

مساهمة الإستراتيجية السياحية في دعم التنمية الاقتصادية - عرض تجربة الأردن -

بلاسكة صالح - جامعة 20 أوت 1955-سكيدة

مزياتي نور الدين - جامعة 20 أوت 1955-سكيدة

ملخص:

تحتل السياحة في الوقت الحاضر باهتمام كبير من قبل العديد من الدول في العالم، فهي تمثل مورداً اقتصادياً مهماً وأساسياً لها، وبخاصة في ظل محدودية الموارد في لبعض هذه الدول، فلم يُعَد يُنظَرُ إلى السياحة على أساس أنها من القطاعات الثانوية في الاقتصاديات، لما لها من أهمية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وتراكم الاحتياطيات من العملات الأجنبية.

وتهتم الدراسة بإبراز طريقة المقارنة، التي تركز على إجراء المقارنات بين عام 1999 وعام 2012 في عملية التطوير السياحي في الأردن، كذلك تم إجراء المقارنات بين التطورات الحاصلة في حجم الاستثمارات التي خصصتها الأردن للدفع بالسياحة وجعلها من المحركات الأساسية للتنمية الاقتصادية، حيث تعد الهدف التي تسعى إليه كل الاقتصاديات العالمية، بهدف الوصول إلى حكم يتعلق بتشخيص واقع السياحة في الأردن خلال الفترة 1999-2012. وكذا تقديم توصيات تساهم السياحة في الجزائر للوصول إلى هدفها المرجو.

الكلمات الدالة: السياحة، الإستراتيجية السياحية، التنمية الاقتصادية، السياحة في الأردن.

Abstract :

Enjoy tourism at the present time with great interest by many countries in the world, they represent an important economic resource and a key to it, especially in light of the limited resources in some of these countries, is no longer seen to tourism on the basis of it from the sub-sectors in the economies, because of their importance in contributing to the GDP, and the accumulation of foreign exchange reserves.

Is interested in the study highlighting the comparative method, which focuses on making comparisons between 1999 and 2012 in the process of development of tourism in Jordan, has also been making comparisons between developments in the volume of investments allocated by Jordan to push tourism and make of the main engines of economic development, where it is the goal that seeks to all global economies, in order to reach a provision regarding the diagnosis and the reality of tourism in Jordan during the period 1999 to 2012. As well as provide recommendations contribute to tourism in Algeria to reach the desired goal.

Key words: Tourism, Tourist strategy, Development economic, Tourism in Jordan.

مقدمة:

يشهد النشاط السياحي نمواً وتطوراً كبيراً في الوقت الراهن، حيث أصبحت السياحة من أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية، وهي تحتل موقعا مهما في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية، فهي تعد أحد الركائز في معظم اقتصادياتها نظرا لمساهمتها الفعالة في الدخل الوطني وفي مستوى الاستثمارات الوطنية والدولية في المناطق السياحية. وكذا العديد من الآثار على المستويين الجزئي والكلّي، ولعل كذلك من بين أهم المجالات التي تؤثر عليها السياحة هو دعم التنمية الاقتصادية خاصة بالنسبة للدول التي لا تمتلك مداخيل من القطاعات الأخرى.

وقد أصبحت السياحة أكبر قطاع مساهم في الناتج المحلي العالمي حيث تساهم بما نسبته 15%، بينما تساهم بنسبة 16% من الاستهلاك العالمي، و7% من الاستثمار العالمي، و9,6% من إجمالي الإنفاق الحكومي، وقد شكلت إيرادات السياحة العالمية حوالي 7-8% من إجمالي صادرات العالم من السلع والخدمات، ووفرت حوالي 200 مليون فرصة عمل، أو ما يعادل 11% من إجمالي القوى العاملة في العالم وهذا خلال سنة 2012.

ونظرا لارتباط السياحة بشكل أساسي بالتنمية الاقتصادية فقد بدأ الاهتمام والتركيز على هذا القطاع وذلك منذ ثمانينيات القرن الماضي، حيث لم يعد يقتصر المفهوم الجديد للسياحة على المنظور الاقتصادي فحسب، بل أصبحت هناك استجابة لمقتضيات التنمية المستدامة بخصوص انعكاسات النشاط السياحي على البيئة الطبيعية والبشرية بما تتضمنه من حماية للبيئة الاجتماعية والثقافية ورعاية حقوق الأجيال المقبلة، ومن خلال نمو القطاع السياحي وزيادة منافعه وتأثيراته على العديد من الظواهر وعلى رأسها التنمية الاقتصادية.

إشكالية الدراسة:

إن ما تتمتع به الجزائر من إمكانات مادية وبشرية وبيئية يؤهلها لأن تكون بلدا سياحيا من الدرجة الأولى، إلا أن غياب الإرادة السياسية للنهوض بهذا القطاع يجعله هامشيا ولا يؤدي دوره الحقيقي، وما غدى هذا التعيب لقطاع السياحة في الجزائر هو الطابع الريعي للاقتصاد الوطني المعتمد على قطاع المحروقات، وبالخصوص في العشرة سنوات الأخيرة التي شهدت ارتفاعا متواصلا وأسعارا قياسية مما در على الخزينة موارد كبيرة جعلت البلد يعيش في بحبوحة مالية، غير أن العد التنازلي لنفاذ النفط يستدعي إعادة النظر في رسم السياسة التنموية، من خلال إيجاد قنوات بديلة من الموارد لدعم التنمية الاقتصادية.

وتحظى السياحة في الوقت الحاضر باهتمام كبير من قبل الحكومة الأردنية، فهي تمثل مورداً اقتصادياً مهماً وأساسياً لها، وبخاصة في ظل محدودية مواردها، فلم يعد يُنظرُ إلى السياحة على أساس أنها من القطاعات الثانوية في اقتصاديات الأردن، لما لها من أهمية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وتراكم الاحتياطيات من العملات الأجنبية. ويحتل قطاع السياحة في الأردن أهمية كبيرة في بنية الاقتصاد الأردني، فقد احتل في عام 2012 المركز الثاني من حيث حجم الواردات بالنقد الأجنبي، كما أسهم بما نسبته 26.2% من الناتج المحلي الإجمالي، إضافة إلى توفير 51 ألف فرصة عمل بشكل مباشر و195 ألف فرصة عمل بشكل غير مباشر، لذلك تعتبر السياحة في الأردن من الصناعات المدعومة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية. وعليه تعد تجربة الأردن في مجال السياحة خير نموذجا يقتدى به وهذا نظرا للنجاح الكبير التي حققتها، خاصة في مساهمة قطاع السياحة في الناتج القومي. ومن خلال ما تقدم يمكن طرح التساؤل الرئيسي لبحثنا كالآتي: ما مدى مساهمة الإستراتيجية السياحية التي انتهجتها الأردن في دعم تنميتها الاقتصادية؟

كما سنحاول الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية والمدعمة للبحث:

- ما المقصود بالسياحة؟
- ما هي أهم مقومات القطاع السياحي الناجح؟
- ما هو واقع السياحة في الأردن؟
- ما أبرز التطورات في القطاع السياحي الأردني (الاستثمارات السياحية) خلال الفترة الممتدة من عام 1999-2012 ؟
- كيف يمكن الاستفادة من التجربة الأردنية الناجحة هنا في الجزائر للنهوض بالسياحة وجعلها فاعلا في التنمية الاقتصادية؟

أولاً: السياحة والتنمية السياحية:

أصبحت تنمية السياحة من المصادر الأساسية المشاركة في حركة التنمية الاقتصادية و خصوصاً في الدول النامية، بحيث تمثل بديلاً هاماً للقطاعات الأخرى التي لا تمتلك فيها هذه الدول قدرات تنافسية كبيرة. فهي في الوقت الحالي الصناعة الأولى عالمياً، ويبرز ذلك من الإحصائيات الخاصة بعدد السياح في العالم والتي تؤكد تجاوز عدد السياح 1.1 مليار سائح سنة 2013 م ومن المتوقع أن يصل 1,6 مليار سائح سنة 2020 م لذلك تعتبر عملية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم من القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية. ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

1. مفهوم السياحة:

1.1. تعريف السياحة: بدأت المحاولات الأولى لتعريف ظاهرة السياحة في الثمانينات من القرن التاسع عشر، و كان أول تعريف محدد للسياحة يعود للعالم الألماني جويبر فرويلر (Guyer Freuler) عام 1905 م بوصفها: "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل"¹. وما يعاب على التعريف السابق إهماله الجوانب الاقتصادية المترتبة عن النشاط السياحي، وهو ما حاول العالم التركيز عليه في تعريفه للسياحة عام 1910 م، حيث أشار النمساوي (Schullard.H.V) إلى أن السياحة هي: "اصطلاح يطلق على العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة"². وقد ركز هذا التعريف على الجانب الاقتصادي ولكنه أهمل هو الآخر الجانب النفسي والثقافي للسياحة.

