

استراتيجية وزارة السياحة

تعتبر السياحة في عالمنا اليوم صناعة لها بنى تحتية واستراتيجيات ومدخلات ومخرجات ومنتجات ومستهلكين وهي صناعة مستدامة غير ملوثة للبيئة وتوفر عدد كبير من فرص العمل وتحقق دخلاً كبيراً للدول من العملات الصعبة. كما تعتبر صادرات بامتياز ، وتقوم الدول بتنمية وتطوير السياحة لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة .

تحليل الوضع الراهن

نقاط القوة :

- ▶ عامل الأمن والاستقرار في سورية كان لسنوات طويلة من أهم نقاط القوة (هناك تهديد بأن ينتقل بعد الأحداث الأخيرة إلى تحدي)
- ▶ امتلاك سورية لمجموعة من المواقع الأثرية التي تعود لفترات تاريخية مختلفة (الفينيقيين، الآراميين، الرومان، الأتراك، الفرنسيين) وقسم من هذه المواقع مدرج على لائحة التراث العالمي .
- ▶ عدد المواقع الأثرية الكبير والمدرجة على لائحة التراث العالمي .
- ▶ الغنى والتنوع الجغرافي والطبيعي المواقع الأثرية (حوالي ١٠٠٠٠ موقع)
- ▶ تنظيم العديد من المعارض والمؤتمرات السياحية مثل مهرجان طريق الحرير وغيرها وأثرها الإيجابي على جذب المستثمرين
- ▶ امتلاك المدن السورية لعادات وتقاليد متنوعة فيما بينها مما يشكل قيمة مضافة للسياحة السورية.

نقاط الضعف

- ▶ ضعف البنى التحتية في المجال السياحي :
 - عدم كفاية وتنوع المنشآت السياحية وخصوصاً منشآت الإقامة .
 - ضعف مستوى المطارات والطرق إلى المواقع السياحية .
 - ضعف مستوى خدمات الاتصالات وغيرها .
- ▶ ضعف مستوى الإدارة للمواقع السياحية بالإضافة ، مما يشكل عاملاً مضاداً لجذب الاستثمارات السياحية .
- ▶ عدم كفاءة العاملين في المجال الإداري للسياحة فضلاً عن قلة عددهم .
- ▶ عدم كفاية وضعف جودة مراكز الاستعلامات السياحية .
- ▶ ضعف مستوى الترويج للمواقع السياحية من حيث الإعلان والترويج العالمي ، عدد المعارض والمؤتمرات الدولية التي تشارك بها سورية في العالم وعدم إقامة معارض ذات مستوى عالمي في سورية .
- ▶ تركيز سياسات الترويج والتسويق على أسواق أوروبا الغربية ، وهي سوق حساس للمواضيع السياسية ولأجندات غربية ضد سورية .
- ▶ عدم اتساع التدريب ليطال كامل العاملين في المجال السياحي .
- ▶ ضعف القطاع المصرفي بما يتعلق بسياسات الإقراض إضافة لعدم قدرة الصرافات الآلية على قبول أنواع بطاقات الاعتماد والائتمان المختلفة .

نقاط الضعف بالنسبة لوزارة السياحة:

- ▶ تشتت مباني الوزارة إلى عدد من الكتل المنفصلة (المبنى الرئيسي يتم ترميمه وسيكون جاهزا خلال ستة أشهر .
- ▶ ضعف الدراسات والبحوث المساندة والداعمة لعمليات استهداف الأسواق المستهدفة .
- ▶ ضعف الكوادر البشرية الموجودة وخصوصا عدم وجود مختصين في المجالات السياحية .
- ▶ ضعف عملية إدارة الاستثمار (أملاك الدولة) .

الفرص:

- ▶ إن الفرص في المجال السياحي ستكون مشروطة بـ :
 - تحسن الظروف السياسية والأمنية وتحسن صورة سورية العالمية.
 - تسهيل الاستثمار في المشاريع السياحية من خلال صيغة B.O.T التعاقدية (القانون رقم ٤٩٠ لعام ٢٠٠٩) .
 - أهم الفرص تأتي من :
 - سوق الاستثمار في سورية ، سوق ناشئة ومغرية للاستثمار .
 - مؤشر أسعار المستهلك ، يشير لمستوى أسعار مقبولة تجعل السوق السياحي جاذب للسياح .
 - التفرد والتميز بالمواقع التاريخية بالنسبة للسياحة الدينية .

