - تهدف وزارة السياحة من خلال إعلان مؤشرات النشاط السياحي الاقتصادية في سورية شهرياً، وعرض عدد القادمين الإجمالي وسياح المبيت في شرائهم المختلفة، وكذلك عدد الليالي السياحية المطلوبة والإإنفاق السياحي الإجمالي ووسطي الإقامة والإإنفاق، إلى:

- تقدير النشاط الاقتصادي الإجمالي للسياحة.

- تحريض الاستثمار لمواكبة زيادة الطلب على الليالي الفندقية بغية تحقيق التوازن المطلوب.

١٠ - يتم إذاً مراقبة تطور اقتصاد السياحة الإجمالي من خلال متابعة:

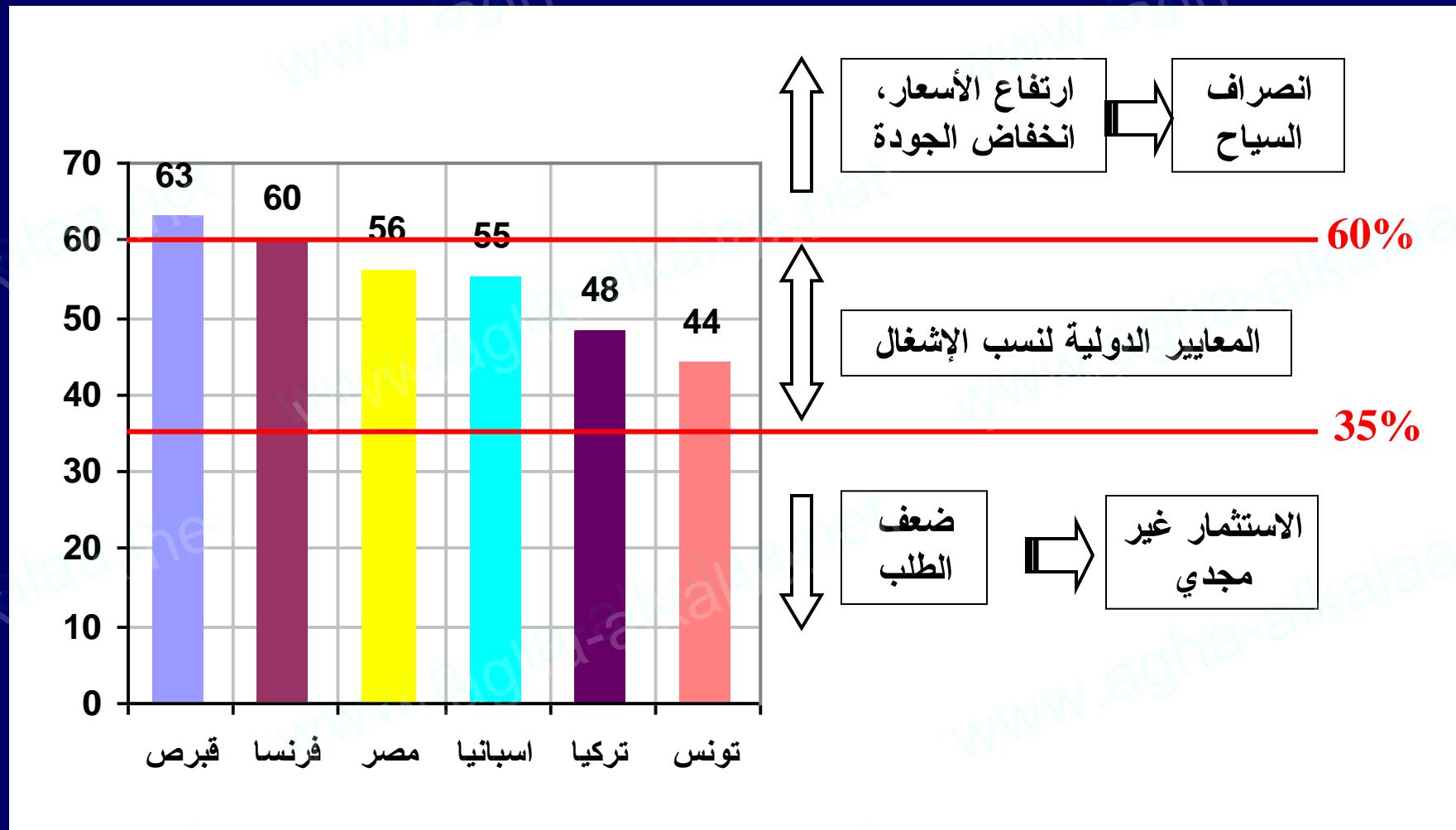
- تطور عدد القادمين الإجمالي وسياح المبيت وزوار اليوم الواحد.

- تطور عدد الليالي السياحية التي يقضيها السياح ضمن الفنادق وخارجها.

- تطور الإنفاق ومؤشراته كمتوسط الإقامة والإنفاق في الليلة الواحدة والإنفاق الإجمالي للزيارة السياحية للسائح.
 - تطور عدد فرص العمل المحققة.
- ١١- يتم مراقبة تطور صناعة السياحة من خلال متابعة:
- تطور عدد الأسرة الفندقية واليد العاملة المطلوبة حسب القدوم السياحي نتيجة الترويج والمتابعة حسب تطور الاستثمار.
 - تطور نسب الإشغال الفندقي.

١١- نبين فيما يلي نسب الإشغال السنوية في فنادق بعض الدول العربية سياحياً

المصدر: منظمة السياحة العالمية



٣- المؤشرات الاقتصادية / اقتصاد السياحة

- ١- لم تتمكن سورية في الماضي من زيادة القدوم السياحي بشكل واضح نتيجة لما يلي على وجه الخصوص:
 - عدم وجود بنية إدارية خاصة بالترويج والتسويق ولا موازنات كافية له.
 - الأوضاع الإقليمية السائدة.
- ٢- سيكفل إحداث هيئة الترويج السياحي تصويب هذا الواقع.
- ٣- مع ذلك فقد تطورت أعداد القادمين بشكل واضح في الفترة الأخيرة (سياح مبيت - زوار يوم واحد - مغتربون سوريون) من خلال:
 - الجهود الترويجية المكثفة لوزارة السياحة ضمن الإمكانيات الحالية المتاحة، وذلك عبر توجيه الجهود إلى المجالات الترويجية التي تحقق أفضل مردود بأقل إنفاق.

- عدم حاجة الزوار العرب إلى تأشيرات دخول إلى سوريا.
 - تسهيل دخول السياح الأجانب مؤخراً وحصولهم على تأشيرة الدخول في المعابر الحدودية مباشرةً.
- ٤ - أسلوب هذا الواقع في تطوير الاقتصاد الكلي للسياحة وإدخال عناصر جديدة تستوجب الدراسة في توازن العرض والطلب في الفنادق (صناعة السياحة).

١-٣- النموذج الرقمي للسياحة السورية



١- نفذت وزارة السياحة وفي إطار التعاون مع الاتحاد الأوروبي وتحديداً مع برنامج إحصاءات الدول المتوسطية ومنها برنامج الإحصاء السياحي، وبالتعاون مع المكتب центральный статистический комитет السياحة الوفادة إلى سوريا في عام ٢٠٢٠، بإشراف خبراء من الاتحاد الأوروبي وذلك خلال الشهر الثامن من نفس العام.

٢- اعتمد المسح على ألفي استماراة مثلت المعلومات التي تم تسجيلها لـألفي سائح ومرافقهم أثناء مغادرتهم للحدود السورية (توخيًا الدقة المعلومات التي تكون قد أنجزت فعلاً فيما تكون متصلة بالتوقع إن كانت قد تم الحصول عليها أثناء الدخول)، بحيث أصبح العدد الكلي حوالي ستة آلاف سائح قدموا إلى سوريا خلال شهر آب ٢٠٠٢.

٣- شملت المعلومات مدة الإقامة وأشكالها المختلفة والإنفاق السياحي ومحمل ما يمكن أن يشكل صورة واضحة عن السياحة السورية بشكل رقمي.

٤- تم بعد ذلك إجراء تقييم علمي لنتائج المسح بالعينة للوصول إلى نموذج رقمي للسياحة السورية الوافدة وللسلوك السياحي يحدد نسبة السياح من العدد الإجمالي للقادمين وعدد زوار اليوم الواحد وعدد الليالي الفندقية والليالي التي أمضتها السياح في الشقق المفروشة أو أشكال الإقامة الأخرى، وكذلك وسطي الإنفاق في الليلة ووسطي إنفاق السائح لكل جنسية وفي كل حالة.

٥- سيكون هذا النموذج الرقمي الذي تسعى الوزارة لتحسينه باستمرار (تم إجراء مسح ثان في شهر أيار ٢٠٠٤ وهو لا يزال قيد المعاجلة لدى المكتب المركزي للإحصاء) عاملًا أساسياً في دعم اتخاذ القرار في محمل أشكال التخطيط للسياحة السورية، وخاصة في تحديد توجهات حملات الترويج وفي عمليات تطوير عناصر المنتج السياحي السوري، بما يحقق الاستجابة للأسوق الرئيسية. مع الأخذ بعين الاعتبار المقومات السياحية السورية وعناصر تميزها وضرورات السياحة المستدامة.

٦- استند المسح الإحصائي إلى تعريف السائح حسب المنظمة العالمية للسياحة الذي يميز بين نوعين من السياح:

- السائح: الزائر غير المقيم الذي يقيم لليلة واحدة على الأقل في مكان إقامة فردي أو جماعي وينفق على إقامته مما كسبه في بلد الإقامة.

- زائر اليوم الواحد: الزائر غير المقيم الذي ينهي زيارته دون مبيت.

٧- شمل النموذج الرقمي السياح السوريين المغتربين غير المقيمين في سوريا لانطبق التعريف عليهم مع تمييزهم بدراسة منفصلة.

٨- تقوم وزارة السياحة شهرياً واستناداً إلى على المعلومات الحقيقة التي ترد شهرياً من إدارة الهجرة والجوازات والتي تحدد إجمالي عدد القادمين إلى سوريا من عرب وأجانب مع تحديد جنسياتهم بمعاجلة تلك المعلومات الحقيقة بمؤشرات النموذج الرقمي، وهو ما يسمح بتقدير جميع مؤشرات النموذج على مستوى القدوم السياحي الإجمالي الحقيقي (عدد سياح المبيت الإجمالي – عدد زوار اليوم الواحد الإجمالي – الإنفاق الإجمالي) وحسب الجنسيات.

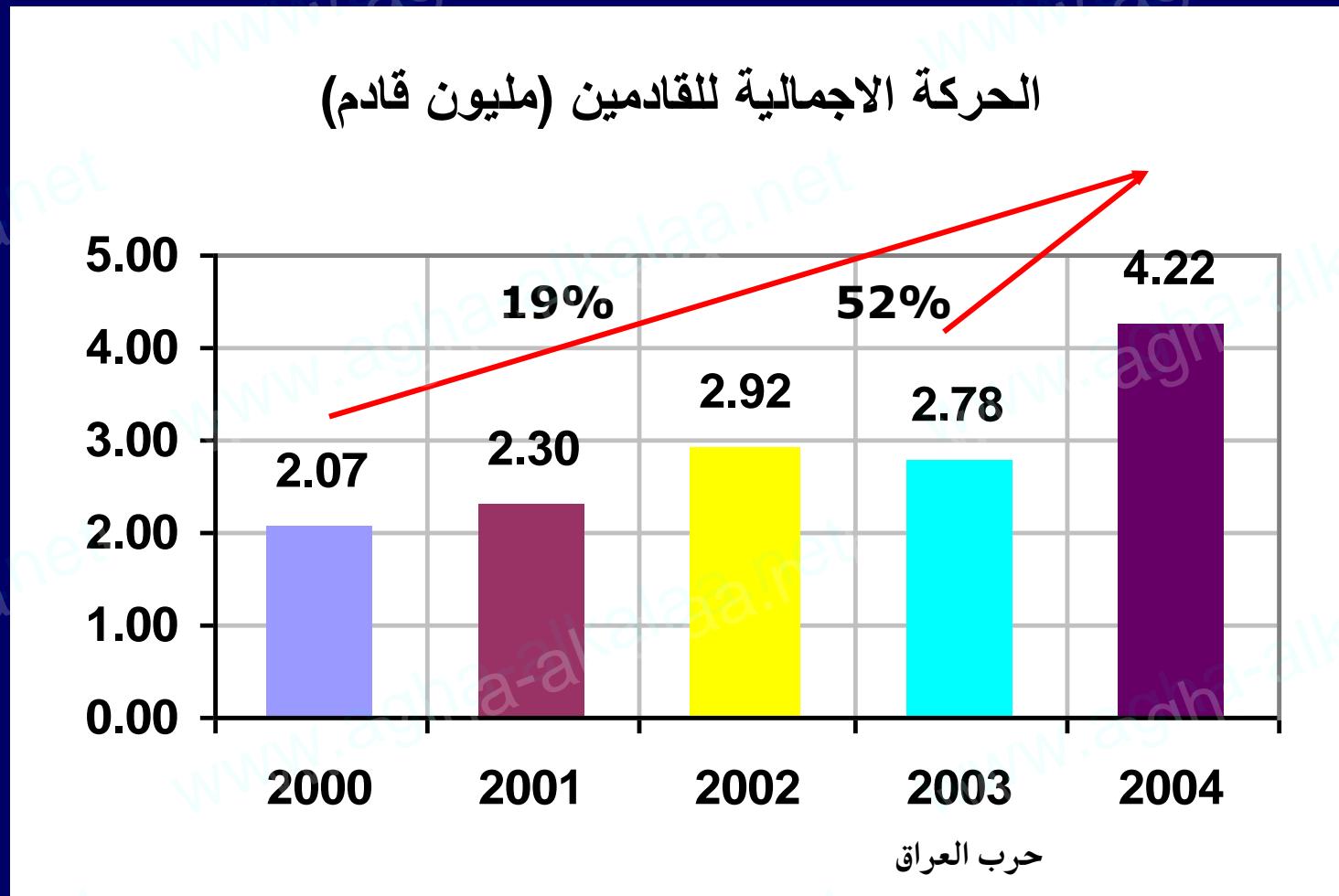
٩- تم في شهر أيار ٢٠٠٤ إجراء مسح إحصائي جديد بغية إجراء تقدير جديد لمؤشرات النموذج الرقمي للسياحة السورية ومتابعة تطورها تبعاً لتطور المنتج السياحي السوري.

١٠- أبرزت النتائج الأولية زيادة في نسبة سياح المبيت إلى إجمالي القادمين من الأردن وتركيا وزيادة في الإنفاق الوسطي اليومي للسائح ووسطي الإنفاق الإجمالي للسائح أثناء كامل الزيارة مما يعكس بعض التحسن في المنتج السياحي السوري.

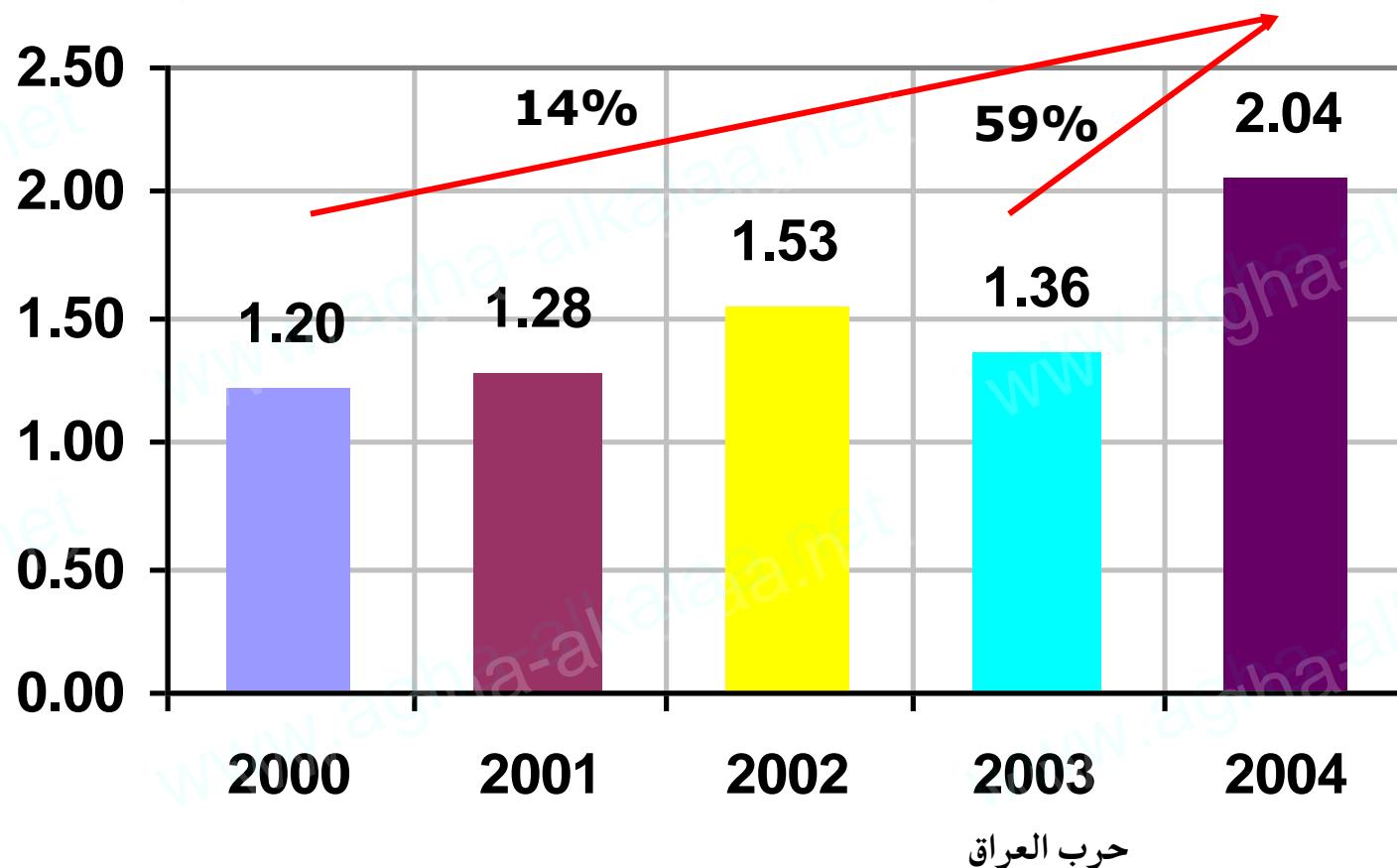
٣-٢- مؤشرات حركة السياح وإنفاقهم خلال الأشهر الشهانية الأولى من هذا العام مقارنة مع مثيلاتهم في الأعوام السابقة ونسبة إلى سنة الأساس : ٢٠٠٠ :

اعتبرت سنة ٢٠٠٠ سنة الأساس في الأشهر الشهانية الأولى لأنها حققت أعلى قدوم أوربي مسجل من جهة ولأنها كانت خارج تأثيرات انتفاضة أهلنا في فلسطين في أيلول ٢٠٠٠ فيما سيتم التحول إلى سنة الأساس ١٩٩٩ اعتباراً من الشهر التاسع ٤ ٢٠٠٤.

