

السياحة العربية وأهميتها في الطلب السياحي السوري (دراسة تحليلية للفترة 2000-2007)

الدكتور حبيب محمود *

شعبان شوباصي **

(تاريخ الإيداع 14 / 7 / 2009. قَبْلُ للنشر في 29 / 10 / 2009)

□ ملخص □

تعتبر السياحة مورداً اقتصادياً هاماً في سورية، وتمثل القاطرة الرئيسة في الاقتصاد الخدمي، مما رفع من أهمية دورها التنموي اقتصادياً واجتماعياً، وبلغت مساهمتها 14.4% من الناتج المحلي الإجمالي عام 2007، ونظراً لما تمتلكه سورية من مقومات سياحية هامة فهي قادرة على استقطاب ملايين السياح سنوياً، والسوق العربية تعتبر أحد أهم مصادر الطلب السياحي في سورية.

بناءً على ما تقدم جاء هذا البحث للتعريف بأهمية السياحة العربية في استقرار الحركة السياحية وتقديمها في سورية من خلال المؤشرات الإحصائية، وتضمن البحث مقارنة الطلب السياحي العربي مع باقي مصادر الطلب السياحي السوري، ودراسة تطور الطلب السياحي العربي في سورية وفقاً لمؤشرات عدد السياح، وعدد الليالي السياحية، وحجم الإنفاق السياحي العربي، كذلك يوضح البحث اختلاف خصائص الطلب السياحي العربي بين دولة عربية وأخرى، وبالتالي أهمية التمييز في عملية التسويق والترويج السياحي وفقاً للخصائص التي يتميز بها سياح كل دولة عربية، وكذلك معرفة الاستثمارات السياحية الأكثر طلباً للسياح العرب، والخدمات السياحية التي يفضلونها.

الكلمات المفتاحية: الطلب السياحي - الليالي السياحية - الإنفاق السياحي - الأزمة السياحية.

* أستاذ مساعد - قسم الاقتصاد - كلية الاقتصاد - جامعة دمشق - سورية.

** طالب دراسات عليا (دكتوراه) - قسم الاقتصاد - كلية الاقتصاد - جامعة دمشق - سورية.

The Arab Tourism and its Importance for The Syrian Tourism Demand (An Analytical Study of The Period Between 2000- 2007)

Dr. Habib Mahmoud*
Shabaan Shoubassi**

(Received 14 / 7 / 2009. Accepted 29 / 10 /2009)

□ ABSTRACT □

Tourism is considered an important economic resource in Syria, and it represents the main engine in the economy of services. This raises the importance of its economic and social development role; its contribution reached 14.4% of the GDP in 2007.

And since Syria possesses significant tourism potential, it is able to attract millions of tourists annually, and the Arab market is one of the most important resources of tourism demand in Syria.

Depending on that, the research introduces the importance of Arab tourism in the stability and advancement of tourism movement in Syria through statistic indicators, and it includes a comparison of Arab tourism demand with the rest of the Syrian tourism demand resources, and a study of the development of the Arab tourism demand in Syria, according to indicators of number of tourists and tourism nights, and the size of the Arab tourism expenditure.

It also shows differences of characteristics of Arab tourism demand among the Arab states, and thus the importance of distinction in the process of tourism marketing and promotion according to the characteristics that distinguish the tourists of every Arab state, and subsequently the importance of distinguishing the marketing and promotion processes according to the characteristics of tourists in each Arab states as well as knowing the most demanding tourist investments for the Arab tourists, and the tourism services which they prefer.

Keywords: Tourist demand, tourist nights, tourist expenditure, tourist crisis.

* Associate professor, Economy Department, Faculty of Economics, Damascus University, Syria.

** Post graduate student, Economy Department, Faculty of Economics, Damascus University, Syria.

مقدمة:

أصبحت صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم ولا تزال تتوسع وتتطور بصورة سريعة جداً، حتى صار يطلق على القرن الحادي والعشرين عصر السياحة بامتياز. ففي سورية حقق قطاع السياحة والسفر تطوراً ملحوظاً في العقد الأخير، فقد تطورت مساهمة اقتصاد السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي من 9% عام 2003 إلى 14.4% عام 2007، كما زادت مساهمة السياحة في العمالة الإجمالية في سورية من 9.1% عام 2003 إلى 15.1% عام 2007. والطلب السياحي العربي يعد أحد الأسواق السياحية المهمة في سورية، حيث وصل عدد السياح العرب (بدون العراقيين) 2.23/ مليون سائح في عام 2007 بمعدل تزايد وسطي 11% سنوياً للفترة (2000-2007). [10]

مشكلة البحث:

تتجلى مشكلة البحث في عدم ارتكاز الجهات المسؤولة عن القطاع السياحي إلى دراسات تحليل الطلب السياحي حين اتخاذها لقراراتها السياحية، وبالتالي عدم إعطاء كل سوق سياحية (عرب- أجنبي - مغتربون) الأهمية اللازمة وفقاً لوزنها النسبي على مستوى الطلب السياحي الكلي من جهة، ومن جهة أخرى إغفال تلك الجهات أن كل سوق من هذه الأسواق السياحية يضم في طياته عشرات الدول، حيث تختلف مؤشرات وخصائص الطلب السياحي من دولة لأخرى ضمن السوق السياحي الواحد، فالسوق السياحي للأجانب يشمل أكثر من مئة دولة منها الأوروبي والأمريكي والآسيوي، والسوق السياحية العربية تشمل ثلاث وعشرين دولة، وهذا يعني أهمية دراسة مؤشرات الطلب السياحي لكل سوق سياحية بمفردها، وفقاً لخصائص ومميزات كل دولة تضمها هذه السوق.

أهمية البحث وأهدافه:

تتمثل أهمية البحث في تسليط الضوء على الطلب السياحي العربي وفقاً لأهم مؤشرات وهي عدد السياح العرب، الليالي السياحية العربية، الإنفاق السياحي العربي، وبالتالي معرفة أهمية كل مؤشر من هذه المؤشرات ومقارنته بمؤشرات الطلب السياحي العام في سورية من جهة، ومن جهة أخرى يربط البحث المؤشرات المدروسة بعامل الزمان (التمثل بتغير الأشهر والفصول) والمكان (التمثل بجنسية السائح العربي أي التحليل وفقاً لكل دولة عربية). و تتمثل أهداف البحث في الإجابة على فرضيات البحث وصولاً لمعرفة ما هي الطبيعة المميزة للسياحة السورية، وهل الحركة السياحية العربية مستقرة في سورية أم أنها تتغير وفقاً للمواسم وطبيعة العلاقات السورية العربية؟ كما يتوخى البحث معرفة خصائص الطلب السياحي العربي واختلافها بين دولة عربية وأخرى، وأين تكمن الأهمية الاقتصادية والاجتماعية لسوق السياحة العربية في سورية؟

فرضيات البحث:

سيحاول البحث الإجابة على التساؤلات التالية:

1. هل تتميز السوق السياحية في سورية بالطابع العربي؟
2. هل يوجد علاقة بين جنسية السائح العربي وكل من زمن القدوم السياحي، شكل الإقامة (فنادق - شقق مفروشة..)، عدد ليالي الإقامة، الإنفاق في الليلة السياحية الواحدة؟

3. هل السياحة العربية في سورية تتصف بالموسمية ؟
4. هل حساسية الطلب السياحي العربي لتغير طبيعة العلاقات التي تربط البلدين المصدر والمستقبل للسياح؟

منهجية البحث:

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي في تحليل مؤشرات الطلب السياحي العربي ودراسة أبعادها الاقتصادية، وبنفس الوقت تم التركيز على منهج التحليل المقارن وذلك بمقارنة مؤشرات الطلب السياحي العربي بمؤشرات الطلب السياحي لأسواق سياحية أخرى مثل السوق السياحي الأجنبي (سياح من بلاد غير عربية)، والسوق السياحي للمغتربين السوريين.

