

السياحة في الدول العربية واقع وتحديات

أ. د. ابراهيم عليوات
وزارة التخطيط /الأردن

مقدمة :

اصبح النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي احد ابرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية الجديرة بالاهتمام والملاحظة في القرن الماضي وبداية الالفية الثالثة حيث ارتفع عدد السياح ومعدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل النمو في مكونات الاقتصاد العالمي مما جعل السياحة الدولية واحدة من اكبر المجالات التجارية الدولية. ومن المنظور الاقتصادي فهي قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدراً للعملاء الصعبة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية. اما منظورها الاجتماعي والحضاري، فهي تعد مزيجاً لمنتج متنوع من السلع والخدمات والمعارف يرتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية والاقتصادية والبشرية اضافة الى حقائق التاريخ الحضاري والثقافي والانجازات المعاصرة المختلفة لأي بلد . لذلك يمكن وصفها بانها حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان؛ بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد .

و خلال النصف الثاني من القرن العشرين اخذت السياحة تشكل ظاهرة تثير الاهتمام وتحظى برعايتها الدول والحكومات كونها اصبحت مصدرا اقتصاديا

حيويا داعم لاقتصاد هذه الدول وعامل مؤثر على مختلف الجوانب الاجتماعية والنفسية والاقتصادية ، لذلك اخذت هذه الدول على عاتقها تطوير وتنمية هذا القطاع الهام الهادف الى تحقيق التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي، خاصة وان الانفاق السياحي الاستثماري يساهم في تنمية العديد من القطاعات التي تغذي قطاع السياحة بما يحتاجه من سلع وخدمات، كما يمكن للحكومة التحكم في مساهمة السياحة في الإيرادات الحكومية بالقدر الذي تحتاجه متمثلاً في اشكال ضريبية مباشرة وغير مباشرة على الارباح التجارية والصناعية والجمركية.

وتساهم الأنشطة السياحية المتعددة في توفير فرص عمالة وطنية مباشرة المتعددة مباشرة تتمثل في العاملين في شركات السياحة والفنادق والشقق المفروشة والمحال السياحية والمرشدين السياحيين وعمالة وطنية غير مباشرة تحقّقها القطاعات الأخرى مثل قطاع الزراعة والصناعات الغذائية وقطاع البناء والتشييد. وتترك السياحة آثارها على مختلف نواحي الحياة في المجتمع حيث تنعكس على جوانب الحياة الاجتماعية المختلفة مثل الطابع العام للمجتمع وبعض الظواهر الاجتماعية والعادات والتقاليد الموجهة لسلوك الافراد ومن اهم العوامل لحدوث هذه الآثار هو التداخل بين المواطنين والسائحين خاصة من لهم علاقة مباشرة مع السائحين مثل العاملين بشركات السياحة والفنادق والارشاد السياحي ولهذه الطوائف من العاملين مواصفات خاصة تمكّنهم من أداء مهارتهم بكفاءة تامة كما تؤثر السياحة على المجتمع الدولي بالإسهام في إقضاء جو من السلام والأمن العالمي مما يخفض من حدة التوتر الدولي ويعمل على زيادة روح المودة والتفاهم العالمي بين المجتمعات والشعوب المختلفة.

وفي الناحية الثقافية لا يمكن اغفال دور السياحة لما لها من تعريف المواطنين والسائحين بتراث البلد وحضارتها و التعريف بالبيئة مما يؤدي الى ادراك الشخصية القومية للبلد وبالتالي زيادة الانتماء للوطن من جانب مواطنيه واعطاء صورة دقيقة

عن الدولة وسكانها والمعلومات الصحيحة عن البيئة الاجتماعية والثقافية والدينية التي سيواجهها السائحون.

وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملاً جاذباً للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية، بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها. لقد غدت السياحة المستدامة منهجاً وأسلوباً تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية، وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق مفهوم السياحة المستدامة لا يعد مكلفاً من الناحية المالية، فله عائده المعنوي والمادي، ويعود بالربح والفائدة على المؤسسات السياحية. إن تطبيق مفهوم الاستدامة السياحية يعتمد على ثلاثة جوانب هامة: أولاً: العائد المادي لأصحاب المشاريع السياحية. ثانياً: البعد الاجتماعي، على اعتبار أن هذه المؤسسات هي جزء من المجتمع المحلي وعليها الاستفادة من الخبرات والكفاءات المحلية ما أمكن، بالإضافة إلى إشراك المجتمع المحلي والأخذ برأيه. ثالثاً: البيئة، حيث تعامل هذه المؤسسات على أنها جزء من البيئة، وبالتالي يجب عليها المحافظة على الموارد الطبيعية من ماء وطاقة ونباتات وأحياء طبيعية لدرء أي خطر من مشاكل التلوث والتدهور.

وفي هذه الورقة سيتم التطرق الى واقع السياحة في الدول العربية والتحديات التي تواجهها مع الاشارة بشكل تفصيلي عن السياحة في الاردن ضمن هذا المفهوم من خلال ما يلي:

- مفهوم السياحة
- مكونات السياحة
- مقومات السياحة
- انواع السياحة
- المشكلات والتحديات
- تجربة الاردن
- التوصيات

مفهوم السياحة :

السياحة هي نشاط السفر بهدف الترفيه وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط، وهناك من يعرفها بانها نشاط يقوم به فرد او مجموعة افراد يحدث عنه انتقال من مكان إلى آخر أو من بلد إلى آخر بغرض أداء مهمة معينة أو زيارة مكان معين أو عدة أماكن أو بغرض الترفيه و ينتج عنه الاطلاع على حضارات و ثقافات أخرى و إضافة معلومات و مشاهدات جديدة و الالتقاء بشعوب و جنسيات متعددة يؤثر تأثيرا مباشرا في الدخل القومي للدول السياحية و يخلق فرص عمل عديدة و صناعات و استثمارات متعددة لخدمة النشاط و يرتقى بمستوى أداء الشعوب و ثقافتهم و ينشر تاريخهم و حضاراتهم و عاداتهم و تقاليدهم. وقد عرف السائح بأنه ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلو مترا على الأقل من منزلة وهذا التعريف حسب منظمة السياحة العالمية لذا يمكن القول بان السياحة لا تقف عند تعريف واحد بل تعرف حسب الغرض الذي تقوم لأجله.

