

دور صناعة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية - تجربة الأردن  
*The of the tourism industry in achieving economic - Experience Jordan*

أمال موساوي<sup>2</sup>  
**Amel MOUSSAOUI**  
 طالبة دكتوراه  
 جامعة المسيلة - الجزائر  
[Amelmoussaoui976@gmail.com](mailto:Amelmoussaoui976@gmail.com)

فطيمة مشتر<sup>1</sup>  
**Fatima MECHTER**  
 طالبة دكتوراه  
 جامعة البويرة - الجزائر  
[fatimamechter2016@gmail.com](mailto:fatimamechter2016@gmail.com)

تاريخ النشر: 2019-03-30

تاريخ القبول: 2019-02-17

تاريخ الاستلام: 2018-12-22

**ملخص:**

تعتبر صناعة السياحة من أهم الصناعات الحديثة وأسرعها نمواً العالم، حيث يلعب القطاع السياحي دوراً مهماً ومؤثراً في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة منها أو حتى النامية، ولم يقتصر دورها على الجانب الاقتصادي فحسب فقد امتد إلى بعض القطاعات وهذا نظراً للتشابك والتداخل بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى، وذلك لاعتباره نشاطاً إنتاجياً تنموي وركيزة أساسية من ركائز الاقتصاد الوطني.

وعلى هذا الأساس تهدف هذه الورقة البحثية إلى معالجة موضوع دور صناعة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية -تجربة الأردن، وهذا لاعتبارها تجربة رائدة في صناعة السياحة، حيث تم التطرق إلى التعريف بالصناعة السياحية أنواعها، وإبراز أهميتها على المستوى العالمي، بالإضافة إلى تحليل كل من الطلب والعرض السياحي في الأردن كما تم التطرق إلى الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2011-2018، ومساهمة صناعة السياحة في التنمية الاقتصادية. **كلمات مفتاحية:** صناعة السياحة، التنمية الاقتصادية، الناتج المحلي الإجمالي، الإستراتيجية الوطنية للسياحة.

**Abstract:**

*The tourism industry considered as one of the most important modern and fastest-growing industries in the world, where tourist sector plays an important and influential role in the economies of many developed countries, or even developing counties, The role of tourism industry was not confined to the economical side only, it has extended to some other sectors due to be intertwining and overlap between the latest and the tourist sector , so as to be considered as a productive development activity and a fundamental pillar of the national economy.*

*Basing on that research paper aims to address the role of the tourism industry in achieving economic development -experience of Jordan- as it is considered to be a pioneering experience in the tourism industry, where it addressed the definition of tourism industry of all kinds, and highlighted its importance at the global level, in addition to the analysis of both demand and supply of tourism of tourism in Jordan as discussed the national tourism strategy 2011-2018, and the contribution of tourism industry in economic development.*

**Keyword:** *tourism industry, tourism, economic development, GDP, the national tourism strategy.*

## مقدمة:

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات التنموية نظرا للدور الذي تلعبه في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، باعتبارها محركا رئيسيا لكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى، مما يجعلها رافداً من روافد الاقتصاد الوطني في جميع دول العالم، فلا يمكن عزل قطاع السياحة عن باقي قطاعات الخدمات مثل: التجارة، النقل، تكنولوجيا المعلومات، الإعلام، التأمين، وغيرها العديد من الخدمات التي ترتبط بالسياحة. كما يعتبر القطاع السياحي مصدر العملات الأجنبية في الاقتصاد الوطني، كما تسهم في تحسين ميزان المدفوعات وتوفير النقد الأجنبي، وتوفير فرص عمل مباشرة وغير مباشرة وهذا بسبب امتداد آثار الطلب السياحي المعقدة والمركبة من العديد من السلع والخدمات إلى كافة القطاعات الاقتصادية الرئيسية منها والفرعية المرتبطة بقطاع السياحة.

وتعد الأردن من البلدان السياحية، فصناعة السياحة بها تحل مكانه هامة وذلك لما تملكه من موقع جغرافي واستراتيجي وتراث ثقافي وحضاري متنوع، ومن شأن الارتقاء بهذا القطاع وزيادة معدلات النمو الاقتصادي في الأردن، وتوفير المزيد من فرص العمل وزيادة إيرادات الخزينة وتحسين ميزان المدفوعات وتحقيق تنمية اقتصادية شاملة تبنت الأردن استراتيجيات من أجل تحسين أداء هذا القطاع.

- الإشكالية: تتمحور مشكلة بحثنا في السؤال التالي:

إلى أي مدى يمكن لصناعة السياحة أن تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية في الأردن؟

- أهداف البحث: تتمثل أهداف البحث بما يلي:

• التعرف على مفهوم صناعة السياحة، وأهدافها.

• توضيح وتبيان دور صناعة السياحة في التنمية الاقتصادية.

• تحليل كل من العرض والطلب السياحي للأردن.

• التعرف على الإستراتيجية السياحية التي اعتمدها الأردن.

- أهمية البحث: تكتسي هذه الدراسة أهمية تتمثل: في إبراز أهمية الصناعة السياحية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال دراسة تجربة الأردن في مجال صناعة السياحة.

- منهج الدراسة: لقد فرضت علينا طبيعة الموضوع الاعتماد على المنهج الوصفي للجانب النظري لضبط مختلف مفاهيم صناعة السياحة والسياحة، وعلى المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي الذي تم استعماله في تحليل مختلف الأرقام والجداول التي تم الاعتماد عليها في الدراسة.

### I. الإطار النظري والمفاهيمي لصناعة السياحة:

**1.1. تعريف السياحة:** تعرف السياحة على أنها: "مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار والصناعة والتي تتعاون على إشباع رغبات السائح"<sup>1</sup>.