المدخل النظري للدراسة:

أولاً: أهمية ودور السياحة في اقتصاد الخدمات السوري:

تمثل السياحة أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، وهي من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة إيرادات النقد الأجنبي. وتمتاز السياحة بتشابكاتها المتعددة مع مجمل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، فقد زادت النسبة المئوية لمساهمة اقتصاد السياحة في توفير القطع الأجنبي من 17.9% عام 2003 إلى 31.8% عام 2007، حيث بلغ إنفاق السياحة الدولية في سورية 3 مليار دولار في عام 2007 بينما بلغ إنفاق السياحة الداخلية 1.1 مليار دولار لنفس العام، وقد بلغت نسبة صادرات السياحة والسفر إلى إجمالي الصادرات السورية 14.1% لعام 2007، وقد ساهم اقتصاد السياحة والسفر السوري بتشغيل حوالي 980 ألف عامل في عام 2007 سواء بصناعة السياحة أو بالقطاعات الاقتصادية المرتبطة بها بشكل مباشر، وبالتالي يمكن اعتبار السياحة القاطرة الرئيسة في اقتصاد الخدمات السوري، ويستطيع هذا القطاع (في حال أحسن إدارته) أن يسد قسماً كبيراً من الفجوة التي يتركها تراجع الإيرادات النفطية في سورية. [10]

ثانياً: الطلب السياحي (مفهوم وخصائص):

- مفهوم الطلب السياحي:

يقصد بالطلب على سلعة أو خدمة: الكمية التي يرغب المشترون في الحصول عليها مقابل سعر معين، وفي سوق معينة ووقت معين، أي أنه بشكل عام يمثل الرغبة والقدرة على الشراء تحت ظروف معينة. فالطلب بمفهومه الاقتصادي يمثل (مجموع رغبات الأفراد وقدراتهم على شراء كمية مختلفة من السلع أو الخدمات عند الأسعار المختلفة، وفي فترة زمنية معينة، وإن رغبة المستهلك في اقتناء السلعة أو الخدمة لا تمثل طلباً ما لم يكن قادراً على دفع ثمنها، فالطلب الفعال هو الطلب المعزز بالمقدرة الشرائية). [12] وهذا الافتراض قد يصح إلى حد ما على بعض السلع، إلا أن المسألة في السياحة أكثر تعقيداً. فالعوامل المركبة والتي تؤثر أو تحكم السائح في السفر إلى منطقة ما هي مختلفة ومتباينة إلى الدرجة التي تجعل الطلب السياحي يبدو مختلفاً، فعناصر السياحة تتمثل في توفر أوقات الفراغ ودخل قابل للإنفاق (الدخل الزائد عن الحاجة أو ما يسمى بالدخل السياحي)، إضافة إلى مجموعة من العوامل الأخرى بعضها عقلائي وبعضها عاطفي. وبالتالي يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه " تعبير عن اتجاهات السائح لشراء منتج سياحي معين، أو زيارة منطقة أو دولة سياحية بذاتها، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والرغبات

والقدرات والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة". [11]

- أهمية تقدير حجم الطلب السياحي:

تحتل دراسة الطلب السياحي وتقدير حجمه أهمية كبيرة لدى خبراء السياحة والمختصين، لما يتحقق عنه من مزايا عديدة أهمها:

1. إمكانية تقدير حجم النشاط السياحي المتوقع في الدولة.
2. وضع خطة سليمة وملائمة للطاقة الإيوائية (الاستيعابية) تستطيع مواجهة الطلب السياحي المتوقع في المستقبل.
3. تنمية المرافق والخدمات السياحية في الدولة، وتطويرها بقدر الإمكان وبما يلائم حجم الطلب السياحي المتوقع بأنواعه وشرائحه المختلفة.
4. إمكانية تقدير الإيرادات السياحية المتوقعة.
5. وضع خطة واقعية لمستقبل الاستثمار السياحي في البلد، تبنى على التقديرات المختلفة لحجم الطلب السياحي.

- خصائص وسمات الطلب السياحي:

تتمثل خصائص وسمات الطلب السياحي في:

1. الحساسية Sensitivity: الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة (مثل الكوارث الطبيعية والمشكلات الاجتماعية والسياسية) فتلك الظروف تؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي لهذه الدول بشكل مفاجئ وملحوظ مهما كانت تتمتع بمقومات سياحية، وبذلك يظهر مدى الارتباط القوي بين أمن واستقرار المنطقة المستقبلية للسياحة، وبين زيادة حجم الطلب السياحي عليها.
2. المرونة Elasticity: والمرونة تعني قابلية الطلب السياحي للتغير، تبعاً للظروف والمؤثرات المختلفة السائدة في السوق السياحية الداخلية والخارجية، ومن العوامل المؤثرة في مرونة الطلب السياحي هو مستوى الأسعار، إذ كلما انخفض سعر الخدمات اتجه الطلب السياحي للارتفاع في علاقة عكسية، كما يتغير الطلب السياحي بتغير دخول السياح بعلاقة طردية.
3. التوسع Expansion: حيث يتجه الطلب السياحي للتوسع والزيادة سنوياً، بمعدل غير ثابت، وهذا نتيجة لجملة من العوامل أهمها التقدم العلمي والتكنولوجي، وارتفاع مستويات المعيشة، وتطور وسائل الاتصال والنقل، واهتمام كثير من الدول بمقوماتها الطبيعية والصناعية وخدماتها السياحية بشكل ملحوظ.
4. الموسمية Seasonally: حيث يرتفع الطلب السياحي في فترات معينة ترتبط بأعياد أو مواسم معينة، حيث يصل الطلب السياحي لذروته في فترات معينة، فالسياحة الموسمية هي مجموعة المتغيرات التي تحدث للطلب والعرض من السلع والخدمات السياحية، بسبب عوامل معينة تتكرر سنوياً. [1]

- أنواع الطلب السياحي:

1. الطلب السياحي العام: وهو الطلب على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بصرف النظر عن النوع أو الوقت أو المدة، وبالتالي هو يرتبط بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد أو ببرنامج سياحي خاص من برامجها. تتميز به الدول المتقدمة سياحياً حيث يوجد لديها خدمات سياحية متنوعة ومقومات سياحية مختلفة مثل الطلب السياحي لزيارة فرنسا أو إسبانيا أو أمريكا، تلك الدول التي تأخذ المراتب الثلاث الأولى في العالم.. [14]
2. الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، وبالتالي يعدّ الطلب على برنامج معين طلباً خاصاً بسائح ما أو مجموعة سياح وليس كل السياح، مثل زيارة كندا لمشاهدة شلالات نياغارا، أو السفر إلى مصر لمشاهدة الأهرامات..
3. الطلب السياحي المشتق: يرتبط هذا النوع من الطلب على الخدمات السياحية المكملّة أو المكونة للبرنامج السياحي، كالطلب على الفنادق، والطلب على شركات الطيران أو النقل السياحي أو الوكالات السياحية. مثل السفر إلى بريطانيا بهدف مشاهدة ساعة "بِك بن"، أو العبور إلى فرنسا عن طريق النفق البحري. حيث تسعى أغلب الدول لتحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب خاص ثم إلى طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية أكثر تنوعاً واختلافاً وبأسعار متنوعة أيضاً. [6]

ثالثاً: الطلب السياحي في سورية:

- تعريف بالطلب السياحي في سورية:

