

تقرير حالة البلاد

السياحة





4	تقديم
	أولاً: ركائز الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2015-2011
5	وتقييم إنجازاتها
5	أ. ركائز الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2015-2011
6	ب. تقييم إنجازات ركائز الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2015-2011
	ثانياً: الأهداف المعلنة للقطاع
8	من الجهات الحكومية والخاصة للفترة القادمة
13	ثالثاً: الخطة الإستراتيجية 2012 والخطة الإستراتيجية 2015-2017
14	رابعاً: القوانين والأنظمة التي تحكم عمل القطاع السياحي
	خامساً: عمليات المتابعة
15	والتقييم لخطط عمل وزارة السياحة والآثار
	سادساً: عمليات المتابعة
23	والتقييم لخطط عمل هيئة تنشيط السياحة
27	سابعاً: قدرة القطاع السياحي على تطبيق الأهداف المعلنة
	ثامناً: نتائج السياسات والإستراتيجيات
27	وخطط العمل المنبثقة عنهما
	تاسعاً: مدى التواءم والتكاملية
29	بين السياسات والإستراتيجيات
	عاشراً: أسباب التوقف أو عدم
29	تطبيق السياسات والإستراتيجيات
	حادي عشر: مواطن الضعف
31	أو الخلل وأسبابه في السياسات والإستراتيجيات
	ثاني عشر: أبرز المعوقات التي
31	واجهت السياسات والإستراتيجيات
32	التوصيات والحلول لنتائج التقييم

تقديم

يُعدّ القطاع السياحي أحد أهم القطاعات التي تلعب دوراً مهماً في نمو الاقتصاد الأردني وجذب الاستثمارات إليه، بالإضافة إلى خلق وظائف جديدة وزيادة الإيرادات من العملات الصعبة. ويحقق النشاط السياحي إيرادات مباشرة للدولة من خلال رسوم دخول المواقع السياحية، ورسوم التأشيرات، وضريبة المغادرة، وضريبة الدخل والمبيعات على الفنادق، وضريبة القيمة المضافة المحصلة من الفنادق، وضريبة الدخل والمبيعات على المنشآت السياحية مثل المطاعم وكذلك قطاع النقل، إضافة إلى ضريبة الدخل والمبيعات من النشاطات غير المباشرة للسياحة. هذا وتُعدّ مساهمة السياحة عاملاً مهماً في نمو الاقتصاد الأردني وتنشيطه، حيث تشكل ما نسبته 11% من الناتج المحلي الإجمالي، و64% من إجمالي مقبوضات حساب الخدمات في ميزان المدفوعات، بالإضافة إلى 26% من إجمالي مقبوضات الحساب الجاري في ميزان المدفوعات، وهذا يضع السياحة في المركز الثالث من حيث الأهمية بعد الصادرات السلعية وتحويلات العاملين في الخارج.

ونظراً لهذه الأهمية للقطاع السياحي، وضعت الجهات الحكومية والخاصة المنظمة لعمل القطاع السياحي (وزارة السياحة والآثار، هيئة تنشيط السياحة، دائرة الآثار العامة، ممثلو المهن السياحية، وغيرها العديد من الجهات المعنية) أول إستراتيجية وطنية للسياحة لتغطي الفترة 2011-2015 بمشاركة فاعلة ما بين القطاعين العام والخاص، حيث اشتملت على أربع ركائز رئيسية، ويندرج تحت كل ركيزة عدد من الأهداف الإستراتيجية، كما هو مبين أدناه.

أولاً: ركائز الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2011-2015 وتقييم إنجازاتها

أ. ركائز الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2011-2015

1. تعزيز التسويق السياحي.

يندرج تحت هذه الركيزة الأهداف الإستراتيجية التالية:

أ. زيادة إجمالي أعداد السياح القادمين إلى المملكة ليصل إلى 9.4 مليون سائح في عام 2015.

ب. نمو الدخل السياحي إلى 4.2 مليار دينار في عام 2015.

ت. نمو الدخل المتأتي من السياحة المحلية بنسبة 30% مع نهاية عام 2015.

2. دعم التنافسية وتطوير المنتج السياحي

تهدف هذه الركيزة إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية التالية:

أ. زيادة قدرة استيعاب الرحلات الجوية القادمة للأردن بنسبة 20% خلال فترة الإستراتيجية.

ب. إتمام 20 مشروعاً للبنية التحتية السياحية تلبى الاحتياجات السوقية.

ت. الموافقة على إقرار 100% من الفنادق و80% من المطاعم، وتصنيفها ضمن خطة التصنيفات الوطنية خلال فترة الإستراتيجية.

3. تعزيز الموارد البشرية

يندرج تحت هذه الركيزة الأهداف الإستراتيجية التالية:

أ. إيجاد 25 ألف وظيفة إضافية في قطاع السياحة خلال فترة الإستراتيجية.

ب. رفع مستوى مشاركة المرأة في القوى العاملة إلى 15%.

ت. تدريب خمسة آلاف طالب في المراكز الأحد عشر التابعة لمؤسسة التدريب المهني.

ث. تدريب 40 ألف موظف على مهارات حسن الضيافة.

4. توفير إطار عمل مؤسسي وتنظيمي فعال

تتمثل أهداف الركيزة الرابعة في الآتي:

أ. إقرار قانون جديد للسياحة.

ب. تحديث الأنظمة الداخلية الخاصة بالمهن.

ب. تقييم إنجازات ركائز الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2011-2015

في ما يخص التسويق السياحي، أظهرت البيانات الإحصائية الصادرة عن وزارة السياحة والآثار وعن البنك المركزي الأردني، بأن إجمالي عدد زوار المملكة في عام 2015 قد بلغ 4.8 مليون زائر، في حين أن الرقم الذي كان مستهدفاً هو 9.4 مليون زائر. أما قيمة الدخل السياحي الفعلي في عام 2015، فقد بلغ 2.886 مليار دينار مقارنة بـ 4.2 مليار دينار تمثل الرقم المستهدف لعام 2015. وبخصوص السياحة المحلية، تجدر الإشارة إلى أن أول دراسة نفذتها دائرة الإحصاءات العامة كانت في عام 2008، وبيّنت أن الدخل المتأتي من السياحة المحلية قد بلغ 61.4 مليون دينار، في حين أن الدراسة الثانية التي نُفذت في عام 2012، أظهرت أن قيمة الدخل من السياحة المحلية قد بلغ 77.1 مليون دينار، أي بنسبة نمو وصلت إلى حوالي 27%.