وتعرف أيضا على أنها: "عبارة عن انتقال الإنسان من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان ( السياحة العالمية)، أو الانتقال داخل البلد نفسه (السياحة الداخلية)، لمدة يجب أن لا تقل عن أربع وعشرون

ساعة، بحيث لا تكون من أجل الإقامة الدائمة وأغراضها، بل من أجل الثقافة أو الأعمال أو الدين أو الرياضة أو غيرها من الأسباب الإستجمامية<sup>2</sup>.

## 2.I. صناعة السياحة وأنواعها:

تعتبر صناعة السياحة عن تلك "التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير إنتاج وتسويق البضائع والخدمات لخدمة احتياجات ورفاهية السواح، ومصطلح سياحة هو يستعمل بصورة عامة لوصف السفر ويعكس بعض الحالات زيادة التوسع في السفر الترفيهي والذي يطلق عليهم السواح"<sup>3</sup>. صناعة السياحة تقوم على عناصر مهمة منها: العمل، رأس المال، المادة الأولية، التنظيم الذي يقوم به المشرفون والإداريون، النقل، الدعاية والإعلان والترويج، البنية التحتية<sup>4</sup>.

من خلال الشكل نلاحظ تعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة التي تكمن خلفها وتحركها فهناك السياحة الثقافية والعلاجية والرياضية، والدينية والصحراوية وغيرها، إضافة إلى أنماط أخرى جديدة ساعد على نشأتها ثم انتشارها التقدم والتطور العلمي والاقتصادي والاجتماعي وما صاحبها من تطورات ومتطلبات ذات نوعية خاصة لم تكن معروفة من قبل مثل سياحة المؤتمرات والمعارض وغيرها<sup>5</sup>.

الشكل رقم(01): أنواع صناعة السياحة



المصدر: من إعداد الباحثين

3.I. أهداف صناعة السياحة: من أجل تحقيق صناعة سياحية ناجحة يجب أن تتوفر لدى المستثمر الأهداف الأساسية لكي يتحقق النجاح الشامل في صناعة السياحة، وتنقسم تلك الأهداف إلى أهداف سياسية وأهداف اقتصادية، وأهداف اجتماعية وذلك على النحو التالي<sup>6</sup>:

- **الأهداف السياسية:** تهدف صناعة السياحة إلى تحقيق كل من الاستقرار الداخلي والاستقرار الخارجي، فالاستقرار الداخلي يتحقق من خلال الحماية الأمنية وتلك تتحقق من خلال تعمير المناطق على حدود الدولة، أما الاستقرار الخارجي، فهو يتحقق من خلال تطوير الدولة فكريا مرافق، فمن حيث التطوير الفكري للشعوب يتأتى من خلال الفصل بين الحكام والشعوب.

- **الأهداف الاقتصادية:** تتجه الأهداف الاقتصادية إلى تحقيق أكثر من هدف، وهي على النحو التالي: زيادة الإيرادات السياحية، زيادة الدخل القومي، تحسين ميزان المدفوعات.

• **الأهداف الاجتماعية:** يتحقق قطاع السياحة كثير من الأهداف الاجتماعية، فهو من ناحية يحقق الترويج عن النفس البشرية خلال فترات معينة يكون الإنسان في أمس الحاجة إليها، ومن جهة أخرى تشارك صناعة السياحة في الحد من الفجوة الكبيرة في تشغيل الشباب، أي أنها تساعد على تقليل البطالة في الدولة

**II. أهمية الصناعة السياحية:** تعد صناعة السياحة أوسع الصناعات عالمياً، وصلت إيراداتها إلى ما يزيد عن 1,260 مليار دولار عام 2015، بعدد سياح تجاوز 1148 مليون سائح، منهم أكثر من 51% لأغراض الترفيه والاستمتاع والعطلات فقط حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة، وتشير الدراسات والتوقعات إلى أن عدد السياح سوف ينمو ويزداد إلى أن يصل إلى أكثر من 1.4 مليار سائح بحلول عام 2020 وبمعدل إنفاق 5 مليار يومياً، وفي عام 2030 سوف يصل عدد السياح العالمي إلى 1.8 مليار سائح<sup>7</sup>.

الشكل رقم(02): توزيع السياح على القارات.



Source: WTTC, World Travel and Tourism council. Economic Impact 2017.

سجلت حركة السياحة الدولية زيادة ملحوظة وصلت نسبتها إلى 4.6% عام 2015، مقارنة بعام 2014، ووصل عدد السياح إلى 1.186 مليون سائح، حيث بلغت الزيادة 52 مليون سائح مقارنة بعام 2014 بلغ عدد السواح 1.134 مليون سائح مبيت. كانت من أهم العوامل التي ساعدت على استمرارية نمو الطلب السياحي التذبذبات الكبيرة في أسعار صرف العملات إضافة إلى الانخفاض الملحوظ في أسعار النفط وزيادة الاهتمام بعوامل السلامة والأمان.

الجدول رقم (01): التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية حسب الأقاليم خلال الفترة (2010-2017)

الوحدة: مليون سائح

2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	السنوات المنطقة
1323	1.235	1.189	1.137	1.093	1.045	988	953	العالم
6711	615.2	602.6	575.2	565.7	540.1	519.9	489	أوروبا
3232	308.1	284.1	269.5	254.1	237.8	221.6	208.1	آسيا والباسفيك
2073	199.9	192.7	181.9	167.6	162.6	155.7	150.1	أمريكا
63	57.8	53.4	55.00	54.7	52.3	50.1	50.4	إفريقيا
582	53.6	55.9	55.4	51	51.8	50.3	55.4	الشرق الأوسط

Source : UKWTO, world tourism barometer, volume 15, June 2018,P 03.