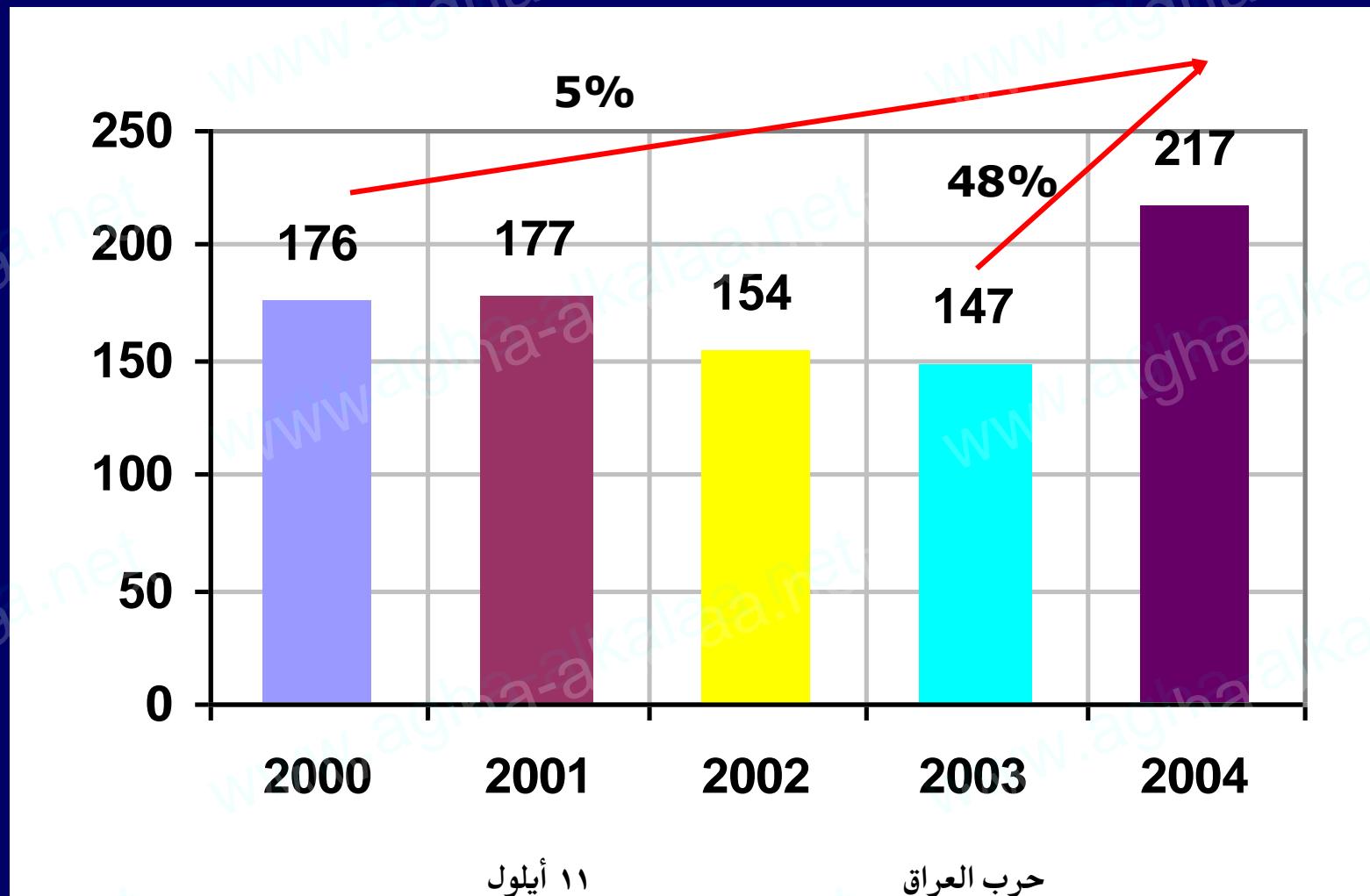
١-٢-٣- الحركة الإجمالية للقادمين ولسياح المبيت خلال الأشهر الثمانية الأولى من هذا العام مقارنةً مع مثيلاتها في الأعوام السابقة:



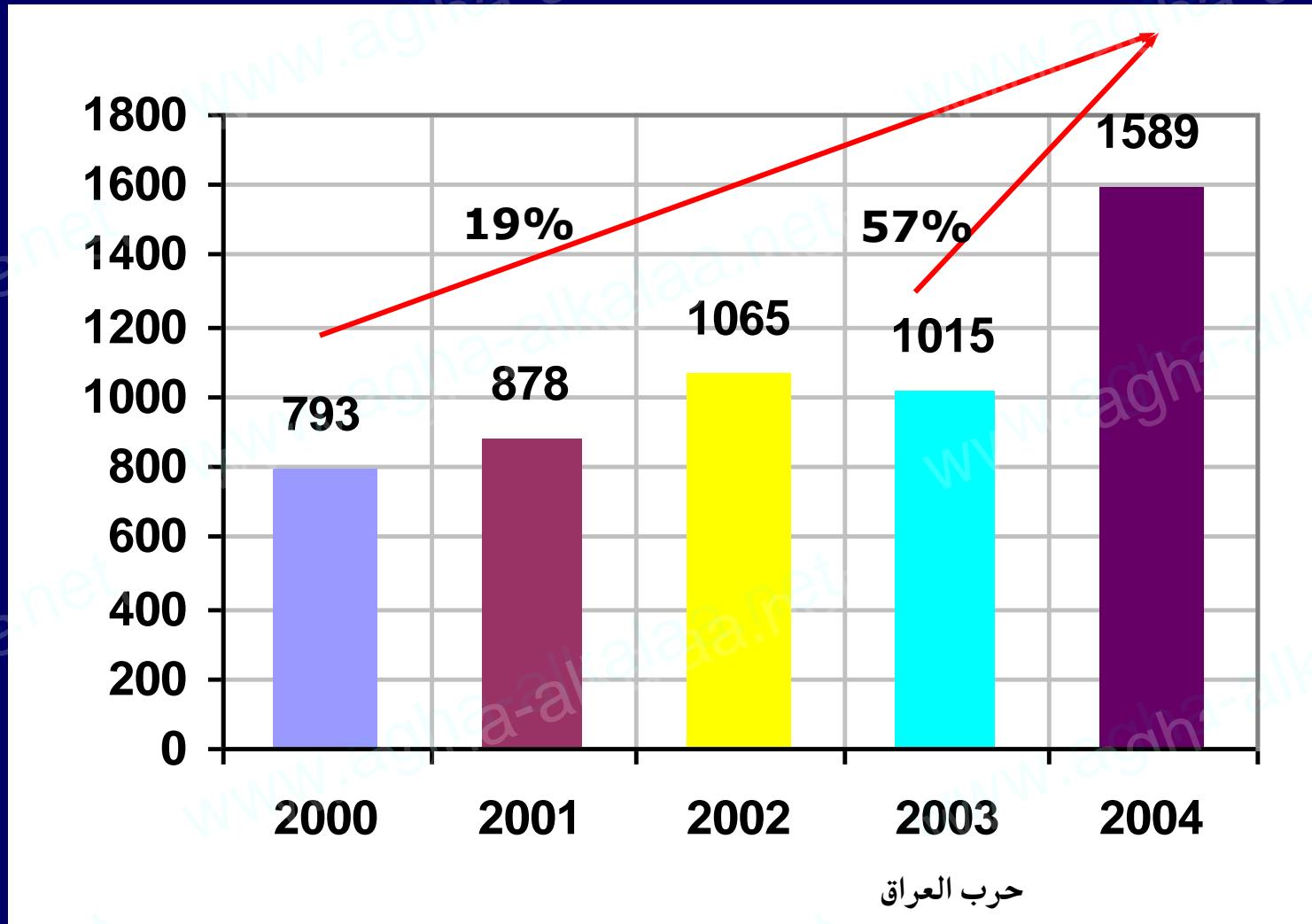
الحركة الاجمالية للسياح (مليون سائح)



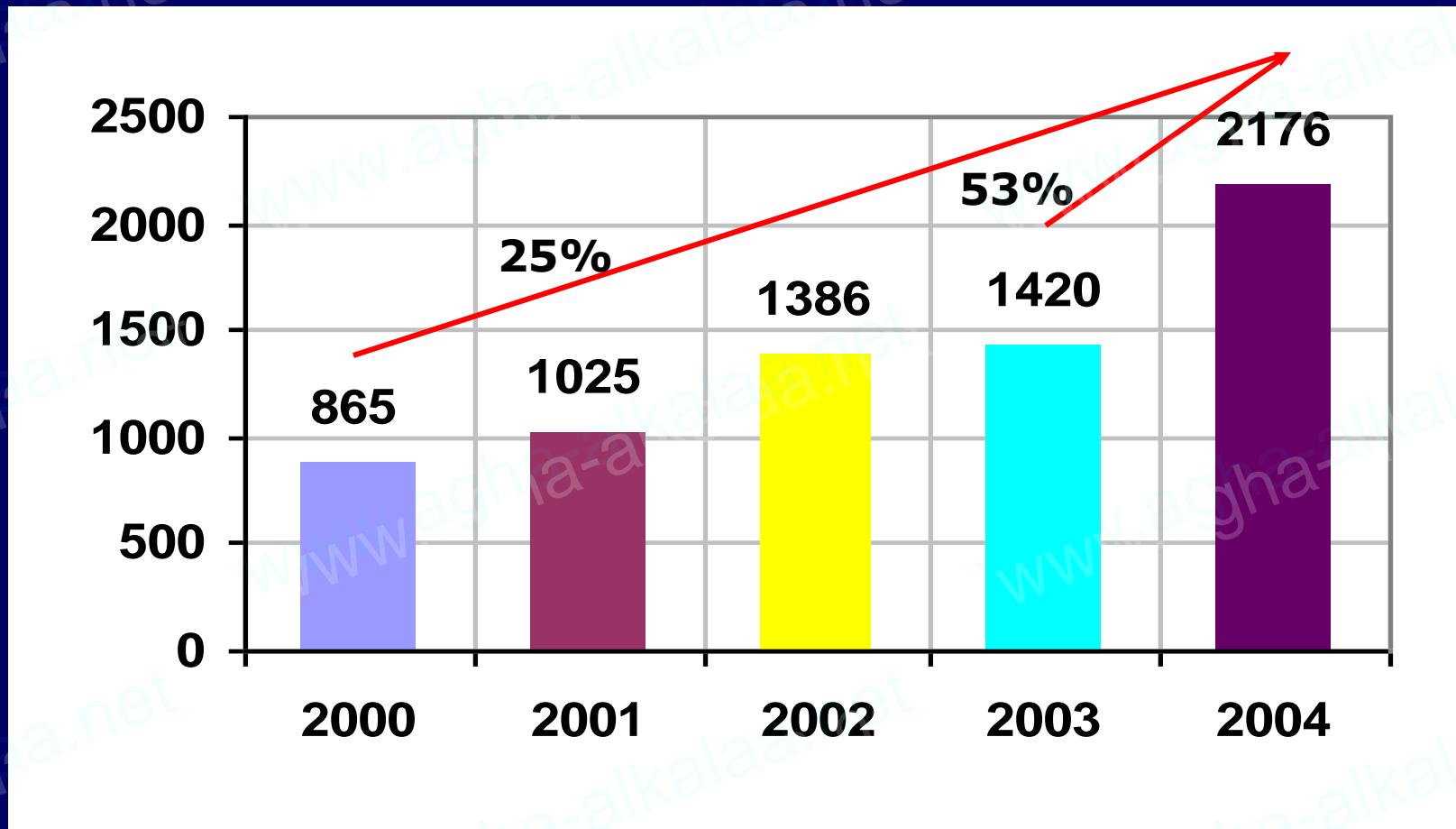
٢-٣-٢- حركة السياحة الأجنبية من أوروبا وأمريكا (ألف سائح):



٣-٢-٣ - حركة السياحة العربية (ألف سائح):



٤-٣-٤- حركة زوار اليوم الواحد (ألف زائر):



يأتي تحقيق هذه النسبة المرتفعة (٢٥%) للمعدل السنوي نتيجة عدم تأثير حركة زوار اليوم الواحد بالأحداث الإقليمية خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ إلى عام ٢٠٠٣، إضافة إلى تطور العناصر المطلوبة من قبل هؤلاء الزوار، وهي أساساً المطاعم ومحالات التسوق ورخص أسعارها.

٣-٣- مؤشرات اقتصاد السياحة المتوقعة لعام ٢٠٠٤ مبنيةً على ما تم تحقيقه فعلاً في المدينة الممتدة من أيلول ٢٠٠٣ إلى آب ٢٠٠٤:

يمكن توقع مؤشرات اقتصاد السياحة لعام ٢٠٠٤ حسب أحد الأسلوبين التاليين:

أرقام أكثر طموحاً
من المتحمل تحقيقها

٢٠٠٤
٨ أشهر

معدل نمو سنوي
٢٠٠٠
٨ أشهر

الاحتمال
المضمون

آب ٢٠٠٤

عام كامل

أيلول ٢٠٠٣

تم إعتماده

١-٣-٣- نبين فيما يلي تقدير مؤشرات اقتصاد السياحة الوافدة حسب الأسلوب الثاني أي ما تم تحقيقه فعلاً، حسب مؤشرات النموذج الرقمي والأعداد الحقيقة الواردة من إدارة الهجرة والجوازات، في الاثنتي عشر شهراً الأخيرة:

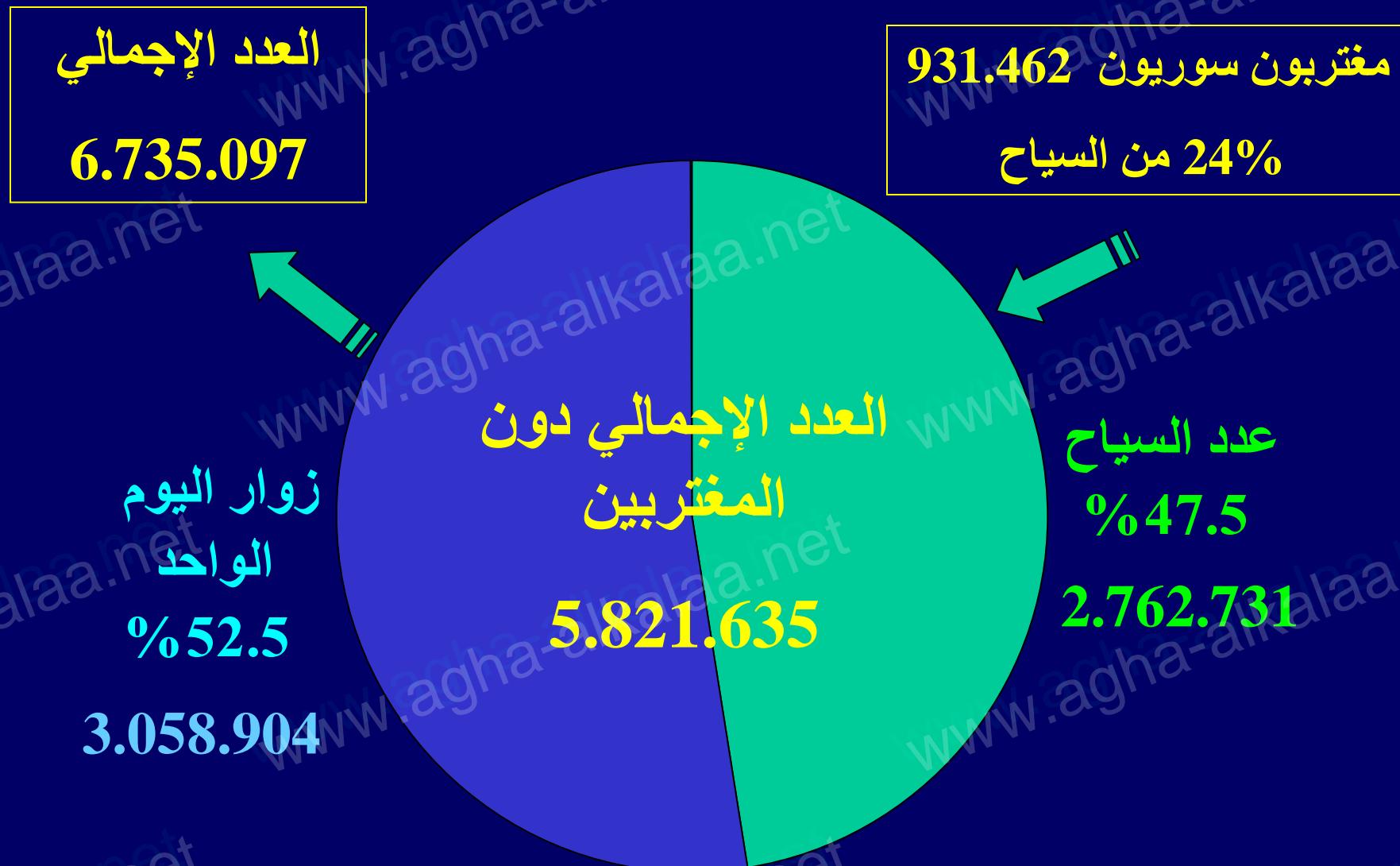
البيان	إجمالي عدد القادمين	عرب وأجانب	عرب وأجانب ومتربون	عرب وأجانب ومتربون
عدد السياح	٥,٨٢١,٦٣٥	٩٣١,٤٦٢	٣,٦٩٤,١٩٣	٦,٧٣٥,٠٩٧
زوار اليوم الواحد	٣,٠٥٨,٩٠٤	٣,٠٥٨,٩٠٤	٣,٠٥٨,٩٠٤	٣,٠٥٨,٩٠٤

الجموع	إقامة غير مأجورة	مأوى مأجور	الفنادق	
3.7	1.8	0.8	1.1	النزلاء (مليون)
58.2	40	10.4	7.8	الليالي (مليون)
15	23	12.3	6.95	وسطي الإقامة
1680	1199	2406	2858	وسطي إنفاق الليلة
25	27	29	19	وسطي إنفاق السائح (ألف ل.س)
92	47	22	23	الإنفاق الكلي (مليار ل.س)
92	47	22	23	فرص العمل (ألف فرصة)

