

المجلس الاقتصادي والاجتماعي



تقرير حالة البلاد 2019

محور القطاعات الاقتصادية

السياحة





4	المُلخَص التَّنفيذِي
5	التقديم
6	أولاً: متابعة استراتيجية القطاع السياحي
17	ثانياً: مراجعة التوصيات التي قُدِّمت في تقرير حالة البلاد لعام 2018
24	ثالثاً: النظرة المستقبلية والتوجهات اعتماداً على الاستراتيجيات المقدمة
29	التوصيات

الملخص التنفيذي

يهدف تقرير حالة البلاد لعام 2019 إلى بيان مدى تطبيق ما ورد من توصيات في تقرير حالة البلاد لعام 2018، وتحديث ما ورد فيه من استراتيجيات وعمليات متابعة وتقييم لخطط عمل وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة، بعددٍهما أكثر جهتين مناط بهما العمل على تطوير استراتيجيات السياحة وتنفيذها في الأردن.

وقد اتسم التعامل مع التوصيات التي ضُمنت في تقرير حالة البلاد لعام 2018 بالجديّة من قِبَل الجهات المعنية ممثلة برئاسة الوزراء، ووزارة الداخلية، ووزارة الصحة، وجمعية المستشفيات الخاصة، ووزارة النقل، ووزارة السياحة والآثار، وهيئة تنشيط السياحة. وانعكس ذلك على الأنظمة والسياسات المتصلة بالجنسيات المقيدة، وتحسين حافلات النقل السياحي المتخصص، والسياحة الطبية والتعافي، واستقطاب الطيران العارض ومنخفض الكلفة، إذ تعدُّ هذه المجالات من الأمور الجوهرية والمطالب الضرورية للقطاع السياحي على مدار السنوات الماضية.

كما تتضمن المراجعة الكثير من الجوانب المفصلية التي يجب استكمال العمل فيها، لأهميتها في بناء التجربة السياحية وإثرائها، مع التركيز على أن هذه الجوانب تتطلب تخصيص موارد مالية كافية ومُدّد زمنية معينة، وخاصة المتصلة بتطوير المنتج والبنية التحتية، وبناء جيل واع ومدرك لأهمية القطاع السياحي وتأثيره على الاقتصاد الأردني، وتطوير سوق العمل وزيادة التشغيل، والعمل على مواءمة مخرجات التعليم ومتطلبات السوق مواءمة تلبي احتياجات القطاع المتنامية.

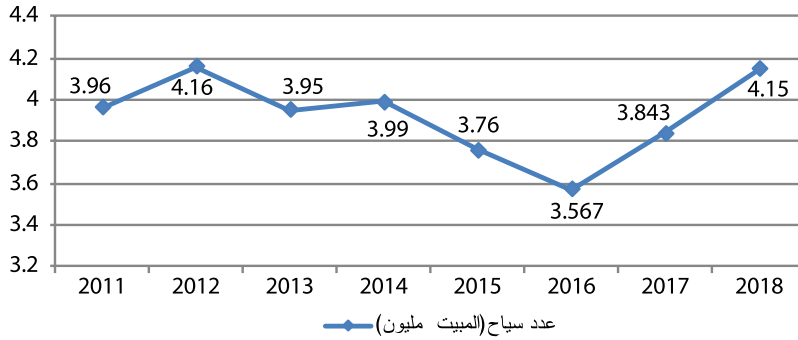
وكذلك، تحتوي المراجعة على النهج والنظرة المستقبلية التي يجب التوجه نحوها للانتقال إلى مرحلة تنفيذ عملي وواقعي للاستراتيجيات والسياسات من خلال خطط عمل وإجراءات قابلة للتطبيق ويمكن قياس نتائجها وأثرها على القطاع السياحي. إضافة إلى أبرز متطلبات تطوير القطاع السياحي، ومدى قدرة هذه الاستراتيجيات على تحقيقها. كما تتضمن المراجعة العديد من التوصيات ذات الانعكاس الكبير والملموس على دعم تحقيق الأهداف الاستراتيجية في حال تم الأخذ بها.

التقديم

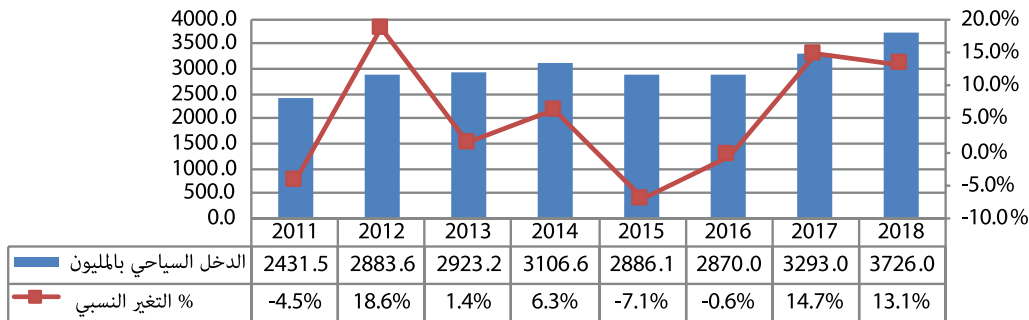
يتميز القطاع السياحي عالمياً بديناميكية عالية، الأمر الذي يحتم على القائمين عليه ضرورة متابعة التوجهات السياحية العالمية للمسافرين والعمل على تلبيتها، وتوفير السبل التي من شأنها المساهمة في تحقيق متطلباتهم. ومن هذه التوجهات بحسب ما تشير إليه البيانات، أن نسبة كبيرة من السياح في العالم يستخدمون الطيران العارض ومنخفض الكلفة، وذلك في ضوء ازدياد عدد شركات الطيران المتخصصة بهذا المجال والأسعار التشجيعية التي تقدمها. كذلك يستحوذ الحجز الإلكتروني المباشر مع مقدمي الخدمات السياحية على حوالي 70% من نسبة الحجوزات عموماً، مما عرض أعمال مكاتب السياحة والسفر إلى الانخفاض انخفاضاً ملحوظاً، إذ تزايد عدد السياح الذين يسافرون فردياً، وتناقصت كذلك المجموعات السياحية. وثمة أيضاً تغير سريع في تفضيلات السائح في نوعية الإقامة والبحث عن التجربة السياحية الفريدة، وغيرها العديد مما يترتب عليه ضرورة العمل والتنسيق على أعلى المستويات بين الجهات المعنية بالقطاع السياحي، لاتخاذ الإجراءات اللازمة وسن التشريعات الضرورية لمواكبة توجهات المسافرين وتلبيتها، ووضع الاستراتيجيات وتطويرها من أجل النهوض بهذا القطاع المهم، ولجعل الأردن مقصداً سياحياً من السياح في جميع أنحاء العالم، وتعزيز دور القطاع السياحي في دفع عجلة التنمية الاقتصادية وزيادة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي.

وتشير البيانات الصادرة عن البنك المركزي الأردني ووزارة السياحة والآثار إلى أن الدخل السياحي بلغ عام 2018 حوالي 3.7 مليار دينار وبنسبة نمو بلغت 13.1% عن عام 2017، ويشكل الدخل السياحي نسبة 11.4% إلى الناتج المحلي الإجمالي. أما بخصوص عدد سياح المبيت عام 2018، فقد بلغ 4.1 مليون سائح مقارنة بـ 3.8 مليون عام 2017 وبنسبة نمو بلغت 7.9%. وفي ما يتصل بتعزيز الموارد البشرية وزيادة حجم العمالة في القطاع السياحي، فقد بلغ عدد العاملين في القطاع السياحي مع نهاية عام 2018 حوالي 51.5 ألف شخص مقارنة بـ 51.4 ألف شخص في عام 2017. ويبين الشكل رقم (1) والشكل رقم (2) أبرز المؤشرات المتصلة بالقطاع السياحي للأعوام 2011-2018.

الشكل رقم (1):
عدد سياح المبيت للأعوام 2011-2018 مليون



الشكل رقم (2):
الدخل السياحي للأعوام 2011-2018 مليون دينار



أولاً: متابعة استراتيجية القطاع السياحي

قامت وزارة السياحة والآثار وللمرة الأولى بإعداد خطتها الاستراتيجية وإصدارها، وهي تغطي الأعوام 2018-2020، وتحدد الأهداف المؤسسية للوزارة والتي تنسجم مع أهداف الاستراتيجية الأردنية للقطاع السياحي (2019-2022)، وفي الوقت نفسه لا تخرج عن الإطار العام للاستراتيجيات السابقة، إذ تركز السياسة العامة لقطاع السياحة في هذه الخطة على تطوير المنتج السياحي، والمحافظة على إطار تشريعي مستقر وواضح ومحفز للاستثمار في القطاع السياحي، وتطوير سوق العمل والتدريب، وزيادة الوعي لدى المجتمعات المحلية بأهمية السياحة، وإدامة سياسة ترويجية تجعل من الأردن مقصداً سياحياً متميزاً ومنافساً على المستوى الإقليمي، وتطوير إدارة المواقع السياحية

وتشغيلها بحرفية عالية، والمحافظة على مستوى عالٍ للخدمات المقدمة، إضافة إلى التطوير المستمر للسياحة المحلية والترويج لها.

وتضمنت الخطة الاستراتيجية البرامج والمشاريع التي تستهدف تنفيذ التوجيهات الواردة فيها، وعملت وزارة السياحة والآثار على تصميم بطاقة لكل مشروع إضافة إلى الخطة التنفيذية له، والتي تحدد الخطوات التنفيذية والجهات المسؤولة عن التنفيذ والإطار الزمني والموارد والكلف المالية المقدرة، كما وضعت مؤشرات قياس أداء على مستوى كل هدف استراتيجي. وفي ما يلي الأهداف الاستراتيجية للوزارة:

1. منتج سياحي يعكس هوية الأردن، من خلال خلق تجارب سياحية متنوعة وفريدة تشمل أنماطاً مختلفة بما يناسب الفئات المستهدفة، إذ سيتم تصميم هذه التجارب لتكون متكاملة وتشمل عدداً من المواقع والأنماط على مسارات متباينة وبما يتناسب مع المحافظات ومدنها. كما أن من شأن هذه التجارب المتنوعة تشجيع الاستثمار السياحي، وتمكين المجتمع المحلي، وتوفير فرص عمل متنوعة، إضافة إلى إثراء التجربة السياحية للزائر بفعاليات ونشاطات تعكس هوية الأردن التاريخية والثقافية، وبالتالي زيادة عدد الزوار والإقامة والإنفاق السياحي.

2. بيئة متمكنة من خلال تنظيم البيئة التشريعية بهدف ضمان تطبيق القانون على جميع الأطراف المعنية بشفافية ومساواة، وتنظيم الروابط التشريعية والصلاحيات بين وزارة السياحة والآثار وأصحاب العلاقة، وتجنبّ الازدواجية والتناقض في التشريعات الصادرة عن المؤسسات المختلفة، والنظر في تشريعات جديدة يحتاجها القطاع السياحي لمواكبة التطورات والتوجهات العالمية للسياح، وخلق بيئة محفزة للاستثمار تدعم نمو قطاع السياحة، وذلك من خلال شراكات ما بين الوزارة والقطاع الخاص والمجتمع المحلي.

3. أداء مؤسسي متميز، من خلال بناء القدرات المؤسسية وتطويرها (بما في ذلك الهيكلة، والأنظمة، والإجراءات)، إضافة إلى إدارة معرفة كفاءة لخدمة القطاع تهدف إلى تحسين عملية اتخاذ القرار ورسم السياسات، وتعزيز الأبحاث السياحية للوصول إلى فهم أثر السياحة على الاقتصاد الأردني والمجتمع.

وتجدر الإشارة إلى أن وزارة السياحة والآثار لم تقم حتى وقت إعداد هذه المراجعة بإطلاق استراتيجية القطاع السياحي الجديدة للأعوام 2019-2022، مع أنها بدأت بالعمل عليها منذ عام 2016، مما يعني أنه من المبكر متابعة أهداف هذه الاستراتيجية وخطط العمل المنبثقة عنها وتقييمها، إلا أنه سيتم التطرق لأبرز أهدافها في هذه المراجعة وضمن الجزء المتصل بالنظرة المستقبلية للقطاع في ضوء الاستراتيجيات المعتمدة.