• مكونات السياحة :

- ✓ السائحون: وهم الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضييفة صاحبة المعالم السياحية وفقاً لمتطلبات كل سائح.
- ✓ المعرضون: وهى الدول التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها بعرض كل ما لديهم من إمكانات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة.
- ✓ الموارد الثقافية (المعالم السياحية): باختلاف أنواعها والتي تتمثل في أنواع السياحة وتقديم التعريفات المختلفة لها فنجد منها: السياحة البيئية، السياحة العلاجية، السياحة الرياضية، السياحة الاجتماعية، سياحة التسوق، سياحة المغامرات، سياحة الشواطئ، السياحة الفضائية، سياحة الآثار ...

أنماط السياحة :

إضافة إلى الثلاثة عناصر السابقة التي تتكون منها السياحة، إلا ان هناك نمطين أساسيين من الأنماط السياحية:

-السياحة الدولية:- وهو النشاط السياحي الذي يتم تبادله ما بين الدول والسفر من حدود دولة لأخرى.

-السياحة الداخلية:- وهو النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمدنها المختلفة التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة أي ان السياحة الداخلية هي صناعة تكون داخل حدود الدولة ولا تخرج عن نطاقها. وهذا المفهوم يختلف من دولة الى اخرى ففي امريكا وكندا على سبل المثال تعرف السياحة الداخلية بحسب مسافة الرحلة التي يقطعها المسافر فاذا كانت 100 كم او اكثر بعيدا عن مقر اقامته يعتبر سائحا داخليا على حين في بلغاريا والمانيا يعرفون السائح الداخلي انه المواطن الذي يقضي خمسة ايام بعيدا عن محل اقامته وعند البلجيك والبريطانيين ، السائح الداخلي هو الشخص الذي يقضي اربع ليالي او اكثر بعيدا عن سكنه لغير اغراض العمل .

انواع السياحة :

- السياحة العلاجية: تكمن في هذا النوع من السياحة الحاجة إلى العلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين وتمارس بهدف الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع وهي تنقسم إلى عدة انواع حسب الوسائل الطبيعية المستخدمة في العلاج وهي :
- 1- السياحة العلاجية المناخية :ويتم العلاج عن طريق المناخ وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال والبعض الآخر في البحار وغيرها.
 - 2 - السياحة العلاجية المعدنية: تشمل السياحة المعدنية شكل السياحة الصحية الأكثر انتشارا لكن التقاليد المنتشرة في هذا الميدان تجعلها تتجاوز هذا الإطار تماما حيث أنها تعتبر كإحدى وسائل التسلية .

- السياحة الترفيهية: تكمن فيها الحاجة للراحة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية للفرد علما بأن كل إنسان يبحث عن التنوع في حياته ويهرب ويتحرر من روتين (العمل اليومي) وتمثل الراحة الفعالة أحيانا بتغيير مكان السكن وهدف هذا النوع من السياحة هو المحافظة على صحة الفرد.
- السياحة الرياضية: وتقسّم إلى نوعين سالبة وموجبة ، والسياسة الرياضية الموجبة تتمثل بالسفر والإقامة للمشاركة الفعلية في المباريات الرياضية ويضم هذا النوع جميع أنواع الرياضات المعروفة وتمثل السياحة الرياضية السالبة بالسفر والإقامة من أجل مشاهدة المباريات والاحتفالات الرياضية
- السياحة الثقافية (الأثرية والتاريخية) : وتهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الشخص من خلال تشجيع حاجاته الثقافية للتعرف على المناطق والدول غير المعروفة له وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها وهذا النوع من السياحة مشهور ومعروف في مصر واليونان وإيطاليا ، وهي سياحة نخبوية حتى من البلدان المتقدمة .و تهتم بهذا النوع من السياحة شريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة. ويمثل هذا النوع نسبة 10% من حركة السياحة العالمية. ويتمثل
- السياحة الدينية: وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية ومن أشهر المواقع الدينية في العالم التي شهدت زيارات دينية منقطعة النظير كمكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية وكذلك دولة الفاتيكان في روما بالنسبة للمؤمنين بالعبقيرة المسيحية. وأيا كان نوع السياحة فان الشكل التنظيمي للسياح يأخذ الانماط التالية :
- 1- السياحة الجماعية : وتكون عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعيا وضمن برنامج يشمل الاماكن المنوي زيارتها ومكان المنام والطعام وغيرها ، وهي تنظم عن طريق وكالات السياحة والسفر

• 2- سياحة فردية : وهي سياحة من أفراد لوحدهم للإقامة خارج مكان سكنهم الأصلي .

هناك عدة أنواع أخرى منها سياحة المعارض ، سياحة المؤتمرات، السياحة البيئية، سياحة السباقات والمهرجانات .

