# تعزيز تنافسية قطاع السياحة:
## الآفاق والتكيف مع المستجدات

شباط – 2020

منتدى الاستراتيجيات الأردني
JORDAN STRATEGY FORUM

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 جمعيةً غير ربحية تحمل الرقم الوطني 2012031100026، وتقع ضمن اختصاص وزارة الثقافة.

عمان، الأردن
ت: 6476 566 6 962+
ف:6376 566 6 962+

# جدول المحتويات


| | |
|---|---|
| مقدمة | 4 |
| أبرز الإنجازات والتحديات في قطاع السياحة الأردني: نظرة عامة | 8 |
| القدرة التنافسية للأردن في قطاع السياحة | 11 |
| الحوكمة ودور الجهات المعنية في قطاع السياحة والإطار القانوني القائم | 15 |
| أنماط السياحة والخدمات المرافقة لها في الأردن: الآفاق والتحديات | 19 |
| الأبحاث السياحية والتسويق ودور الخبراء في بناء القدرات الشبابية | 27 |
| الحفاظ على التراث والبيئة ودورهما في تطوير السياحة المستدامة | 29 |
| السياحة والقطاعات المساندة | 31 |
| نظرة الى المستقبل | 35 |
| ملحق رقم(1) – توصيات منتدى الاستراتيجيات الأردني لتطوير قطاع السياحة في الأردن | 36 |

# 1. مقدمة

شهد الأردن في الأعوام الأخيرة تراجعاً ملحوظاً في معدلات النمو الاقتصادي وتزايداً في مشاكل المالية العامة من حيث استمرارية العجز في الموازنة العامة وتراكم الدين العام المحلي والخارجي، وما زال الأردن يسعى جاهداً للخروج من هذا النفق من خلال تحفيز النمو الاقتصادي بهدف زيادة الموارد المالية للدولة ودعم ميزان المدفوعات. ولتحقيق ذلك، فإنه من الضروري التركيز على مجموعة من القطاعات الواعدة التي من شأنها تحقيق المطلوب في تعزيز منعة الاقتصاد الوطني. ويعتبر قطاع السياحة من أهم هذه القطاعات إذ يحتوي الأردن على مجموعة من المواقع والخصائص السياحية النادرة على مستوى العالم مثل البحر الميت وموقع عماد السيد المسيح والبتراء ووادي رم وغيرها من المواقع الأخرى، والتي تستقطب عدداً كبيراً من السياح من فئات مختلفة.

واتسمت السنوات الأخيرة بنموً ملحوظ في قطاع السياحة، وهذا بدوره ساهم في تكوين حالة من شبه الإجماع على أن السياحة قطاع واعد ينبغي ان يكون أحد أهم المحركات الرئيسية للاقتصاد الأردني. كما تنبع أهمية القطاع السياحي في الأردن من نمو هذا القطاع عالمياً أيضاً والاهتمام العالمي في السياحة إذ أصبح هذا القطاع يشكل مكوناً جوهرياً من المنظومة الاقتصادية العالمية ويؤثر بشكل واضح في النمو الاقتصادي العالمي.

وبناء على الآفاق المذكورة أعلاه، والتوقعات الإيجابية للنمو المتسارع في قطاع السياحة (في العالم وفي الأردن)، يقدم منتدى الاستراتيجيات الاردني خلاصه سريعة للقضايا الرئيسية التي تواجه القطاع السياحي، حيث تقدم ورقة السياسات هذه بعض التوصيات التي من شأنها أن تساعد في زيادة إنتاجية القطاع السياحي الأردني وتطويره وتنظيمه.

ويرى منتدى الاستراتيجيات الأردني بأنه ولاستغلال الفرصة الكامنة في قطاع السياحة بالشكل الأمثل فإنه من الضروري أن يتم العمل على إصلاحات داخل قطاع السياحة وأخرى تتعدى القطاع لتشمل إصلاحات شاملة وهيكلية في منظومة الأعمال بهدف تمكين قطاع السياحة من تحقيق أفضل ما يمكن تحقيقه. بالإضافة إلى ذلك، من الضروري مواكبة التطورات والاتجاهات العالمية من حيث تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي وغيرها في قطاع السياحة لتعزيز تنافسية الأردن عالمياً في جذب السياح.

وبناء على سلسلة من جلسات الحوار المركزة التي عقدها منتدى الاستراتيجيات الأردني مع أصحاب العلاقة في القطاعين الحكومي والخاص، تتناول هذه الورقة مجموعة من القضايا في قطاع السياحة الأردني. حيث تحلل الورقة مكانة الأردن من حيث المؤشرات السياحية وذلك استناداً إلى "مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي" الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (2019). كما تتطرق الى الجهات المعنية بإدارة بالقطاع وأدائها، والإطار القانوني الناظم لها. بالإضافة لتحليل الروافع المتعددة التي يعتمد عليها وأهمية تمكين الاستثمار والمناخ الاستثماري، وتشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص لتطوير القطاع السياحي. كما تتطرق الورقة لضرورة توفر الإحصاءات المحدثة والمعلومات الاستراتيجية لتطوير صناعة السياحة.

## نظرة عامة على السياحة الدولية والمحلية بالأرقام

وفقاً لمنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، ارتفع عدد السياح عالميا بنسبة 5% في 2018 ليصل إلى 1.4 مليار سائح متجاوزاً التوقعات العالمية. كذلك، ارتفعت حصيلة الصادرات العالمية التي تدرها السياحة على كافة دول العالم مجتمعة إلى 1.7تريليون دولار أمريكي. وهذا مؤشر على أن قطاع السياحة يعبر عن قوة اقتصادية عالمية حقيقية ذات أثر ايجابي على النمو الاقتصادي العالمي، ويؤدي إلى خلق وظائف أكثر وأفضل ويعمل كمحفز للابتكار وريادة الاعمال.

وفقا لما ذكره التقرير الدوري للمجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC) "الأثر الاقتصادي للسياحة والسفر 2019/9 "، فان المساهمة المباشرة لقطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2018 كانت تساوي 8.8ترليون دولار (ما نسبته 8.8% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي). ومن حيث التوظيف، فقد ولد قطاع السياحة العالمي وظيفة من بين كل عشر وظائف تم توليدها في كافة القطاعات الاقتصادية عالمياً، بينما ولد وظيفة من بين كل خمس وظائف تم توليدها عالمياً في الخمسة سنوات الأخيرة.

وبناءً على ما ذكر أعلاه، فإنه من الواضح بأن قطاع السياحة يساهم في تحسين حياة الملايين من الناس وتطوير المجتمعات. وتستفيد الاقتصادات الناشئة والمتقدمة على حد سواء من ارتفاع الدخل السياحي والذي لا يزال يشهد نمواً متسارعاً، حيث أن النمو في القطاع السياحي عالمياً كان أسرع من النمو العالمي في القطاعات الأخرى.

وتشير التحليلات الى أن العوامل الأكثر تأثيراً في نمو قطاع السياحة تتلخص بما يلي:

1) وجود بيئة اقتصادية مواتية تساعد على النمو الايجابي للناتج المحلي الإجمالي العالمي.

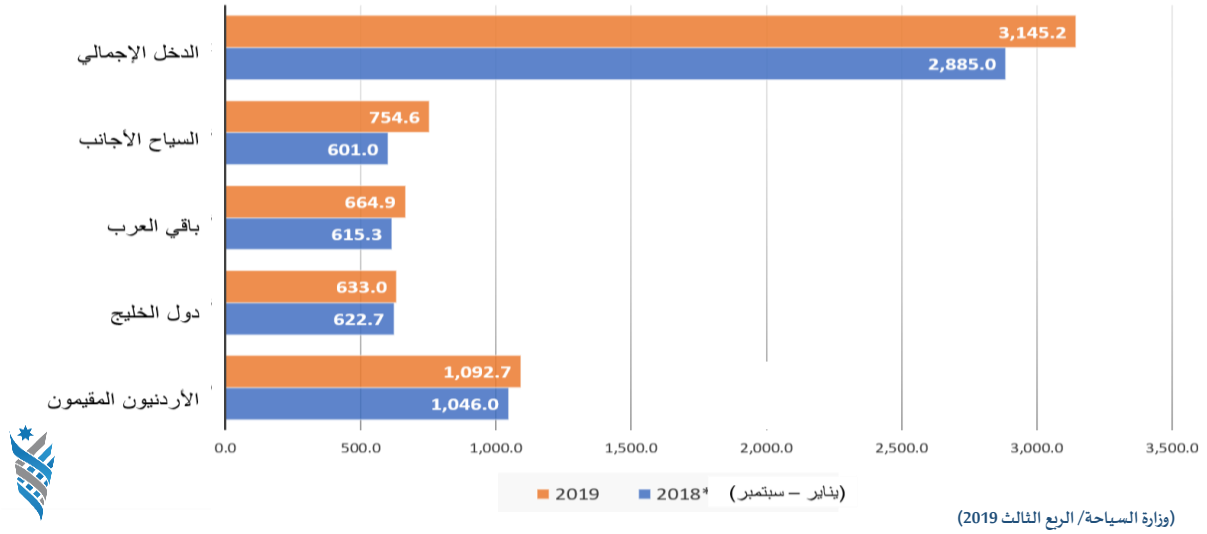
2) الطلب القوي والمتزايد باستمرار على السفر جواً.

3) استخدام التكنولوجيا الرقمية والذكاء الاصطناعي واللذان ساهما في تحسين التجربة السياحية للمسافرين.

4) تسهيل الحصول على تأشيرات الدخول عند الوصول أو عن طريق التقديم عبر الانترنت.

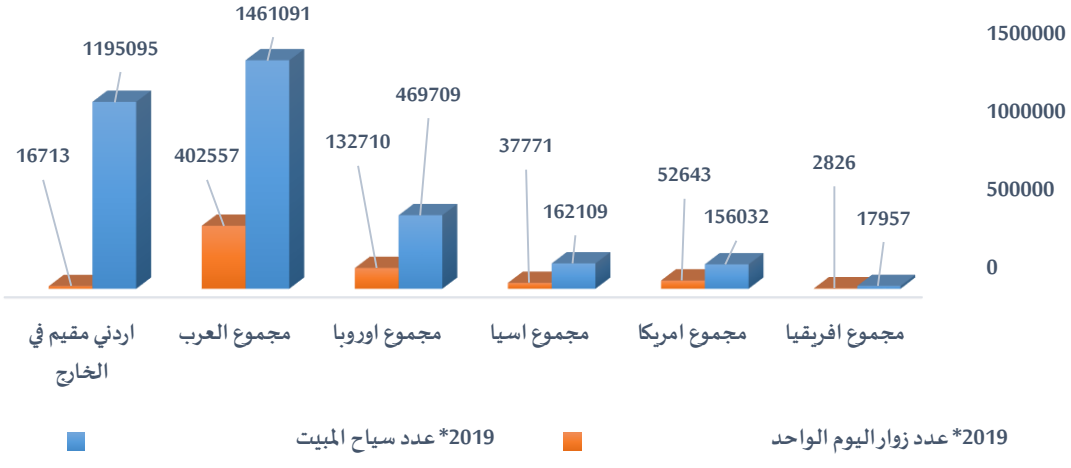
وفقاً لوزارة السياحة والآثار الأردنية، شكلت السياحة 12.5% من الناتج المحلي الإجمالي في الأردن في عام 2018، ومن المتوقع ان تساهم السياحة بشكل أكبر في الناتج المحلي الاجمالي في نهاية عام 2019. حيث سجل الأردن في الربع الأول من عام 2019 زيادة بنسبه 6.5% في أعداد السياح مقارنة مع ذات الفترة من عام 2018. وتشير أرقام البنك المركزي الأردني عن بلوغ إيرادات السياحة حوالي 1,290.7 مليون دينار حتى نهاية الربع الثالث لعام 2019 بزيادة نسبتها 7.7% عن نفس الفترة من العام الماضي، وفي هذا السياق، تجدر الملاحظة إلى أن حوالي 40% من إيرادات القطاع تأتي من الأردنيين المقيمين في الخارج، مما يشير إلى عدم وضوح أرقام السياحة في بعض الأحيان والتي يتم نشرها من قبل وزارة السياحة في وسائل الاعلام. لذلك فمن الضروري فصل أرقام الزوار الأردنيين والعرب عن السياح الآخرين عند الحديث عن أرقام السياحة.

الشكل 1: الدخل السياحي الشهري موزع حسب مجموعات الدول للسنوات 2018 -2019 (مليون دينار)

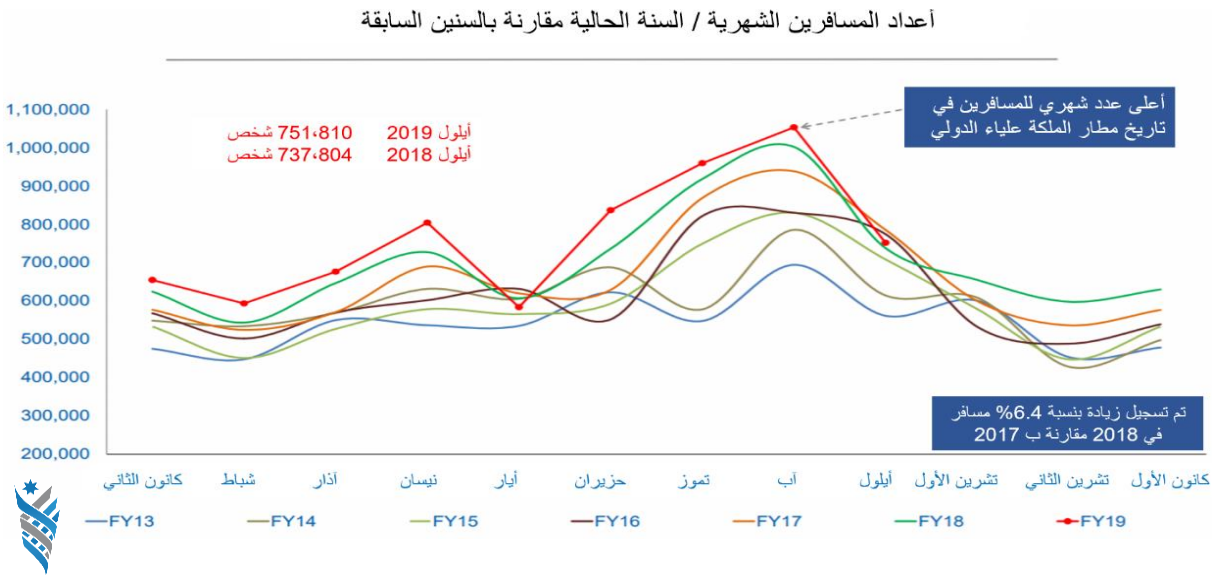



(وزارة السياحة/ الربع الثالث 2019)

الشكل 2: الزوار والسياح الوافدين للأردن حسب مجموعات الدول حتى شهر أيلول 2019



**الشكل 3: حركة المسافرين في مطار الملكة علياء الدولي (تقرير مجموعة المطار الدولي 2019/9)**




وعلى غرار النمو في القطاع السياحي فقد سجلت مجموعة المطار الدولي (AIG) زيادة بلغت 5.9% في أعداد المسافرين الوافدين إلى الأردن عبر مطار الملكة علياء خلال العام 2019، حيث بلغ مجموع المسافرين الوافدين للمطار قرابة 8,924,080 مسافر.

# 2. أبرز الإنجازات والتحديات في قطاع السياحة الأردني: نظرة عامة

بهدف الاستجابة للطلب المتزايد على الخدمات السياحية في الأردن وتعزيز النتائج الإيجابية المرجوة من القطاع السياحي الأردني في تحفيز النمو الاقتصادي في الأردن، قامت الحكومة والجهات المعنية في القطاعين العام والخاص بالعديد من الإجراءات التي من شأنها تطوير قطاع السياحة في الأردن. ومع ذلك ما زال المزيد مطلوباً في ظل العديد من التحديات القائمة. وفيما يلي، نبين مجموعة من الإنجازات والتحديات العامة في قطاع السياحة الأردني.

| الإنجازات/التقدم الإيجابي |
|---|

1) لقد تم مؤخراً رفع القيود المفروضة على تأشيرات الدخول للجنسيات المقيدة ضمن شروط محددة.