من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق، نلاحظ أن حصص كل من إفريقيا والشرق الأوسط ضعيفة، بينما نجد أوروبا تستحوذ الحصة الكبيرة من حركة السياحة الدولية منذ فترة طويلة، ثم تليها آسيا والباسفيك، ثم أمريكا، ويمكن إرجاع سبب التراجع في حركة السياحة الدولية في كل إفريقيا والشرق الأوسط إلى الأوضاع السياسية المشاكل الأمنية التي تعاني منها المنطقة بسبب أحداث الربيع العربي، وانتشار بعض الأمراض والأوبئة، وكذلك نوع وطبيعة الخدمات والتسهيلات السياحية المتوفرة، على عكس المناطق الأخرى التي أعطت أولوية واهتمام زائد لهذا القطاع.

وتعتبر الإيرادات السياحة الدولية عن الأرباح المتولدة من بلدان المقصد من الإنفاق من جانب الزائرين الدوليين على بنود: الإقامة، الطعام والشراب، التنقلات المحلية، وسائل الترفيه، التسوق، وغيرها من الخدمات والسلع، وتعتبر إيرادات البلاد من السياحة مصدرا حيويا للعملة الصعبة لجهات عديدة، وأيضا مساهما هاما في الاقتصاد المحلي، كما تساعد على خلق فرص عمل وفتح مجالات تنموية مستدامة<sup>8</sup>.

## الجدول رقم (02): التوزيع الجغرافي للإيرادات السياحية حسب الأقاليم خلال الفترة (2010-2017).

الوحدة : مليار دولار

2017	2016	2015	2014	2013	2012	2010	
519.2	447.30	449.64	508.89	491.71	454.65	441.61	أوروبا
389.6	366.68	349.38	376.81	360.72	329.29	255.80	آسيا والباسفيك
326.2	313.21	305.64	273.99	264.16	249.35	215.02	أمريكا
37.3	34.77	32.78	36.43	35.49	34.75	30.98	إفريقيا
67.7	57.59	58.16	49.30	45.23	47.75	52.15	الشرق الأوسط

Source: UNWTO: Tourism Highlights, 2017 Edition, P08-12.

UNWTO: Tourism Highlights, 2018 Edition, P08-12.

من خلال البيانات الواردة في الجدول، نلاحظ أن هناك ارتفاع في الإيرادات السياحية مع حدوث بعض التذبذبات، فجدد أوروبا تستحوذ الحصة الكبيرة من الإيرادات السياحية حيث بلغ حجم الإيرادات السياحية 519.2 مليار دولار عام 2017، مقارنة بعام 2015 والتي عرفت تراجع في حجم الإيرادات حيث بلغت 449.64 مليار دولار، ثم تليها منطقة آسيا والباسفيك واستحوذت المرتبة الثانية التي كانت من نصيب أمريكا هذه الأخيرة التي تراجعت إلى المرتبة الثالثة، أما الشرق الأوسط احتل المرتبة الرابعة، وإفريقيا المرتبة الخامسة.

**III. واقع ومقومات السياحة في الأردن.**

يعد قطاع السياحة في الأردن أحد الركائز الأساسية وهذا لمساهمة الكبيرة في دفع عجلة التنمية على مستوى الاقتصاد الجزئي والكلّي للدولة<sup>9</sup>، وتملك الأردن مجموعة من المؤهلات السياحية، ما يؤهلها لإنشاء صناعة سياحية كبيرة ومزدهرة، وتنقسم هذه الإمكانيات إلى مقومات طبيعية وتاريخية مؤهلات مادية، وفي ما يلي تحليل كل من العرض والطلب السياحي للأردن.

**III.1. تحليل العرض السياحي في الأردن:** تعد الأردن من البلدان التي تمتلك مقومات سياحية كبيرة جدا، وذلك لما تمتع به من مناخ معتدل وموقع متميز وطبيعة متباينة ومواقع تاريخية هامة على الخارطة العالمية كالبتراء ووادي رم والتي تعد من مكونات جانب العرض في السوق السياحي، ويشمل الجانب السياحي كافة المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن المقصد السياحي للسائح فعلا.

الجدول رقم(03): تطور العرض السياحي في الأردن خلال الفترة(2014-2017).

النشاط	2014	2015	2016	2017
منشآت الإيواء:				
الفنادق	237	245	255	261
الشقق والأجنحة الفندقية	151	165	170	186
الفنادق الشعبية	125	125	125	125
المخيمات السياحية	56	56	56	56
<b>المجموع</b>	<b>569</b>	<b>591</b>	<b>606</b>	<b>628</b>
الغرف	27,073	27,664	28,160	29,311
الأسرة	53,811	52,928	53,811	55,864
المطاعم السياحية	983	1,006	1,014	976
مكاتب السياحة والسفر	856	868	872	898
متاجر التحف الشرقية	375	385	392	305
مكاتب تأجير السيارات	252	252	230	223
شركات النقل السياحي	8	8	8	8
الأدلاء السياحيين	1,188	1,123	1,138	1,135

المصدر: وزارة السياحة والآثار، الخطة السياحية لوزارة السياحة والآثار 2012-2018 مسودة نهائية كانون الثاني 2018، ص70.

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن هناك ارتفاع في مكونات العرض السياحي في الأردن خلال الفترة (2014-2017)، حيث تشير البيانات أن أعداد الفنادق ارتفع إلى 261 فندق عام 2017 مقارنة بعام 2014 كان عدد الفنادق 237، بالإضافة الشقق والأجنحة الفندقية التي بلغت 186 عام 2017. في حين نجد تذبذبات في مكونات العرض السياحي، تشير البيانات الواردة في الجدول إلى انخفاض في عدد المطاعم إلى 976 مطعم عام 2017 مقارنة ب1014 مطعم عام 2016، وانخفاض في مكاتب تأجير السيارات، ونلاحظ أيضا زيادة في عدد مكاتب السياحة والسفر فقد ارتفع من 856 عام 2014 إلى 898 عام 2017.

