**جامعة دمشق**

**سنة أولى ماجستير**

**قسم إدارة الأعمال**

 **حلقة بحث بعنوان**

 **الأبعاد الاقتصادية لإدارة النشاط السياحي**

 **تقديم الطالب:محمد عمار معتوق**

 **بإشراف:د.علي الخضر**

**مقدمة:**

تعمل الدول حول العالم على تدعيم اقتصادياتها عبر تدعيم قطاعاتها المختلفة التي لها أثر على تحسين اقتصادياتها.و كون الكثير من الدول قد وجدت في النشاط السياحي موردا كبيرا حيث أنه أضحى من أكثر القطاعات ذات الأثر الاقتصادي الهام بما فيه من تحسين لاقتصاد تلك الدول و إنعاش دخلها القومي.لذلك سعت الكثير من الدول إلى إدارة ذلك النشاط و تخطيطه و تنميته لجلعه داعما بشكل أكبر.

فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية المستدامة الرشيدة الذي يمكن الدول خصوصا النامية منها من أن تواجه المنافسة في السوق السياحية الدولية. وبالتالي فإن تخطيط التنمية السياحية يعتبر جزءاً لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الذي يقتضي إلزام كافة الوزارات والأقاليم والأجهزة والإدارات الحكومية وغير الحكومية بتنفيذ السياسة التنموية السياحية (برنامج عمل مشترك).

**المشكلة:**

هذا القطاع الهام الذي ساهم في تحسين اقتصاديات العديد من الدول التي أدارته و وضعت خطط له و نمته.و من هنا نريد أن نعرف تأثير عمل الخطط السياحية و إدارتها و تنميتها إلى أين ذهبت في إنعكاساتها على الاقتصاد السوري.و من هنا يمكن أن نطرح السؤال التالي:

ما هو الأثر الاقتصادي لإدارة السياحة على الاقتصاد السوري؟

**الأهمية:**

تنبع الأهمية من كون القطاع السياحي أضحى من أهم القطاعات في العالم التي تجلب الكثير من الموارد.و كون سوريا تتمتع بعناصر سياحية هامة لذلك هناك أهمية للتعرف على دوره في الاقتصاد السوري.

**الأهداف:**

1-التعرف على غدارة السياحة و التخطيط و التنمية السياحية.

2-التعرف على الأبعاد الاقتصادية لإدارة السياحة.

3-التعرف على الأبعاد الاقتصادية لإدارة السياحية في الاقتصاد السوري.

**تعريف السياحة:**

هي ظاهرة انتقال الأفراد بطريقة مشروعة إلى أماكن غير موطن إقامتهم الدائمة لفترة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن سنة، لأيّ قصدٍ كان عدا الحصول على عمل، وما يترتب عن ذلك من آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وحضارية وإعلامية... إلخ.

**أما السائح** فقد عرّفته الأمم المتحدة في مؤتمر روما المنعقد لبحث السياحة الدولية في عام 1963 بأنه: "الشخص الذي يسافر إلى بلد آخر غير البلد التي بها موطنه ويقيم بها لمدة تزيد على أربع وعشرين ساعة دون أن تطول إقامته إلى الحد الذي يُعدُّ فيه البلد الأجنبي موطناً له".

**تطور السياحة:**

لقد تطورت السياحة عبر العصور المختلفة.فقد وجدت السياحة عبر العصور القديمة و المتوسطى و لكن كانت في أغلبها سياحة بدافع الاستكشاف و عدد السياح قليل لذلك تأثيرها الاقتصادي على الشعوب آناذاك قليل.و لكن مع العصور الحديثة و تطور و سائل النقل توسع القطاع السياحي و توزعت دوافعه فأصبحت بدوافع كثيرة مثل الترفيه و الاستكشاف و غيره مما زاد عدد السياح و دفع كثير من الدول على إدارة هذا النشاط لتدعيم عوائده.و من الممكن أن نجد أنه من عام إلى عام هناك تطور لعدد السياح و بالتالي العوائد و يمكن مشاهدة ذلك عبر الجدول:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **العام** | **عدد السياح****(مليون سائح)** | **العائدات السياحية****(مليار دولار)** |  |  |  |
| 1950 | 25 | 2 |  |  |  |
| 1960 | 69 | 7 |  |  |  |
| 1970 | 166 | 18 |  |  |  |
| 1980 | 286 | 105 |  |  |  |
| 1990 | 459 | 267 |  |  |  |
| 2000 | 699 | 560 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