وفي ما يتعلق بتعزيز الموارد البشرية وزيادة حجم العمالة في القطاع السياحي، فقد بلغ عدد العاملين في القطاع السياحي في عام 2015 حوالي 49,096 شخصاً مقارنة بـ 41,879 شخصاً في سنة الأساس (2011)، أي بزيادة مقدارها 7,217 شخصاً، في حين أن عدد العاملين الإضافي الذي كان مستهدفاً وفقاً للإستراتيجية هو 25,000 شخص. وبخصوص رفع معدل مشاركة المرأة في القوى العاملة من 10% في سنة الأساس إلى 15%، فإن هذا الهدف لم يتحقق، حيث بلغ عدد الإناث العاملات في القطاع السياحي في عام 2015 حوالي 4,787 مقارنة بـ 4,391 في سنة الأساس 2011، أي بنسبة نمو بلغت 9% فقط.

أما بخصوص توفير إطار مؤسسي وتنظيمي فعال من خلال إقرار قانون سياحة جديد، وتحديث الأنظمة الداخلية الخاصة بالمهن، فتجدر الإشارة إلى أن هذه الأهداف لم تتحقق، إلا أن قانون السياحة الجديد⁽¹⁾ وبعض الأنظمة قد عدّلت خلال عام 2017. بناء على ما سبق، نجد أن غالبية الأهداف المعلنة لم تتحقق كما هو مخطط له.

هنا لا بد من الإشارة إلى أن الأزمة السياسية التي عصفت بالمنطقة منذ عام 2011 وما زالت مستمرة لغاية الآن، كان لها أثر واضح وكبير على القطاع السياحي، وذلك نتيجة الصورة النمطية الخاطئة لدى السياح الأجانب (من الدول الأوروبية والأميركيتين) حول عدم الأمان في المملكة بسبب الاضطرابات السياسية في دول الجوار، وذلك «من وجهة نظرهم» كونها تقع في قلب منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا الملتهبة، إضافة إلى دور الأردن كجزء من التحالف الدولي ضد «داعش»، ما أعطى انطباعاً خاطئاً عن المملكة في أنها في حالة عدم استقرار. كما إن العديد من السياح يفضلون زيارة الأردن ومصر وسوريا وفلسطين في

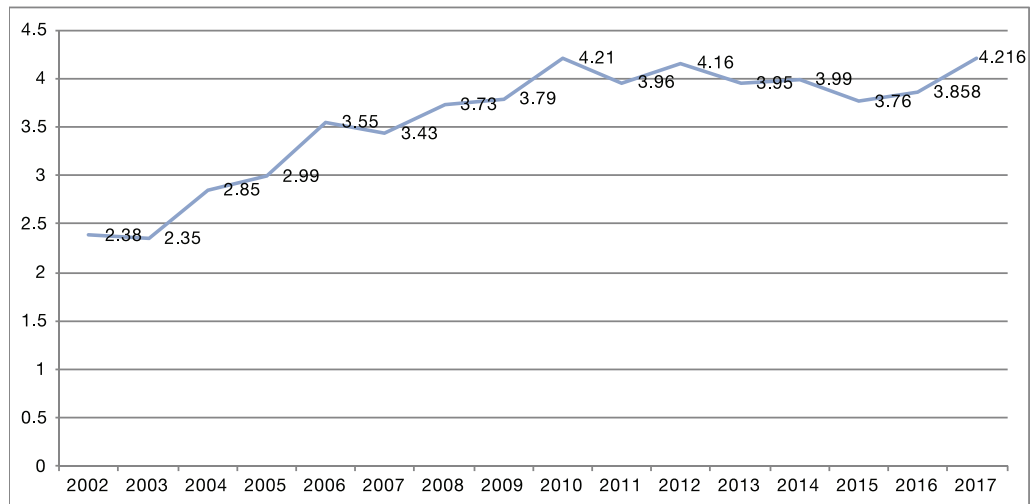
(1) قانون معدل لقانون السياحة رقم (10) لسنة 2017.

تقرير حالة البلاد: السياحة

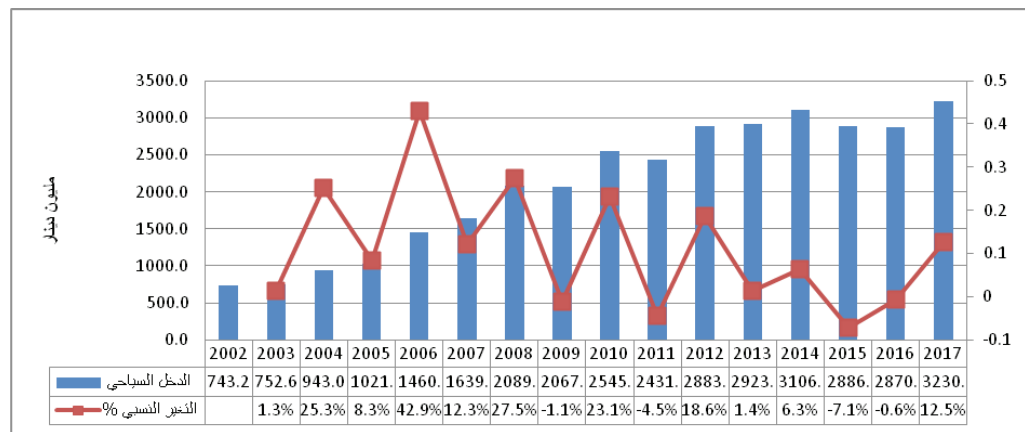
رحلة مشتركة (Joint Package). وبما أن الأوضاع السياسية غير مستقرة في المنطقة، فإن هذا يشجع السياح على اختيار وجهات أخرى مثل تركيا واليونان وقبرص. إن ما سبق ذكره قد ساهم في صعوبة تحقيق الأهداف الإستراتيجية الطموحة التي تضمنتها الإستراتيجية الوطنية لقطاع السياحة 2011-2015.