بعد هاذين التعريفين تعاقبت الكثير من التعاريف المختلفة والحديثة للسياحة من خلال كتابات الكثير من الباحثين، الهيئات الإقليمية والدولية خاصة الاقتصادية والسياحية أهمها:

- تعريف منظمة السياحة العالمية للسياحة: هي أنشطة المسافرين إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى³؛
- تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: السياحة عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة؛ فهي مجموعة من الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار.⁴

من خلال التعاريف السابقة يفهم بأن السياحة لها أكثر من تعريف واحد وكل منها يختلف عن الآخر بإخلاف الزاوية التي ينظر منها إلى السياحة، فالبعض ينظر إليها بوصفها ظاهرة اجتماعية، وآخرون يرونها ظاهرة اقتصادية، ومنهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الإنسانية والثقافية بين الشعوب. ولكن الأمر الذي تنفق فيه الكثير من التعاريف هو أن السياحة تنشأ للحصول على الراحة وليس للعمل، وأنها يجب أن لا تؤدي السياحة إلى إقامة دائمة ولا تكون لأقل من 24 ساعة.

2.1. أنواع السياحة: يعد قطاع السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، وهناك عدة أنواع السياحة طبقاً للمعايير التي تُؤخذ في تصنيف السياح وفيما يلي نذكر أهمها:⁵

أ- أنواع السياحة على أساس الموقع والحدود: هناك نوعان أساسيان هما: سياحة دولية (خارجية) وهناك سياحة داخلية (محلية) وهناك نوع آخر يُعرف بالسياحة الإقليمية: كإقليم أميركا اللاتينية وشرق آسيا.

ب- أنواع السياحة على أساس فترة إقامة السائح وخصائص المنطقة السياحية: هناك سياحة دائمة: وهي سياحة تتم على مدار السنة (سياحة ثقافية، دينية) وهناك سياحة موسمية: تقتصر على فترة من السنة كالسياحة الصيفية أو الشتوية.

ج- أنواع السياحة على أساس مناطق الجذب السياحي: توجد ثلاثة أنواع هي:

- سياحة ثقافية: وتشمل هذه السياحة زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والدينية والمتاحف، وهذه السياحة غالباً ما تكون دائمة إذا ما توافرت الظروف المناخية الملائمة لحركة السياح وتقلاتهم.

- سياحة طبيعية: وهي سياحة متعددة الوجوه (مناخية، نباتية، طبيعية، عامة) ومتنوعة الأغراض (ترويحية، علمية، إستشفائية) ولكن يُعد المناخ عنصرها الأساسي ومحركها الفعال.

- سياحة اجتماعية: وهي سياحة متعددة الجوانب، فهي سياحة علاقات اجتماعية وسياحة ترويح وترفيه عن النفس وربما تكون سياحة المدن ضمن هذه السياحة.

د- أنواع السياحة على أساس الهدف: هناك سياحة ترويحية، وسياحة ثقافية، وسياحة علاجية، ودينية، ورياضية، وسياحة المؤتمرات، وسياحة رجال الأعمال.

ه- أنواع السياحة على أساس التنظيم: هناك ثلاثة أنواع سياحة عائلية أو فردية وقد تكون جماعية (مجموعات سياحية).

و- أنواع السياحة على أساس أعمار السياح: هناك ثلاثة أنواع أيضاً هي: سياحة الشباب بين (16-30) سنة، وسياحة الناضجين بين (30-60) سنة، وسياحة كبار السن (المسنين) أي سياحة من تجاوز 60 سنة وسياحة هؤلاء تزداد أهميتها كلما ازداد الوعي الصحي وطال عمر الإنسان.

ز- أنواع السياحة حسب وسيلة النقل: هناك السياحة الجوية عن طريق الطيران، والسياحة البرية عن طريق السيارات والقطارات، والسياحة البحرية عن طريق السفن واليخوت، وهناك نوع جديد من السياحة يُسمى سياحة الفضاء وهذه السياحة محصورة حتى الآن ببعض الأشخاص القلائل جداً حيث تكلف الرحلة ملايين الدولارات.

2. التنمية السياحية: التنمية السياحية تعني توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة. كما تشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، والتوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق

والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة؛ فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها.

3. عناصر التنمية السياحية: تتكون التنمية السياحية من عناصر عدة أهمها⁶:

- **عناصر الجذب السياحي Attraction**: وتشمل العناصر الطبيعية Natural Features مثل: أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان man-made- objects، كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية؛
 - **النقل Transport**: بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي؛
 - **أماكن النوم Accommodation**: سواء التجاري منها Commercial كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار؛
 - **التسهيلات المساندة Supporting Facilities**: بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك؛
 - **خدمات البنية التحتية Infrastructure**: كالتمياه والكهرباء والاتصالات.
- ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

4. أهداف التنمية السياحة: تختلف أهداف التنمية السياحية باختلاف المجال المتضمن لها⁷:

1.4.1. على الصعيد الاقتصادي:

- تحسين وضع ميزان المدفوعات؛
- تحقيق التنمية الإقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية؛
- توفير خدمات البنية التحتية؛
- زيادة مستويات الدخل؛
- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب؛
- خلق فرص عمل جديدة.

2.4. على الصعيد الاجتماعي:

- توفير تسهيلات ترفيه واستجمام للسكان المحليين؛
- حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات.

3.4. على الصعيد البيئي: المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها.

4.4. على الصعيد السياسي والثقافي:

- نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب؛
- تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

5. أشكال التنمية السياحية: تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة منها⁸:

- 1.5. **تطوير المنتجات السياحية**: وهذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإجازات والعطل، وتعرف المنتجات على أنها المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام؛

- 2.5. **القرى السياحية:** وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جداً في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم. الحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن، وتستهوو سكان المدن حياً في التغيير والبساطة. ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء (الشاطئ)، مناطق الموائئ، أنشظة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، مواقع طبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، ملاعب جولف، أنشظة رياضية وترفيهية أخرى. تختلف مساحات هذا النوع من المواقع وتتعدد فيها أنواع مرافق الإقامة ومنشآت النوم والمرافق التكميلية مثل: الأسواق والمناطق التجارية، خدمات ترفيهية وثقافية، مراكز للمؤثرات ومرافق سكنية خاصة مختلفة الأحجام. ويتم التخطيط لإنشاء القرى السياحية عادة في وقت واحد أي ضمن خطة سياحية واحدة وبأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحددها عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية.
- 3.5. **منتجات المدن:** يتطلب هذا النوع من المنتجات دمج برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاركة (فنادق، استراحات،.....الخ) في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في المواقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشظة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية.
- 4.5. **منتجات العزلة:** أصبح هذا النوع من المنتجات من المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم، وتتميز هذه المنتجات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشمولها. وعادة يتم اختيار مواقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل: الجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.
- 5.5. **السياحة الحضرية:** وهي نوع من السياحة الدارئة والمعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيدة في المنطقة. وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزءاً لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها، وقد أخذت كثير من الحكومات حالياً على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: المواقع التاريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.
- 6.5. **سياحة المغامرة:** وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة. ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفير عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيرة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة.
- 7.5. **سياحة الرياضة البحرية:** يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود الماء (البحار أو البحيرات)، تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، العوم، سباق اليخوت أو القوارب...الخ.
6. **معوقات التنمية السياحية:** تعترض التنمية السياحية عدد من المعوقات التي تؤخر وتقلص دورها في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومن أهم هذه المعوقات⁹:

✓ **المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي:** وتتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية. فالنظام الإحصائي في بعض الدول خصوصاً العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية، وعدد السائحين موزعاً على شهور السنة وعدد الليالي السياحية. إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة مثل:

توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (براً أو بحراً أو جواً)؛
الغرض من القدوم؛

أماكن إقامة السياح (المدن - المصايف - الفنادق - القرى السياحية - بيوت الشباب - الشقق والغرف المفروشة)؛

الأماكن التي يزورها السائح؛

تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القدوم.