وبناءً على ذلك، تستكمل هذه المراجعة عملية المتابعة والتقييم للبنود الواردة في خطط العمل المرتبطة بوزارة السياحة والآثار والتي لم يتم تنفيذها وتفعيلها بالكامل أو نُفذت تنفيذاً جزئياً والواردة في تقرير حالة البلاد لعام 2018، وذلك وفقاً لركائز الاستراتيجية الوطنية للسياحة (2011-2015)، والخطة الاستراتيجية للوزارة (2018-2020)؛

أ. في ما يتصل بركيزة تطوير المنتج السياحي ليعكس هوية الأردن من خلال خلق تجارب سياحية متنوعة وفريدة، لا بد من التأكيد أن ثمة الكثير من العمل يجب بذله لتطوير المنتج السياحي وتحسين الخدمات والمرافق في المواقع السياحية، إلا أنه يجب الاعتراف في الوقت نفسه بأن ضعف الموارد المالية المخصصة أحد المعوقات التي واجهت تنفيذ السياسات والاستراتيجيات والخطط المنبثقة عنها، وهو ما يعني عدم إمكانية التوسع في تنفيذ العديد من الخطط المتصلة بالبنية التحتية وتطوير المواقع. وبناءً على ذلك، وضمن الإمكانيات المتاحة، فقد وضعت الوزارة، وبحسب ما ورد في خطتها التنفيذية (2018-2020)، 40 مشروعاً تم البدء بالعمل عليها عام 2018، وأنجز منها الآتي: تنفيذ مركز زوار أذرح (إعادة تأهيل بيت حمد بن جازي)، وإعادة تأهيل البيت الأموي في أم الجمال، واستكمال ترميم القرية التراثية في أم قيس، وتنفيذ لوحات إرشادية للمواقع السياحية والأثرية في محافظة إربد، وتجهيز الرفع المساحي والتوثيق المعماري لقلعة الكرك، واستكمال تأهيل المسارات السياحية وتطويرها في محافظة البلقاء، وإنشاء مركز استقبال الزوار في رحمة (العقبة)، إضافة إلى 23 مشروعاً قيد التنفيذ موزعة على المحافظات و10 مشاريع قيد طرح العطاءات الخاصة بها. وتهدف هذه المشاريع والبرامج إلى تحقيق الهدف الاستراتيجي المتمثل بخلق تجارب سياحية محلية متنوعة وفريدة.

كما عملت الوزارة خلال عامي 2018 و2019 على وضع التعليمات الخاصة بمنتج سياحة المغامرة، وذلك لأهميته، وحفاظاً على السلامة العامة، ولتعزيز هذا النمط من السياحة، وضمان جودة الخدمات المقدمة في ضوء التزايد الكبير في عدد السياح الدوليين الذين تستهويهم سياحة المغامرة. إذ قامت الوزارة بالتعاون والتشاور مع العديد من الجهات ذات العلاقة (وزارة الداخلية، والمركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات، والمديرية العامة للدفاع المدني، وجمعية مكاتب السياحة والسفر، وجمعية الأدلاء السياحيين، وهيئة تنشيط السياحة) بوضع التعليمات التي تمت مشاركتها أيضاً مع (Adventure Travel Trade Association) للتزود بالتغذية الراجعة بخصوصها ومن ثم عرضها على الجهات ذات العلاقة وصاحبة القرار، مثل المجلس الوطني للسياحة ولجنة السياحة في البرلمان والتي نسبت بالموافقة على إقرار التعليمات ورفعها لمجلس الوزراء. وأقرت التعليمات من خلال لجنة التنمية والخدمات والشؤون الاجتماعية في رئاسة الوزراء ونشرت في الجريدة

الرسمية في شهر حزيران من عام 2019.

أما بخصوص وضع خريطة سياحية لكل إقليم تحتوي على المواقع السياحية وشبكة الطرق المتوفرة، فقد قامت الوزارة خلال عامي 2018 و2019 بإعداد خريطة سياحية لمعظم المحافظات والمناطق (عمّان، وعجلون، والعقبة، والبحر الميت، والمغطس، وإربد، وجرش، وأم قيس، ووادي رم، والكرك، ومعان، والطفيلة) إضافة إلى خريطتي مادبا والسلط اللتين تم إعدادهما في عام 2017.

وبخصوص تنظيم الإجراءات المتصلة بالنقل بأشكاله المختلفة والتي لها انعكاس مباشر على تطوير المنتج والخدمات المقدمة للسياح، فقد قامت وزارة السياحة والآثار بمخاطبة رئاسة الوزراء والتنسيب بضرورة استبدال الحافلات الكبيرة والمتوسطة العاملة على النقل السياحي المتخصص، لغايات ضبط مستوى خدمات النقل المقدمة للسياح وتحسينها، ورفع مستوى السلامة المرورية. وبناءً على ذلك، صدر نظام معدل لنظام ترخيص النقل السياحي المتخصص رقم (37) لسنة 2019 ونُشر في الجريدة الرسمية بتاريخ 2019/5/1، وهو يتضمن تحديد العمر التشغيلي للحافلات بـ 10 سنوات من تاريخ الصنع للحافلات المتوسطة و12 سنة للحافلات الكبيرة، ومُنحت الشركات المرخصة والقائمة مدة 3 سنوات لتوفيق أوضاع مركباتها بدءاً من تاريخ صدور النظام المعدل ووفقاً لأحكامه. كما صدر قرار مجلس الوزراء رقم (3324) والمتضمن موافقة المجلس على منح الإعفاءات المبينة أدناه وذلك من تاريخ 31/3/2019، ولغاية 2020/12/31؛

- منح وسائل النقل السياحي المتخصص التي سيتم إدخالها للخدمة مقابل الشطب والتحديث الاستبدالي، إعفاءً كاملاً من الرسوم الجمركية، وتخفيض قيمة الضريبة العامة على المبيعات لتصبح 7% على وسائل النقل السياحي المتخصص المستوردة، إضافة إلى تخفيض قيمة الضريبة العامة على المبيعات لتصبح 4% على وسائل النقل السياحي المتخصص المحلية.

- منح وسائل النقل السياحي المتخصص التي تُسجّل وتُرخص للمرة الأولى إعفاءً بالكامل من الرسوم الجمركية، وتخفيض قيمة الضريبة العامة على المبيعات لتصبح 10% على وسائل النقل السياحي المتخصص المستوردة، إضافة إلى تخفيض قيمة الضريبة العامة على المبيعات لتصبح 6% على وسائل النقل السياحي المتخصص المحلية.

وبخصوص بند إلزام شركات النقل السياحي بتسيير حافلات تسييراً منتظماً إلى المواقع السياحية والأثرية، فلم يتم تنفيذه وذلك لعدم وجود مخصصات مالية، إذ إن هذا الإجراء مشروط بدعم الجمعيات السياحية.

وبخصوص السماح لمكاتب السياحة الوافدة اقتناء وسائل نقل ووضع شرط يتصل بعدد الليالي السياحية التي يحققها المكتب من دون إلحاق الضرر بشركات النقل السياحي، فقد خاطبت وزارة السياحة والآثار رئيس الوزراء للأخذ بمضمون هذا المقترح، كما خاطبت وزارة النقل بذلك، وعُرض الاقتراح أثناء مناقشة مشروع نظام معدل لنظام ترخيص النقل السياحي المتخصص لسنة 2019 لدى ديوان التشريع والرأي، إلا أن المقترح رُفض منعاً لتعارض المصالح بين شركات النقل السياحي المتخصص وشركات السياحة والسفر.

أما بخصوص تحسين الأنظمة والتعليمات الخاصة بالمعابر الحدودية وخاصة تلك المتصلة بالجنسيات المقيدة، فقد وافق مجلس الوزراء على التوصيات المقدمة من لجنة التنمية الاقتصادية في مجلس النواب، والتي أُعدت في ضوء المقترحات التي تقدمت بها جمعية المستشفيات الخاصة لزيادة أعداد المرضى الوافدين للعلاج في المملكة، وقد وافق مجلس الوزراء على السماح للمرضى ومرافقيهم من الجنسيات المقيدة (السودان، وليبيا، واليمن، والعراق، وسوريا، وتشاد، وإثيوبيا) بالدخول إلى المملكة للعلاج ضمن إجراءات محددة تضمن الحصول على التأشيرة للمرضى ومرافقيهم خلال 48 ساعة عمل بحد أقصى، أما الحالات المستعجلة والطارئة فتُعطى التأشيرة في اليوم نفسه. كما وافق مجلس الوزراء على تكليف وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة بتسريع العمل في إنجاز خدمة إصدار التأشيرة الإلكترونية بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، على أن يتم اعتماد الطريقة المعتمدة في كل من تركيا وبريطانيا لتقديم طلب التأشيرة الإلكترونية، إذ يحصل مقدّم الطلب على الرد خلال 48 ساعة.

أما البنود المتصلة بعدد السياحة الوافدة صناعةً تصديرية، وتوحيد ضريبة المبيعات المفروضة في المملكة (الضريبة العامة المفروضة على خدمة الإيواء بواقع 8% بدلاً من 16%) أسوة بما هو معمول به في سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة وهيئة المناطق التنموية، فقد طُرح هذا الموضوع أكثر من مرة من خلال وزارة السياحة والآثار والقطاع السياحي الخاص، إلا أن مجلس الوزراء لم يتخذ بعد أي قرار بالتخفيض.

ب. وفي ما يتعلق بتطوير المواقع السياحية وإدارتها وتشغيلها ورفع مستوى الخدمات السياحية فيها، وكما تم الإشارة إليه في تقرير حالة البلاد لعام 2018، فإن إقرار نظام إدارة المواقع السياحية من مجلس الوزراء يعد خطوة جادة وإيجابية بهدف تنظيم إدارة المواقع السياحية والمحافظة عليها وتطويرها واستثمار مرافقها. وضمن خطة العمل لتفعيل هذا النظام، فقد وجب على وزارة السياحة والآثار إقرار التعليمات التي أُعدت من خلال لجنة إدارة المواقع السياحية، ومن ثم عرضها على لجنة التنمية الاقتصادية في مجلس الوزراء لإقرارها والمصادقة عليها، إلا أن هذه التعليمات لم تُقر حتى وقت إعداد هذه المراجعة، بل إن هناك توجهاً لدى الوزارة وضمن خطتها

الاستراتيجية للأعوام 2018-2020 بتعديل نظام إدارة المواقع السياحية بحلول عام 2020، ووفقاً لما أفادت به الوزارة فثمة العديد من المعوقات التي برزت والتي تستوجب تعديل النظام، وذلك لـ«تحسين مستوى الخدمات المقدمة في المواقع السياحية، وتلافي بعض الثغرات التي أفرزها التطبيق العملي لنظام إدارة المواقع السياحية، وتحديد آلية استثمار المواقع السياحية وإبرام العقود الخاصة بها، وتوسيع نطاق ومهام لجنة إدارة المواقع السياحية، وإنابة تنفيذ أحكام النظام بلجنة الاستثمار وتحديد نطاق عملها». علماً أن العمل جارٍ على أرض الواقع، فهناك عقود موقّعة سابقاً لإدارة المواقع لمدة 5 سنوات، الأمر الذي يستوجب على الوزارة المضي قدماً في تنفيذ هذه العقود، وإحالة العطاءات التي طُرحت والتي بلغ عددها خلال عامي 2018 و2019 على التوالي 12 و8، بقرارات إحالة لإدارة مرافق وخدمات وتشغيلها في المواقع السياحية. كما طرحت الوزارة عطاءً خاصاً بتنظيف المرافق الصحية في المواقع السياحية، وباشرت الشركة المحال عليها العطاء أعمالها في 23 موقعاً سياحياً موزعة في أرجاء المملكة. يضاف إلى ذلك أن الوزارة تدعم البلديات في المحافظات لضمان استمرار تقديم خدمات مميزة في المواقع السياحية والأثرية.

واستكمالاً لخطة تثقيف شرائح المجتمع وزيادة الوعي لديهم بأهمية الحفاظ على نظافة المواقع السياحية والحرص على ديمومتها، استمرت الوزارة بتنفيذ بنود الخطة الوطنية للتوعية السياحية للمدة 2017-2021، والتي تهدف إلى تعزيز وعي الأردنيين بأهمية القطاع السياحي ودورهم في الحفاظ على المواقع السياحية وخلق ثقافة سياحية وتعزيز السلوك المضياف الإيجابي، إذ عقدت الوزارة 400 محاضرة لطلبة المدارس خلال عام 2018، و238 محاضرة خلال عام 2019 (حتى وقت إعداد هذه المراجعة)، بهدف نشر الوعي لحوالي 24 ألف طالب وطالبة سنوياً، وتعدُّ هذه الأرقام متواضعة وبعيدة جداً عن الهدف المنشود، وخاصة أن الخطة الوطنية للتوعية السياحية استهدفت على مدار السنوات الخمس الوصول إلى 550 ألف طالب في جميع المراحل الدراسية، أي ما معدله 110 آلاف طالب سنوياً.