2) وصل عدد زوار البتراء إلى أعلى رقم تاريخياً ليبلغ 1,350,000 زائر بحلول نهاية 2019.

3) شهد موقع المغطس ومدينة العقبة ووادي رم وقلعة الكرك ومدينة مأدبا اعداداً غير مسبوقة من الزوار. على سبيل المثال، كانت نسبة الارتفاع في أعداد زوار المغطس حتى نهاية تشرين الثاني من العام 2018 نحو 29.1%، مقارنة بذات الفترة من العام الذي سبقه.

4) أعلنت هيئة تنشيط السياحة بأن عدداً من شركات الطيران المنخفضة التكاليف الجديدة ستبدأ في السفر إلى الأردن في 2020. وفعلاً بدأت شركة Transavia برحلتين أسبوعياً بين عمان وأمستردام في نهاية كانون الأول 2019.

5) تم تشكيل مجلس جديد للسياحة العلاجية في إطار نظام هيئة تنشيط السياحة.

6) تم تعديل نظام النقل السياحي لتسهيل دخول شركات جديدة لتقديم خدمات النقل السياحي، كما تم تقديم إعفاءات ضريبية للشركات الجديدة والقائمة لمده 3 سنوات.

7) أعلن رئيس مجلس المفوضين في سلطة البتراء عن خطة جديدة لإدارة موقع البتراء التراثي.

8) سيقام عرض دولي للطيران في العقبة في آذار 2020 في إطار خطة سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة للتسويق والترويج.

9) أعلنت سلطة العقبة عن حوافز خاصة لشركات الطيران التي ستحط في مطار الملك حسين في العقبة لتعزيز السياحة وتقليل التذبذب الموسمي خلال أشهر الصيف.

10) تم الإعلان عن خطة تطوير المنطقة التنموية في عجلون للفترة 2020-2022، والتي تهدف إلى دعم منطقة الصوان في المرحلة الأولى.

11) وقعت وزارة التخطيط والتعاون الدولي اتفاقية بمنح 500 ألف دينار أردني للتعليم الفندقي والسياحي وذلك من خلال منحة للشركة الأردنية للتعليم الفندقي والسياحي (JHTEC)، حيث يهدف هذا البرنامج إلى توفير 300 فرصة عمل سنوياً.

12) أطلقت الجمعية الأردنية للسياحة الوافدة بالشراكة مع الجمعية الملكية لحماية الطبيعة وبالتعاون مع كافة الجهات الحكومية والقطاع الخاص، أكبر حمله تنظيف على الصعيد الوطني في 53 موقع سياحي وبيئي وما حولها، بوجود 30,000 مشارك من جميع المحافظات في يوم واحد، وسعى هذا البرنامج إلى رفع الوعي الشعبي حول أهمية الحفاظ على نظافة المواقع السياحية.

13) تم نشر اسم الأردن في عدة مجلات سياحية عالمية كأفضل الوجهات لعام 2019 وتم استلام العديد من الجوائز الدولية التي تعترف بالمنتجات السياحية الأردنية مثل مسار درب الأردن ومطار الملكة علياء الدولي ونزل فينان البيئي.

## التحديات

1) وجود قوانين وأنظمة سياحية غير محدثة وغير كفؤة تؤدي الى ازدواجية في الأدوار بين وزارة السياحة والآثار وسلطة البتراء وسلطة العقبة وبعض الوزارات الأخرى.

2) الافتقار إلى وسائل النقل السياحي والعام الملائمة لخدمة السياحة والمواقع التراثية والمطارات.

3) نقص المعلومات والأبحاث والإحصاءات السياحية الوطنية، وعدم الثقة فيما يتم نشره في الاعلام.

4) ضعف الحوافز المقدمة للمستثمرين المحليين.

5) وجود نقص في الفنادق ذات الأربعة نجوم، وخاصه في البتراء والعقبة.

6) الافتقار إلى مركز للمؤتمرات على المستوى الدولي في العاصمة عمّان.

7) ضعف تنظيم قطاع سياحة المغامرات على الرغم من إصدار تعليمات سياحة المغامرة ولكن ما زال هناك الكثير من الانتقادات لهذه التعليمات من أصحاب العلاقة.

8) ضعف الاستعدادية للمنافسة القادمة من المنطقة.

9) قلة الدعم المادي لدائرة الآثار العامة، وهذا بدوره يؤدي إلى عدم القدرة على حماية عدد كبير من المواقع التاريخية والأثرية، وعدم إمكانية تجهيز العديد من المواقع الأخرى بما يثري تجربة الزائر.

10) قلة الاهتمام بالمتاحف مما يضعف رسالتها ودورها.

11) ضعف الوعي الشعبي بأهمية الحفاظ على المواقع السياحية التراثية منها والطبيعية.

12) عدم وجود عدد كافٍ من الفنادق والنزل في البتراء وفي مناطق الشمال.

13) عدم تأهيل المواقع السياحية للأشخاص ذوي الإعاقة، وقلة فرص العمل المتوفرة لهم في المنشآت السياحية.

14) ضعف التعليم السياحي والفندقي والذي لا يلبي احتياجات القطاع الخاص.

15) قلة الدعم والتوجيه للمنشآت الميكروية والصغيرة والمتوسطة العاملة في القطاع السياحي وضعف فرص الحصول على التمويل لهذه المنشآت.

16) وجود بعض التجاوزات في قطاع التحف وانعكاسها سلباً على صورة الأردن كمقصد سياحي آمن.

17) ضعف القدرة الاستيعابية لبعض المواقع السياحية مما قد يؤثر على جودة التجربة السياحية في حال توافد أعداد كبيرة من السياح بشكل غير منظم.

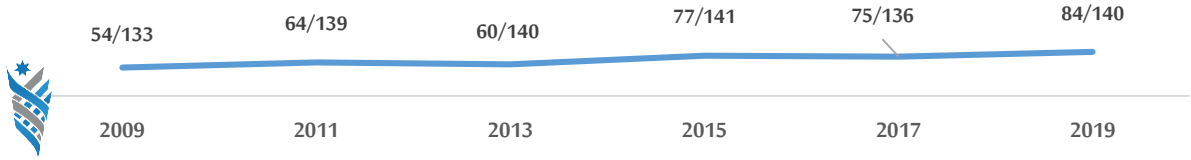
18) ضعف التواصل والتنسيق بين مختلف الجمعيات السياحية والحكومة.

# 3. القدرة التنافسية للأردن في قطاع السياحة

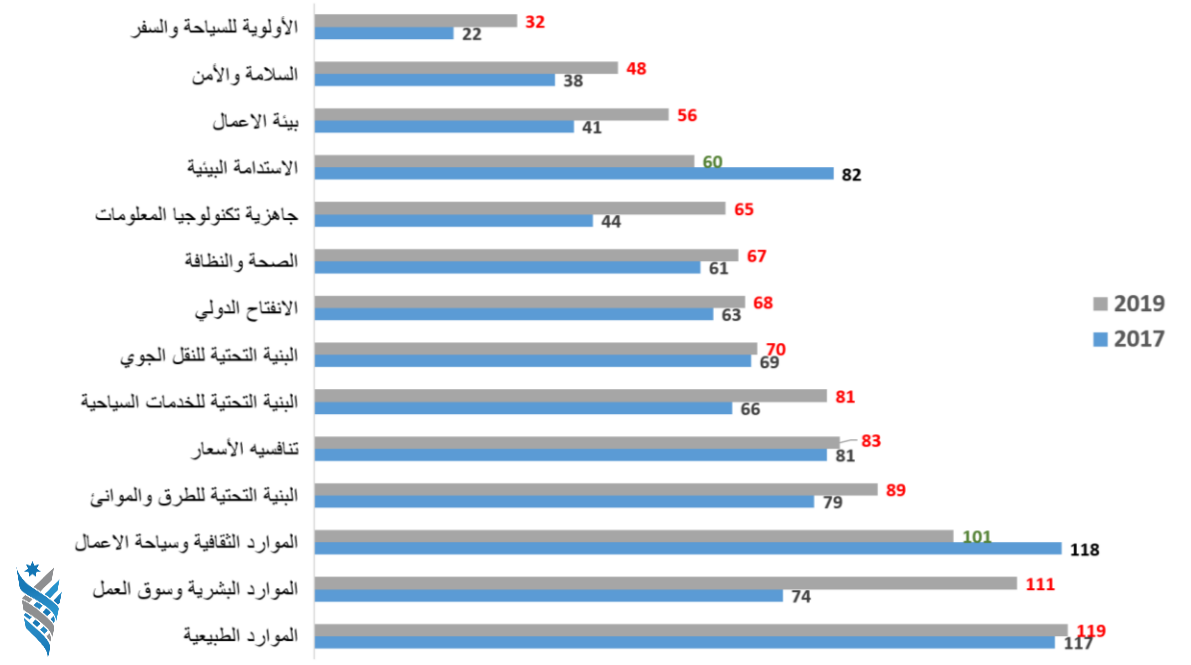
يقوم المنتدى الاقتصادي العالمي بنشر "مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي" (TTCI) بشكل سنوي، ويقيس هذا المؤشر القدرة التنافسية للسياحة والسفر في 140 دولة حول العالم. ويرتكز المؤشر على أربعة محاور هي: (1) البيئة الممكنة؛ (2) سياسات قطاع السياحة والسفر والشروط الممكنة له؛ (3) البنية التحتية؛ (4) الموارد الطبيعية والثقافية، وترتكز هذه المحاور على 14 مؤشراً فرعياً.

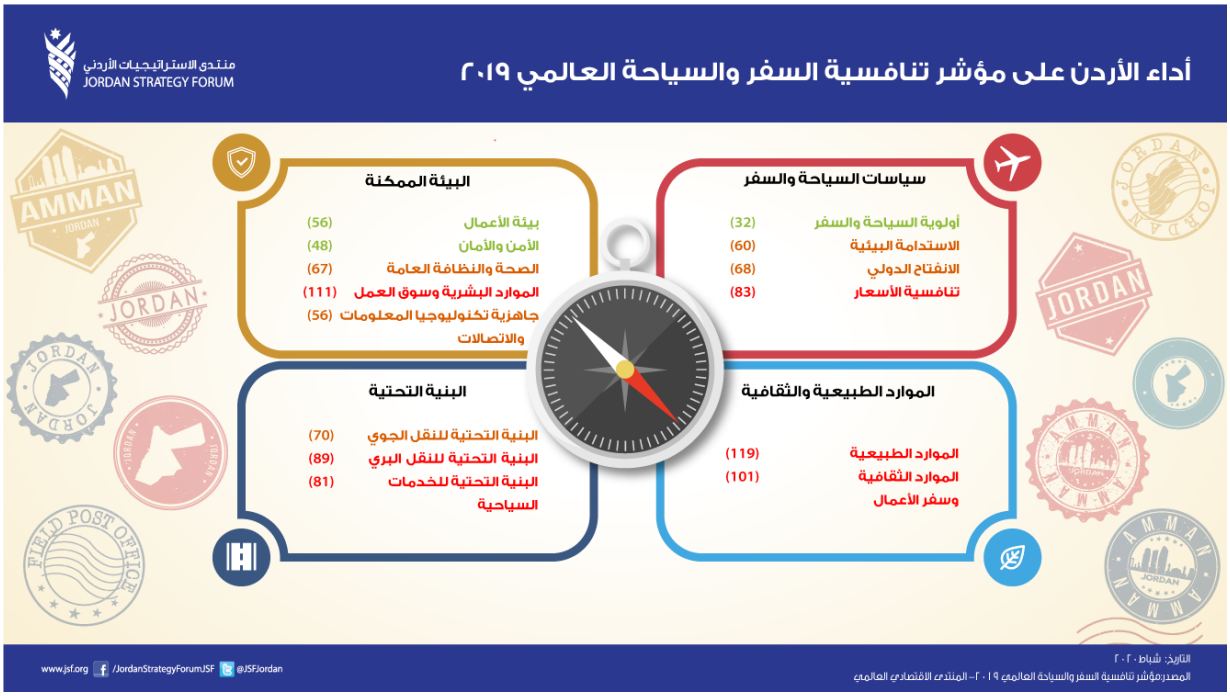
خلال الفترة 2009-2019 أظهر الأردن تراجعاً متزايداً في ترتيبه على هذا المؤشر، إذ احتل المرتبة 84 في العام 2019 من بين 140 دولة، حيث أظهر الأردن تراجعاً في 12 مؤشر فرعي من أصل 14. ويكمن التراجع الأكبر في المؤشر الفرعي لـ "بيئة الاعمال" (10 مرتبات)، و "جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات" (21 مرتبة)، و "البنية التحتية للخدمات السياحية" (15 مرتبة)، و "الموارد البشرية وسوق العمل" (37 مرتبة).

**الشكل 4: التغير في ترتيب الأردن عالمياً على مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي (2009-2019)**



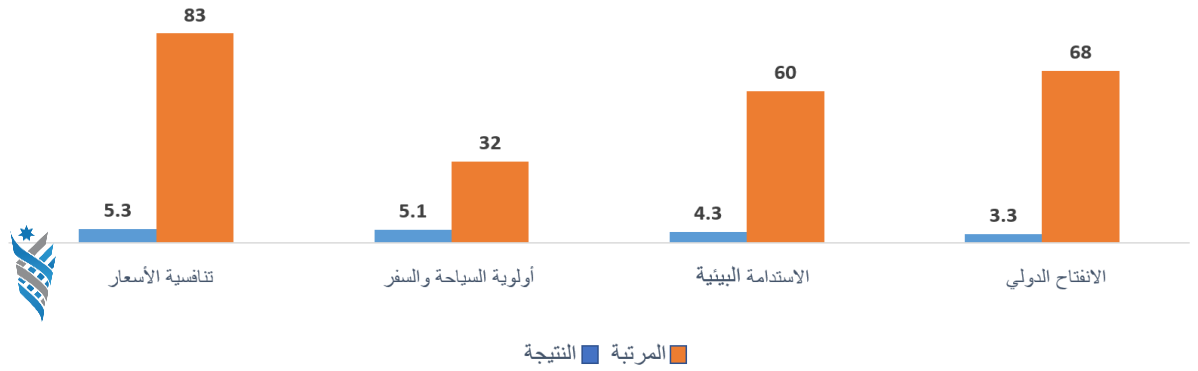

**الشكل 5: مقارنة لأداء الأردن على المؤشرات الفرعية لمؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي ما بين الأعوام 2017 و2019 (تقرير مؤشر التنافسية للسياحة والسفر، 2019)**






وفيما يخص بيئة الأعمال، فإنها تعتبر عنصراً محورياً في عملية تحفيز القطاع الخاص لتطوير مختلف المنتجات والمرافق داخل القطاع السياحي. وفي هذا السياق، من الضروري أن يتوفر مناخ استثماري مشجعٍ للمستثمرين المحليين والأجانب. وتتأثر جودة المناخ الاستثماري بالعديد من العوامل غير المباشرة، بما في ذلك: الفقر والجريمة والبنية التحتية ومشاركة القوى العاملة والأمن القومي وعدم الاستقرار السياسي ومستويات الضرائب وسيادة القانون وحقوق الملكية واستقرار الأنظمة والقوانين وشفافية الحكومة. وفي تقرير مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي تم تقييم المناخ الاستثماري في الأردن من خلال عدد من المعايير المرتبطة بالجاهزية والفعالية، وكان أداء الأردن ضعيفاً في هذا المؤشر في أحدث تقرير صدر في العام 2019.