إن توفر هذه البيانات والمعلومات يمكن القائمين بالتخطيط على تركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق من فئة معينة وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة، وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى. وكذلك تنمية وتطوير الموارد والمقومات السياحية الموجودة. كما أن معرفة عدد السياح موزعاً طبقاً لطريقة الوصول يساعد في تطوير أو دعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد إلى الخارج أو من خارج البلد إلى الأماكن السياحية الموجودة داخل البلد.

يضاف إلى ذلك فإن عدم توفر كراريس وكتيبات وخرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي القائمة، وتضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارة المختصة بالسياحة وبعض المؤسسات والوزارات الأخرى ذات العلاقة، وانخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري كما هو في بعض دول العالم الثالث، وعدم توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي، تعتبر جميعها من أهم العوامل السلبية الرئيسية المؤثرة على التخطيط السياحي.

✓ **سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة:** وقد يلاحظ في العديد من الدول السياحية أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية.

✓ **عدم فعالية التسويق السياحي:** يقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي، فالتسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يكون أمراً ضرورياً بالنسبة لمنتج يعتمد على الرضا والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد القناعة لديه بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية وبلبي رغباته المطلوبة. وقد تمتلك الدولة العديد من الموارد السياحية المهمة كما هو في العراق ومصر واليمن وسوريا وليبيا، ولكنها تعاني من مشكلة التقصير في تسويق مواردها ومقوماتها داخلياً وخارجياً، بمعنى آخر أن الحد الأدنى من الجهود والأنشطة التسويقية اللازمة لتنشيط الحركة السياحية لم يتوفر بعد في مثل تلك الدول.

- ✓ **التضخم:** يعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي في بلد ما. وتعد الدول العربية من الدول التي تعاني من الارتفاع المستمر في معدل التضخم السنوي، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها انخفاض الإنتاجية وقلة العرض قياساً بحجم الطلب.
- ✓ **انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة:** رغم التحسن النسبي لطرق المواصلات ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية والخارجية في الكثير من دول العالم، إلا أن الدول المعنية بالسياحة في العالم الثالث مازالت تعاني من ضعف خدمات الاتصالات وكذلك من مشكلات أخرى تتعلق بمشاريع الصرف الصحي وشبكات المياه والكهرباء والإنارة وطرق المواصلات التي تربط بين المواقع والأماكن السياحية المتنوعة.
- ✓ **الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي:** رغم اعتراف خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي، إلا أن العديد من دول العالم الثالث ما زالت تعاني من قلة الاستقرار الأمني والسياسي نظراً لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد.
- ✓ **مشاكل ومعوقات أخرى:** هناك أيضاً مشاكل أخرى تشترك فيها معظم الدول السياحية في البلدان النامية وأهمها:

عدم الاهتمام بنظافة الأماكن السياحية خصوصاً الأثرية والدينية منها.

عدم وجود شرطة للسياحة في بعض المناطق السياحية وخاصة الأثرية والتاريخية.

تخلف خدمات السياحة المصرفية في البنوك وخاصة في الفنادق.

سوء المعاملة بمكاتب شركات السياحة والطيران في الداخل والخارج.

استغلال سائقي سيارات الأجرة لمجاميع السياح من الأجانب بصفة عامة مما يسيء إلى سمعة البلدان السياحية.

عدم الاهتمام بالمظهر العام والزي الخاص بالعاملين في قطاع السياحة مع متطلبات العمل¹⁰.

ثانياً: السياحة والتنمية الاقتصادية:

لقد برزت الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة بعد أن أصبح هذا القطاع في النصف الثاني من القرن العشرين أحد المكونات الهامة في الهيكل الاقتصادي لدى الكثير من دول العالم. وبعد أن أصبحت السياحة تمثل أكثر من 15% من الناتج العالمي حيث تلعب دوراً هاماً في اقتصاديات بعض الدول إذ تعتمد عليها بعض الدول اعتماداً رئيسياً كمصدر هام من مصادر الدخل القومي.

وتساهم السياحة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية بصورة مباشرة وهذا للجوانب التي تؤثر بها على الاقتصاد بشكل عام؛ ويمكن إيضاح علاقة وأهمية السياحة في التنمية الاقتصادية من خلال النقاط التالية¹¹:

- تساهم السياحة في تنمية المجتمع إسهاماً واضحاً مما يحتم التركيز على قطاع السياحة بشكل كبير من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والفندقية والنقل وإعداد برامج تدريبية في هذا المجال باستخدام التخطيط العلمي السليم المتكامل؛

- الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل، كالبطالة والركود الاقتصادي، وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بإقامة المشاريع السياحية في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة؛

- السياحة الداخلية تستلزم الاهتمام بالجانب الصحي للمجتمع والقضاء على التلوث البيئي، من خلال انتشار المسطحات المائية والمساحات الخضراء؛

- السياحة بكل أنواعها لها أبعادها الاجتماعية والجمالية والعمرانية والصحية، التي يجب مراعاتها عند التنمية السياحية؛
- السياحة صناعة بشرية تحقق الرفاهية للمجتمع، فهي تتيح فرصة الراحة والاستجمام مما تؤدي إلى استعادة اللياقة الذهنية والعصبية لما يفيد زيادة الإنتاج؛
- السياحة تمثل أهمية بالغة في المجتمع الإنساني في تأكيد حق الإنسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل لارتباط ذلك إيجابياً بعملية الإنتاج والتنمية؛
- السياحة تقود إلى تحقيق التآلف بين المجتمع والمشروع السياحي من خلال اختيار الأنماط السياحية التي تتلاءم وطبيعة ظروف البلد والتي لا تتعارض مع قيم وعادات المجتمع، وتوسع قاعدة المشاركة لأكثر عدد من المواطنين داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد ممكن من العاملين في المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي؛
- السياحة تفيد المجتمع من الخدمات التي توفرها المشاريع السياحية من تبليط الطرق وتجميل المناطق كإقامة الحدائق وملاعب الأطفال، وكذلك تحسين خدمات الاتصال ومشاريع الصرف الصحي وإنفاق السواح وغيرها؛
- السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي الوطني والاعتزاز بالوطن، وتساهم في بناء الشخصية الإنسانية وتماسك المجتمع بما تنتجه من أشكال التآلف والتعارف؛
- يعتبر الوعي السياحي أحد العوامل المهمة في رفع الوعي الاجتماعي عند السكان، من خلال الزيارات والرحلات التي تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع، مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب السواح من مختلف دول العالم؛
- إن الرواج الاقتصادي المتحقق من تطور النشاط السياحي له تأثير يعود بالفائدة المباشرة على الارتقاء بالمجتمع، ويقود السكان إلى التمسك بالسلوكيات والقيم الحضارية الجيدة مثل كرم الضيافة وحسن معاملة الغير؛
- إن تطوير السياحة وإنشاء المجتمعات الجديدة والالتقاء والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تعزز التنمية الاجتماعية في المناطق المزدهرة سياحياً؛
- السياحة كمصدر مهم للدخل تعتبر قاطرة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
- السياحة نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة فتؤثر بها سلباً وإيجاباً لأنها تقوم على تفاعل مباشر بين السائح وأفراد المجتمع المضيف؛
- السياحة أصبحت مصدراً مهماً من مصادر التغيير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات السياحية نظراً لأن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أفضل لما يحققونه من مكاسب وأرباح من العمل السياحي؛
- السياحة هي وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار السليمة؛
- السياحة تقود إلى التطور الاجتماعي بين أفراد المجتمع في الدول المستقبلية للسائحين نتيجة الاحتكاك المباشر بين السائحين وبين أفراد المجتمع سواء في أماكن الإقامة كالفنادق وغيرها أو في المطاعم والمحلات التجارية وأثناء التجول، ويأخذ هذا التطور أشكالاً مختلفة مثل اكتساب أفراد المجتمع لعادات وقيم سليمة من السائحين كاحترام القوانين والنظام وآداب السلوك؛