### 2.III. تحليل الطلب السياحي في الأردن.

تشمل السياحة الدولية على العديد من أنواع السياحة وذلك كالسياحة الثقافية وسياحة الاستجمام وسياحة رجال الأعمال والسياحة الاجتماعية والترانزيت وخاصة من دول الخليج العربي الذين يعبرون الأردن إلى سوريا وتركيا وكذلك السياحة العلاجية والبيئية التي انتعشت في العقد الأخير، ونظريا يتعلق الطلب السياحي بالسائح ومجموع طلبه على السلع والخدمات السياحية بالإضافة إلى خصائصه من حيث نمط سياحته.

الجدول رقم(04): تطور الطلب السياحي في الأردن خلال الفترة(2010-2017)

عدد السياح								مجموعات الدول
2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
171	1457	1824	667	3974	3247	3050	3143	الدول الإفريقية
10657	41244	45307	51.223	47109	49150	46763	79096	الدول الأمريكية
19031	105792	84.085	102302	112984	111110	89631	104215	دول آسيا والباسفيك
31379	147435	141032	259032	243840	149687	256167	472481	الدول الأوروبية
18975	99410	91864	108649	25007	32971	23960	48503	الدول العربية
365392	1364653	1125159	2019287	432878	446165	419571	707735	المجموع
عدد الليالي								مجموعات الدول
2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
646	4551	4921	2276	8889	6656	6966	8060	الدول الإفريقية
38800	137366	152.008	163.358	145739	159975	156097	291073	الدول الأمريكية
100554	303096	220875	257.788	270862	248677	204198	276163	دول آسيا والباسفيك
206417	820230	655491	1481216	1338940	1306287	1337574	2426288	الدول الأوروبية
18975	99410	91864	108649	100019	169617	82859	1887034	الدول العربية
365392	1364653	1125159	2019287	186449	1891212	1787694	3189618	المجموع

المصدر: وزارة السياحة والآثار-الأردن، 2018.

من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق، نلاحظ أن هناك انخفاض في عدد السائحين الوافدين للأردن فبلغ عدد السياح 116067 في عام 2017 مقارنة بعام 2010 حيث بلغ عدد السياح 707735 سائح، في حين تستحوذ الدول الأوروبية المرتبة الأولى في عدد السياح الوافدين، ومع كل ذلك نلاحظ انخفاض في عدد السياح الأوروبيين إلى الأردن، حيث بلغ عدد السياح الأوروبيين عام 2017 حوالي 31379 سائح مقارنة بعام 2010 بلغ عدد السياح 472481 سائح، ثم تليها آسيا والباسفيك، ثم الدول الأمريكية، أما المرتبة الرابعة والخامسة في للدول العربية والدول الإفريقية على التوالي.

بالنسبة إلى الليالي السياحية فهي كذلك شهدت تذبذبات بين الارتفاع والانخفاض في عدد الليالي من طرف السياح، فبلغ عدد الليالي السياحية 365392 في عام 2017 مقارنة بعام 2010 حيث بلغ عدد الليالي 3189618 ويرجع ذلك إلى الأسباب السياسية والأمنية التي تعاني منها المناطق المحيطة بالأردن، ونلاحظ كذلك استحواد الدول الأوروبية على المرتبة الأولى في عدد الليالي حيث بلغ عام 2017 حوالي 206417 وبالرغم من الانخفاض في عدد الليالي السياحية للأوروبيين، ثم تليها آسيا والباسفيك، ثم الدول الأمريكية، المرتبة الرابعة للدول العربية، أما الدول الإفريقية احتلت المرتبة الخامسة.



#### IV. الإستراتيجية السياحية في الأردن.

يمكن تقسيم هاته الإستراتيجية إلى ثلاث مراحل هما<sup>10</sup>:

**1.IV. الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام 2004-2010:** تم تطوير الإستراتيجية الوطنية من خلال شراكة فاعلة بين القطاع العام والخاص، وارتكزت الإستراتيجية التي شملت الأعوام 2004-2010 على أربعة ركائز رئيسية ساهمت في توجيه عملية تطوير ونمو القطاع.

- الركيزة الأولى: تعزيز التسويق السياحي.
- الركيزة الثانية: دعم المنافسة وتطوير المنتج السياحي.
- الركيزة الثالثة: تعزيز الموارد البشرية.
- الركيزة الرابعة: توفير إطار عمل مؤسسي وتنظيمي فعال.

كما تمثلت النتائج المباشرة للإستراتيجية في تعزيز جهود التسويق والترويج للقطاع وتحسين نوعية المنتجات والخدمات السياحية وتنوعها وتبني ممارسات مهنية في إدارة الموارد البشرية على نطاق واسع في القطاع، واتخاذ خطوات هامة تهدف إلى خلق بيئة تنظيمية أكثر تشجيعا على تطوير قطاع السياحة، هذه النتائج مجتمعة أدت لساهمة قطاع السياحة بما يزيد عن 12.4% من الناتج المحلي الإجمالي لعام 2010.

**2.IV. الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام 2011-2015:** وضعت الإستراتيجية للسياحة الوطنية للأعوام 2011-2015 للبناء على الأساس المتين الذي تم وضعه في عام 2004، ولتقديم التوجيه الضروري للجهات المعنية في قطاع السياحة وذلك بوضع طريق واضح لضمان النمو المستقبلي. وسوف يتم توجيه تطوير وتنفيذ الإستراتيجية من خلال الرؤية والرسالة، وتستند الإستراتيجية للسياحة الوطنية للأعوام 2011-2015 على إطار عمل مكون من أربع ركائز (إلا أنه تم تعديل هذه الركائز والأهداف الإستراتيجية بشكل طفيف، وذلك لإعطاء التنافسية الأولوية في كافة النشاطات).