المصدر: صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر

(مكوناتها- ظواهرها- آفاقها)، دار حازم، ط1، دمشق، 2002، ص30.

و حسب امنظمة العالمية للسياحة فإن السياحة تساهم بنسبة 11% من مجموع الانتاج المحلي.

و يمكن تلخيص أهم العوامل التي ساهمت في نمو القطاع السياحي في العصر الحديث هي حسب دوغلاس بيرس:

1. التطورات التكنولوجية التي أدت إلى تحسين طرق و وسائل الإنتاج و مما أدى إلى توفير الجهد الانساني و أدى إلى تحسين ظروف العمل و زيادة أوقات الفراغ و الإجازات الممنوحة بأجر مما أدى إلى الاتجاه إلى السياحة.
2. تطور و تقدم وسائل النقل و المواصلات و الاتصالات و بالتالي تقارب المسافات.
3. تطور الأفكار الثقافية و الاجتماعية و العلمية و انتشارها خاصة بعد التطور الهائل في أجهزة الإعلام المسموعة و المقروءة و المرئية.
4. اهتمام المنظمات و الهيئات الدولية بالسياحة و أهميتها اقتصاديا و اجتماعيا و سياسيا.و أصبح الميل إلى سياحة الاستجمام يسير بمعدل أعلى من السياحة الثقافية و انتشرت أجهزة و وسائل التسويق السياحي في العالم لتجعل من السياحة ظاهرة العصر.و السياحة الدولية تشكل نسبة كبيرة في ميزان التجارة العلمية و تشكل بحجمها في العالم ثلاثة أضعاف ما تنفقه الدول على الدفاع و لم تعد السياحة مقتصرة على القلة الموسرة بل أصبحت متاحة للملايين الذين يتجولون في العالم ليشاهدوا معالم سياحية جديدة.

**أنواع السياحة:**

سوف أذكر أنواع السياحة وفق الغرض لأهميتها و هي:

1-السياحة الترفيهية أو الاستجمام:تكون للترويح عن النفس.مثل السياحة إلى تركيا

2-السياحة الثقافية:تتضمن معارض و زيارة آثار و غيره.مثل الاهرامات مصر.

3-السياحة الاجتماعية:مثل سياحة المغتربين إلى أرض الوطن.

4-سياحة المشتريات:هذا النوع يعتبر من الأنواع الحديثة و سياحة المشتريات من أهم البرامج شديدة النشاط حيث تعمل على أن تصبح سوقا تجاريا رائجة و لذا تعرض المنتجات بأسعر منخفضة.مثل السوق الحرة للإمارات العربية المتحدة التي تعتبر أرخص الأسواق الحرة بالعالم و الأكثر مبيعا.

5-السياحة الدينية: لقد جعلت السياحة الدينية السعودية تحتل المرتبة الثانية عربيا من ناحية ايرادات السياحة.

6-السياحة الرياضية:مثل المونديال الذي جلب لدولة جنوب أفريقيا ملايين الدولارات.

7-السياحة العلاجية:تعد السياحة العلاجية أحد أهم أنواع النشاط السياحي في كثير من دول العالم المتقدمة سياحيا و مصدرا هاما من مصادر الدخل إذا توافرت بها مقومات السياحة العلاجية.و كون تعتبر السياحة العلاجية تحتاج لمدة طويلة من الزمن لذلك يعد هذا مكسب للحصول على العملة الصعبة.