- السياحة الداخلية تدعم النسيج الوطني للمجتمع بالاحتكاك المباشر بين أبناء المجتمعات المحلية، وتؤدي إلى تماسك الأسرة كوحدة اجتماعية أساسية في المجتمع وتعمل على تعزيز وحدة التراب الوطني.¹²

ثالثاً: استراتيجيات التنمية السياحية:

يمكن القول بأنه لا توجد إستراتيجية واحدة للتنمية السياحية يمكن اعتمادها في جميع الدول، ولكن توجد استراتيجيات تقوم على الأسس العلمية السليمة والقدر الكافي من الموضوعية والخبرة السياحية التي يمكن اختيار الأفضل منها بما يتناسب مع الظروف الجغرافية والمناخية والبيئية والاجتماعية والاقتصادية والتمويلية الخاصة بالمقصد السياحي وبما يتلاءم مع الطلب السياحي الخارجي والداخلي المتاح أو المحتمل.

ورغم ظهور العديد من الانتقادات التي وجهت للسياحة كقطاع إنتاجي سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو البيئية فإن الحكم على صحة هذه الانتقادات يتوقف بشكل جاد على النموذج الذي يمكن تبنيه أو الإستراتيجية التي يمكن اختيارها للتنمية السياحية، إذ يمكن تفادي مخاطر وتكاليف التنمية السريعة الخطى غير الخاضعة للقدر كبير من الرقابة التخطيطية. وبما أن السياحة ترتبط ارتباطاً مباشراً وكذلك غير مباشر بقطاعات إنتاجية وخدمية عديدة من قطاعات الاقتصاد الوطني كالزراعة والصناعة والبنوك والعمارة والتأمين والإعلام وغيرها، ولكونها نشاط يعتمد على الخدمات الإنسانية إلى حد كبير فإنها تؤدي إلى زيادة في فرص العمالة داخل البلد بشكل أفضل من غيرها من النشاطات أو الصناعات، وتزيد أهمية هذا الجانب في أوقات الأزمات الاقتصادية بوجه خاص سواء في الدول النامية أو في الدول المتقدمة.¹³

ويرى العديد من علماء السياحة والخبراء الدوليين أن الكثير من المتغيرات الكمية والكيفية الناجمة عن المشكلات الاقتصادية والاجتماعية قد سيطرت على العرض السياحي خلال التسعينات من القرن الماضي، مما أدى إلى ظهور أنواع جديدة من الطلب السياحي وظهور التكنولوجيا غير المسبوقة. فالتغير في الطلب السياحي يتضمن ظهور أنواع جديدة من العرض السياحي استجابة للمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، ونتيجة لزيادة حدة المنافسة بين دول المقصد السياحي، الأمر الذي يوجب اهتماماً أكبر لتحسين مستوى الخدمات السياحية بشكل أفضل. من ناحية أخرى سيحدث اتجاه نحو مزيد من التكامل بين مكونات العرض السياحي في دول متجاورة تشكل مناطق جغرافية موحدة مما يعتبر استجابة للطلب السياحي الدولي وشمول أكثر من دولة واحدة في الرحلة السياحية الواحدة.

ولقد ساهمت السياحة بشكل إيجابي في اقتصاديات دول عديدة بشكل أصبحت عاملاً مهماً في التنمية الاقتصادية نتيجة ضخامة عائداتها ومرونة واستخدام تلك العائدات في قطاعات عديدة من الاقتصاد الوطني. ففي الثمانينات من القرن الماضي ساهمت السياحة بصورة متميزة في التنمية المحلية من حيث استخدامات الأراضي وذلك باتباع إستراتيجيات تنمية محلية بضمانها حماية الموارد الطبيعية والاجتماعية والحضارية والعمل على زيادة نشاط التفاعلات الاجتماعية والحضارية ورفع مستوى الإدارة المحلية للموارد السياحية.

ويعتبر الرخاء الاقتصادي والإنساني هو الهدف الأساس لكل الجهود التي تستهدف التنمية، ولا يقتصر الرخاء على رفع مستوى المعيشة في المناطق النامية فحسب بل إنه يشمل أيضاً نشر القيم الإنسانية التي تساعد في تحقيق التنمية. ومن هنا تتضح الحقيقة بأن السياحة تحقق رسالة إنسانية عظيمة إلى جانب هدفها الاقتصادي.¹⁴

رابعاً: عرض تجربة الأردن في التنمية السياحية:

يلعب قطاع السياحة دوراً هاماً في نمو الاقتصاد الأردني وجذب الاستثمارات، بالإضافة إلى خلق الوظائف وإدخال العملات الصعبة. ويحقق النشاط السياحي إيرادات مباشرة للدولة من خلال رسوم دخول المواقع السياحية، ورسوم التأشيرات، وضريبة المغادرة، وضريبة الدخل والمبيعات على الفنادق، وضريبة القيمة المضافة المحصلة من الفنادق، وضريبة الدخل والمبيعات على المنشآت السياحية ومن ضمنها قطاع النقل، وضريبة الدخل والمبيعات من النشاطات الغير مباشرة للسياحة.

1.4. واقع قطاع السياحة في الأردن: ¹⁵ يشكل القطاع السياحي في الأردن ركيزة من ركائز الاقتصاد الوطني مقارنة بالقطاعات الأخرى لكونه يلعب دوراً كبيراً في تحريك عجلة الاقتصاد وفي ردف الخزينة بالعملة الأجنبية، حيث يساهم القطاع بما معدله (15,7%) في GDP للعام 2012 ويعمل في السياحة (42034) عامل (82%) منهم أردنيين يعملون غالبيتهم في المطاعم والفنادق، كما أن هذا القطاع يحتاج خلال الأربع سنوات القادمة إلى نحو (50) ألف فرصة عمل نوعية يفوق دخلها معظم القطاعات الأخرى، ويوجد في الأردن (487) فندقاً و(24009) غرفة فندقية، وتشير الإحصاءات للعام 2012 إلى أن عدد القادمين الكلي إلى الأردن بلغ (10,3) مليون قادم، منهم أكثر من (5,5) مليون سائح بمعدل زيادة (22,3%) مقارنة بالعام 2010، وتشير الإحصاءات إلى أن عدد سياح المجموعات (القادمين إلى الأردن عبر السفر المنظم) بلغ (718656) سائح بمعدل زيادة عن العام السابق 56,9% ويشكلون أكثر من (21%) من مجموع السياح من مختلف الجنسيات وغالبيتهم من أمريكا، فرنسا، إيطاليا، أسبانيا، بريطانيا، ألمانيا على التوالي وجنسيات أخرى، بينما تشكل الدول العربية المصدر الأساسي للسوق السياحي الأردني والذي يصل إلى أكثر من 43,6% من مجموع السياح القادمين إلى المملكة.