التحديات

- ▶ الظروف السياسية والأمنية الحالية مؤثرة بشكل كبير على السياحة في سورية
- ▶ استمرار الحصار الاقتصادي لسورية قد يؤثر على استقرار الأسعار وعلى إمكانية تمويل المشاريع السياحية.
- ▶ التغيرات الاقتصادية على الصعيد الدولي وأثرها السلبي على جذب المستثمرين
- ▶ ميل الشعب السوري للمحافظة والانغلاق الاجتماعي بسبب هذا الميل .
- ▶ ضعف الموازنات المخصصة للترويج السياحي .
- ▶ ضعف الموازنات المخصصة لتأهيل وتدريب المواقع الأثرية والسياحية .

الرؤية:

تطوير السياحة في سورية والتي تملك فيها مزايا تنافسية هائلة بما يجعلها أحد الركائز الأساسية للاقتصاد الوطني ، وزيادة عدد السياح القادمين إلى سورية ، وتعزيز مساهمتها في تحقيق التنمية الشاملة والمتوازنة والمستدامة من خلال زيادة نسبتها في الناتج المحلي الإجمالي وما تؤمنه من فرص للعمل ، ورفع ترتيب سورية على لائحة المقاصد السياحية العالمية .

المهمة :

▶ استغلال كل المكونات السياحية في سورية المتمثلة في المواقع الأثرية و الطبيعية إضافة إلى المواقع الدينية بالنسبة لكل من الدين المسيحي والإسلامي ، و إغناء المنتجات السياحية من خلال التركيز على التنوع والابتكار واستخدام البحث العلمي وإضافة خلق منتجات جديدة والارتقاء بمعايير الجودة إلى المستوى العالمي للخدمات السياحية .

العمل يجب أن يتركز على خمسة محاور أساسية :

- ▶ خلق و تطوير المناطق والمنتجات السياحية المختلفة .
- ▶ تعزيز مشاركة الوزارة مع القطاع الخاص والأهلي لإقامة المنشآت السياحية ، وتشجيع المشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر .
- ▶ التركيز على مكون التعليم والتدريب السياحي ، بوصفه الركيزة الأساسية للارتقاء بجودة المنتج السياحي .
- ▶ تطوير طرق وسياسات ترويجية وتسويقية مبتكرة ومتجددة لكل أنواع السياحة في سورية .
- ▶ تشجيع الصناعات التقليدية والمساهمة في تطويرها مع الجهات المعنية الأخرى .

السياسات المتبعة لتحقيق رؤية الوزارة :

- ▶ تركيز الضوء على الأهمية التاريخية للمواقع الأثرية ، وربط هذه المواقع بالشخصيات التاريخية والقصص المشهورة .
- ▶ تطوير محيط المواقع الدينية المقدسة سواء عند المسيحيين أو المسلمين ، وتزويد هذه المواقع بالخدمات اللائقة والقيام بما تستحق هذه المواقع من الترويج والتسويق .
- ▶ تشجيع الاستثمار في المواقع الطبيعية المميزة مثل ، الشواطئ ومحيط البحيرات ، الجبال والغابات .
- ▶ الاهتمام بالتدريب والتعليم ورفع مستوى العاملين في القطاع السياحي من خلال التدريب المتميز بالمشاركة مع مدارس السياحة العالمية .
- ▶ القيام بكل ما من شأنه تشجيع المستثمرين لإقامة المنشآت السياحية المتنوعة من حيث التصنيف والمكونات وما تقدم من خدمات .