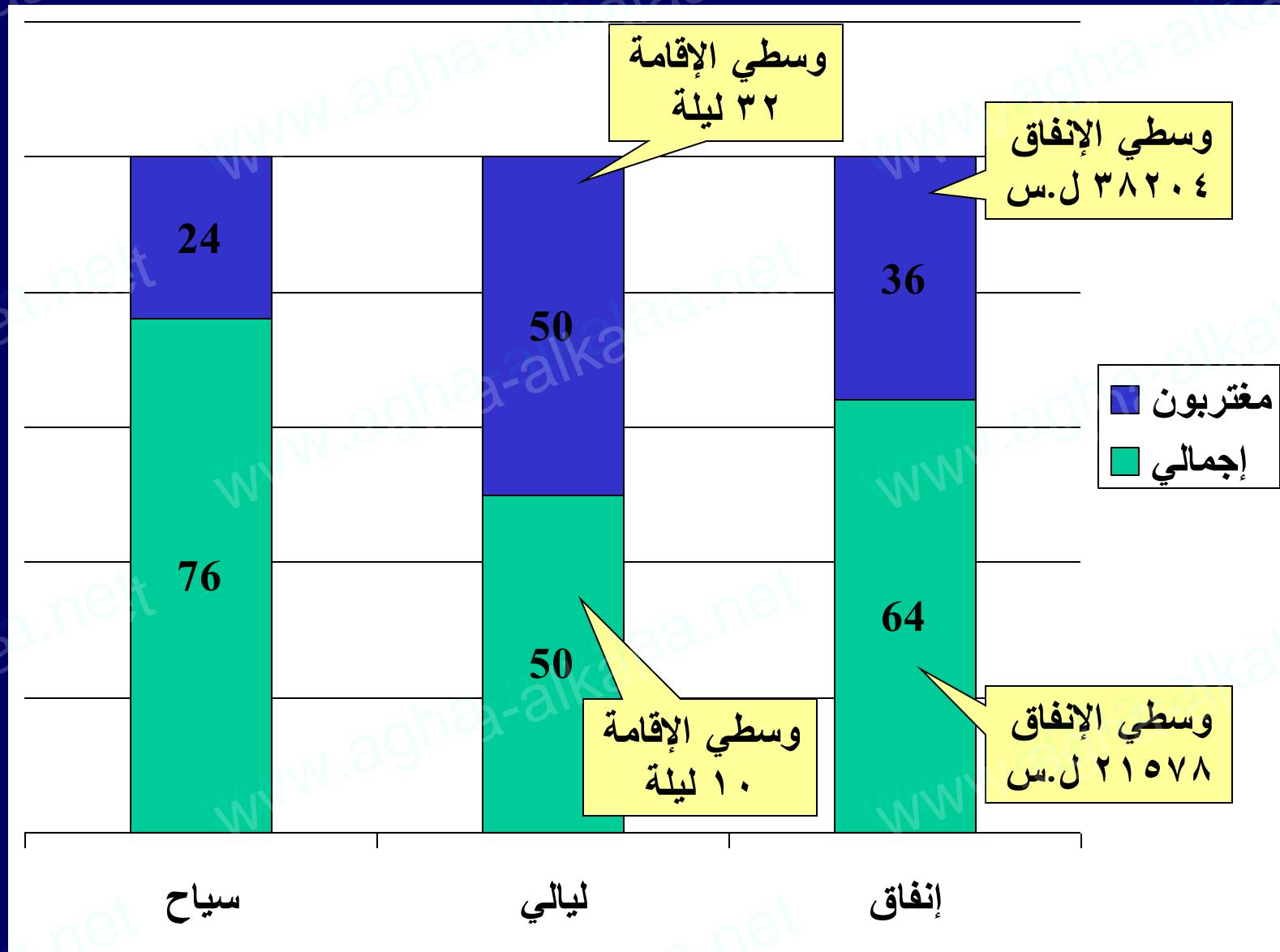
تم ضم جميع أشكال سياح المبيت (عرب، أجانب، مغتربون)

٣-٣-٢ - نتائج:

١- تفصيل مكونات العدد الإجمالي للقادمين:



٢- مقارنة مؤشرات المفترضين إلى المؤشرات الإجمالية:



٣- الليالي السياحية

عدد كبير ولكنه لا يعكس إنفاقاً بنفس الأهمية (٩٢ مليار ليرة)

الإجمالي ٥٨ مليون ليلة

الليالي الفندقية

ليالي الإقامة الأخرى

40

١٢ مليون لغير المغتربين

لا يتحقق الفائدة المرجوة منها لأن وسطي إنفاق الليلة ينخفض إلى حدود الألف ليرة ويعوض ذلك ارتفاع وسطي الإقامة

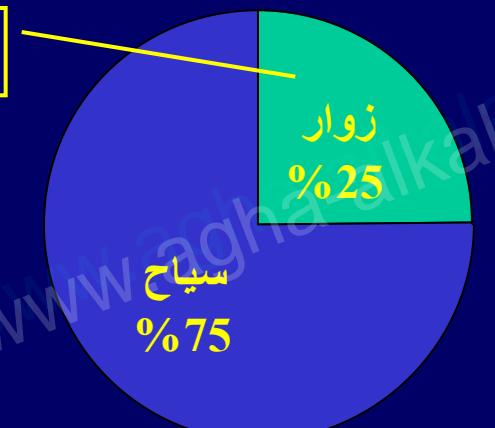
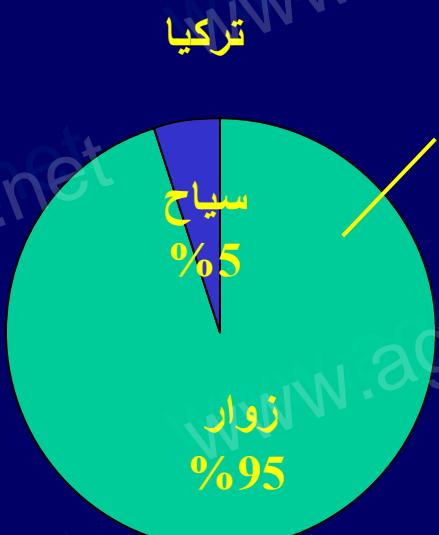
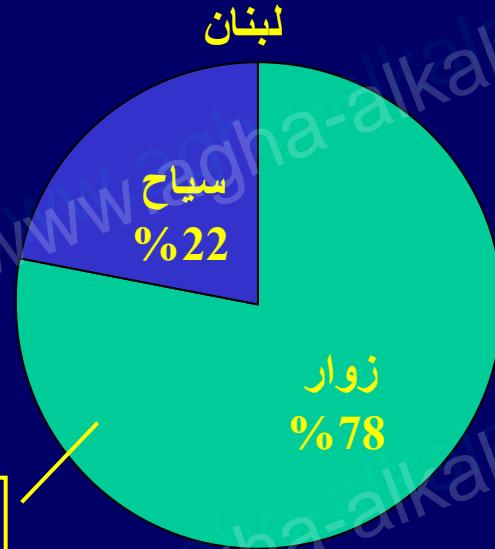
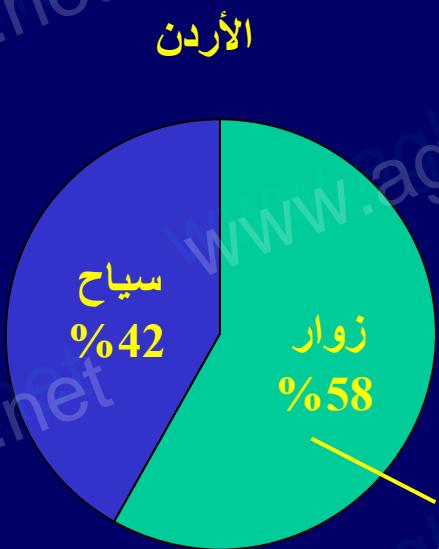
7.7

10

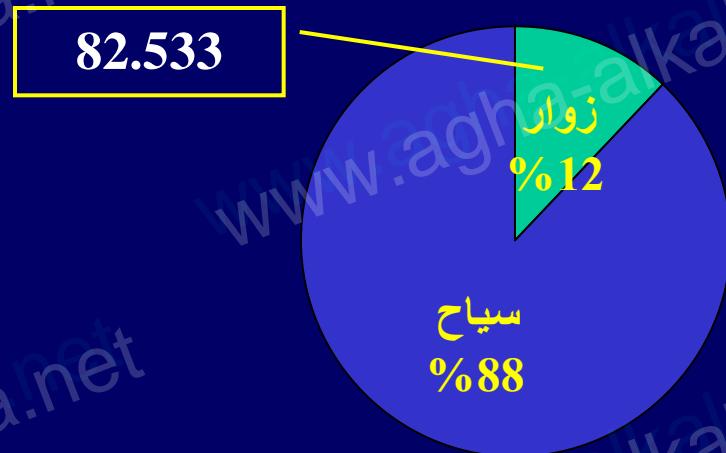
ليالي الشقق المفروشة والشاليهات

يقتضي وضع ضوابط من حيث جودة الخدمات والترخيص وإحصاء الليالي - ضرورة تشجيع الاستثمار في فنادق الشقق

٤ - زوار اليوم الواحد:

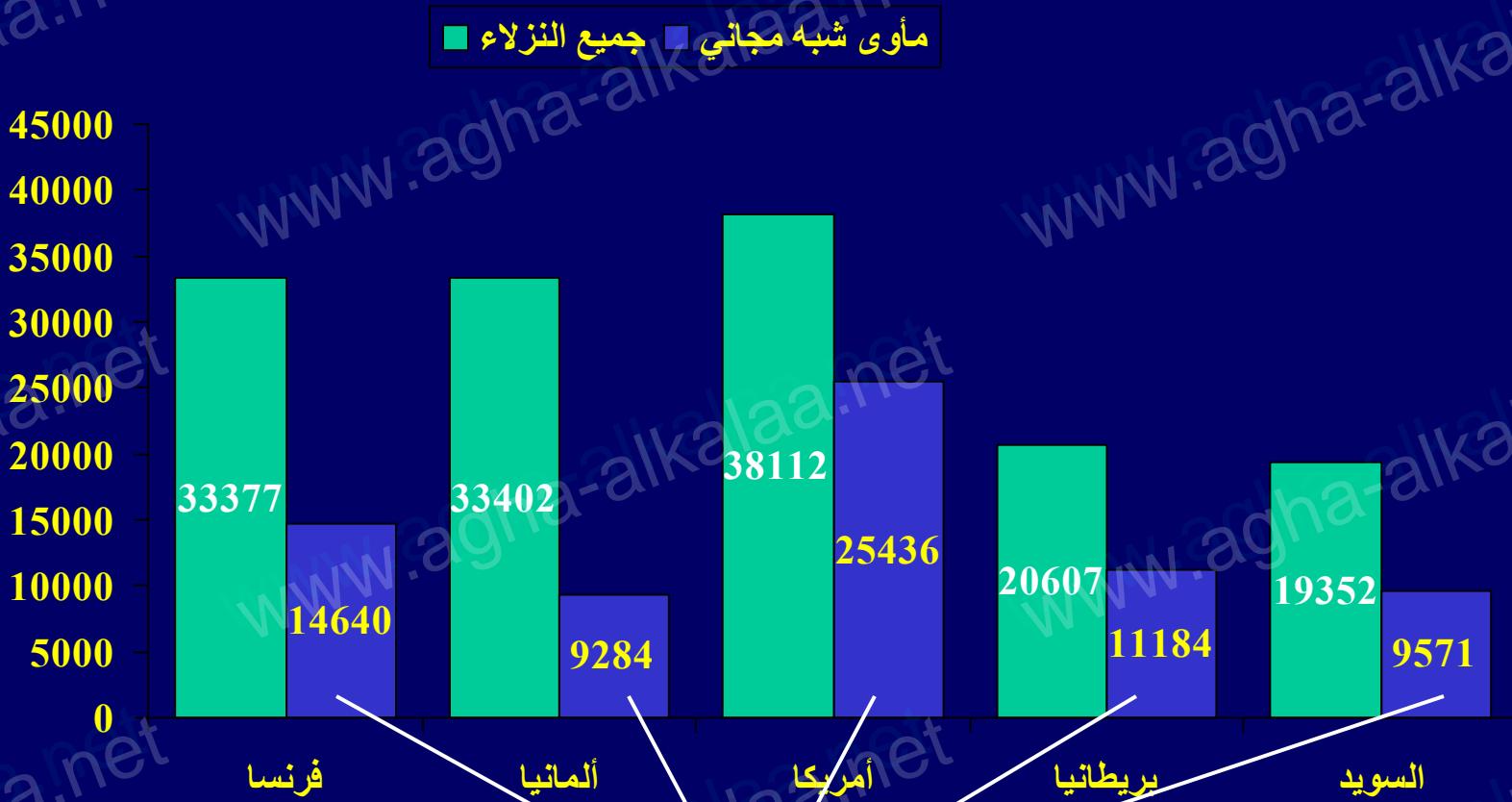


١ - لابد من الاهتمام بزوار اليوم الواحد وبالتالي الاهتمام بسياحة التسوق وإقامة مجموعات خاصة بها، وكذلك الاهتمام بالأنشطة السياحية، مما يتطلب تنظيم حملات ترويج موجهة إليهم لتحويلهم إلى سياح عبر الإقامة ولو لليلة واحدة.



٢ - من المهم ملاحظة انخفاض نسبة السياح إلى مجموع القادمين الأتراك. نتوقع تغير هذا الواقع حالياً نتيجة للزيارة الناجحة التي قام بها سيادة الرئيس بشار الأسد إلى تركيا مطلع هذا العام والنشاطات السياحية المرافقة لتلك الزيارة التي قامت بها الوزارة وكذلك النشاطات التي قلت الزيارة. (أظهرت النتائج الأولية لمسح ٤٠٠٤ صحة هذا التوقع).

٥- ملاحظة خاصة بالسياح الأوروبيين:



هم من السياح السوريين المغتربين القادمين بجوازات سفرهم الأوروبية أو الأمريكية خاصة أن عدد ليالي الإقامة شبه المجانية كبير لرعايا هذه الدول نسبة لرعايا نفس الدول المقيمين في الفنادق بما يعكس أن سلوكهم يقترب من سلوك السوريين المغتربين.

٦ - فرص العمل:

$$\begin{array}{l} \boxed{\text{فرصة}} \\ \text{عمل} \end{array} = \boxed{40} \times \boxed{\text{سائح}} \quad \boxed{\text{وسطي انفاق السائح}} \\ \boxed{500} = \boxed{20000} \quad \boxed{\text{(مليون ليرة سورية)}} \end{array}$$

كل ٤٠ سائح جديد يولد فرصة عمل جديدة

العدد المقدر للعاملين في قطاع
السياحة = ٣٠٠٠٠ عامل

فرص العمل المقدرة
= ٩٢٠٠٠ فرصة



عدد العمال المسجلين لدى نقابة
عمال السياحة = ٢٧٠٥٩ عامل

٧- الاستثمارات السياحية الموظفة في قطاع السياحة:

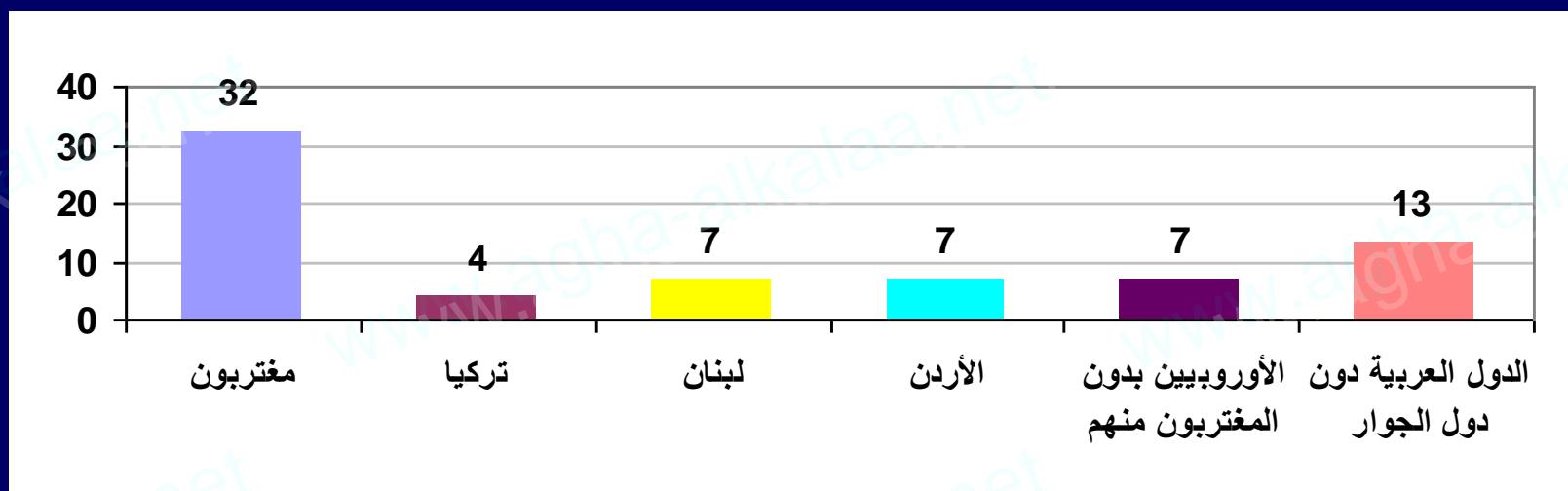
يصعب تقدير الاستثمارات الإجمالية الموظفة في اقتصاد السياحة (الاستثمارات في الفنادق والمطاعم والشقق المفروشة والشاليهات والأسواق والمتاحف والحدائق ومؤسسة الطيران...) فيما يمكن تقديرها للفنادق والمطاعم حسب ما يلي:

- يبلغ عدد الأسرة الحالي: ٣٨٥٠٠ سرير وباعتبار كلفة السرير الوسطية ٢.٣ مليون ليرة يكون مجموع الاستثمارات الفندقية: ٨٨.٥ مليار ليرة سورية.
- يبلغ عدد كراسي الإطعام ١٥٢٠٠٠ كرسي حالياً وباعتبار كلفة الكرسي الوسطية ٤ ألف ليرة يكون مجموع الاستثمارات في قطاع المطاعم: ٦٠.٨ مليار ليرة سورية.
- يبلغ مجموع الاستثمارات في القطاع السياحي المباشر: ١٤٩.٣ مليار ليرة سورية (٢.٩ مليار دولار).
- تجدر الإشارة إلى أن غالبية هذه الاستثمارات مضى عليها أكثر من ٧ سنوات من التشغيل أي أنها استرجعت رأس المال.
- لا يضم الإنفاق المدروس إنفاق الجهات الحكومية السورية من خلال نشاطها ولا إنفاق السوريين المقيمين ولا زوار اليوم الواحد.