لقد شكل الدخل السياحي للعام 2012 رقماً قياسياً ليسمى هذا العام عام السياحة في الأردن، حيث بلغ الدخل السياحي (2718) مليون دينار أردني بزيادة 18,2% مقارنة بالعام 2010، واحتل السوق الأجنبي المرتبة الأولى في الدخل السياحي، ثم جاء في المرتبة الثانية الأردنيين المقيمين بالخارج، وقد تباينت أوجه الإنفاق السياحي للسائح حسب بنود الإنفاق التي يتعامل معها، حيث احتل المرتبة الأولى التسوق بأنفاق بلغ (493) مليون دينار بمعدل (23,6%) من مجموع الإنفاق السياحي، تلا ذلك الإنفاق على الطعام والشراب (466) مليون دينار بمعدل (22,3%)، بينما بلغ مجموع ما أنفقه الأردنيين على السياحة خارج الوطن خلال العام 2012 أكثر من مليار دينار أردني بزيادة بلغت (33,4%) مقارنة بالعام 2010، موزعة على ثلاث ملايين سائح أردني بزيادة بلغت (42%) مقارنة بالعام 2010. وعلى الرغم من أن منطقة الشرق الأوسط حققت أكبر معدل نمو للحركة السياحية في العالم في العام الماضي والبالغ 14% مقارنة مع المعدل العالمي والبالغ 7% إلا أن الحركة السياحية انخفضت في الربع الأول من العام الحالي في المنطقة بمعدل (-12%) نتيجة لتفاعل السياح السريع مع التغيرات في المنطقة واستبدال الوجهة السياحية بوجهة جديدة، ففي الأردن انخفض الدخل السياحي من (474) مليون دينار في العام 2010 إلى (478) مليون دينار للعام 2012 بمعدل أقل من -1% في الربع الأول من العام نفسه و-11% خلال الشهور الخمسة الأولى من العام، وكان التراجع الأكبر في شهر أوت بمعدل 4% ويتركز هذا الانخفاض في الدخل السياحي خلال الربع الأول في الأردنيين المقيمين في الخارج بمعدل -21,7% بينما لم يتراجع الدخل السياحي بالنسبة للقادمين من دول العالم خلال الفترة نفسها إلا قليلاً، ما يعني أن التراجع كان كبيراً في عدد السياح إلا أنه كان نسبياً بالنسبة للدخل السياحي، ومع ذلك فإن هذا التراجع هو نتيجة لانخفاض عدد سياح بمعدل -23,2% وكان

الانخفاض في السياح القادمين من الدول العربية المفاجئة الكبيرة حيث وصل إلى -56,8% بينما تراجع السياح القادمين من أوروبا بمعدل -27,9% وكذلك من الدول الأمريكية بمعدل -22,9% ذلك لان السائح الأجنبي تحديدا عادة ما يأتي للأردن ضمن برنامج يشمل زيارة لجميع المواقع والمعالم السياحية والأثرية التي تحويها المنطقة وباعتبار مصر البوابة الرئيسية للسياح في منطقة الشرق الأوسط حيث أدت إحدائها إلى إلغاء معظم الرحلات السياحية، والأهم في ذلك هو التراجع الكبير في عدد الأردنيين المغتربين في الخارج الذين يعتبرون الأردن وجهة سياحية لهم ضمن مفهوم السياحة الاجتماعية بمعدل أكثر من -30% سواء لسياح المبيت أو لسياح اليوم الواحد، وانعكس هذا التراجع على عدد الليالي السياحية المبيعة فبعد أن كانت (960) ألف ليلة تراجعت إلى (516) ألف ليلة بمعدل -25,2% ، وعلى الرغم من أن انعكاسات هذا التراجع لم تكن كبيرة على الدخل السياحي إلا أن هذه المؤشرات تنذر بصعوبات خلال الشهور القادمة قد تواجه القطاع السياحي الأردني لا بد من القائمين على هذا القطاع من مواجهتها بتبني سياسات واستراتيجيات سريعة للتخفيف من حدة هذه الصعوبات.

2.4. مجالات السياحة في الأردن: يتمتع الأردن بمزايا ومقومات جغرافية وتاريخية وطبيعية تجعل منه بلدا سياحيا في جميع فصول العام، وتلبي معظم الأهداف التي ينشدها السائح. حيث تتوفر الأماكن الدينية والمواقع الأثرية والمشاتي والمصايف والينابيع الطبيعية والغابات والصحارى والشواطئ. ويمكن إجمال أنواع السياحة في الأردن في النقاط التالية¹⁶:

1. **السياحة الثقافية:** وتشمل زيارة المواقع الأثرية للاطلاع عليها ومعرفة حضارات وتقاليد الشعوب التي عاشت في المنطقة خلال العصور الغابرة. وهناك الآلاف من المواقع التاريخية والأثرية في الأردن ومن أهمها مدينتنا البتراء وجرش، وقلعة الكرك، والربض، وأم قيس والمدراج الروماني وكهف الرقيم الذي حدثت فيه قصة أصحاب الكهف التي ورد ذكرها في القرآن الكريم؛
2. **السياحة العلاجية:** وتعني الينابيع الطبيعية المعدنية للحصول على الراحة الجسمية والنفسية وزيارة المصحات وأماكن الاستشفاء، ومن أهمها شواطئ العقبة والبحر الميت وحمامات ماعين وعفرة والمياه الكبريتية في الأغوار وبخاصة في منطقة الحمة. وتوجد في الأردن العديد من المستشفيات الحديثة المزودة بالأجهزة والمعدات المتقدمة ويشرف عليها أطباء أردنيون متميزون في مهاراتهم الطبية ومتخصصون في كافة أنواع العلاجات، سواء أكانوا في مستشفيات حكومية أم خاصة، ويستقبل الأردن سنويا أكثر من مائة ألف مواطن عربي للعلاج أجريت لبعضهم عمليات قلب مفتوح، ونقل كلى وعلاج عقم... الخ؛
3. **السياحة الدينية:** وتعني زيارة الأماكن التاريخية الدينية، ويوجد في الأردن العديد من هذه الأماكن والأضرحة وبخاصة في مناطق الكرك ومعان ووادي الأردن؛
4. **سياحة الاصطياف:** إن تنوع المناخ في مناطق الأردن نعمة من الله تعالى، فكثير من السياح يفدون إلى الأردن لقضاء عطلة الصيف في أجوائه الخلابه مثل أحراج وجبال عجلون وديبين. كما أن الجو في العاصمة لطيف ومنعش خصوصا في المناطق الجبلية حيث تتوفر الحدائق والمنتزهات؛
5. **السياحة الرياضية:** حيث يمارس السياح أنواعا كثيرة من رياضاتهم المحببة مثل التزلج على الماء والسباحة وصيد السمك والصيد البري وخاصة في مناطق العقبة ووادي رم والأزرق؛
6. **السياحة الشتوية:** وتشمل قضاء فصل الشتاء أو جزء منه في أماكن الدفاء الطبيعي وخاصة في مناطق الأغوار والبحر الميت والعقبة. وهناك أنواع أخرى من السياحة.

3.4. تطور المؤشرات السياحية في الأردن خلال الفترة 1999-2012:

أ- النقل والمواصلات: تعتبر المواصلات الركيزة الأساسية للنشاط السياحي فقد ارتبط ظهور السياحة وتطورها بالشكل الذي نراه اليوم بالتطور الكبير الذي حدث في وسائل الانتقال، ويتمتع الأردن بشبكة كثيفة من الطرق المعبدة وأبرز الانجازات المحققة في هذا المجال خلال الفترة 1999-2012 ما يأتي :

1. عدد الحافلات السياحية المزودة بنظام البطاقة الذكية ونظام التعقب عن بعد واللوحات الرقمية لبيان مسار الخط كان العدد عام 1999 صفر أما في عام 2012 وصل عدد هذا النوع من الحافلات السياحية إلى 158 حافلة .

2. عدد حافلات ذوي الاحتياجات الخاصة التي يستخدمها السياح الكبار بالسن أو ذوي الإعاقات الحركية عام 1999 صفر أما في عام 2012 وصل عدد هذا النوع من الحافلات إلى 48 حافلة .

3. عدد السيارات السياحية عام 2002 كان 4089 ارتفع في عام 2012 إلى 8416 .

4. توسعة مطار الملكة علياء الدولي عام 2009 .

5. عدد الحافلات السياحية في عام 2002 كان 345 ارتفع في عام 2012 إلى 950 .

6. عدد شركات النقل السياحي عام 1999 ثلاث شركات ارتفع في عام 2012 إلى 19 شركة للنقل السياحي.

7. عدد القوارب السياحية في عام 1999 كان صفر ارتفع الرقم إلى 130 قارب سياحي عام 2012.