وفي ما يتصل بنشر الوعي لدى أفراد المجتمع المحلي، فقد تولت مديريات السياحة في المحافظات هذه المهمة، علماً أن عدد أفراد المجتمع المحلي المستهدفين خلال مدة الخطة من الشرائح المختلفة وفي جميع المحافظات حوالي 2.1 مليون شخص، مما يعني وجود حجم عمل كبير ومتابعة حثيثة ملقاة على عاتق وزارة السياحة والآثار، وذلك من خلال مديريات السياحة.

وبشأن تنظيم الرحلات المدرسية للمواقع السياحية، وضعت وزارة السياحة والآثار التعليمات الخاصة بالرحلات بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم، وخاصة في ما يتصل

باختيار الموقع ومدى ملاءمته لأعمار الطلبة. وبدأ العمل بهذه التعليمات في الفصل الأول من العام الدراسي 2019/2020. وهي تتضمن أن لوزارة السياحة والآثار دوراً في عملية تنظيم الرحلة منذ لحظة الانطلاق ولغاية العودة. كما تم العمل على استحداث نظام تتبّع إلكتروني خاص بالرحلات المدرسية لدى وزارة التربية والتعليم.

ج. وبهدف توجيه التميز وتحفيزه في القطاع السياحي من خلال المساهمة في خلق بيئة تشريعية وتنظيمية ورقابية منافسة، وذلك بمراجعة القوانين والأنظمة التي تحكم عمل القطاع وتعديلها، كثفت الوزارة جهودها خلال عامي 2016 و2017 بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، إذ تم إقرار وإصدار قانون السياحة المعدل ومجموعة من الأنظمة والتعليمات بلغ عددها 10 (من أصل 18). وخلال عام 2018 عملت الوزارة كذلك على مراجعة عدد من الأنظمة والتعليمات وإقرارها، وهي: نظام معدل لنظام الجمعية الأردنية للحرف والصناعات التقليدية والشعبية وتجارها رقم (16) لسنة 2018، ونظام المطاعم السياحية الأردنية رقم (32) لسنة 2018، ونظام جمعية المطاعم السياحية الأردنية رقم (33) لسنة 2018، ونظام معدل لنظام التنظيم الإداري لوزارة السياحة والآثار رقم (93) لسنة 2018، ونظام التنظيم الإداري لدائرة الآثار العامة رقم (56) لسنة 2018، وتعليمات بشأن وثيقة التأمين الخاصة بالمسافرين إلى خارج المملكة المعدلة لسنة 2018، بالإضافة إلى إعداد مسودة التعليمات التنظيمية لبيوت الضيافة لسنة 2018.

وخلال عام 2019 صدر نظام معدل لنظام هيئة تنشيط السياحة رقم (69) لسنة 2019، ونُشر في الجريدة الرسمية بتاريخ 2019/5/16. كما رُفعت مسودات التشريعات التالية إلى رئيس الوزراء للموافقة على السير بإجراءات إقرارها بحسب الأصول بتاريخ 2019/5/1، مشروع نظام معدل لنظام مكاتب السياحة والسفر الأردنية وشركاتها لسنة 2019، ومشروع نظام معدل لنظام جمعية الفنادق الأردنية لسنة 2019، ومشروع نظام أدلاء السياح لسنة 2019، ومشروع نظام جمعية أدلاء السياح لسنة 2019. وأقرت أيضاً «تعليمات أسس تنظيم رحلات سياحة المغامرات وشروطها لسنة 2019» ونُشرت في الجريدة الرسمية. كما واصلت الوزارة وضمن خطتها الاستراتيجية في عام 2020 العمل على تعديل قانون السياحة الذي صدر عام 2017، إذ برزت بعض المعطيات والأسباب التي تستوجب التعديل، وذلك لوضع تشريع أكثر مرونة ينظم البيئة التشريعية ويضمن سيادة القانون والشفافية والمساءلة، وبهدف مواكبة التطور الحاصل في صناعة السياحة، وتوسيع نطاق الأهداف والأدوار التي تقوم بها الوزارة، وخلق بيئة ممكنة في القطاع السياحي، وإعادة تنظيم آلية ممارسة الأنشطة الاقتصادية السياحية في المملكة، من خلال إلغاء الشكليات المتصلة بالترخيص واستبدال منظومة تصنيف وتنظيم بها، وإعادة النظر في العقوبات المفروضة على ممارسي المهن السياحية. وفي هذا الجانب لا

بدًا من الإشارة إلى أن تقرير حالة البلاد لعام 2018 أوصى بضرورة إجراء تعديل جذري لقانون السياحة المعمول به لأنه لا يلبي احتياجات القطاع وتطوراته.

واستمرت الوزارة في تطبيق التذكرة الموحدة لدخول المواقع الأثرية والسياحية بواقع 100 دولار، والتي دخلت حيز النفاذ في 1 أيلول 2015، إذ بلغ عدد التذاكر التي اشترت إلكترونياً عام 2018 حوالي 124.7 ألف تذكرة مقارنة بـ 54.6 ألف تذكرة عام 2017، أي بنسبة نمو بلغت 128%، علماً أنه لم يتم القيام بأي حملات تسويقية مختصة بالتذكرة على مواقع الحجز العالمية التي يستخدمها الزوار المحتملون، أما قيمة الدخل التراكمي المتحقق منذ بدء تطبيق التذكرة الموحدة ونهاية شهر نيسان من عام 2019 فقد تجاوز 20 مليون دينار، مما يعني ازدياد عدد المسافرين فردياً للأردن، إذ تشير البيانات التفصيلية للتذاكر التي تم شراؤها إلكترونياً أن 92.7% من إجمالي التذاكر البالغ عددها 124.7 ألف تذكرة تم شراؤها من خلال أفراد، ونسبة 7.3% منها تم شراؤها من خلال مكاتب سياحة وسفر أردنية. ويعد السفر الفردي ظاهرة عالمية، وذلك لما يتيح من حرية وتلبية احتياجات المسافر الشخصية، إضافة إلى انخفاض كلفة السفر عندما يقوم المسافر بالحجز مباشرة بنفسه مقارنة بكلفة السفر من خلال مكاتب السياحة والسفر، إذ يُستغنى عن دور الوسيط في وجهتي المغادرة والوصول.

د. ولتعزيز السياحة المحلية والترويج لها، أطلقت الوزارة خلال عام 2018 حملة «الأردن أحلى»، وفي شهر حزيران من عام 2019 أطلقت حملة «يالاً معنا أردناً جنة» واستمرت حتى نهاية شهر أيلول من العام نفسه بدعم من وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة، لتشجيع المواطنين على زيارة المواقع السياحية، إذ وصلت نسبة الدعم 40% من الكلفة الفعلية، إضافة إلى أن كلف النقل مجانية، مما يعني أن نسبة الدعم تصل إلى حوالي 50%. وشملت هذه الحملة معظم محافظات المملكة (عجلون، والمفرق، ومعان، وإربد، وجرش، والبلقاء، ومادبا، والطفيلة)، وتضمن برنامجها تناول المواطنين وجبات الطعام لدى منازل أفراد المجتمع المحلي ومطاعمهم، الأمر الذي من شأنه المساعدة في إدماج وتمكين المجتمعات المحلية في العملية السياحية، إضافة إلى إمكانية الحجز والدفع عن طريق الوسائل الإلكترونية وعبر مكاتب البريد. كما وفرت الوزارة تطبيقاً إلكترونياً للهواتف الذكية مما أتاح عمليات الاستعلام والحجز والدفع. ووفرت أيضاً خطأً ساخناً لاستقبال ملاحظات المواطنين واستفساراتهم.

كما عملت الوزارة على إقامة عدد من المهرجانات والفعاليات في بعض مناطق المملكة، وذلك بهدف تنمية ما ينتجه المجتمع المحلي وتطويره من مأكولات شعبية وحرف يدوية وتراثية، والحفاظ على الفلكلور الشعبي وتنشيط بيع المنتجات المحلية، فخلال عام 2019 نفذت الوزارة ضمن خطتها 3 مهرجانات في راحوب، وعجلون، وديرعلا.

هـ. ولتطوير سوق العمل وزيادة التشغيل والعمل على مواءمة مخرجات التعليم ومتطلبات سوق العمل مواءمة تلبي احتياجات القطاع المتنامية، خلص تقرير حالة البلاد لعام 2018 إلى أن هناك حاجة ماسة إلى مزيد من البرامج التدريبية سواء للمتطلين عن العمل أو لطلبة المدارس والكليات والجامعات، وذلك لرفد السوق بالعدد الكافي من العمالة المدربة وإحلالها محل العمالة الوافدة، الأمر الذي دفع الوزارة لإنشاء قسم التشغيل والتدريب لمتابعة خطط العمل وتقييمها في هذا الجانب بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة، مثل رئاسة الوزراء ووزارة العمل ومؤسسة التدريب المهني والجمعيات السياحية، إضافة إلى تنفيذ برنامج وطني للتشغيل في القطاع السياحي، إذ اشتمل البرنامج خلال عام 2019 على ما يلي:

- تدريب 614 شخصاً وتشغيلهم في مآدبا في منشآت سياحية، مثل الفنادق والمطاعم ومراكز الزوار، وإكسابهم خبرة ومهارات تؤهلهم للعمل في القطاع السياحي، ودفع الحد الأدنى من الأجور لهم، ومنحهم خدمة الضمان الاجتماعي.
- تدريب 120 شخصاً، وأغلبهم من الفتيات، في منطقة المشارع بمحافظة إربد على حرف يدوية مختلفة.
- تدريب 30 شخصاً (وخاصة الفتيات) في السلط على حرف يدوية مطلوبة في السوق.
- تدريب 57 شخصاً في ثلاثة ألوية في محافظة إربد وتشغيلهم في منشآت سياحية، وإكسابهم مهارات وخبرة تؤهلهم للانخراط في سوق العمل.
- التنسيق والتعاون مع جمعية النقل السياحي ونقابة السائقين لعقد 10 محاضرات توعوية لسائقي الباصات والسيارات المتعاملين مع السياح.
- تنظيم 500 محاضرة توعوية لطلبة المدارس من خلال جمعية الأدلاء السياحيين ومديريات السياحة في المحافظات.
- تنظيم 10 رحلات لإعلاميين ومدونين على مواقع التواصل الاجتماعي إلى مواقع سياحية ومشاريع وزارة السياحة والآثار.
- عقد يوم وظيفي للقطاع السياحي بالتعاون مع الجمعيات السياحية، وذلك بهدف توظيف أكبر عدد ممكن من الباحثين عن عمل.

و. وفي ما يتصل بعمليات المتابعة والتقييم لخطط عمل هيئة تنشيط السياحة، ووفقاً للوثائق التي قُدمت من جانبها، فقد استمرت الهيئة بتنفيذ خططها التي من شأنها تحقيق أهدافها الاستراتيجية، وخاصة المتصلة بتعزيز آليات الترويج للمنتج السياحي الأردني وأدواته وتطويرها بما يتناسب مع احتياجات الأسواق المختلفة، وتوسيع قاعدة قنوات التوزيع للمنتج السياحي الأردني، إذ طوّرت الهيئة خطتها التسويقية للأعوام 2017-2019، لتتكيف مع الظروف التي يشهدها القطاع السياحي وتتواءم مع التوجهات السياحية العالمية، وتبعاً لذلك اعتمدت هذه الاستراتيجية على تحليل الأسواق للتركيز على شرائح سياحية محددة، إضافة إلى العمل على تحفيز شركات الطيران العارض ومنخفض الكلفة لتسيير رحلات إلى الأردن. كما ركزت الاستراتيجية على التسويق الإلكتروني والترويج من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. وفي ما يلي أهم الجوانب التي تم العمل عليها:

1. قامت الهيئة خلال عام 2018 بتحليل بيانات ونتائج مسح القادمين والمغادرين الذي نفذته دائرة الإحصاءات العامة على مدار عام كامل وفي جميع المعابر الحدودية وتمويل من وزارة السياحة والآثار، إذ وفّر هذا المسح قاعدة بيانات حول أعداد السياح القادمين للمملكة وفقاً للجنسية والجنس والعمر، والغرض الرئيسي للزيارة، ومدة الإقامة، وإجمالي الإنفاق وتوزيعاته تبعاً لأوجه الإنفاق المختلفة، وأبرز المواقع السياحية التي تمت زيارتها. كما وفّر المسح بيانات حول خصائص السياح، وتوجهاتهم، وكيفية قيامهم بالحجز لرحلتهم، والمدة الزمنية بين التخطيط والزيارة الفعلية، إضافة إلى القنوات التي استخدمت لحجز الرحلة سواء عن طريق وكيل سياحة وسفر، أو مكتب طيران، أو موقع إلكتروني.. إلخ. وفي ضوء نتائج التحليل للبيانات، تم تجهيز قاعدة بيانات كاملة وشاملة على مستوى كل جنسية، الأمر الذي مكّن الهيئة من معرفة خصائص السياح القادمين وتوجيه أنشطتها الترويجية لتتناسب مع كل شريحة مستهدفة، وبالتالي تحقيق الهدف المنشود وهو جذب أكبر عدد من السياح. كما وضعت الهيئة ضمن خططها إنتاج أفلام تُبرز المنتجات والتجارب السياحية التي سيحصل عليها الزائر.

