



منتدى الاستراتيجيات الأردني
JORDAN STRATEGY FORUM

السياحة في الاقتصاد الأردني: فرصة لتعزيز النمو

تشرين الأول 2022



منتدى الاستراتيجيات الأردني JORDAN STRATEGY FORUM

جاء تأسيس منتدى الاستراتيجيات الأردني ترسيخاً لإرادة حقيقية من القطاع الخاص بالمشاركة في حوار بناء حول الأمور الاقتصادية والاجتماعية التي يُعنى بها المواطن الأردني، ويجمع المنتدى مؤسسات وشركات رائدة وفاعلة من القطاع الخاص الأردني، إضافة إلى أصحاب الرأي والمعنيين بالشأن الاقتصادي؛ بهدف بناء تحالف يدفع نحو استراتيجيات مستدامة للتنمية، ورفع مستوى الوعي في الشؤون الاقتصادية والتنموية، وتعظيم مساهمة القطاع الخاص في التنمية الشاملة. وقد تمّ تسجيل المنتدى بتاريخ 2012/8/30 بوصفه جمعية غير ربحية تحمل الرقم الوطني 2012031100026، وتقع ضمن اختصاص وزارة الثقافة.

عمان، الأردن

ت: +962 6 566 6476

ف: +962 6 566 6376

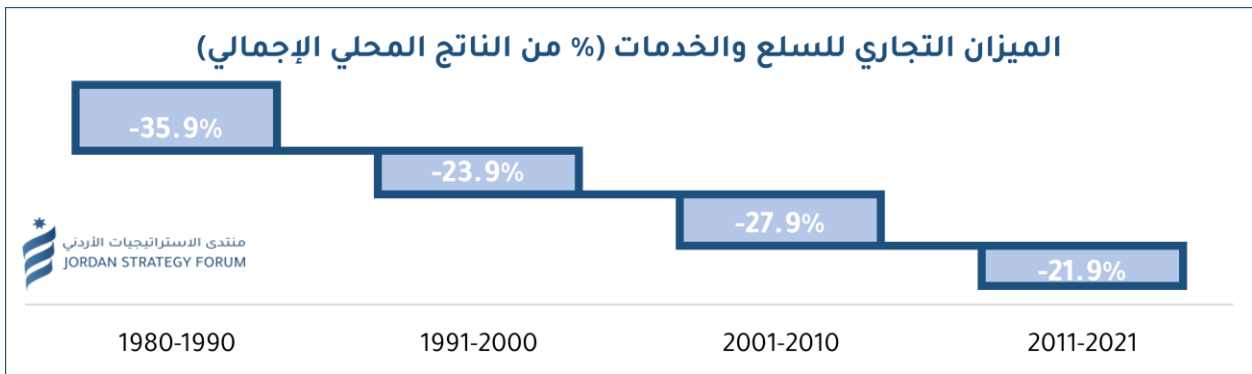
أوراق السياسات: ورقة السياسات هي بحث يركز على قضية أو مشكلة معينة، وتقدم توصيات واضحة لصانعي السياسات.

جدول المحتويات

1. مقدمة: 4
2. بعض المشاهدات 5
3. مؤشر تنمية السياحة والسفر لعام 2021: أين يقف الأردن 8
4. رؤية التحديث الاقتصادي، محرك الأردن وجهة عالمية: قطاع السياحة 16

1. مقدمة:

يعتبر القطاع السياحي من أهم القطاعات الرئيسية التي تساهم في تعزيز الأداء الاقتصادي للدول. وتبرز أهمية هذا القطاع للأردن نتيجة لمساهمته العالية في الميزان التجاري والدخل القومي للمواطنين، خاصة إذا علمنا أن الأداء التجاري للأردن لازال ضعيفا. فرغم التحسن الذي شهده مؤخرا الميزان التجاري في الأردن مقارنة بالفترة ما بين 1980-1990، إلا أنه لا زال ضعيفا ويعاني من عجز مستمر منذ العام 1980. ويقاس **الميزان التجاري** لدولة ما، انعكاس التبادل التجاري على أداء اقتصادها، وذلك من خلال احتساب الفرق بين القيمة النقدية للواردات من السلع والخدمات مقارنة بالصادرات خلال فترة زمنية محددة. ويشير العجز التجاري المستمر إلى ضعف القدرة التنافسية للدولة نتيجة عدم تحقيقها فائض في ميزانها التجاري (قيمة الصادرات أعلى من قيمة الواردات).



وعليه، فإن الهدف العام من ورقة السياسات هذه، الصادرة عن منتدى الاستراتيجيات الأردني، هو **تسليط الضوء على أهمية القطاع السياحي في تعزيز الميزان التجاري للأردن، وكيفية تعزيز مساهمته في الدخل القومي للأردنيين من خلال:**

- إعطاء لمحة عن **الأداء التجاري للاقتصاد الأردني** والأهمية النسبية لقطاع السياحة فيه.
- استخلاص الدروس المستفادة من **"مؤشر تنمية السياحة والسفر لعام 2021: إعادة البناء من أجل مستقبل مستدام وأكثر مرونة"** الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي في شهر أيار من عام 2022.
- تسليط الضوء على المبادرات المتعلقة بالقطاع السياحي التي وردت في **"رؤية التحديث الاقتصادي"**، وكيفية ترسيخ مكانة الأردن كوجهة رئيسة للسياحة والإنتاج السينمائي، كما جاء في محرك "الأردن وجهة عالمية"، أحد المحركات الاقتصادية للرؤية.

2. بعض المشاهدات:

1. تشير نسبة التجارة الدولية (الصادرات والواردات) إلى الناتج المحلي الإجمالي إلى مستوى الانفتاح الاقتصادي للدول، إذ **يعتبر الاقتصاد الأردني اقتصادًا مفتوحًا** عند مقارنته بمجموعة من الدول المختلفة، حيث بلغ المتوسط السنوي لإجمالي الصادرات والواردات من السلع والخدمات إلى الناتج المحلي الإجمالي ما نسبته 83.7% خلال الفترة 2016 - 2020. وهذه النسبة مرتفعة إذا ما قورنت باقتصادات دول أخرى كاليابان (33.6%)، ومصر (40.1%)، وبريطانيا (60.2%)، وغيرهم.

نسبة التجارة إلى الناتج المحلي الإجمالي (2016 - 2020)					
الدولة	التجارة / الناتج المحلي الإجمالي	الدولة	التجارة / الناتج المحلي الإجمالي	الدولة	التجارة / الناتج المحلي الإجمالي
سنغافورة	317.7%	قطر	90.6%	السعودية	61.4%
الإمارات	169.8%	السويد	86.5%	بريطانيا	60.2%
البحرين	143.8%	ألمانيا	85.8%	تركيا	58.1%
ماليزيا	126.0%	عُمان	85.7%	تشيلي	56.7%
سويسرا	118.8%	الأردن	83.7%	الجزائر	53.4%
جورجيا	105.0%	المغرب	83.5%	مصر	40.1%
الكويت	98.8%	العراق	62.2%	الصين	36.5%
تونس	95.6%	لبنان	62.0%	اليابان	33.6%

المصدر: البنك الدولي

2. في ذات الوقت، يعاني الأردن من نسبة عجز كبير ومستمر في الميزان التجاري إلى الناتج المحلي الإجمالي مقداره (-18%) خلال الفترة 2010-2016.