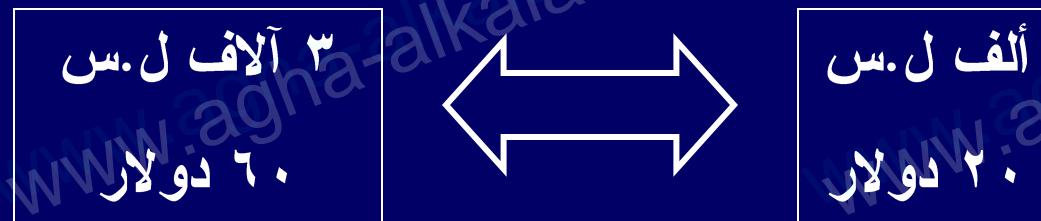
٤-٣- مؤشرات في اقتصاد السياحة ضرورية لإدارة عمليات الترويج السياحي بما يكفل زيادة عدد القادمين وتطور اقتصاد السياحة:

تأثر خيارات الأسواق المستهدفة بالترويج السياحي بوسطيات الإقامة والإنفاق في الليلة وإنفاق السائح حسب الجنسيات والتي تم بيانها فيما يلي:

١- وسطي الإقامة:



٢ - وسطي الإنفاق في الليلة:



ألف ل.س
٢٠ دولار

٣ - وسطي إنفاق السائح في كامل الزيارة:



٣٠٠٠ - ١٤٠٠٠
ألف
ل.س

ألف ل.س

١٤ - ٦

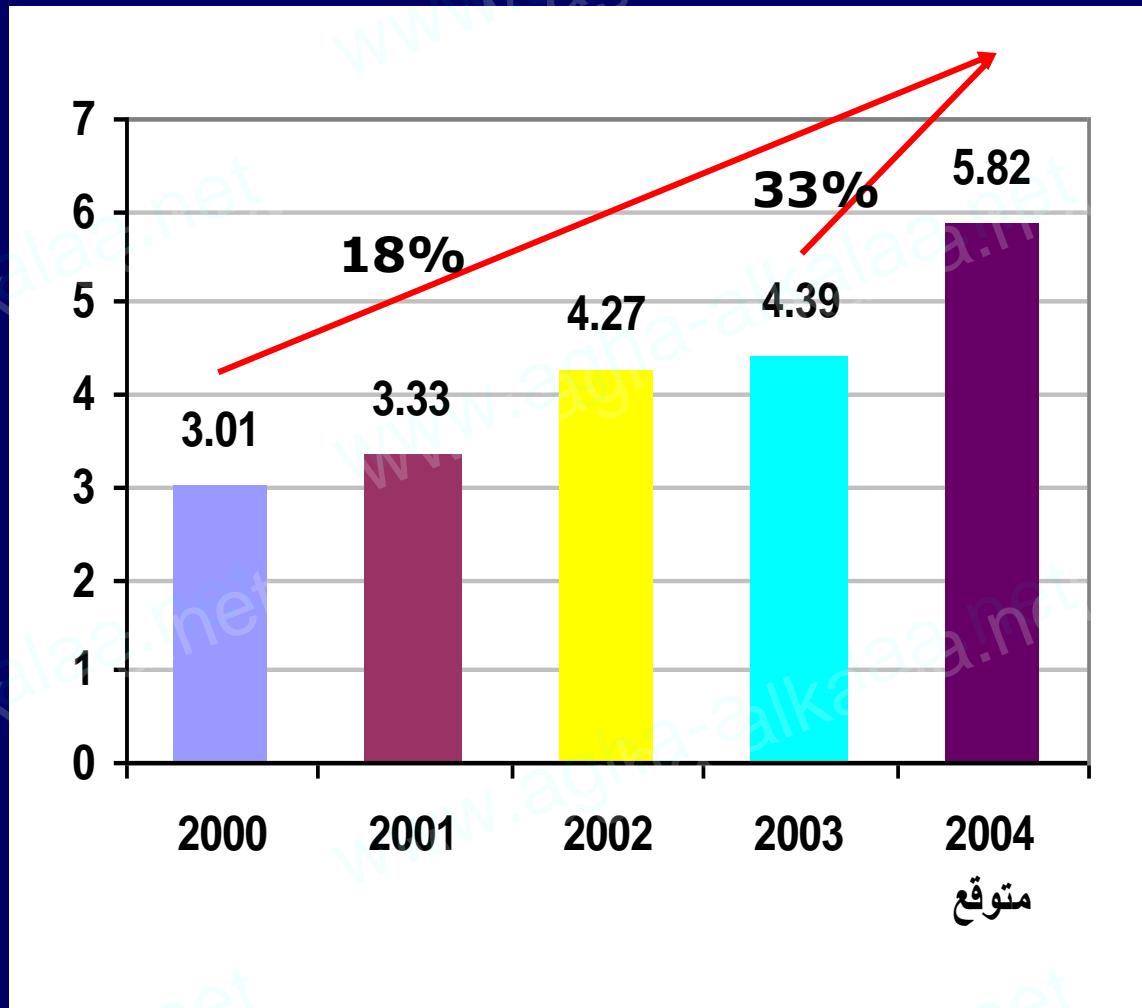
سياحة
دينية

لبنان، الأردن،
العراق، تركيا

مدة الإقامة قصيرة

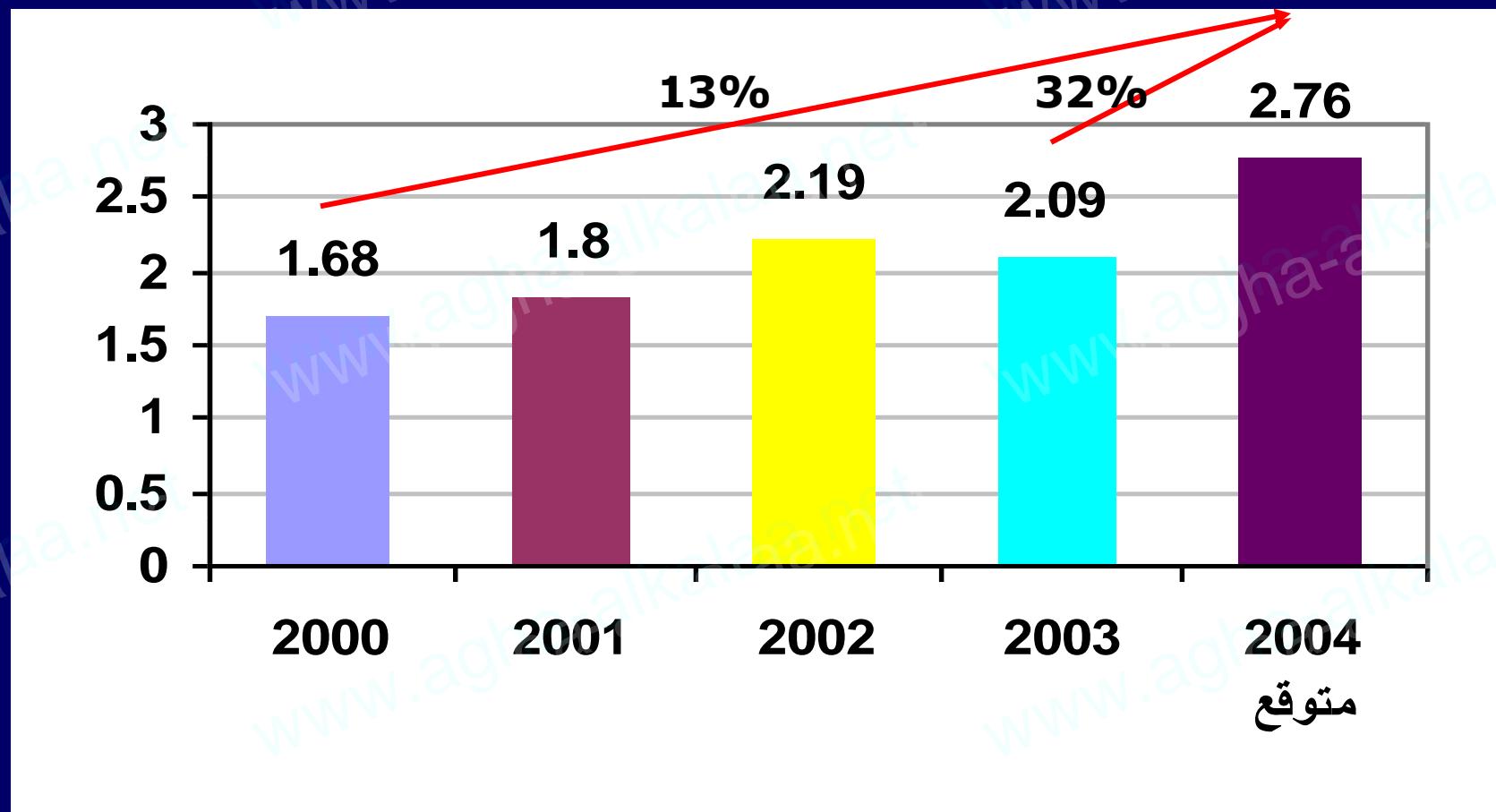
السوري المغترب، السائح الخليجي، من
الدول العربية الأخرى، من أوروبا

٣-٥- عرض مقارن لمؤشرات اقتصاد السياحة نسبة إلى سنة الأساس

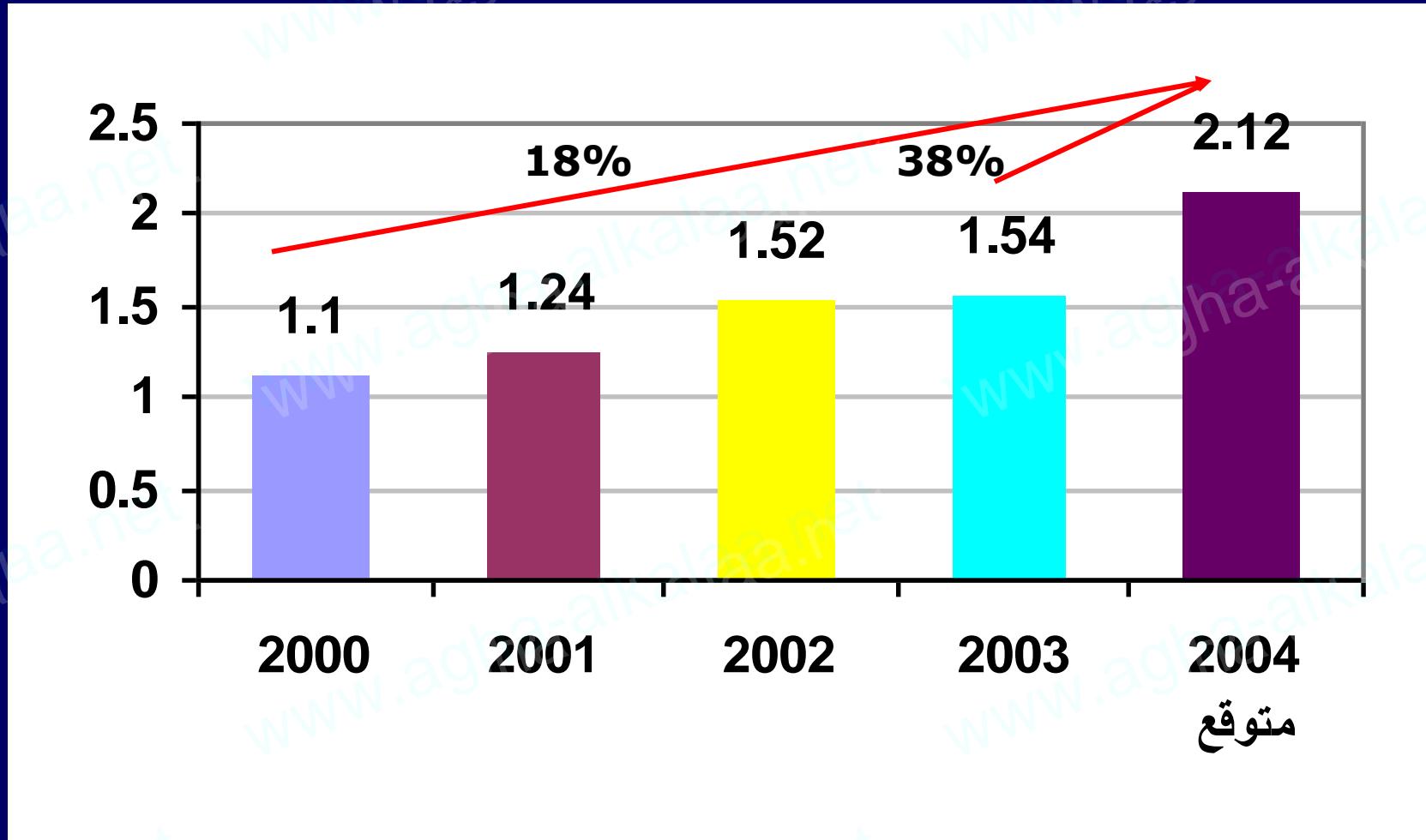


٣-٥-١ - تطور أعداد القادمين لسنة كاملة (مليون قادم) مقدراً فيما يخص العام ٢٠٠٤ على ما تم تحقيقه في السنة المنصرمة من أيلول ٢٠٠٣ إلى آب ٢٠٠٤ - معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأساس = %١٨

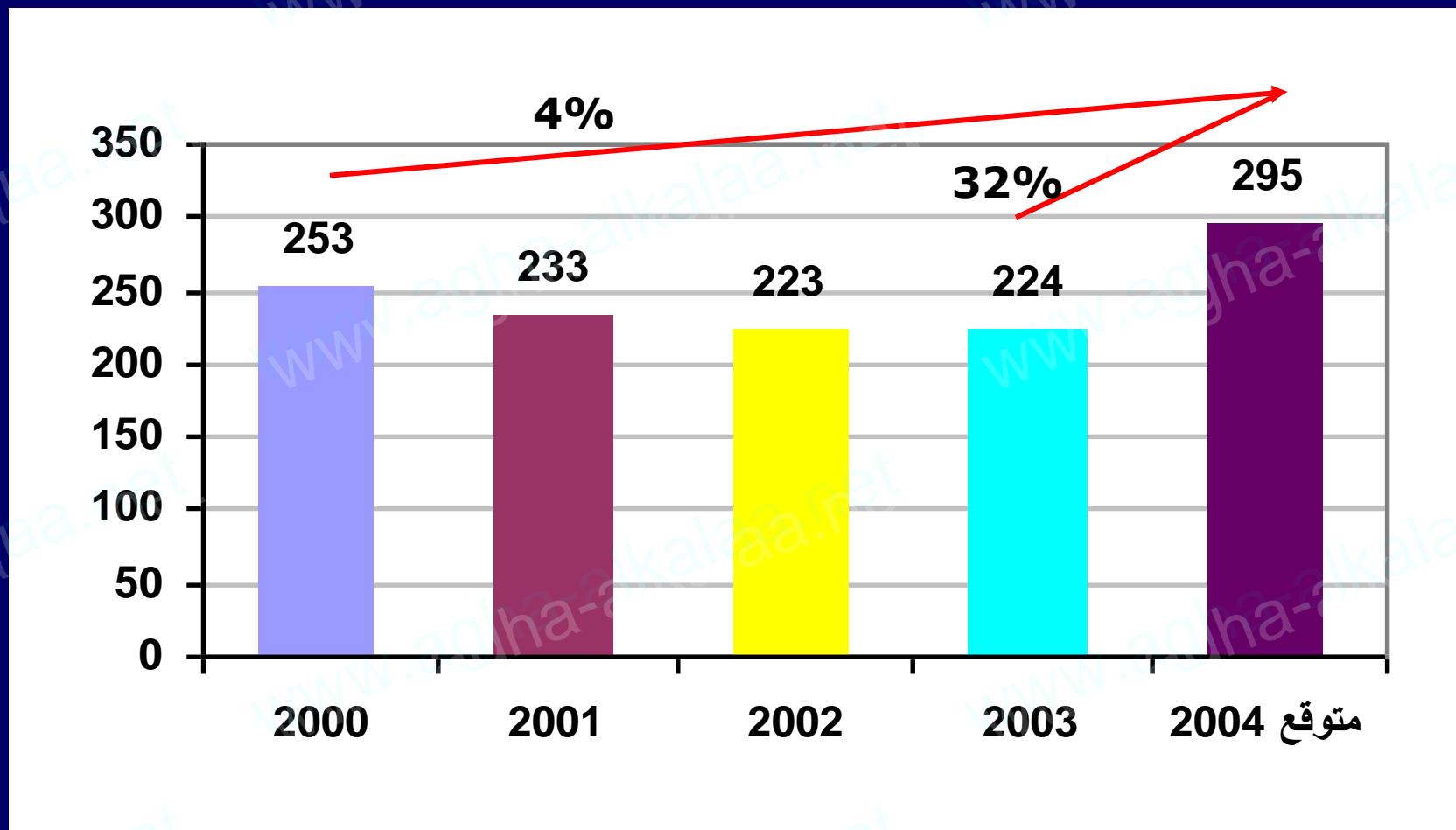
٣-٥-٢- تطور عدد سياح المبيت لسنة كاملة (مليون سائح مبيت) – معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأساس : $\% 13 =$