- الرؤية الإستراتيجية للأعوام 2011-2015: سوف يكون الأردن وجهة سياحية مميزة توفر تجارب متنوعة للزوار على مدار العام، والتي من شأنها إثراء حياة الأردنيين وضيوفهم.
- الرسالة الإستراتيجية للأعوام 2011-2015:

تنص الرسالة على تخطيط وتنفيذ التغييرات والإجراءات اللازمة لتحقيق ما يلي:

- ✓ رفع التنافسية الكلية لقطاع السياحة الأردني.
- ✓ إثراء تجربة الزائر من خلال الابتكار في تطوير المنتج السياحي.
- ✓ تحسين وترسيخ صورة الأردن والترويج له بشكل أفضل في الأسواق العالمية من أجل جذب أكبر عدد من الزوار الأكثر إنفاقا طيلة العام.
- ✓ استحداث بيئة تنظيمية وتشغيلية تؤدي إلى تحسين أداء قطاع الأعمال السياحية، وتفجير الطاقة الكامنة للقطاع الخاص بوصفها محركا للنمو السياحي.

الهدف الاستراتيجي: زيادات العائدات السياحية لتصبح 4.2 مليار دينار في عام 2015.

• أهم أهداف ركائز هذه الإستراتيجية

الشكل رقم (03): أهداف ركائز الإستراتيجية للأعوام 2011-2015



المصدر: وزارة السياحة والآثار، الإستراتيجية الوطنية للسياحة-الأردن - 2011-2015، ص 08.

- أهداف الركيزة الأولى (التسويق والترويج السياحي):
  - ✓ زيادة إجمالي أعداد السياح القادمين إلى 9.4 مليون سائح.
  - ✓ نمو الدخل السياحي إلى 4.2 مليار دينار أردني.
  - ✓ نمو الدخل المتأتي من السياحة المحلية بنسبة 30%.
- أهداف الركيزة الثانية (تطوير المنتج السياحي):
  - ✓ زيادة قدرة استيعاب الرحلات الجوية القادمة إلى الأردن بنسبة 20% خلال فترة الإستراتيجية.
  - ✓ إتمام 20 مشروعا للبنية التحتية السياحية تلبي الاحتياجات السوقية.
  - ✓ الموافقة على إقرار 100% من الفنادق و 80% من المطاعم وتصنيفها ضمن خطة التصنيفات الوطنية خلال الفترة.
- أهداف الركيزة الثانية (تطوير سوق العمل):
  - ✓ إيجاد ألف وظيفة إضافية في قطاع السياحة خلال فترة الإستراتيجية.
  - ✓ رفع مستوى مشاركة المرأة في القوى العاملة إلى 10%.
  - ✓ تدريب آلاف طالب في المراكز التابعة لمؤسسة التدريب المهني والبالغ عددها أحد عشر مركزا.
  - ✓ تدريب 40 ألف موظف على مهارات حسن الضيافة.
- أهداف الركيزة الرابعة (البيئة الداعمة):
  - ✓ إقرار قانون جديد للسياحة
  - ✓ تحديث الأنظمة الداخلية الخاصة بالمهن.

3.IV. الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام 2018-2020: اعتمدت منهجية تطوير الخطو الإستراتيجية لوزارة السياحة والآثار للأعوام 2018-2010 على منهجية التخطيط الاستراتيجي المعتمدة من قبل وزارة تطوير القطاع العام، لقد تم إتباع منهج تشاركي جرى فيه اشتراك أكبر عدد أكبر من المعنيين داخل الوزارة وخارجها من القطاع، بما في ذلك وخارجها من القطاع، بما في ذلك هيئة تنشيط السياحة، دائرة الآثار العامة والقطاع الخاص ممثلا بجمعياته<sup>11</sup>.

#### IV.3.1. ركائز وأهداف الإستراتيجية:

انبثاقا من الرؤية والرسالة، تبنت الوزارة ثلاث ركائز من أجل تحقيق أهداف الخطة الإستراتيجية وغايتها وهي:

##### • منتج سياحي يعكس هوية الأردن:

✓ خلق تجارب سياحية محلية متنوعة وفريدة تشمل أنماط مختلفة بما يناسب الفئات المستهدفة: الهدف من ذلك هو تقادي العشوائية في استحداث وتطوير المواقع السياحية والخدمات المزامنة لها، من خلال تصميم تجارب سياحية متكاملة تشمل عددا من المواقع والأنماط، وهذا من أجل تشجيع الاستثمار السياحي وتمكين المجتمع المحلي وتوفير فرص عمل في جميع أنحاء المملكة على مدار السنة.

##### • بيئة ممكنة:

✓ تنظيم البيئة التشريعية بما يضمن القانون والشفافية والمساءلة: والهدف من ذلك هو ضمان تطبيق القانون على جميع الأطراف المعنية بشفافية وتنظيم الروابط التشريعية والصلاحيات بين السياحة والآثار وأصحاب العلاقة بما فيه المصلحة العامة وتجنب الازدواجية و/أو التناقض في التشريعات التي تصدرها المؤسسات المختلفة مما يؤثر سلبا على جودة الخدمة المقدمة، وكذلك النظر في التشريعات التي يحتاج لها القطاع لمواكبة التطورات العالمية الحديثة.

✓ خلق بيئة محفزة للاستثمار تدعم نمو قطاع السياحة: الهدف منها هو إيجاد بيئة محفزة للاستثمار في قطاع السياحة ومن خلال شراكات مع القطاع الخاص والمجتمع المحلي، من خلال تبني وزارة السياحة والآثار مبادرات مختلفة مثل التعاقد الخارجي لتشغيل وإدارة المواقع الأثرية من قبل القطاع الخاص بهدف توفير الخدمات السياحية والأنشطة المساندة.