شهد الطلب السياحي في سورية تطوراً ملحوظاً منذ مطلع عام 2000 (حيث وصل عدد السياح/4.155 مليون سائح عام 2007 بمعدل تطور /15% سنوياً)، [5] نتيجة مجموعة من العوامل أهمها تحسن الحركة السياحية العالمية من جهة، وتحسن الوضع السياحي العام في سورية من حيث البنية التحتية والخدمات من جهة أخرى، وهذا يعتبر خطوة جيدة إذا ما قورن فقط بفترة التسعينات (حيث كان معدل تطور السياح/8.3% سنوياً)، أما مقارنة تطور الطلب السياحي في سورية مع دول أخرى، فهذا يضع سورية في عداد الدول دون الوسط، فحسب تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر الصادر عن المجلس العالمي للسياحة والسفر تأتي سورية في المرتبة/94 من أصل/130 دولة على مستوى العالم لعام 2007، بينما مصر بالمرتبة /66/، وتونس بالمرتبة /39/. وبالنسبة لباقي جوانب الطلب السياحي في سورية فقد وصل عدد الليالي السياحية /56.4/ مليون ليلة سياحية لعام 2007 كما وصل الإنفاق السياحي العام (العرب بدون العراقيين +أجانب+مغتربون) إلى /111.9/ مليار ل.س لنفس العام، وقد وصل كامل الطلب السياحي (الإيرادات+تدفق استثمارات حكومية وخاصة) ما مقداره /5.899/ مليار دولار أما مساهمة كامل اقتصاد السياحة في القطع الأجنبي فقد بلغت /31.8%، ونسبة العمالة السياحية بلغت /15.1% من مجمل العمالة في سورية.. [7]

- مكونات الطلب السياحي في سورية:

تتمتع السوق السياحية السورية باستقبالها للسياح من مختلف أنحاء العالم وينسب مختلفة ويمكن دمجم في ثلاث مجموعات رئيسية هم السياح العرب (2.23 مليون سائح - باستثناء السياح العراقيين-) الذين شكلتهم نسبتهم/54% لعام 2007، والسياح الأجانب(0.965 مليون سائح) وشكلتهم نسبتهم/23%، والسياح من السوريين المغتربين (0.96 مليون سائح) بنسبة /23% لنفس العام. [5] ولم يتم تشميل السياحة الداخلية (أو ما يسمى بالطلب السياحي المحلي) في هذا التقسيم لأغراض المقارنة الصحيحة بين عناصر الطلب السياحي الخارجي الآتفة الذكر، على اعتبار أن ريعها يشكل ضحاً نقدياً حقيقياً خارجياً داخل الاقتصاد السوري.

الطلب السياحي العربي في سورية:

يتعلق الطلب السياحي بالسائح من حيث (نمط سياحته . احتياجاته . تفكيره . مصدره . سلوكه . انطباعه)، ويحدد عدد السياح (الذين يطلبون سلعاً وخدمات سياحية في البلد) حجم الطلب السياحي، كما تحدد مصادرهم تركيب الطلب السياحي، ودوافعهم تحدد طبيعة الطلب السياحي. [3] وفي هذه الدراسة للطلب السياحي العربي وحتى يكون التحليل الاقتصادي لهذا الطلب أكثر دقة وموضوعية سوف نستنتج* السوق العراقية بدءاً من عام 2004 وحتى عام 2007 كما سوف نستنتج السوق اللبنانية في شهري تموز وآب لعام 2006، وذلك بسبب الظروف السياسية التي عاشها كلا البلدين في هذه الفترات (الحرب الأمريكية وتداخياتها في العراق، والحرب الإسرائيلية على لبنان)، وبالتالي سوف نعتبر القادمين من كلا البلدين في هاتين الفترتين عبارة عن لاجئين وليسوا سياح كونهم أقاموا لفترة تزيد عن عام (حسب تعريف منظمة السياحة العالمية للسائح)، وسيشار في متن هذا البحث للطلب السياحي من كلا البلدين في تلك الفترة بالرمز (ع.ل).

يُعدّ السوق العربي من أهم الأسواق السياحية الوافدة إلى سورية حيث شكل السياح العرب 54% من إجمالي عدد السياح القادمين إلى سورية لعام 2007 (كما وجدنا في الفقرة السابقة)، وقد أصبحت سورية مقصداً تقليدياً للسياحة العربية لا سيما بعد تحول الكثير من السياح العرب عن مقاصد تقليدية في أوروبا وأمريكا نتيجة الإجراءات الأمنية في المطارات والمعابر الحدودية في ظل تصاعد بعض المواقف الغربية المعادية للعرب والإسلام بعد أحداث 11/أيلول، والذي ساعد في ذلك التدفق السياحي العربي هو عدم حاجة العرب لتأشيرات دخول إلى سورية، يضاف إلى هذه العوامل التطور المسجل في جودة وتناسق عناصر المنتج السياحي السوري.. [2]

ومن أهم أسباب قدوم السياح العرب إلى سورية: [16]

- سياحة الاصطياف والترفيه والاسترخاء في المرتبة الأولى.
- سياحة التسوق.
- السياحة العلاجية والاستشفاء.
- سياحة الأعمال (مؤتمرات - معارض - ملتقيات).
- سياحة دينية (لا سيما السياح من البحرين والعراق الذين يقصدون مقام السيدة زينب بشكل كبير).
- زيارة الأصدقاء والأقارب.

النتائج والمناقشة:**مؤشرات الطلب السياحي العربي**

* تستخدم وزارة السياحة السورية آلية استثناء السوق العراقية واللبنانية (نتيجة ظروفهما الغير طبيعية) في تقاريرها الإحصائية منذ 2004.

إن دراسة الطلب السياحي لأي سوق تنطلق من دراسة ثلاثة معايير أساسية هي عدد السياح وعدد الليالي السياحية وحجم الإنفاق السياحي. [17] وسوف يتناول البحث هذه المؤشرات بالتفصيل وصولاً إلى الإجابة على فرضيات البحث.

أولاً: مؤشر عدد السياح:

يعبر هذا المؤشر عن عدد السياح الذين يزورون بلد ما خلال فترة عام ميلادي، وذلك لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 24 شهر. [6]

1. تطور عدد السياح العرب بدون (ع.ل)*:

وصل عدد السياح العرب (بدون العراقيين) /2.23/ مليون سائح في عام 2007 بمعدل تزايد وسطي 11% سنوياً للفترة (2007-2000)، (كما وجدنا بالفقرة السابقة) وهذا موضح في الشكل التالي:



الشكل (1) تطور عدد السياح العرب في ظل الأزمات السياسية (ألف سائح)

المصدر: المجموعة الإحصائية السورية لعام 2008، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق.

نلاحظ من الشكل السابق تطور عدد السياح العرب رغم الظروف السياسية التي عاشتها المنطقة، ولم يصبح معدل التطور في عدد السياح العرب سلبي رغم انخفاضه الشديد في العامين الأخيرين، وهذا يدل أن السياحة العربية تتأثر بالعوامل السياسية (لكن يبقى هذا التأثير منخفض مقارنة بالسياحة الأوروبية والغربية بشكل عام)، كما أن ارتفاع نسبة السياح العرب مقارنة بباقي الأسواق السياحية (54%) يسمح لنا باعتبار السياحة العربية العمود الفقري للطلب السياحي في سورية، وبالتالي يجب العمل على تقوية الطلب السياحي العربي بصورة خاصة بكل الوسائل التسويقية حتى نضمن استقرار القطاع السياحي في سورية في ظل مواجهة الأزمات السياسية التي تعيشها منطقة الشرق الأوسط... [4]

والجدول التالي يبين تطور عدد السياح العرب الذين زاروا سورية للفترة (2007-2000):

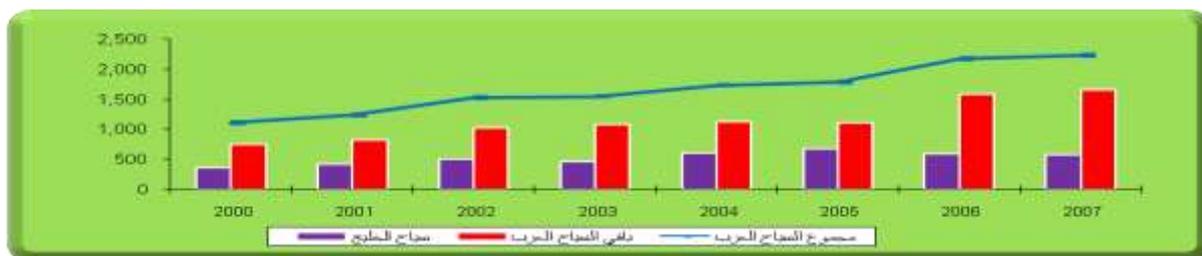
الجدول (1) تطور عدد السياح العرب بدون (ع.ل)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
-------	------	------	------	------	------	------	------	------

* (ع.ل) يقصد بها السياح من الجنسية العراقية بين عامي/2004 و 2007/ والسياح من الجنسية اللبنانية في شهري تموز وآب من عام 2006.