نسبة الميزان التجاري إلى الناتج المحلي الإجمالي (2016 - 2020)					
الدولة	الميزان التجاري / الناتج المحلي الإجمالي	الدولة	الميزان التجاري / الناتج المحلي الإجمالي	الدولة	الميزان التجاري / الناتج المحلي الإجمالي
سنغافورة	28.3%	السويد	3.3%	تركيا	-1.5%
الإمارات	25.5%	الصين	1.6%	المغرب	-9.3%
قطر	12.6%	تشيلي	1.2%	الجزائر	-9.4%
سويسرا	11.1%	اليابان	0.3%	مصر	-9.9%
البحرين	9.1%	بريطانيا	-1.0%	تونس	-11.9%
العراق	8.1%	ألمانيا	6.4%	جورجيا	-13.0%
ماليزيا	6.8%	الكويت	6.0%	الأردن	-18.0%
عُمان	6.8%	السعودية	6.0%	لبنان	-20.4%

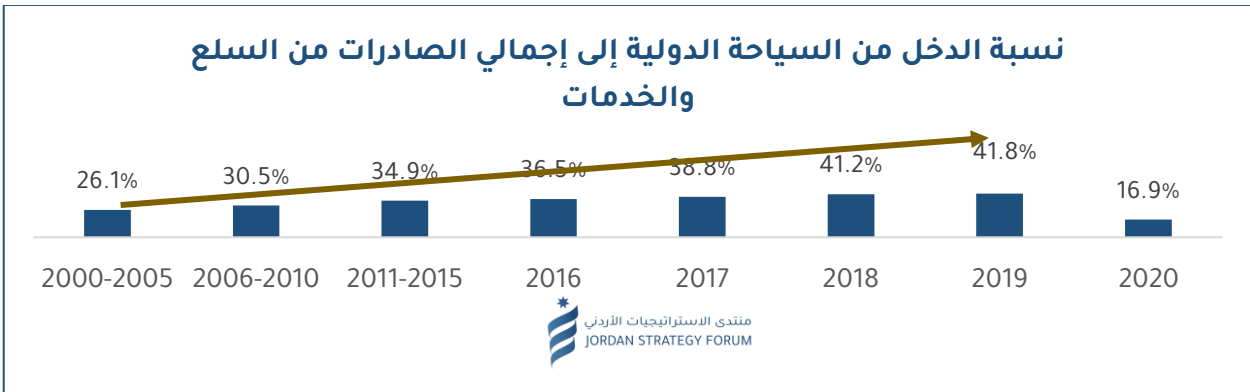
المصدر: البنك الدولي

3. في ظل عجز الميزان التجاري المستمر، تجدر الإشارة إلى أن صادرات الأردن "السلعية" شديدة التركز، أي أن نسبة كبيرة من إجمالي الصادرات السلعية تتركز فعليا في عدد قليل من السلع. وهذا مؤشر على **ضعف قدرة الاقتصاد الأردني على التوسع في صادراته السلعية، بشكل كبير على المدى القريب.**

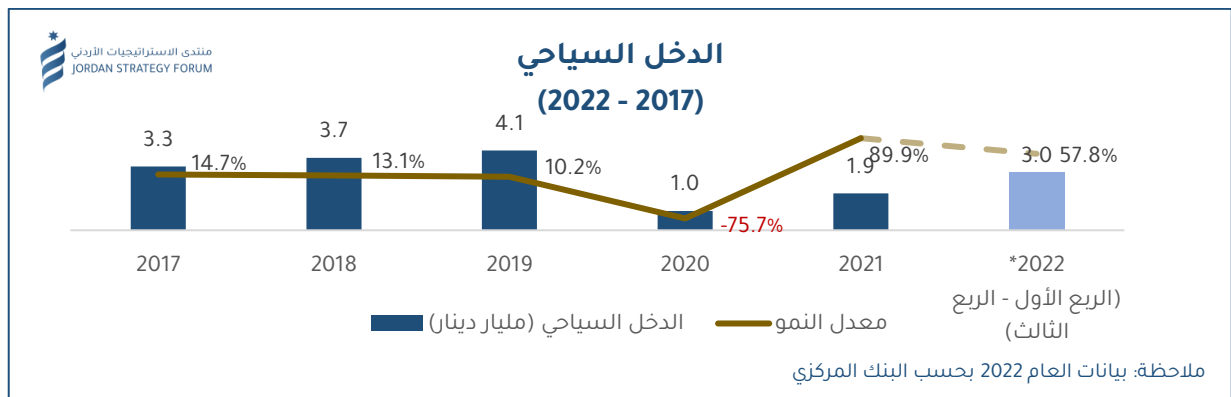
نسبة أبرز السلع المحلية في الأردن إلى الصادرات السلعية			
2020	2019	2018	السلع المصدرة
23.0%	27.7%	26.3%	1. الملابس
12.4%	13.9%	13.8%	2. الفوسفات والبوتاس
10.0%	6.4%	6.3%	3. حامض الفوسفوريك والأسمدة
8.4%	8.7%	9.6%	4. منتجات دوائية وصيدلية
7.7%	8.1%	8.6%	5. الفواكه والخضروات والحيوانات الحية
61.4%	64.8%	64.6%	نسبة إلى الصادرات الوطنية

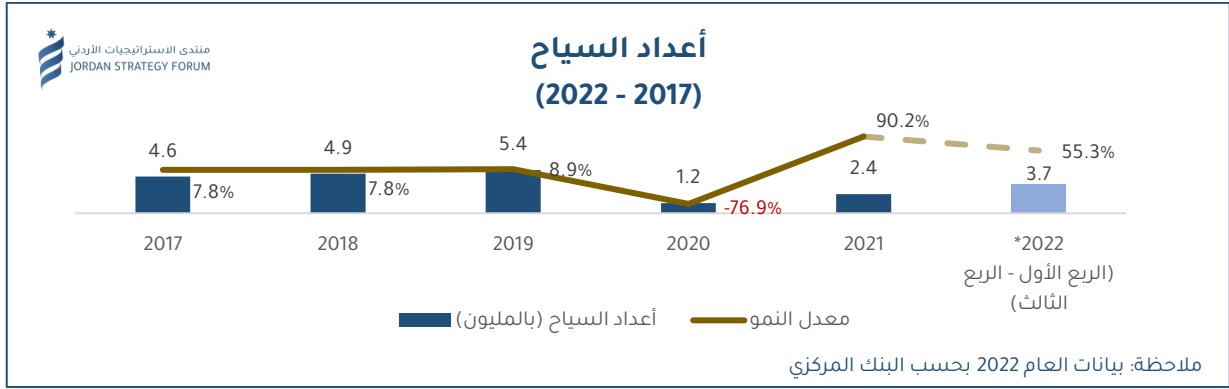
المصدر: دائرة الإحصاءات العامة

4. من الملاحظ أيضًا، أن نسبة الدخل من السياحة الدولية للأردن إلى إجمالي الصادرات مرتفعة وفي ازدياد أيضًا. فقد ارتفع الدخل من السياحة الدولية إلى إجمالي الصادرات من 26.1% في عام 2000 إلى 41.8% في عام 2019، رغم انخفاض هذه النسبة إلى 16.9% في عام 2020 نتيجة لتفشي وباء كوفيد-19.



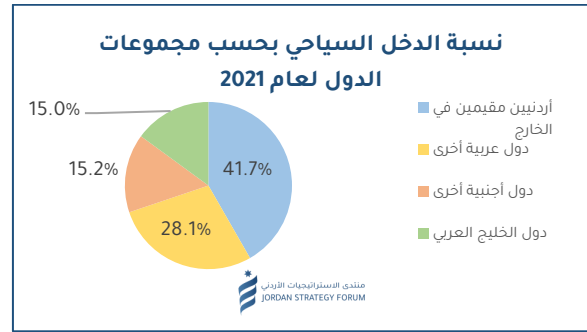
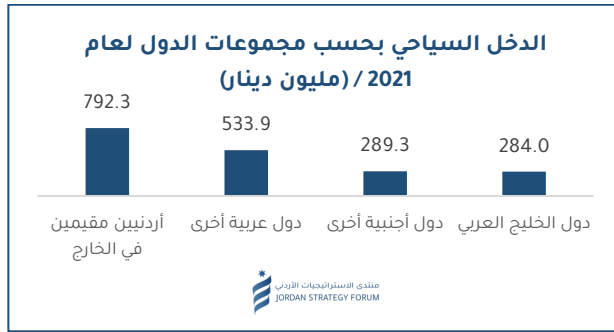
إلا أن المؤشرات تدل على أن نسبة الدخل السياحي من إجمالي الصادرات ستستمر بالارتفاع خلال الأعوام 2021-2022؛ حيث تضاعف الدخل السياحي من 1.0 مليار دينار في عام 2020 إلى 1.9 مليار دينار في عام 2021، بحسب البيانات الصادرة عن وزارة السياحة والآثار. وبحسب البيانات الصادرة عن البنك المركزي، فقد شهد الدخل السياحي ارتفاعاً ملموساً ليصل إلى 3 مليار دينار خلال الثلاثة أرباع الأولى من عام 2022، وذلك نتيجة لارتفاع أعداد السياح القادمين إلى المملكة والذي وصل إلى 3.7 مليون سائح.





المصدر: وزارة السياحة والآثار والبنك المركزي الأردني

6. يتشكّل الدخل السياحي للأردن بحسب مجموعات الدول بشكل رئيسي من الأردنيين المقيمين في الخارج (41.7%)، والدول العربية الأخرى (28.1%)، والدول الأجنبية الأخرى (15.2%)، ودول الخليج العربي (15.0%).