مقومات صناعة السياحة :

يتطلب قيام أي نشاط سياحي توفر مقومات لها والتي تتكون من جانبين الأول منها طبيعي وآخر بشري، وكلها تعمل مع بعض في إطار واحد يصعب فصلها عن بعض. وتحظى الدول العربية بالعديد من المقومات السياحية التي لو أحسن استثمارها لتمكن الاقليم العربي من أن يكون طرفاً مؤثراً في السياحة العالمية علي النطاق العام والسياحة البيئية العربية علي النطاق الخاص. ومن أهم المقومات السياحية العربية:-

المقومات الطبيعية

أ- الموقع: للموقع الجغرافي دوراً مؤثراً في صناعة السياحة، فالموقع من دوائر العرض يحدد نوع المناخ الذي بدوره يحدد نوع النباتات والحيوانات البرية ، ويتحكم أيضاً بقصر النهار وطوله الذي يؤثر على نوع الحركة السياحية، ويكمن تأثيره في حركة السياحة كالقرب والبعد عن مناطق الطلب السياحي ، فكلما كان الموقع قريباً من الأسواق أسهم ذلك في زيادة الجذب السياحي بسبب تأثيره على أسعار النقل الجوي.

وللموقع دوراً مهماً في تحديد جنسية السياح بالقرب من دول معينة تشكل نطاقات رئيسية للطلب السياحي بحكم ضخامة عدد سكانها وارتفاع مستوى الثقافة بها، كما أن القرب المكاني لبعض دول العرض السياحي من دول الطلب يقلل من تكاليف السفر بسبب قصر المسافة مما يزيد من احتمالات طول مدة الإقامة

ب- المناخ: يعد المناخ من الموارد الطبيعية التي تقوم عليها صناعة السياحة ، فالكثير من السياح يتجهون إلى بعض المناطق ذات المناخ الذي يلائمهم ويستمتعون بفصله ، وبالتالي فهو مؤثرا حقيقيا على حركة السياح وحجمها .

وتبعا للعلاقة بين المناخ والسياحة يمكن تقسيم مناخات العالم إلى نمطين هما :

- مناخات هادئة: تتصف بضالة تقلب خصائص عناصرها ، كما هو الحال بالنسبة لمناخ البحر المتوسط والمناخات السائدة في العديد من النطاقات الغابية، غير متطرفة الموقع، والسفوح الجبلية منخفضة المنسوب.

- مناخات تتسم بالإثارة لكثرة تباين وتقلب خصائص بعض عناصرها ، التي تتصف بالتطرف لهبوب الرياح الشديدة وسقوط الأمطار الغزيرة وكثرة تساقط الثلوج وما قد يتبعها من انهيارات جليدية ، ومثل هذه المناخات تعيق أنشطة السياحة بسبب ما تخلفه من تدمير لبعض المنشآت السياحية أو غلق الطرق بفعل الانهيارات الجليدية أو قطع الاتصالات.

ج- أشكال سطح الأرض: تتمثل في الجبال والسهول والأخاديد والمنخفضات والمسطحات المائية بأنواعها ، وهذا بدوره يؤدي إلى تنوع المشاهد الطبيعية واختلاف البيئات المناخية بحسب نوعية شكل السطح ، وبالتالي تستغل الدول ما لديها من أشكال مختلفة وتسخر الإمكانيات المادية لعمل منتجعات سياحية بعد أن تطور البنى التحتية التي تسهم في زيادة أعداد السائحين للمكان، فغالبا ما تستغل الدولة المرتفعات الجبلية خصوصا في فصل الشتاء والتي يجعلها وجهة لمحبي رياضة التزلج على الجليد ، شكل رقم ((1) كما تستغل في موسم الصيف التي ترتفع فيه درجات الحرارة مما يجعلها ذات مناخ معتدل يرتادها السائحين.

التحديات

رغم المقومات العديدة التي تتمتع بها الدول العربية والتي تنفرد فيها عن العالم الا ان هناك العديد من المشاكل والتحديات التي تواجهه هذا القطاع الهام من ابرزها:-

- عدم توفر التخطيط السليم لاستدامتها وبصفة خاصة فيما يتعلق بموضوع الموارد البشرية نظرا لان قطاع السياحة يشكل مصدر للأيدي العاملة الماهرة.
- عدم توفر رأس المال البشري في الوقت المناسب والمكان المناسب والكفاءات المناسب نظرا لان صناعة السياحة تعتمد على الخدمات ، وتحتاج كثافة وكفاءة عمالة تتلاءم مع طبيعة النشاط السياحي وضمن المعايير العالمية.
- محدودة برامج الجذب السياحي وضعف جودة الخدمات المصاحبة لها.
- ضعف تأهيل القائمين والمقدمين لها في معظم الدول العربية تؤثر سلبا على جهود تلك الدول في جذب السائح العربي او الدولي ولا بد من تطويرها.
- اسعار خدمات الايواء الفندقية للسائح العربي في بعض الدول العربية تفوق تلك التي تقدم للسائح الاجنبي
- الكثير من الدول العربية تفتقر لمراكز المعلومات الصحيحة التي تسهم في تطوير صناعة السياحة لديها.

السياحة في الاردن واليات تطويرها :

تعتبر السياحة رافدا مهما من روافد الاقتصاد الوطني ، حيث تشكل نشاطاً تجارياً لدى كثير من الدول حتى اصبحت صناعة رئيسية ذات مردود مالي مرتفع على نطاق عالمي ، وفي السابق كانت السياحة فنا يعمل على اشباع حالة الفضول لدى الرحالة وطبقات التجار والمغامرين ، اما اليوم فقد اصبحت واقعا حضاريا ونشاطا اقتصاديا يضم مرافق عديدة ويخترق قطاعات مختلفة ، وقد اتخذت السياحة كيانا متكاملا مبنيا على نظم وقواعد ومعطيات ااضت عليها السمة العلمية الي جانب السمة الفنية ، وعلى الرغم من الظروف الصعبة التي تعيشها دول العالم نتيجة الازمة الاقتصادية العالمية ، الا ان القطاع السياحي ما زال يؤمل منه الكثير ، حيث سعت الدول المتقدمة والنامية على اختلافها الى تفعيل وتطوير القطاع السياحي ، والاردن واحد من تلك الدول فموقع الاردن ومناخه وتوافر الاماكن