سياح الخليج	355,053	416,942	504,499	464,158	603,752	676,602	589,629	577,390
باقي السياح العرب	747,600	821,166	1,018,276	1,079,619	1,126,575	1,101,728	1,585,598	1,654,374
مجموع السياح العرب	1,102,653	1,238,108	1,522,774	1,543,776	1,730,327	1,778,330	2,175,227	2,231,764

المصدر: اعتماداً على المجموعات الإحصائية للأعوام (2006-2007-2008)، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق.



الشكل (2) تطور عدد السياح العرب بدون (ع.ل). (ألف سائح)

المصدر: استناداً إلى الجدول السابق(1).

الشكل السابق يظهر انتكاسة في تطور عدد السياح العرب عام 2005، وهذا مرده الأساسي إلى انخفاض عدد السياح الخليجيين ولاسيما السعوديون منهم بسبب أزمة اغتيال رئيس الوزراء اللبناني الأسبق (رفيق الحريري) في لبنان، وحرب تموز بين لبنان وإسرائيل في صيف 2006، وما رافقهما من فتور في العلاقات بين سورية والسعودية، والذي ساهم في تعزيز هذه الأزمة هي الحرب الإعلامية التي تعرضت لها سورية خلال نفس الفترة من الإعلام السعودي واللبناني وباقي وسائل الإعلام المؤيدة لهما.

لكن نرى أن السوق العربي بدأ يستعيد عافيته في عام 2007 حيث وصل عدد السياح العرب/2.231 مليون سائح (بدون حساب العراقيين)، وهذا دليل على تحسن القطاع السياحي في البلاد..

- يتميز السوق اللبناني (وقسم من السوق الأردني) بأنه من زوار اليوم الواحد فهو يأتي لقضاء يوم كامل في إحدى مناطق الاضطياف السورية أو للتسوق أو لزيارة الأصدقاء والأقرباء أو لزيارة بعض المواقع السياحية.[3]

- ومن خلال الإحصائيات السياحية نرى أن السوق الخليجي هو من أهم الأسواق العربية وذلك يعود إلى:

- تقارب العادات والتقاليد واللغة.

- المناخ المعتدل والمناسب.

- رخص المعيشة نسبياً مقارنة ببعض الدول الأخرى.

- المسافة القريبة والعلاقات الجيدة بين سورية و دول الخليج.

و ما يميز السوق الخليجي أيضاً عن غيره من الأسواق السياحية التي تستقطبها سورية : [15]

- قدمه بشكل عائلات وليس كمجموعات سياحية، لذلك تختلف وسائل إقامتهم فهم يلجأون بمعظمهم إلى نظام

الشفق المفروشة الجاهزة.

- معظم السياح الخليجيين يحرصون على قضاء كل فترة الصيف خارج بلادهم بسبب حرارة الجو العالية جداً

فيها.

- قسم من السياح الخليجيين يقصدون أكثر من بلد في جولاتهم السياحية.

2. ترتيب عدد السياح العرب حسب الجنسية:

يختلف عدد السياح الذين يزورون بلداً ما باختلاف جنسياتهم، وهذا يعود لأسباب عديدة منها اختلاف مستوى الدخل الفردي ومعدلات نموه في السوق السياحية المصدرة للسياح، وتكاليف السفر للبلد المعني، والنشاط التسويقي والترويجي الخارجي الذي يقوم به هذا البلد. [18] والشكل التالي يبين تفاوت عدد السياح العرب الذين زاروا سورية باختلاف جنسياتهم لعام 2007:



الشكل (3) توزع السياح العرب حسب الجنسية لعام 2007 . (ألف سائح)

المصدر: المجموعة الإحصائية السورية لعام 2008، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق.

يتضح من الشكل السابق أن السياح الأردنيين يشكلون 33% من السياح العرب الذين زاروا سورية في عام 2007، بينما يشكل السياح اللبنانيون 30%، في حين يشكل السياح السعوديون 16%، يليهم السياح الكويتيون بنسبة 5%، ويمكن تفسير هذا الارتفاع في عدد السياح الأردنيين واللبنانيين بأن قسماً كبيراً منهم يعتبرون من زوار اليوم الواحد نظراً للقرب الجغرافي مع سورية، والزائر ليوم واحد يأتي لقضاء يوم كامل في إحدى مناطق الاضطيااف السورية أو للتنسوق أو لزيارة الأصدقاء والأقرباء أو لزيارة بعض المواقع السياحية. لكن الجدوى الاقتصادية لسوق سياحية لبلد ما لا تقاس فقط بعدد السياح القادمين منه بل بحجم إنفاقهم السياحي، [17] وبالتالي سنجد في مبحث الإنفاق السياحي أن ترتيب هذه النسب سيختلف بشكل كبير.

3. توزع السياح العرب (بدون العراقيين) حسب الأشهر لعام 2007:

هل يختلف قدوم السياح العرب إلى سورية من شهر لآخر خلال العام الواحد؟



الشكل (4) توزع السياح العرب (دون العراقيين) حسب الأشهر لعام 2007 (ألف سائح)

المصدر: المجموعة الإحصائية السورية لعام 2008، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق.

يتضح من الشكل السابق أن السياحة العربية ترتفع بشكل كبير في شهري تموز وأب (26%)، حيث يهتم السياح العرب بقضاء عطلتهم الصيفية في سورية نظراً للجو المعتدل والعرض السياحي المتنوع والذي يشجع على

الاصطياف والاستجمام، كما نجد ارتفاعاً في عدد السياح العرب القادمين في شهري نيسان وتشرين أول، وهذا يعني وجود قسم من السياح العرب يفضلون الربيع أو الخريف (نيسان+تشرين أول=17%) لقضاء إجازاتهم السنوية في سورية، وبالتالي يمكن أن نصف السياحة العربية بالسياحة الموسمية، ويمكن اعتبار فصل الصيف هو الموسم المفضل لدى السياح العرب (حزيران+تموز+آب=33%)، وهذا يقود لضرورة وجود فعاليات سياحية تشكل نقاط جذب مميزة للسياح العرب خارج فصل الصيف، مما يخفف من موسمية السياحة العربية ويعمل على تنشيطها طيلة العام، ويمكن أن تكون هذه الفعاليات عبارة عن مهرجانات ومنتديات فنية متنوعة.

والسؤال إذا كان الطلب السياحي العربي يتسم بالموسمية بشكل عام، فهل تختلف هذه الموسمية من دولة عربية

لأخرى؟

الجدول التالي يجيب على التساؤل السابق، الذي يبين توزيع السياح العرب حسب جنسيتهم على مدار عام

2007:

الجدول (2) توزيع السياح العرب (بدون العراقيين) حسب الأشهر والجنسية لعام 2007: (سائح)

2007	كانون 2	شباط	آذار	نيسان	أيار	حزيران	تموز	آب	أيلول	تشرين 1	تشرين 2	كانون 1
الخليج	28647	34370	43751	28805	31217	54263	112719	126078	14521	38250	26417	38352
أردنية	56877	42334	53559	63422	55301	65117	86818	91920	55499	74316	57540	58874
اللبنانيون	50436	44565	63007	73972	48721	34407	52403	56850	58000	65426	52010	64354
عرب آخرون	14056	13321	17405	19809	18599	19147	25807	27264	17381	19665	17927	18262
المجموع	150017	134589	177723	186008	153839	172934	277747	302112	145402	197658	153895	179842

المصدر: موقع وزارة السياحة السورية www.syriatourism.org، التقرير الصحفي لعام 2007.