**الشكل 6: سياسات السياحة والسفر في الأردن والشروط المكنة**
**(تقرير مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي، 2019)**



وبناءً على ما سبق، من الضروري العمل على إصلاح الاختلالات الهيكلية في بيئة الأعمال في الأردن بهدف تشجيع الاستثمارات السياحية في الأردن والتي من شأنها رفع تنافسية الأردن عالمياً وخصوصا في مجالي الانفتاح الدولي وتنافسية الأسعار حيث يظهر التأثير السلبي لهذين العاملين على ترتيب الأردن.

ويتم تطوير وإدارة الفرص الاستثمارية في الأردن من خلال عدد من المؤسسات التي تقدم مجموعة من الحوافز تعتمد في مجملها على الحوافز/الإعفاءات الضريبية والجمركية، ومزايا الملكية واستئجار الأراضي طويل الأمد، والوصول إلى الأسواق، ورفع القيود على اعادة رأس المال والأرباح للأجانب، وتصاريح العمالة الأجنبية.

بالإضافة إلى ذلك، تقدم هذه المؤسسات خدمة "ما قبل وما بعد البيع" بتسهيل دراسة الجدوى واجراءات التسجيل والرعاية اللاحقة. وتدرج هيئة الاستثمار على موقعها الالكتروني بعض الفرص الاستثمارية السياحية مثل الفنادق والمطاعم التقليدية والمتنزهات والقرى الترفيهية وحدائق المغامرات وغيرها. الا أنه لا يوجد خريطة استثماريه واضحة وشاملة لقطاع السياحة، تحدد بوضوح مجموعة متنوعة ومبتكرة وغير مكررة من الفرص الاستثمارية لكل محافظة بحيث تمكن كل محافظة من تقديم ميزة سياحية تساعد الأردن في الحفاظ على استدامة السياحة.

ويعتبر الحصول على التمويل للمشاريع السياحية أحد أبرز التحديات التي تواجه القطاع، حيث تصنف البنوك السياحة كصناعة "عالية المخاطر". وقد جرت محاولة من خلال البنك المركزي لتخفيض أسعار الفائدة للاستثمارات في قطاع السياحة، والتي يمكن الاعتماد عليها كأساس لتوفير التمويل بأسعار فائدة معقولة.

كما تعد الشراكة بين القطاعين العام والخاص أمراً اساسياً في رفع سوية منظومة الأعمال وتحسين صورة الأردن الاستثمارية وتشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية. وعلى الرغم من استمرارية الحوار بين القطاعين العام والخاص في الشأن السياحي، إلا أن هذا الحوار يفتقد لمنهجية واضحة تعتمد على التخطيط المسبق للقطاع، وعادةً ما يكون هذا الحوار نابع عن احداث معينة فرضت الحاجة لوجود حوار للوصول لحلول لمشكلات قائمة.

كذلك، فإن هنالك جهات مهمشة أحياناً في هذا الحوار مثل المجتمعات المحلية والمنشآت السياحية الصغيرة والميكروية، والأدلاء السياحيين وأصحاب محلات بيع التذكارات والحرف اليدوية وغيرهم.

كما تفتقر المنشآت الصغيرة ومشاريع المجتمع المحلي إلى التوجيه، كما تواجه صعوبات في الحصول على تمويل لتنمية أعمالهم. بالإضافة لوجود فجوة بين هذه المنشآت والمشاريع وأصحاب العلاقة في قطاع السياحة، والتي يمكن أن تساعد في الترويج لهذه المنشآت والخدمات المقدمة من المجتمعات المحلية. كما أن وجود هذه العلاقة يساعد على تطوير منتج سياحي متناغم ومتكامل وقابل للبيع.

وفي هذا السياق، فإن الخطوات التالية من شأنها رفع سوية بيئة الأعمال بما يساهم في تطوير قطاع السياحة:

- مراجعة شروط الحصول على التمويل السياحي لا سيما للمنشآت الميكروية والصغيرة والمتوسطة.
- إعادة تقييم التسهيلات الاستثمارية المقدمة للمستثمرين في قطاع السياحة في كافة المحافظات ومن قبل كافة المؤسسات المعنية وبناء ثقة المستثمرين المحليين، كعامل أساسي لتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر.

- وضع خريطة واضحة للاستثمار السياحي من شأنها المساعدة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للقطاع. وضرورة عمل وزارة السياحة والآثار بالتنسيق مع المؤسسات العامة والخاصة الأخرى للترويج لخريطة الاستثمار السياحي استناداً إلى خطة وأهداف متفق عليها.
- النظر في إنشاء "صندوق دعم السياحة" الذي يتم تمويله من قبل الحكومة والقطاع الخاص والبنوك والمؤسسات المانحة لدعم المشاريع السياحية الميكروية والصغيرة والمتوسطة تماشياً مع الخريطة الاستثمارية السياحية المعتمدة وأهداف الاستراتيجية الوطنية للسياحة مع التركيز على الابتكار والاستدامة.
- من المهم تطوير خطة حوار دورية وشاملة لجميع القطاعات السياحية فيما بينها ومع الحكومة لتمكين الجميع من فهم الوضع الحالي وتحديد الأولويات معاً على نحو أكثر كفاءة.
- هنالك العديد من فرص الشراكة بين القطاعات المختلفة، ولذلك فإنه من المهم اعادة النظر في "نظام إدارة وتطوير المواقع السياحية" وتفعيله لتمكين القطاع الخاص من العمل مع الحكومة يداً بيد في المواقع السياحية والأثرية والمتاحف وتوفير مختلف الخدمات السياحية. ومن الضروري أن تكون شروط التعاون واضحة للجميع وأن تبقى الرقابة ملزمة من قبل دائرتي السياحة والآثار العامة كهيئة رقابية في مجالات حماية البيئة والتراث والاستدامة.
- لضمان الاستدامة، يجب بناء قدرات القطاع العام لتأدية الدور الرقابي بإدراك ومهنية ومسؤولية عالية. كما يجب تقديم حوافز للقطاع الخاص لبناء قدرات موظفين من المجتمعات المحلية وغيرها في هذه المواقع لضمان شراكة ناجحة ومربحة للطرفين.

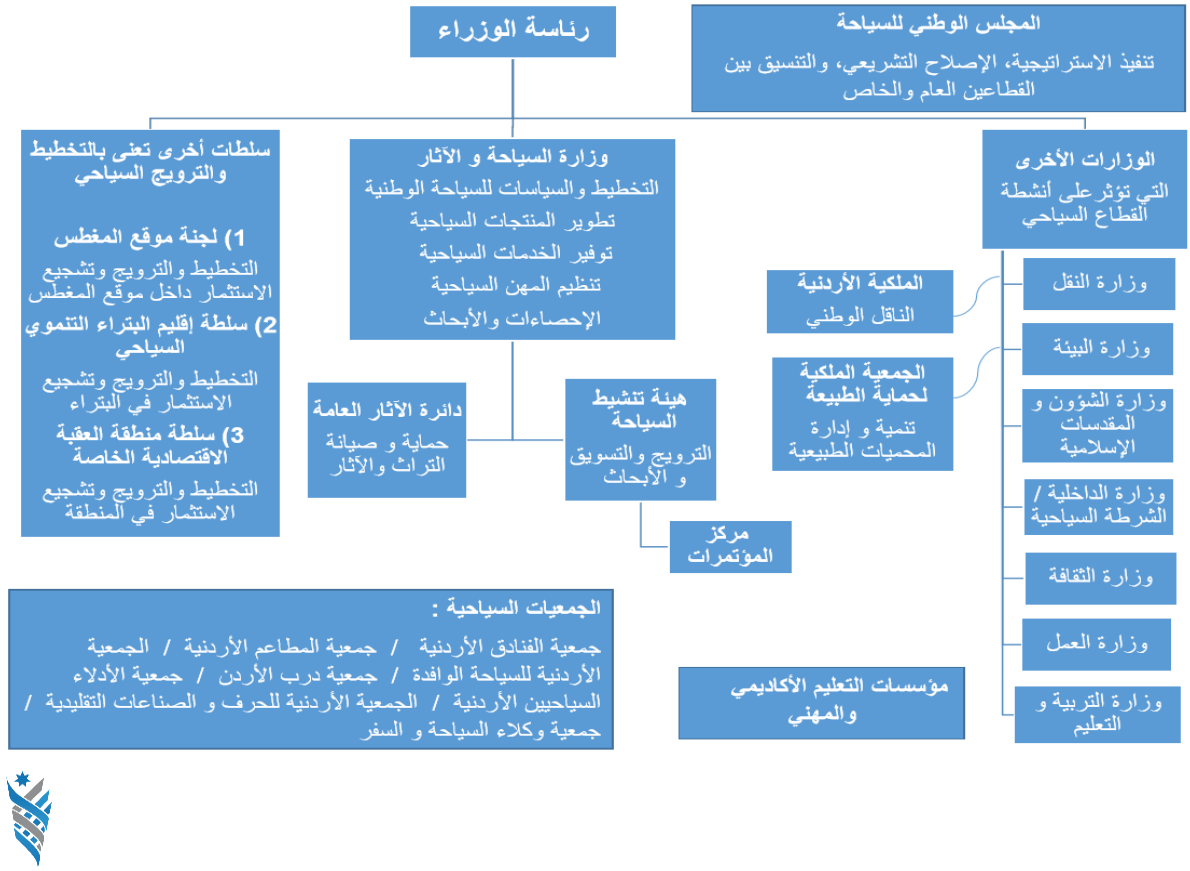
# 4. الحوكمة ودور المؤسسات المعنية والإطار القانوني للقطاع

يخضع القطاع السياحي في الأردن لقانون السياحة رقم 20 لعام 1988 وتعديلاته. وتحدد الأنظمة والتعليمات الصادرة بموجب هذا القانون الأسس الخاصة بحوكمة القطاع، ودور وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة.

هذا وتقوم خمس جمعيات للمهن السياحية (جمعية الفنادق الأردنية، جمعية الأدلاء السياحيين الأردنيين، الجمعية الأردنية للحرف والصناعات التقليدية، جمعية المطاعم الأردنية، جمعية وكلاء السياحة والسفر) بعمليات الترخيص الخاصة بهذه المنشآت، بالإضافة لاشتمال القطاع على عدد من اللجان العامة والخاصة والتي تساهم في تنظيم الحوار ضمن القطاع.

**الشكل 7: الهيكل المؤسسي للسياحة في الأردن**

**(تحليل قطاع السياحة في الأردن واستراتيجية التطوير، الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، 2018)**




يوضح الشكل 7 الهيكل المؤسسي لقطاع السياحة في الأردن، وقد تم تحديث الهيكل المؤسسي أعلاه ببعض الإضافات في منتصف العام 2019، وكانت على النحو الآتي:

أ) تشكيل مجلس السياحة العلاجية ضمن إطار هيئة تنشيط السياحة والذي سيشرف على خطط التطوير والترويج للسياحة العلاجية والصحية والربط بين القطاعين.

ب) لجنة تطوير المنتج السياحي تحت اشراف وزارة السياحة، وهي لجنة استشارية تعنى بالاحتياجات التنموية للمواقع السياحية.

"تعليمات تنظيم سياحة المغامرة" الجديدة، والتي لا تزال قيد الموافقة، وتهدف الى وضع أسس وقواعد لمشغلي السياحة ومقدمي الخدمات في مجال المغامرات.

وفي ظل الحديث عن الهيكل القانوني لقطاع السياحة، نعرض فيما يلي أبرز التحديات التي تواجه قطاع السياحة بالنسبة للإطار القانوني المنظم لها. وقد تم تحديد هذه التحديات بعد إجراء عدد من المقابلات والمجموعات المركزة، وكذلك تم الاستناد إلى مجموعة من البيانات الثانوية الواردة في التقارير المختلفة حول القطاع.

### 1) الحاجة لتجديد قانون السياحة:

هنالك العديد من الثغرات في قانون السياحة الحالي والتي تبطئ من سرعة تطور القطاع، كما تعاني التشريعات القائمة من العديد من التداخلات التي تساهم في تضارب مرجعيات القطاع وبالتالي تدني الكفاءة الادارية.
وكان البنك الدولي قد قام مؤخراً بمراجعة هيكل قطاع السياحة القانوني، وقد يكون من المفيد البناء على هذا التقييم واجراء تحليل إضافي للقانون القائم والأنظمة والتعليمات التي تؤثر على السياحة. كذلك، فإنه من الضروري القيام بتنقيح جميع القوانين والأنظمة الأخرى ذات التأثير على القطاع.

### 2) عدم وجود خارطة طريق واضحة واستراتيجية لتنمية القطاع:

تعود الاستراتيجية الوطنية للسياحة الأخيرة للسنوات 2011-2015 وعلى الرغم من المشاورات الواسعة في القطاع والتي قادتها الجهات المانحة عبر البرامج المختلفة، الا أنه لم يتم نشر استراتيجية جديدة. كما تفتقر الجهات المعنية للكفاءات اللازمة لتنفيذ الاستراتيجيات.
ويضاف إلى ذلك، عدم متابعة وتقييم مدى تنفيذ أهداف الاستراتيجية من قبل القطاعين الحكومي والخاص وتأثيرها على التطوير السياحي، والدور المحدود للمجلس الوطني للسياحة والذي كان غير مفعل لفترة طويلة.
ولتجاوز هذا التحدي، من المهم أن تقوم وزارة السياحة والآثار بالشراكة مع القطاع الخاص بإصدار استراتيجية جديده لقطاع السياحة الأردني للفترة 2020-2025، والتي يجب أن تكون بمثابة خارطة طريق لجميع المؤسسات العامة والخاصة وشبه الحكومية العاملة في القطاع. ويجب أن تشتمل الاستراتيجية الجديدة على برامج متعلقة بالبنية التحتية وتطوير المنتجات، والموارد البشرية، والتسويق، والاستثمار السياحي، وأدوار الجمعيات، وتعزيز الشراكة مع القطاع الخاص.
ولنجاح تطبيق أي استراتيجية وطنية لتطوير قطاع السياحة، من الضروري العمل على تأهيل "دائرة تطوير وتنفيذ الاستراتيجية الوطنية للسياحة" لتصبح ذات طابع رقابي ولتضم كادراً ذو كفاءة عالية لمتابعة خطط التنفيذ السنوية من قبل مختلف المؤسسات وإجراء الرصد والتقييم السنوي لضمان تحقيق جميع المؤسسات أهداف الاستراتيجية الوطنية للسياحة. وألا يعتمد تطوير الاستراتيجية على مساعدات المانحين فقط.

### 3) عدم وجود نظام لإدارة المخاطر في مجال السياحة:

أدى ضعف التنسيق الحكومي وعدم وجود نظام لإدارة المخاطر على المستوى الحكومي إلى فاجعة البحر الميت إثر الفيضانات الخاطفة في نهاية عام 2018. وتخوفاً من حصول المزيد من الحوادث؛ قررت الحكومة وضع تقييد شديد على المجموعات السياحية ومنظمي الرحلات السياحية فيما يخص الأنشطة الخارجية (سياحة المغامرات). بالإضافة لقيام وزارة التربية والتعليم بحظر جميع الرحلات المدرسية للطلاب دون الفصل بين المواقع ذات المخاطرة العالية أو المتوسطة أو المنخفضة.

وقد سببت هذه القرارات انخفاض حاد في عدد الزوار الأردنيين- ولا سيما الطلاب-إلى متحف الأردن ومواقع سياحية وأثرية أخرى في عام 2019 مما أثر سلباً عليها. كما تأثر القطاع التعليمي سلباً، نظراً لافتقار الطلاب الى الزيارات الميدانية مما يقلل من فهمهم وتقديرهم للتراث الأردني وحضارته العريقة.

ولتجاوز ذلك، فإنه من الضروري تطوير تصنيف لكافة المواقع الطبيعية والتراثية بحسب مستوى الخطورة فيها واصدار تعليمات جديدة لقطاعي السياحة والتعليم بناء على ذلك (دون الكثير من التعقيدات). كما يجب إلزام كافة الجهات المنظمة للرحلات بهذه التعليمات والتقيد بكافة متطلبات السلامة العامة تحت طائلة المسؤولية القانونية.