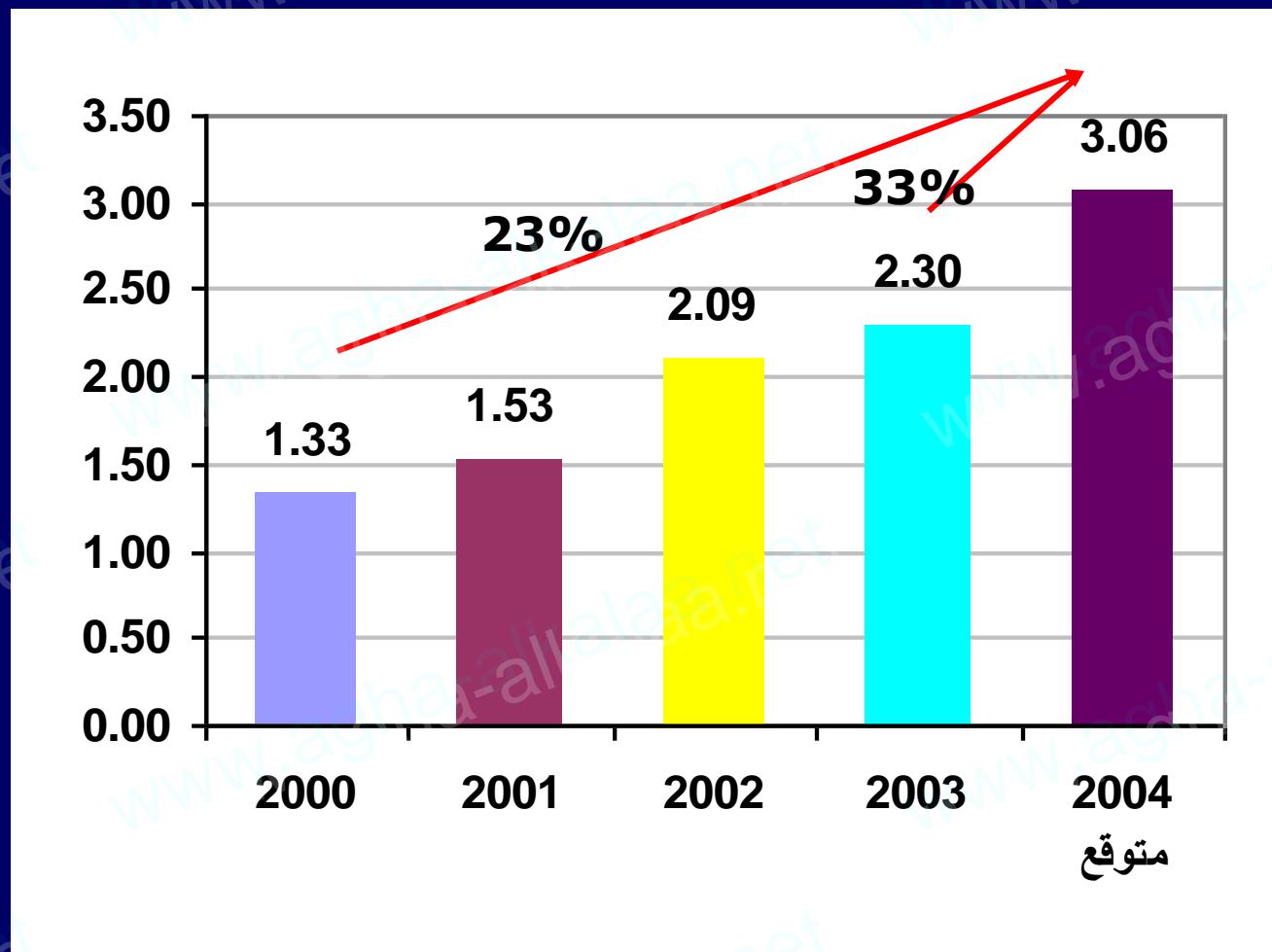
-٣-٥-٣- تطور عدد سياح العرب لسنة كاملة (مليون سائح مبيت)
معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأمس = 18%



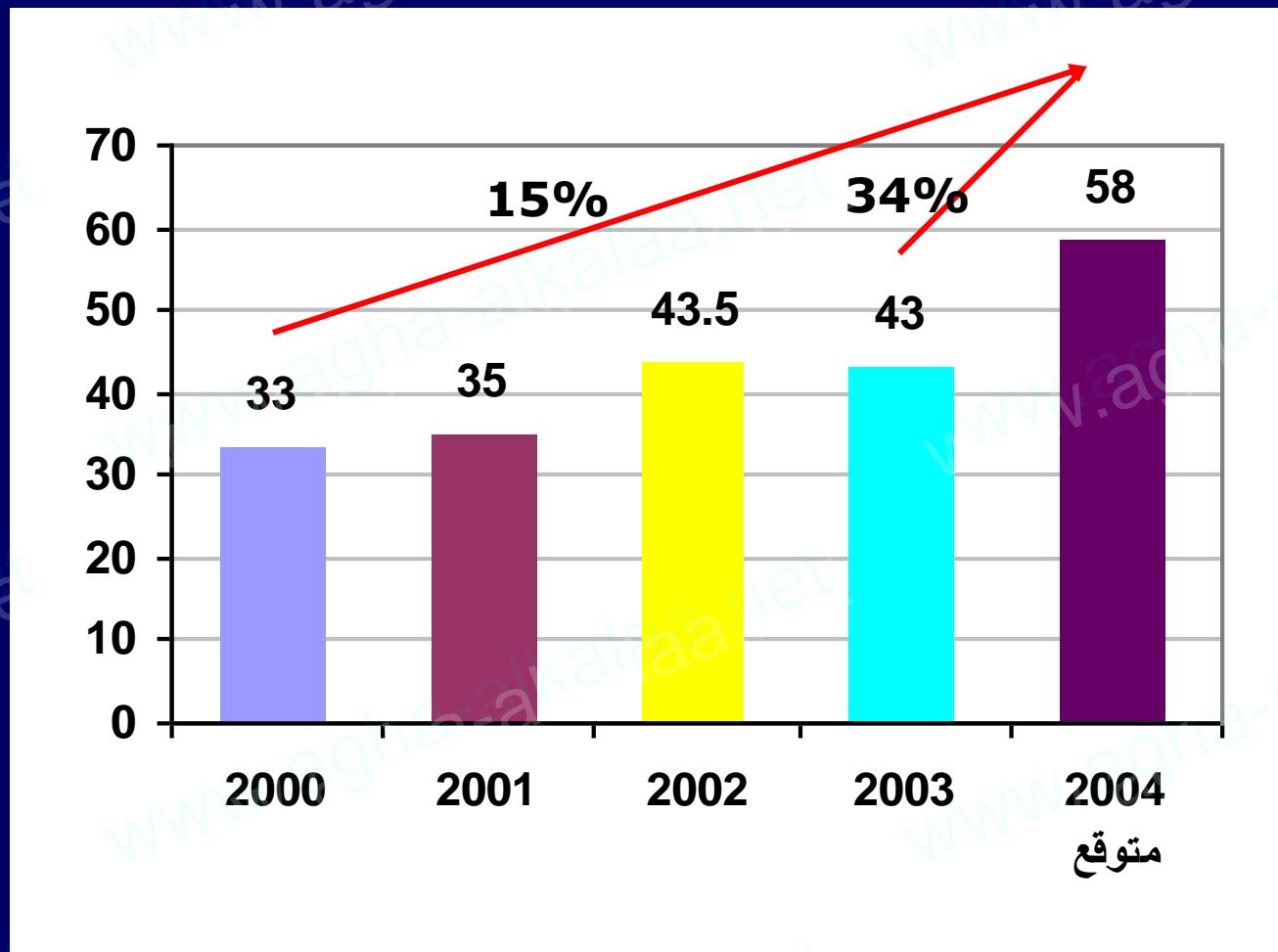
- ٤-٥-٣- تطور عدد سياح المبيت الأوروبيين لسنة كاملة (ألف سائح مبيت) :
معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأساس = %٤



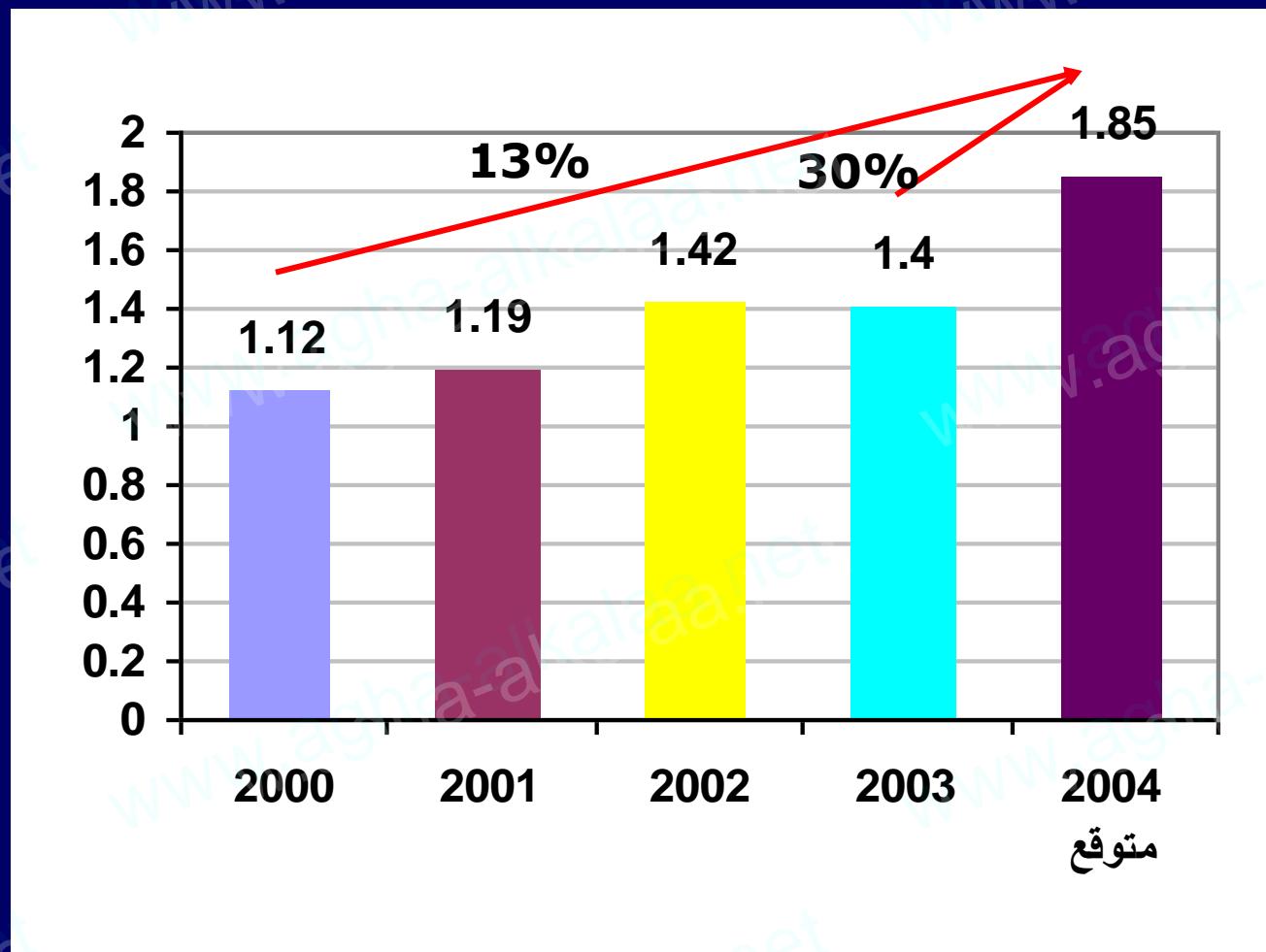
٣-٥-٥ - تطور عدد زوار اليوم الواحد لسنة كاملة (مليون زائر) – معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأساس : $\% 23 =$



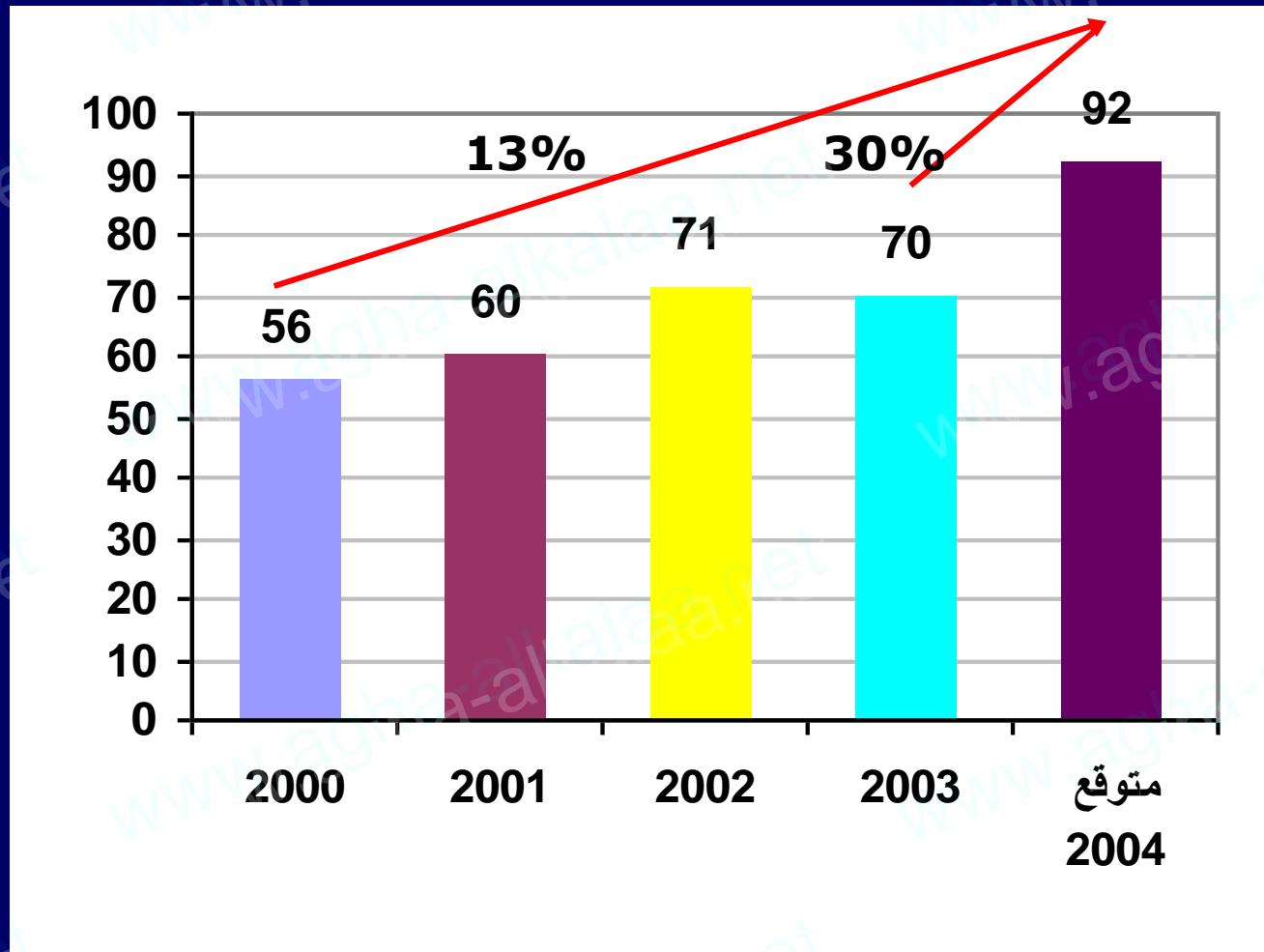
٣-٥-٦ - تطور إجمالي عدد الليالي السياحية مع المغتربين لسنة كاملة (مليون ليلة) — معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأساس = %١٥ :



-٣-٥-٧- تطور العائدات السياحية مع المغتربين لسنة كاملة (مليار دولار) -
معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأساس = $\therefore \% 13$



٣-٥-٨ - تطور فرص العمل المطلوبة لسنة كاملة(ألف فرصة عمل) – معدل التزايد السنوي نسبية إلى سنة الأساس : $\frac{92}{56} = 13\%$



٦-٣- دراسة مقارنة لمعايير الأداء السياحي في بعض الدول: المصدر للدول

الأخرى (منظمة السياحة العالمية)

الدولة	وسطي إنفاق الليلة (دولار)	وسطي الإقامة (ليلة)	وسطي إنفاق السائح (دولار)
إيطاليا	130	6.2	810
إسبانيا	107	7.6	815
مصر	136	6.4	872
تونس	48	6.1	298
سورية (عرب وأجانب ومتربون)	33	15	507
سورية (فنادق)	57	5.95	397

منخفض

منخفض

مرتفع

منخفض

٧-٣- نتائج عامة:

تبرز مختلف المؤشرات الاقتصادية لاقتصاد السياحة ضرورة العمل على ما يلي على وجه الخصوص:

- تحقيق الترويج الناجح للمنتج السياحي السوري.
- زيادة عدد مقاعد الطيران المتاحة للوصول إلى سوريا في أوقات الذروة.
- تحقيق سهولة الدخول إلى سوريا عبر المعابر الحدودية والمطارات.
- ضمان تناقض عناصر المنتج السياحي وجودتها وتوافق الأسعار مع الجودة وذلك مهما اختلفت عائدية تلك العناصر.
- تكثيف الأنشطة السياحية و تشجيع الاستثمار في المنشآت التي تضمها نظراً لما تؤمنه من زيادة في وسطي الإقامة ووسطي الإنفاق وتحفيض حركة سياحة السوريين المقيمين المتوجهة إلى الدول الأخرى.

- الاهتمام بنشاط التسوق كنشاط سياحي.

- زيادة الطاقة الاستيعابية لإقامة سياح الميت في جميع أشكال الإقامة بما فيها الشقق المفروشة المؤجرة مباشرة للسياح مع ضبط الإقامة في تلك الشقق وتشجيع الاستثمار في فنادق الشقق.

- تخفيض الموسمية.