8-سياحة التعليم و التدريب:لقد أصبح إنشاء الجامعات و الكليات و المعاهد العلمية و مراكز التدريب المختلفة مصدرا لجذب عدد كبير من السياح و هذا النوع من السياحة تركز الآن عليه الدول المتقدمة علميا و صناعيا حيث تقوم هذه الدول بتشجيع السفر لغرض عرض ندوات تعليمية أو تدريبية في الجامعات أو المعاهد و هذا النوع من السياحة لا يقتصر على الدراسة و التدريب فقط بل يشمل أيضا الاستجمام و الترفيه و الثقافة لأن المشاركين في هذه الدورات يحتجون إلى الراحة و الاستجمام خلال عطلة نهاية الاسبوع.

9-سياحة المؤتمرات:مثل المؤتمرات التي تعقدها سوريا.

أهمية عرض أنواع السياحة من حيث الدوافع لكي تكون الدول مركزة على ممتلكاتها السياحة و ربطها بأي دافع من الدوافع السابقة يتعلق و من ثم تحديد كافة التسهيلات المساعدة.و طبعا ذلك يؤخذ في الخطة السياحية.

لقد جعلت السياحة الدينية السعودية تحتل المرتبة الثانية عربيا من ناحية ايرادات السياحة.و مصر احتلت المرتبة الأولى في أغلبها عن طريق السياحة للمناطق الأثرية و السياحة الترفيهية.

**الأهمية الاقتصادية للسياحة:**

1. **السياحة مصدر دخل جديد للبلد:**

تتحدد موارد البلد و مصادر دخله الوطني بالسلع التي تنتجها و بالخدمات التي تقدمها و يعتمد ذلك على الموارد الطبيعية(أراضي زراعية,مناجم ,آبار نفط,طاقة,مياه,إلخ......)و العمليات التي تنفذ لاستغلالها(معامل,فلاحة,تنقيب,صيانة,......إلخ)و النظم التي تتبع لسير العمل(الجمع,التخزين,النقل,التسويق,الترويج,إلخ.......)

يتم ذلك في جميع الأنشطة و القاعات الاقتصادية بحيث تكون الحصيلة النهائية حجم الدخل الوطني أي مقدار الثروة التي ينتجها البلد.لكن الدول تحاول أن تضيف لمواردها مصادر أخرى تدعم اقتصادها فمواطنيها الذين يعملون بالخارج يرسلون لأهلهم ما يوفرونه من دخل و استشارات الدولة بمشاريع في دول أخرى,كلها مصادر من خارج البلد للدخل تساهم في دعم موارد البلد و تأتي السياحة الدولية بإتجاه البلد بسباح يحملون المال لينفقونه في البلد المقصود لقاء السلع و الخدمات التي تقدمها لهم ذلك البلد فيربح البلد ذلك المال الذي يدخل في عداد موارده الاقتصادية و يضاف إلى دخله الوطني و يدعمه,حيث تلك العائدات من السياحة أصبحت في بعض البلدان مصدرا هاما و رئيسيا و موردا هاما للدخل دفعت معظم دول العالم إلى التنافس للحصول على نصيبها من العائدات السياحية.

1. **السياحة مصدر للقطع الأجنبي:**

تحتاج الدول النامية للقطع الأجنبي لاستيراد المواد و السلع و المعدات و الأدوية.....إلخ إضافة إلى مستلزمات بناء و تشغيل السياحة,لهذا فهي تستهدف الأسواق المصدرة للسياح و هي الدول الصناعية المتقدمة أو السياح الذين يحملون العملة الأجنبية للإنفاق,و تهتم بالسياحة لأنها مصدر من مصادر العملات الأجنبية.