والشكل التالي يوضح ذلك:



الشكل (5) توزيع السياح العرب (بدون العراقيين) حسب الشهر والجنسية لعام 2007

المصدر: اعتماداً على الجدول السابق (2).

يتضح من الشكل السابق أن حجم القدوم السياحي العربي يختلف باختلاف جنسية السائح وشهر قدومه، حيث يلاحظ أن شهري تموز وآب هما أكثر الأشهر قدوماً للسياح الخليجين والأردنيين، حيث يغلب على السياح الخليجين سياحة الاصطياف بعيداً عن حر بلادهم، أما السياح اللبنانيين فيفضلون فصلي الربيع والخريف ويقصدون سورية

للاصطياف والتسوق، ويتضح من الشكل السابق أن حجم القدوم السياحي اللبناني بلغ في شهري نيسان وتشرين أول نسبة 21% من إجمالي القدوم اللبناني في العام 2007. والتحليل السابق يؤكد موسمية السياحة العربية في سورية.

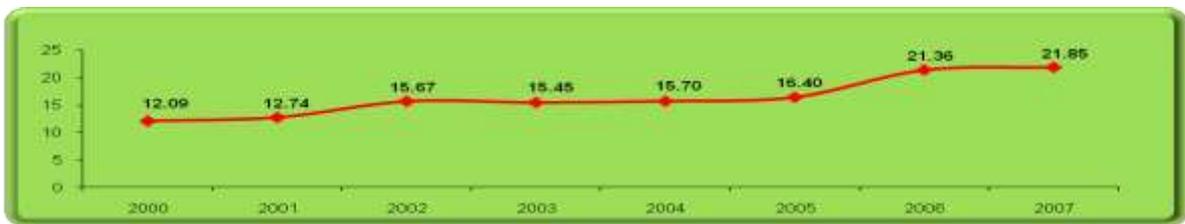
ثانياً: مؤشر الإقامة السياحية للسياح العرب:

1. تطور عدد الليالي السياحية العربية بدون (ع.ل):

يعبر مؤشر عدد الليالي السياحية عن مجموع ليالي المبيت التي يقضيها السياح خارج أوطانهم في أي وسيلة من وسائل الإقامة المخصصة للسائحين (فنادق، مأوى مأجور، أماكن إقامة أخرى). [8]

وصل عدد الليالي السياحية العربية (بدون العراقيين) /21.85/ مليون ليلة سياحية في عام 2007، وهي تشكل نسبة /38.75% من إجمالي عدد الليالي السياحية في سورية البالغ /56.4/ مليون ليلة سياحية لنفس العام. [10]

والشكل التالي يبين تطور عدد الليالي السياحية العربية (بدون ع.ل)، خلال الفترة من 2000 إلى 2007:



الشكل (6) تطور عدد الليالي السياحية العربية (بدون ع.ل). (مليون ليلة)

المصدر: دليل المستثمر 4، منشورات وزارة السياحة السورية، 2008.

يتضح من الشكل السابق الجمود الذي حصل في عدد الليالي السياحية بين عامي 2003 و 2005 بعد احتلال العراق والاضطرابات الأمنية التي عاشتها المنطقة والتي انعكست سلباً على حركة القدوم السياحي لسورية، حيث بدأ عدد الليالي السياحية العربية بالنمو مجدداً في عام 2006 إلا أنه أصيب بالفتور مجدداً في عام 2007، بسبب تداعيات حرب تموز في لبنان في صيف 2006 والتي تبعها توتر في العلاقات السياسية بين بعض الدول العربية وسورية، وهذا يدل على ارتباط الطلب السياحي العربي بالعلاقات السياسية بين البلاد العربية وسورية وهو ما يؤكد على حساسية الطلب السياحي العربي.

2. أشكال إقامة السياح العرب وتطورها زمنياً:

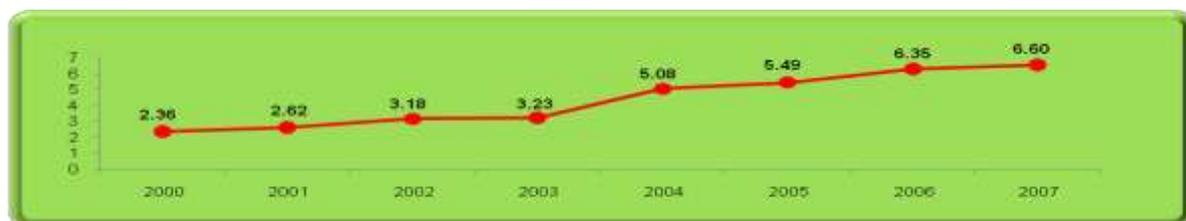
يعكس اختيار السائح لشكل الإقامة السياحية حالته الاقتصادية (معدل الدخل الفردي) من جهة، والهدف من زيارته ومكانها من جهة أخرى. [20]

والشكل التالي يعكس تفضيلات السائح العربي لشكل الإقامة في عام 2007:



الشكل (7) تفضيلات الإقامة للسياح العرب (بدون العراقيين) لعام 2007
المصدر: دليل المستثمر 4، منشورات وزارة السياحة السورية 2008.

يتضح من الشكل السابق أن 38% من السياح العرب يفضلون النزول في الشقق المأجورة، بينما 36% منهم ينزلون في الفنادق، والنسبة الباقية من السياح يقيمون في أشكال إقامة أخرى مثل النزول عند الأقارب والأصدقاء...، ويمكن تفسير هذا الاختلاف بالنسب كون السياحة العربية يغلب عليها الطابع العائلي لا سيما الخليجي منها، والشقق المستأجرة تؤمن راحة أكبر للعائلات مقارنة بالغرف الفندقية. وتفضيل السياح العرب للنزول في الشقق المستأجرة، وكون قسم كبير من هذه الشقق يعمل في السوق السوداء (بلا رقابة)، فهذا يدعو وزارة السياحة والجهات المسؤولة عن القطاع السياحي إلى تشجيع إقامة فنادق الشقق الفندقية (كما في مصر ولبنان..). أكثر من النمط التقليدي للفنادق ولا سيما أن القسم الأكبر من الطلب السياحي السوري هو سياحة عريية/54% (كما وجدنا في متن البحث). وعلى اعتبار الإقامة الفندقية هي أساس صناعة الفندقية التي تعتبر عصب الصناعة السياحية في أي بلد، [17] سيدرس البحث تطور عدد الليالي الفندقية للسياح العرب خلال الثماني سنوات السابقة، والتي تتضح في الشكل التالي:



الشكل (8) تطور الليالي الفندقية للسياح العرب. (مليون ليلة)

المصدر: موقع وزارة السياحة السورية www.syriatourism.org، التقرير الصحفي لعام 2007.

نلاحظ من الشكل السابق أن عدد الليالي الفندقية تطورت بمعدل وسطي 8% سنوياً بين عامي (2007-2000)، وقد شهدت تطوراً ملحوظاً في عام 2004 (بمعدل 57.2%) واستمر هذا التطور بنسب مختلفة بعد عام 2004، ويمكن تفسير هذا التطور بنزول عدد من اللاجئين العراقيين واللبنانيين في الفنادق السورية مما رفع من نسب الإشغال.

لكن يبقى السؤال هل يختلف شكل إقامة السائح العربي في سورية باختلاف جنسيته؟

الجدول التالي يبين توزيع الليالي السياحية العربية حسب شكل الإقامة والجنسية لعام 2007:

الجدول (3) توزيع ليالي الإقامة للسياح العرب (بدون العراقيين) حسب الجنسية وشكل الإقامة لعام 2007.