### 4) ازدواجية العمل بين وزارة السياحة وسلطتي العقبة والبتراء وهيئة تنشيط السياحة:

تؤدي الازدواجية في عمل هذه المؤسسات وتضارب صلاحياتها إلى تكرار الجهود، وهدر الموارد، وخلق حالة من الارباك للشركاء المحليين والدوليين على حد سواء. وهذا يزيد من الحاجة إلى رفع كفاءة التنسيق بالنسبة للتسويق والترويج، والترخيص وتسجيل الشركات ورصد الشكاوى والامتثال للأنظمة والقوانين والتعليمات، وإدارة الأزمات وغيرها.

وبناءً على ذلك، يجب اعادة تقييم مسؤوليات الجهات المختلفة كجزء من عملية التقييم القانوني وإصلاحها بحيث تصبح مكملة ومساندة لجميع الأطراف بشكل يرفع من كفاءة إدارة القطاع. كما يجب مأسسة العلاقة بين هذه المؤسسات بشكل يساعد في التواصل المنتظم والتنسيق في التخطيط والتنفيذ لتعظيم الفائدة للجميع.

### 5) محدودية دور الجمعيات السياحية:

يتم تأسيس الجمعيات السياحية عادةً للمساعدة في تنظيم ودعم احتياجات القطاع الخاص من خلال حشد التأييد والتنسيق المتواصل مع الحكومة في أمور القطاع، بالإضافة للتدريب والأبحاث والتطوير وما إلى ذلك، إلا أن أغلبية الجمعيات السياحية القائمة اليوم لا تفي بهذه الاحتياجات. ويوجد في الأردن نوعين من الجمعيات السياحية، تنقسم إلى ما يلي:

- الجمعيات الالزامية القائمة بموجب قانون السياحة وتساعد في تنظيم المهن السياحية.
- الجمعيات التطوعية غير الإلزامية والتي تنشأ في مناطق مختلفة لتحقيق أهداف إنمائية.

وبالإضافة إلى ما سبق تم إنشاء اتحاد للجمعيات السياحية بموجب نظام صادر عن قانون السياحة، وهو غير نشط حالياً.

ولتحسين كفاءة هذه الجمعيات على المدى القصير والمتوسط فانه من الضروري العمل على ما يأتي:

- مراجعة أهدافها وتقييم الهياكل التنظيمية الحالية ومواردها البشرية لكي تكون قادرة على وضع البرامج التي تلبي احتياجات القطاع، وتنفيذها بكفاءة.
- المشاركة في تطوير الأبحاث وتوفير المعلومات الخاصة بقطاع السياحة لدعم عملية اتخاذ القرار لكافة المعنيين.
- إعادة تفعيل اتحاد الجمعيات السياحية لضمان التواصل المنتظم، والتنسيق فيما يتعلق بتنفيذ الاستراتيجية الوطنية للسياحة، وايجاد حلول للتحديات المشتركة، والتواصل الدائم مع الحكومة لإيجاد الحلول للقضايا المتراكمة أو الجديدة، ودعم المنشآت الميكروية والصغيرة والمتوسطة، وإنشاء صندوق نقدي لإدارة الأزمات والمساعدة على توفير تمويل أولي لرواد الأعمال في القطاع وغيره.
- إذا كان من الصعب تحقيق ما ذكر أعلاه، يمكن التفكير بتأسيس غرفة للمنشآت العاملة في قطاع السياحة بحيث تحل هذه الغرفة محل الجمعيات الالزامية القائمة واتحادها، وتقوم الغرفة بتمثيل القطاعات السياحية الخمس، بالإضافة إلى قطاع النقل السياحي ومؤسسات المجتمع المحلي وأصحاب العلاقة الآخرين. وبذلك يتم دمج الموارد المتأتية من الجمعيات الحالية للعمل المشترك، بما في ذلك الأبحاث وتوفير المعلومات الخاصة بقطاع السياحة، وإصدار شهادات مزاولة المهنة، وبناء القدرات، والتواصل مع الحكومة، وإدارة المنح الإنمائية الموجهة للقطاع، وتوجيه الاستثمارات والتطورات الاستراتيجية، ضمن أمور أخرى.
- يمكن للغرفة أيضاً أن تكون منظماً لمؤتمر إقليمي سنوي للسياحة يساعد على تعزيز التعاون الإقليمي ويسلط الضوء على العوامل المشتركة ويناقش الحلول للقضايا الإقليمية المشتركة.

# 5. أنماط السياحة والخدمات المرافقة لها في الأردن: الآفاق والتحديات

يعتبر الأردن دولة غنية بالإرث التاريخي والتراثي والوجهات السياحية الطبيعية التي تجعله موقعاً مميزاً لمختلف الأنشطة والأنماط السياحية. لذلك، فإن تجزئة السياحة الوافدة بحسب جنسية السائح والعمر والأنماط السلوكية وغيرها، ضرورية لفهم احتياجات الزوار واهتماماتهم وتطوير منتجات سياحية تتناسب مع خصائص السائح واحتياجاته. بالإضافة إلى توفير البنية التحتية الملائمة، وتوفير حماية للبيئة، وتوفير الخدمات ذات الجودة العالية، وفهم أفضل لاحتياجات الاستثمار والتنمية. ومن وجهة نظر تسويقية، فان التجزئة وتطوير الأنماط السياحية المختلفة تؤدي الى فهم أعمق لنوعية الزائر الذي يمكن استقطابه الى الأردن وبالتالي تحديد أفضل التقنيات التسويقية.

وعلى الرغم من أن الأردن يعتبر وجهة تاريخية/ثقافية بالمنظور التقليدي، الا أن الأردن اليوم يتنافس على مختلف الأنماط السياحية مع أكثر من 150 وجهة دولية. وكل من هذه الأنماط لها خصوصياتها من حيث متطلباتها من البنية التحتية والمنتجات السياحية والحاجة الى المهنية والاختصاص من قبل مقدمي الخدمات والجهود الترويجية لاستقطاب الزائر المستهدف. وتتركز بعض الأنماط المتخصصة في مواقع جغرافية معينة في حين ان بعضها الآخر متوفر في كل مكان، مما يساعد على نشر الفائدة من السياحة في جميع أنحاء المملكة وفي المجتمعات المحلية المختلفة. هذا التنوع في المنتجات السياحية ضروري أيضاً للحد من موسمية السياحة في الأردن (أي فترات ذروة السياحة الوافدة والمحلية خلال الأشهر ذات الطقس المعتدل: آذار-أيار وأيلول-تشرين الثاني وفترة عيد الميلاد المجيد ورأس السنة الميلادية).

هذا وبحسب الاستراتيجية الوطنية السابقة للسياحة فإن موضوع الموسمية في السياحة واطالة مده الإقامة (بلغ متوسط مدة الاقامة في عام 2018 الى4.7 ليالي للمجموعات السياحية) يعد تحدياً أساسياً يمكن التغلب عليه من خلال تخطيط أفضل، وتوزيع المؤتمرات وبعض الأنماط السياحية على الفصول الأقل طلباً وفي المناطق الجغرافية المختلفة لكي لا تتمركز كلها في نفس الوقت وتحديداً في المراكز السياحية الرئيسية (عمان، البحر الميت، البتراء، العقبة ووادي رم).

## التحديات والفرص المتوفرة لتطوير المنتجات السياحية والبنية التحتية

هنالك العديد من التحديات التي تواجه القطاع السياحي وبالأخص فيما يتعلق بتطوير المنتجات السياحية والفرص الاستثمارية والتنموية، حيث يمكن تلخيصها من خلال محاور رئيسية، وهي كما يلي:

### 1. عدم وجود طابع مميز لكل محافظة أو موقع جغرافي:

من الضروري أن يتم تحديد هوية متميزة وطابع مختلف لكل محافظة أو موقع جغرافي من الناحية التنموية والتسويقية. حيث يساعد هذا التحديد على تنويع المنتجات السياحية وتوزيعها على مختلف المناطق الجغرافية، والذي سيساعد بدوره في تطوير برامج خلاقة ومتعددة وتجارب ثقافية وسياحية تثري تجربة الزائر في كل الأماكن التي يزورها. ويجب أن يرتكز هذا التنوع على المنتج السياحي ذو الطابع المعماري الخاص بكل محافظة، وعلى منتجات الحرف اليدوية المختلفة، والأكلات الشعبية، والفنون الفولكلورية، وفرص الاستثمار وما إلى ذلك استناداً إلى مجموعة من الأسس والمبادئ والتقاليد التي تميز كافة المناطق الجغرافية. وسيساعد هذا التنوع في توزيع الفائدة من السياحة على كافة المحافظات، وسيعطي الزائر الفرصة للحصول على تجارب متنوعة وغير متكررة أينما ذهب داخل الأردن.

هنالك بعض المواقع الجغرافية المهمة للسياحة في الأردن والتي لها طابعها الخاص والنادر على المستوى العالمي، مثل موقع المغطس – مكان عماد السيد المسيح، والقلاع الصحراوية، ولكنها تفتقر الى العديد من المقومات لجعلها وجهات سياحية فريدة. تتميز هذه المواقع بمزايا يجب استغلالها لجذب المزيد من الزوار وتقديم خدمات وتجارب نوعية أفضل بكثير مما هو مقدم حالياً. فالقصور الصحراوية تحتاج الى ترميم، بالإضافة للحاجة إلى إعادة تأهيلها وإحيائها بحيث تعكس الحضارة العربية بشكل عام والأموية والمملوكية وغيرها بشكل خاص وربطها بالمجتمعات المحلية وبناء قدراتهم وولائهم للإرث الحضاري والتاريخي في محافظاتهم. أما موقع المغطس، فمن الممكن أن يكون منافساً للمواقع الدينية المسيحية في فلسطين، إذا ما تم التعامل معه ليس فقط كإرث أثري وتاريخي، انما كمنتج سياحي وديني وثقافي ذو أهمية عالمية، بحيث يستقطب الحجاج، والأكاديميين، والمؤتمرات وكافة الزوار بما يعكس نمط الحياة والحرف والتقاليد في فترة حياة السيد المسيح عليه السلام.

### 2. تمركز أغلبية الفنادق والمنشآت السياحية في المراكز السياحية الرئيسية:

أ) تتمركز الفنادق والمنشآت السياحية في الأردن في "المواقع السياحية الرئيسية". وقد تم في الخمس سنوات الماضية بناء عدد من الفنادق فئة 5 نجوم في عمان والعقبة، مما زاد المنافسة لكن ذلك النمط من البناء ترك فجوة كبيرة وحاجة ملحة للفنادق من فئة 4 نجوم في عدة مناطق. كما أن الأحوال الاقتصادية السائدة حدت من قدرة فنادق 3 نجوم على الاستثمار في تجديد وتحسين مرافقها مما أدى إلى انخفاض جودة هذه المرافق. وفي وادي رم على سبيل المثال، أدى الانتشار العشوائي للمخيمات البدوية الجديدة إلى الإفراط في عددها والحد من التنوع وجودة المنتج المقدم مع زيادة المنافسة (حيث ان بعضها غير مرخص) مما يؤثر بشكل سلبي على طابع وصورة وادي رم، وعلى البيئة الثرية فيه.

ب) هنالك نقص شديد في الفنادق في البتراء والمناطق الشمالية مثل جرش وعجلون واربد. وبعد دراسة المشاريع الاستثمارية المقترحة على الموقع الكتروني لهيئة الاستثمار الأردنية (JIC.gov.jo) اتضح وجود ضعف في تشجيع الاستثمار في هذه المناطق وفي نوعية الاستثمارات المطلوبة. على سبيل المثال، في محافظة معان (والتي تعد البتراء جزءاً منها) تدعو الهيئة فقط الى بناء فندق 3 نجوم واحد في حين تدعو الى عدد لا بأس به من المشاريع الترفيهية في عمان والشمال ولكنها مكررة ولا تلهم بطابع خاص أو حاجة مدروسة لوجودها في تلك المناطق بالتحديد. والجدير بالملاحظة أن جميع المشاريع المقترحة ذات قيمة استثمارية عالية ولا تحوي فرصاً للمجتمعات المحلية أو الاستثمارات الصغيرة. وفي معظم المشاريع المدرجة على نفس الموقع، نجد أن البلديات هي الجهة التنسيقية الوحيدة المشار اليها من غير أن يكون لوزارة السياحة والآثار دور واضح.

ينبغي ان تتعاون وزارة السياحة والآثار مع هيئة الاستثمار والبلديات لوضع خارطة واضحة للاستثمار السياحي وأن تكون مستندة الى توجهات الاستراتيجية الوطنية للسياحة وتأخذ بعين الاعتبار الطابع السياحي للمحافظات والأنماط السياحية فيها بحيث تضم مجموعة متنوعة من الفرص الاستثمارية، التي يتم الترويج لها بطريقة منهجية من قبل وزارة السياحة والبلديات وسلطة البتراء والعقبة وغيرها.

### 3. نقص في المنشآت والبرامج الترفيهية:

لا تزال النشاطات الترفيهية بعد الساعة السادسة مساءً تشكل تحدياً رئيساً في تنوع المنتج السياحي الأردني. وبينما تقوم العديد من المطاعم بتقديم فرقاً موسيقية تقدم عروضاً باللغات المختلفة وخاصة في أيام العطل والأعياد ولها جمهورها من الأردنيين والمقيمين بالإضافة لتوفر عروض مسرحية باللغتين العربية والانجليزية، الا أن معظم هذه المنشآت أو البرامج لا تقع ضمن الخارطة السياحية التقليدية ولا يتم تسويقها للسياح الأجانب، مما يؤدي الى نقص في البرامج الفلكلورية أو الثقافية المسائية التي من الممكن أن تجذب السياح وتقدم لهم تجربة أغنى وأعمق عن ثقافة الأردن أو بلاد الشام، ويجب أن تكون هذه البرامج متنوعة في مختلف مناطق المملكة (أو على الأقل في الأماكن السياحية الرئيسية).

- بناءً على ما سبق، ينبغي أن يكون هناك تنسيق أكبر بين وزارتي السياحة والثقافة لتشجيع الفنانين المحليين على تطوير عروض مختلفة تشمل الرقصات الشعبية والتقليدية والأزياء ورواية القصص والطرائف الفلكلورية بطريقة خلاقة وتفاعلية تعكس الإرث الحضاري العميق للأردن، على غرار أداء بعض الفرق الذي أبهر زوار البتراء في الموسم الماضي حيث تم عرض الثقافة والتقاليد النبطية بطريقة جذابة. وتماشياً مع الطابع الخاص لكل محافظة، فإن هذه العروض يجب أن تتميز عن بعضها البعض لضمان تجربة سياحية متنوعة.

- تشجيع وتحفيز اقامة المهرجانات والحفلات الموسيقية والفعاليات الترفيهية الكبيرة في العقبة، حيث إنها تعود بالنفع على منشآت الضيافة المحلية، ووسائل النقل، والمحال التجارية وغيرها من الفعاليات السياحية. كما أنها يمكن أن تشجع السياحة الأجنبية والمحلية والعربية خارج مواسم ذروة السياحة الوافدة التقليدية لذلك يتوجب تطوير وتحديث رزنامة سنوية تساعد في توزيع التصاريح للفعاليات المختلفة وتشجيع الفعاليات الكبيرة في أوقات معينة.