سياسات الوزارة

- ▶ التركيز على إدماج المجتمع المحلي في قطاع السياحة ، ليكون مستفيدا وفاعلا ومطورا لهذا القطاع .
- ▶ المساهمة في تطوير الصناعات اليدوية التراثية ، لجعلها مصدر دخل للعاملين فيها والحفاظ عليها من الاندثار .
- ▶ التعاون مع الجهات الأخرى لتعزيز البنى التحتية اللازمة وتقليل الفوارق بين المناطق بالنسبة لتوفر الطرقات والخدمات الأساسية (مياه ، كهرباء ، طرق ، صرف صحي ، شبكات الاتصالات والانترنت) .
- ▶ إجراء الدراسات اللازمة للمناطق المستهدفة بالتطوير حسب مدد زمنية .
- ▶ رفع مستوى التعليم والتدريب السياحي والفندقي من خلال :
 - التعاون مع بعض مدارس السياحة العالمية ،
 - تحديث المناهج وإجراء دورات تدريبية لرفع مستوى المدربين .
 - اتباع سياسة التدريب المستمر للمدربين والعاملين في القطاع السياحي .
- ▶ الاهتمام بالمشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر ، كوسيلة لتوفير فرص عمل من خلال السياحة وإدماج المجتمع المحلي بالسياحة .

سياسات الوزارة

- ▶ استهداف أسواق جديدة ، والاعتماد على تنوع الأسواق والسياح المستهدفين .
- ▶ أهم الأسواق الجديدة :
 - روسيا .
 - إيران
 - الهند
 - الصين .
 - البرازيل .
 - جنوب إفريقيا .
 - دول جنوب روسيا ، (دول الاتحاد السوفييتي سابقا) .
 - بالإضافة إلى الأسواق التقليدية .

أهم المعوقات التي تواجه السياحة في سورية

- ▶ أن يعاد النظر بدور هيئة التخطيط الإقليمي على أساس أن تقوم الهيئة بالمساهمة في تطوير مناطق جديدة يمكن استخدامها في بناء الضواحي السكنية والسياحية وأن تعرف مناطق الجذب السياحية الجديدة وأن تساعد على توفير المواقع الصالحة للتطوير السياحي دون أن تكون معيقة لتطوير المشاريع السياحية وأن تتمتع برؤية داعمة ومشجعة للتنمية وليس دورا معيقا لها .
- ▶ في كل دول العالم التخطيط تكون مهمته الرؤية المستقبلية للمناطق المختلفة في الوطن وخلق فرص التنمية ويقوم بكل ما شأنه تسهيل إقامة الأعمال والمصالح ، أما التخطيط الإقليمي في سورية فإنها ومن خلال الإجراءات التي تقوم بها تشكل معوقا أساسيا لإقامة مشاريع السياحة والسكن وغيرها .

مشكلة التشابك والتشتت في الاستثمارات السياحية

▶ إن التشتت الكبير للمستثمرين بين عدد كبير من الجهات للحصول على الترخيص وإمكانية إعاقاة الترخيص لدى أي موظف في الجهات صاحبة العلاقة أو البلديات ،. ومثال على ذلك إن أي ترخيص سياحي يحتاج المستثمر إلى موافقة الجهات التالية :

▶ البيئة ، هيئة التخطيط الإقليمي ، الكهرباء ، الري ، البلدية ، دوائر المحافظات ، لجنة القرار ١٩٨ في المحافظة المعنية ، وزارة الإسكان ، ومؤسسة مياه الشرب ، وزارة الزراعة ، وزارة السياحة ، وزارة الدفاع في الكثير من الأحيان ، وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل ، وجهات أخرى عديدة بحسب حالة كل مشروع .

المقترح

► هو أن تتولى وزارة السياحة دورا رئيسيا وملزما لكل الجهات
المختلفة التي تمنح الترخيص بشكل نتمكن من خلال هذه العملية
تشجيع المستثمرين على إقامة المزيد من المشاريع السياحية ،
والشرط الوحيد الذي يجب أن نشترطه على المستثمر هو مدة تنفيذ
مشروعه بشكل يمكننا من تلافي حالات المماطلة وكسب الوقت في
تنفيذ الكثير من المشاريع

مشكلة التمويل والاقتراض

► من المصارف وخصوصا بالنسبة لمشاريع الـBOT وهي الطريقة الأساسية لاستثمار كل المشاريع التي تقام على أراضي أو أملاك الدولة ، هذه المشكلة معيقة بشكل كبير ، حيث أنها لا تمكن المستثمرين من الانتهاء من تنفيذ مشاريعهم والبدء بالاستثمار ، وحتى الآن لم يتم الانتهاء من أي مشروع من مشاريع الـ BOT بسبب قصور التمويل ، حيث أن المستثمر لا يستطيع الحصول على قروض لتنفيذ مشروعه لأن أرض المشروع بموجب هذه الطريقة لا تصلح لأن تكون رهنا عقاريا لضمان أي قرض.