٤ - صناعة السياحة

١- يرتبط توازن صناعة السياحة (كما سبق تعريفها) بتطور الطاقة الاستيعابية الفندقية المتاحة بشكل متواافق مع زيادة الطلب على الليالي الفندقية من السائح الراغبين في ذلك، وذلك نظراً لما يلي على وجه الخصوص:

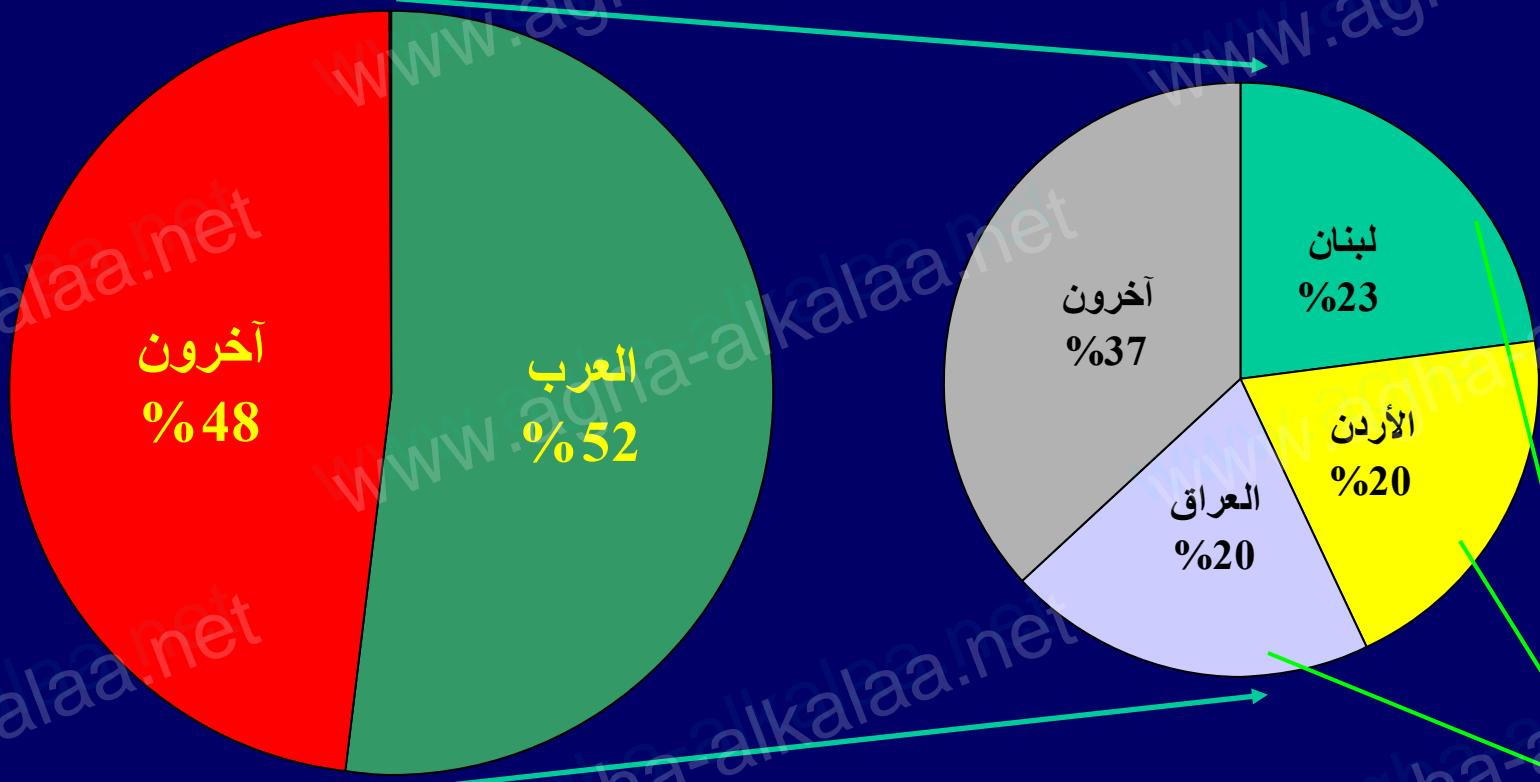
- يبقى عدد الشقق المفروشة والشاليهات المتاحة في سوريا كافياً لاستيعاب أعداد متزايدة من السائح الراغبين في الإقامة في تلك الشقق.

- تستمر المطاعم في جذب الاستثمارات نتيجة اجتذابها للسوريين المقيمين والمغتربين والسائح العرب حتى المقيمين في الشقق المفروشة وزوار اليوم الواحد.

٢- يرتبط تطور صناعة السياحة أيضاً بتطور فاعلية الوزارة ومكاتب السياحة المستقدمة لسياح الجموعات.

٣- لا بد من التأكيد على أن الهدف أيضاً يكمن في تطوير استثمارات فنادق الشقق لتحويل الليالي السياحية في الشقق المفروشة إلى ليال فندقية قدر الإمكان.

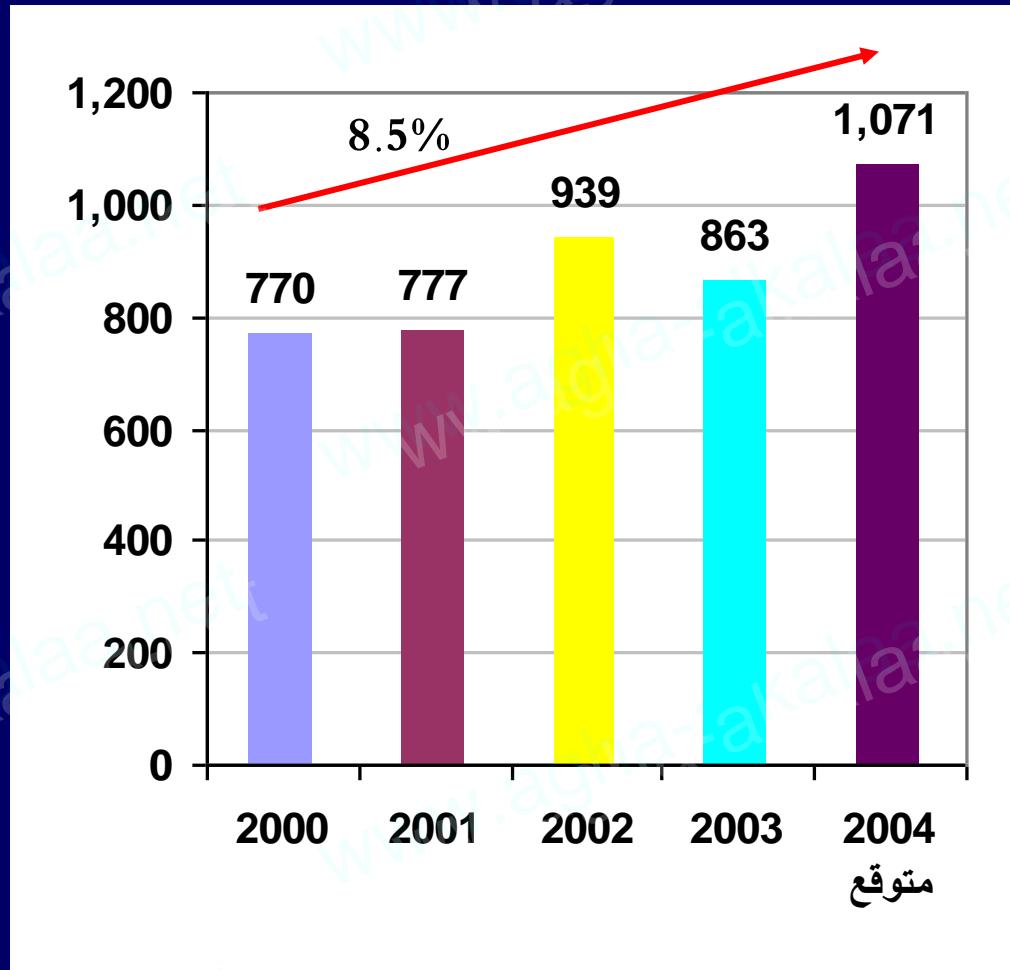
إجمالي الليالي الفندقية ٨ مليون ليلة



دول الجوار (٣٢٪ من
مجمل الليالي الفندقية)

١-٤ - المؤشرات الاقتصادية لصناعة السياحة الوافدة دون

احتساب المغتربين السوريين:



١-٤ - تطور عدد نزلاء

الفنادق حسب السنوات

حيث تم تقدير الأعداد لسنة

٢٠٠٤ استناداً إلى ما تم

تحقيقه في السنة المنصرمة من

أيلول ٢٠٠٣ إلى آب

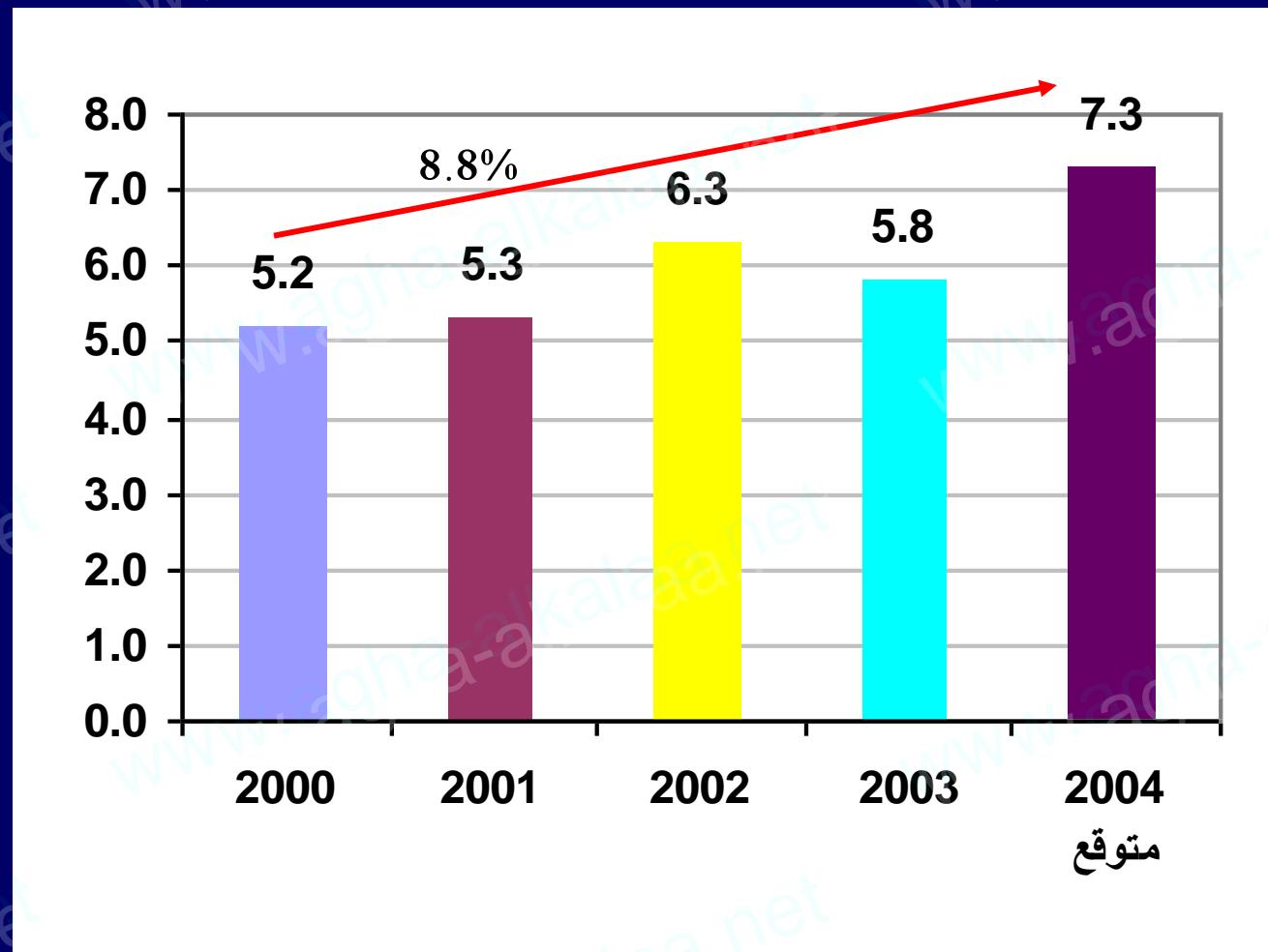
٢٠٠٤ (ألف نزيل) -

المعدل السنوي للتزايد محسوباً

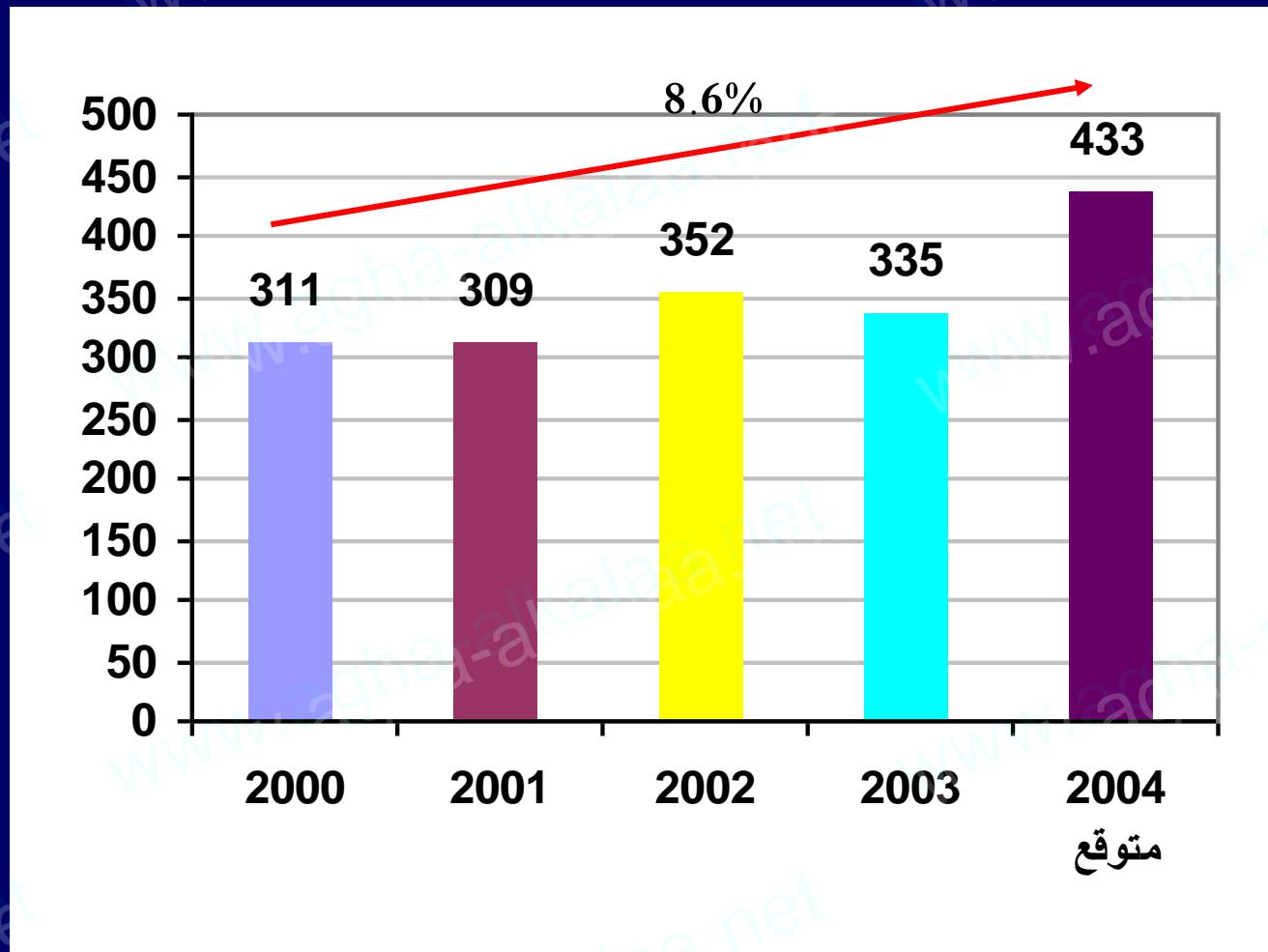
من سنة الأساس = ٢٠٠٠

:%٨.٥

١-٤-٤- تطور عدد الليالي الفندقية حسب السنوات حيث تم تقدير الأعداد لسنة ٢٠٠٤ استناداً إلى ما تم تحقيقه في السنة المنصرمة من أيلول ٢٠٠٣ إلى آب ٢٠٠٤ (مليون ليلة) المعدل السنوي للتزايد محسوباً من سنة الأساس

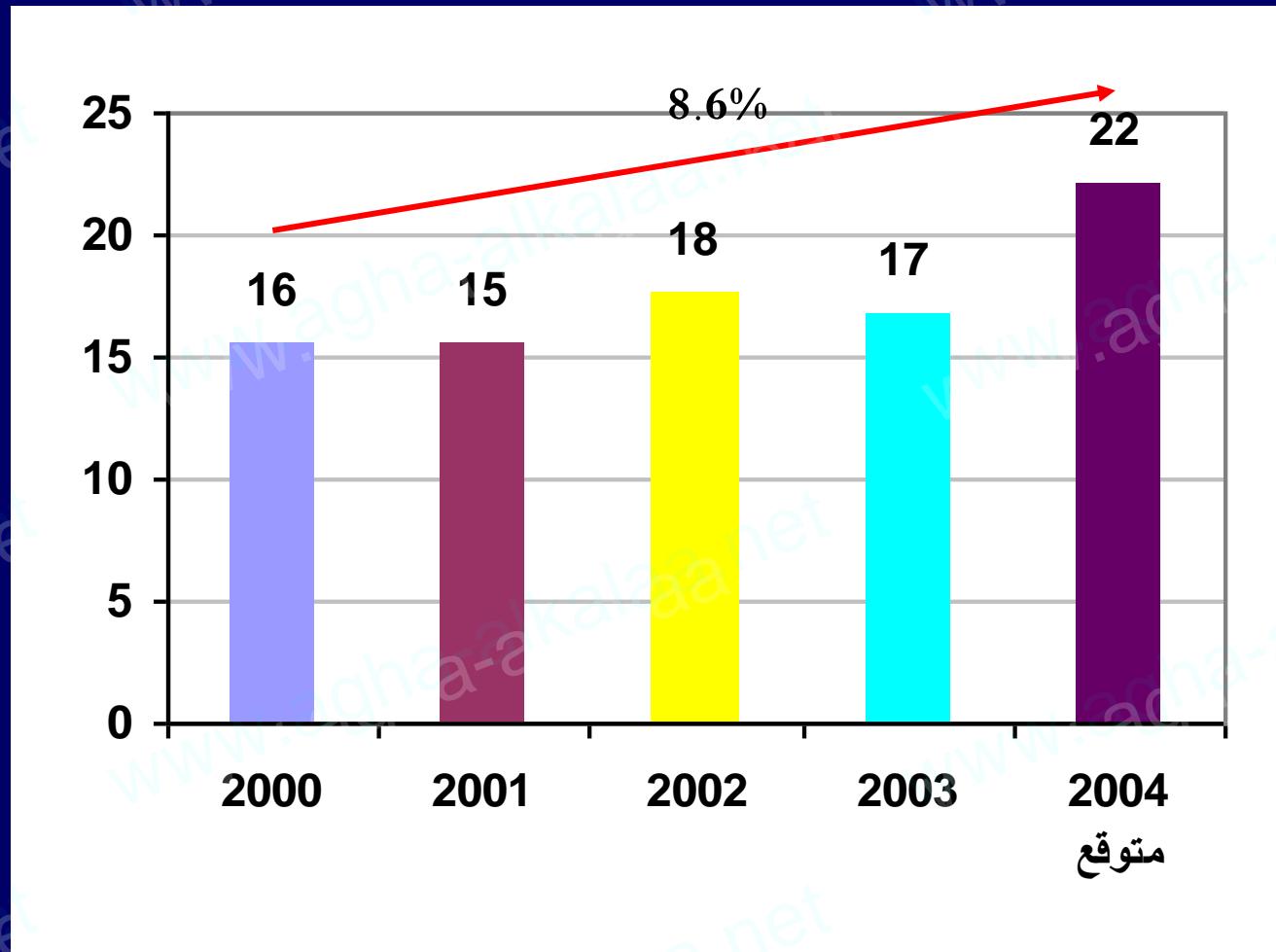
$$\text{المعدل السنوي للتزايد} = \frac{\text{القيمة النهائية}}{\text{القيمة الأولى}} - 1 = \frac{7.3}{5.2} - 1 = 8.8\%$$


٣-١-٤- تطور إنفاق نزلاء الفنادق حسب السنوات حيث تم تقدير الأعداد لسنة ٢٠٠٤ استناداً إلى ما تم تحقيقه في السنة المنصرمة من أيلول ٢٠٠٣ إلى آب ٢٠٠٤ (مليون دولار) - معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأساس = %٨.٦



٤-١-٤- تطور فرص العمل حسب السنوات حيث تم تقدير الأعداد لسنة ٢٠٠٤ استناداً إلى ما تم تحقيقه في السنة المنصرمة من أيلول ٢٠٠٣ إلى آب ٢٠٠٤ (مليون دولار) - معدل التزايد السنوي نسبة إلى سنة الأساس =

:%٨.٦



٤-٤- مقارنة تطور اقتصاد السياحة مع تطور صناعة السياحة:



- يعود هذا إلى أن اقتصاد السياحة يتأثر أساساً بالسياحة الخليجية التي تابعت تدفقها على سورية فيما تتأثر صناعة السياحة بالسياحة الأوروبية التي اعانت كثيراً من الأحداث الإقليمية المحيطة.
- يعتبر التطور بنسبة ٨.٥% بالنسبة نزلاء الفنادق تطوراً كبيراً وفق المعايير الدولية لتطور السياحة.