### 4. تنظيم الخدمات والجولات السياحية:

تقليدياً كانت الجولات السياحية تقدم للزوار الأجانب، في حين كان الأردنيون والسياح العرب يظهرون القليل من الاهتمام فيها. لكن مع وجود برامج تحفيزية للأردنيين مثل "أردننا جنة" وما سبقها من عروض من قبل القطاع الخاص ابان انخفاض السياحة الأجنبية، أصبحت الجولات المحلية أكثر شعبية بين الأردنيين، وخاصة مع تزايد الاهتمام بسياحة المغامرات والطبيعة والمسارات الثقافية. وتقوم الحكومة والقطاع الخاص بتطوير هذه المسارات وعرضها على الجمهور إلى جانب مجموعة متنوعة من الخدمات التي يقدمها افراد المجتمعات المحلية. ومع هذا التطوير ظهرت بعض التحديات الجدير ذكرها:

بالرغم من النمو السريع لسياحة المغامرات في السنوات الأخيرة، الا أنها لا زالت تفتقر للتنظيم، كما أن نظام الترخيص ما زال عالقاً وفيه جدل كبير مما يشكل خطورة على سلامة السياح الأردنيين والأجانب. لذلك فمن الضروري مراجعة واستكمال "تعليمات تنظيم سياحة المغامرة" المقترحة في أسرع وقت وتخفيف القيود غير الضرورية دون المساومة بمعايير السلامة والجودة العالية للخدمات المقدمة والأجهزة المستخدمة. كما يجب ربط التعليمات بنظام واضح لإدارة المخاطر يشمل جميع الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص.

الحاجة لإعادة النظر في نظام ترخيص الشركات السياحية، بحيث يصبح أكثر شموليةً ليضم مقدمي خدمات آخرين ذوي تخصصات معينة، وإدراج نظام تصنيف حديث لمشغلي الرحلات السياحية يتم ربطه بنظام حوافز حكومية لإعادة الترخيص، فضلاً عن الحوافز الضريبية وغيرها. وينبغي أن يركز هذا النظام أيضاً على القدرة المؤسسية لإدارة البرامج المتعلقة بالأنماط السياحية المختلفة، ونظم السلامة وإدارة المخاطر، والتأمين، والجودة في التعامل مع السياح المختلفين، بما فيهم ذوي الاعاقة الحركية.

من الضروري أن تقوم وزارة السياحة بإطلاق برنامج توعوي تشجع فيه الأردنيين على التأكد من التعامل مع مزودي الخدمات المرخصين من قبل الوزارة بحيث توفر وزارة السياحة قاعدة بيانات بالمشغلين المرخصين والأدلاء السياحيين لكل مدينة أو محافظة كمرجع يسهل الوصول اليه، ويمكن السياح من التحقق من الوضع القانوني لهذه الشركات وجودة الخدمات التي تقدمها.

## النقل الجوي

وقع الأردن والاتحاد الأوروبي في عام 2010 اتفاقية "الأجواء المفتوحة" والتي شجعت خطوط جوية جديدة للطيران إلى الأردن. وقامت على أثرها شركة "إيزي جيت" البريطانية منخفضة التكاليف بفتح خط طيران بين عمان ولندن، لكنه توقف عن العمل بعد 3 سنوات 2011-2014 بسبب ارتفاع الضرائب وانعدام الجدوى المالية للمشروع. وبعد عدة سنوات، قامت شركة "ريان اير" الإيرلندية وبتشجيع من الحكومة الأردنية (عبر هيئة تنشيط السياحة) بفتح 15 وجهة طيران، معظمها جديد، بين الأردن والوجهات الأوروبية قصيرة/متوسطة المدى وبأسعار منافسة مما أدى إلى فتح أسواق أوروبية جديدة للأردن، وتخفيض أسعار برامج السياحة الوافدة للأردن والمباعة في هذه الأسواق. بعد هذا النجاح، قررت "ايزي جيت" إعادة فتح خطها إلى الأردن بحيث تسير رحلاتها إلى مطار العقبة.

سجل مطار الملكة علياء الدولي أعلى أرقام له في آب 2019 بوصول 751,810 زائر، وكان طيران "رايان اير" ذو المساهمة الإيجابية الأعلى (بتأثير 4% على التغير العام في حركه المرور).

كذلك، شهد مطار الملك حسين الدولي في العقبة ارتفاعاً متزايداً في عدد الرحلات الجوية المنتظمة بين العامين 2018 و2019 (عبر شركات إيزي جيت، ريان اير خدمات البترول الجوية، طيران الأورال ونوردوبند)، وقد رافق ذلك انخفاض كبير في رحلات الطيران العارض الى العقبة بسبب القدرة التنافسية الملحوظة للرحلات منخفضة التكاليف.

## الشكل 8: شركات الطيران والخطوط الجوية ذات النمو الإيجابي (مطار الملكة علياء الدولي، 2019/9)

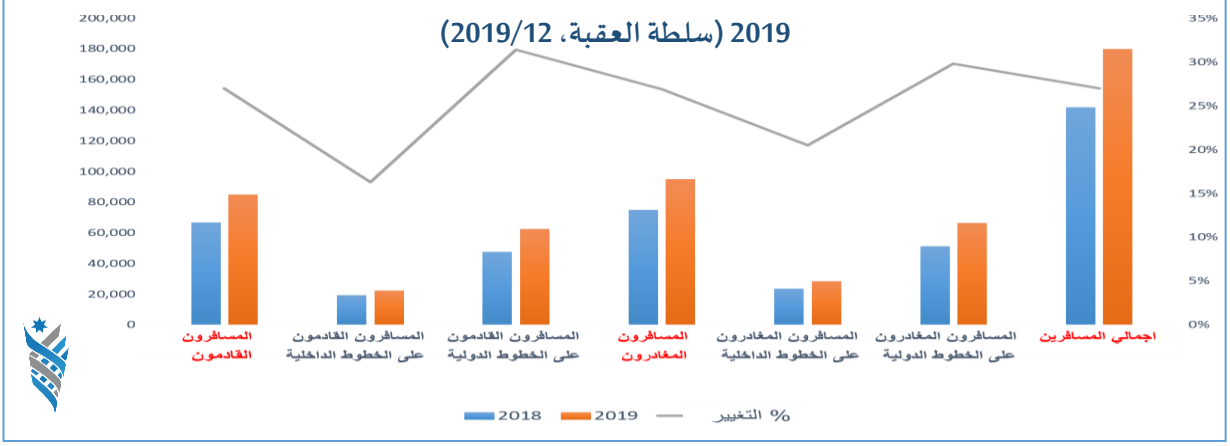
**خطوط طيران ذات تأثير إيجابي حتى تاريخ 2019/9**

| المرتبة | الرمز | شركة الطيران | التأثير العام على تغيرات الحركة |
|---|---|---|---|
| 1 | RYR | راين اير | 4.0% |
| 2 | JAV | الشركة الأردنية للطيران | 1.7% |
| 3 | QTR | الخطوط الجوية القطرية | 0.6% |
| 4 | FJR | طيران فلاي جوردان | 0.5% |
| 5 | THY | الخطوط التركية | 0.4% |
| 6 | RAM | الخطوط الملكية المغربية | 0.3% |
| 7 | MSC | طيران القاهرة | 0.2% |
| 8 | OMA | الخطوط الجوية العمانية | 0.2% |
| 9 | KNE | طيران ناس | 0.2% |
| 10 | QBA | خطوط الملكة بلقيس | 0.2% |

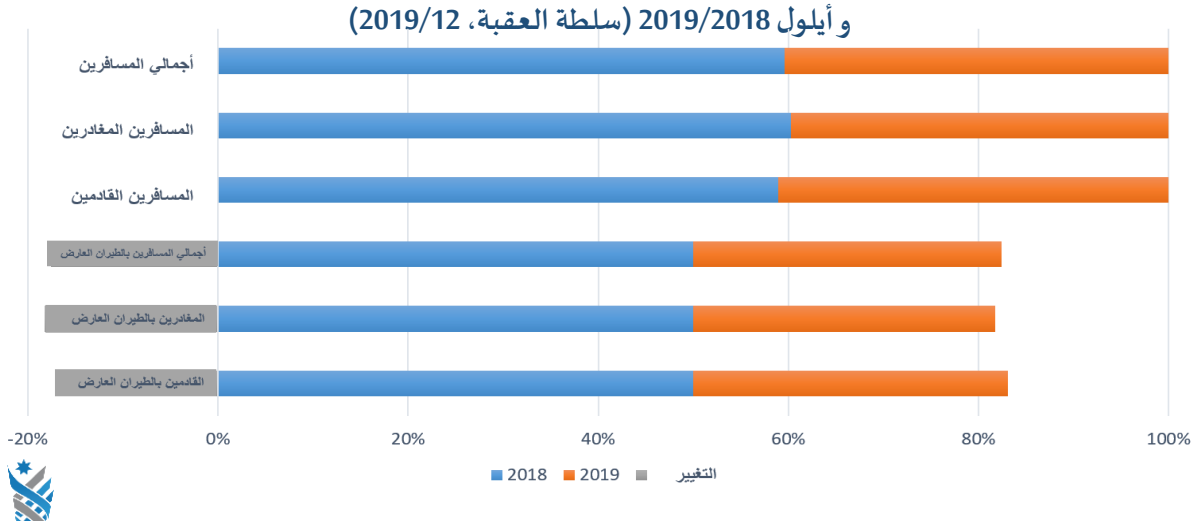
**خطوط جوية ذات تأثير إيجابي حتى تاريخ 2019/9**

| المرتبة | الرمز | المطار | التأثير العام على تغيرات الحركة |
|---|---|---|---|
| 1 | IST | إسطنبول | 2.4% |
| 2 | TZX | طرابزون | 0.8% |
| 3 | BGY | ميلان – أوريو سيريو | 0.6% |
| 4 | KWI | الكويت | 0.5% |
| 5 | BLQ | بولونيا | 0.4% |
| 6 | KRK | كراكاو | 0.4% |
| 7 | WMI | وارسو | 0.4% |
| 8 | VNO | فيلنيوس | 0.4% |
| 9 | BRU | بروكسل | 0.4% |
| 10 | PRG | براغ | 0.4% |

## الشكل 9: أعداد المسافرين بالطيران المنتظم عبر مطار الملك حسين الدولي في العقبة ما بين كانون الثاني و أيلول 2019 (سلطة العقبة، 2019/12)

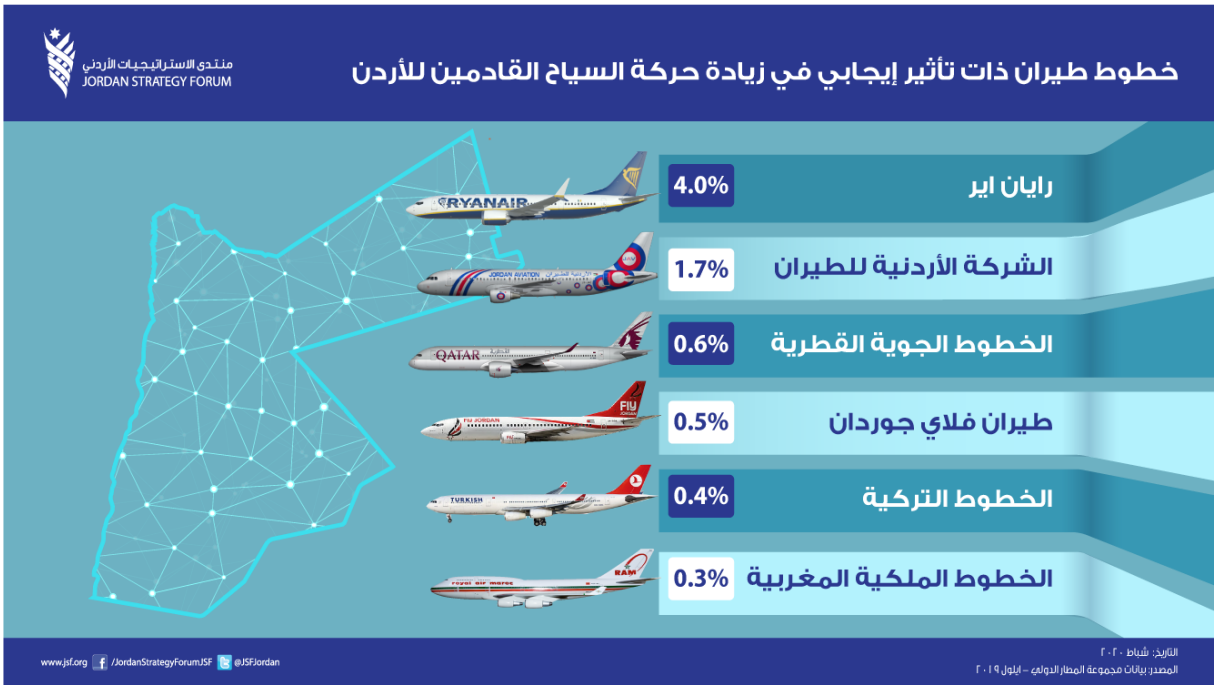



## الشكل 10: نسب أعداد المسافرين والطيران العارض عبر مطار الملك حسين الدولي في العقبة ما بين كانون الثاني و أيلول 2019/2018 (سلطة العقبة، 2019/12)



التاكسي الطائر – وهي خدمة جديدة تم اطلاقها في عام 2018 من قبل أكاديمية النسر الذهبي للطيران، للسياح الوافدين والأردنيين على حدٍ سواء، وتقدم الشركة مجموعة متنوعة من المسارات والأسعار بدءاً من جولة بسيطة فوق مدينة عمان، إلى جولة في جرش والبحر الميت وغيرها من المعالم بالإضافة الى برامج متكاملة أخرى تضم عدة خيارات؛ وتساعد مثل هذه الخدمات في الترويج للأردن وبالأخص لفئة رجال الأعمال.

مع ارتفاع عدد الرحلات الجوية، ارتفع عدد المسافرين الفرادى الوافدين للأردن، وزاد عدد النزلاء في الفنادق وبالأخص 3 و4 نجوم والمخيمات السياحية والمطاعم، كما استفادت شركات تأجير السيارات والرحلات السياحية المنتظمة من زيادة عدد السياح. وعموما، تتوزع الفوائد جغرافياً وعلى مختلف المجتمعات المحلية. وبناء على ذلك يجب تعزيز الدعم والتحفيز لشركات الطيران الجديدة منخفضة التكاليف لفتح خطوط جديدة باتجاه الأردن.

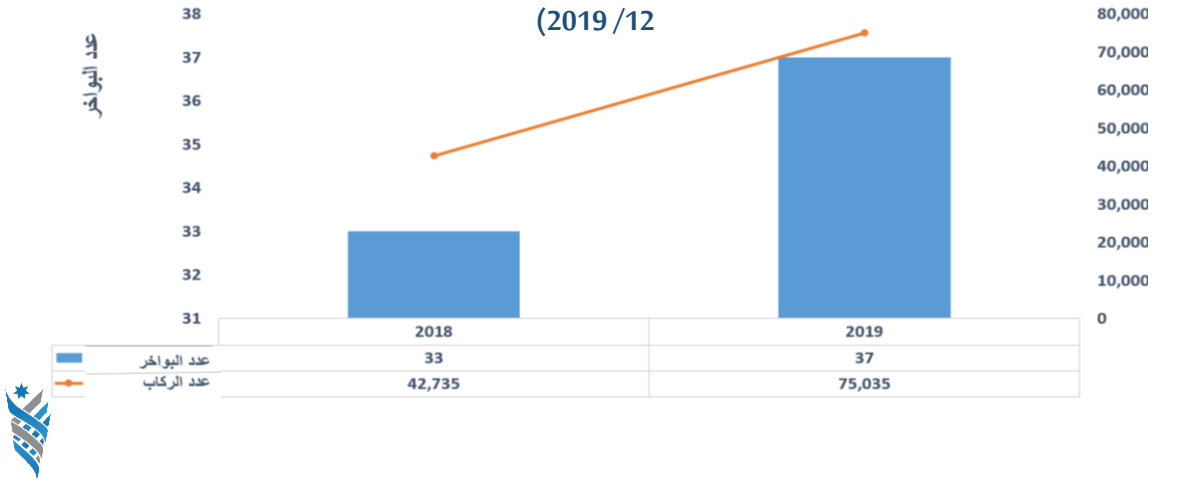



## النقل البحري – السفن السياحية

1) رست في العقبة – ميناء الأردن الوحيد -64 سفينة سياحية في عام 2019، مما رفع عدد السياح القادمين عبر الميناء إلى 120,000 سائحاً، بزيادة خمس سفن و9,000 سائح مقارنة بعام 2018. وتصل معظم هذه الرحلات البحرية في نيسان وتشرين الأول حيث ترسو السفن لمدة ليلة أو ليلتين وتتيح للسياح القيام بجولات برية إلى البتراء ووادي رم ومدينه العقبة، والتي يقوم بمتابعتها مكاتب سياحة وافدة، ذات مهنية عالية ومتخصصة بالعمل مع هذه البواخر.