السياحة المختلفة به جعلت منه بلداً سياحياً يقصده الكثيرون ، بحيث تلبى هذه الاماكن رغبات واهداف جميع السياح ، وبالتالي لفت الانتباه الى الاردن كوجهة سياحية عالمية ، الا انه قد يواجه قطاع السياحة في الاردن ضعفا في الثقافة السياحية لدى الكثيرين من ابنائهم ، حيث تشكل الثقافة السياحية العالية لدى الافراد صورة مشرقة امام السياح الذين يقصدون مكانا ما . وعليه فان القطاع السياحي يعد واحد من اهم القطاعات في الاقتصاد الأردني وخصوصا منها السياحة العلاجية ، حيث وصلت عائدات السياحة إلى نحو 3 مليارات دولار ، وفي عام 2009 ، زار الأردن 3.5 مليون سائح من مختلف الدول . وفي العام 2010 ، قدر الدخل من السياحة بحوالي مليارين و 423 مليون دينار وبنسبة نمو 17.2٪ عن العام الذي سبقه اضافة الى ان هذا القطاع قد وفر خلال العام نفسه اكثر من 42 الف فرصة عمل مباشرة وثلاث اضعافها كعمالة غير مباشرة. وتضم اماكن الجذب السياحية للأردن عدة مواقع تاريخية ، مثل البتراء الشهيرة (موقع اليونيسكو للتراث العالمي اعتبرها منذ عام 1985 ، واحدة من عجائب الدنيا السبع الجديدة في العالم)، ونهر الأردن، جبل نيبو مادبا، والعديد المساجد والكنائس في القرون الوسطى، بالإضافة إلى المواقع الطبيعية غير الملوثة، (مثل وادي رم والمنطقة الجبلية الشمالية في الأردن بشكل عام)، فضلا على المواقع الثقافية والدينية والتقليدية. ويشتهر الاردن بأهم نوع من السياحة في العالم الا وهو السياحة العلاجية ، و بالأخص في منطقة البحر الميت، وفي مناطق أخرى عدة حيث تتوافر كل مقومات العلاج الطبيعي من مياه حارة غنية بالأملاح، إلى طين بركاني. وصولا إلى ممارسة رياضة المشي والغوص في الشعاب المرجانية في العقبة. وفي خضم الحديث عن التنمية المستدامة للموارد السياحية تعمل الحكومة جاهدة على تطوير وتنوع المنتج السياحي المتاح للعرض بما يتلاءم مع الطلب الاستهلاكي للسائح وتنمية وتأهيل مناطق الجذب السياحي ، وفي مجال اشراك المجتمعات المحلية في مشاريع التنمية السياحية ، فقد سعى الاردن الى خلق توازن بين التنمية السياحية ومتطلبات المجتمع المحلي وتوفير التسهيلات واستخدام الموارد المحلية

كأساس لتحسين المنتج السياحي والتطوير للصناعة السياحية والاعتماد على التنمية السياحية على دعم المجتمعات المحلية من خلال تنمية وتوسيع مجالات الاستفادة من السياحة لهذه المجتمعات.

أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني:

يؤدي قطاع السياحة دوراً رئيسياً في دعم الاقتصاد الأردني، حيث تتمثل

الأهمية الاقتصادية للقطاع من خلال:

1. إيرادات العملة الصعبة

2. تشغيل الأيدي العاملة المباشرة وغير المباشرة حيث:

- تشكل نسبة مشاركة الذكور من إجمالي عدد العاملين في القطاع السياحي حوالي 90% والنسبة المتبقية إناث. هذا وقد استهدفت الاستراتيجية الوطنية للسياحة للسنوات الخمس القادمة ان تصل نسبة مشاركة الاناث الى 15%.
- كما شكلت العمالة الاجنبية على مدار السنوات الخمس الاخيرة ما نسبته (17%) فقط تركزت في قطاع المطاعم بشكل رئيسي ومن ثم قطاع الفنادق، في حين شكلت العمالة الأردنية ما نسبته 83%.
- هذا وقد تضمنت الاستراتيجية الوطنية للسياحة للسنوات 2011- 2015 هدف يشير الى ضرورة خلق 25420 فرصة عمل اضافية بشكل مباشر مع نهاية 2015. بالإضافة الى وضع خطة لإحلال لتخفيض حجم العمالة غير الاردنية في القطاع السياحي واستبدالها بالعمالة الأردنية، الأمر الذي سينعكس إيجاباً على الاقتصاد الوطني من خلال تخفيض معدلات البطالة وتحسين مستويات المعيشة للمواطن الأردني.

• وقد بنيت هذه التقديرات في ضوء الزيادة المتوقعة في عدد الغرف الفندقية الاضافية خلال السنوات الخمس القادمة، حيث من المتوقع ان يتم زيادة 5000 غرفة فندقية إضافية ، الأمر الذي سيؤدي الى خلق العديد من فرص العمل المباشرة والغير مباشرة .

3. بلغ الدخل السياحي لعام 2011 حوالي 2.026 مليار دينار، اي ما نسبته 11% الى الناتج المحلي الاجمالي.

4. جذب الاستثمارات السياحية، حيث ان الاستثمارات في القطاع السياحي مربوطة بشكل مباشر مع القدرة التسويقية للبلد، كما ان زيادة الطلب على المنتج السياحي هو المحفز الرئيسي للاستثمار وليس الحوافز الضريبية والتسهيلات فقط. هذا وقد بلغ حجم الاستثمار في القطاع السياحي منذ عام 1996 وحتى العام 2011 حوالي 4 مليارات و100 مليون دينار.