ومع هذا، فإن أداء القطاع السياحي الأردني كان الأقل تراجعاً من حيث نسب النمو في عدد سياح المبيت والدخل السياحي مقارنة بدول الجوار، وذلك نتيجة للجهود التي بُذلت من قبل القطاع السياحي بشقيه العام والخاص، حيث روجعت السياسات كافة، واتخذت العديد من الإجراءات، ووضعت خطة طوارئ للتخفيف من حدة تأثير الأزمة السياسية على القطاع السياحي، وللمحافظة على مستوى الطلب على المنتج السياحي. وتبين الرسوم البيانية أدناه أهم المؤشرات المتعلقة بالقطاع السياحي.

الشكل رقم (١) عدد سائح التمت للسنوات 2002 - 2017 (مليون)



الشكل رقم (٢) الدخل السياحي للسنوات 2002 - 2017 (مليون)



ثانياً: الأهداف المعلنة للقطاع من الجهات الحكومية والخاصة للفترة القادمة

تعكف وزارة السياحة والآثار حالياً على الانتهاء من إعداد المسودة الأولية للاستراتيجية الوطنية للسياحة للسنوات 2017-2020 وإطلاقها وذلك بعد عقد لقاءات تشاورية مع الفعاليات السياحية في سائر المحافظات، حيث اشتملت على خمسة أهداف إستراتيجية رئيسية، لتكون منسجمة وتحقق 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، وذلك من خلال توجيه النشاطات التسويقية للتركيز على الأسواق الرئيسية وشرائح السياح المحتملين، واستخدام وسائل التسويق الرقمي.
2. توسيع المجال الجوي للطيران، وتحسين استقبال شركات الطيران العالمية، وذلك بتحسين الربط الجوي والتنافسية، وتبسيط منح التأشيرات والدخول عبر المعابر الحدودية.
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، وذلك بإدخال أساليب عرض وتقديم للمواقع الأثرية بمواصفات عالمية، وبناء تجارب سياحية حول الثقافة والعادات والتقاليد.
5. زيادة تنافسية القطاع السياحي، وذلك بالتقليل من عبء القوانين، ومنح مؤسسات المجتمع المحلي دوراً أكثر تأثيراً، وتطوير الأبحاث، واتخاذ إجراءات فعالة لتشجيع الاستثمار، والعمل على توفير قوى عاملة مختصة بالسياحة وتدريبها.

ونظراً لعدم إطلاق وزارة السياحة للاستراتيجية الوطنية للسياحة للسنوات 2017-2020 لغاية الآن، فإننا سنتطرق لغايات إعداد هذه المراجعة إلى أهم الأهداف الإستراتيجية والسياسات التي تضمنتها الإستراتيجية السابقة 2011-2015، وهي جزء من الإستراتيجية الحالية 2017-2020، كما هو مبين أدناه:

1. تطوير المنتج السياحي والإشراف المحكم على الموارد التراثية والأثرية (الممتلكات الثقافية) من خلال:

- تعزيز دور وزارة السياحة والآثار، وتكثيف جهودها لتحديد وتعريف ومراقبة الموارد والممتلكات السياحية في المملكة التي تعد ذات قيمة تراثية وتاريخية وثقافية

وحضارية وطبيعية.

- حماية الموارد والممتلكات السياحية وصيانتها والمحافظة عليها وضمان استدامتها، وتوفير البنى التحتية والمرافق والخدمات المميزة في محيطها، وتطويرها بالتنسيق مع الدوائر والمؤسسات المعنية.
 - توفير منتج سياحي متنوع في الأردن يلبي المتطلبات السياحية العالمية، وتحفيز المجتمعات المحلية لتطوير سلسلة التجارب السياحية وإثرائها، وخلق منتجات وتجارب وخدمات سياحية مميزة تعمل على إثراء تجربة السائح.
 - التركيز على نقاط القوة التنافسية في المحافظات وإبرازها ومعالجة نقاط الضعف، وتوفير المخصصات المالية اللازمة لهذه الغاية بهدف إبراز الهوية الوطنية للمنتج السياحي الأردني.
 - تطوير الخدمات المقدمة للزوار، وتحقيق التوازن في توزيع الخدمات والمنشآت السياحية جغرافياً.
 - تنفيذ مشاريع للطاقة المتجددة في المواقع الأثرية والسياحية في المملكة.
 - تطوير أنظمة معلوماتية وتطبيقات إلكترونية للمعلومات الجغرافية الخاصة بالمواقع والمنشآت السياحية ومشاريع التطوير السياحي.
 - استحداث مسارات سياحية جديدة، وتطوير القائم منها في سائر محافظات المملكة.
2. تطوير المواقع السياحية المملوكة للدولة وإدارتها وتشغيلها، ورفع مستوى الخدمات السياحية بشكل ملموس، وذلك من خلال:
- توفير الظروف الملائمة واتباع الممارسات الفضلى من أجل تحفيز القطاع الخاص على الاستثمار في المواقع السياحية العامة، والمشاركة في إدارة المواقع السياحية وتشغيلها بموجب التشريعات النافذة.
 - إشراك المجتمعات المحلية في عمليات التطوير والتشغيل والإدارة للمواقع السياحية.
 - تطوير المواقع السياحية وإدارتها وتشغيلها، وتقديم أفضل الخدمات السياحية من خلال مديرية إدارة المواقع السياحية، والبدء ب: موقع جرش الأثري، موقع أم قيس الأثري، موقع قلعة عجلون الأثرية، موقع قلعة الكرك، والمواقع السياحية والتراثية في محافظة الطفيلة، وذلك بالتشارك مع القطاع الخاص.
3. تعزيز تنافسية المملكة كوجهة سياحية فريدة ومنافسة على الصعيدين الإقليمي

والعالمي من خلال تطوير وتنفيذ خطط ترويجية واضحة للسياحة في الأردن ومحددة الأهداف:

- تعزيز وتكثيف الجهود المبذولة من قبل هيئة تنشيط السياحة لترويج المملكة كوجهة سياحية منافسة على الصعيدين الإقليمي والعالمي، من أجل تحقيق أفضل النتائج، من خلال سياسات عامة وخطط تسويقية فاعلة، مبنية على معلومات واحصاءات دقيقة.
- العمل على تطوير وتحديث آليات إدارة العمل والتسويق في هيئة تنشيط السياحة لتواكب تغيرات العصر، ولضمان الوصول إلى أكبر عدد من الشريحة المستهدفة في البرامج التسويقية.
- إشراك القطاع الخاص في تسويق المواقع السياحية والموارد الأثرية والتراثية (الممتلكات الثقافية) على اختلاف أنواعها.
- تطوير برامج سياحية مبتكرة وبعيدة عن النمطية.
- جذب فئات سياحية مهتمة بأنماط سياحية جديدة ومتخصصة، مثل السياحة الدينية والعلاجية والاستشفائية، إضافة إلى سياحة الأعمال والمغامرة.
- التركيز على توجيه موارد الترويج لاستهداف أسواق إقليمية وعالمية منتجة كالأسواق العربية، ووضع سياسات للترويج في هذه الأسواق من خلال توفير الحوافز والمرافق والخدمات التي تتناسب مع تنوع المنتج السياحي الأردني وتفردته.
- استقطاب ودعم رحلات الطيران العارض ومنخفض التكاليف القادم إلى المملكة من خلال مطاري الملك حسين الدولي في العقبة، ومطار عمان المدني في ماركا.