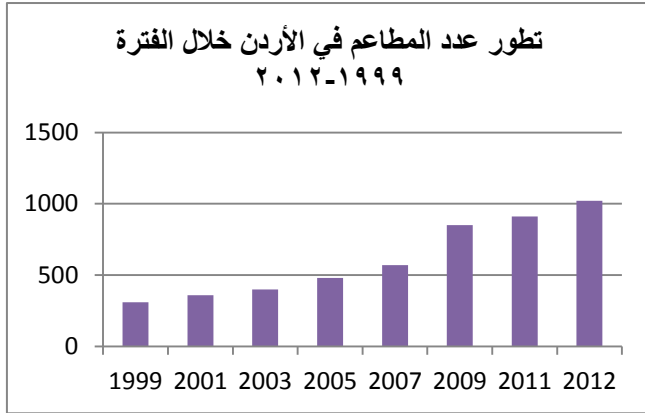
ب- الخدمات والتسهيلات السياحية: يتركب العرض السياحي من عنصرين رئيسيين، أولهما يتمثل بعوامل الجذب السياحي، وثانيهما يتمثل بالتسهيلات والخدمات السياحية، التي تعد عنصر أساسي من عناصر العرض السياحي، وتتمثل هذه التسهيلات في عدد من الموارد السياحية البشرية التي توفر للسياح إقامة سهلة ميسرة مما يؤدي إلى زيادة مدة إقامة السياح من جهة، والرغبة في العودة للموقع السياحي مرة أخرى، وفي حالة ضعف مستوى الخدمات والتسهيلات السياحية المقدمة، فإن ذلك سينعكس سلباً على الموقع السياحي، حتى لو كان يمتلك مقومات جذب سياحي مميزة.

1. تسهيلات الضيافة: Accommodation Facilities .

2. الخدمات والتسهيلات المساندة Supporting Facilities .

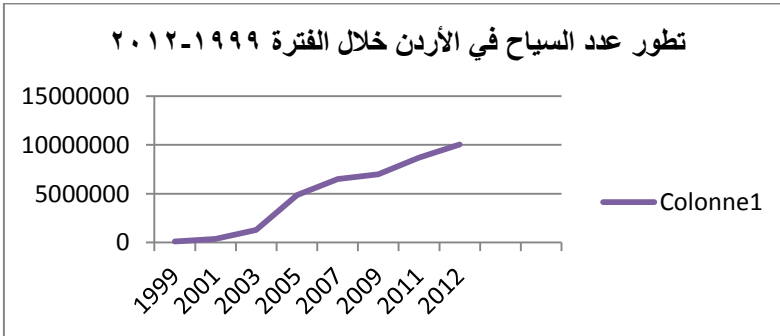
3. مرافق البنية الأساسية Infra Structure Services .

مع نمو وتطور الحركة السياحية في الأردن خلال الفترة 1999-2012 ، استمرت المؤسسات والمرافق السياحية بالزيادة عاماً بعد عام، وتعد صناعة الفنادق من العناصر الأساسية في دعم وتطور القطاع السياحي في الأردن، وقد كان للحكومة دور هام في دعم قطاع الفنادق من خلال التسهيلات والإعفاءات المقدمة لمؤسسات القطاع الخاص، وقد زاد عدد الفنادق المقامة في الأردن زيادة ملحوظة منذ عام 1999، حيث قدر عدد الفنادق ب (380)، وقد زادت هذه الفنادق إلى (503) فندق عام 2012 ، وشمل هذا النمو أيضاً المطاعم السياحية فقد بلغ عدد المطاعم في عام 1999 (310) وارتفع إلى (1020) في عام 2012 على النحو الذي يوضحه الشكل (1) .



المصدر : إعداد الباحث اعتماداً على تحليل إحصائيات الكتاب السنوي لوزارة السياحة لعام 2012.

ج- عدد السياح الداخليين للأردن: يعد القطاع السياحي من أكثر القطاعات الاقتصادية حساسية للأزمات السياسية والاقتصادية، وعلى النقيض من هذا فهو من أكثر القطاعات سرعة في النمو في أوقات الأمن والاستقرار، واتسمت الفترة الممتدة من عام 1999-2012 بنشاط حجم الحركة السياحية القادمة إلى الأردن، يتبين من خلال تتبع الحركة السياحية عدد السياح القادمين إلى الأردن عام 1999 كان 100358 سائح، بينما وصل العدد في عام 2012 إلى عشرة ملايين سائح قادم للأردن كما يتضح بالشكل (2)، بسبب السمعة الدولية التي يحظى بها الأردن في ظل القيادة الحكيمة.



المصدر : إعداد الباحث اعتماداً على تحليل إحصائيات الكتاب السنوي لوزارة السياحة لعام 2012.

د- تعزيز وتطوير الأمن السياحي في الأردن: يوجد اعتراف عالمي بنعمة الأمن والاستقرار التي تميز بها الأردن دوماً في إقليم مضطرب. فقد حاز الأردن على المرتبة 14 بين دول العالم في الحفاظ على سلامة المواطنين وأمنهم واستقرارهم وكذلك الزوار وفق تقرير خاص أعدته الأمم المتحدة، حيث يعد الأمن السياحي أهم مسارات الإستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي الأردني، اكتسب مفهوم الأمن السياحي اهتماماً كبيراً من قبل جلالة الملك، وتجاوز مسألة التنظير إلى التطبيق الإجرائي وانتقل من الممارسات الجزئية المتفرقة إلى التوظيف الشمولي التكاملية لهذا المفهوم على أرض الواقع، وفق منظور مؤسسي استراتيجي يعالج القضايا والتحديات الداخلية

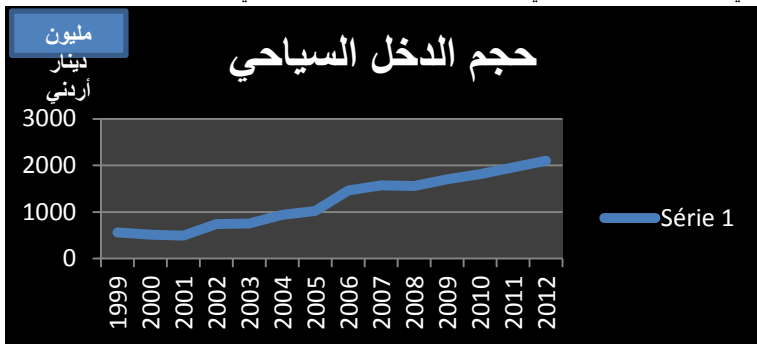
والخارجية التي تواجه القطاع السياحي الأردني، ويقترح السياسات والاستراتيجيات والخطط التي تعزز الأمن السياحي لأنظمة الدولة بما يكفل لها الاستقرار ويحقق لها النماء والرخاء والرفاهية.

هـ- **التسهيلات البنكية للاستثمارات السياحية:** بالنسبة للتسهيلات الائتمانية الممنوحة لقطاع السياحة من قبل البنوك المرخصة فقد ارتفع رصيدها في نهاية عام 2011 بنسبة كبيرة بلغت 53% ليصل إلى 452.8 مليون دينار بالمقارنة مع ارتفاع نسبته 35.9% في نهاية عام 2009، ومشكلاً بذلك ما نسبته 5.2% من إجمالي رصيد التسهيلات الائتمانية الممنوحة من قبل البنوك المرخصة. وبالمقارنة مع التسهيلات الائتمانية الممنوحة لقطاع السياحة من قبل البنوك المرخصة عام 1998 كانت 108.7 مليون.

وفيما يتعلق بالاستثمارات المستفيدة من قانون تشجيع الاستثمار والموجهة لقطاع السياحة فقد ارتفعت خلال عام 2012 مقارنة بمستواها في عام 2009 بنسبة ملحوظة بلغت 86.2% أو ما مقداره 430 مليون دينار لتصل إلى 980 مليون دينار موزعة على 32 مشروعاً مقابل 630 مليون دينار موزعة على 18 مشروعاً في عام 2009.

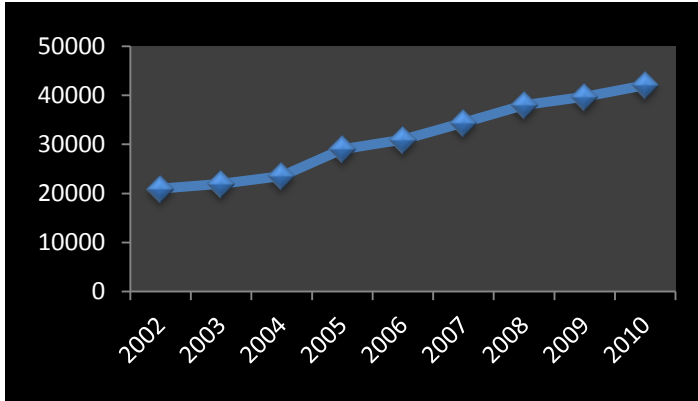
و- **الاهتمام بالسياحة العلاجية:** لقد أولت الحكومة الأردنية لقطاع السياحة العلاجية جل اهتماماتها من خلال القيام بإنشاء مرافق الخدمات الأساسية بالإضافة إلى بروز مراكز طبية حديثة تتمتع بوجود كفاءات طبية وعلمية متخصصة ومنافسة لبعض ما هو موجود في الدول المتقدمة. بدأت السياحة العلاجية تعطي أرقاماً مميزة وخاصة خلال السنوات الثلاث الماضية.