2. توقيع اتفاقية مع شركة الطيران منخفض الكلفة (Ryanair) لتسيير رحلات من 18 وجهة سياحية إلى العقبة وعمان، واتفاقية مع شركة (Easyjet) لتسيير رحلات إلى العقبة بدءاً من وجهتين هما برلين ولندن، واتفاقية ثالثة مع الطيران النرويجي لتسيير رحلات إلى عمان والعقبة من كوبنهاغن.

3. عقد ورشة عمل لمكاتب السياحة والسفر الأردنية بالتعاون مع شركة الطيران (Ryanair) لتدريبهم حول كيفية الحجز لمجموعات سياحية من خلال الشركة،

إضافة إلى تنفيذ حملة ترويجية مشتركة مع (Expedia) للترويج للأردن في جميع الأسواق التي تسيّر شركة (Ryanair) رحلات إليها.

4. تجهيز استراتيجية مختصة بمنتج السياحة الدينية وذلك بالتعاون مع (USAID / BEST).

5. عقد العديد من الاتفاقيات مع شركات الطيران (الإمارات، والاتحاد، والتركي، والنرويجي.. إلخ) للتعاون في تنفيذ حملات تسويقية مشتركة والترويج للمنتج السياحي الأردني، وزيادة الوعي لدى الشرائح المستهدفة بالخدمات والامتيازات التي يقدمها الأردن لزائريه.

6. واصلت الهيئة خططها التسويقية الاعتيادية وبما يتناسب مع الشرائح المستهدفة في كل سوق، إذ تم العمل على تكثيف الحملات الترويجية التي تستهدف المستهلك مباشرة، وذلك من خلال تنفيذ حملات تسويقية مشتركة مع مكاتب السياحة والسفر العالمية (Call for action)، وتنفيذ حملات إعلانية وإعلامية، والمشاركة في أهم المعارض السياحية المتخصصة، واستضافة إعلاميين ومدونين من الأسواق المختلفة، إضافة إلى تكثيف استخدام التسويق الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي.

أما خطة الهيئة التسويقية خلال عام 2019 فقد تضمنت الاستمرار في التعاون وتوسيع الشراكة مع شركات الطيران الإقليمية التي تسيّر رحلات منتظمة (الإمارات، والاتحاد، والتركي، والعماني.. إلخ)، لتسيّر رحلات من الوجهات السياحية البعيدة مثل البرازيل وكوريا الجنوبية واليابان وجنوب إفريقيا، إضافة إلى التعاون لتسيير رحلات طيران عارض من روسيا والدول الاسكندنافية وسلوفاكيا. أما بخصوص الطيران منخفض الكلفة، فقد وضعت الهيئة ضمن خطتها الاستمرار في دعم رحلات طيران مباشرة للأردن من وجهات سياحية إضافية مثل الهند والصين، وأسواق مستهدفة مثل فرنسا وأوكرانيا وإسبانيا، إضافة إلى الأسواق والوجهات التي تم تسيير رحلات طيران منها في عام 2018. وتضمنت الخطة أوجه الدعم المقترحة لكل زائر والتي اعتمدت على معايير منها مدة الإقامة (لا تقل عن 7 ليال)، ومستوى الطلب (low or high season)، وحجم التشغيل (على مدار العام أو خلال أشهر محددة من السنة)، وقدم اقتراح إلى مجلس الإدارة بأن يكون الدعم 60 دولاراً لكل زائر في حال كان مستوى الطلب عالياً والتشغيل على مدار العام، و30 دولاراً إذا كان مستوى الطلب منخفضاً والتشغيل لأشهر ومواسم محددة في السنة، على أن تدفع الهيئة وسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة قيمة هذا الدعم مناصفةً.

ولأهمية التسويق الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي، تم إعداد استراتيجية

خاصة بهذا الجانب (Jordan Tourism Board Digital Strategy) بالتعاون مع (USAID)، أُدرجت قيد التنفيذ مع بداية عام 2017 من خلال شركة أردنية متخصصة بالتسويق الإلكتروني، مع التركيز على التغييرات المستمرة والسريعة التي تحصل في عالم الاتصالات والتسويق الإلكتروني. وشملت الخطة التنفيذية:

- تنفيذ حملات ترويجية من خلال محركات البحث (Google) و (Expedia) و (Trip Advisor).
 - تنفيذ حملة إلكترونية مع شركة الطيران منخفض الكلفة (Ryanair).
 - إنتاج أفلام وصور لاستخدامها في الحملات الترويجية.
 - إنشاء موقع إلكتروني جديد للهيئة وذلك بالتعاون مع (USAID / BEST).
 - تنفيذ حملة ترويجية من خلال (Twitter) للترويج لصفحة هيئة تنشيط السياحة وموقعها، وذلك لجذب المزيد من المتابعين، إضافة إلى تنفيذ حملة من خلال (Facebook) و (Instagram).
7. كما عملت الهيئة على تعديل نظامها ليلبي احتياجات القطاع السياحي ومتطلباته، وبما يعزز دور الهيئة في الترويج للسياحة الصحية والتعافي.

ثانياً: مراجعة التوصيات التي قُدمت في تقرير حالة البلاد لعام 2018

جدول رقم (1) متابع توصيات تقرير حالة البلاد لعام 2018

الرقم	أبرز توصيات تقرير حالة البلاد لعام 2018	الإجراءات المتخذة من طرف الجهات المعنية
1	تشكيل لجنة مختصة من القطاعين العام والخاص لمراجعة الخطط وتطويرها، ووضع خطط عمل جديدة إن اقتضت الحاجة تحاكي المتطلبات والأولويات للأهداف الاستراتيجية، إضافة إلى مراقبة تنفيذ الخطط وقياس نتائجها كل ربع سنة.	لم يتم تشكيل لجنة مختصة لمراجعة الخطط وتقييمها والتي من شأنها تحقيق الأهداف الاستراتيجية، إلا أن الوزارة أسندت للمجلس الوطني للسياحة مهام استشارية، وقامت بتشكيل فريق من القطاع الخاص ممثلاً بالجمعيات السياحية والجهات ذات العلاقة، وقد عمل هذا الفريق عملاً مكثفاً مع فريق تطوير الاستراتيجية الأردنية للقطاع السياحي (2019-2022) لتحديد أبرز المحاور والتوجهات السياحية التي ستغطيها الاستراتيجية، كما قام فريق العمل بعقد اجتماعات خاصة بمؤسسات وشركات من القطاع الخاص للتشاور، والحصول على التغذية الراجعة حول محتوى الاستراتيجية.

الرقم	أبرز توصيات تقرير حالة البلاد لعام 2018	الإجراءات المتخذة من طرف الجهات المعنية
2	ضرورة إيجاد آلية لتطوير وتحديث حافلات النقل السياحي المتخصص التي يزيد عمرها التشغيلي عن 10 سنوات، وغيرها من القضايا الملحة.	تم اتخاذ عدد من الإجراءات التي من شأنها تطوير ورفع مستوى الخدمات المقدمة من خلال هذا القطاع الحيوي. ووفقاً لما جاء في هذه المراجعة في البند الأول (متابعة استراتيجية القطاع)، والجزء الخاص بتنظيم الإجراءات المتصلة بالنقل بأشكاله المختلفة والتي لها انعكاس مباشر على تطوير المنتج والخدمات المقدمة للسياح.
3	تحديد شخص مسؤول عن الاستثمار السياحي يكون دوره تعريف المستثمرين المحتملين بالفرص الاستثمارية، والحوافز الممنوحة، ويعمل بمثابة حلقة وصل ما بين المستثمر من جهة والوزارة وهيئة الاستثمار من جهة أخرى.	تم تسمية موظف من وزارة السياحة والآثار مفوضاً عن الوزارة في النافذة الاستثمارية في هيئة الاستثمار وفقاً لنظام النافذة الاستثمارية رقم (32) لسنة 2015 الصادر بمقتضى المواد (15) و(16) و(18) و(46) من قانون الاستثمار رقم (30) لسنة 2014، إذ يتلخص عمله في تقديم المعلومات والمشورة الفنية للمستثمرين وتعريفهم بالفرص الاستثمارية في مجال القطاع السياحي والإجابة على استفساراتهم وتزويدهم بالمعلومات اللازمة، ويتم استقبال طلبات المستثمرين من خلال النافذة الاستثمارية في هيئة الاستثمار. كما يقوم المفوض بالتنسيق مع الدوائر المعنية بهيئة الاستثمار لتزويدهم بالمعلومات المطلوبة حول بعض المشاريع الحاصلة على إعفاءات أو موافقات أولية أو ترخيص، سواء من خلال النافذة أو من خلال وزارة السياحة والآثار. وهو عضو في لجنة دراسة وضبط الإعفاءات الخاصة بالمادة (8/أ) من قانون الاستثمار.
4	ضرورة وضع خطة عمل وبرامج لترجمة أهداف نظام إدارة المواقع السياحية ومتابعة تنفيذه.	كما جاء في سياق هذا التقرير، لم يتم إقرار التعليمات المتصلة بإدارة المواقع السياحية، بل هناك توجه لدى الوزارة ضمن خطتها الاستراتيجية للأعوام 2018-2020 بتعديل نظام إدارة المواقع السياحية بحلول عام 2020.
5	وضع أنظمة لمراقبة أداء الفعاليات العاملة في القطاع السياحي تكفل تطبيق أعلى معايير الصحة والسلامة العامة وحماية السياح، للارتقاء بجودة الخدمات المقدمة لهم.	تعدّ الوزارة الجهة المرجعية التنظيمية للمنشآت السياحية والفندقية وفقاً لأحكام قانون الرقابة والتفتيش على الأنشطة الاقتصادية رقم (32) لسنة 2017 والذي بدأ بتنفيذه في نهاية الربع الأول من عام 2018، كما انبثق عن هذا القانون أربعة أنظمة تتصل بالتفتيش وإجراءات التفتيش واللجان المشتركة وتفويض الصلاحيات، ودخلت حيز التنفيذ في بداية عام 2019. وقد أعدت وزارة السياحة والآثار مسودة لمشروع نظام مهام وحدة الرقابة والتفتيش على المنشآت السياحية وصلاحياتها، ولكنها تريت في إصداره في ضوء وجود أربعة أنظمة منبثقة عن قانون الرقابة والتفتيش على الأنشطة الاقتصادية الشاملة، وذلك لتوحيد الجهات المرجعية في التفتيش ومنع الازدواجية ورفع كفاءة المفتشين. وسيتم السير بإجراءات إقرار النظام عام 2020.