ليالي فندقية	ليالي مأوى	ليالي إقامة أخرى	
610,276	2,966,805	388,357	سعودية
95,592	1,318,114	356,878	كويتية
68,186	318,473	53,408	إماراتية
194,646	604,389	26,630	بحرانية
36,050	211,128	40,363	قطرية

20,769	75,599	5,525	عمانية
1,713,550	1,370,840	2,665,523	أردنية
103,264	80,279	513,234	مصرية
140,076	52,270	2,648	جزائرية
57,336	36,207	8,710	تونسية
45,489	28,760	17,575	مغربية
101,627	76,611	8,450	ليبية
83,814	99,466	13,527	سودانية
96,623	141,990	69,344	يمنية
67,036	483,058	263,494	فلسطينية
697,359	2,591,653	2,676,531	اللبنانيون
8,441	88,212	53,214	عرب آخرون

المصدر: دليل المستثمر 4، منشورات وزارة السياحة السورية لعام 2008 .

والشكل التالي يجسد الجدول السابق:



الشكل (9) توزيع لياالي الإقامة للسياح العرب (بدون العراقيين) حسب الجنسية وشكل الإقامة لعام 2007. (ألف ليلة)

المصدر: الجدول السابق (3).

- يتضح من الشكل السابق أنّ أغلبية السياح الخليجيين (75%) يفضلون الإقامة في شقق مستأجرة (مأوى مأجور)، و15% منهم يفضلون النزول في الفنادق، و10% منهم يفضلون أشكال إقامة أخرى، أما الأردنيون والمصريون فيفضلون النزول عند الأصدقاء والأقارب أو في الشاليهات ولا يفضلون النزول في الفنادق أو الشقق المستأجرة ولا سيما المصريين منهم، أما السياح القادمون من إقليم المغرب العربي فيفضلون النزول في الفنادق على أشكال الإقامة الأخرى. وبالتالي نجد اختلاف شكل الإقامة السياحية باختلاف جنسية السائح.

3. نزلاء الفنادق من السياح العرب بدون (ع.ل) حسب درجة الفندق لعام 2007:

يوجد عدة عوامل تحكم نزلاء الفنادق في اختيارهم لدرجة الفندق السياحية، ومن أبرز هذه العوامل هو الحالة الاقتصادية للسائح، ونوعية الفنادق المتوفرة في المنطقة السياحية المُرارة، وطبيعة النشاط السياحي الذي يهدفه السائح، فسياحة المؤتمرات (الأعمال) التي يغلب على رُودها رجال الأعمال وأساتذة الجامعات تختلف عن السياحة البيئية التي يتصف رُودها بحبهم للطبيعة وتفضيلهم للأماكن الأقل ترفاً. [20]

وكما ذكرنا في الفقرة السابقة فإن 15% من السياح العرب يفضلون النزول في الفنادق على أشكال الإقامة الأخرى، لكن هذه الفنادق تختلف في درجة تصنيفها، والشكل التالي يبين توزيع نزلاء الفنادق من السياح العرب حسب درجة الفندق:



الشكل (10) نزلاء الفنادق من السياح العرب (بدون العراقيين) حسب درجة الفندق لعام 2007. (ألف نزيل)
المصدر: دليل المستثمر 4، منشورات وزارة السياحة السورية لعام 2008 .

يتضح من الشكل السابق أن 28% من النزلاء العرب للفنادق يفضلون الفنادق من الدرجة الثالثة أي ذات النجمة الواحدة، فيما تستحوذ الفنادق الدولية (خمس نجوم) على 24% من النزلاء العرب، أما الفنادق الممتازة ذات الأربعة نجوم فتستقطب 21% من النزلاء العرب.

4. فترة إقامة السائح العربي في سورية (زمن الرحلة السياحية):

يرتبط زمن الرحلة السياحية للسائح في منطقة ما بعوامل عدة أهمها مدى رضا السائح عن المنتج السياحي في المنطقة من حيث الجودة والخدمات السياحية، الحالة الاقتصادية للسائح، هدفه من الزيارة (سياحة دينية- سياحة تسوق- سياحة أعمال..). [20]

والشكل التالي يبين زمن الرحلة السياحية للسياح العرب الذين زاروا سورية خلال عام 2007، حيث تم حساب زمن الرحلة السياحية للسائح العربي من جنسية ما بقسمة عدد الليالي السياحية (الخاص بتلك الجنسية) على عدد السياح القادمين منها:



الشكل (11) زمن الرحلة السياحية للسائح العربي في سورية حسب جنسيته لعام 2007 . (يوم)
المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على المجموعة الإحصائية الصادرة عن المكتب المركزي للإحصاء لعام 2008، دمشق .

يتبين من الشكل السابق أن السائح المصري هو أكثر السياح العرب إقامة في سورية (20 يوماً)، كما أن السائح الخليجي تتجاوز مدة إقامته العشرة أيام بشكل عام، حيث إن الكويتيين والقطريين هم أكثر الخليجين إقامة في سورية بغرض السياحة وتتجاوز مدة إقامتهم 16 يوماً وكذلك الأمر بالنسبة للسياح اليمنيين، أما السياح من إقليم المغرب العربي فهم الأقل إقامة سياحية في سورية وأغلبهم يقيمون لمدة أسبوع فقط. ومعرفة مدة إقامة كل سائح عربي تفيد في تقييم أهمية إنفاقه السياحي في ظل معرفة إنفاقه بالليلة السياحية الواحدة، وهذا ما سيبينه البحث في مبحث الإنفاق السياحي.

إن اختلاف مدة الجولة السياحية باختلاف جنسية السائح يؤكد ضرورة دراسة عملية الترويج السياحي لسورية في الدول العربية كل على حدة، وعدم تطبيق نفس أسلوب الترويج لكل الدول العربية (حيث يقتصر الترويج حالياً على المشاركة ببعض المعارض السياحية العربية) بل يجب معرفة ماذا يفضل كل سائح عربي حسب جنسيته، فمثلاً يجب

معرفة لماذا جولة السائح المصري في سورية تعادل مثلي جولة السائح الليبي أو السائح العماني؟ وبناءً عليه يتم اختيار أسلوب التسويق والترويج الأفضل. وهنا يمكن تفسير الجولة السياحية الطويلة للسائح المصري بأن السياح المصريين لا يفضلون الذهاب لأكثر من بلد في عطلتهم السياحية بعكس السياح الخليجيين أو الليبيين مثلاً، فزيارة أكثر من دولة في الجولة السياحية مرتبط بشكل كبير بمستوى دخل السائح والذي ينعكس في حجم إنفاقه السياحي، وليس بالضرورة أن يزيد حجم الإنفاق السياحي بزيادة فترة الإقامة كما سنرى في مبحث الإنفاق السياحي، كل هذا يشكل دافعاً أمام الجهات المسؤولة عن تطوير القطاع السياحي إلى السعي الدائم لإتباع السياسات المثلى في تحسين كل من جودة المنتج السياحي وأداء الخدمات السياحية.[9]

ثالثاً: مؤشر الإنفاق السياحي العربي:

يقصد بالإنفاق السياحي هنا كمية النقود التي ينفقها مجموع السياح الذين يزورون البلد خلال فترة عام ميلادي، ويشكل الإنفاق السياحي جزءاً مهماً في القيمة المضافة التي يحققها قطاع السياحة والسفر، ويعتبر مؤشر الإنفاق السياحي هو أهم مؤشر اقتصادي مباشر يُقاس من خلاله رعية القطاع السياحي، والسلطات السياحية تسعى دوماً لتحقيق أكبر إنفاق سياحي ممكن من خلال إتباعها لأساليب تحفز السائح للبقاء أكثر في البلد وإطالة رحلته السياحية (والعودة مرة أخرى للبلد)، ولعل المحفز الأكبر هو البرامج السياحية المتنوعة التي تحرص على تقديم منتجات سياحية جديدة جذابة، إضافة إلى ابتكار طرق جديدة في تقديم المنتجات السياحية التقليدية وفي مقدمتها الآثار والمدن التاريخية..[6] والشكل التالي يظهر تطور الإنفاق السياحي في سورية، حسب الأسواق السياحية الرئيسية:



الشكل (12) تطور الإنفاق السياحي في سورية (بدون ع.ل) حسب الأسواق السياحية الرئيسية. (مليار ل.س.)
المصدر: اعتماداً على المجموعات الإحصائية للأعوام 2006/2007/2008، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق.