المصدر: وزارة السياحة والآثار

7. كما يعتبر دخل الأردن من السياحة الدولية مرتفع بشكل استثنائي. فقد كانت نسبة الدخل السياحي خلال الفترة 2016-2019، تعادل حوالي 40% من إجمالي الصادرات. وفي الواقع، يتفوق عدد قليل فقط من الدول على الأردن في هذه النسبة مثل لبنان وجزر الباهاما وجزر المالديف.

عائدات السياحة الإقليمية والدولية من إجمالي الصادرات					
الدولة	2019-2016	2020	الدولة	2019-2016	2020
المالديف	84.3%	78.9%	تونس	11.5%	6.3%
الباهاما	79.4%	61.2%	فرنسا	8.0%	4.7%
لبنان	43.7%	27.0%	عمان	7.0%	2.0%
الأردن	39.6%	16.9%	السعودية	6.3%	3.2%
اليونان	27.5%	10.5%	اليابان	4.7%	1.4%
المغرب	22.8%	12.0%	العراق	4.4%	1.9%
قبرص	18.3%	3.5%	هولندا	3.1%	1.5%
قطر	16.9%	20.2%	الكويت	1.3%	1.1%
تركيا	15.0%	6.8%	الجزائر	0.5%	0.2%

المصدر: البنك الدولي

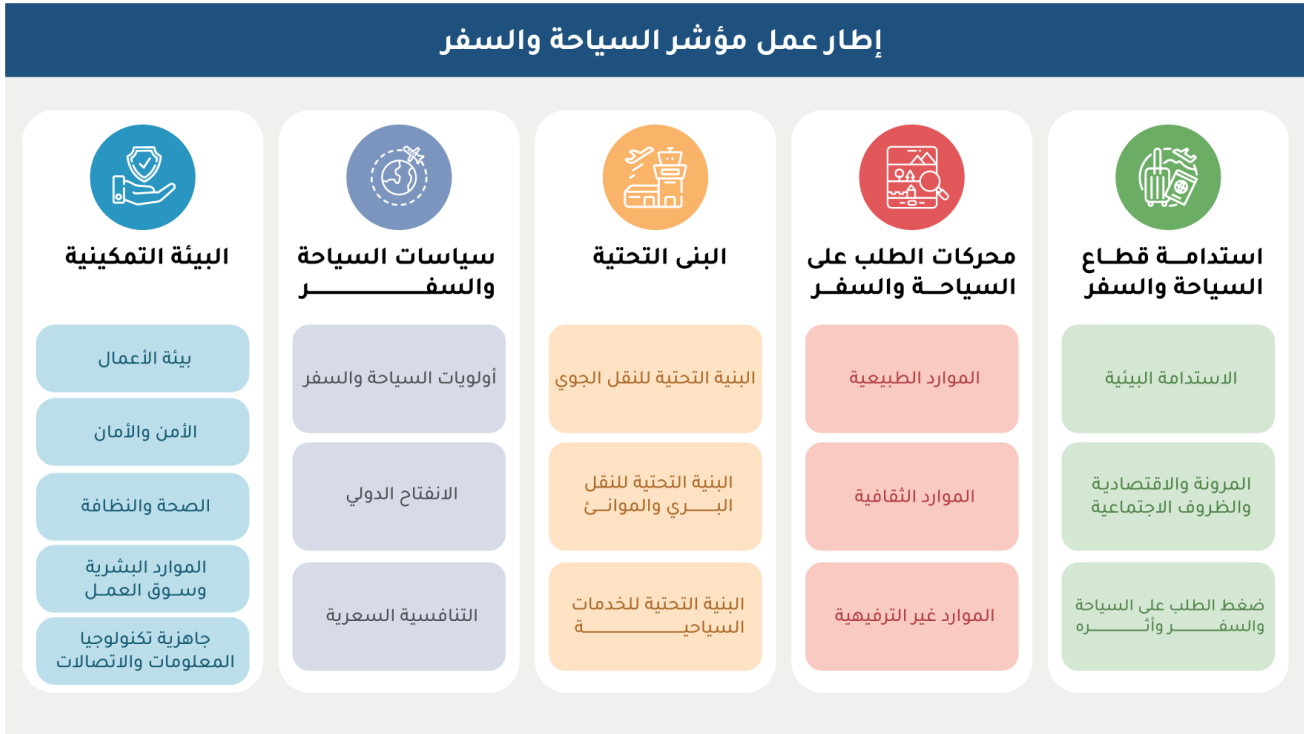
تدّل المشاهدات أعلاه، على أهمية مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني. وبالتالي، لا بد من العمل بجد وباستمرار لتحسين أداء هذا القطاع؛ خاصة وأن هذه المساهمة لها دور كبير ليس فقط في خفض العجز في الميزان التجاري، بل وفي زيادة الدخل القومي للاقتصاد الأردني أيضًا.

3. مؤشر تنمية السياحة والسفر لعام 2021: أين يقف الأردن؟

يوفر "مؤشر تنمية السياحة والسفر لعام 2021: إعادة البناء من أجل مستقبل مستدام وأكثر مرونة"، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي في شهر أيار من عام 2022، أداة قياس مرجعية إستراتيجية للأعمال والحكومات والمنظمات الدولية وغيرها من الجهات لتطوير قطاع السياحة والسفر. حيث يسلط المؤشر الضوء على بعض المقارنات بين الدول، ويقيس مدى تقدمها في محركات تطوير السياحة والسفر، كما ويوجه المؤشر السياسات والقرارات الاستثمارية المتعلقة بتطوير الأعمال في القطاع ككل، من خلال خمسة محاور رئيسية:

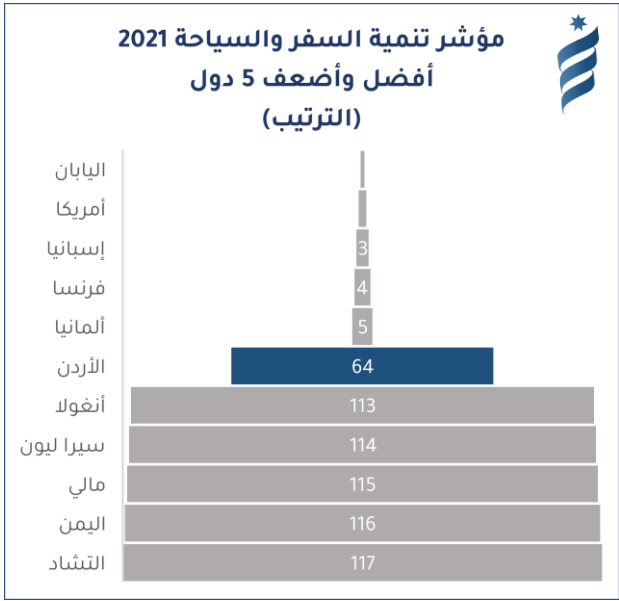
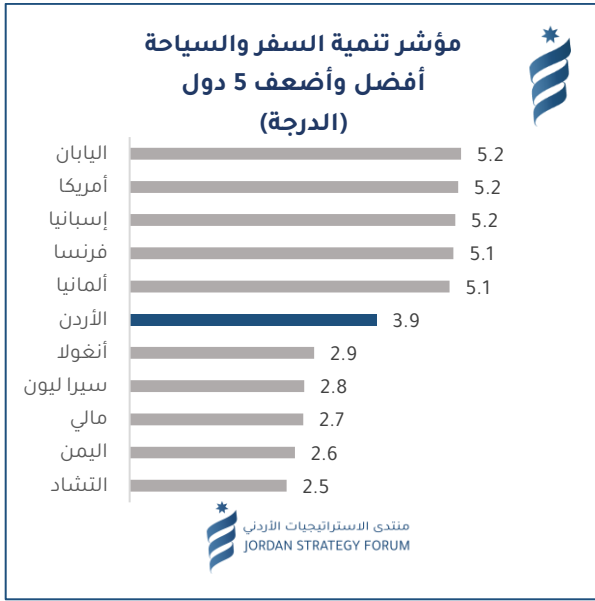
1. **البيئة التمكينية:** يتمحور حول الشروط العامة اللازمة للعمل في بلد ما.
2. **سياسات السياحة والسفر:** يتمحور حول سياسات محددة أو جوانب استراتيجية تؤثر بشكل مباشر على القطاع.
3. **البنى التحتية:** يتمحور حول مدى توافر وجودة البنية التحتية المادية في كل اقتصاد.
4. **محركات الطلب على السياحة والسفر:** يتمحور حول "أسباب السفر" الرئيسية.
5. **استدامة قطاع السياحة والسفر:** يلتقط تحديات ومخاطر الاستدامة الحالية أو المحتملة.