4. تعزيز السياحة المحلية والترويج لها من خلال:

- إطلاق حملات ترويجية سنوية ومهرجانات محلية مصممة للوصول إلى شرائح المجتمع وفئاته جميعها.
- العمل على تحفيز نمو السياحة المحلية من خلال التعاون الكامل مع القطاع السياحي والجهات ذات العلاقة، مثل وزارة الشؤون البلدية ووزارة الزراعة (مثال: عمل متنزهات مزودة بالخدمات وتدار من قبل أبناء المجتمع المحلي).
- إعداد دراسة حول منح المواطنين إعفاءات ضريبية على تعاملاتهم مع المنشآت

- السياحية لخفض تكلفة السياحة المحلية، ومنحهم أسعار تفضيلية من خلال مذكرات تفاهم مع المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي وجمعية الفنادق وجمعية أصحاب المطاعم السياحية وخاصة في المواسم التي تشهد تراجعاً في الحركة السياحية.
5. توجيه التميز وتحفيزه في القطاع السياحي من خلال خلق بيئة تشريعية وتنظيمية ورقابية منافسة تخدم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بالاشتراك مع الجهات التشريعية ذات العلاقة :
- العمل على ترسيخ وجود بيئة تشريعية وتنظيمية وإدارية وإجرائية ورقابية تتفق ومتطلبات العصر، والتسلح بالقدرات التنافسية، واستيعاب المتغيرات التي يمر بها القطاع، بهدف اعتماد أفضل المعايير الدولية من أجل ضمان التميز والتنافسية والاستدامة البيئية في القطاع.
 - استمرار الوزارة بالقيام في تسليط الضوء على الفرص الاستثمارية في القطاع السياحي، وتسهيل فرص الاستثمار للقطاع الخاص، وتقديم الإعفاءات والحوافز التي تشمل جميع المناطق في المملكة.
 - رفع مستويات معايير أداء المهن السياحية من خلال آليات تنظيمية أكثر فاعلية، وإزالة أي شروط قد تعيق الاستثمارات القائمة والمتوقعة.
 - وضع أنظمة لمراقبة أداء الفعاليات العاملة في القطاع السياحي، تكفل تطبيق أعلى معايير الصحة والسلامة العامة وحماية السياح للارتقاء بجودة الخدمات المقدمة، وتوفير الأمن والراحة، وكذلك اعتماد آليات للتعامل الفوري مع شكاوى السياح بالشراكة مع المعنيين في الأجهزة المختصة، وتوظيف أنظمة بديلة مثل التسجيل الطوعي وأتمتة إجراءات التصنيف والترخيص الإلكتروني السياحي.
 - تطوير وتحديث الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والآثار، ليقدم المعلومات والخدمات لمتلقي الخدمة، وليتضمن قائمة بأسماء المهن السياحية جميعها مدرجة بحسب المهنة والتصنيف (فنادق، مطاعم، أجنحة فندقية، مخيمات بيئية، مخيمات سياحية، مكاتب سياحة وسفر صادرة، مكاتب سياحة وسفر وافدة، مكاتب سياحة وسفر حج وعمرة، الأدلاء، الحرف اليدوية والتقليدية).
 - مراجعة التشريعات النازمة لعمل القطاع وتحديثها للوصول إلى صيغ توافقية تخدم المصلحة العامة، وتلبي احتياجات جميع الأطراف في القطاع، وتؤدي إلى تحقيق الأهداف العامة، والعمل على تعديل قانون السياحة حتى تتمكن المملكة من الارتقاء بالقطاع السياحي وتعزيز دوره في عملية التنمية الاقتصادية.

- مراجعة أنظمة المهن السياحية وتعديلها.
- العمل على إيجاد وتطوير البيئة التشريعية المنظمة لأعمال الاقتصاد التشاركي بصورة توافقية مع المعنيين، مع الأخذ بعين الاعتبار حتمية نمو هذا القطاع في ظل التحول والتغير الكبير في قطاع السياحة العالمي، وأيضاً التركيز على أهمية هذا القطاع للمساهمة في حل الكثير من تحديات القطاعات الأخرى مثل النقل والإيواء.
- متابعة العمل على وضع البرامج الخاصة بترجمة أهداف نظام إدارة المواقع السياحية.
- 6. رفع الوعي العام في أوساط المواطنين، ونشر الثقافة السياحية، وتعزيز دور الوزارة كمصدر رئيسي للمعلومات وقاعدة للبيانات السياحية :
 - تنفيذ خطة إعلامية شاملة عبر الشبكة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وتوجيه رسائل واضحة عن الأردن بخصائصه السياحية والأثرية عالمياً وإقليمياً ومحلياً.
 - تطوير برامج التعليم والتدريب للعاملين في القطاع السياحي.
 - توفير الإحصاءات السياحية بشكل دوري دعماً لعملية اتخاذ القرار، بحيث تكون وزارة السياحة هي المصدر الرئيسي لهذه المعلومات والبيانات.
 - وضع الإستراتيجية الوطنية للتوعية السياحية وتنفيذها.
- 7. دعم مؤسسات القطاع الخاص العاملة في القطاع السياحي، وتعزيز الشراكة معها مع إيلاء العناية الخاصة بمؤسسات المجتمعات المحلية :
 - إحكام الشراكة بين الوزارة، والقطاع الخاص بمؤسساته العاملة في المجال السياحي، بشكل يضمن تحقيق الأهداف العامة الاقتصادية.
 - الاستمرار في تمكين القطاع الخاص من أن يلعب دوراً محورياً في خطة وزارة السياحة والآثار التنفيذية المنبثقة عن الإستراتيجية الوطنية للسياحة، وتحديد فرص استثمارية في القطاع السياحي، ودعم القطاع الخاص في عملية تنفيذها.
 - تمكين الجمعيات السياحية من رفع مستوى الخدمات المقدمة للأعضاء فيها، وتعزيز الفرص لدعم التنظيم الذاتي للقطاع.
- 8. إحكام أسس العملية التشاركية مع الجهات الحكومية التي تتقاطع مسؤولياتها مع مسؤوليات وزارة السياحة والآثار :
 - التنسيق مع الوزارت والدوائر والجهات الحكومية التي يتقاطع عملها مع عمل الوزارة من

خلال زيادة فاعلية المجلس الوطني للسياحة.