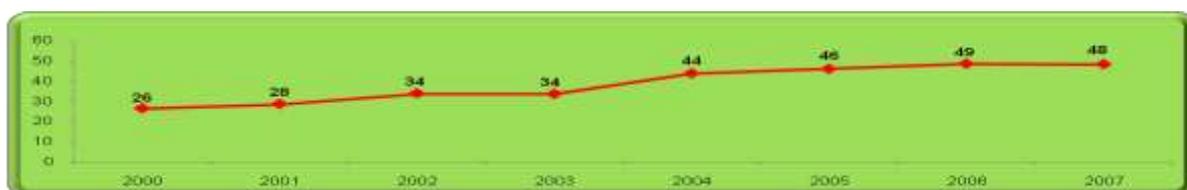
يتضح من الشكل السابق أن الإنفاق السياحي وصل إلى 111.968/مليار ل.س عام 2007، وفي عام 2004 زاد الإنفاق السياحي بمعدل 44% عن عام 2003، نتيجة لعوامل سياسية (في مقدمتها غزو العراق) والتي حولت وجهة الكثير من السياح الأجانب والعرب إلى سورية بدلاً من العراق، وعوامل ذاتية منها تحسن واقع العرض السياحي وتشجيع عودة المغتربين للبلد أو زيارتهم له (بعد غياب طويل) ولعل إمكانية دفع البديل النقدي لخدمة العلم كان أحد أهم الأسباب في الطفرة التي حصلت في العدد الكبير للمغتربين الذين زاروا سورية في عام 2004، كل هذا ساهم في زيادة الإنفاق السياحي في ذلك العام، لكن تأثر القوم السياحي سلباً بالتوترات السياسية والعسكرية بدءاً من عام 2005 وفي مقدمتها اغتيال الحريري وحرب تموز في لبنان، كل هذا انعكس مباشرة في حجم الإنفاق السياحي الذي أصيب بالفتور وانخفاض معدل التزايد حتى عام 2007، كما يتبين من الشكل السابق أن نسب الإنفاق السياحي في سورية كانت موزعة في عام 2007 كالتالي: 44% إنفاق سياحي عربي، 38% إنفاق السياح المغتربين، 18% إنفاق السياح

الأجانب.

ونظراً لأهمية الطلب السياحي العربي في إجمالي الطلب السياحي السوري، سيدرس البحث أهم ملامح الإنفاق السياحي العربي :

1. تطور الإنفاق السياحي العربي:

- يشكل الإنفاق السياحي العربي القسم الأكبر من حجم الإنفاق السياحي في سورية بمقدار 44% (حسب الشكل السابق/12/ في عام 2007)، والشكل التالي يبين تطور إنفاق السائح العربي خلال السنوات الثمان الماضية:



الشكل (13) تطور الإنفاق السياحي العربي (بدون ع.ل) في سورية. (مليار ل.س.)
المصدر: موقع وزارة السياحة السورية www.syriatourism.org، الإحصائيات السياحية.

يتضح من الشكل السابق أن معدل نمو الإنفاق السياحي العربي الوسطي 9% سنوياً، حيث وصل حوالي 48.3/ مليار ل.س عام 2007 متراجعاً حوالي 217/ مليون ل.س عن عام 2006، والسبب الرئيس لذلك هو التراجع الحاصل بأعداد السياح السعوديين، والذي تبعه تراجع بحجم إنفاق السياح السعوديين حوالي 2.3/ مليار ل.س بسبب تأزم العلاقات بين البلدين في تلك الفترة، وهذا التراجع في حجم الإنفاق السياحي السعودي لم تغطيه حجم الزيادات في كثير من الإنفاقات السياحية لدول عربية أخرى، وهذا يعكس مدى ثقل السوق السياحي السعودي في الطلب السياحي في سورية.

لكن هل يختلف الإنفاق السياحي العربي تبعاً لجنسية السائح؟

يبين الشكل التالي الإنفاق السياحي العربي (بدون العراقيين) حسب الجنسية لعام 2007:



الشكل(14) نسب توزع الإنفاق السياحي العربي (بدون العراقيين) حسب الجنسية لعام 2007. (مليار ل.س.)
المصدر: المجموعة الإحصائية السورية لعام 2008، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق.

يتضح من الشكل السابق أن إنفاق السياح من ثلاث دول عربية (السعودية 30%- الأردن 27%- لبنان 16%) يُشكل ما نسبته (73%) من إنفاق السياح العرب في عام 2007، وعلى الرغم من انخفاض الطلب السياحي

السعودي في عام 2007 (كما وجدنا في الفقرة السابقة) فقد ظل يشكل النسبة العظمى من إجمالي الإنفاق السياحي العربي، وحتى النسبة الأكبر من إجمالي الإنفاق السياحي العام في سورية (بنسبة 21%). [10]. يؤكد التحليل السابق ضرورة أن تعمل وزارة السياحة السورية والجهات الأخرى المسؤولة عن القطاع السياحي على تركيز جهودها التسويقية والترويجية على الجنسيات ذات الإنفاق السياحي المرتفع، لا سيما الجنسيات ذات الإنفاق السياحي الأكبر في الليلة السياحية الواحدة.

2. إنفاق السياح العرب في الليلة السياحية الواحدة:

يعتبر مؤشر إنفاق السائح في الليلة السياحية الواحدة أهم مؤشرات قياس أهمية الإنفاق السياحي لسوق سياحي لبلد ما، [20] ورغم أننا وجدنا سابقاً (الفقرة الأولى في مبحث الإنفاق السياحي) أن السياح العرب يملكون النسبة الأكبر من إجمالي الإنفاق السياحي لعام 2007، أما السياح الأجانب فقد أتوا في المرتبة الأخيرة، إلا أن هذا الترتيب سيختلف إذا كان المؤشر المدروس هو إنفاق السائح في الليلة الواحدة كما يتضح في الشكل التالي:



الشكل (15) الإنفاق السياحي في سورية (بدون العراقيين) في الليلة السياحية الواحدة حسب السوق لعام 2007. (ألف ل.س.)
المصدر: اعتماداً على المكتب المركزي للإحصاء، المجموعة الإحصائية لعام 2008.

حسب الشكل السابق يأتي السائح الأجنبي أولاً من حيث الإنفاق في الليلة السياحية الواحدة لعام 2007 بمبلغ 2.859/ ألف ل.س في الليلة السياحية الواحدة في عام 2007، أما السائح العربي فيأتي في المرتبة الثانية (بلغ إنفاق السائح العربي في ليلته السياحية الواحدة 2.210/ ألف ل.س عام 2007)، أما المغتربون فيأتون في المرتبة الأخيرة وفق هذا المؤشر. وهذا الواقع يمكن تفسيره بكون السائح الأجنبي يُفضل الإقامة في الفنادق على أشكال الإقامة الأخرى، بينما يفضل السائح العربي الإقامة في الشقق المفروشة، وتكلفة النزول في الفنادق غالباً أكبر من باقي أشكال الإقامة الأخرى سيما إذا كانت الفنادق من الدرجة الدولية والممتازة، [19] أما أغلب المغتربون في سورية فينزلون في بيوتهم أو لدى أقاربهم أو أصدقائهم وبالتالي ليس لديهم تكاليف إقامة تُذكر..

والسؤال هل يختلف إنفاق السائح العربي في الليلة السياحية الواحدة تبعاً لجنسيته؟

يبين الشكل التالي إنفاق السائح العربي (بدون العراقيين) تبعاً لجنسيته لعام 2007:



الشكل (16) إنفاق السائح العربي (بدون العراقيين) حسب الجنسية بالليلية السياحية الواحدة في عام 2007. (ألف ل.س)
المصدر: من إعداد الباحث.