إطار عمل مؤشر السياحة والسفر

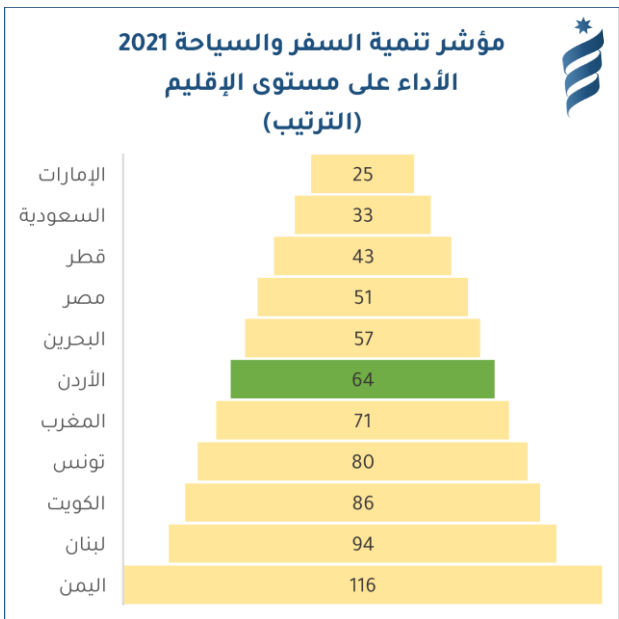
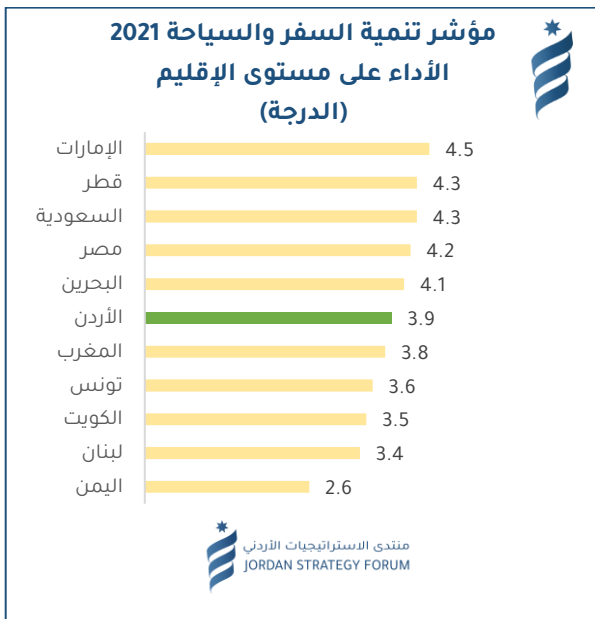


استنادًا إلى نتائج التقرير المنشور في شهر أيار 2022، نورد أدناه مجموعة من المشاهدات حول موقع الأردن في المؤشر:

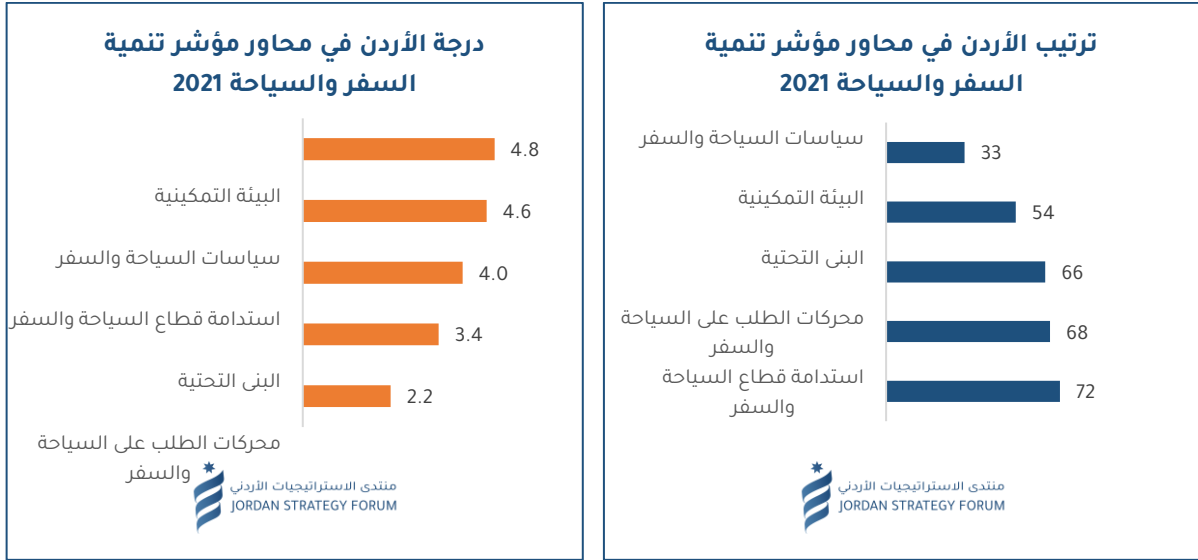
1. كانت اليابان الدولة ذات الأداء الأفضل وبدرجة بلغت 7 / 5.2، وكانت تشاد الدولة ذات الأداء الأضعف وبدرجة بلغت 7 / 2.5، إذ حصلت على المرتبة الأخيرة والبالغة 117. أما فيما يتعلق بالأردن، فقد كان أدائه متوسطًا، إذ حصل على الدرجة 7 / 3.9 والمرتبة 64 / 117 عالميًا.



2. أما على المستوى الإقليمي، فقد تصدرت الإمارات الدول العربية جميعها وحصلت على المرتبة 25 / 117 على المستوى الدولي. وبدرجة 3.9 / 7، جاء الأردن في المرتبة السادسة على مستوى الإقليم.

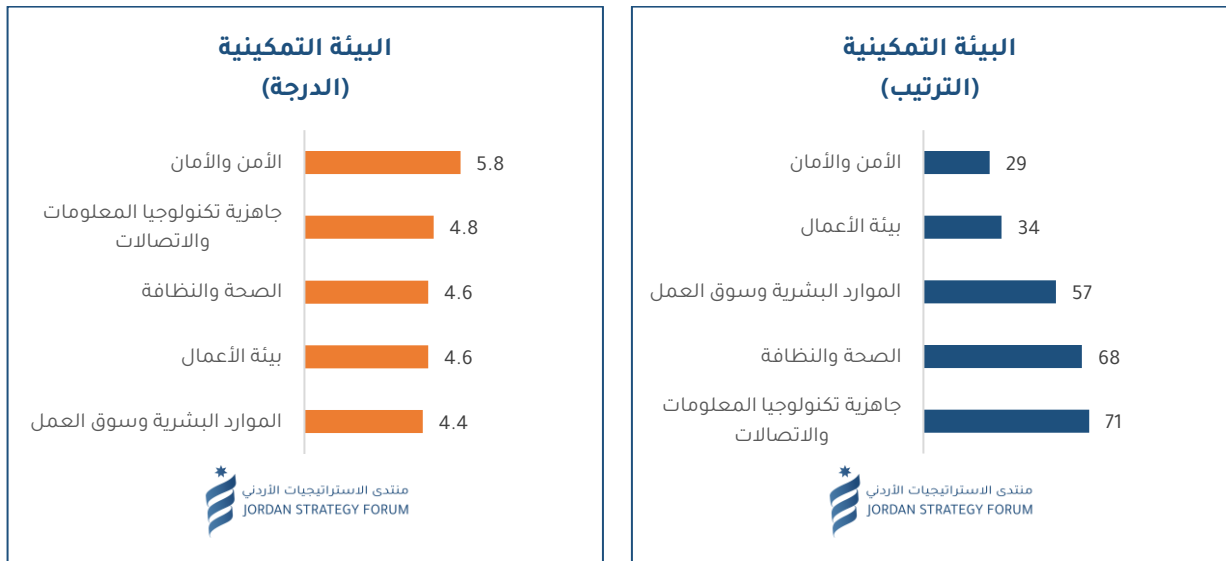


3. تجدر الإشارة إلى وجود تفاوت كبير في أداء الأردن على محاور المؤشر. فعلى سبيل المثال، كان أداء الأردن الأفضل في سياسات السياحة والسفر وحصل على مرتبة بلغت 33 / 117. أما في استدامة قطاع السياحة والسفر، كان أداء الأردن الأضعف وحصل على المرتبة 72 / 117.