- تشكيل لجان دائمة برئاسة وزارة السياحة والآثار، وذلك بالاشتراك مع بعض هذه الجهات، ومنها وزارة الداخلية ووزارة التعليم العالي ووزارة الصحة وأمانة عمان الكبرى، بحيث تكون مهمتها دراسة المسائل العامة ذات العلاقة بالقطاع السياحي، والعمل على إيجاد الحلول للمشكلات، والتغلب على العوائق التي تواجه القطاع السياحي وتضمن مسيرته بشكل سلس وفعال.

أما في ما يخص هيئة تنشيط السياحة، فلا بد من الإشارة إلى أن موازنة الهيئة قد رفعت خلال عام 2015، وذلك بعد مخاطبة رئيس الوزراء ووزير المالية والنقاشات التي وضحت أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، وضرورة زيادة المخصصات المرصودة للترويج السياحي في الخارج، ما يستدعي رفع موازنة هيئة تنشيط السياحة، بما يمكنها من تنفيذ خطتها التسويقية، وجذب أكبر عدد من السياح للمملكة. وقد تم زيادة المخصصات الترويجية لتصبح 37 مليون دينار لعامي 2015 و2016، أعدت الهيئة على إثرها خطة إستراتيجية للأعوام 2015-2017، اشتملت على العديد من الجوانب الرئيسية والمهمة التي تتواءم مع التوجهات السياحية العالمية والإستراتيجية الوطنية للسياحة، حيث جرى التركيز على استهداف شرائح سياحية، وتحفيز شركات الطيران العارض والمنخفض التكاليف لتسيير رحلات إلى الأردن، فضلاً عن التركيز في الإستراتيجية على التسويق الإلكتروني والترويج من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: الخطة الإستراتيجية 2012 والخطة الإستراتيجية 2015-2017

في ما يلي عرض لأهم السياسات والأهداف الإستراتيجية التي تضمنتها الخطة الإستراتيجية 2012 والخطة الإستراتيجية 2015-2017.

1. تعزيز وتطوير آليات وأدوات الترويج للمنتج السياحي الأردني بما يتناسب مع احتياجات الأسواق المختلفة للمساهمة في زيادة عدد السياح القادمين، وذلك من خلال:
 - تكثيف الحملات الترويجية التي تستهدف المستهلك مباشرة.
 - تكثيف استخدام أدوات التسويق الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي.
2. توسيع قاعدة قنوات التوزيع للمنتج السياحي الأردني من خلال العمل على:
 - استقطاب شركات الطيران العاملة في مجال الطيران العارض ومنخفض التكاليف.

- التعاون والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة لتطوير المنتجات السياحية المختلفة، والعمل على إطلاقها وتسويقها، وهي: سياحة المغامرة والبيئة، السياحة الدينية بشقيها المسيحية والإسلامية، سياحة الأعمال، والسياحة العلاجية.
- دخول أسواق جديدة مستهدفة، إضافة إلى تكثيف الترويج في عدد من الأسواق، مثل السوق الروسية، وأسواق أوروبا الشرقية، وكذلك السوق الإسكندنافية.
- تعزيز وجود الأردن في الأسواق الحالية من خلال تنفيذ نشاطات ترويجية من شأنها زيادة الوعي حول المنتج السياحي الأردني لدى مكاتب السياحة والسفر العالمية في تلك الأسواق.
- 3. تطوير عمل الهيئة في مجال البحوث والدراسات، حيث أضيف هذا الهدف الاستراتيجي ضمن الخطة الاستراتيجية للهيئة 2015-2017.
- 4. تعزيز الشراكات والعلاقات مع الجهات ذات العلاقة داخل الأردن وخارجه لتوحيد الجهود للترويج للمنتج السياحي الأردني.
- 5. تطوير الأداء المؤسسي لهيئة تنشيط السياحة، وذلك من خلال تعديل نظام الهيئة والتعليمات الصادرة بموجبه، وتطوير نظام الموارد البشرية (الهيكل التنظيمي، المسميات الوظيفية بما يتناسب مع الهيكل التنظيمي وطبيعة عمل الهيئة، وغيرها).

رابعاً: القوانين والأنظمة التي تحكم عمل القطاع السياحي

قامت الجهات الرسمية ممثلة بوزارة السياحة والآثار وبمشاركة جميع القطاعات السياحية بعملية مراجعة ودراسة للقوانين والأنظمة والتعليمات التي تحكم القطاع السياحي لتلبي الطموحات والاحتياجات لتطوير السياحة وتشجيعها وترويجها، وتعزيز الاستثمارات المتعلقة بها ليكون مساهماً في دعم الاقتصاد الوطني. وفي ما يلي عرض لأهم القوانين والأنظمة والتعليمات التي تحكم عمل القطاع السياحي:

1. قانون رقم (20) لسنة 1988 وتعديلاته (أحدث التعديلات: قانون معدل لقانون السياحة رقم (10) لسنة 2017).
2. نظام التنظيم الإداري لوزارة السياحة رقم (19) لسنة 2017.
3. نظام معدل لاتحاد الجمعيات السياحية رقم (94) لسنة 2015.
4. نظام المطاعم السياحية رقم (32) لسنة 2018.