بقسمة الإنفاق السياحي على الليالي السياحية ينتج لدينا إنفاق السائح في الليلة الواحدة، وحسب الشكل السابق يتبين أن وسطي إنفاق السائح العربي بالليلية السياحية الواحدة بلغ عام 2007 حوالي /2210/ ل.س (بدون احتساب العراقيين)، وقسمة عدد الليالي السياحية على عدد السياح ينتج لدينا زمن إقامة كل سائح، وقد كان الزمن الوسطي لجولة السائح العربي في سورية (9.8) ليلة سياحية عام 2007. ويتضح من الشكل السابق اختلاف الإنفاق السياحي العربي بالليلية السياحية الواحدة باختلاف جنسية السائح، حيث نجد أن الأسواق السياحية لدول المغرب العربي ذات أهمية مميزة من حيث إنفاق السائح في الليلة الواحدة، فالجزائر تحتل المرتبة الأولى من حيث إنفاق السائح العربي في الليلة السياحية الواحدة بمبلغ /3848/ ل.س، تليها الجنسية الليبية حيث بلغ إنفاق السائح الليبي في الليلة الواحدة /3735/ ل.س، بينما احتل السائح السعودي المركز الثالث من حيث إنفاقه بالليلية السياحية الواحدة بمبلغ /3686/ ل.س، وقد وجدنا بالفقرة السابقة أن الإنفاق السياحي السعودي خلال إجمالي الموسم السياحي يشكل النسبة الأكبر مقارنة بباقي الدول العربية والأجنبية، وهذا يقود لنتيجة أن كلاً من مدة بقاء السائح في البلد وحجم إنفاقه في الليلة الواحدة يشكلان عاملين مهمين في تقييم مدى أهمية الطلب السياحي لسوق سياحية معينة، حيث تصبح أهمية الإنفاق في الليلة الواحدة صغيرة إذا كانت مدة الإقامة محدودة، وكلما زادت مدة إقامة السائح تصبح الفرص أكبر أمام الشركات السياحية لابتكار أساليب تحريضية تدفع السائح لمزيد من الإنفاق.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

- تم التوصل من خلال البحث إلى بيان أهمية الطلب السياحي العربي في سوق السياحة السورية وفيما يلي أهم النتائج التي تجيب على الأسئلة التي تثيرها فرضيات البحث:
- يشكل الطلب السياحي العربي الجزء الأهم في سوق السياحة السورية حيث يشكل السياح العرب 54% من إجمالي السياح القادمين لسورية عام 2007، وتساهم السياحة العربية بـ 44% من الإنفاق السياحي في سورية لنفس العام.
- يختلف زمن القدوم السياحي للسائح العربي باختلاف جنسيته، ويتباين عدد السياح العرب من شهر لآخر خلال العام الواحد، مما يبين موسمية السياحة العربية.
- يختلف شكل إقامة السائح العربي من جنسية لأخرى، فالبعض يفضل الإقامة في الشقق المأجورة، وقسم يفضل الإقامة بالفنادق (حتى اختيار الفندق يختلف حسب تصنيفه السياحي)، وآخرون يفضلون أشكال أخرى للإقامة

كالإقامة في المخيمات السياحية أو عند الأقارب والأصدقاء...، كما أن عدد ليالي الإقامة (مدة الرحلة السياحية) وإنفاق السائح العربي في الليلة السياحية الواحدة يختلف حسب جنسية السائح.

4. يتميز الطلب السياحي العربي بحساسيته للتغيرات التي تعترض العلاقات التي تربط البلدين المصدر والمستقبل للسياح، كما يتأثر ذلك الطلب أيضاً بالأزمات السياسية والعسكرية التي تصيب المنطقة والعالم.

التوصيات:

1. التأكيد على ضرورة قيام الجهات المسؤولة عن القطاع السياحي في سورية على تحليل الطلب السياحي ودراسة الأسواق السياحية لكل بلد بمفرده، وهذا يقود إلى أهمية تنويع النشاط التسويقي والجهود الترويجية حتى تتلائم مع كل بلد، والتخلي عن تنفيذ البرامج والحملات التسويقية ذاتها في كل البلاد.

2. العمل على التخفيف من ظاهرة موسمية الطلب السياحي العربي، بالعمل على تنفيذ أنشطة سياحية تمتد طوال فترة العام، لا سيما الاستفادة من السياحة الشتوية في بعض مناطق القطر لجذب عدد أكبر من السياح العرب شتاءً.

3. السعي لتنفيذ برامج سياحية متكاملة مع دول الجوار لا سيما تركيا وبالتالي يستطيع السائح العربي في برنامج سياحي واحد زيارة مناطق في سورية وتركيا، وهذا يجذب عدداً أكبر من السياح خصوصاً إذا كانت البرامج منافسة نوعاً وسعراً.

4. التشجيع وإعطاء التسهيلات لبناء فنادق الشقق (الفنادق العائلية) التي تختلف عن الفنادق التقليدية، فحسب الدراسة السابقة وجدنا أن معظم السياح العرب يفضلون النزول في شقق مفروشة والتي يعمل قسم كبير منها دون ترخيص، وهذا يضيّع على الدولة حقوقها من الضرائب على إيجارات السياح.

المراجع:

- 1- العدوان السكر، مروان، *الفندقة وإدارة واقتصاد*، المكتبة الوطنية، القاهرة، 1994، 77.
- 2- الخزان، محمد حسن، *صناعة السياحة في اليمن (دراسة تحليلية مقارنة مع سورية)*، رسالة دكتوراه، جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، 2007، 277.
- 3- الرفاعي، عبد الهادي، *دراسة إحصائية لواقع السياحة في سورية*، مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد 1، 2005، 18-20.
- 4- أحمد، أحمد أديب، *(تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية)*، أطروحة ماجستير، جامعة تشرين، كلية الاقتصاد، 2006، 173.
- 5- *المجموعة الإحصائية السورية للأعوام (2006/2007/2008)*، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق.
- 6- توفيق، ماهر عبد العزيز، *صناعة السياحة*، دار زهران للنشر، عمّان، 1997، 27-155-200.
- 7- *تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر في العالم*، المجلس الدولي للسياحة والسفر 2008،

- 8- حمدان، سهيل، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا للنشر، دمشق، 2001، 57 .
- 9- خربوطلي، صلاح الدين، السياحة المستدامة، دار الرضا، دمشق، 2004، 172.
- 10- دليل الاستثمار السياحي في سورية4، منشورات وزارة السياحة السورية، 2008، 69.
- 11- عبد السميع، صبري، أصول التسويق السياحي، جامعة حلوان، مصر، 1999، 186.
- 12- مهدي، أحمد آدم: ، الدليل لدراسات الجدوى الاقتصادية، الشركة العالمية للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، 112 .
- 13- موقع وزارة السياحة السورية (www.syriatourism.org)، تاريخ الدخول للموقع 2008/12/2.
- 14- موقع منظمة السياحة العالمية (www.unwto.org)، تاريخ الدخول للموقع 2008/12/5.
- 15- وزارة السياحة السورية، السوق السياحية الخليجية، دراسة تسويقية، 2008، 5.
- 16- وزارة السياحة السورية، سوق السياحة العربية، دراسة تسويقية، 2008، 7.
- 17- MINCIU, R. *Economia turismului*, Editura-III revazuta si adaugita, Editura Uranus, Bucuresti, 2005,101- 175- 197 .
- 18 - POPESCU, D. *Amenajarea turistica durabila*, Editura Matrix Rom, Bucuresti, 2003, 112.
- 19 – STANCIULESCU, G. *Managementul operatiunilor de turism*, Editura ALL Beck, Bucuresti, 2003, 273.
- 20 - TIGU, G. *Resurse si Destinatii Turistice pe plan mondial*, Editura Uranus, Bucuresti, 2003, 47- 49.