المقترح : هو إحداه صندوق ضمان قروض المشاريع السياحية

و يقوم هذا الصندوق بضمان القروض على مشاريع ال BOT وبشروط منها : أن يبدأ المستثمر بتمويل نسبة من المشروع بحدود ٢٠% على سبيل المثال وليس التحديد ، بعدها يبدأ المصرف و بضمانة الصندوق للقرض بفتح خط ائتماني لتمويل المشروع بنسبة ما يتم إنجازه من المشروع إضافة على نسبة الـ ٢٥% عند بدء التمويل ، في حال تعثر المستثمر عن إكمال المشروع سيؤول المشروع إلى ملكية الصندوق الذي هو ملكية للدولة وفي هذه الحالة سيتم الاحتفاظ بأرض المشروع كملكية عامة بالإضافة إلى ما تم بناؤه من المشروع ، إن إحداه مثل هذا الصندوق هو الحل الأنسب في الظروف التي لا يكون لدى الدولة رغبة في مشاركة المستثمر وإنشاء شركة تملك فيها الدولة ما يقابل سعر الأرض .

مشكلة تطوير المناطق السياحية :

▶ إن عملية تطوير المناطق السياحية لجهة تخطيط الأرض ووضع الدراسات الأولية ودراسات الجدوى وتزويدها بالبنى التحتية من (طرق ، صرف صحي ، كهرباء ، مياه ، اتصالات) وعمليات التطوير تحتاج لرصد اعتمادات كبيرة من الموازنة العامة .

مقترح لإحداث صندوق التنمية السياحية :

- ▶ مهمة هذا الصندوق هي تمويل عمليات تخطيط المناطق السياحية الجديدة ، وتأهيلها وتحضيرها ، ليتم طرحها للاستثمار بوضع أفضل يمكن أن يكون جاذبا للاستثمار .
- ▶ وتكون موارد الصندوق من نسبة من واردات وزارة السياحة من استثماراتها السياحية .

مقترح

- ▶ أن تقوم وزارة السياحة وعلى مسؤوليتها و للمنشآت والمشاريع الكبيرة أو الأربعة والخمس نجوم ، الطلب من دوائر الإدارة المحلية في المحافظات والبلديات تغيير الصفة العمرانية من سكنى ، زراعى إلى سياحى ، وأن يكون طلب وزارة السياحة ملزما ، حيث أن الواقع الحالى ينضوي على إعاقات وفساد كبير في عملية تغيير الصفة العمرانية وتحديد ضابطة البناء وخصوصا بما يتعلق بالارتفاعات .

مقترح لتوحيد المرجعية بالنسبة للمواقع السياحية:

► نقل المديرية العامة للآثار والمتحف إلى وزارة السياحة وذلك لتوحيد المرجعية بالنسبة للآثار والمتاحف في سورية حيث أنها ضائعة اليوم بين وزارتي السياحة والثقافة وهي في معظم دول العالم تتبع وزارة السياحة مثال (الأردن ، تركيا ، العديد من الدول الأخرى).

▶ إن إقبال المستثمرين المحليين على الاستثمار في سورية والذي عبروا عنه في ملتقى الاستثمار السابع الذي أقيم مؤخرا هو دليل على ثقة كل هؤلاء المستثمرين بأن سورية ستكون كما دائما قوية ومنيعة ومستقرة وواحة للأمان والتطور واستقطابهم من شأنه أن يسهم في تحقيق التنمية المتوازنة والمستدامة والشاملة .