5. يتميز القطاع السياحي عن غيره بارتباطه القوي بالقطاعات الاقتصادية الاخرى، فوفقاً لبيانات جداول المدخلات والمخرجات للعام 2006 الصادرة عن دائرة الاحصاءات العامة ووزارة التخطيط فان قطاع الفنادق وحده يتشابك مع حوالي 58 نشاط اقتصادي وذلك لتزويده بمستلزمات الانتاج السلعية والخدمية اللازمة، وذلك كما هو مبين تالياً :

صناعة المواد الغذائية	صناعة الصابون والمنظفات
صناعة المشروبات بكافة انواعها	صناعة الطباعة والنشر
الكهرباء والمياه	صناعة المنسوجات
البنوك وشركات التامين	الخدمات الصحية
الاتصالات	منتجات الاخشاب
النقل البري	منتجات الحديد والالمنيوم
النقل الجوي	المحروقات
النقل المائي	وغيرها العديد.....

6. يساهم النشاط السياحي في تحقيق إيرادات مباشرة للدولة من خلال الرسوم والضرائب مثل: رسوم دخول المواقع السياحية، رسوم التأشيرات، ضريبة المغادرة، ضريبة الدخل والمبيعات.

أبرز تطورات القطاع السياحي الأردني

البنء	2007	2008	2009	2010	2011
إجمالي عدد القادمين / بالمليون	6,528	7,100	5,087	8,247	6,605
التغير النسبي %	-2.74%	8.76%	0.21%	16.4%	- 19.9%
إجمالي عدد سياح المبيت	3,430	3,728	93,78	4,557	3,815
التغير النسبي	-3.33%	8.69%	1.64%	20.3%	- 16.3%
الدخل السياحي / بالمليون	1,638	2,089	2067	2423	2026
التغير النسبي %	12.19%	27.53 %	- 1.05%	17.2%	- 16.4%
نسبة الدخل السياحي إلى الناتج المحلي الإجمالي %	13.59	13.4	12.2	13.0	11.0
الاستثمار السياحي / بالمليون	414	717	205.6	944.3	252.4
العمالة المباشرة	34,455	37966	40092	42041	42000
عدد الغرف الفندقية	21,587	22,507	23113	23882	24147
معدل إقامة السائح	4.4	4.4	4.8	4.9	4.3

يساهم القطاع السياحي في تحقيق إيرادات مباشرة للخزينة وذلك كما هو مبين تالياً / بالمليون دينار *

البند	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
إيرادات ضريبة المبيعات من الفنادق	34.5	32.4	29.9	20.3	18.5	15.9	13.8
إيرادات ضريبة المبيعات من المطاعم	22.6	21.3	14.5	12.4	8.3	13.5	11.5
إيرادات ضريبة المبيعات من شركات النقل	4.0	3.4	1.9	0.38	1.3	1.1	0.98
إيرادات ضريبة المبيعات من مكاتب السياحة والسفر	0.38	0.33	0.21	0	0	0	0
إيرادات رسوم دخول المواقع السياحية	22.0	14.9	19	7	7.1	8.1	❖❖3
إيرادات ضريبة المغادرين **	16.9	14.6	14.5	13.4	14.8	12.3	11.8
إيرادات رسوم الفيزا ***	17.4	16.1	15.9	15.9	21.1	16.0	16.7
ضريبة تذاكر السفر بالجو	18.7	15.8	18.9	15.3	19.7		
المجموع الكلي للإيرادات المتحققة للحكومة	136.5	118.7	114.8	84.7	90.9	67.0	54.9
موازنة الهيئة/ بالمليون دينار	10.1	10.6	12	12.3	10.2	10.7	7.9
العائد المتحقق للحكومة	13.5	11.2	9.6	6.9	8.9	6.3	6.9

❖ المصدر: دائرة الإحصاءات العامة، دائرة ضريبة الدخل والمبيعات، وزارة المالية /قانون الموازنة

❖❖ تم تخفيض رسوم الدخول للبتراء عام 2004 الى 11 دينار بدلا من 21دينار.

القيمة المضافة للقطاع السياحي كنسبة من الناتج المحلي (%)

- بلغت إيرادات القطاع السياحي للعام 2010 حوالي 2423 مليون دينار.
- بلغت القيمة المضافة للقطاع السياحي خلال عام 2010 ما مقداره 1235.7 مليون دينار.
- بلغت نسبة مساهمة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي بالأسعار الاساسية للعام 2010 حوالي 7.1٪.

ابرز الإجراءات المتخذة لمواجهة الأزمة الحالية خلال الأعوام 2011/2012:

لإجراءات المتخذة لمواجهة الأزمة الحالية في منطقة الشرق الاوسط خلال عام

2011

1. تكثيف الترويج المباشر للمستهلكين عالمياً وإقليمياً حيث قامت الهيئة بتنفيذ حملة على قنوات الـ MBC والعربية، مستهدفة بذلك السوق العربي وتحديداً دول الخليج العربي حيث تشكل السياحة العربية من إجمالي زوار الاردن حوالي 48٪.
2. أيضاً قامت الهيئة وبمشاركة العديد من شركات السياحة والسفر الاردنية بتنظيم القوافل السياحية (معرض سياحي متنقل) اشتملت العديد من المدن في مختلف الاسواق مثل (وارسو وكراكوف في بولندا ، بانكوك، كوالالمبور، جاكرتا، سنغافورة، و4 مدن رئيسية في البرازيل، وكذلك 6 مدن في روسيا) وذلك لتعريف شركات السياحة والسفر في هذه الاسواق بالمنتج السياحي الأردني ومزاياه الفريدة والمتنوعة، حيث تم إقامة ورشات عمل جمعت ما بين ممثلين من القطاع السياحي الأردني ونظرائهم في الدول المستهدفة.
3. استضافة أكثر من 650 صحفي ومدون عالمي من كافة وسائل الاعلام العالمية وتم التركيز على الدول الاوروبية والعربية وبالأخص الخليجية بالإضافة الى امريكا الشمالية والدول الاسيوية، حيث قامت هذه الوسائل الاعلامية بإعداد