أما الدول المتطورة صناعيا فهي تنظر إلى السياحة من جانب آخر طالما أن لديها القطع الأجنبي.و هي بحاجة للتصدير و تصريف منتجاتها و لذلك فهي تستهدف السياحة لأغراض أكثر و مختلفة تماما عن أغراض الدول النامية,إنها تتطلع إلى سياحة:

* كسوق تشغيل عمالها
* و سوق تصدير منتجاتها
* و كقطاع محرض لباقي قطاعات الاقتصاد لديها

و يمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة:

1. مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة
2. المدفوعات السيادية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلد
3. الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية
4. الايرادات الأخرى للفنادق من السائحين
5. **تحسين ميزان المدفوعات:**

ميزان المدفوعات العامة في الدولة يتضمن في طرفه الأول الدائن قيمة ما يقبضه البلد و في طرفه الثاني المدين قيمة ما يدفعه في مجالات تعامله مع العالم خلال فترة زمنية (سنة على الأغلب)و الفرق بينهما هو الرصيد و يضم أربعة موازين هي:

-الميزان التجاري:قيم الصادرات و المستوردات المنظورة.

-ميزان الفوائد و الأرباح:يتضمن القروض التي يستدينها أو القروض التي يقدمها للدول الأخرى.

-ميزان الاستثمار:و يتضمن الاستثمارات الأجنبية لديه و استثماراته في الخارج و عوائدها.

-ميزان الخدمات:و تشمل التجارة غير المنظورة أي النقل و السياحة و التأمين.

و يهمنا أن نعرف أن ميزان السياحة هو من ضمن ميزان الخدمات الذي هو حساب في ميزان المدفوعات و يتضمن طرفين هما:

الطرف الدائن: و يمثل مجموع ما يحصل عليه البلد من السياحة و السفر للوافدين و للمواطنين المقيمين في الخارج.

الطرف المدين:و يمثل ما يدفعه البلد للسياحة الخارجية أي لمواطنيه الذين يسافرون للسياحة في الخارج.

و تأتي أهمية هذا الميزان لثلاثة أغراض:

الأول:بيان مقدار الفائض المتاح من السياحة من الدخل و من القطع الأجنبي.

الثاني:بيان ريعية السياحة كمستند للتخطيط السياحي للعرض و الطلب.

الثالث:وضع السياسة السياحية و تبسيط إجراءاتها سواء كانت للأجانب أو المواطنين.

و مما سبق يمكن للسياحة أن تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة,و يتحقق هذا نتيجة لتدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في مشروعات سياحية,و الايرادات السيادية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين,و خلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية و المنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة و القطاعات الأخرى.

1. **أثر السياحة على العمالة:**

مع انتشار المكننة في الزراعة و التكنولوجيا في مختلف ميادين الإنتاج انتشرت أعداد كبيرة من العاطلين عن العمل الأمر الذي دفع الكثير من الدول و المجتمعات إلى البحث عن مجالات جديدة لتوظيفهم في غير القطاعات الاقتصادية التقليدية فكانت السياحة مجالا واسعا لامتصاص العاطلين عن العمل.

و السياحة تؤمن فرص العمل بشكل مباشر و غير مباشر فالمؤسسات التي تقدم استخدام مباشر هي الجهات التي يتعامل عناصرها مع السياح و يقدمون لهم الخدمات مثل:الفنادق,المطاعم,شركات النقل ,مؤسسات التسويق,الأدلاء.

أما الاستخدام غير المباشر في مجال السياحة فهي عبارة عن فرص العمل في الأنشطة المكملة للسياحة حيث تزداد فرص العمل في هذه الأنشطة كلما ازدهرت السياحة باتجاه هذا البلد.

و هكذا فإن الاستخدام المباشر و غير المباشر يشكل جزءا كبيرا من مجموع فرص العمل في الاقتصاد,و إضافة إلى ما يحرضه قطاع السياحة من عوامل تؤثر على زيادة الإنتاج و من ثم زيادة فرص العمل في القطاعات الأخرى كالزراعة و الصناعة و التجارة و النقل و البناء......إلخ.