ز- **تطور الدخل السياحي:** إن تزايد مساهمة الاستثمارات السياحية في إجمالي قيمة الدخل القومي كما يتضح بالشكل (3) يشير إلى اهتمام الحكومة الأردنية لجذب الاستثمارات السياحية باعتبار هذه الاستثمارات وسيلة مهمة للنهوض بالاقتصاد الوطني، الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستوى الإنتاجية وتحسين جودة المنتجات السلعية والخدمية؛ بالإضافة إلى أن تنشيط الحركة السياحية مما يؤدي إلى تحفيز النمو الاقتصادي من خلال تحسين كفاءة استخدام الموارد واستخدام وفرات الحجم، وزيادة حصيلته النقد الأجنبي لتمويل وإيفاء التزامات الاقتصاد تجاه العالم الخارجي بسبب محدودية الموارد الاقتصادية في الأردن، والدور الذي تلعبه في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تسعى إليها الحكومة. وتجدر الإشارة إلى أن الأردن يعتبر واحد من مجموعة من الدول العربية التي حققت النسبة الأكبر في مساهمة الاستثمارات السياحية في تكوين رأس المال الثابت.



المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على تحليل إحصائيات الكتاب السنوي لوزارة السياحة لعام 2012.

ح- فرص العمل في القطاع السياحي: يوفر القطاع السياحي حوالي 42 ألف فرصة عمل مباشرة، بينما يقدر عدد العاملين فيه بشكل غير مباشر بحوالي 130 ألفاً، مما يعني استفادة أكثر من 800 ألف مواطن من العوائد الاقتصادية للسياحة. وتهدف الخطط الحالية إلى رفع عدد فرص العمل إلى 51 ألف، بالإضافة إلى خلق أكثر من 300 ألف وظيفة جديدة مباشرة وغير مباشرة في القطاعات المتعلقة بالسياحة. عدد الوظائف المباشرة في قطاع السياحة (2002-2010)



المصدر : إعداد الباحث اعتمادا على تحليل إحصائيات الكتاب السنوي لوزارة السياحة لعام 2010.

خامسا: النتائج:

1. يعتبر قطاع السياحة قطاعا مهما في تحقيق التنمية الاقتصادية لجميع الدول سواء كانت تمتلك موارد طبيعية أو غير ذلك؛
2. تعتبر السياحة اليوم صناعة متكاملة تتميز باتساع أنشطتها و تعدد أنواعها، و ما يميزها أيضا أنها كتنشاط اقتصادي تؤثر على الكثير من قضايا التنمية خاصة الاقتصادية منها في العديد من الدول التي تهتم بها؛
1. ضرورة تنويع مصادر الدخل الوطني وعدم الاعتماد بالكلية على قطاع واحد أو مورد واحد، وهذا لتجنب الأزمات الاقتصادية؛
2. تمتلك الدول العربية المقومات الجغرافية والايكولوجية الضرورية لبناء قطاع سياحة متين؛ وهذا إذا كان هناك تخطيط ونية جادة لذلك؛
3. عملت الحكومة على تحويل الأردن إلى نموذج حيوي في المنطقة، يكون محفزاً لبناء الشرق الأوسط لذلك، فإن التنمية السياحية، والنمو الاقتصادي، وتنمية الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي هي في رأس أولويات الأجنحة الوطنية؛
4. استضافة الأردن لعدد كبير من المؤتمرات السياحية الدولية في مجال صناعة السياحة خلال الأعوام 1999-2012؛

5. وجود تطور واضح من الناحية الكمية والنوعية في حجم الحركة السياحية الدولية القادمة إلى الأردن، إضافة إلى زيادة حجم الاستثمارات السياحية، وزيادة عدد شركات النقل السياحي والمطاعم وعدد العاملين في القطاع السياحي؛
6. توقيع الأردن لعدد كبير من الاتفاقيات الدولية ومذكرات التفاهم والتعاون في المجال السياحي؛
7. تطور مستويات التعليم السياحي والفندقي خلال الفترة من عام 1999-2012؛
8. لقد كشفت الدراسة عن أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني، حيث بات يشكل حلقة أساسية من حلقات هيكل الإنتاج في الاقتصاد الأردني نظرا لما يساهمه في النمو الاقتصادي؛
- سادسا: توصيات:**

نقدم في هذا العنصر بعض التوصيات التي استخلصناها من التجربة الأردنية في تطوير السياحة وجعلها محركا فاعلا في التنمية الاقتصادية؛ وهذه التوصيات يمكن الاستفادة الجزائر منها لتطوير وقعها السياحي. لكن قبل هذا نقوم بعرض واقع قطاع السياحة في الجزائر.

السياحة في العصر الحالي صناعة متكاملة تساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية و الاقتصادية لكثير من البلدان التي اهتمت بتنميتها، على عكس الجزائر والتي بالرغم من إدراجها للاستثمارات السياحية في الخطة الوطنية للتنمية، فإنها لم تحض بنفس القدر من الاهتمام مع القطاعات الأخرى، ويعود ذلك لطبيعة النموذج المنتهج والمتمثل في الاعتماد الصناعة البترولية، وبهذا بقي القطاع السياحي بعيدا كل البعد عن مثيله في الدول المجاورة و من بينها العربية على وجه الخصوص، وهو ما انعكس سلبا كذلك على مساهمة القطاع في إيرادات الدولة وفي خلق مناصب الشغل. إلا أن الجزائر تفتنت في السنوات الأخيرة إلى أهمية السياحة وأدركت أنها ضرورة حتمية، فظهرت بعض المبادرات من السلطات العمومية للنهوض بالقطاع السياحي وتميمته. وقد تبنت السلطات العمومية لغرض النهوض بالسياحة في العشرية الأخيرة خطة امتدت إلى غاية 2010 م، وذلك مرورا بمرحلتين، إذ تعتبر المرحلة الأولى والممتدة من 2001 م إلى غاية 2005 م مرحلة التحضير والتشجيع والتحكم في العقار السياحي، أما المرحلة الثانية من 2006 م إلى 2010 م فهي تعتبر مرحلة تقييم الإنجاز والبناء الفعلي لقطاع السياحة، وهي الخطة التي تعززت ببعض التعديلات لتقدم خطة أشمل عرفت ببرنامج التنمية لآفاق 2013 م. كما ألحقت السلطات المسؤولة المخطط التوجيهي للتنهية السياحية لآفاق 2025 م والذي يشكل الإطار المرجعي للسياسة السياحية، فموجبه تم تحديد الآفاق و وسائل بلوغها لجعل الجزائر بلد استقطاب للسياحة الدولية وجعل قطاع السياحة مساهما فعلا في عملية التنمية الاقتصادية، ما سيساعد على تحقيق تخفيض الاتكال على قطاع المحروقات وتنويع قاعدة الصادرات الجزائرية خارج هذا القطاع مستقبلا؛ ذلك أن الجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية عظيمة إلا أن عدم الاهتمام بها خلال المسار التنموي حال دون الاستفادة منها والتعرف على مكوناتها محليا و دوليا، ورغم ذلك فالسياحة غاية من الممكن إدراكها بسهولة، فهي القطاع الأكثر جذبا للاستثمارات الأجنبية المباشرة، وهو القطاع الذي يمكن أن يسهم في تطوير القطاعات الأخرى، و المسألة تكمن في إعطاء السياحة مكانتها اللانقطة بها في الجزائر. فالطريق المؤدية إليها لا زالت في بدايتها، و مع ذلك فالوصول إلى الهدف ليس مستحيلا إذا تكاثفت الجهود واستمرت على أن تسند المهمة إلى ذوي الكفاءات و الإرادة الجادة لتجسيدها انطلاقا من الإمكانيات المادية و البشرية و القيم الحضارية التي تزخر بها.