- تغطية شاملة عن الاردن كوجه سياحية آمنه في العديد من المجالات والصحف ومحطات التلفزة الرئيسة والمواقع الإلكترونية، مما خفف من حدة الخطاب الاعلامي الخارجي والذي وضع الاردن ضمن منطقة الصراعات والاحداث السياسية.
4. أأ قامت الهيئة وفي ضوء الدعم الاضائي الذي حصلت عليه من الحكومة بالعمل على تنفيذ حملات تسويقية ضخمة ومكثفة في كل من بريطانيا، فرنسا والمانيا، بالإضافة الى الحملات التسويقية الاعتيادية التي تقوم بها الهيئة في هذه الاسواق، والتي اشتملت على لوحات اعلانية خارجية، حملات اعلانية من خلال استخدام وسائل النقل المختلفة (قطارات، سيارات التاكسي، باصات...الخ)، تسويق الكتروني، حملات تسويقية تلفزيونية، بالإضافة الى تنفيذ نشاطات تسويقية مشتركة مع مكاتب السياحة والسفر.
5. تنفيذ حملة تسويقية مكثفة من خلال الشبكات الاجتماعية الالكترونية مثل: Facebook، Twitter، youtube، Flicker، بهدف الوصول الى اكبر شريحة ممكنة من المهتمين بالأردن والمنتج السياحي الاردني.
6. التركيز على ابراز الشهادات الحية والواقعية (testimonials) للتجارب الفريدة والتميزة التي حصل عليها زوار الاردن.
7. التنسيق مع كافة الجهات ذات العلاقة لتجميل المعابر الحدودية البرية بالصور والملصقات التي تبرز المنتج السياحي الاردني والذي يستهوي السائح العربي، كما قامت الهيئة وبالتعاون مع شركة امنية بتوزيع حوالي ربع مليون بروشور في هذه المراكز يبرز المواقع السياحية التي يستطيع السائح والعائلة العربية زيارتها بالإضافة الى توضيح للفعاليات والانشطة التي ستقام خلال فصل الصيف.

الإجراءات التي يجب اتخاذها للتخفيف من حدة الازمة واناذا الموسم السياحي في عام 2012

1. الاستمرار في استضافة اكبر عدد من الوفود الصحفية والاعلامية والمدونيين العالميين وجعلهم يلمسون بأنفسهم الامن والاستقرار الذي يتمتع به الأردن.
2. استضافة اكبر عدد من ممثلي شركات السياحة والسفر العالمية لتعريفهم بالمنتج السياحي الاردني وعمل فعالية لاستضافتهم خلال شهر حزيران القادم وتحت الرعاية الملكية السامية، حيث تعمل الهيئة حالياً وبالتنسيق مع جمعية السياحة الوافدة وبالتعاون مع منظمة السياحة العالمية على استضافة حوالي 500 شركة سياحة وسفر واعلاميين ورؤساء جمعيات سياحية وذلك لا عادة الثقة لديهم بالمنتج السياحي الاردني ووضع الأردن على البرامج السياحية التي يبيعونها.
3. سوف يتم العمل على استهداف شرائح محددة في مختلف الاسواق وخصوصاً الشرائح المهتمة بالسياحة الدينية المسيحية والاسلامية.
4. أيضاً ستركز الهيئة جهودها للترويج للسياحة العلاجية في الاسواق المستهدفة وتحديداً دول الخليج العربي، المانيا والنمسا.
5. كذلك بدأت الهيئة بالعمل على تطوير منتج سياحة المؤتمرات والذي يعتبر المحرك الرئيسي لتنشيط باقي السياحات مثل الترفيهية والدينية وغيرها، بالإضافة الى جذب الاستثمارات الى الاردن حيث تم اعداد استراتيجية مفصلة لسياحة الاعمال مع تحديد الشرائح والقطاعات المستهدفة، فبعد الدراسة والتحليل تم اعطاء اولويه لثلاث قطاعات رئيسية فقط وذلك نظرا لمحدودية الموارد وهي قطاع السيارات وقطاع الالكترونيات والقطاع الطبي.
6. تكثيف تنظيم القوافل السياحية وبمشاركة القطاع السياحي الاردني لتشمل العديد من الاسواق المستهدفة.
7. تكثيف حملات التسويق الالكتروني من خلال الشبكات الاجتماعية

8. تنفيذ حملات تسويق خارجية تشمل كافة الاسواق الاوروبية الرئيسية المصدرة للسياحة.

9. تنفيذ برامج تسويقية على محطات التلفزة العالمية والتي تستهدف المستهلكين مباشرة، فبالرغم من الكلف العالية لمثل هذا النوع من الانشطة التسويقية، الا أن مردودها والعائد عليها مرتفع.

التحديات التي تواجه هذا القطاع في الاردن

- ✓ المتغيرات السياسية وتأثيرها السلبي على تدفق السياحي للمملكة
- ✓ ربط المملكة جغرافيا بما يدور حولها من احداث ساخنة
- ✓ قلة الموارد المالية مما يؤثر سلبي على الترويج والتسويق السياحي خارجيا مما يصعب من الوصول الى اسواق جديدة وتعزيز التواجد الاردني في الاسواق التقليدية
- ✓ ثقافة العيب والفهم الخاطىء عن السياحة وعزوف العديد من الشباب والشابات في هذا الحقل الاقتصادي ذو الفوائد المالية
- ✓ غياب التنسيق الفعال في بعض الاحيان مع الجهات الاخرى المسؤولة عن تطوير المنتج السياحي وتزويده بالخدمات والمرافق الاساسية.