تقرير حالة البلاد لعام 2019: السياحة

الرقم	أبرز توصيات تقرير حالة البلاد لعام 2018	الإجراءات المتخذة من طرف الجهات المعنية
6	مراجعة خطة إدارة الأزمات الحالية التي وضعها خبير منظمة السياحة العالمية، لتطويرها وتفعيلها في حال دعت الحاجة إليها.	هناك تنسيق مع المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات لمراجعة الخطط التنفيذية المعتمدة سابقاً لتحديثها واعتمادها، ولكن لا يوجد خطة واضحة وجدول زمني محدد لها.
7	ثمة حاجة ملحة لتنمية الموارد البشرية في المجال السياحي والفندقي، ليتم تأهيل الشباب الراغبين في العمل في هذا المجال وتدريبهم.	وضعت الوزارة ضمن خطتها للأعوام 2018-2020 عدداً من مشاريع التدريب والتشغيل بالتنسيق مع وزارة العمل، إذ تنفذ وزارة العمل برنامجاً تدريبياً بدعم من صندوق التدريب والتشغيل يهدف إلى توفير 5889 فرصة عمل في القطاعات الاقتصادية المختلفة، وقد بلغ نصيب القطاع السياحي منها في عام 2019 وحتى تاريخ إعداد هذه المراجعة 821 فرصة تدريب في مجال السياحة والفندقة في بعض المحافظات، على أن يتم تشغيل المتقدمين لهذه الفرص ودفع رواتبهم من خلال وزارة السياحة والآثار.
8	ضرورة إيجاد جهات داعمة ومصادر تمويل خارجية وبيوت خبرة لتنفيذ مشاريع البنية التحتية وتطوير المنتجات السياحية ذات الميزة التنافسية للأردن.	قامت الوزارة بالتعاون مع مشروع (USAID / BEST) من خلال برنامج المنح، بدعم مشاريع صغيرة ومتوسطة لتطوير منتجات سياحية تعكس هوية الأردن وتقدم خدمات عالية الجودة، وتثري تجربة السائح في الوجهات السياحية المختلفة. وقدم البرنامج الدعم الفني والتدريب لأبناء المجتمع المحلي حول مواضيع عدة للرفع من تنافسية القطاع ومستوى الخدمات المقدمة. كما تقوم الوزارة بالتعاون مع (USAID) بإعداد إجراءات التشغيل القياسية لمواقع التراث الثقافي والتي تقدم طريقة جديدة للإدارة وصيانة الموقع (تحسين معايير الصرف الصحي، والعناية بالأساس وعمليات صيانة المنشأة في المواقع)، ليتم تطوير كتيب قياسي لجميع المواقع، وكذلك كتيبات خاصة بالموقع لكل من جرش وقلعة عجلون وجبل القلعة وأم قيس.
9	ضرورة دراسة موضوع الجنسيات المقيدة ووضع تعليمات واضحة، وذلك لاستقطاب أكبر عدد من السياح، وإيقاف التراجع في أعداد المرضى الوافدين.	صدر كتاب رئاسة الوزراء رقم (6354) بتاريخ 2018/2/20 والمتضمن الموافقة على التوصيات الواردة في محضر اجتماع اللجنة المشكلة لدراسة مقترحات زيادة أعداد المرضى الوافدين للعلاج، ومن ضمنهم ذوو الجنسيات المقيدة بحسب ما جاء في هذه المراجعة/ البند الأول (متابعة استراتيجية القطاع)، والجزء الخاص بتحسين الأنظمة والتعليمات الخاصة بالجنسيات المقيدة.
10	الإسراع بإقرار قانون المسؤولية الطبية.	صدر قانون المسؤولية الطبية والصحية رقم (25) لسنة 2018، ونُشر في الجريدة الرسمية بتاريخ 2018/5/31، ودخل حيز التنفيذ بعد تسعين يوماً من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.



الرقم	أبرز توصيات تقرير حالة البلاد لعام 2018	الإجراءات المتخذة من طرف الجهات المعنية
11	ضرورة التأكيد على دقة البيانات الإحصائية الصادرة بخصوص عدد السياح وانفاقهم في المملكة، والغرض من زيارتهم وغير ذلك من المؤشرات.	وَقَرَّ مسح القادمين والمغادرين الذي نُفذته دائرة الإحصاءات العامة بتمويل من وزارة السياحة والآثار، العديد من المؤشرات والبيانات التي استُخدمت في إعداد الحسابات الفرعية للسياحة، والتي يتم من خلالها احتساب القيمة المضافة لقطاع السياحة. كما وقَرَّ المسح بيانات تتصل بالدخل السياحي وانفاق السياح على البُنود المختلفة وغير ذلك من المؤشرات، بالإضافة إلى بيانات تخدم هيئة تنشيط السياحة في إعداد خطتها التسويقية وتوجيه برامجها الترويجية.
12	العمل على تذليل الصعوبات التي تواجه تنفيذ المشاريع الاستثمارية ومشاريع استخدام الطاقة المتجددة، وخاصة ما يتصل بالقوانين والتشريعات المتصلة بالاستثمار وتحفيزه والحصول على الموافقات والتراخيص.	تنفيذاً للتوجهات الحكومية نحو الاعتماد على الطاقة المتجددة اعتماداً كبيراً ومواجهة المخاطر البيئية والكلف العالية المترتبة على استخدام الكهرباء، أنهت الوزارة شمول خمسة مواقع سياحية إضافة إلى مبنى الوزارة في مشاريع استخدام الطاقة المتجددة. وهذه المواقع هي: حمامات عفرا، ومتحف أخفض بقعة على سطح الأرض، وبيانوراما البحر الميت، وقصر الحرانة، وشارع الفنادق وسط مادبا. كما أن العمل جارٍ لتزويد مركز زوار مادبا وجرش بالطاقة الشمسية، وتزويد وسط مدينة مادبا بوحدة إنارة موفرة للطاقة. وتضمنت خطط الوزارة في المرحلة القادمة شمول جميع المواقع السياحية والأثرية في هذا المشروع. علماً أنه لم يتم تضمين قانوني المصادر الطبيعية والاستثمار أي بنود تتصل بالطاقة المتجددة.
13	خفض الضرائب على القطاع السياحي عموماً لينعكس ذلك على التنافسية مع دول الجوار.	ألغت الحكومة منذ عام 2017 الضريبة الخاصة على تذاكر السفر (ضريبة المغادرة) لجميع السياح القادمين عبر مطار الملك حسين في العقبة باستخدام الطيران العارض ومنخفض الكلفة.
14	دعوة وزارة السياحة والآثار بالتعاون مع الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص لتوفير أسعار تفضيلية للأردنيين.	أكدت الوزارة أنها مستمرة في تنفيذ برامج تشجيع السياحة الداخلية المدعومة، إذ أطلقت حملة «يلاً معنا أردُّنا جنة» وفق رؤية وإجراءات تضمن توسيع شريحة المواطنين المستفيدين، إذ قامت الوزارة وهيئة تنشيط السياحة بدعم الحملة بنسبة 50% بما في ذلك أجور النقل التي قُدِّمت للمواطنين مجاناً.

تقرير حالة البلاد لعام 2019: السياحة

الرقم	أبرز توصيات تقرير حالة البلاد لعام 2018	الإجراءات المتخذة من طرف الجهات المعنية
15	تنفيذ دراسة لقياس العائد على الاستثمار في المنشآت السياحية التي استفادت من نظام الحوافز.	قامت الوزارة بالتعاون مع (USAID) ببناء نظام لإدارة الأداء للخطة الاستراتيجية للوزارة، لمتابعة وتقييم مشاريع الوزارة والخطط التنفيذية المنبثقة عن الخطة (2018-2020). وقد شمل هذا النظام تفصيلاً كاملاً للمشروع من حيث: ربط المشروع بالركيزة الاستراتيجية والهدف المؤسسي والبرنامج، ومدة تنفيذ المشروع (تاريخ البدء وتاريخ الانتهاء)، وكلفة المشروع، والموقع الجغرافي، ومسؤولية التنفيذ، وأهداف المشروع، ووصف المشروع، وإنجازات المشروع، والمعوقات، والحلول والتوصيات، إضافة إلى مؤشرات قياس الأداء.
16	تعزيز التربية والثقافة السياحية بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم عند إعداد الاستراتيجيات.	كما تقوم الوزارة دورياً بمتابعة أداء القطاع وتقييمه من خلال جمع البيانات المشمولة وتحليلها من خلال نظام إحصائي محوسب، ونشرها على صفحة الوزارة الإلكترونية شهرياً. تم إشراك وزارة التربية والتعليم في إعداد الاستراتيجية الوطنية للتوعية السياحية للأعوام 2017-2022، كما نظمت وزارة السياحة والآثار بالتعاون مع جمعية الأدلاء السياحيين ومن خلال مديريات السياحة، محاضرات توعوية لطلبة المدارس عن أهمية السياحة والمحافظة على نظافة المواقع السياحية، إضافة إلى تنظيم رحلات تثقيفية لطلبة المدارس في جميع المحافظات.
17	ضرورة وضع شروط وأحكام من خلال وزارة النقل وبالتنسيق مع وزارة السياحة والآثار والمؤسسات التابعة لها، تحدد من خلالها حقوق المسافرين الأردني على رحلات الطيران العارض.	أعدت هيئة الطيران المدني مسودة تعليمات حماية المسافر، التي حددت حقوق المسافرين الأردني وواجباته، وذلك في ضوء صدور قانون الطيران المعدل رقم (8) لسنة 2018 ونشره في الجريدة الرسمية بتاريخ 2018/2/1، والذي عدلت فيه المادة المتصلة بحماية المسافرين، إذ تم تعريف الناقل الجوي ليشمل خطوط الطيران المنتظم وغير المنتظم، مما يعني أن رحلات الطيران العارض مشمولة في التعليمات الصادرة بهذا الخصوص.
18	ضرورة صياغة قانون جديد للسياحة وأنظمة صادرة عنه، والابتعاد عن النهج المتبع خلال العقدين الماضيين بإدخال تعديلات طفيفة عليه.	عدلت الوزارة قانون السياحة ضمن خططها الاستراتيجية للأعوام 2018-2020 تعديلاً جذرياً، وهناك العديد من الأسباب الموجبة لهذا التعديل والتي تطرقت إليها هذه المراجعة.
19	صياغة قانون غرفة السياحة.	لم يتم إصدار أي قانون.



الرقم	أبرز توصيات تقرير حالة البلاد لعام 2018	الإجراءات المتخذة من طرف الجهات المعنية
20	أن تكون أولوية الترويج السياحي الوصول بالأردن إلى أن يصبح مقصداً سياحياً (Destination) ووضع استراتيجية للمرحلة القادمة.	تعمل هيئة تنشيط السياحة وفق استراتيجية محكمة للتسويق السياحي تم إعدادها بالتعاون مع (USAID)، تتبع مفهوم الأنماط السياحية، وتركز على تسويق الأردن بوصفه وجهة مميزة بعيداً عن أي ارتباط بوجهات مشتركة مع دول أخرى، وخاصة في ضوء الأزمة السياسية التي أثرت على قطاع السياحة عموماً، والمجموعات السياحية المشتركة بين دول المنطقة خصوصاً.
21	الاستمرار في تقديم الجوافز لشركات الطيران العارض ومنخفض الكلفة.	استمرت الهيئة بتقديم الجوافز والدعم للطيران العارض، إذ قامت بدعم 45,161 سائحاً قدموا إلى الأردن عبر شركات الطيران العارض في عام 2018، كما وقعت الهيئة اتفاقيات تسويقية مع أكبر شركات الطيران منخفض الكلفة في العالم والتي بدأت بتسيير رحلات من أكثر من 20 وجهة جديدة ابتداءً من عام 2018. وبخصوص رحلات الطيران منخفض الكلفة خلال عامي 2018 و2019، لا بد من حصول هيئة تنشيط السياحة على بيانات عن أعداد السياح القادمين إلى المملكة على متن هذه الرحلات تبعاً للجنسية وبلد القدوم، وذلك لتمكين من قياس العائد على الاستثمار مقابل الدعم الذي تقدمه والبالغ 60 دولاراً لكل مسافر، كما أن هذا الأمر سيمكّن الهيئة من التأكد أن ما تقدمه من دعم موجه لاستقطاب السائح من الخارج لزيارة الأردن وليس لتحفيز الأردنيين لاستخدام الطيران منخفض الكلفة للسفر للخارج، والذي سيشكل خسارة كبيرة للاقتصاد الوطني والسياحة المحلية.
22	وضع استراتيجية تسويقية موحدة لتسويق الأردن بعدة وجهة سياحية طبية علاجية.	أجرت الهيئة تعديلات على نظامها، إذ تم تشكيل مجلس أمناء السياحة الصحية والتعافي ليضم في عضويته 16 شخصاً، ويسمى رئيس المجلس من خلال رئيس الوزراء. كما أنشئت وحدة السياحة الصحية في الهيئة ووضعت خطة عملها وفق استراتيجية الهيئة للأعوام 2017-2019. وكذلك فعلت استراتيجية السياحة الصحية للأردن في عام 2018 بالتنسيق مع الشركاء من القطاعين العام والخاص.