2) مع توسعة ميناء العقبة، تم تخصيص رصيف جديد للسفن السياحية، ورافق ذلك تبسيط وتيسير اجراءات الدخول للسياح.

الشكل 11: عدد البواخر السياحية التي رست في ميناء العقبة، كانون الثاني -أيلول 2019/2018 (سلطة العقبة، 12/ 2019)




وبما ان سعة سياحة البواخر في العقبة قد ارتفعت، فمن الضروري العمل على ما يأتي:

- تحفيز ورفع كفاءة الشركات السياحية الأردنية لجذب بواخر جديدة والعمل على تقديم برامج سياحية وترفيهية، والنظر في تطوير برنامج اعتماد تدريبي ومهني لهذه الشركات من قبل سلطة العقبة (إذا استمرت الزيادة على نفس الوتيرة).

- تحفيز شركات البواخر العالمية لإدراج العقبة ضمن برامجها في السنوات القادمة وتطوير تعاون وشراكة أقوى بين سلطتي العقبة والبتراء للتعامل بشكل أفضل مع التدفق الكبير للسياح من البواخر السياحية.

- لتفادي المشاكل التي قد تحدث بسبب النقص في وسائل النقل السياحي في المرحلة القادمة، وبالأخص عندما ترسو عدة سفن سياحية في نفس اليوم، يتوجب تطوير تقويم زمني لرسو البواخر السياحية وإعادة جدولة مواعيد الرحلات إلى تواريخ أخرى عند الضرورة، وقبل ان يتم الإعلان عنها وبيعها. مما سيتيح إدارة تدفق سياح البواخر بسلاسة وتوفير النقل السياحي بشكل منظم أكثر.

## النقل البري/الحافلات السياحية

1. كانت عدم كفاية الحافلات السياحية النظيفة والحديثة من أهم التحديات التي واجهت قطاع السياحة خلال العامين الماضيين، ويعود ذلك لتدني الاستثمارات في قطاع النقل السياحي نتيجة لتدني أعداد السياح الوافدين خلال فترة الربيع العربي. ونتيجة لذلك، وبمجرد ان ارتفعت أعداد السياح، عانى القطاع من نقص كبير في حافلات النقل السياحي.

2. لاحقاً تم تعديل نظام النقل السياحي (رقم 37 لعام 2019)، حيث قدمت إعفاءات وحوافز ضريبية جديده خلال العامين 2019-2020 للراغبين في فتح شركات جديده أو رفع مستوى الأسطول القائم. وشملت الحوافز تخفيضاً لرأس المال المسجل وتخفيض رسوم التسجيل وغيرها. وأدخل تعديل هام، وهو الحد الأقصى لسن التشغيل للمركبات (12 عاماً للحافلات الكبيرة والمتوسطة الحجم، و10 سنوات لأصغرها).
3. أطلقت بعض شركات النقل السياحي عدة خدمات جديدة من شأنها اثراء تجربة السائح وأضافت خيارات جديدة لتنقل السياح. حيث قامت بإطلاق:

أ) جولة المدينة بالباص المفتوح (في عمان والعقبة ومأدبا).

ب) خطوط النقل السياحي البري المنتظم إلى العديد من المواقع السياحية الرئيسية. حيث تم اضافة رحلات مجدولة على مدار العام إلى البحر الميت وموقع المغطس وجرش وعجلون ومأدبا ووادي رم بالرغم من مقاومة بعض القطاعات لها. حيث أضاف هذا الخيار امكانيات جديدة للتنقل بين المواقع السياحية وبأسعار مشجعة جداً (للسياح الأجانب والأردنيين والمقيمين).

ت) خدمة الحجز الالكتروني لكافة الرحلات.

بالرغم من تسجيل عدد من الشركات الجديدة للاستفادة من الحوافز، الا أنه ما زال هناك نقص حاد في عدد الحافلات السياحية.

تعدد الاجراءات في المعابر الحدودية

هناك عدة معابر بريه للأردن تتوزع على عدة مناطق، ويلاحظ ان الاجراءات على المعابر تختلف وليست موحدة فيما يخص الدخول والخروج، وهناك مطارين لديهما اجراءات تختلف عن الحدود البرية مما يؤدي إلى الارتباك.

ويتم تعديل هذه الاجراءات بين حينٍ وآخر دون اخطار مسبق لقطاع السياحة ولا يتم مناقشة تبعات هذه التغييرات مع وزارة السياحة، وهذا من شأنه أن يخلق صعوبات قد تواجه السياح عند قدومهم للأردن.

ينبغي التنسيق بين الوزارات المعنية في إجراءات المعابر الحدودية وإزالة التعقيدات في الأنظمة ذات العلاقة لتحسين تجربة السائح. على سبيل المثال، كان بدء العمل بالتأشيرات الإلكترونية ورفع القيود عن العديد من الجنسيات المقيدة ذو تأثير ايجابي بالتأكيد (حيث أعلنت وزارة الداخلية مؤخراً عن إجراءات جديده مبسطة لبعض الجنسيات المقيدة من حملة تأشيرات صالحة للولايات الأمريكية أو بريطانيا أو الاتحاد الأوروبي، بالإضافة إلى المقيمين في دول الخليج العربي).

هناك 10 شركات مسجلة للنقل السياحي المتخصص في الأردن مع أسطول إجمالي يتكون من 780 حافلة، منها:

1. باصات كبيره (50 راكبا) – 530
2. باصات متوسطة (31 راكبا) – 45
3. باصات صغيرة (10-22 راكبا) – 127
4. باصات الميكرو (حتى 10 ركاب) -45.

وفي غضون 3 سنوات، ومع تنفيذ نظام النقل السياحي المعدل، من المتوقع ان يصبح 494 باص منهم خارج الخدمة:

1. باصات كبيرة – 366
2. باصات متوسطة – 30
3. باصات صغيرة – 66
4. باصات الميكرو -32

المصدر: جمعية النقل السياحي المتخصص

# 6. البحث والتسويق ودور الخبراء في بناء القدرات الشبابية

## الأبحاث السياحية والتسويق

مع نمو قطاع السياحة، أصبح من الضروري توفير معلومات أفضل للحكومة والمنشآت السياحية والطلاب، من أجل تحسين عملية اتخاذ القرار وإيجاد مسار تعليمي أكثر تلبية لمتطلبات السوق الأردني، حيث يعاني الأردن من محدودية في البيانات والمعلومات والأبحاث المتعلقة بالشأن السياحي.

فيما يلي بعض القضايا الرئيسية التي يجب مراعاتها في هذا السياق:

أ) التعريف المبهم للسائح والزائر في البيانات الرسمية، وهذا يسبب التباسا للكثيرين في القطاع بما في ذلك وسائل الاعلام التي تنشر تقاريراً حول أرقام السياحة، حيث يوجد التباس في تصنيف القادمين عبر المطارات والمعابر الحدودية كسياح أو زائرين اعتياديين مثل المغتربين الأردنيين في الخارج.

ب) عدم امكانية العثور على كافة البيانات السياحية في مكان واحد. في حين أن الموقع الالكتروني لوزارة السياحة والآثار ينشر العديد من الجداول والأرقام الأولية، إلا أن سلطة البتراء والعقبة وهيئة تنشيط السياحة لا تنشر أية احصاءات، لكن في حال طلب المعلومات ممكن أن يتم مشاركتها.

وبالنظر الى الايجابيات، فان ذلك يهيئ فرصاً لشركات القطاع الخاص ومراكز الدراسات والجامعات لإجراء دراسات سياحية متخصصة تقوم بتسويقها للمهتمين من المستثمرين وغيرهم من ذوي العلاقة. وبناء على ما ذكر أعلاه فمن المهم أن:

- تتبع جميع المؤسسات العاملة في السياحة نفس التعاريف، وان تستخدم نظم بيانات موحدة، بحيث تتيح الوصول بسهولة وبسرعة إلى هذه المعلومات.
- توفير بيانات محللة مع معلومات دقيقة من قبل جميع الجهات المعنية بالسياحة. ومثال ذلك تقرير "بارومتر السياحة" الصادر عن منظمة السياحة العالمية.
- تشجيع تفاعل أكبر بين الأوساط الأكاديمية وقطاع السياحة الخاص والعام لضمان فهم أفضل للظروف الحالية وبالتالي تزويد الباحثين بمصادر أغنى.
- اجراء أبحاث عالية الجودة عن التطورات في الأسواق الدولية وخصوصاً الدول المنافسة ونشر هذه المعلومات لمساعدة القطاعين العام والخاص والمستثمرين على اتخاذ القرارات المتعلقة بالتسويق وتطوير المنتج السياحي.
- إنشاء مركز للأبحاث السياحية، في إطار "غرفة السياحة" أو غيرها، لتلبية احتياجات قطاع السياحة في الحصول على المعلومات.

## بناء القدرات الشبابية

يعد التكافل والتكامل بين الأوساط الأكاديمية وقطاع السياحة أمراً مهماً للأغراض البحثية، وكذلك لتزويد القطاع بخريجين ذوي كفاءة عالية. وهناك فجوة واضحة حالياً بين ما يتعلمه الطلاب في الجامعات وما هو مطلوب في سوق العمل. ويعزى ذلك إلى ما يلي:

أ) إن معظم الأكاديميين لا يمتلكون خبرة عمل حقيقية في القطاع الخاص مما يحد من المعرفة العملية ويؤدي الى تدريس الطلاب للنظريات السياحية فقط، والتي تنتج خريجين غير كفؤين وغير مدركين لاحتياجات سوق العمل الحقيقية، ولديهم فهم وإلمام محدود بالسياسات والتحديات في القطاع.

ب) لا يحظى التعليم الفندقي والسياحي بالعناية الكافية من الحكومة، ودليل ذلك أن العلامات المطلوبة للالتحاق بهذا المسار التعليمي يتطلب أدنى الدرجات، مما يؤدي الى دخول طلاب غير مهتمين بالسياحة والتي تكون في حالات عديدة الخيار الوحيد المتاح للطلبة.

ج) على الرغم من أن التعليم والتدريب الفندقي يحظى باهتمام ودعم أكبر من التعليم السياحي وعلى عدة مستويات منها التعليم الفندقي في الثانوية العامة وكليات المجتمع ومؤسسة التدريب المهني والتعليم الجامعي، الا أن غالبية الخريجين يفتقرون إلى المهارات اللغوية (الإنجليزية) ومهارات التواصل وهو أمر ضروري للتفاعل مع الضيوف والتقدم الوظيفي. وعلاوة على ذلك فإنه وفي كثير من الأحيان يفتقر هؤلاء الخريجين الى الحس بالمسؤولية تجاه هذه الوظيفة (وهو أحد آثار النقطة "ب "أعلاه) مما يرغم أرباب العمل الى تفضيل توظيف عمالة أجنبية في كثير من الأحيان.

د) يخضع برنامج تعليم الأدلاء السياحيين للنقد الكبير من حيث جودة البرنامج، ونقص التخصصات، وضعف المهارات الاجتماعية والتواصل الضرورية لإثراء تجربة الزائر في الجولات السياحية.

هـ) هناك عدد محدود أو شبه معدوم من البرامج التعليمية للسياحة التي تركز على إدارة وتنفيذ البرامج السياحية وتنظيم المؤتمرات، حيث تقدم البرامج المتوفرة معرفة محدودة وبالكاد أي فرص للتدريب. لذلك يقوم أرباب العمل بتدريب الخريجين من الصفر عند استلام الوظيفة مما يشكل عبئاً عليهم.

وبناءً على ما سبق، من الضروري إيجاد نهج جديد للشراكة بين قطاع السياحة والمؤسسات التعليمية من أجل توفير أفضل البرامج التعليمية والبحثية في مجال السياحة لتلبية متطلبات السوق الأردني. كما ستيسر هذه الشراكات تنمية المهارات وبناء إطار عملي للتعاون الفعال فيما بين أصحاب العلاقة، وتوفير المعلومات والبيانات اللازمة لتطوير الاستراتيجيات الفعالة وأنشطة التسويق المثلى والمبنية على الطلب والذي من شأنه تعزيز مكانة الأردن السياحية.

- يجب أن تشمل هذه الشراكات فرصاً للتدريب الداخلي والعملي وتوظيف الخريجين وإعطاء الحوافز المالية اللازمة لأرباب العمل في القطاع السياحي عند الاستثمار في تنمية مهارات الطلاب والموظفين والتعليم السياحي.
- إن مسؤولية تسويق الأردن وعلامته التجارية ليست منوطة فقط بهيئة تنشيط السياحة، بل أيضاً بالقطاع الخاص والأوساط الأكاديمية وغيرها من الجهات الرسمية. وهذا يحتم توحيد الجهود والعمل بشكل تشاركي لإعطاء أفضل صورة عن المنتج السياحي الأردني.

# 7. الحفاظ على التراث والبيئة ودورهما في تطوير السياحة المستدامة

يوجد في الأردن العديد من الهيئات المعنية بالحفاظ على الإرث التاريخي، ومنها:

| المؤسسات الرئيسية المعنية بحفظ التراث | |
|---|---|
| دائرة الآثار العامة - الذراع الثاني لوزارة السياحة والآثار والمكلفة بالتنقيب والحفاظ على المو اقع والموجودات الأثرية والتر اثية وإدارة المتاحف. | |
| الجمعية الوطنية للمحافظة على البتراء – تعمل على حفظ التراث، والمناصرة وتطوير برامج تثقيفية وتوعية مبتكرة لطلاب المدارس الحكومية والمعلمين بهدف بناء الوعي والاعتزاز بقيمة الثقافة والتراث في حياة المجتمعات المحلية ، مما يساعد في بناء جيل جديد من القادة الثقافيين. | |
| متحف الأردن - مركز وطني شامل للتعلم والمعرفة، يعكس تاريخ الأردن وثقافته بطريقة عصرية وجذابة وتعليمية ومتفاعلة مع زواره. ويقدم متحف الأردن مثالا جيدا على إدارة المتاحف والتفاعل مع كافة الجهات الأهلية والحكومية والقطاع الخاص. | |

وكما هو الحال في أماكن أخرى فان هنالك عدد من التحديات التي تواجه هذه المؤسسات ويمكن تلخيصها بما يلي:

أ) **نقص مصادر التمويل** - تعاني كل من دائرة الآثار العامة ومتحف الأردن وهي مؤسسات حكومية من نقص شديد في الموارد المالية مما يشكل عائقا أمام نهوضها وتنفيذ أهدافها ويمنعها من توظيف كوادر مؤهلة لإنجاز المهام المطلوبة في الحفاظ على الإرث التاريخي الأردني.

ب) **فقر تجربة الزائر للمتاحف** – إن نقص الموارد والخبرات يؤدي إلى ضياع فرصة هامة لإبراز ضخامة التراث والثقافة الأردنيين.

ج) **ضعف التنسيق والتفاعل مع النظام التعليمي** -والذي من شأنه أن يثري المناهج ويساعد الطلاب على فهم تراثهم على نحو أفضل وأن يفتخروا بهويتهم الوطنية.