آليات تطوير قطاع السياحة في الاردن:

تعد السياحة وستبقى محركاً طويلاً للأمد للنمو الاقتصادي في الأردن بحيث تحظى بالحصة الأكبر من الناتج المحلي الإجمالي في اقتصاد الأردن الإنتاجي. وتبني هذه الاستراتيجية على هذا الأساس المتين من خلال تحسين التنافسية الكلية للأردن بوصفه مقصداً سياحياً ووضع البلاد على خارطة السياحة العالمية بوصفها تجربة مميزة ومغرية بالنسبة للزوار. ويشمل هذا في المقابل التنسيق بين جهود الجهات المعنية في الحكومة والقطاع الخاص من أجل تطوير الأداء الأمثل في جميع مكونات السياحة مثل التسويق والتسعير والتعبئة وتطوير المنتجات السياحية وحسن الضيافة وجودة الخدمات والأداء العام لقطاع الأعمال. وتعد إجراء التحسينات الشاملة لرفع

المستوى التنافسي المنافسة ضمن هذا القطاع أساسية حتى يتمكن الأردن من الاستفادة من إمكانياته بشكل كامل.

الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2004-2010:

تعاونت الجهات ذات العلاقة من القطاعين العام والخاص قبل عقد من الزمان لإعداد ونشر أول استراتيجية شاملة وهي الاستراتيجية الوطنية للأعوام 2004-2010 لتتسق جهود تطوير وتوجيه تنمية القطاع السياحي ووضعت الاستراتيجية أساساً إرشادية لقطاع السياحة، مما ساعد على توجيه عملية تطوير ونمو القطاع خلال تلك الفترة. ولقد ارتكزت الاستراتيجية على أربعة ركائز رئيسية تضمنت كل منها أهدافاً وإجراءات محددة.

الركيزة الأولى - تعزيز التسويق السياحي

الركيزة الثانية - دعم التنافسية وتطوير المنتج السياحي

الركيزة الثالثة تطوير الموارد البشرية

الركيزة الرابعة - توفير اطار عمل مؤسسي وتنظيمي فعال

لقد ترك تطبيق الاستراتيجية اثرا ايجابيا على تطوير السياحة في الاردن من خلال تطبيق الركائز الاربعة المحددة في الاستراتيجية الى الحد الذي تساهم فيه السياحة الان بأكثر من 12.4% من الناتج المحلي الاجمالي ز وهذا الامر يتعلق بالتنمية للاقتصادية والاجتماعية نظرا الى ان السياحة تصل الى المناطق والمجتمعات النائية حيث تكون فرص العمل البديلة محدودة.

الاستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام 2011-2015:

الرؤية والرسالة:

سوف توفر الاستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام 2010-2015

التوجيه الضروري لكافة الجهات ذات العلاقة وتمهد- الطريق لتعزيز النمو المستقبلي .وسيتم توجيه عملية إعداد الاستراتيجية وتنفيذها من خلال الرؤية والرسالة كما هو موضح أدناه:

سوف يكون الأردن وجهة سياحية مميزة توفر تجارباً متنوعةً للزوار على مدار العام والتي من شأنها إثراء حياة الأردنيين وضيوفهم. إن تحقيق هذه الرؤية سيتطلب التزاماً من الجهات المعنية في القطاع بالرسالة الاستراتيجية التي تنص على تخطيط وتنفيذ التغييرات والإجراءات اللازمة لتحقيق ما يلي:

- رفع مستوى التنافسية الكلية لقطاع السياحة الأردني.
- إثراء تجربة الزائر من خلال الابتكار في تطوير المنتجات السياحية
- تحسين وترسيخ صورة الأردن والترويج له بشكل أفضل في الأسواق العالمية من أجل جذب عدد أكبر من الزوار ذوي الإنفاق المرتفع طوال العام.
- استحداث بيئة تنظيمية وتشغيلية تؤدي إلى تحسين أداء قطاع الأعمال السياحية وتفجير الطاقة الكامنة للقطاع الخاص بوصفه محركاً للنمو ونظراً لما حققته الاستراتيجية الوطنية للسياحة من دعم لهذا القطاع فقد تم تنفيذ الاستراتيجية الثانية بجهود وطنية ضم القطاع الخاص والعام وكان من أهم أهدافها زيادة العائدات السياحية لتصبح 4، 2 مليار دينار في عام 2015 وأهم ركائز هذه الاستراتيجية

❦ ركيزة التسويق والترويج السياحي:

تعتبر ركيزة التسويق والترويج محددات أساسية في نجاح قطاع السياحة، ولذلك فهي تصدر الركائز في الخطة الاستراتيجية. إن تحديد واستهداف أسواق وشرائح السياحة الأكثر إداراً للربح سيمكّن الأردن من تحقيق أفضل إمكاناته من حيث النمو وكسب الحد الأقصى من حصته في سوق السياحة. وعلى الرغم من وجود اتفاق على أن بعض المواقع في الأردن، كالبتراء والعقبة، ستحظى بنصيب أكبر من غيرها في الترويج والتسويق انسجاماً إلا أن الأردن كوجهة سياحية سيبقى المظلة التي تتمحور حولها كافة، «وجهة سياحية داخل وجهة» مع مفهوم أنشطة التسويق والترويج خلال فترة الاستراتيجية.

رؤية تطوير المنتج السياحي:

تم في عام 2007 اختيار مدينة البتراء ضمن عجائب الدنيا السبعة الجديدة، مما زاد من شهرتها العالمية. وارتفع عدد الغرف الفندقية في الأردن بنسبة 22%، حيث ازداد عددها من 18,127 غرفة في عام 2004 إلى 24,009 غرفة في عام 2010. كما صاحب ذلك إنشاء 24 فندقاً جديداً خلال نفس الفترة. علاوة على ذلك، تم إضافة خدمات سياحة جديدة وتعزيز البنية التحتية في مجالات أخرى، فعلى سبيل المثال تضاعف عدد المطاعم السياحية وزاد عدد الأدلاء السياحيين بنسبة 60% وتم تأسيس 4 شركات نقل جديدة مما أدى إلى مضاعفة أسطول الحافلات السياحية.