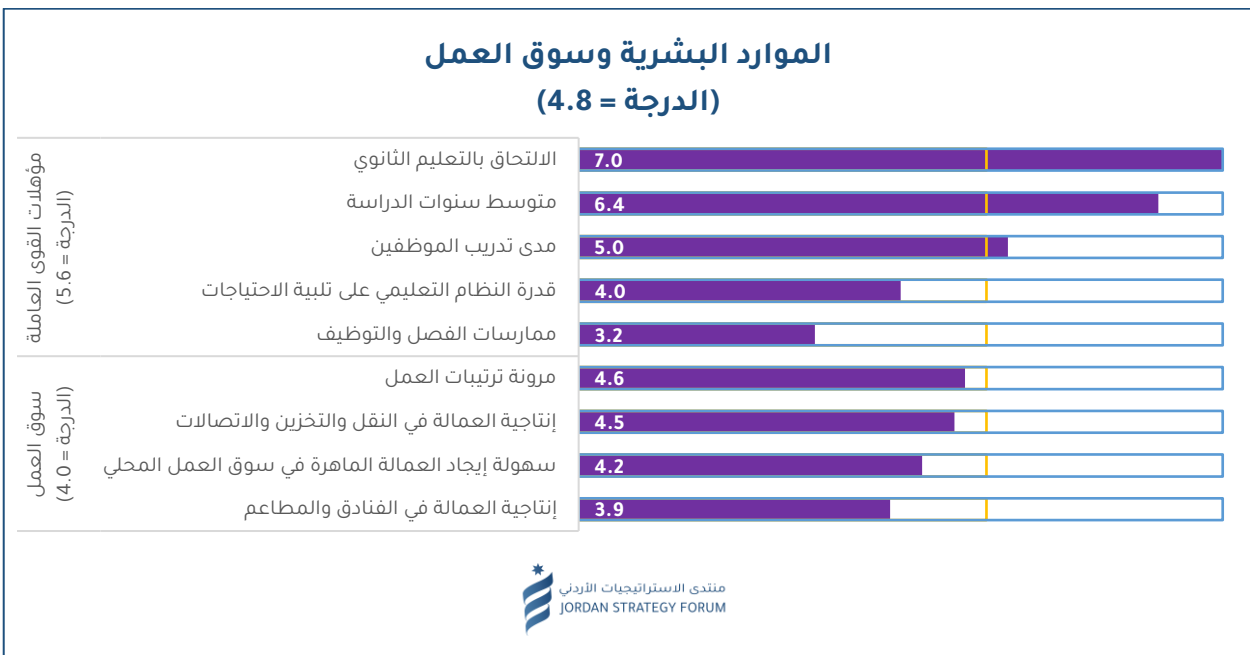
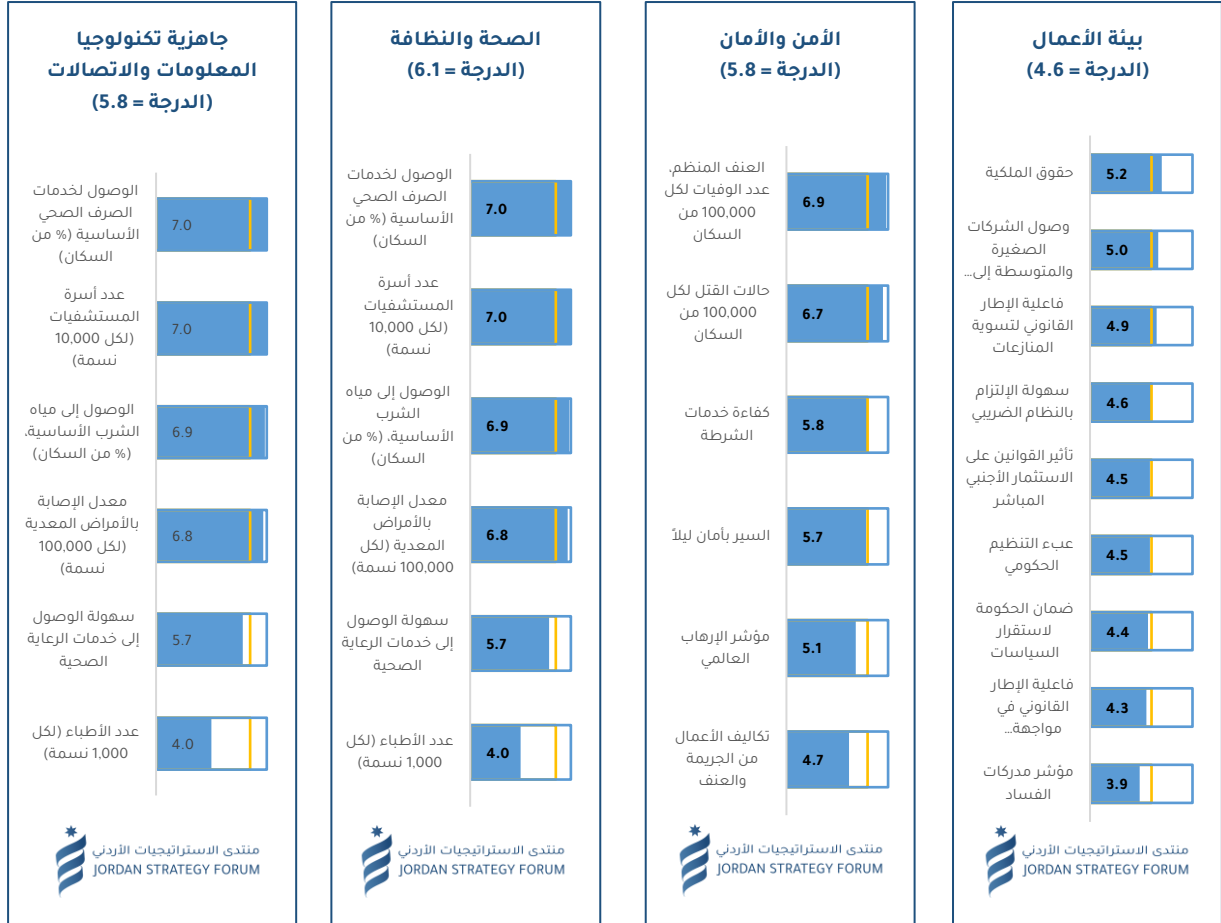
وفي هذا السياق، لا بد من دراسة أداء الأردن الضعيف في المؤشرات الفرعية المدرجة ضمن كل محاور من محاور المؤشر، واتخاذ التدابير اللازمة لتحسينها، وبالأخص في المحاور التالية:

1. البيئة التمكينية: حصل الأردن على المرتبة 71 / 117 في جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وفي الصحة والنظافة، حصل الأردن على المرتبة 68 / 117.

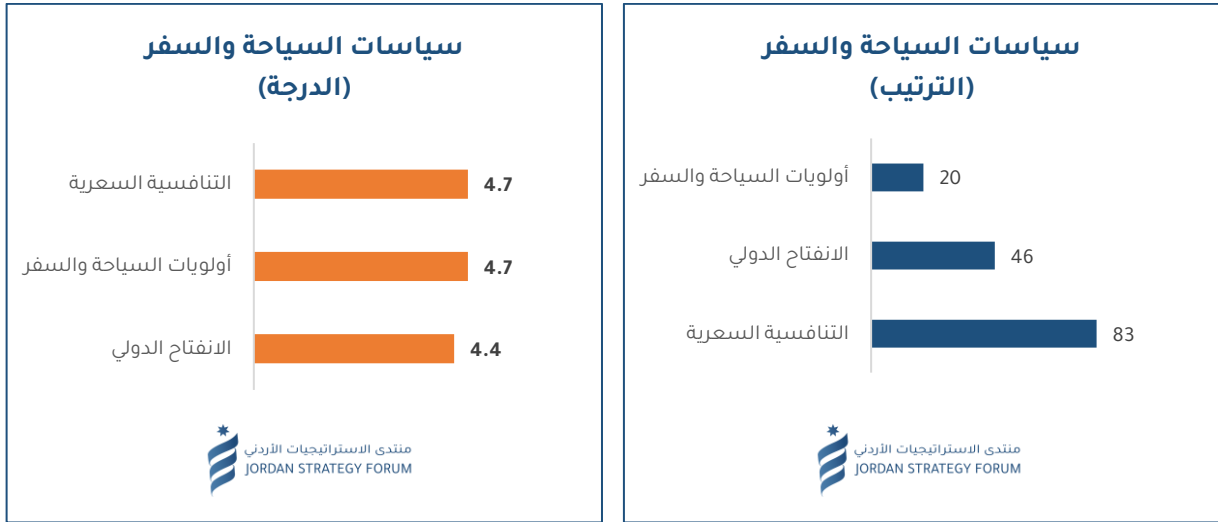


المؤشرات الفرعية الأضعف ضمن محور البيئة التمكينية: تأثير القوانين على الاستثمار الأجنبي المباشر، عبء التنظيم الحكومي، ضمان الحكومة لاستقرار السياسات، فاعلية الإطار القانوني في مواجهة الإجراءات الحكومية، مؤشر مدركات الفساد، كفاءة خدمات الشرطة، السير بأمان ليلاً، مؤشر الإرهاب العالمي، تكاليف الأعمال من الجريمة والعنف، سهولة الوصول إلى خدمات الرعاية الصحية، عدد الأطباء (لكل 1,000 نسمة)، قدرة النظام التعليمي على تلبية الاحتياجات، ممارسات الفصل والتوظيف، مرونة ترتيبات العمل، إنتاجية العمالة في النقل والتخزين والاتصالات، سهولة إيجاد العمالة الماهرة في سوق العمل المحلي، إنتاجية العمالة في الفنادق والمطاعم، عدد مشترك