5. نظام جمعية المطاعم السياحية الأردنية رقم (33) لسنة 2018.
6. نظام أدلاء السياح رقم (34) لسنة 1998.
7. نظام جمعية الأدلاء السياحية رقم (65) لسنة 1998.
8. نظام مكاتب شركات السياحة والسفر رقم (114) لسنة 2016.
9. نظام جمعية مكاتب وشركات السياحة والسفر الأردنية رقم (115) لسنة 2016.
10. نظام جمعية الفنادق الأردنية رقم (32) لسنة 1997.
11. نظام الحرف والصناعات التقليدية والشعبية والمتاجرة بها رقم (36) لسنة 2002.
12. نظام الجمعية الأردنية للحرف والصناعات التقليدية والشعبية وتجارها رقم (16) لسنة 2018.
13. نظام هيئة المغطس رقم (44) لسنة 2017.
14. نظام هيئة تنشيط السياحة رقم (79) لسنة 2007.
15. قانون حماية التراث العمراني والحضري رقم (5) لسنة 2005.
16. نظام رسوم الدخول إلى المتاحف والمواقع الأثرية رقم (40) لسنة 2002.
17. نظام إدارة المواقع السياحية (23) لسنة 2014.
18. نظام المنشآت الفندقية والسياحية رقم (7) لسنة 1997.

خامساً: عمليات المتابعة والتقييم لخطط عمل وزارة السياحة والآثار

وضعت الوزارة خطة عمل نفذت خلالها العديد من الأنشطة، واتخذت مجموعة من القرارات التي من شأنها تحقيق السياسات والأهداف الإستراتيجية بحسب كل ركيزة من ركائز الإستراتيجية الوطنية للسياحة.

في ما يتعلق بركيزة تطوير المنتج السياحي والإشراف المحكم على الموارد التراثية والأثرية، هناك عمل جاد ونتائج جيدة في ما يخص بند تحسين شبكة الطرق التي تخدم المسارات والمواقع السياحية وكذلك وضع اللوحات الإرشادية باللغتين العربية والإنجليزية، حيث أنجز عدد لا بأس به من المشاريع توزعت ما بين تطوير لمراكز الزوار وتجديدها وإنارة مواقع سياحية مثل قلعة الكرك وقلعة عجلون، وتوسعة خدمات وتطويرها، بالإضافة إلى تركيب كاميرات مراقبة في أهم المواقع السياحية. إلا أن هناك الكثير من العمل والمشاريع التي

يجب تنفيذها وتتعلق بالعديد من الطرق المؤدية للمواقع السياحية التي ما زالت تعاني من نقص في البنى التحتية واللوحات الإرشادية، خصوصاً أن السياحة الفردية تزداد بشكل ملحوظ، الأمر الذي يتطلب توفر لوحات إرشادية باللغتين العربية والإنجليزية لإرشاد السياح الأفراد إلى المواقع السياحية.

كذلك الأمر في ما يتعلق ببند الأنظمة والتعليمات الخاصة بالمعابر الحدودية، فقد جرى العمل بشكل مكثف ما بين الوزارة وائتلاف المبادرة النيابية لإعادة النظر في الإجراءات المعمول بها في المعابر الحدودية بعد حصرها، ومن ثم العمل على معالجة مواطن الخلل وإيجاد أفضل السبل والحلول، وذلك بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة مثل وزارة الداخلية، وإدارات المعابر الحدودية، وسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، ما أدى إلى الموافقة على العديد من القرارات المتعلقة بالجنسيات المقيدة، وتحسين إجراءات دخول السياح وخروجهم من المعابر الحدودية وتسهيلها.

واتخذت الحكومة عدداً من القرارات أهمها إلغاء رسوم الفيزا للسياح من الجنسيات جميعها القادمين إلى المملكة من خلال مكاتب السياحة والسفر الأردنية بصرف النظر إن كانوا أفراداً أو مجموعات، شريطة إقامتهم في المملكة لمدة ليلتين متتاليتين على الأقل، بالإضافة إلى إعفاء السياح القادمين بشكل فردي من رسوم الفيزا، شريطة إقامتهم في المملكة لمدة ثلاث ليالٍ متتالية على الأقل وشراؤهم للتذكرة الموحدة. كذلك خُفّضت اعتباراً من شهر حزيران 2016 رسوم الفيزا من 40 ديناراً إلى 10 دنانير، للسياح القادمين إلى المملكة من خلال المعابر البرية، شريطة إقامتهم في المملكة لمدة ثلاث ليالٍ متتالية على الأقل، بالإضافة إلى تنفيذ مشروع ركاب الترانزيت الهادف إلى استثمار فترة بقائهم في المطار من خلال تنظيم جولات سياحية لهم للاطلاع على المواقع السياحية في المناطق القريبة نسبياً من المطار.

وإيماناً بأهمية الوعي المجتمعي في القطاع السياحي، هناك جهود بذلت في هذا الجانب لتوعية المواطنين بشكل عام وطلبة المدارس بشكل خاص منذ المراحل الدراسية الأساسية بأهمية السياحة في تنمية المجتمع والدور الكبير الملقى على عاتق شرائح المجتمع كافة في الحفاظ على المواقع السياحية في نطاق بيئتهم المعتادة، وكيفية تعاملهم واحترامهم للسياح. وكذلك بالتعاون والتنسيق مع الجهات المعنية، وفي مقدمتها وزارة التربية والتعليم، التوصل إلى العديد من القرارات، أهمها العمل على تضمين المناهج الدراسية منذ المرحلة الأساسية مواد تعنى بالتوعية السياحية، حيث أن العمل جارٍ لتطبيق هذا القرار خلال الفترة القادمة، إضافة إلى دمج المجتمعات المحلية في عملية تطوير قطاع السياحة وتشجيعها على إقامة المشاريع الصغيرة. كما تم العمل على تأسيس عشرة أندية سياحية وبيئية في مدارس مختلفة، تهدف إلى عمل أنشطة تعريفية وتوعوية مختلفة بأهمية السياحة والمحافظلة

على المواقع السياحية، والتوجه لدراسة تخصص السياحة وفرص العمل المستقبلية في القطاع.