الرقم	أبرز توصيات تقرير حالة البلاد لعام 2018	الإجراءات المتخذة من طرف الجهات المعنية
23	إعادة النظر في نظام هيئة تنشيط السياحة.	قامت الهيئة بمراجعة نظامها الحالي رقم (79) لسنة 2007 وتعديله، وصدر نظام معدل لنظام هيئة تنشيط السياحة رقم (69) لسنة 2019 ونُشر في الجريدة الرسمية بتاريخ 2019/5/16، وتم التركيز فيه على إشراك جميع القطاعات التي تستفيد من الهيئة وتساهم في موازنتها السنوية، مثل جمعية المطاعم السياحية، وجمعية المستشفيات الخاصة، وهيئة موقع المغطس، وسلطة إقليم البترا للتنموي السياحي. وتم تخصيص مقعد لكل من جمعيتي المطاعم السياحية والمستشفيات الخاصة في مجلس الإدارة، مما يعني توسيع عدد أعضاء مجلس الإدارة، كما تم انتخاب نائب مؤقت لرئيس مجلس الإدارة من القطاع الخاص. وبخصوص إعادة النظر في الهيكل التنظيمي، فقد استحدثت الهيئة خلال عام 2019 نظاماً متكاملًا لإدارة الموارد البشرية، يتضمن هيكلًا تنظيميًا ووصف الوظائف ومتطلبات كل وظيفة، إضافة إلى نظام التقييم والحوافز التي تتناسب مع متطلبات الوظيفة، واستحداث تعليمات خاصة للتعيين والتدريب والإحلال والتعاقب.
24	حصر دور هيئة تنشيط السياحة بالتسويق والترويج للمنتج السياحي في أنحاء العالم، وعدم استخدام موازنتها لدعم المنتج داخل الأردن.	أضافت الهيئة عبارة «الترويج السياحي خارج المملكة ودخلها» إلى مهامها في نظامها المعدل، علماً أن توصية حصر دور الهيئة بالترويج في الخارج وردت من القطاع الخاص الذي يرى أن جزءاً من موازنة الترويج تنفق على تنفيذ فعاليات محلية لا تسهم في جذب المزيد من السياح من الخارج.
25	ضرورة توحيد الجهود التسويقية ما بين هيئة تنشيط السياحة وسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة وسلطة إقليم البترا للتنموي السياحي.	ورد في رد الهيئة: «هيئة تنشيط السياحة هي الجهة الرسمية الرئيسية المناط بها تسويق المنتج السياحي الأردني وترويجه في محافظات المملكة». وتقوم الهيئة بعقد جلسات حوارية مع المؤسسات التي تقع في المناطق الخاصة لتوحيد جهود التسويق والتعاون في مجال الترويج السياحي. وإيماناً بتوحيد الجهود التسويقية، قامت سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة في عام 2018 بتقديم دعم مادي لبعض الأنشطة التسويقية للهيئة في العقبة، علماً أن توحيد الجهود يعني أن يكون هناك خطة تسويقية موحدة وليس فقط تقديم بعض الدعم للهيئة من سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة وسلطة إقليم البترا للتنموي السياحي.

ثالثاً: النظرة المستقبلية التي يجب التوجه نحوها اعتماداً على الاستراتيجيات

للحديث عن هذا الجانب لا بدّ من استعراض أبرز التوجهات والأهداف الاستراتيجية التي تضمنتها الاستراتيجية الأخيرة للقطاع السياحي، وهي الاستراتيجية الأردنية للقطاع السياحي (2019-2022) التي أُنهِيَ إعدادها، ولكن لم تُطلق رسمياً بعد. إذ اتبعت وزارة السياحة والآثار أسلوب النهج التشاركي والتشاورى مع الفعاليات السياحية وممثلي المجتمع المحلي في المحافظات، كي تحظى المجتمعات المحلية بحصة من تنمية السياحة وتشارك في القرارات وتستفيد من توفير فرص التوظيف وإنشاء المشاريع. وتهدف هذه الاستراتيجية إلى تحفيز نمو قطاع السياحة وتسريعه، وتحسين تجربة الزوار، وزيادة تنافسية قطاع السياحة. وهي تشتمل على خمسة أهداف استراتيجية رئيسية من شأنها تحقيق الرؤية والرسالة للقطاع السياحي، وذلك كما هو مبين تالياً:

أ. الرؤية والرسالة للاستراتيجية الأردنية للقطاع السياحي (2019-2022)
الرؤية: أن يكون الأردن وجهة سياحية مستدامة في مجالات السياحة المختلفة (التاريخية والثقافية، والمغامرة، والدينية، والعلاجية، والاستجمام، وسياحة الأعمال والمؤتمرات).
الرسالة: تعزيز الاقتصاد الأردني وبما يؤثر إيجاباً على المجتمعات المحلية، وخلق فرص عمل للأردنيين من خلال تنوع المنتجات والتجارب، وتطوير شرائح جديدة، واعتماد أسلوب حديث وشامل يركز على المزايا التنافسية للمنتج السياحي الأردني.

ب. الأهداف الاستراتيجية المعلنة للقطاع السياحي (2019-2022)
اشتملت الاستراتيجية على خمسة أهداف رئيسية تنسجم مع الأولويات والأهداف الوطنية التي تضمنتها «وثيقة الأردن 2025»، وكذلك برنامج تحفيز النمو الاقتصادي الأردني (2018-2022)، وهي:

1. استعادة النمو السياحي وبناء قيمة أكبر للسياحة، من خلال:
 - توجيه النشاطات التسويقية للتركيز على الأسواق الرئيسية وشرائح السياح المحتملين المهتمين بمنتجات سياحية متخصصة.
 - استخدام وسائل التسويق الرقمي، وزيادة المحتوى الرقمي عن الأردن، والاستفادة من المحتوى المتوفر، وذلك باستخدام المنصات الإلكترونية ومواقع وكلاء السياحة والسفر على شبكة الإنترنت، وبناء مكتبة رقمية شاملة لجميع التجارب السياحية في الأردن.

- استهداف سوق المؤتمرات والاجتماعات والمعارض لجذب المزيد من السياح القادرين على تكرار الزيارة والإنفاق بمستويات عالية، من خلال تدريب قدرات المختصين المحليين وبنائها في مجال سياحة المؤتمرات، وزيادة عدد الحاصلين على شهادات الاعتماد الدولية من الأفراد والمؤسسات، والاستمرار في عضوية الجمعيات والمنظمات الدولية المعنية بسياحة المؤتمرات، وترويج الفعاليات والمهرجانات الكبيرة التي تقام في الأردن لجذب المزيد من الزوار الدوليين.

- تسويق السياحة الدينية في الأردن، وتعزيز محتوى القصص الدينية لتحسين تجارب الزوار في المواقع الدينية المقدسة.

ويشار إلى أن القطاع الخاص السياحي وهيئة تنشيط السياحة معنيين مباشرة بتحقيق الهدف المعني، إذ إن استراتيجية هيئة تنشيط السياحة (2017-2019) تهدف إلى زيادة أعداد السياح وزيادة إنفاق السائح في المملكة وإطالة مدة إقامته، وذلك من خلال تركيز جهود التسويق على المميزات التنافسية للمنتج السياحي الأردني واستهداف أسواق وشرائح محددة، وعليه فقد تم وضع هدف استراتيجي هو نمو الدخل السياحي بمتوسط نسبة 11% سنوياً ليصل إلى 6 مليارات دينار بحلول عام 2022، إضافة إلى زيادة عدد سياح المبيت بمتوسط نسبة 6.0% سنوياً ليصل إلى 5.3 مليون سائح بحلول عام 2022، وكذلك رفع نسبة مساهمة الدخل السياحي في الناتج المحلي الإجمالي من 11.4% في عام 2017 إلى 15% في عام 2022، إضافة إلى زيادة عدد العمالة المباشرة في قطاع السياحة وصولاً إلى 75 ألف فرصة عمل في عام 2022 مقارنة بـ 51 ألف فرصة في عام 2017، أي استحداث ما يقارب 24 ألف فرصة عمل. وذلك كما هو مبين في الجدول أدناه:

جدول رقم (٢): مستهدفات القطاع وفق الاستراتيجيات المعلنة

البند	2015		2017	2018	2019	2020	2021	2022
	الأرقام الفعلية	الأرقام المستهدفة في الاستراتيجية السابقة (2015-2011)						
عدد سياح المبيت (مليون)	3.76	*	3.8	4.1	4.4	4.7	5.0	5.3
الدخل السياحي (مليار دينار)	2.9	4.2	3.3	3.7	4.2	4.7	5.3	6.0
عدد العاملين في القطاع (ألف)**	49.1	67	51.4	51.5	60	65	70	75
نسبة الدخل السياحي للنتائج المحلي الإجمالي %	-	*	11.4	12.4	13.0	13.5	14.0	15.0

* لم يُعد هذا البند أحد أهداف الاستراتيجية السابقة (2011-2015).

** ملاحظة: تم اعتماد أرقام العمالة المباشرة في القطاع السياحي بعد التحديث مع أمين عام وزارة السياحة والآثار خلال إعداد المراجعة، إذ إن الأرقام الموجودة في استراتيجية 2019-2022 مختلفة، ومن الصعب تحقيقها خلال السنوات الأربع القادمة.

بناءً على واقع أداء القطاع السياحي، وبحسب البيانات في الجدول السابق، فإن الأهداف المرسومة في استراتيجية (2011-2015) لم تتحقق بالكامل، لذلك قد تكون هناك مبالغة في قيم المستهدفات التي تطمح إليها الاستراتيجية الأردنية للسياحة (2019-2022)، وذلك في ما يتصل بالدخل السياحي وحجم العمالة، إذ لم يتم التركيز على التحديات التي يواجهها القطاع السياحي منذ سنوات، والتي تشمل: موسمية القطاع السياحي التي لم توضع أي خطط للتقليل من حدتها، والطاقة الاستيعابية المحدودة لوسائل النقل وخدمات الإيواء بتصنيفاتها المختلفة وخاصة في مدد الذروة للموسم السياحي، وقصر مدة إقامة السائح لبعض الجنسيات وحاجة المنتج السياحي والخدمات السياحية إلى الكثير من التطوير والتحسين.

2. توسيع المجال الجوي للطيران، وتحسين استقبال شركات الطيران العالمية، وذلك بتحسين الربط الجوي والتنافسية، وتبسيط منح التأشيرات والدخول عبر المعابر الحدودية، وجذب المزيد من شركات الطيران من خفض الكلفة من خلال نظام حوافز مرتبط باستراتيجية هيئة تنشيط السياحة، ومواصلة التعاون وزيادته بين كل من هيئة تنشيط السياحة وسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، والحفاظ على استمرارية الإعفاءات الحكومية المتصلة بالدعم المقدم على ضريبة المغادرة.

3. عرض الكثير من منتجات الأردن السياحية، وذلك بإيجاد مواقع تجمع ما بين الإرث والثقافة والطبيعة والطعام والعادات والتقاليد، واستخدام مواضيع معينة مثل السياحة الدينية والمغامرة، وتحسين شبكة المواصلات العامة للربط ما بين مناطق الجذب والمدن.

4. تحسين تجربة السائح، بإدخال أساليب عرض وتقديم للمواقع الأثرية بمواصفات عالمية، وبناء تجارب سياحية حول الثقافة والعادات والتقاليد، وإتاحة فرصة المشاركة والتفاعل في التجربة السياحية مما يجعلها أكثر متعة وبقاء في الذاكرة. وتم تحديد خمسة مواقع بعدها أولويات للعمل عليها وتحسين البنية التحتية والإدارة التشغيلية فيها خلال مدة الاستراتيجية (2019-2022)، وهي: البترا، وجرش، والمغطس، والبحر الميت، ووادي رم.

5. زيادة تنافسية القطاع السياحي، بالتقليل من عبء القوانين والتشريعات، ومنح الأفراد ومؤسسات المجتمع المحلي دوراً أكثر تأثيراً، وإشراكهم مباشرة في التطوير، وتقديم الخدمات في المواقع السياحية (توفير فرص عمل في الموقع السياحي، وإدارة المحلات التجارية، وتوفير خدمات الطعام والدلالة، وإنتاج الحرف اليدوية وبيعها)، وتطوير الأبحاث والمعلومات لاتخاذ قرارات أفضل، واتخاذ إجراءات فعالة لتشجيع الاستثمار، والعمل على توفير قوى عاملة مختصة بالسياحة وتدريبها.