- ينبغي على الحكومة ايجاد سبل لزيادة التمويل المقدم المؤسسات المعنية بحفظ التراث لمساعدتها على تحقيق أهدافها والارتقاء بمستوى المواقع التراثية والمتاحف الأردنية. حيث يجب أن ترتقي جميعها لتوفر تجارب أكثر تفاعلية وابتكار وجاذبية، والذي سيعود بالنفع على العمليتين السياحية والتعليمية.

- يمكن تحقيق ذلك عن طريق تشجيع استثمارات القطاع الخاص في إدارة الأماكن الأثرية والتراثية والمتاحف على ان تكون دائرة الآثار شريكاً استراتيجياً، وتشرف على جهود الحفظ الأثري التي يبذلها القطاع الخاص.

- الارتقاء بقدرات ومعايير الأدلاء السياحيين المحليين (الذين يقتصر عملهم في موقع أثري محدد) وتشجيع المدارس والرحلات الداخلية للتعامل مع الأدلاء السياحيين أثناء زيارة المواقع الأثرية، وسيشكل الدعم لهؤلاء الأدلاء دافعاً لتصويب أوضاعهم وتحسين أدائهم.

بالإضافة للمؤسسات المعنية بحفظ التراث، فإن هنالك العديد من المؤسسات المعنية بالحفاظ على البيئة السياحية من أهمها:

**المؤسسات المعنية بالمحافظة على البيئة السياحية**

| | |
|---|---|
| الجمعية الملكية لحماية الطبيعة – نشأت عام 1960 للحفاظ على البيئة الطبيعية وحماية الحيوانات والطيور المنقرضة والنباتات. وتقدم الجمعية اليوم نموذجا للتنمية المستدامة والمحافظة على البيئة في الموائل الطبيعية. وهي تدير 11 محمية ذات طبيعة متنوعة ولها تأثير ايجابي على حياة المجتمعات المحيطة | الجمعية الملكية لحماية الطبيعة RSCN |
| الجمعية الملكية للمحافظة على البيئة البحرية -هي منظمه غير ربحيه تأسست في 1995 في مدينة العقبة. وتركز حاليا في عملها على ثلاثة برامج متميزة: المحافظة على البيئة البحرية والتوعية والمناصرة والتنمية المستدامة. | الجمعية الملكية لحماية البيئة البحرية The Royal Marine Conservation Society of Jordan (JREDS) |

بالإضافة إلى الجمعيتين أعلاه، فإن هنالك عدد من الوزارات والمؤسسات شبه الحكومية تعنى بالأثر البيئي للسياحة وتقوم بتشجيع الشركات السياحية على تطبيق الممارسات الصديقة للبيئة. وزادت الحكومة في الآونة الأخيرة من اهتمامها في هذا الموضوع، وهذا يستدعي التركيز على ما يلي:

- زيادة الوعي العام بأهمية تبني الممارسات المبنية على مفهوم "عدم ترك أي أثر" والمستمد من ممارسات سياحة المغامرات للتقليل من كمية النفايات والمخلفات من الأنشطة السياحية. حيث يجب أن يتم تبني هذا المفهوم من قبل الحكومة والأدلاء السياحيين ومنظمي الرحلات السياحية ومنشآت الضيافة وشركات النقل والمدارس وغيرهم من ممارسي الأنشطة السياحية وذلك من خلال حملات توعية وأنظمة صارمة مستمدة من قانون ادارة النفايات الجديد الذي تم قراره مؤخراً.

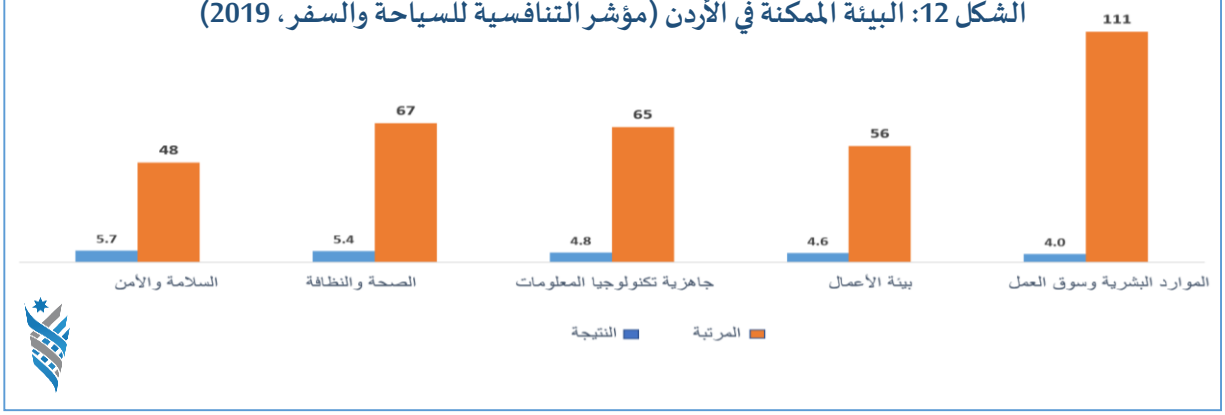
- تشجيع استخدام الطاقة الشمسية للحد من نفايات الطاقة وخفض فواتير الكهرباء، الأمر الذي يساهم في زيادة كفاءة تشغيل المنشآت السياحية.

- تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في مشروع لصناعة السماد العضوي من مخلفات الطعام في الفنادق والمطاعم، حيث سيعود هذا المشروع بالفائدة على جميع الفنادق/المطاعم التي لديها مناطق خضراء. ومن الممكن تطوير هذا المشروع من خلال جمعيتي الفنادق والمطاعم الأردنيتين وبالتعاون مع وزارتي البيئة والزراعة، حيث سيساعد هذا المشروع في الحد من النفايات وتخفيض استخدام الطاقة والموارد المالية اللازمة للحفاظ على المناطق الخضراء. كما أن المشروع يمكن أن يساهم في دعم المزارعين الأردنيين إذا توفرت الكميات الكافية من السماد.

# 8. السياحة والقطاعات المساندة

تتفاعل السياحة مع العديد من القطاعات وتؤثر عليها وتتأثر بها، مما يتيح فرصاً للتعاون والمنفعة المتبادلة بين القطاعات الاقتصادية المختلفة. وبالعودة الى تقرير "مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي" وتحديداً محور البيئة المساندة والممكنة للسياحة يتبين لنا بأن أداء الأردن في هذا المحور منخفض (مع العلم أن النتيجة الأعلى في المؤشر هي 7):

الشكل 12: البيئة الممكنة في الأردن (مؤشر التنافسية للسياحة والسفر، 2019)




وفي هذا السياق، فان السؤال هنا هو كيف تؤثر السياحة والقطاعات الأخرى على بعضها البعض، وما هي الفرص المتاحة حاليا للنمو المتبادل؟

## 1. قطاع النقل:

أ) يشكل قطاع النقل العام عنصراً أساسياً في تقديم خدمات سياحية متكاملة، ومع زيادة أعداد المسافرين الأفراد فإن وجود البنية التحتية الأساسية كالطرق والنقل العام ذو الجودة العالية والآليات والمركبات الصديقة للبيئة ولذوي الاحتياجات الخاصة، يعتبر عاملاً رئيساً في تشجيع السياحة. وبالمقابل فان وجود هذه البنية التحتية والخدمات يلبي احتياجات المواطنين كذلك، مما يحسن من المستوى المعيشي.

ب) تعتبر المطارات أيضاً عنصراً هاماً في البنية التحتية للنقل وتتأثر بشكل إيجابي من ارتفاع جميع أنواع السياحة، غير ان سلطات المطارات بحاجة إلى أن تتعاون بشكل أكبر مع العاملين في القطاع السياحي من أجل تسهيل الإجراءات وضمان خدمة أفضل.

إن تشجيع المواطنين والحكومة على استبدال المركبات الحالية بأخرى صديقة للبيئة يساعد في خفض التلوث البيئي مما يرفع من مرتبة الأردن على مؤشر التنافسية في قطاع السياحة والسفر وهو مؤشر إيجابي لاجتذاب السياحة الوافدة.

## 2. قطاع تكنولوجيا المعلومات:

أ) تعتمد جميع القطاعات اليوم، ومنها السياحة، على تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير، وذلك لإدارة أعمالهم من ناحية واستخدام البرامج والمنصات الالكترونية المتخصصة للترويج وبيع خدماتهم من ناحية أخرى. وكون الأردن يعتبر مركزاً إقليمياً لتكنولوجيا المعلومات، فإن قطاع تكنولوجيا المعلومات يوفر فرصة كبيرة لقطاع السياحة يجب استغلالها

للاستفادة من التقنيات والتطبيقات المبتكرة والتي ستسهل وصول الشركات السياحية الأردنية إلى أسواق جديدة لاستقطاب المزيد من السياح.

ب) هنالك بعض التردد من قطاع السياحة لتبني هذه التطبيقات والابتكارات، ويعود ذلك جزئياً إلى التكلفة الاستثمارية المطلوبة، فضلاً عن قلة المعرفة بالاحتياجات والتحديات والمقومات في كلا القطاعين، لذا من الضروري البدء في الحوار والتعاون بين القطاع السياحي وقطاع تكنولوجيا المعلومات. وفي عام 2019 بدأ مشروع الوكالة الألمانية للتعاون الدولي بربط الجهتين من خلال الجمعية الأردنية لتكنولوجيا المعلومات (INTAJ) والجمعية الأردنية للسياحة الوافدة (JITOA)، في محاولة للتعريف بسبل التعاون، وسيواصل المشروع الألماني خلال خطته عام 2020 العمل مع كلا القطاعين من أجل توطيد المنفعة المتبادلة.

ج) تمثل سياحة المؤتمرات والمعارض والاجتماعات والرحلات التحفيزية (MICE) فرصة للتعاون المتبادل بين قطاع السياحة وكل القطاعات الأخرى بشكل عام، ومنها قطاع تكنولوجيا المعلومات؛ حيث إن العدد المتزايد للمؤتمرات والمعارض والاجتماعات الاقليمية والدولية عالية الجودة في قطاع تكنولوجيا المعلومات، يمثل فرصة متزايدة لتعزيز التعاون ما بين القطاعين، بحيث يمكن الحصول على أسعار أكثر تنافسية وتقديم خدمات إدارة المؤتمرات بتقنية عالية وتقديم برامج سياحية للمشاركين فيها. وبهذه الطريقة سيتمكن القطاعان من التعاون كل بتخصصه وبالتالي تشجيع اقامة المزيد من المؤتمرات والمعارض في الأردن.

يمكن تعزيز التعاون ما بين قطاع السياحة وكافة القطاعات الأخرى، لا سيما في ظل تنظيم العديد من المؤتمرات من قبل هذه القطاعات، بحيث يساهم ذلك في تحسين جودة تنظيم هذه المؤتمرات كما يمكن توفير رحلات سياحية للمشاركين مما يساعد في تشجيع السياحة والترويج للسياحة في الأردن.

## 3. القطاع الصحي:

أ) ركز القطاع الصحي الأردني تقليدياً على الاستفادة من "السياحة العربية" والمرضى الذين يلتمسون الرعاية الطبية في الأردن. حيث يقوم هؤلاء باستخدام البنية التحتية السياحية من مرافق الضيافة والمطاعم والمحلات التجارية ووسائل النقل ومرافق الترفيه، مما يؤثر إيجابياً على الاقتصاد.

بالنسبة لقطاع السياحة فإن هذا يمثل فرصة لمنظمي الرحلات السياحية بحيث يوجهون جزءاً من خدماتهم لمساعدة هؤلاء المرضى/السياح وأسرهم في ترتيب إقاماتهم وكافة برامجهم بما فيها المواعيد الطبية والاستشارات. وسيؤدي هذا الى تطوير خدمة جديدة تعنى بالسياحة العلاجية وتفيد جميع الأطراف.

ب) واجه قطاع السياحة العلاجية في الأردن مجموعة من التحديات في السنوات الخمس الماضية بسبب عدد من العوامل بما في ذلك زيادة المنافسة الإقليمية. وفي عام 2017 أصدر المركز الدولي للرعاية الصحية "مؤشر السياحة الطبية" الذي تم فيه قياس بيئة السياحة الصحية في بعض الوجهات المقصودة. في المؤشر العام، احتل الأردن المرتبة 33 من أصل 40 بلدا واحتل المرتبة 5 في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا (بعد الامارات ومصر وقطر والمغرب). وعلى

الرغم من ذلك، يعتبر البنك الدولي الأردن كأفضل مزود لخدمات الرعاية الصحية في العالم العربي، ويعزى ذلك إلى وجود تسعة مستشفيات معتمدة من قبل جمعية سلامة المرضى العالمية (JCI)(بما في ذلك مركز الملك حسين للسرطان)، فضلاً عن انتساب العديد من الأطباء والجراحين الأردنيين إلى المراكز الطبية الأمريكية العليا مثل كليفلاند كلينيك وجونز هوبكنز.

ج) تم مؤخراً إنشاء قسم لتسويق السياحة العلاجية في هيئة تنشيط السياحة وتطوير استراتيجية للتطوير والتسويق خاصة به. كما تم تعديل نظام الهيئة لإنشاء مجلس ادارة منفصل للسياحة العلاجية والذي فيه دور كبير لجمعية المستشفيات الخاصة، وذلك بهدف تعزيز صورة الأردن كوجهة طبية وعلاجية واستشفائية، وتعزيز الاستثمار في القطاع وجذب مؤتمرات طبية دولية إلى الأردن.

د) على الرغم من أن العديد من المستشفيات الخاصة تقوم حالياً بتقديم خدمة "التنسيق السياحي" لعملائها لتشمل خدمات سياحية متكاملة مثل الاستقبال في المطار والإقامة والنقل، الا أن التعاون بين أعضاء جمعية المستشفيات الخاصة وقطاع السياحة سيفتح فرصاً جديدة لتقديم هذه الخدمات بأسعار أفضل بالإضافة الى تشجيع الجولات السياحية على هامش البرامج العلاجية أو الانشطة الترفيهية لأسر المرضى وبأسعار تفضيلية، فضلاً عن برامج الاستجمام والاستشفاء التي سوف تساعد الأسرة بأكملها على الاستفادة المثلى من اقامتهم في الأردن.

ولذلك، إذا كان الأردن سيستعيد مكانته كمركز إقليمي طبي فانه يحتاج إلى النظر إلى السياحة العلاجية من منظور جديد كلياً، والأخذ بعين الاعتبار الاتجاهات العالمية الجديدة في هذا القطاع والعمل بجدية على رفع مستوى الخدمات من ناحية وجذب أسواق جديده من ناحية أخرى. ويمكن تحقيق ذلك من خلال ما يلي:

- تطوير هوية سياحية للأردن كوجهة للسياحة العلاجية ووضع استراتيجية تساعد في استهداف أسواق جديدة ومناسبة ليس فقط في الدول المجاورة التقليدية ولكن في بلدان أخرى أيضاً.

- معالجة البنية التحتية لمساعدة الأشخاص ذوي الإعاقة للوصول إلى الأماكن التي يريدونها. ويتطلب ذلك طرقاً مؤهلة لذوي الإعاقة ووسائل نقل ومداخل ومرافق أساسية لهذه الفئة، بالإضافة إلى تبني تكنولوجيا تدعم الأشخاص ذوي الإعاقة على أوسع نطاق في قطاع الخدمات (مثل تلك التي تتيح تفاعلاً سهلاً مع الصم والمكفوفين).

- التدريب وبناء قدرات العاملين في القطاع الطبي في التعامل مع الضيوف/المرضى الأجانب بما في ذلك المعرفة باللغة الإنجليزية، فضلاً عن تطوير قدرة الأدلاء السياحيين ومنظمي الرحلات وموظفي الفنادق وتكوين فهم لديهم حول أهمية السياحة العلاجية ومتطلباتها. ومن الضروري أيضا تدريب الأدلاء السياحيين/الممرضين في التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة الذهنية أو الجسدية بشكل سليم يضمن تقديم تجربة غنية ثقافياً.
- تشجيع تطوير المنتجعات الصحية والطبية ذات المستويات العالمية والتي تقوم باستخدام التكنولوجيا الطبية التشخيصية وتسهيل الاتصال الفوري بين الطبيب والمريض. ان عدم وجود هذه المرافق في الأردن يتيح فرصاً استثمارية

هائلة في البحر الميت وعجلون، وينبغي ان يتم دعمها بحوافز خاصة كجزء من المناطق التنموية (تقرير "الاتجاهات الكبرى للسياحة"، شركة هورواث، شباط 2019).