- وبالتالي نعرض بعض التوصيات التي من شأنها أن تساعد الجزائر على تحسين السياحة وهي:
- ضرورة استخدام السياحة كمحرك يحقق التنمية الإقليمية المتوازنة والنهوض بالمستوى المعيشي للمناطق الأقل نمواً التي تمتلك المصادر والموارد السياحية؛
- إنعاش التسويق السياحي وتنظيمه بما في ذلك برامج التوعية الرسمية، والعمل على إدخال وسائل الاتصال والإعلام الحديثة في العملية من أجل تحسين صورة الجزائر في الخارج و الترويج لها؛
- تنمية الصناعات الصغيرة والحرفية ذات الطابع التراثي وتلك المرتبطة بشكل أساسي بدعم الصناعة السياحية، وتحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي والعمل على تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر في هذا القطاع بالأخص؛
- توسيع برامج التنمية السياحية الحالية وأهدافها والعمل على تطبيقها الحسن، مع التركيز على تنمية سوق سياحية داخلية ترضي رغبات السياح الجزائريين؛
- تبسيط الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السياح أو البضائع التي تحتاجها صناعة التنمية السياحية مثل الأجهزة في الفنادق والأثاث ... الخ. وهذا بدوره يخفف من أسعار الإقامة في الفنادق والمنشآت السياحية الأخرى. وكذلك تبسيط وتخفيض الإجراءات الجمركية على حاجات السياح التي يجلبونها معهم لغرض الاستعمال وليس البيع مثل أجهزة كاميرات الفيديو، أو التلفون النقال أو بعض أجهزة التصوير؛
- تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة والفنادق ويتم ذلك عن طريق : وضع نظام لتشجيع الاستثمار السياحي في مختلف الأقاليم والمناطق. وكذا كما يجب تنويع الحوافز لتشجيع الاستثمار السياحي والفندقي كالإعفاءات من الضرائب خصوصا في بداية افتتاح المشاريع، وتسهيل إجراءات الجمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات التي تحتاجها، وتقديم القروض الطويلة الأجل بالنسبة لشركات الاستثمار السياحية والفندقية المحلية؛
- مراجعة الأسعار المطبقة للخدمات السياحة ومن أهمها الأسعار المطبقة في الفنادق وأسعار النقل خاصة فيما يتعلق بالنقل الجوي والبحري؛
- تكثيف التواجد الأمني بالمناطق السياحية، مع تقليل الإجراءات الأمنية في التعامل مع السائح، والتركيز في خطط التسويق السياحي على عنصر التحسن الأمني المسجل؛
- تعزيز الترابط بين قطاع السياحة من جهة ،وبقية القطاعات الاقتصادية من جهة أخرى؛
- تكثيف العمل لاستقطاب السائح العربي و التوجه نحو السوق العربية و تفعيل السياحة العربية والإسلامية البيئية؛
- ضرورة الاستفادة من التجارب الرائدة، والتي تعد مرجعا خاصة للتجارب العربية والإسلامية وهذا لتجانس الثقافات. وكذا عدة عوامل أخرى كما بينا و عرضنا نموذجا لتجربة الأردن.

الهوامش والمراجع:

1. بظاظو إبراهيم، السياحة البيئية وأسس استدامتها ، الطبعة الأولى ،دار الوراق للنشر ، عمان، الأردن،2010، ص:23.
2. محمد، أبو العسل، "تنمية الوعي السياحي لطلبة المدارس في إقليم الشمال"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد، الأردن، 2009، ص:56.
3. اسعد الراوي أبو رمان ، السياحة في الأردن، دار الإثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص: 11.

4. اسعد الراوي أبو رمان، "تنشيط السياحة المحلية في إطار واقع المنتج التراثي الأردني"، ورقة بحثية مقدمة إلى معرض ومؤتمر السياحة التراثية، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن. 23-25 ماي-2010، ص: 08.
5. Aksu, A. Akin & Koksai, C. Deniz, "Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 17, No. 5, PP.436-447.
6. محمد، أبو العسل، مرجع سابق، ص: 61.
7. اسعد الراوي أبو رمان، السياحة في الأردن، مرجع سابق، ص: 35.
8. إبراهيم خالد عواد، آسيا محمد الأنصاري، إدارة المنشآت السياحية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص: 16.
9. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، ط1، دار الكنوز، الأردن، 2007، ص: 55.
10. Ahmed Tessa, *Economie touristique et aménagement du territoire*, OPU, Alger, 2010, p : 42.
11. Aksu, A. Akin & Koksai, C. Deniz, *Op Cit* ; p : 220.
12. Grimes Saïd, *Le Tourisme environnemental et l'aménagement urbain du littoral «Cas de la ville de Jijel»* thèse de magistère, Université de Constantine, 2002; p : 87.
13. اسعد الراوي أبو رمان، السياحة في الأردن، مرجع سابق، ص: 40.
14. بظاظو إبراهيم، مرجع سابق، ص: 55.
15. ناجي توني، دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2000، ص: 08.
16. Alain Mesphier, Pierre Bloc-Duraffour, *Tourisme dans le monde*, 6ème Edition, bréal paris, 2005, p: 92.
17. بظاظو إبراهيم، تحليل واقع القطاع السياحي الأردني في عهد الملك عبد الله الثاني خلال الأعوام (1999-2009)، جامعة الشرق الأوسط، 2010.

References

- Annual Economic Report, 2013, 21st issue, Ministry of Economy, UAEU.
- Ayeni, Dorcas A, "Sustainable Tourism Development: A Viable Option to Boost the Nigerian Economy", *International Journal of Education and Research* Vol. 1 No. 2 February 2013.
- B. Rajesh Kumar, "Tourism in Dubai: The Sunrise Sector", *middle-East journal of business - volume 7 issue 1*.
- Chang Mazza, "Development of Tourism in Dubai", 2012.
- Dubai: Calendar of Events, Department of Tourism and Commerce Marketing, Government of Dubai.
- Dubai Statistics Center, Dubai Government, 2014.
- Haiyan Song, Stephen F. Witt, Gang Li "The Advanced Econometrics of Tourism Demand", Taylor & Francis, 2009
- "Hotel Statistics Reports", Department of Tourism and Commerce Marketing, Government of Dubai
- "Hotel Statistics Summary 1998-2007", Department of Tourism and Commerce Marketing, Government of Dubai
- Hyunyoung Choi and Hal Varian, "Predicting the Present with Google Trends", Google Inc., Draft Date April 10, 2009.
- International Overnight Visitor Market 2006/07, DTCM, 2007.
- Knowledge and Human Development Authority, "Dubai Private Education Statistics 2013/14", 2014.i
- M. Stephens Balakrishnan, (2008),"Dubai – a star in the east", *Journal of Place Management and Development*, Vol. 1 Iss 1 pp. 62 - 91
- M. Matly, L.Dillon, "Dubai Strategy: past, present, future", Harvard Business School, February, 2007.
- M. L. Stephenson, "Tourism, development and 'destination Dubai': cultural dilemmas and future challenges", *Current Issues in Tourism*, Volume 17, Issue 8, 2014
- N. Saidi, F. Scacciavillani, F. Ali, "Forecasting Tourism in Dubai", *Dubai International Financial Center, Economic Note 08*, 2014.
- R. Carter Hill, William E. Griffiths and George G. Judge, "Undergraduate Econometrics", Second Edition.
- R. Sharpley, "Planning for Tourism: the Case of Dubai", *Tourism and Hospitality Planning and Development*, Vol. 5 Iss. 1 (2008): 13-30.
- R. Sharpley, "Tourism and development challenges in the least developed countries: the case of The Gambia", *Current Issues in Tourism*, Vol. 12, No. 4, July 2009, 337– 358.
- Yuwa Hedrick-Wong and Desmond Choong, "2014 Global Destination Cities Index", Mastercard 2014
- Statistical Yearbook – Emirate of Dubai 2008, Dubai Statistics Centre.
- <http://www.dubaitourism.ae/>
- <http://www.definitelydubai.com/>
- <http://expo2020dubai.ae/en/>
- <http://www.dsc.gov.ae/en/pages/home.aspx>
- <http://www.dubaichamber.com/>