##### • أداء مؤسسي متميز:

✓ بناء وتطوير القدرات المؤسسية بما في ذلك الهيكلية، الأنظمة، الإجراءات، المهارات والثقافة المؤسسية: والهدف من ذلك هو زيادة رضي متلقي الخدمة من المنتجات وسينعكس هذا بالتالي على تحسن أداء الوزارة في الخدمات التي تقدمها وزارة السياحة والآثار.

✓ إدارة معرفة كفاءة لخدمة القطاع: الهدف من ذلك هو تحسين عملية اتخاذ القرار ورسم السياسات ونقل المعرفة وتعزيز البحوث السياحية في الأردن.

#### V. دور صناعة السياحة في التنمية الاقتصادية

تغلب صناعة السياحة دورا هاما في التنمية الاقتصادية الكلية، من خلال ما تحققه من مزايا وفوائد عديدة تعود على المجتمع بواسطة الاستثمارات المختلفة الموجهة للقطاع السياحي<sup>12</sup>، ومن خلال هذا المحور سنتناول الآثار الاقتصادية للسياحة من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، وكذلك مساهمتها في توفير فرص العمل، بالإضافة إلى مساهمتها في ميزان المدفوعات.

### 1.7. مساهمة السياحة في التشغيل:

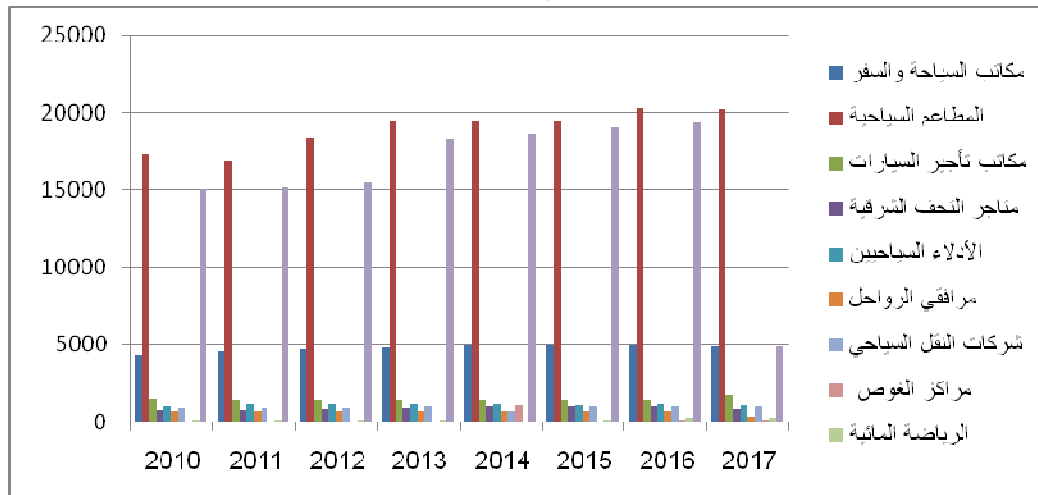
يعتبر عنصر العمل من أهم العناصر التي تسهم في العملية الإنتاجية لأي نشاط اقتصادي، ويتعاضد هذا الدور في النشاط السياحي، إذ توصف صناعة السياحة بأنها بكثافة الأيدي العاملة، حيث أن إجراءات تقديم الخدمات السياحية تعتمد بشكل أساسي في معظم مراحلها على القوى البشرية، فصناعة السياحة تتطلب تركيز العمل على النوعية المميزة والمهارة العالية في إدارة خدمات الضيوف وتحقيق رضاهم<sup>13</sup>، والجدول الموالي يوضح تطور عدد العمال في القطاع السياحي خلال الفترة (2017-2020).

الجدول رقم(05): مساهمة السياحة في التشغيل خلال الفترة (2010-2017).

البند	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
الفنادق	20,670	19298	19058	18,644	18307	15419	15174	15080
مكاتب السياحة والسفر	4885	4981	4975	4971	4971	4783	4719	4582
المطاعم السياحية	20,195	20260	19508	19,450	19512	18439	16855	17345
مكاتب تأجير السيارات	1,755	1476	1476	1,476	1476	1489	1489	1520
متاجر التحف الشرقية	848	1043	1023	1,003	940	870	814	791
الأدلاء السياحيين	1,054	1138	1123	1,188	1200	1181	1140	988
مرافقي الرواحل	413	713	713	713	713	713	713	713
شركات النقل السياحي	1,047	1047	1047	1,047	1047	939	939	939
مراكز الغوص	148	148	48	48	48	48	48	48
الرياضة المائية	255	255	125	125	125	125	125	125
المجموع	51,270	50359	49096	48,665	48151	43942	41879	41900

المصدر: وزارة السياحة والآثار-الأردن، 2018.

الشكل رقم (04): مساهمة السياحة في التشغيل خلال الفترة (2010-2017).



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المعلومات السابقة.

من خلال البيانات في الجدول نلاحظ أن هناك تزايد في حجم العاملة في القطاع السياحي حيث بلغ حجم العمل 51.270 عام 2017 مقارنة بعام 2010 كان حجم العمال 41900 عامل، في حين نجد أن العاملة في الفنادق تستحوذ على الحصة الأكبر من حجم التشغيل ويقوم متزايدة حيث وصلت عام 2017 إلى 20670 مقارنة بعام 2010 بلغ عدد العمال 15080 عامل، وارتفع كذلك عدد العمال في المطاعم بلغ 26020 عام 2016 مقارنة بعام 2010 وصل عدد العمال 17345 عامل ثم انخفاض في عدد العمال في المطاعم عام 2017 حيث بلغ 20.195 عامل، نجد ارتفاع في عدد العمال في مكاتب تأجير السيارات حيث بلغ عام 2017 نحو 1775 عامل، مع ثبات في عدد العمال مرافقي الرواحل، في حين نجد تذبذبات بين الارتفاع والانخفاض في عدد العمال الأدلاء السياحيين حيث بلغ عام 2017 حوالي، أما القطاعات الأخرى فشهدت ثبات في عدد العمال خلال فترات لتعاود الارتفاع ومن ثم الثبات في عدد العمال.