- مع ازدياد الاقبال على أنماط الحياة الصحية، فانه من الضروري إضفاء أجزاء من هذه "الاتجاهات الصحية" في الخدمات السياحية مثل توفير برامج اللياقة البدنية للسياح، وبرامج إدارة الإجهاد، وخيارات التغذية الصحية والمتنوعة وغيرها من الخدمات المتوفرة، والتي من المتوقع ان تزيد من جاذبية الوجهات السياحية، وتحولها من "وجهات الزيارة لمرة واحدة" إلى "وجهات الزيارة لمرات متعددة" (تقرير "الاتجاهات الكبرى للسياحة"، شركة هورواث، شباط 2019).

# 9. نظرة إلى المستقبل

يمكن اعتبار السياحة كنزا ثميناً للأردن، وذلك إذا ما تم استغلالها بالطريقة الصحيحة التي تضمن استدامتها. وهي في نفس الوقت صناعة متقلبة، تتأثر بسهولة بالأوضاع المحلية والإقليمية. لذلك ولضمان تحقيق النتائج الإيجابية واستمراريتها، يتوجب على الحكومة والقطاع الخاص إيلاء هذا القطاع أهمية خاصة من خلال ما يلي:

1) إعطاء أولوية للسياحة وإعلانها رافداً اقتصادياً يتوجب على جميع القطاعات الاقتصادية الأخرى المساعدة في الحفاظ على استدامتها.
2) تمكين وزارة السياحة مؤسسياً وتعزيز كفاءتها ومنحها مرونة كافية للنهوض بالقطاع.
3) يحتاج القطاع إلى إصلاح في هيكله القانوني والمؤسسي، وبناء القدرات في القطاع، وتوجيه جميع الصناعات الأخرى لدعم التنمية السياحية، وتمكين القطاع الخاص من القيام بدور أكبر والتنافس بشكل أفضل.
4) على المعنيين في القطاع الأخذ بجدية نتائج "مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي" الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي. حيث يجب دراسة أسباب تدني تصنيفات الأردن في أغلب المؤشرات الرئيسية، واتخاذ التدابير اللازمة لتصويبها.
5) تثقيف المواطنين بشكل عام، والأطفال والشباب والكادر الحكومي بشكل خاص بأهمية السياحة للاقتصاد الوطني عن طريق تطوير مناهج وبرامج تفاعلية لزيادة الوعي بأهمية السياحة لاقتصادنا.
6) ان حماية البيئة والتراث ينبغي ان تكون في مقدمة أولويات الحكومة، وينبغي وضع أنظمة وقوانين صارمة لا تسمح بالعبث بالطبيعة والإرث، وتنفذ على كافة المستويات وتسمح للإدارة المحلية بتطبيقها بسهولة. وبخلاف ذلك لن تتمكن البتراء من الحفاظ على مكانتها العالمية المتميزة.

يوضح الملحق رقم 1 توصيات منتدى الاستراتيجيات الأردني بشكل شامل حسب المحاور الرئيسية للورقة.

# 10. ملحق رقم(1) – توصيات منتدى الاستراتيجيات الأردني لتطوير قطاع السياحة في الأردن

| المحور | توصيات المنتدى |
|---|---|
| تنافسية قطاع السياحة | 1. مراجعة شروط الحصول على التمويل السياحي لا سيما للمنشآت الميكروية والصغيرة والمتوسطة.<br>2. إعادة تقييم التسهيلات الاستثمارية المقدمة للمستثمرين في قطاع السياحة في كافة المحافظات ومن قبل كافة المؤسسات المعنية وبناء ثقة المستثمرين المحليين، كعامل أساسي لتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر.<br>3. وضع خريطة واضحة للاستثمار السياحي من شأنها المساعدة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للقطاع. وضرورة عمل وزارة السياحة والآثار بالتنسيق مع المؤسسات العامة والخاصة الأخرى للترويج لخريطة الاستثمار السياحي استناداً إلى خطة وأهداف متفق عليها.<br>4. النظر في إنشاء "صندوق دعم السياحة" الذي يتم تمويله من قبل الحكومة والقطاع الخاص والبنوك والمؤسسات المانحة لدعم المشاريع السياحية الميكروية والصغيرة والمتوسطة تماشياً مع الخريطة الاستثمارية السياحية المعتمدة وأهداف الاستراتيجية الوطنية للسياحة مع التركيز على الابتكار والاستدامة.<br>5. تطوير خطة حوار دورية وشاملة لجميع القطاعات السياحية فيما بينها ومع الحكومة لتمكين الجميع من فهم الوضع الحالي وتحديد الأولويات معاً على نحو أكثر كفاءة.<br>6. اعادة النظر في "نظام إدارة وتطوير المواقع السياحية" وتفعيله لتمكين القطاع الخاص من العمل مع الحكومة يداً بيد في المواقع السياحية والأثرية والمتاحف وتوفير مختلف الخدمات السياحية. ومن الضروري أن تكون شروط التعاون واضحة للجميع وأن تبقى الرقابة ملزمة من قبل دائرتي السياحة والآثار العامة كهيئة رقابية في مجالات حماية البيئة والتراث والاستدامة.<br>7. بناء قدرات القطاع العام لتأدية الدور الرقابي بإدراك ومهنية ومسؤولية عالية. كما يجب تقديم حوافز للقطاع الخاص لبناء قدرات موظفين من المجتمعات المحلية وغيرها في هذه المواقع لضمان شراكة ناجحة ومربحة للطرفين. |
| حوكمة القطاع والإطار القانون الناظم له | 1. مراجعة الهيكل القانوني لقطاع السياحة وتنقيح القوانين ذات التأثير على القطاع بهدف تسهيل الإجراءات وإزالة التناقضات والتضارب في المسؤوليات.<br>2. أن تقوم وزارة السياحة والآثار بالشراكة مع القطاع الخاص بإصدار استراتيجية جديده لقطاع السياحة الأردني للفترة 2020-2025، والتي يجب أن تكون بمثابة خارطة طريق لجميع المؤسسات العامة والخاصة وشبه الحكومية العاملة في القطاع. ويجب أن تشتمل الاستراتيجية الجديدة على برامج متعلقة بالبنية التحتية وتطوير |

| | |
|---|---|
| | المنتجات، والموارد البشرية، والتسويق، والاستثمار السياحي، وأدوار الجمعيات، وتعزيز الشراكة مع القطاع الخاص.<br>3. يجب اعادة تقييم مسؤوليات الجهات المختلفة كجزء من عملية التقييم القانوني وإصلاحها بحيث تصبح مكملة ومساندة لجميع الأطراف بشكل يرفع من كفاءة إدارة القطاع. كما يجب مأسسة العلاقة بين هذه المؤسسات بشكل يساعد في التواصل المنتظم والتنسيق في التخطيط والتنفيذ لتعظيم الفائدة للجميع.<br>4. تطوير تصنيف لكافة المواقع الطبيعية والتراثية بحسب مستوى الخطورة فيها واصدار تعليمات جديدة لقطاعي السياحة والتعليم بناء على ذلك (دون الكثير من التعقيدات). كما يجب إلزام كافة الجهات المنظمة للرحلات بهذه التعليمات والتقيد بكافة متطلبات السلامة العامة تحت طائلة المسؤولية القانونية.<br>5. إعادة تفعيل اتحاد الجمعيات السياحية لضمان التواصل المنتظم، والتنسيق فيما يتعلق بتنفيذ الاستراتيجية الوطنية للسياحة، وايجاد حلول للتحديات المشتركة، والتواصل الدائم مع الحكومة لإيجاد الحلول للقضايا المتراكمة أو الجديدة، ودعم المنشآت الميكروية والصغيرة والمتوسطة، وإنشاء صندوق نقدي لإدارة الأزمات والمساعدة على توفير تمويل أولي لرواد الأعمال في القطاع وغيره. |
| **الفنادق والمنشآت السياحية** | 1. تعاون وزارة السياحة والآثار مع هيئة الاستثمار والبلديات لوضع خارطة واضحة للاستثمار السياحي وأن تكون مستندة الى توجهات الاستراتيجية الوطنية للسياحة وتأخذ بعين الاعتبار الطابع السياحي للمحافظات والأنماط السياحية فيها بحيث تضم مجموعة متنوعة من الفرص الاستثمارية، التي يتم الترويج لها بطريقة منهجية من قبل وزارة السياحة والبلديات وسلطة البتراء والعقبة وغيرها. |
| **النقل السياحي والمعابر الحدودية** | 1. زيادة الاستثمارات في النقل البري السياحي.<br>2. تحفيز ورفع كفاءة الشركات السياحية الأردنية لجذب بواخر جديدة والعمل على تقديم برامج سياحية وترفيهية، والنظر في تطوير برنامج اعتماد تدريبي ومهني لهذه الشركات من قبل سلطة العقبة (إذا استمرت الزيادة على نفس الوتيرة) .<br>3. تحفيز شركات البواخر العالمية لإدراج العقبة ضمن برامجها في السنوات القادمة وتطوير تعاون وشراكة أقوى بين سلطتي العقبة والبتراء للتعامل بشكل أفضل مع التدفق الكبير للسياح من البواخر السياحية.<br>4. لتفادي المشاكل التي قد تحدث بسبب النقص في وسائل النقل السياحي في المرحلة القادمة، وبالأخص عندما ترسو عدة سفن سياحية في نفس اليوم، يتوجب تطوير تقويم زمني لرسو البواخر السياحية وإعادة جدولة مواعيد الرحلات إلى تواريخ أخرى عند الضرورة، وقبل ان يتم الإعلان عنها وبيعها. مما سيتيح إدارة تدفق سياح البواخر بسلاسة وتوفير النقل السياحي بشكل منظم أكثر. |

| | |
|---|---|
| **البحث والتسويق السياحي** | 1. تتبع جميع المؤسسات العاملة في السياحة نفس التعاريف، وان تستخدم نظم بيانات موحدة، بحيث تتيح الوصول بسهولة وبسرعة إلى هذه المعلومات.<br>2. توفير بيانات محللة مع معلومات دقيقة من قبل جميع الجهات المعنية بالسياحة. ومثال ذلك تقرير "بارومتر السياحة" الصادر عن منظمة السياحة العالمية.<br>3. تشجيع تفاعل أكبر بين الأوساط الأكاديمية وقطاع السياحة الخاص والعام لضمان فهم أفضل للظروف الحالية وبالتالي تزويد الباحثين بمصادر أغنى.<br>4. اجراء أبحاث عالية الجودة عن التطورات في الأسواق الدولية وخصوصاً الدول المنافسة ونشر هذه المعلومات لمساعدة القطاعين العام والخاص والمستثمرين على اتخاذ القرارات المتعلقة بالتسويق وتطوير المنتج السياحي.<br>5. إنشاء مركز للأبحاث السياحية، في إطار "غرفة السياحة" أو غيرها، لتلبية احتياجات قطاع السياحة في الحصول على المعلومات. |
| **البيئة والسياحة** | 1. زيادة الوعي العام بأهمية تبني الممارسات المبنية على مفهوم "عدم ترك أي أثر" والمستمد من ممارسات سياحة المغامرات للتقليل من كمية النفايات والمخلفات من الأنشطة السياحية. حيث يجب أن يتم تبني هذا المفهوم من قبل الحكومة والأدلاء السياحيين ومنظمي الرحلات السياحية ومنشآت الضيافة وشركات النقل والمدارس وغيرهم من ممارسي الأنشطة السياحية وذلك من خلال حملات توعية وأنظمة صارمة مستمدة من قانون ادارة النفايات الجديد الذي تم قراره مؤخراً.<br>2. تشجيع استخدام الطاقة الشمسية للحد من نفايات الطاقة وخفض فواتير الكهرباء، الأمر الذي يساهم في زيادة كفاءة تشغيل المنشآت السياحية.<br>3. تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في مشروع لصناعة السماد العضوي من مخلفات الطعام في الفنادق والمطاعم، حيث سيعود هذا المشروع بالفائدة على جميع الفنادق/المطاعم التي لديها مناطق خضراء. ومن الممكن تطوير هذا المشروع من خلال جمعيتي الفنادق والمطاعم الأردنيتين وبالتعاون مع وزارتي البيئة والزراعة، حيث سيساعد هذا المشروع في الحد من النفايات وتخفيض استخدام الطاقة والموارد المالية اللازمة للحفاظ على المناطق الخضراء. كما أن المشروع يمكن أن يساهم في دعم المزارعين الأردنيين إذا توفرت الكميات الكافية من السماد. |
| **السياحة الصحية** | 1. تطوير هوية سياحية للأردن كوجهة للسياحة العلاجية ووضع استراتيجية تساعد في استهداف أسواق جديدة ومناسبة ليس فقط في الدول المجاورة التقليدية ولكن في بلدان أخرى أيضاً.<br>2. معالجة البنية التحتية لمساعدة الأشخاص ذوي الإعاقة للوصول إلى الأماكن التي يريدونها. ويتطلب ذلك طرقاً مؤهلة لذوي الإعاقة ووسائل نقل ومداخل ومرافق أساسية لهذه الفئة، بالإضافة إلى تبني |

| | |
|---|---|
| | تكنولوجيا تدعم الأشخاص ذوي الإعاقة على أوسع نطاق في قطاع الخدمات (مثل تلك التي تتيح تفاعلاً سهلاً مع الصم والمكفوفين).<br>3. التدريب وبناء قدرات العاملين في القطاع الطبي في التعامل مع الضيوف/المرضى الأجانب بما في ذلك المعرفة باللغة الإنجليزية، فضلاً عن تطوير قدرة الأدلاء السياحيين ومنظمي الرحلات وموظفي الفنادق وتكوين فهم لديهم حول أهمية السياحة العلاجية ومتطلباتها. ومن الضروري أيضا تدريب الأدلاء السياحيين/الممرضين في التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة الذهنية أو الجسدية بشكل سليم يضمن تقديم تجربة غنية ثقافياً.<br>4. تشجيع تطوير المنتجعات الصحية والطبية ذات المستويات العالمية والتي تقوم باستخدام التكنولوجيا الطبية التشخيصية وتسهيل الاتصال الفوري بين الطبيب والمريض. ان عدم وجود هذه المرافق في الأردن يتيح فرصاً استثمارية هائلة في البحر الميت وعجلون، وينبغي ان يتم دعمها بحوافز خاصة كجزء من المناطق التنموية (تقرير "الاتجاهات الكبرى للسياحة"، شركة هورواث، شباط 2019).<br>5. مع ازدياد الاقبال على أنماط الحياة الصحية، فانه من الضروري إضفاء أجزاء من هذه "الاتجاهات الصحية" في الخدمات السياحية مثل توفير برامج اللياقة البدنية للسياح، وبرامج إدارة الإجهاد، وخيارات التغذية الصحية والمتنوعة وغيرها من الخدمات المتوفرة، والتي من المتوقع ان تزيد من جاذبية الوجهات السياحية، وتحولها من "وجهات الزيارة لمرة واحدة" إلى "وجهات الزيارة لمرات متعددة" (تقرير "الاتجاهات الكبرى للسياحة"، شركة هورواث، شباط 2019). |

منتدى الاستراتيجيات الأردني
JORDAN STRATEGY FORUM

هاتف: ٦٤٧١ ٦٥٦١ ٦٢٩+ فاكس: ٦٣٧١ ٦٥٦١ ٦٢٩+
www.jsf.org info@jsf.org
@JSFJordan /JordanStrategyForumJSF