الأهداف الاستراتيجية التي تضمنتها جميع الاستراتيجيات، وكما هو مبين في سياق هذه المراجعة، تصب في تطوير قطاع السياحة الأردني بركائزه كافة، إلا أن هذا القطاع المهم ما زال يعاني بسبب كثرة التحديات والمعوقات، فهناك العديد من الأولويات والمتطلبات التي يجب العمل عليها للنهوض به، وأبرزها:

- إعادة تأهيل البنية التحتية في المواقع السياحية وتطوير المنتج السياحي من النواحي كافة، لتوفير تجربة مميزة للزائر وزيادة القيمة المضافة مقابل المبالغ التي ينفقها (value for money).
- يزخر الأردن بالعديد من المنتجات السياحية الفريدة والمتنوعة والتي هي محط اهتمام الكثير من السياح، إلا أن ثمة متطلبات أخرى للسائح يبحث عنها في كل وجهة يزورها ويجب توفيرها، مثل التعرف على عادات المجتمع المحلي وتقاليد، وتوفير الأنشطة والفعاليات خلال مدة المساء.
- إيجاد شراكة حقيقية وجادة بين القطاعين العام والخاص والمجتمعات المحلية، لخلق ثقافة سياحية ووعي سياحي في المجتمع الأردني عموماً، وفي مجتمع الأماكن السياحية خصوصاً.

- منح أسعار منافسة على مستوى المنطقة للمجموعات السياحية وللسياح الأفراد، من خلال تخفيض الضرائب وبخاصة ضريبة المبيعات.
 - استخدام أفضل الأدوات الترويجية والتي تنسجم مع التوجهات السياحية العالمية، ودعم القطاع السياحي الخاص في حملاته التسويقية المباشرة.
 - التقليل من موسمية القطاع السياحي من خلال تخفيض الأسعار في المواسم التي تشهد انخفاضاً في عدد السياح، واستقطاب الشرائح غير المعنية بالسفر في مواسم الذروة السياحية للأردن.
 - زيادة الطاقة الاستيعابية لوسائل النقل السياحي المتخصص وخدمات الإيواء خارج العاصمة، من خلال تشجيع حقيقي وملموس للاستثمار في هذا المجال.
 - إطالة مدة إقامة السائح من خلال تحفيز مكاتب السياحة والسفر الخارجية وتنظيم حملات تسويق مشتركة معها، وإقامة أنشطة وفعاليات في المواقع السياحية والتسويق لها عالمياً، الأمر الذي يشجع المسافرين فردياً على تضمينها في برامجهم، مما ينعكس على زيادة معدل إنفاقهم في الأردن.
- ومما لا شك فيه أن جميع الاستراتيجيات التي وُضعت لتلبي متطلبات القطاع السياحي، كما أن القطاع السياحي الأردني على المستويين العام والخاص على معرفة تامة بهذه المتطلبات، إلا أن الإجراءات والأنشطة التي تم العمل بها حتى الآن ما تزال متواضعة، وتنفذ بطريقة عشوائية وليس استناداً إلى خطط عمل تحاكي هذه المتطلبات والأهداف الاستراتيجية، وغير مرتبطة بجداول زمنية ومؤشرات قياس أداء محددة، ويُعزى ذلك إلى عدم إيجاد وحدة تُعنى بتنفيذ الاستراتيجيات الوطنية للسياحة ومتابعتها خلال المدد الماضية، علماً أن وزارة السياحة والآثار قد أنشأت خلال عام 2018 قسماً خاصاً يُعنى بالاستراتيجية ليتابع تنفيذ خطط العمل التي من شأنها تحقيق الأهداف المرسومة.

التوصيات

1. إعادة النظر في ما تضمنته الاستراتيجية من أرقام، وخاصةً أن الاستراتيجية لم تُطلق رسمياً بعد. فمع افتراض تحسن الأوضاع السياسية والاقتصادية، فإن محدودية الإمكانيات وكثرة التحديات التي يواجهها القطاع تستوجب تخفيض قيم الأرقام المستهدفة.
2. تشكيل لجنة مختصة تضم ممثلين عن القطاعين العام والخاص وعلى مستوى عالٍ من الخبرة والكفاءة لتابعة العمل على أرض الواقع وتنفيذ الخطط المتصلة بتحقيق أهداف الاستراتيجية الأردنية للقطاع السياحي (2019-2022)، والرخطة الاستراتيجية لوزارة السياحة والآثار، فمن المهم الوقوف على مستوى الإنجاز الحقيقي للخطط وعدم الوقوع مجدداً في مأزق عدم القدرة على تحقيق الأهداف المحددة كما حصل في الاستراتيجية الوطنية السابقة.
3. في ما يخص الطيران العارض ومنخفض الكلفة، يجب القيام بدراسة معمّقة للوقوف على ماهية الأرقام وذلك من خلال تفصيل أعداد السياح القادمين إلى المملكة على متن هذه الرحلات بحسب الجنسية وبلد القدوم، لاحتساب العائد على الاستثمار وتنظيم حملات تسويقية موجهة بحسب كل جنسية، إضافة إلى التركيز على تنفيذ حملات مشتركة مع مكاتب السياحة والسفر لتشجيع المجموعات السياحية ذات الدخل المتوسط والمرجع للاستفادة من الطيران منخفض الكلفة، وبالتالي تحقيق إنفاق أكثر ومدة إقامة أطول.
4. ضرورة استمرار الإعفاءات الحكومية المتصلة بالدعم المقدم على ضريبة المغادرة لرحلات الطيران العارض ومنخفض الكلفة، مع التوصية بأن تتحمل سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة 50% من قيمة الدعم المقدم لكل مقعد، إلى جانب هيئة تنشيط السياحة، وذلك لتمكين الهيئة من الإنفاق على البنود الأخرى لخطتها التسويقية، والتي لا تقل أهمية عن دعم رحلات الطيران منخفض الكلفة.
5. لا بد من توحيد الجهود التسويقية، إذ لا يوجد فعلياً استراتيجية موحدة للسياحة، فهناك استراتيجية خاصة بسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، وأخرى بسلطة إقليم البترا للتنموي السياحي، بل إن سلطتا هاتين المنطقتين تديران المواقع فيهما وتنفذان استراتيجيتيهما التسويقيتين بمعزل عن وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة.
6. تشير أرقام منظمة السياحة العالمية إلى أن الهند والصين من الدول المصدرّة للسياحة عالمياً، ومع أن هيئة تنشيط السياحة بدأت بالتسويق في هاتين الوجهتين منذ سنوات،

إلا أن النتائج ما زالت متواضعة، والدليل على ذلك انخفاض مدة إقامة السياح من هاتين الجنسيتين في الأردن، في الوقت الذي يقضون فيه مدة طويلة في دول مجاورة. لذلك يجب تكثيف الجهود التسويقية، والتعمق في معرفة احتياجات هؤلاء السياح عند السفر، سواء أكانت مطاعم آسيوية أم أدلاء سياحيين أم سوى ذلك.

7. هناك عدد من الإجراءات والخطوات الإيجابية التي اتخذت في ما يتصل بالسياحة العلاجية والطبية والتي تطرقت إليها هذه المراجعة، الأمر الذي يتطلب من القائمين على هذا القطاع الحيوي دراسة أثر هذه الإجراءات على أرقام السياحة العلاجية، من خلال متابعة تنفيذ الخطط، ووضع مؤشرات لقياس الأداء وتقديم سير العمل، علماً أن النظام المعدل لنظام هيئة تنشيط السياحة رقم (69) لسنة 2019 قد قدم لمجلس أمناء السياحة الصحية والتعافي كل ما يلزم لتطوير السياحة الصحية وترويجها، من خلال وضع الاستراتيجيات والسياسة العامة والإشراف على تنفيذها ووضع الخطط التنفيذية اللازمة، وكذلك اقتراح الأسواق المستهدفة وعقد الاتفاقيات مع الدول وسوى ذلك من التسهيلات.

8. إن ارتفاع شراء التذكرة الموحدة بنسبة 128% دون تنفيذ أي حملات تسويقية في الأسواق العالمية يعدّ حافزاً لتنفيذ حملات للترويج للتذكرة بصورة جدية وسريعة.

9. تحفيز الاستثمار في مجال الفنادق خارج العاصمة، وإنشاء فنادق تصنيف 3 و4 نجوم، وإقامة نزل بيئية ومخيمات في معظم المحافظات، والتوسع في النزل البيئية القائمة وزيادة الطاقة الاستيعابية فيها.

10. تخفيض الضرائب على القطاع السياحي لزيادة تنافسيته، شرط أن ينعكس هذا التخفيض على كلفة الطاقة والكهرباء للفنادق، وبالتالي على أسعار الغرف الفندقية والتي تشكل نسبة كبيرة من كلفة الرحلة السياحية، وهو ما ينعكس في النهاية على إطالة مدة إقامة السائح.

11. باتت سياحة المغامرة والبيئة من أهم أنواع السياحة المستهدفة. وتعتمد سياحة المغامرة في الأردن على المحميات الطبيعية والتي تدار من خلال الجمعية الملكية لحماية الطبيعة، وقد أثبتت الجمعية جدارتها في تقديم أفضل خدمات الإيواء والتجارب السياحية ضمن محمياتها، إلا أن الطاقة الاستيعابية لهذه المحميات متواضعة ولا تلبى الاحتياجات المتزايدة، لذا من الضروري دعم الجمعية لزيادة الطاقة الاستيعابية لهذه المحميات في المحافظات، ومن دون التخلي عن الخدمة عالية الجودة.

12. لقد تضمنت جميع الاستراتيجيات السياحية ضرورة دعم المجتمع المحلي وإشراكه في التنمية السياحية، إلا أن هذا الدعم غير مستدام ويفتقر إلى العديد من الجوانب، ولذلك يجب إجراء دراسة معمقة للموضوع تُعنى باحتياجات كل محافظة وإمكانياتها وإيجاد جهة محددة تُعنى بتدريب أصحاب المشاريع الصغيرة ومتابعتهم في المجتمعات المحلية، بحيث يتركز التدريب على مواضيع محددة مثل كيفية إدارة المشاريع، والتسويق واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والنظافة والسلامة العامة والثقافة المالية، والتدريب المهني.

13. وفي ما يخص المجتمع المحلي أيضاً، لا بد من إعداد قاعدة بيانات شاملة بجميع البيانات المتصلة بالمشاريع والخدمات المقدمة من خلاله، بما فيها الحرف اليدوية وتجارب الأكلات التراثية وخدمات الإيواء، مع إجراء تصنيف لها، وجمع آراء الزوار لغايات المتابعة والتطوير، إضافة إلى ترجمة هذه البيانات إلى عدد من اللغات والتسويق لها إلكترونياً.

14. ما زالت معظم المواقع والوجهات السياحية تفتقر إلى الفعاليات والأنشطة، وخاصة خلال مدة المساء، ولذلك يجب تحفيز إقامة فعاليات ودعمها في أبرز المواقع، مثل إقامة قداس وسوق حريف في المغطس، وفعاليات شعبية وتراثية في العقبة والبترا، وعروض لفرق محلية في جبل القلعة. ومن الضروري العمل على استدامة هذه الفعاليات، مما ينعكس على إثراء التجربة الثقافية للسائح وعدم اقتصار تجربته على زيارة الموقع الأثري.

15. تفعيل عمل وحدة المتابعة والتقييم وبناء قدرات موظفيها لتمكينهم من متابعة سير المشاريع الميدانية ومراقبة تنفيذ الخطط وقياس نتائجها دورياً للوقوف على تنفيذها أو معالجة المعوقات في حال عدم الالتزام بتنفيذها، وتقييم مؤشرات الأداء ومقارنة تقدم سير العمل، علماً أن إحدى نقاط الضعف التي وردت في تحليل البيئة الداخلية والخارجية لوزارة السياحة والآثار، هي غياب الأنظمة اللازمة لعمل وحدة المتابعة والتقييم وافتقارها للاحترافية والخبرة والمعرفة في متابعة سير المشاريع وإعداد مؤشرات الأداء.

16. تشكيل لجنة لمراقبة الجودة (Quality Control Committee) لتقييم التجربة السياحية التي يمر بها السائح منذ لحظة وصوله ولغاية مغادرته المملكة، على أن تقدم اللجنة توصياتها لوزارة السياحة والآثار كل ربع سنة لتقوم الوزارة بدراسة مدى إمكانية تطبيق هذه التوصيات مع الجهات ذات العلاقة. وتجدر الإشارة إلى أن هذه التوصية وردت في تقرير حالة البلاد لعام 2018، إلا أنه تم تضمينها ثانية في هذه المراجعة لأهميتها ولعدم اتخاذ أي إجراء بخصوصها.