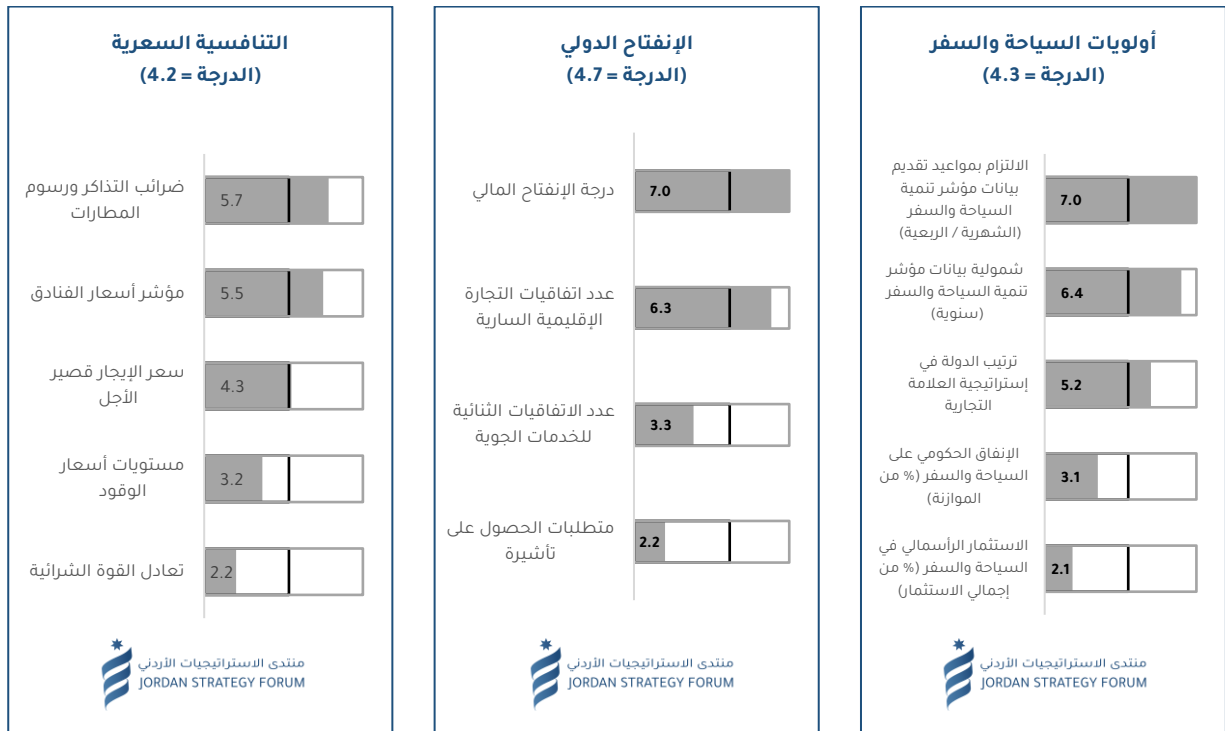
الإنترنت بالنطاق العريض (لكل 100 فرد)، استخدام المنصات الرقمية لتقديم خدمات الفنادق والمطاعم والأنشطة الترفيهية، استخدام المنصات الرقمية لتقديم الخدمات المالية، واستخدام المنصات الرقمية لتقديم خدمات النقل والشحن.



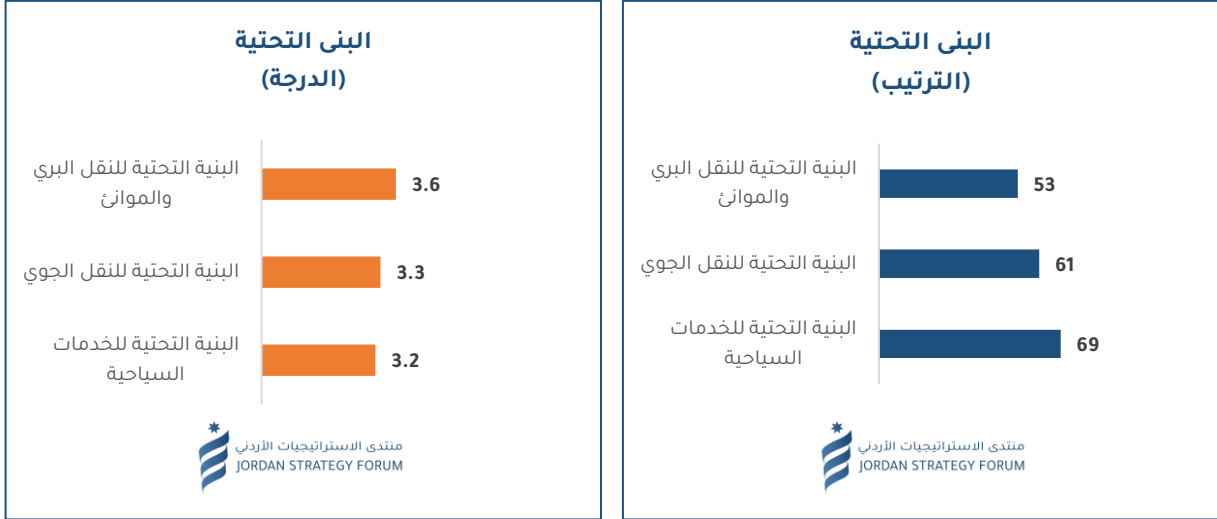
2. سياسات السياحة والسفر: حصل الأردن على المرتبة 83 / 117 في التنافسية السعرية.



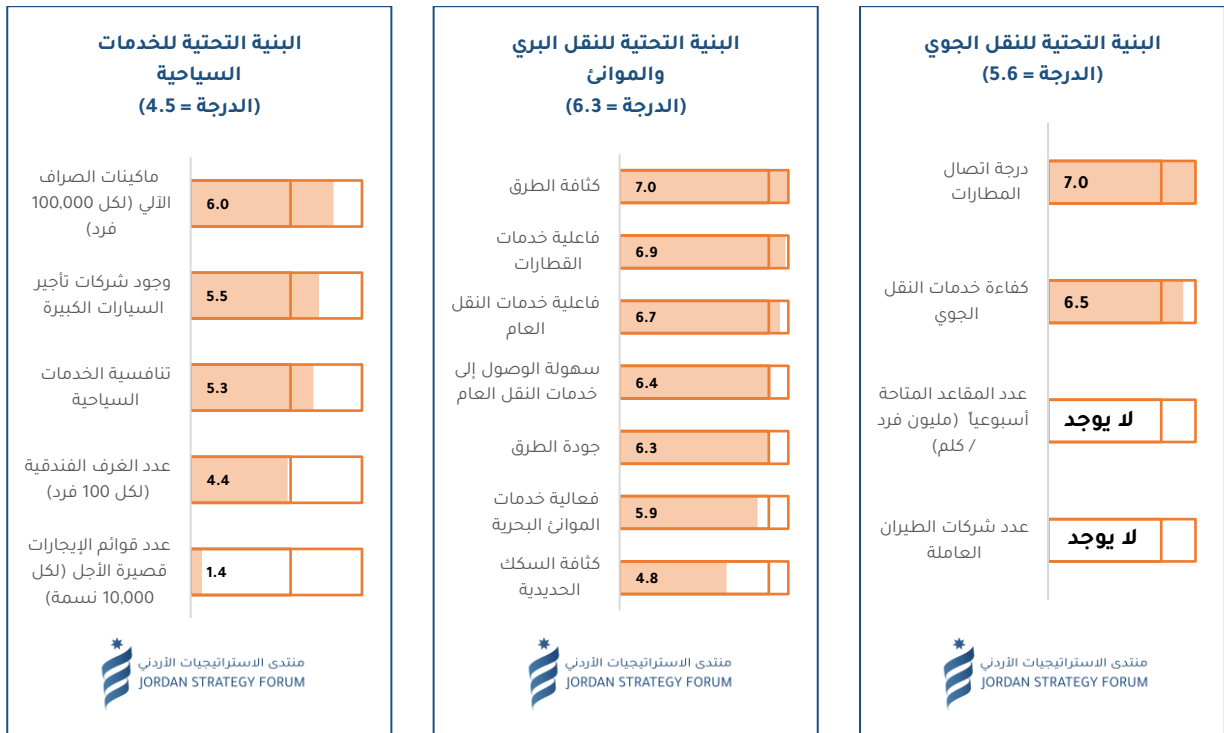
المؤشرات الفرعية الأضعف ضمن محور سياسات السياحة والسفر: الإنفاق الحكومي على السياحة والسفر (% من الموازنة)، الاستثمار الرأسمالي في السياحة والسفر (% من إجمالي الاستثمار)، متطلبات الحصول على تأشيرة، عدد الاتفاقيات الثنائية للخدمات الجوية، مستويات أسعار الوقود، وتعادل القوة الشرائية.