ومن الأنشطة التي تم العمل عليها أيضاً بشكل مكثف، تطوير منتج سياحة المغامرة والبيئة، حيث وضعت خطة عمل لهذا المنتج تُنفذ حالياً بالتعاون مع هيئة تنشيط السياحة، وقد اشتملت على استحداث مسارات جديدة وتطوير المسارات القائمة، وأهمها مسار درب الأردن الذي أطلق رسمياً عام 2017، ويمتد هذا المسار على مسافة 650 كيلو متراً من شمال المملكة بدءاً بمدينة أم قيس، وانتهاءً بمدينة العقبة في الجنوب، حيث يحصل المشاركون في هذا المسار على تجارب سياحية فريدة ومتنوعة من خلال مرورهم بالعديد من الأماكن السياحية، بالإضافة إلى خوض تجربة الاندماج بالمجتمعات المحلية والتعرف إلى العادات والتقاليد الأردنية الأصيلة. ويتيح استحداث هذا المسار وتطويره عوائد مادية للعائلات من خلال تقديم وجبات الطعام وأحياناً المنامة للمشاركين في المسار.

وعملت الوزارة أيضاً على مراقبة إجراءات السلامة والأمان لمحبي سياحة المغامرة في مناطق المملكة المختلفة من خلال تحديد الأودية والمناطق الخطرة، ووضع الشواخص التحذيرية. ودربت سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة 10 أشخاص من كوادر الدفاع المدني متخصصين بالإنقاذ وتسلق الجبال والأودية.

كذلك أطلقت الوزارة نظام تصنيف جديد لمنشآت الإيواء، والذي أعيد على ضوئه تصنيف جميع منشآت الإيواء (من نجمة واحدة إلى خمس نجوم) وذلك بالتعاون مع جمعية الفنادق.

هذا وتجدر الإشارة إلى أن هناك بعض بنود الخطة قد جرى العمل عليها جزئياً، وخصوصاً تلك المتعلقة بتنظيم إجراءات خدمات النقل البري والجوي والبحري، حيث أعفيت سيارات الدفع الرباعي العائدة للصندوق الهاشمي، والتي تُشغل في وادي رم من الرسوم الجمركية، وذلك بهدف تحسين نوعية السيارات التي تستخدم لنقل السياح، إلا أن سيارات الصندوق لم تُستخدم حتى تاريخه، نظراً لمعارضة أفراد المجتمع المحلي الذين يملكون سيارات خاصة يستخدمونها لنقل السياح.

أما بخصوص إلزام شركات النقل السياحي بتسيير حافلات بشكل منتظم إلى المواقع السياحية والأثرية المختلفة، فلم يُنفذ لعدم وجود مخصصات مالية، حيث أن هذا الإجراء مشروط بدعم الجمعيات السياحية. كذلك لم يُتخذ أي إجراء بموضوع السماح لمكاتب السياحة الوافدة باقتناء وسائل نقل، حيث نوقش من خلال لجنة السياحة وبإشراك القطاع الخاص والجمعيات السياحية المتخصصة، إلا أنه رُفض، ويعود سبب ذلك إلى أن نظام

النقل السياحي المتخصص رقم (82) لسنة 2012 ينص في المادة (3) منه على أنه «يشترط في مقدم طلب ترخيص مزاولة أعمال النقل السياحي المتخصص أن يكون مسجلاً شركة وفق أحكام قانون الشركات على أن تنحصر غاياتها في النقل السياحي المتخصص وأن لا يقل رأسمالها عن ثلاثة ملايين دينار».

وعملت الوزارة أيضاً بالتنسيق مع مديريات السياحة في المحافظات ومؤسسات المجتمع المحلي على إبراز ثقافة كل إقليم من خلال وضع روزنامة بقائمة المهرجانات والفعاليات التي يتم تنفيذها على مدار العام، والتي تشمل على عرض للمأكولات الشعبية والحرف اليدوية، وعرض مسرحيات هادفة وألعاب للأطفال وغيرها، حيث نُفذت 10 مهرجانات خلال عام 2017 في محافظات المملكة. وبالتنسيق مع هيئة الاستثمار، أعدت دراسات جدوى وخرائط استثمارية، من ضمنها الخرائط المتعلقة بالقطاع السياحي، حيث أطلقت في نهاية 2017، وحملت على موقع هيئة الاستثمار، في حين أن موضوع إعداد خرائط سياحية على مستوى كل إقليم لم يُعمل عليه جدياً، حيث تم أعدت فقط خريطة سياحية لمحافظة مادبا ومدينة السلط.

أما بنود خطة العمل التي لم يُتخذ أي إجراء بخصوص تنفيذها وتفعيلها، فهي تلك المتعلقة بتشديد الرقابة على أصحاب محلات الحرف اليدوية لتفعيل الالتزام بأن تكون 70% من المنتوجات المعروضة مصنوعة في الأردن. إذ بالرغم من إعداد خطة تنفيذية لذلك، فإن هذا الإجراء لم يُفعل، غير أن الوزارة وضعت بنوداً ضمن معايير تصنيف الفنادق من فئة 3-5 نجوم ينطوي على أن تكون المنتجات التي تباع داخل الفندق من منتجات البحر الميت وحرف ومنتجات محلية وذلك اعتباراً من بداية عام 2018.

أما في ما يتعلق بتطوير المواقع السياحية وإدارتها وتشغيلها ورفع مستوى الخدمات السياحية فيها، فقد أقر مجلس الوزراء نظام إدارة المواقع السياحية لسنة 2014، والذي يهدف إلى تنظيم إدارة المواقع السياحية والمحافظة عليها وتطويرها واستثمار مرافقها وإدامتها. وشكلت الوزارة لجنة تحت مسمى «إدارة المواقع السياحية» لتقوم برسم السياسة العامة لإدارة المواقع، بالإضافة إلى تطوير وتوفير الخدمات والمرافق الصحية النظيفة والصيانة على أن يتم إدارتها من قبل شركة مملوكة من القطاعين العام والخاص، ويعتبر إصدار هذا النظام إنجازاً، حيث من المؤمل وبعد السير بتطبيق بنوده أن يعالج النقص والمستوى المتردي للخدمات في مختلف المواقع السياحية. وسيُتاح المجال أمام القطاع الخاص لإدارة هذه المواقع وتشغيلها واستثمارها.

وأعدت الوزارة مسودة التعليمات العامة لتفعيل نظام إدارة المواقع ودور الشراكة مع القطاع الخاص في ما يتعلق بتطوير المواقع السياحية وتحسين الخدمات بما في ذلك البلديات ضمن

اتفاقيات مشتركة، لكن يجب الإسراع في إقرار هذه التعليمات خصوصاً أن النظام قد أقر منذ عام 2014. وأحيل أيضاً عطاء على شركة لتوريد أبنية جاهزة ووحدات صحية متنقلة وحاويات معدنية للمواقع السياحية والأثرية المختلفة، وهنا لا بد من التأكيد أن هذا الموضوع بحاجة إلى متابعة وتشديد مستمرين من قبل الوزارة لضمان قيام الشركة بالواجبات والمهام المناطة بها على أكمل وجه، وذلك لأهمية استدامة نظافة المواقع السياحية.