٣-٤- تطور الليالي السياحية لسياحة المجموعات الأوروبية المنفذة في الفنادق عبر مكاتب السياحة والسفر والمجلة في سجلات وزارة السياحة خلال الأشهر الثمانية الأولى من عام ٢٠٠٤ (ألف ليلة).

١- ترتبط سياحة المجموعات المنفذة من خلال مكاتب السياحة والسفر في سوريا ارتباطاً وثيقاً بصناعة السياحة، لأن إقامة المجموعات السياحية محصورة في الفنادق، مما يجعل عمل تلك المكاتب مرتبطاً بالفنادق وتطور المنشآت الفندقية وخاصة قرب الواقع الأثري، نظراً لارتباط سياحة المجموعات الأوروبية بالصفة الثقافية والدينية على الغالب.

الليالي السياحية المحققة خلال الثمانية
أشهر الأولى (ألف ليلة سياحية)



الثمانية أشهر الأولى

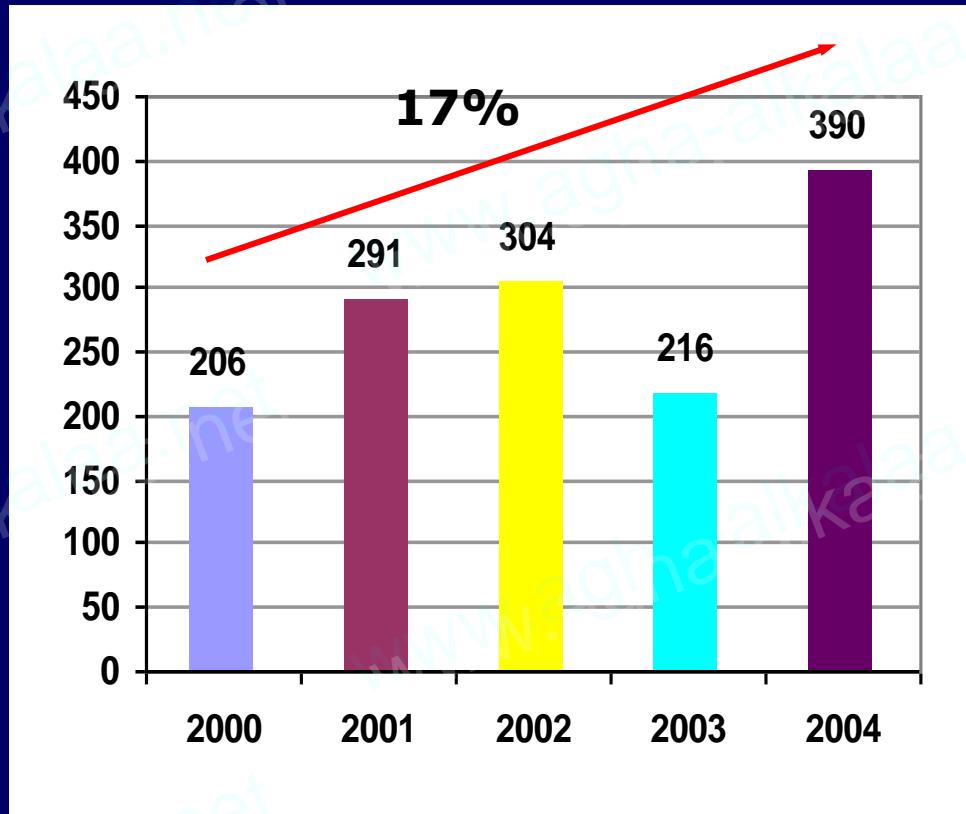


الستة أشهر الأولى



٤ - ٤ - تطور حصة الوزارة من أرباح فندقي ميريديان وشيراتون دمشق المملوكيين من قبلها خلال الأشهر الشمانية الأولى من كل عام (مليون ليرة سورية) - معدل التزايد نسبية إلى سنة الأساس :

$$2000 = 206 \quad 2001 = 291 \quad 2002 = 304 \quad 2003 = 216 \quad 2004 = 390$$

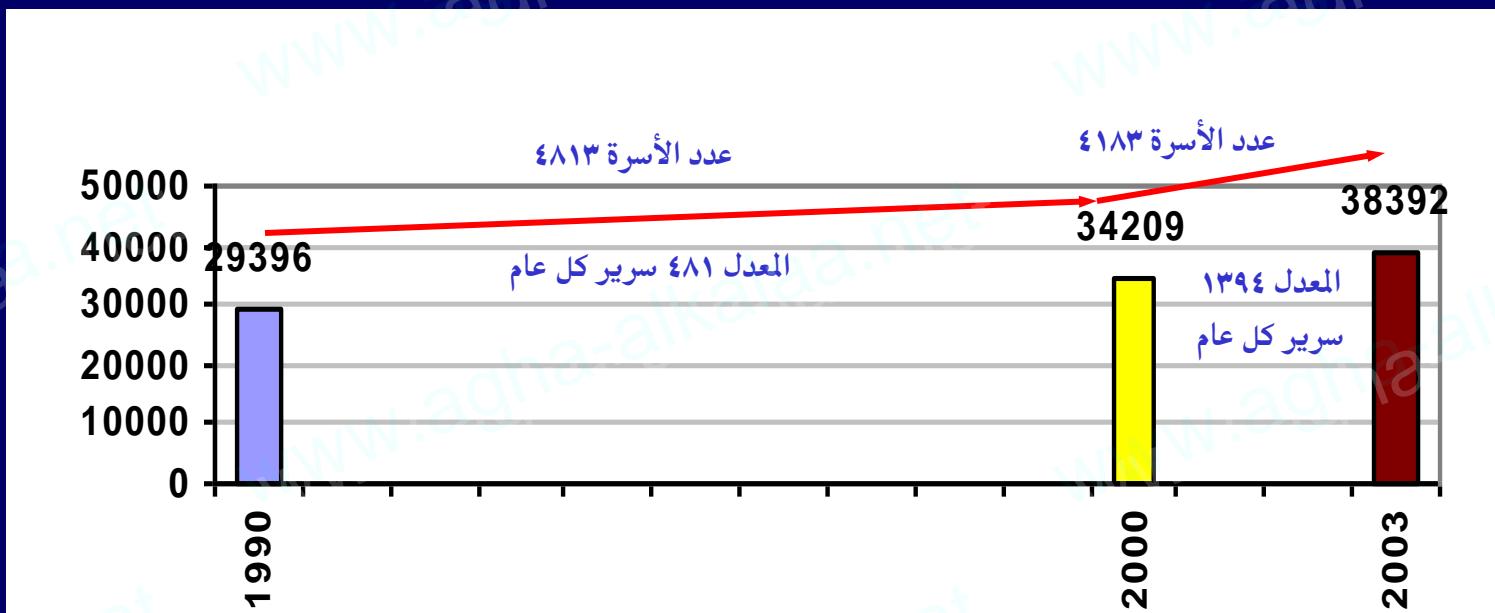
$$\text{معدل التزايد سنوي} = \frac{390 - 206}{206} \times 100 = 17\%$$


يلاحظ أن تطور عائدات الفنادقين والذى يصل إلى ١٧٪ سنويًا نسبة إلى سنة الأساس يزيد عن المعدل السنوي الوسطي للفنادق (٨٪ سنويًا). يأتي هذا التطور نتيجة الإقبال الشديد على دمشق من جميع شرائح السياح، إضافة إلى تطور دور الوزارة في الإشراف على الفنادقين.

٤- توازن الصناعة السياحية بين العرض والطلب على الليالي الفندقية:

١- واقع الاستثمار:

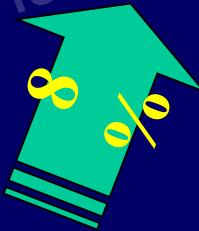
١- كان معدل تزايد عدد الأسرة الفندقية السنوي في سوريا منخفضاً خلال الفترة من عام ١٩٩٠ إلى عام ٢٠٠٠ حيث وصل إلى ٢٠.٥٪ فقط ولكنه كان متواافقاً مع زيادة أعداد السياح خلال الفترة ذاتها التي حققت أيضاً نفس المعدل.



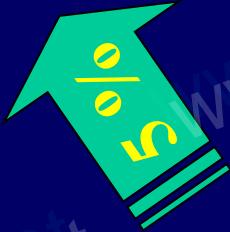
صناعة السياحة



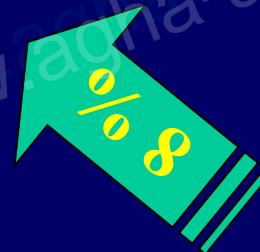
معدل تزايد
سياح المبيت في
الفنادق السنوي



معدل تزايد
الليالي الفندقية
السنوي



معدل زيادة الأسرة
الفندقية بدون دخول
٣٠٠ سرير



معدل زيادة الأسرة
الفندقية مع دخول
٣٠٠ سرير

التوازن متحقق في عام ٢٠٠٤

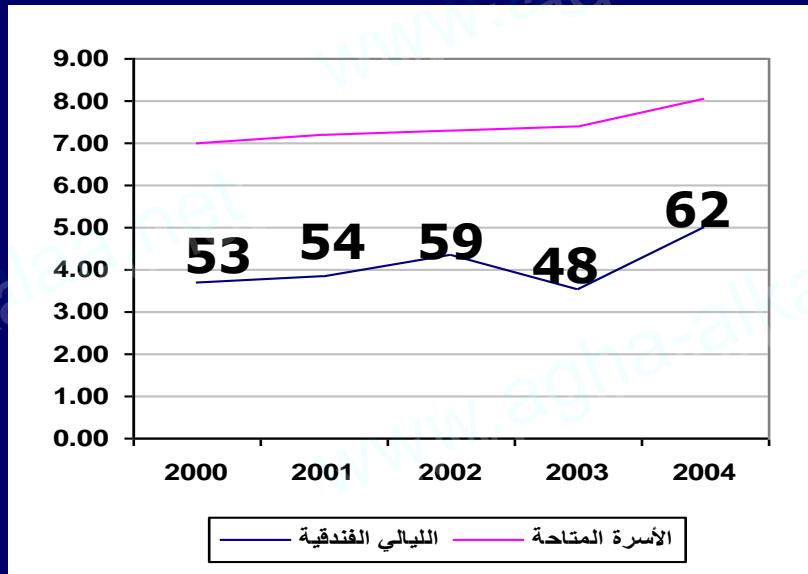


يتوقع دخول ٣٠٠ سرير خلال العام القادم

٢ - أمكن استيعاب الفارق بين ترايد الليالي المطلوبة والمتحدة من خلال ارتفاع نسب الإشغال الفندقيه والتي بقيت ضمن الحدود المقبولة حسب المعايير الدولية حيث تطورت نسب الإشغال من ٥٣% إلى ٦٢% مع انخفاض مسجل خلال الحرب على العراق كما تم بيانه في البند ٤-٦ .

٣ - من المهم التحرك دائمًا للبقاء على نسب الإشغال ضمن الحدود المقبولة، لأن أي خلل في التوازن سيتسبب في انصراف السياح أو المستثمرين حسب الحالة كما سبق عرضه، فيما قد يتحقق عدد سياح المبيت معدلاً سنوياً أعلى بحلول نهاية عام ٢٠٠٤ نظراً لأنه تم اعتماد الأسلوب (المحقق) لتقدير الأعداد حتى نهاية عام ٢٠٠٤ وليس الأسلوب (المحتمل) – البند ٣-٣ .

٤- أعداد الليالي الفندقية المحققة والماتحة ونسب الإشغال الفندقي (سياح مبيت في الفنادق من عرب وأجانب ومغتربين وسوريين مقيمين) خلال الأشهر الشمانية الأولى مع احتساب دخول ٣٠٠٠ سرير جديد خلال العام الماضي:



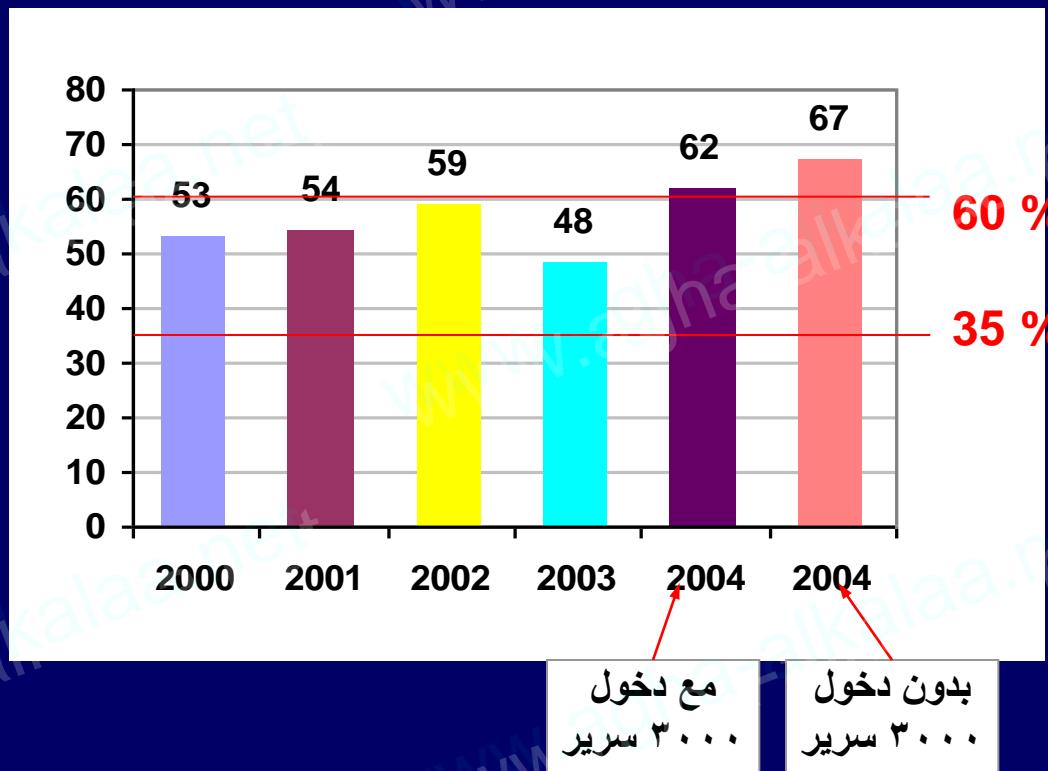
١- يلاحظ أن نسب الإشغال الفندقي في الأشهر الشمانية الأولى لعام ٢٠٠٣ (التي أحاطت بفترة الحرب على العراق) كانت ٤٨٪ كوسطي لكامل الإشغال في الفنادق السورية.

٢- يعني هذا أن بعض الفنادق (و خاصة المعنية بالسياحة الأوربية) قد تكون قد وصلت إلى نسب إشغال لا تزيد عن ١٥٪ نتيجة توقف السياحة الأوربية في الفترة الماضية (البند ٤-٤) فيما حافظت دمشق مثلاً على نسب عالية للاشغال تصل إلى ٧٠٪ نتيجة ليالي سياح المبيت من دول الجوار التي لم تنقطع وخاصة إلى دمشق التي يتركز فيها العدد الأكبر من الفنادق.

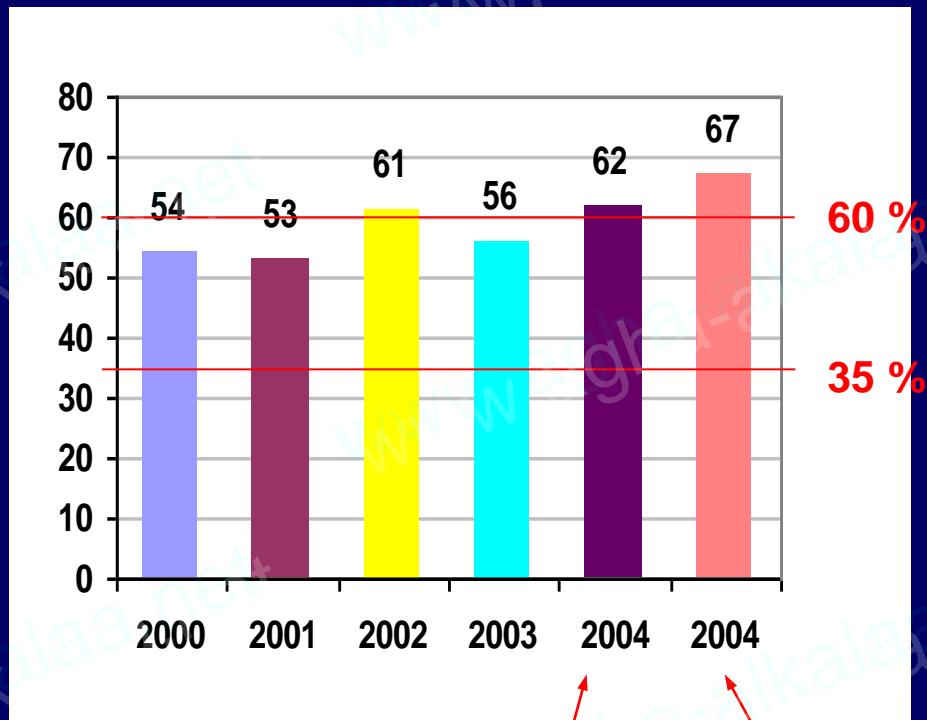
٥- نسب الإشغال الفندقي خلال الأشهر الثمانية الأولى:

٦- نسب الإشغال الفندقي خلال الأشهر الثمانية الأولى في حال لم يدخل ٣٠٠٠ سرير في بداية عام ٢٠٠٤:

نلاحظ أن عدم دخول ٣٠٠٠ سرير كان سيرفع نسبة الإشغال الوسطية خلال الأشهر السبعة الأولى إلى ٦٧٪ وهي نسبة تقع خارج حدود النسب المقبولة لأنها تعني أن بعض المناطق تصل إلى أكثر من ٩٥٪ على كامل الفترة مما يخفف الجودة ويسمح بالاحتكار ورفض بعض الحجوزات في بعض فترات الذروة.