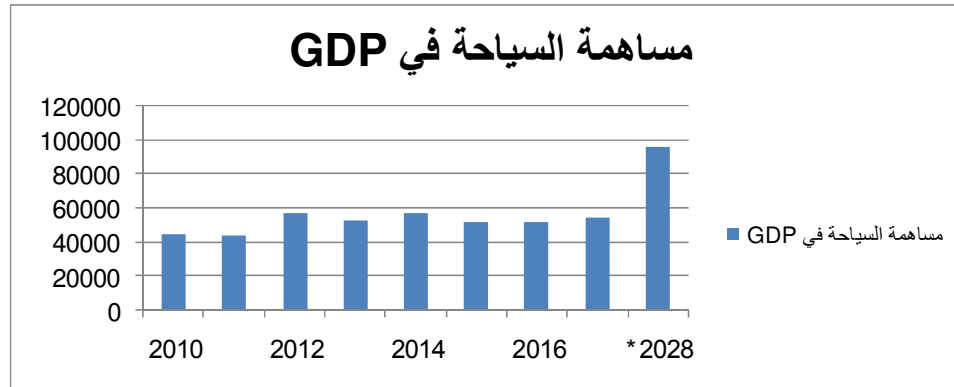
## 2. v. مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي: الجدول التالي يوضح المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

الجدول رقم (06): المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج الإجمالي خلال الفترة (2010-2017).

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	*2028
مساهمة السياحة في GDP	44089	43981	56641	54262	56716	51252	51283	54193	96302
نسبة المساهمة	6.2-	12.5	7.1	4.2-	4.5	9.7-	0.1	5.7	5.1

Source: WTTC travel and tourism economic impact 2015/2018 GORDAN, p12.

الشكل رقم (05): المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج الإجمالي خلال الفترة (2010-2017).



المصدر: المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المعلومات السابقة.

من خلال البيانات الواردة في الجدول أن مساهمة السياحة في الناتج المحلي متذبذبة بين الارتفاع والانخفاض خلال الفترة (2010-2017)، فانخفضت إلى 54193 عام 2017 مقارنة بعام 2010 حيث بلغت مساهمة السياحة في GDP 44089 مساهمة بنسبة 6.2- % في GDP، في حين تشير التوقعات بالنسبة لعام 2028 أن تساهم السياحة ب 96302 في GDP أي بنسبة 5.1%.

**3.7. مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات.**

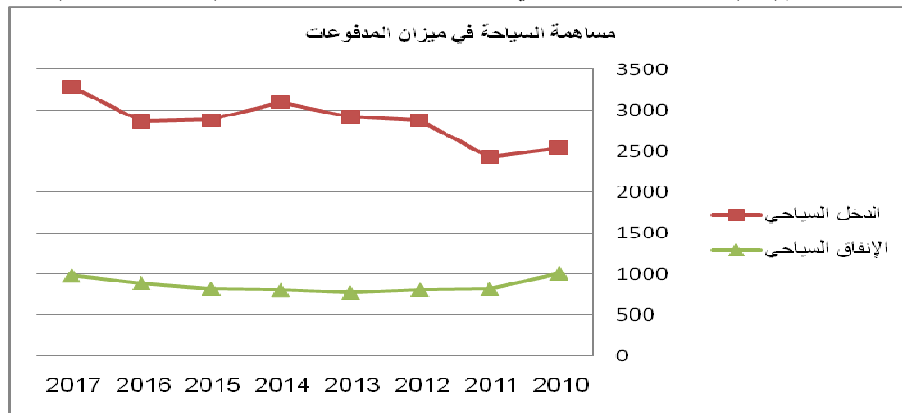
تمثل السياحة جزء من المعاملات غير المنظورة، بحيث تدمج الإيرادات والنفقات المتعلقة بهذا القطاع كعنصر من ميزان المدفوعات، والذي تسعى كل دولة إلى تحقيق حالة ايجابية له وذلك من خلال تشجيع تصدير السلع والخدمات السياحية كصادرات غير منظورة، من شأنها أن تزيد من الموارد السياحية والتي بدورها تتعش التجارة الدولية وتوسع قاعدة الالتزامات المالية نحو الخارج سواء على شكل زيادة الواردات أو عن طريق القدرة على سداد المستحقات غير المنظورة، ويتضح أثر السياحة على ميزان المدفوعات من خلال حساب الفرق بين إنفاق السياح الأجانب داخل الدولة وإنفاق السياح الوطنيين بالخارج<sup>14</sup>، الجدول التالي يوضح مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات.

الجدول رقم(07): مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات خلال الفترة (2010-2017).

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الدخل السياحي	2545.2	2431.5	2883.6	2923	3106.6	2886.1	2870.9	3293.6
الإنفاق السياحي	1010.5	823.5	811.9	778.3	810.7	823.4	892.9	984
الرصيد	1534.7	1608	2071.7	2144.7	2295.9	2026.7	1978	2309.6

المصدر: وزارة السياحة والآثار - الأردن، 2018.

الشكل رقم(06): مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات خلال الفترة (2010-2017).



المصدر: المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المعلومات السابقة.