17. ما زال موضوع تنمية الموارد البشرية وتدريبها في القطاع السياحي مطلباً أساسياً، وذلك لوجود فجوة كبيرة بين جانبي العرض والطلب، ولهذا لا بد من وضع خطة وطنية شاملة بالشراكة ما بين القطاعين العام والخاص لسد هذه الفجوة ورفع القطاع السياحي بعاملين مؤهلين ومدربين، وكذلك يجب على الجهات المعنية في قطاع التعليم التركيز على التخصصات السياحية نظراً لحاجة سوق العمل واستيعابه لهذه التخصصات سواء كان الخريجون من الذكور أو الإناث، إضافة إلى زيادة أعداد المدارس الحكومية المختصة بتدريس الإناث في مجال القطاع السياحي.
18. وضع خطط تسويقية لجذب المزيد من الاستثمار المحلي والأجنبي لتطوير البنية التحتية السياحية وتحسينها على مستوى محافظات المملكة، مع التركيز على تنوع أماكن الإقامة والمبيت، وتطوير الخدمات السياحية والمرافق الترفيهية.
19. العمل على منح المزيد من الحوافز الاستثمارية لقطاع السياحة، وخاصة للمشاريع التي تُقام خارج العاصمة.
20. الاستمرار في دراسة القوانين والأنظمة للمؤسسات والجهات التي يتشابك عملها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مع القطاع السياحي، وذلك لمواءمة بعض بنودها لما فيه مصلحة القطاع. ومن الأمثلة على ذلك: قانون المصادر الطبيعية، وقانون البيئة، وقانون الاستثمار.

توصيات القطاع السياحي ومقترحاته خلال مناقشة المراجعة

1. لا بد من تعديل عن تركيز السلطة التامة في جميع نواحي صناعة السياحة بيد وزارة السياحة والآثار، بما في ذلك ما ينضوي تحت مسمى النقل السياحي وتأجير السيارات السياحية، كما أن أي بروتوكول يحدد العلاقة بين وزارة السياحة والآثار من جهة وأي منطقة خاصة يستوجب إلزام إدارة هذه المنطقة باعتماد التعليمات والأنظمة المتبعة في بقية أراضي المملكة.
2. السماح لشركات ومكاتب السياحة الوافدة باقتناء وسائل نقل، على أن لا تشمل الحافلات من سعة 18 راكباً أو أكثر.
3. تشكيل لجنة تضم ممثلين عن وزارة السياحة والآثار والجمعيات المهنية والمسماة بحكم قانون السياحة المعمول به، لصياغة مشروع قانون للسياحة يحاكي صناعة السياحة في هذا العصر، ويرسخ مبدأ الشراكة بين القطاعين العام والخاص. بالإضافة إلى صياغة قانون لغرفة سياحة تجسد طموحات المهن السياحية كافة، وإعادة النظر في

- الأنظمة ذات الصلة لتتماشى مع نص قانون السياحة الجديد على أن تستعين اللجنة بالخبرات القانونية اللازمة.
4. حان الوقت أن يعتمد الأردن نظام التأشيرة الإلكترونية، خصوصاً في الوقت التي تزداد فيه المنافسة من دول أخرى في المنطقة والعالم. وبالإمكان الاقتداء بتجارب أخرى لاجتذاب السياح، ومن ذلك تجربة الإمارات العربية المتحدة في إدارة نظام التأشيرة الإلكترونية عن طريق مكاتب السياحة والسفر.
5. توحيد نسبة ضريبة المبيعات على الخدمات السياحية في جميع أنحاء المملكة بنسبة 8%، الأمر الذي سيكون له دور في زيادة المنافسة ويساهم في تخفيض أسعار المنتج السياحي الأردني وتنشيط السياحة المحلية، حيث تشتكي المطاعم السياحية من انخفاض عدد روادها.
6. على الحكومة أخذ المبادرة بتنشيط السياحة المحلية عن طريق وضع مخطط شمولي لتطوير خدمات ومرافق تخدم هذه السياحة، وتخصيص مواقع في الأراضي الحكومية في المناطق الجاذبة للسياحة كي تؤجّر مستثمرين ومطورين محليين بمبالغ رمزية وضمن شروط واضحة يمكن قياس أداؤها، على أن تحدّد أسعار الخدمات المقدمة بمشاركة وزارة السياحة والآثار وبما يضمن تحقيق عائد مقبول للمستثمرين.
7. إن الدور المحوري لهيئة تنشيط السياحة يوازي في أهميته الدور التنظيمي والرقابي لوزارة السياحة والآثار، إلا أن جمعية وكلاء السياحة والسفر الأردنية تعتقد أن من الضروري إعادة توجيه بوصلة الهيئة إلى الاتجاه الصحيح، وهو تكريس كل إمكانياتها البشرية والمالية لزيادة الدخل السياحي، ليس بالضرورة عن طريق زيادة عدد السياح، بل بإطالة مدة إقامتهم.
8. وحيث أن جمعية وكلاء السياحة والسفر تولي هيئة تنشيط السياحة الأهمية القصوى لدورها في استدامة نمو القطاع السياحي، فقد طلبت من المجلس الاقتصادي والاجتماعي تخصيص جلسة يحضرها القائمون على القطاع لبحث مستقبل الهيئة بشكل معمّق.
9. ضرورة اتباع الحكومة نهج المعاملة بالمثل في ما يتعلق بالسماح لمستثمرين أجانب بالاستثمار في مكاتب سياحية في الأردن، أو أن يتم وضع شروط كالمعمول بها في جمهورية مصر العربية. حيث أن الحد الأدنى لرأس مال الشركة السياحية في الأردن هو 5 آلاف دينار، وهو ما يطرح التساؤل عن الفائدة المرجوة من الاستثمار الأجنبي في هذا المجال.

10. ضرورة تحسين ورفع مستوى الخدمات المقدمة في المواقع السياحية والطرق المؤدية إليها، وتحديدًا ما يتعلق بالنظافة والمرافق الصحية.
11. يجب أن يكون للبلديات دور في تطوير السياحة المحلية، وأن يكون لها مصلحة حقيقية في رعاية المواقع السياحية، وذلك من خلال تحويل جزء من الإيرادات السياحية للبلديات، حيث أنه لا يمكن الوصول إلى سياحة محلية متقدمة ولا يمكن الحفاظ على المواقع الأثرية إلا من خلال شراكة حقيقية مع القطاع الخاص والبلديات.
12. يجب تفعيل القوانين بما يضمن وقف تقاضي العمولات وطلب «الإكراميات» بشكل غير لائق، حيث أن هذا الأمر يؤثر على قطاع السياحة (السياحة العلاجية تحديدًا)، خصوصاً عند تداول مثل هذا السلوك عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
13. ضرورة وضع أهداف ملموسة وواضحة في ما يتعلق بتطوير المسارات السياحية تبين الأعداد المستهدفة لمرتادي هذه المسارات، وأماكن إقامتهم، والإيرادات المتوقعة، وعدد الأسر المحلية المستفيدة، وكذلك كيفية تسويق المنتجات والكلف المترتبة على ذلك، وذلك للتقييم وللوقوف على مدى نجاح الخطط الموضوعة والمشار إليها في الاستراتيجيات السياحية. ولا بد أيضاً من العمل على إزالة بعض المهن والمحلات الموجودة على المسار السياحي (مثل محلات إصلاح السيارات والإطارات والحدادة)، وذلك لتأثيرها السلبي على التجربة السياحية التي يحصل عليها السائح خلال مروره بالمسار.
14. تفعيل التعليمات المتعلقة بسياحة المغامرة والتي وضعت من طرف وزارة السياحة والآثار، فعلى أرض الواقع لا يوجد دور رقابي للوزارة على المجموعات غير القانونية وغير المنظمة لسياحة المغامرة، وما زالت معظم هذه المجموعات تعمل من دون رقابة.
15. الإسراع في تعديل وإصدار نظام إدارة المواقع السياحية ووضع التعليمات اللازمة لتطبيقه ومتابعة تنفيذه، حيث أن حالة إدارة المواقع بشكل عام في تردّد وتراجع، فضلاً عن انتشار النفايات وتراجع خدمات الزوار وخاصة في المواقع السياحية الرئيسية.
16. التأكيد على أهمية توفير أرقام وبيانات إحصائية دقيقة ومحدّثة تخدم أصحاب القرار وتساعدهم في اتخاذ إجراءات فاعلة تخدم قطاع السياحة، مع التأكيد على ضرورة إجراء مسح للقادمين والمغادرين (Exit Survey) بشكل مستمر، لتمكين الجهات المختلفة، وخصوصاً البنك المركزي ووزارة السياحة والآثار، من تقدير الدخل السياحي والمؤشرات المتعلقة بالقطاع بشكل دقيق.
17. أن تتضمن المناهج الدراسية مواد عن دور القطاع السياحي وأثره في تنمية الاقتصاد والمجتمع، وكذلك عن أهمية السلوك السياحي الحضاري في جذب السياح وخلق

تجربة سياحية مميزة لديهم.

18. تضمين موضوع الأمن السياحي في استراتيجية القطاع السياحي وذلك لأهميته، وحتى تتمكن الشرطة السياحية من تحديد الاحتياجات الأمنية المتعلقة بالسياحة ووضع خطة تنفيذية قادرة على تحقيق الأهداف التشغيلية لقطاع السياحة (هذه التوصية وردت في تقرير حالة البلاد لعام 2018، ثم طُرحت مجدداً من طرف إدارة الشرطة السياحية، وذلك في ضوء عدم شمول قانون السياحة الجديد أي دور للشرطة السياحية).

19. طرح وإحالة عطاءات النظافة في المواقع السياحية لشركات متخصصة ومراقبتها بشكل مستمر من قبل الوزارة، وذلك كي يلمس السائح والمواطن المستوى الجيد للنظافة والخدمات في المواقع السياحية.

20. إشراك الجامعات الأردنية، وتحديد أقسام السياحة فيها، عند إعداد الاستراتيجيات المتعلقة بالقطاع السياحي.

21. ضرورة تمثيل القطاعات السياحية المختلفة في المجلس الوطني للسياحة، وأن لا يتم اختيار أعضاء المجلس بشكل انتقائي.

22. العمل على تحسين وتطوير البنية التحتية والطرق في محافظة عجلون، حيث أن العديد من مكاتب السياحة والسفر لا تشمل محافظة عجلون ضمن برامجها السياحية، لصعوبة سير الحافلات في الشوارع المؤدية للمواقع السياحية.

23. ضرورة معالجة موضوع الجنسيات المقيدة، كونه يؤثر سلباً على جذب أكبر عدد من السياح المهتمين بالمنتجات السياحية المختلفة، وخصوصاً منتج سياحة المؤتمرات والأعمال.

24. دعا عدد من المعنيين بالقطاع إلى التركيز على الترويج للسياحة الدينية الإسلامية لأهميتها، وتحديد زيارة الأضرحة والمقامات من قبل الإيرانيين.

25. تعديل وإلغاء بعض بنود النظام المعدل لنظام ترخيص النقل السياحي رقم (37) لسنة 2019، وذلك لانعكاساتها السلبية الكبيرة على مصلحة السياحة، ولأنها تزيد الأعباء على كاهل شركات النقل السياحي المتخصص، وفيها إجحاف بحق الشركات القائمة. وقد تقدمت جمعية النقل السياحي بمذكرة للمجلس الاقتصادي والاجتماعي لمساعدتها في تعديل وإلغاء هذه البنود، وخصوصاً تلك المتعلقة بتصويب أوضاع الباصات السياحية من حيث العمر التشغيلي، والرسوم المستوفاة على بدل خدمات الحافلات والمركبات السياحية، ونظام التأمين الإلزامي.

المراجع والمصادر

1. الخطة الاستراتيجية لوزارة السياحة (2018-2020).
2. الخطة التنفيذية لاستراتيجية وزارة السياحة (2018-2020).
3. الاستراتيجية الأردنية للقطاع السياحي (2019-2022).
4. الخطة الاستراتيجية لهيئة تنشيط السياحة (2017-2019).
5. الخطة التسويقية (Business Plan) لهيئة تنشيط السياحة (2018 و2019).
6. التقرير السنوي لهيئة تنشيط السياحة (2018).
7. النظام المعدل لنظام هيئة تنشيط السياحة رقم (69) لسنة 2019.