إحصائيات ٢٠١١

قبل فترة الأزمة :

انخفض حجم القدوم السياحي بنسبة -٨٪ خلال الأشهر (كانون الثاني، شباط، آذار) من عام ٢٠١١ عن نفس الفترة من عام ٢٠١٠

خلال فترة الأزمة :

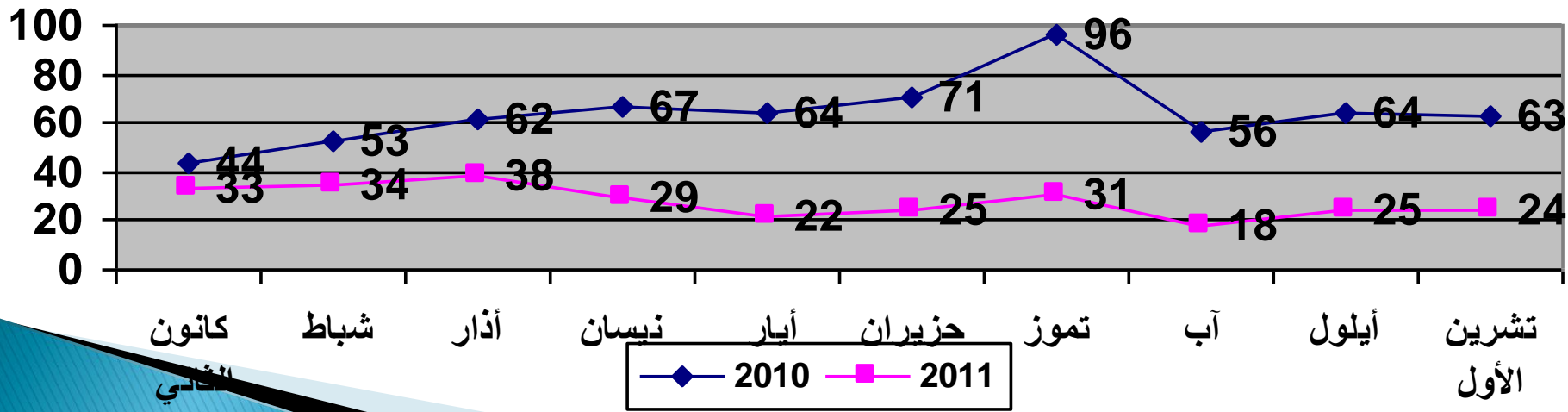
لوحظ انخفاض كبير في القدوم السياحي خلال فترة الأزمة الممتدة من بداية شهر نيسان إلى شهر تشرين الثاني من عام ٢٠١١ بنسبة -٦٤٪ لدى المقارنة مع نفس الفترة من عام ٢٠١٠ باستثناء العراق و تركيا انخفضت بنسب -٤٪، -١٦٪ على التوالي عن عام ٢٠١٠ .

تأثير الأزمة على الأسواق السياحية

انخفاض في حجم القدوم الخليجي لنهاية تشرين الثاني ٢٠١١ بنسبة -٨٤٪، و الأردني - ٧٩٪ ، و اللبناني -٥٥٪، الأوروبي -٧٥٪ ، الأمريكي -٧٠٪ و الإيراني -٣٠٪ ، آسيا -٢٢٪ ، لدى المقارنة مع نفس الفترة من عام ٢٠١٠

تأثر الأزمة على المنشآت الفندقية

انخفاض في وسطي نسب التشغيل لنهاية تشرين الثاني من ٦٤٪ عام ٢٠١٠ الى ٢٨ ٪ عام ٢٠١١ وخاصة في شهر الذروة من الموسم السياحي حيث انخفضت من ٩٦ ٪ عام ٢٠١٠ الى ٣١ ٪ عام ٢٠١١ مما أثر على الربعية الاقتصادية للمنشآت الفندقية والتي تكون خاسرة عندما تكون أقل من ٤٠٪ موضح ذلك وفق مخطط نسب التشغيل التالي:



الشركاء الاستراتيجيين في تنفيذ خطة القطاع السياحي

الموضوع	الشركاء
الترويج الاستثماري	غرف السياحة - المالية والمصارف - هيئة الاستثمار
تجديد المنشآت الفندقية القائمة	المالية والمصارف - الإدارة المحلية - غرف السياحة
تطوير الصناعات التقليدية	المالية والمصارف - الإدارة المحلية - غرف السياحة - اتحاد الحرفيين
إقامة البنى التحتية للمشاريع الصغيرة و متناهية الصغر	المالية والمصارف - الزراعة - الاقتصاد
تبسيط الإجراءات	وزارات البنى التحتية - الزراعة
السياحة الطبية	نقابات : الأطباء - الصيادلة - الأسنان - المهندسين - المحامين - المعلمين
الإقلاع بالمشاريع المتعثرة	المالية والمصارف - الإدارة المحلية