٧- مخطط الإشغال الفندقي المقارن للعام ٢٠٠٤ مبنياً على ما تم تحقيقه في السنة الفائتة من أيلول ٢٠٠٣ إلى آب ٢٠٠٤



يحقق المخطط إبراز الملاحظات السابقة مرتبطة بعام كامل حسب تقديرات عام ٢٠٠٤ فيما اختلف الوضع بالنسبة لعام ٢٠٠٣ عن حالة الأشهر الشمانية الأولى (٤٨٪ بدلاً من ٥٦٪) والسبب يكمن في تحسن نسب الإشغال الفندقي في الأشهر الأربعية الأخيرة من عام ٢٠٠٣ نسبة إلى الأشهر الشمانية الأولى منه والتي شهدت أحداث الحرب على العراق.

٧-٤- توازن العرض والطلب في صناعة السياحة

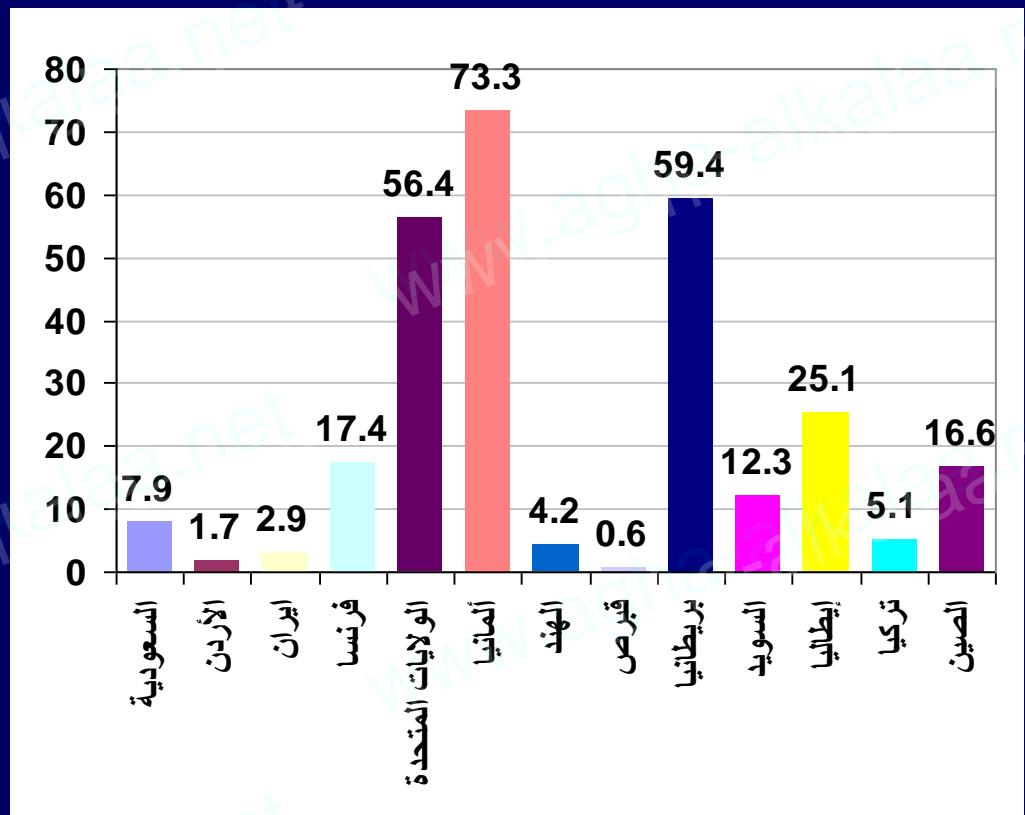
١-٤- عناصر زيادة الطلب:

- ١- يكفل الترويج الحكيم والمكثف والمدروس تحقيق ما تستحقه سوريا من أعداد كبيرة للسائح نتيجة لما تخزنه من مقومات سياحية هائلة.
- ٢- سعت وزارة السياحة في العامين الماضيين للعمل بجد على الترويج السياحي من خلال الموازنات المتواضعة المتاحة، وأمكن بالنتيجة استعادة القدوم السياحي الأوروبي الذي انخفض كثيراً بسبب الأوضاع الإقليمية منذ أيلول ٢٠٠٣ وحتى أيلول ٢٠٠٣، إضافة إلى تطوير تدفق السائح العرب.
- ٣- يتوقع أن يتطور هذا الواقع بسرعة لدى إحداث هيئة الترويج السياحي المرتقب.
- ٤- تؤدي زيادة أعداد السائح إلى زيادة أعداد سياح المبيت في الفنادق، كما يسمح تطوير الاستثمار في فنادق الشقق في تحويل مستأجرى الشقق المفروشة إليها مما يزيد الطلب على الليالي الفندقية.

١-١-٧-٤ - مخطط أعداد السياح المغادرين للدول (مليون سائح):(المصدر منظمة السياحة العالمية)

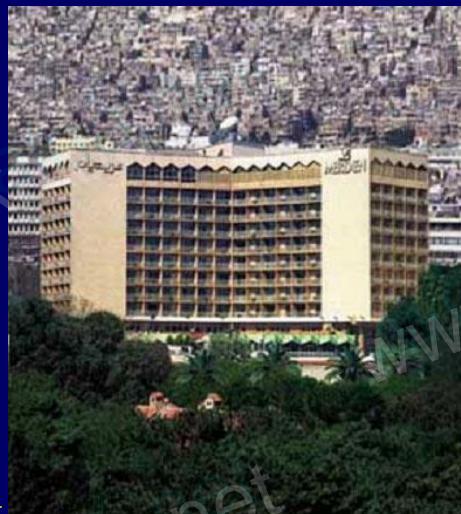
١- إضافة إلى ما ورد في البند ٤-٣ حول المؤشرات الاقتصادية المفيدة في إدارة عمليات الترويج وتحديد أولوياته والدول المستهدفة معرفة عدد السياح المغادرين من كل دولة.

٢- يبين المخطط مثلاً أن عدد السياح الألمان المغادرين أكبر بكثير من عدد السياح الفرنسيين المغادرين لفرنسا: ٧٣ مليون مقابل ١٧ مليون مما يعني ضرورة تخصيص موازنات أعلى للترويج في ألمانيا منها في فرنسا.



٢-٧-٤ - عناصر زيادة العرض:

- ١- لم تتمكن وزارة السياحة في فترة سابقة من زيادة العرض بشكل واضح وخاصّة في مجال الاستثمار السياحي نتيجة للأسباب التالية:
 - عدم توفر مخطط استعمالات الأراضي في سوريا وهو ما كان سيكفل تحديد المناطق المخصصة للتنمية السياحية.
 - عدم لحظ مناطق ذات صفة سياحية ضمن المخططات التنظيمية للتجمعات السكنية.
 - عدم وجود بنية متخصصة في التخطيط السياحي ضمن الهيكلية القيمة لوزارة السياحة.



- ٢- سعت الوزارة منذ السبعينيات لبناء الفنادق الدولية، وهو ما سمح بإنشاء فنادق تعود ملكيتها إلى الوزارة حيث أوكلت إدارتها إلى شركتي شيراتون وميريديان وشركة المنشآت السياحية، كما سعت لبناء فنادق أخرى من خلال القطاع المشترك السياحي.

٣- في عام ١٩٨٥ أصدر المجلس الأعلى للسياحة القرار ١٨٦ الذي قدم تسهيلات وإعفاءات كثيرة للقطاع الخاص لتشجيعه على الاستثمار في القطاع السياحي، مما سمح بإنشاء عدد جيد من الفنادق مختلفة مستويات التصنيف السياحي، ولكن ما يعترض الإسراع في الترخيص كان دائماً الافتقار للمناطق السياحية المحددة ضمن المخططات التنظيمية وخارجها.

٤- سمح بإصدار المجلس الأعلى للقرار رقم ١٩٨٨ بإنشاء المشاريع السياحية خارج المخططات التنظيمية، ولكنه ضمن اشتراطات يتطلب تحقيقها أشهراً طويلاً من المعاملات الإدارية المعقدة.

٥- نظراً لعدم لحظ مناطق سياحية ضمن المخططات التنظيمية فقد تم التوجه للتغيير العمرانية للأراضي الواقعه ضمن المخططات التنظيمية من خلال اللجنة الإقليمية المشكلة لهذا الغرض، رغم ما يتطلبه هذا من إجراءات روتينية معقدة.

٦- كان تطور عدد الأسرة مقبولاً منذ السبعينات وحتى عام ٢٠٠٠ في ظل توافر تزايد الطلب السياحي (٢.٥%) كما بقي مقبولاً خلال العشرين الماضيين، حيث أمكن تحقيق التوازن بين تطور عدد الأسرة في العام الماضي وزيادة الطلب وذلك نتيجة جهود الوزارة والجهات المعنية لتبسيط الإجراءات في ظل التقاليد السائدة للعمل.

٧- مع ذلك لم يعد ممكناً قبول مستوى تطور عدد الأسرة في ظل المقومات السياحية الهائلة في سوريا وتوجه الدولة لاعتماد السياحة كصناعة حقيقة وكذلك التصاعد المسجل في عدد السياح عام ٢٠١٤، والذي يتوقع أن يتضاعف أكثر لدى إحداث هيئة الترويج السياحي.

٨-٤ - نتائج عامة

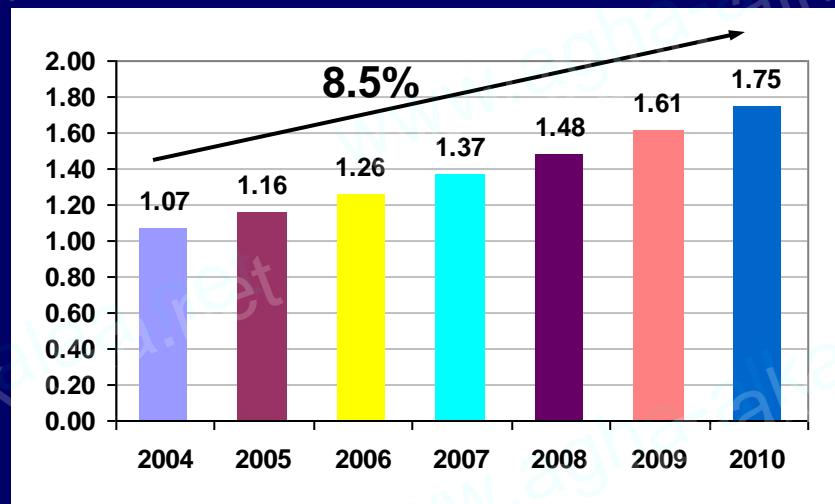
يتطلب تطور صناعة السياحة قيام الوزارة باقتراح الحلول العملية والكافحة بإطلاق الاستثمار السياحي، مع ضرورة التأكيد على أهمية ما يلي:

- إنجاز المشاريع الفندقية قيد الإنشاء بأسرع وقت من خلال تبسيط الإجراءات المتعلقة بالجهات الأخرى وتحديد اشتراطات تلك الجهات / يبلغ عدد الأسرة قيد الإنشاء ٤٢٠ سريراً.
- تفعيل دور لجان الترخيص السياحي في المحافظات بغية تأمين متطلبات التوازن المخططة من الوزارة.
- طرح الأرضي والمباني التاريخية المملوكة من قبل الدولة والقابلة للاستثمار السياحي في مؤتمر "سوق" يعقد لهذه الغاية واعتماد برنامج تنفيذي له يكفل أن يتم التوصل من خلال المؤتمر إلى التعاقد على استثمار الواقع المعروضة سياحياً مع المستثمرين المشاركون وفي شفافية كاملة.

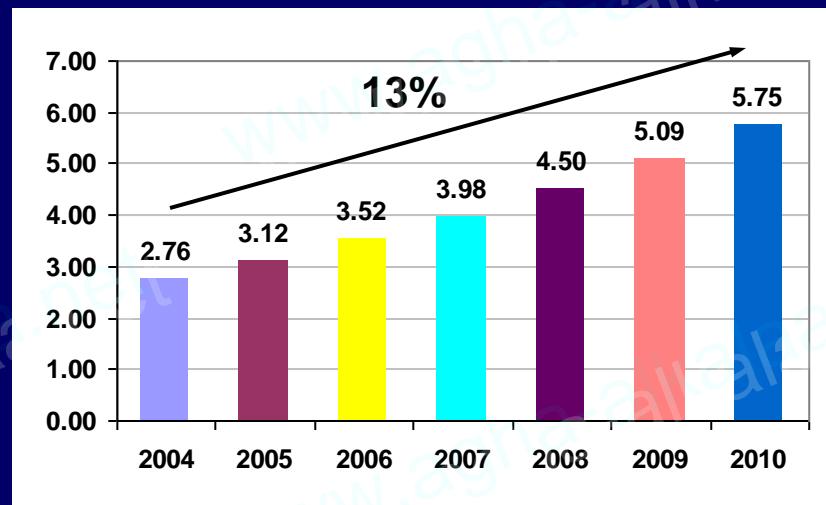
- إعداد نظام استثمار مرن ومعاصر.
- تخطيط المناطق السياحية المتكاملة التي تعكس المقومات السياحية في سورية وتعبر عن تنوع المنتج السياحي السوري.
- لحظ المناطق السياحية ضمن المخططات التنظيمية.
- تأسيس مركز خدمات المستثمرين.
- تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في تدريب العاملين في المنشآت السياحية.

٩- التطور المتوقع حتى عام ٢٠١٠ استناداً إلى المؤشرات الاقتصادية المقدرة

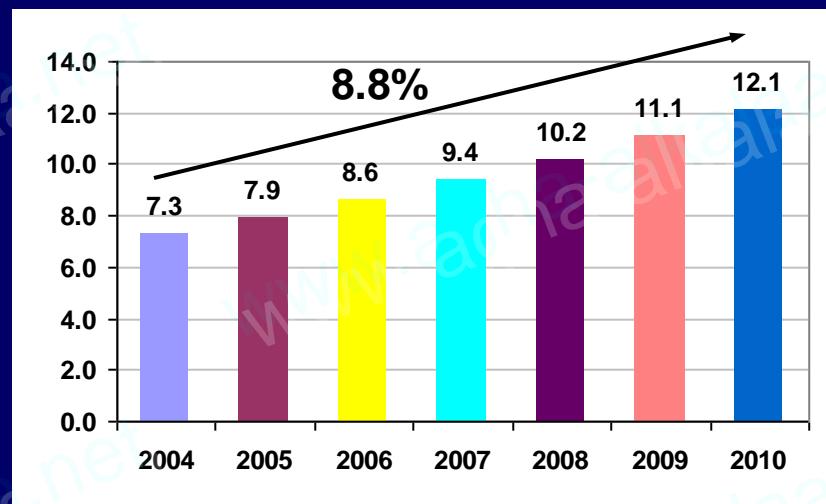
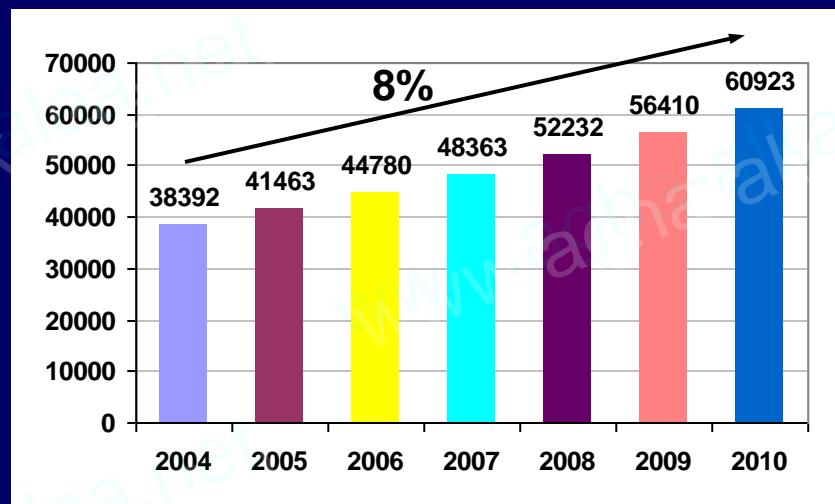
١- سياح المبيت (مليون سائح)



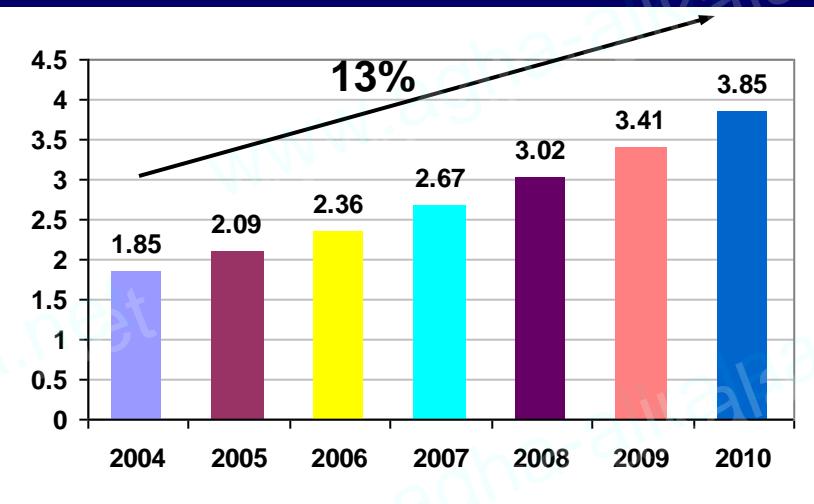
٤- عدد الأسرة



٣- عدد الليالي الفندقية (مليون ليلة)



٥- العائدات السياحية لاقتصاد السياحة (مليون دولار)



٦- فرص العمل الناجمة عن اقتصاد السياحة (ألف فرصة)