3. البنية التحتية: حصل الأردن على المرتبة 69 / 117 في البنية التحتية للخدمات السياحية والمرتبة 61 / 117 في البنية التحتية للنقل البري والموائ.



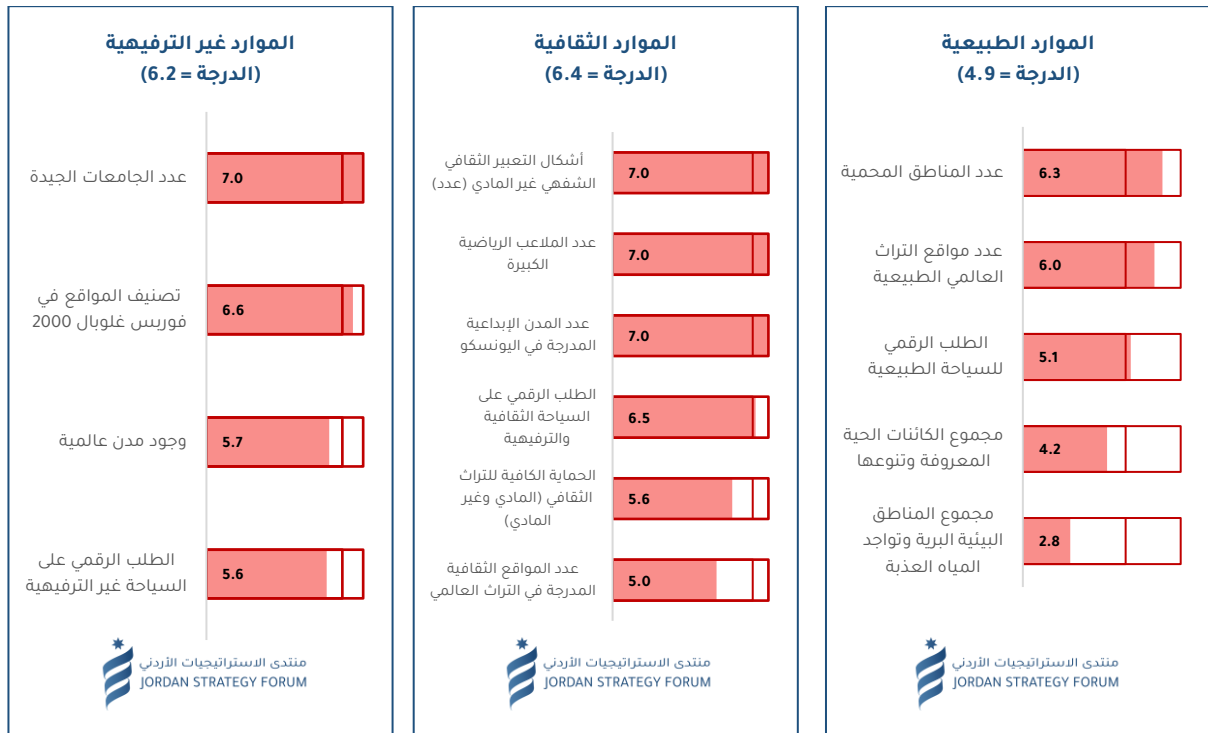
المؤشرات الفرعية الأضعف ضمن محور البنى التحتية: عدد المقاعد المتاحة أسبوعياً (مليون فرد / كم)، عدد شركات الطيران العاملة، جودة الطرق، فعالية خدمات الموانئ البحرية، كثافة السكك الحديدية، عدد الغرف الفندقية (لكل 100 فرد)، عدد قوائم الإيجارات قصيرة الأجل (لكل 10,000 نسمة).



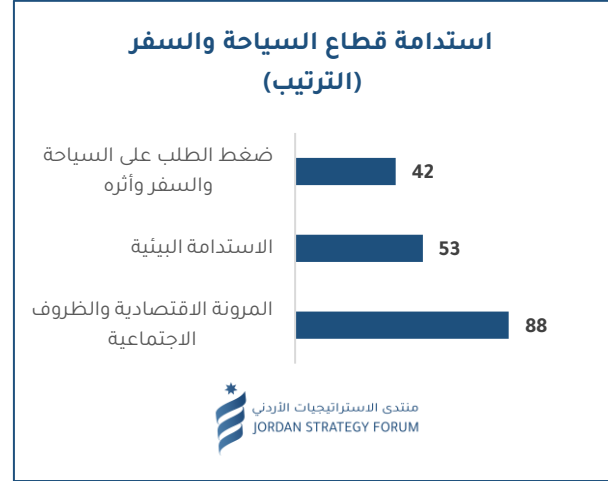
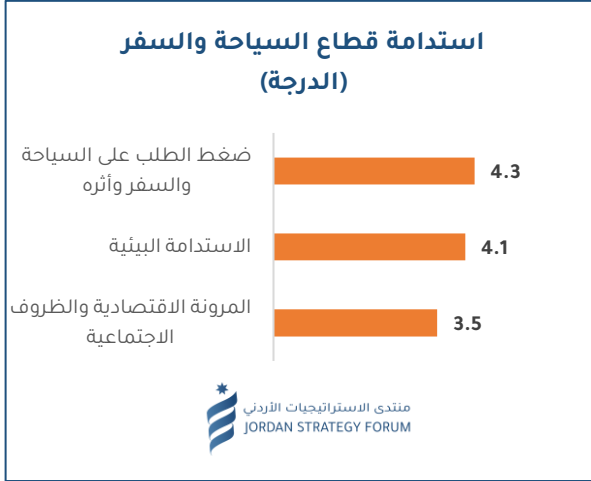
4. محركات الطلب على السياحة والسفر: حصل الأردن على المرتبة 91 / 117 في الموارد الطبيعية والمرتبة 70 / 117 في الموارد الثقافية.