من خلال البيانات الواردة في الجدول نلاحظ أن رصيد الميزان السياحي موجب خلال الفترة (2010-2017)، وبقيم متذبذبة بلغت أعلى قيمة له 2309.6 عام 2017، في حين نلاحظ كذلك تذبذبات بين الارتفاع والانخفاض في كل من الدخل والإنفاق السياحي، حيث سجل انخفاض في حجم الإنفاق السياحي عام 2017 قدر ب 984 مقارنة بعام 2010 حيث بلغ 1010.5، أما الدخل السياحة ارتفع إلى 3293.6 مقارنة بعام 2011 سجل ما قيمته 2431.5.

## خاتمة:

من خلال ما تم عرضهم نستخلص أن صناعة السياحة أصبحت من أهم الصناعات الحديثة وتعتبر من الصناعات الواعدة، وعامل مهم في ازدهار السياحة ككل، وهذا من خلال ما تساهم وبدرجة كبيرة في الاقتصاد الوطني، وتدعيمها لكل القطاعات الاقتصادية الأخرى، وأصبح الاهتمام بهذه الصناعة ضرورة حتمية وأكيدة خصوصي بعد الصدمات النفطية التي تعرضت لها الاقتصاديات النفطية في الآونة الأخيرة وما تسبب ذلك من آثار سلبية على الاقتصاد العالمي.

فالتجربة الأردنية في مجال صناعة السياحة تعد من بين التجارب العديدة في هذا المجال، حيث حظيت باهتمام من قبل القائمين على هذا القطاع وذلك من خلال تبني الاستراتيجيات وخطط والبرامج لتطوير القطاع السياحي، وتحويل المملكة إلى مركز جذب سياحي في المنطقة العربية، لأن النهوض بهذا القطاع يتطلب رؤية إستراتيجية واضحة ومحددة وشاملة كل هذا من أجل كسب مكانة هامة في الأسواق السياحية الجديدة.

خلصت الدراسة إلى تقديم جملة من التوصيات والاقتراحات التالية تعتبر الصناعة السياحة صناعة متكاملة، ومهمة خصوصي بعد الصدمة النفطية التي تعرضت لها اقتصاديات العالم، مما أثر ذلك على الاقتصاد الوطني، ومن خلال التجربة الأردنية، نقترح جملة من التوصيات:

- تكثيف الاهتمام بالقطاع السياحة لاعتباره المحرك الرئيسي للتنمية السياحية.
- تحسين الصورة السياحية للبلد في الأسواق السياحية الرئيسية المصدرة للسياح، من خلال تحسين الصورة السياحية على أساس تاريخ البلد وثقافته ومميزاته السياحية، والتكوين الطبيعي، وتقديم فرص للسائح للتجارب المباشرة مع المنتج السياحي، مع التأكيد على أن تكون الصورة السياحية المقدمة متجاوبة مع دوافع وحاجات السوق.
- إقامة المهرجانات والأسابيع السياحية المتخصصة في الدول المصدرة للسياح، بهدف الترويج للبلد المستضيف في الأسواق الدولية واستقطاب أعداد كبيرة من السياح إليه.
- تهيئة المناخ للمستثمر وتحسين نوعية المنشآت السياحية.
- توفير الأمن اللازم لحماية المرافق وتشجيع السياحة.
- إعادة النظر في كيفية استغلال المؤهلات السياحية في الجزائر وطرق تطويرها.
- تقليل الإجراءات الإدارية أمام المشروعات السياحية.
- إزاحة العراقيل أمام تحويل رؤوس الأموال لتمويل الأنشطة السياحية.
- إصدار المزيد من التحفيزات الاستثمارية والضريبية.
- الاهتمام بتنمية القطاع السياحي من خلال زيادة المخصصات الحكومية.

## الإحالات والمراجع:

- <sup>1</sup>- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 27.
- <sup>2</sup>- يوسف مصطفى كافين أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 27.
- <sup>3</sup>- يوسف مصطفى كافي، اقتصاد السياحة والسفر، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 45.
- <sup>4</sup>- نعيم الطاهر وسراب الياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص 35.
- <sup>5</sup>- أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2012، ص 11.
- <sup>6</sup>- أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 63-66.
- <sup>7</sup>- بن مرزوق نبيل وسراي صالح، دور سياسات التنمية السياحية في معالجة ظاهرة البطالة في الجزائر، الملتقى الوطني الرابع حول سياسات التشغيل والنقل من البطالة في الجزائر بين جمود البرامج الحكومية، ومبادرات القطاع الخاص ص ومنظمات المجتمع المدني، يومي 23/22 نوفمبر 2017، جامعة الطارف، ص 6.
- <sup>8</sup>- بن مرزوق وسراي صالح، مرجع سابق، ص 07.
- <sup>9</sup>- أسعد حماد أبو رمان وممدوح طابع الزيادات، مدى إدراك السياح الأردنيين للخداع التسويقي الذي تمارسه وكالات السياحة والسفر، تنمية الريفين، جامعة الموصل، مجلد 32، العدد 100، 2010، ص 152.
- <sup>10</sup>- الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2011-2015، وزارة السياحة والآثار، الأردن، ص 7-16.
- <sup>11</sup>- وزارة السياحة والآثار - الأردن، الخطة السياحية لوزارة السياحة والآثار 2018-2020 مسودة نهائية كانون الثاني 2018، ص 3، 16-17.
- <sup>12</sup>- ماهر عبد الخالق السبسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2016، ط 2، ص 172.
- <sup>13</sup>- فؤاد كريشان، اقتصاديات السياحة الأردن: دراسة إحصائية للفترة 1990-2011، ARAB ECONOMIC AND BUSINESS، Holy Spirit University of Kaslik، ص 43.
- <sup>14</sup>- مجدوب خيرة، دراسة لمؤشرات النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي الثاني حول تسويق الوجهة السياحية في الجزائر بين الإمكانيات والتحديات، يومي 08//07 أكتوبر 2016، جامعة عنابة، ص 14.