**التخطيط السياحي:**

**مفهوم التخطيط السياحي:**

 لم يتبلور مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح ومحدد إلا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تطورت حركة السفر الدولية بشكل سريع وكثيف، وتزايدت أعداد السياح إلى جانب تنوع أشكال السياحة والاستجمام، وتعددت المناطق السياحية واختلفت وظائفها وخصائصها، وقد أدى كل هذا إلى زيادة الاهتمام بالسياحة والأنشطة السياحية، وظهرت الحاجة لضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من آثارها السلبية على المجتمع والبيئة، وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي، خصوصاً بعد أن أصبح ينظر إلى السياحة على أنها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم. والتخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه.

**تعريف التخطيط السياحي:**

يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة. ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية.

 وينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد. لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي ـ بين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات ( السياح )، والمجتمع المضيف للسياحة ـ بدءا من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاء بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج الخطة السياحة.

**يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدّة عوامل تشمل ما يلي:**

1. أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
2. وأن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
3. وأن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية.
4. وعلى أن تكون هذه الصناعة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.
5. قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي.
6. وعلى أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية.

**7.**التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

**أهمية التخطيط السياحي وأهدافه:**

يلعب التخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهجا علميا لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها، مما يسهل عملها ويوفر كثيراً من الجهد الضائع.

التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها، ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة، مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط.

لهذا فإن التخطيط السياحي يتأثر بالتقلبات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة.

**ومن أهم المزايا والفوائد التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط** **السياحي على كل المستويات نذكر ما يلي**:

* 1. يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.
	2. يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.
	3. يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.
	4. يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبيها.
	5. يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة.
	6. يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحيا.
	7. يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.
	8. يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.

 وقد أثبتت التجارب في العديد من دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناضج الذي يسعى **لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:**

1. تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها.
2. ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية.
3. تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضرورياً.
4. مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن.
5. الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها.
6. صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية.
7. تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية.
8. المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
9. توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية.

**10.**تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

**خصائص التخطيط السياحي الجيد:**

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي Tourist Product وكذلك على عمليات الترويج والتسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئة ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة، والتخطيط السياحي الجيد لا بد أن تتوفر فيه كذلك **عدة مواصفات أخرى أهمها:**

1. تخطيط مرن Flexible مستمر Continuous وتدريجي Incremental يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة.
2. تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية، السكانية، ... الخ.
3. تخطيط تكاملي، تعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل، حيث كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر.
4. تخطيط مجتمعي، بمعنى أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة.
5. تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنه.
6. تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ، أي أن لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.
7. تخطيط مرحلي منظم، يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة.
8. تخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.

**التنمية الساحية:**

**تعّرف التنمية السياحة** على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة.

 وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

 فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها. وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع.ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

**عناصر التنمية السياحية:**

و تتكون من عناصر عدة أهمها:

* عناصر الجذب السياحي Attraction وتشمل العناصر الطبيعيةNatural Features مثل : أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان man- made- objects ، كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
* النقل Transport بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
* أماكن النوم Accommodation سواء التجاري منها Commercial كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
* التسهيلات المساندة Supporting Facilities بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك ....
* خدمات البنية التحتية Infrastructure كالمياه والكهرباء والاتصالات ....

 ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

**أهداف التنمية السياحة:**

تهدف تنمية الصناعة السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية. وإن أول محور في عملية التنمية هو الإنسان الذي يعد أداتها الرئيسية. لهذا فإن الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج إليه لتبقى القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الإنسان على أكمل وجه.

 إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون بجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي بل وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو الأماكن المبنية خصوصاً للسياحة. والتقويم هنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارن مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية والقومية للسياحةعبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعهم.