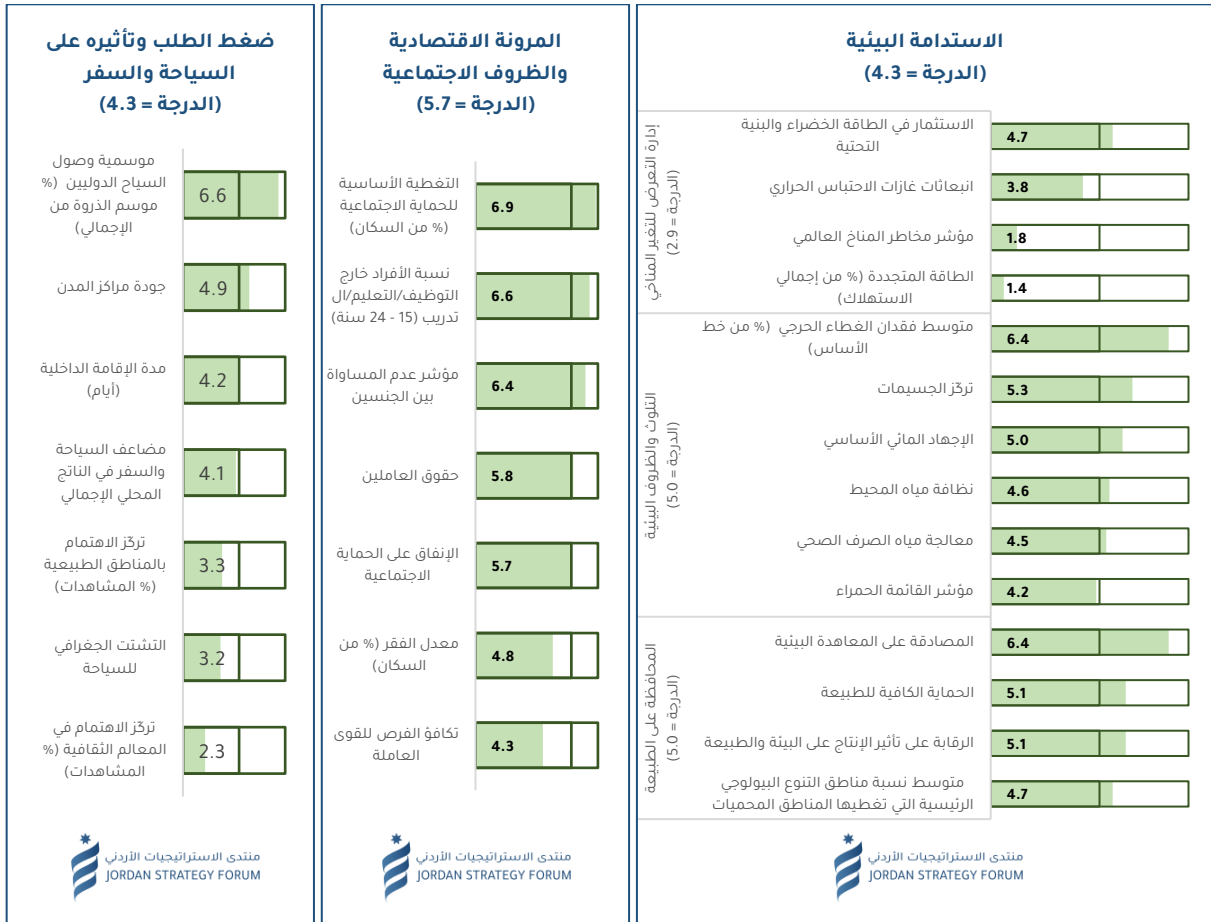
المؤشرات الفرعية الأضعف ضمن محور محركات الطلب على السياحة والسفر: مجموع الكائنات الحية المعروفة وتنوعها، مجموع المناطق البيئية البرية وتواجد المياه العذبة، الحماية الكافية للتراث الثقافي (المادي وغير المادي)، عدد المواقع الثقافية المدرجة في التراث العالمي، وجود مدن عالمية، الطلب الرقمي على السياحة غير الترفيهية.



5. استدامة قطاع السياحة والسفر: حصل الأردن على المرتبة 88 / 117 في المرونة الاقتصادية والظروف الاجتماعية.



المؤشرات الفرعية الأضعف ضمن محور استدامة قطاع السياحة والسفر: انبعاثات غازات الاحتباس الحراري، مؤشر مخاطر المناخ العالمي، الطاقة المتجددة (% من إجمالي الاستهلاك)، مؤشر القائمة الحمراء، الإنفاق على الحماية الاجتماعية، معدل الفقر (% من السكان)، تكافؤ الفرص للقوى العاملة، مدة الإقامة الداخلية (أيام)، مضاعف السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي، تركّز الاهتمام بالمناطق الطبيعية (% المشاهدات)، التشتت الجغرافي للسياحة، تركّز الاهتمام في المعالم الثقافية (% المشاهدات).



4. رؤية التحديث الاقتصادي، محرك الأردن وجهة عالمية: قطاع السياحة

جاءت "رؤية التحديث الاقتصادي" التي أطلقها جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين في حزيران 2022، كحصيلة لورش العمل الاقتصادية الوطنية تحت عنوان "إطلاق الإمكانيات لبناء المستقبل".

وقد تناولت الرؤية التي سيتم تنفيذها على ثلاث مراحل خلال 10 سنوات القادمة، 8 محركات اقتصادية و366 مبادرة في مختلف القطاعات. وقد كان محرك "الأردن وجهة عالمية" إحدى هذه المحركات، والذي يهدف إلى "ترسيخ مكانة الأردن كوجهة رئيسة للسياحة والإنتاج السينمائي". ولتحقيق هذا الهدف، أوردت الرؤية مجموعة من المبادرات الخاصة بقطاع السياحة، ترتبط مباشرة مع مؤشر تنمية السياحة والسفر. يربط منتدى الاستراتيجيات الأردني في الجزء التالي كيف ستعمل مبادرات قطاع السياحة ضمن رؤية التحديث الاقتصادي على تحسين درجة ومرتبة الأردن على مؤشر تنمية السفر والسياحة:

- 

تطوير وإدارة المواقع والمرافق السياحية والحفاظ عليها: ستساهم هذه المبادرة بالمحافظة على الطبيعة.
- 

تطوير المنتجات الخاصة بالسياحة بأنواعها المختلفة: ستساعد هذه المبادرة في تحسين بيئة الأعمال.
- 

تفعيل مبادرة الاستثمار السياحي: ستساهم هذه المبادرة بزيادة الإنفاق الحكومي على السياحة والسفر (% من الموازنة)، والاستثمار الرأسمالي في السياحة والسفر (% من إجمالي الاستثمار). كما ستساهم بزيادة الاستثمار في الطاقة الخضراء والبنية التحتية.
- 

تسهيل السفر إلى الأردن والتنقل داخله: ستساعد هذه المبادرة على تحسين البنية التحتية للنقل الجوي والبحري والبري، إضافة إلى تحسين البنية التحتية لخدمات السياحة. كما ستساعد هذه المبادرة في استغلال عدد الاتفاقيات الثنائية للخدمات الجوية.
- 

إطلاق مبادرة تنافسية الكلف وإتاحة الخدمات بأسعار منافسة: ستساهم هذه المبادرة في رفع تكافؤ القوى الشرائية بين فئات السياح المختلفة.
- 

إنشاء برنامج لصقل المهارات في قطاع السياحة: ستساعد هذه المبادرة في رفع قدرة النظام التعليمي على تلبية احتياجات سوق العمل، وتسهيل إيجاد العمالة الماهرة في سوق العمل المحلي، علاوة على رفع إنتاجية العمالة في الفنادق والمطاعم.
- 

إطلاق مبادرة السائح الرقمي: ستعزز هذه المبادرة من استخدام المنصات الرقمية لتقديم خدمات الفنادق والمطاعم والأنشطة الترفيهية.

تحديث بيانات القطاع بما يمكن من اتخاذ القرارات: ستساهم هذه المبادرة في تعزيز الالتزام بمواعيد تقديم البيانات المتعلقة بالسياحة والسفر، كما ستجعلها أكثر شمولاً.



الاستثمار بالتسويق السياحي، وربط الأردن بشبكة أوسع رافدة للسياح، وتطوير الهوية التجارية: ستساعد هذه المبادرة في تحسين أداء الدولة فيما يتعلق باستراتيجية العلامة التجارية. كما ستساعد باستقطاب عدد أكبر من السياح الدوليين، وستزيد من مدة إقامتهم الداخلية.



وضع معايير وقواعد عالمية المستوى لقطاع السياحة: ستساعد هذه المبادرة بضمان حقوق العاملين وتكافؤ الفرص فيما بينهم.



تحسين القوانين المرتبطة بقطاع السياحة: ستساهم هذه المبادرة بزيادة الأثر الإيجابي للاستثمار الأجنبي المباشر من خلال القوانين التي تطبقها الحكومة، كما ستزيد من فاعلية الإطار القانوني لتسوية المنازعات ومواجهة الإجراءات الحكومية.



تبسيط الإجراءات الحكومية: ستساهم هذه المبادرة في تسهيل التعامل مع النظام الضريبي، وتبسيط متطلبات الحصول على تأشيرة.



إطلاق مبادرة "أردن الأمن والسلامة والبيئة النظيفة": ستساهم هذه المبادرة في المحافظة على الطبيعة، وتخفيف التعرض للتغير المناخي، وإدارة الظروف البيئية والحد من التلوث بشكل أكثر كفاءة وفاعلية.



يوصي منتدى الاستراتيجيات الأردني بإعطاء الأولوية لتنفيذ هذه المبادرات، وإنجاحها من أجل تعزيز مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الأردني والدخل القومي للأردنيين، وكذلك تعزيز تنافسية القطاع عالمياً على مؤشر "تنمية السياحة والسفر".





منتدى الاستراتيجيات الأردني
JORDAN STRATEGY FORUM

www.jsf.org

www.jsf.org  /JordanStrategyForumJSF  @JSFJordan