وستستمر مشاريع التطوير في الفترة القادمة، حيث تم الإعلان عن إنشاء عدد من المشاريع الضخمة التي يجري تنفيذها حالياً. وتشمل هذه المشاريع إنشاء الفنادق والمنتجعات السياحية ومنشآت متعددة الاستخدامات على شواطئ البحر الميت والعقبة. ويتم حالياً تحديث وتطوير مطار الملكة علياء الدولي الذي سيتم افتتاحه خلال النصف الأول من فترة تطبيق الاستراتيجية، مما سيمكن الأردن من استغلاله في حركة الملاحة الجوية العالمية المتنامية. وتهدف الرؤية الثانية إلى تحقيق ما يلي:

رؤية تطوير سوق العمل:

من خلال العمل ضمن هذه الرؤية، ازدادت نسبة التوظيف المباشر في قطاع السياحة % 85 تقريباً من سنة 2004 إلى 2010 تتضمن الإنجازات الأخرى المتحققة ما يلي:

- قيام جامعة العلوم التطبيقية بإعداد برنامج جامعي معتمد في إدارة الضيافة بالتعاون مع مدرسة مهنية ثانوية مجاورة. بالإضافة إلى ذلك يوجد عدد من مؤسسات التعليم العالي التي تدرس برامج الضيافة والسياحة مع أعداد طلاب متزايدة.

- رفع نسبة مشاركة الإناث في القوى العاملة في قطاع السياحة لتصل إلى 10٪
- إنشاء أحد عشر مركزاً تدريباً مهنياً حديثاً لعقد دورات تدريبية للملتحقين الجدد بقطاعي الفنادق والمطاعم.
- التواصل مع ما يزيد عن 2 مليون مواطن أردني من خلال اطلاق برامج التوعية التي ركزت على منافع وفوائد السياحة في تحسين الاقتصاد.

❖ ركيزة البيئة الداعمة:

كان التركيز في هذا المجال خلال الاستراتيجية السابقة على تعديل القوانين والتعليمات الخاصة بوزارة السياحة والآثار، وبناء شراكة بين القطاعين العام والخاص وخلق بيئة مواتية تدعم نمو السياحة. وقد حدثت مجموعة من التطورات الهامة على هذا الصعيد مثل إنشاء سلطة إقليم البتراء الترموي السياحي، حيث أدى ذلك إلى تحقيق تغيير ملحوظ في نوعية الخدمات المقدمة في محمية البتراء الأثرية. وكذلك تم إنشاء مناطق تنمية لاستقطاب الاستثمارات في المجالات السياحية في كل من البحر الميت وعجلون وتم تطبيق خطط رئيسة لكل منها. إلى جانب ذلك كله، تم إلغاء العديد من القيود على تأشيرات الدخول الممنوحة لعدد من الجنسيات، بما فيها الجنسيات الصينية والهندية. وقد تم وضع الأهداف التالية للفترة القادمة لضمان تواجد بيئة عمل محفزة لتطور قطاع السياحة:

وسوف يستمر العمل بما تم تحديده في الاستراتيجية السابقة إلى جانب توفير وتقديم الدعم اللازم للمشاريع السياحية بهدف تسهيل عملية تحسين أداء مؤسسات الأعمال في القطاع الخاص وتعزيز التنافسية فيما بينها.

ولتحقيق هذه التطلعات فإن الهدف الاستراتيجي سيكون تحسين القدرة التنافسية للأردن من خلال تعزيز ضوابط الأعمال والضوابط التشغيلية والتنظيمية والبيئية والمؤسسية للقطاع وذلك من خلال الأنشطة التالية:

- إعداد سياسات جديدة وتعزيز البيئة القانونية والتشريعية لدعم تنافسية القطاع السياحي.

- تطوير نشاطات دعم مؤسسات القطاع الخاص ومقارنة الأداء لرفع تنافسية القطاع السياحي.
- نشر الممارسات الصديقة للبيئة ضمن قطاع الأعمال السياحية.
- ضمان توافق ممارسات السلامة والأمن للقطاع السياحي في الأردن أو تجاوزها للمواصفات المطلوبة عالمياً.
- زيادة الوعي لدى القطاع الخاص والجهات المعنية بقطاع السياحة بالمنافع الاجتماعية والاقتصادية للتطوير المستدام لقطاع السياحة.
- استخدام مؤشر التنافسية العالمي من أجل تحسين أداء القطاع مقارنة بالمستوى الدولي

التوصيات والمقترحات :

- التشجيع على استخدام عوامل الانتاج المحلية عند انشاء المؤسسات السياحية والمتمثلة في استخدام الموارد والمواد المحلية في تشغيل المؤسسات السياحية .
- خلق بيئة استثمارية خاصة للمشاريع السياحية وتعديل التشريعات لتسهيل دخول رساميل اضافية للاستثمار في المهن السياحية وتوسيع قاعدة المشاريع والمهن السياحية .
- تشجيع اقامة مشاريع سياحية في كافة المناطق في الدول التي من شأنها تحقيق اضافة زمنية ونوعية للبرامج السياحية
- تفعيل مشاركة المجتمعات المحلية ودمجها في عملية التنمية السياحية كشريك استراتيجي فاعل .
- عقد الاتفاقيات مع المنظمات السياحية العالمية والمؤسسات غير الربحية في مجال التنمية السياحية
- اعداد قاعدة بيانات الكترونية من المعلومات المتوافرة من الجهات ذات العلاقة لتؤسس النظام الأساسي لقاعدة المعلومات للسائح بحيث تشمل الخرائط بأنواعها ، الرسومات ، الطرق ، المعلومات ، المواقع السياحية والاثرية والتاريخية والبيئية.....
- وضع برامج عمل مستمرة على المستوى الوطني لترسيخ الثقافة السياحية
- اعتماد التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية كجزء اساسي من استراتيجية التنمية المستدامة.