 إن تنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون كافة العناصر والإمكانيات والجهود العاملة في الحقل السياحي. لأن السياحة قطاع اقتصادي يضم مرافق عديدة ونشاطات اقتصادية مختلفة. لذلك فإن أي تخطيط للتنمية السياحية يجب أن يهدف إلى وضع برامج من أجل استخدام الأماكن والمناطق والمواد سياحياً، ثم تطويرها لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب السائحين إليها سواء أكان مباشرة أو عبر الإعلان السياحي أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي.إن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها وهي على النحو التالي:

* تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.
* المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعية أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
* الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.
* إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيدرّ أرباحاًَ أم لا.
* دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة.
* ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط.
* تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين.
* دراسة السوق السياحي المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تفضيلا تهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان.
* توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات، بخاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحددة، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء.
* رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحة، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

 نخلص إلى القول مما تقدم إن التنمية السياحية يجب أن تهدف إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة في الموارد السياحية، إضافة إلى ترشيد وتعميق درجة الإنتاجية في قطاع السياحة، وبالتالي فهي تتطلب تنسيق السياسات المختلفة داخل البلد نظرا لارتباط السياحة مع مختلف تلك الأنشطة الأخرى مثل النقل والجمارك والتجارة والخدمات بصفة عامة.

وباختصار تحدد **أهداف التنمية السياحية** عادة في المراحل الأولى من عميلة التخطيط السياحي، في مجموعة من الأهداف كالتالي:

هنا يهمنا الأهداف الاقتصادية:

تحسين وضع ميزان المدفوعات.

- تحقيق التنمية الإقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية.

- توفير خدمات البنية التحتية.

- زيادة مستويات الدخل.

- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب.

- خلق فرص عمل جديدة.

**مراحل إعداد خطة التنمية السياحية:**

تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة والمترابطة كالتالي:

1. إعداد الدراسات الأولية.
2. تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار.

ج- جمع المعلومات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية.

د- تحليل البيانات (المسوحات): وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسوحات وتوليفها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والتفصيلية.

هـ - إعداد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه السياسات

 (البدائل) لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.

و- تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.

ر- تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.

تطور السياحة في سوريا:

لقد شهد القطاع السياحي في سوريا تطورات انعكست في شكل زيادة لعدد السياح و بالتالي زيادة للايرادات الاقتصادية من ذلك القطاع.و قد كان للتخطيط السياحي عبر الخطط الخمسية دور في ذلك.و يمكن التعبير عن الزيادة في الجدول التالي:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **العام** | **عدد القادمين العرب** | **عدد القادمين الأجانب** |  |  |  |
| 1982 | 571038 | 260598 |  |  |  |
| 1983 | 555211 | 280298 |  |  |  |
| 1984 | 559141 | 416889 |  |  |  |
| 1985 | 611921 | 373593 |  |  |  |
| 1986 | 754496 | 405175 |  |  |  |
| 1987 | 891170 | 326394 |  |  |  |
| 1988 | 888101 | 385848 |  |  |  |
| 1989 | 897034 | 466270 |  |  |  |
| 1990 | 974467 | 467974 |  |  |  |
| 1991 | 1132975 | 447186 |  |  |  |
| 1992 | 1237492 | 502392 |  |  |  |
| 1993 | 1412996 | 496920 |  |  |  |
| 1994 | 1448842 | 563455 |  |  |  |
| 1995 | 1634204 | 618583 |  |  |  |
| 1996 | 1817552 | 617829 |  |  |  |
| 1997 | 1772919 | 558709 |  |  |  |
| 1998 | 1870589 | 593135 |  |  |  |
| 1999 | 1993766 | 687768 |  |  |  |
| 2000 | 2262418 | 752340 |  |  |  |
| 2001 | 2496502 | 892589 |  |  |  |
| 2002 | 3164945 | 1107966 |  |  |  |
| 2008 | 4475777 | 1516337 |  |  |  |



|  |  |
| --- | --- |
| **سورية تتقدم تسع مراتب في تقرير التنافسية السياحية العالمي** |  |
| من المرتبة 96 إلى 5 في تنافسية الأسعار والأولى في محدودية تكاليف مكافحة الجريمة والعنفتقدمت سورية تسع مراتب في تقرير التنافسية السياحية الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2009, لتأتي في المرتبة الثالثة عالميا من بين الدول التي حققت تقدما في المراتب.وقالت الوزارة في بيان تلقت سيريانيوز نسخة منه إن سورية "حلت في المرتبة 85 بين 133 دولة وذلك حسب 14 معيارا تم أخذها بعين الاعتبار بعد أن كانت في المرتبة 94 عام 2008". وأشار إلى أن هذا التحسن يأتي في المرتبة الثالثة بعد الصين التي تقدمت 15 مرتبة والسعودية 11 مرتبة, وتساوت سورية مع تايوان في هذا التحسن بتسع مراتب، فيما تقدمت الإمارات 7 مراتب".وحسب تقرير التنافسية حسب كل معيار على حدة, تقدمت سورية 30 مرتبة في أولوية السياحة, وقفزت من المرتبة 96 إلى المرتبة الخامسة في تنافسية الأسعار في صناعة السياحة والسفر, كما احتلت سورية المرتبة الأولى في محدودية التكاليف الاقتصادية لمكافحة الجريمة والعنف والمرتبة الرابعة في تنافسية الأسعار والمرتبة 17 في تنافسية أسعار الفنادق.وتعمل سورية على استغلال ظروف الأزمة الاقتصادية العالمية لترويج نفسها كمقصد سياحي جيد ورخيص, حيث ناقشة الحكومة في جلستها الأخيرة مذكرة لوزارة السياحة حول إجراءات الحفاظ على الزيادة في أعداد السياح رغم الظروف الاقتصادية العالمية السيئة.يذكر أن سورية جاءت مؤخرا في المرتبة الخامسة من بين أفضل 10 مقاصد سياحية في العالم اختارها قراء مجلة Wanderlust travel، وهي من أهم المجلات السياحية في بريطانيا, كما جاءت دمشق في المركز السادس بين المدن السياحية فيما لم تضم القائمة الخاصة بأهم 10 دول أو مدن سياحية أي دولة أو مدينة أخرى من دول أو مدن الشرق الأوسط.وتشكل السياحة في سورية نحو 14% من الناتج المحلي الإجمالي في سورية, ووصل عدد السياح القادمين إلى سورية العام الماضي إلى 6 ملايين سائح عربي وأجنبي. |

**الخاتمة:**

**من الممكن القول أن تخطيط و تنمية القطاع السياحي صار ضرورة نظرا لما يحمله للاقتصاد من فوائد.و قد باتت أغلب الدول تسعى إلى ذلك و من بينها سوريا عبر الخطط الخمسية التي تضعها.**

 **المراجع**

* الحوري. د. مثنى طه، الدباغ. أ. اسماعيل محمد علي، 2001- مبادئ السفر والسياحة، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
* الادارة الحديثة للمؤسسات السياحية و الخدمية,عمان,1997.

الروبي، نبيل. *التخطيط السياحي*، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية،1987، 65 .

* محمد الشيراوي، عبد المنعم. *واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين*، بيروت، دار الكنوز الأدبية، 2002.

غنيم، محمد عثمان، *التخطيط السياحي والتنمية*، الأردن، 2004 ص 45-246.

كافي ، حسين. *رؤية عصرية للتنمية السياحية* ، النهضة المصرية ، القاهرة، 1987 ،37.

كافي، مصطفى يوسف، *صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية،* دار الفرات ـ نينار للنشر والتوزيع 2006، 106-107 .

عبد القادر، مصطفى – *دور الإعلان في التسويق السياحي*، الحواسب الجامعية للندوات ط1 ، بيروت، 2003، 197.

* 9.توفيق، ماهر عبد العزيز. *صناعة السياحة*، دار وهران عمان، 198.