وجرى توقيع 91 عقد تشغيل في 28 موقعاً سياحياً لتشغيل الخدمات وإدارتها في المواقع السياحية من قبل أبناء المجتمعات المحلية والقطاع الخاص منذ عام 2014، بالإضافة إلى إحالة عطاءات لإدارة وتشغيل ستة مواقع سياحية في محافظات المملكة المختلفة. كذلك طُرح عطاء لنظافة المواقع وصالات العرض والمرافق التابعة لها، وتدريب كوادر الوزارة في المواقع السياحية، لكن لم تتم إحالة العطاء لغاية الآن. وأطلق أيضاً برنامج «الوجهة السياحية المميزة» ضمن برنامج تنافسي بين خمس مدن عام 2016، حيث فازت به مدينة السلط، وسيُعاد تنفيذ هذا البرنامج مرة كل سنتين. كما نُفذ مشروع السياحة المجتمعية في وسط مدينة السلط، والذي يتضمن استحداث مسارات سياحية ودعم مقدمي الخدمات السياحية الواقعة على طول المسار، واستكمال الخدمات اللازمة ضمن المسار، بالإضافة إلى توقيع اتفاقية فعاليات رياضة القوس والنشاب في أم قيس، وإعادة تفعيل عرض الجيش الروماني في مدينة جرش الأثرية.

وهناك أيضاً عمل جاد وملمس في ما يتعلق بتثقيف شرائح المجتمع كافة، وزيادة الوعي لديها بأهمية الحفاظ على نظافة المواقع السياحية والطرق المؤدية إليها والحرص على ديمومتها، حيث أطلقت الخطة الوطنية للتوعية السياحية للفترة 2017-2021. وتهدف الخطة إلى تعزيز وعي الأردنيين بأهمية القطاع السياحي ومشاركتهم في خلق بيئة سياحية متميزة، وتسييل الضوء على دور المواطن في الحفاظ على المواقع السياحية وإبقائها نظيفة، بالإضافة إلى خلق ثقافة سياحية إيجابية تمكن من الحفاظ على الموارد السياحية، وكذلك تعزيز التعليم ومناهجه ليصبح أداة مهمة من أدوات التوعية السياحية وغيرها. كما حددت الخطة الفئات المستهدفة والتي تقدر بحوالي ثلاثة ملايين شخص على مدار خمس سنوات، وهم: طلبة المدارس في المرحلة الأساسية والثانوية، طلبة الجامعات والكليات والمعاهد، الهيئات التدريسية، العاملون في القطاع السياحي، فئات المجتمعات المحلية المختلفة، وأصحاب المنشآت السياحية. واستخدمت الخطة لهذا الغرض قنوات التواصل الاجتماعي والحملات المناسبة لكل فئة مستهدفة. أما ما أنجز خلال عام 2017 وبحسب الخطة، فهو الآتي:

1. تشكيل لجنة توجيهية للإشراف على تنفيذ الخطة برئاسة الأمين العام وعضوية عدد من ممثلي الجمعيات السياحية، ووزارة التربية، ووزارة التعليم العالي، ووزارة البيئة،

والشرطة السياحية.

2. إعداد الأدوات المستخدمة في الحملات التوعوية وتوزيعها من مطبوعات وفيديوهات، بالإضافة إلى تفعيل الموقع الإلكتروني الخاص بالحملة ومواقع التواصل الاجتماعي.
3. تنفيذ حملة الهيئات التدريسية وصناع السياسات.
4. إقامة فعاليات طلابية بمشاركة مدارس خاصة وحكومية، ومراكز التدريب المهني والكليات والجامعات.
5. تنفيذ حملات توعية لأبناء المجتمع المحلي، بالإضافة إلى محاضرات ولقاءات إرشادية لأبناء المجتمعات المحلية عن صناديق التمويل والدعم الموجودة والجهات المانحة لإنشاء مشاريع جديدة.

بخصوص توجيه التميز وتحفيزه في القطاع السياحي من خلال المساهمة في خلق بيئة تشريعية وتنظيمية ورقابية منافسة وذلك بالعمل على مراجعة القوانين والأنظمة التي تحكم عمل القطاع وتعديلها، فقد عملت الوزارة على مراجعة التشريعات النازمة للقطاع، مثل قانون السياحة والمهن السياحية ومكاتب السياحة والسفر، حيث تم تعديل قانون السياحة عام 2017 (علماً أن تعديل قانون السياحة كان أحد الأهداف الإستراتيجية في الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2011-2015)، بالإضافة إلى تعديل نظام هيئة المغطس، ونظام التنظيم الإداري لوزارة السياحة والآثار، ونظام مكاتب السياحة والسفر، ونظام جمعية مكاتب السياحة، ونظام الجمعية الأردنية للحرف والصناعات التقليدية والشعبية وتجارها. وأقر مجلس الوزراء نظام المطاعم السياحية الأردنية لسنة 2018. كما صدرت تعليمات وثيقة تأمين المسافرين إلى خارج المملكة، وتعليمات أسس ترخيص مؤسسة الصناعات التقليدية وشروطها.

وتعكف الوزارة حالياً على إجراء حزمة من التعديلات على تشريعاتها، ومنها: نظام التنظيم الإداري للوزارة، ونظام أدلاء السياح، وجمعية أدلاء السياح، بالإضافة إلى إصدار نظام خاص بمهام وصلاحيات وحدة التوعية والتوجيه والرقابة المشتركة على المنشآت السياحية المعنية بالتفتيش على المنشآت السياحية.

وتمكنت الوزارة أيضاً من خلال مساعيها في أن تصبح عملية ترخيص المنشآت السياحية داخل المملكة وتنظيمها والإشراف عليها من مسؤوليات الوزارة فقط، بما في ذلك المنشآت الموجودة في العقبة والبتراء والبحر الميت وبقية المناطق التنموية. وقد ساعد هذا الإجراء في معالجة موضوع تداخل الصلاحيات وتضارب المصالح بين الجهات الحكومية المعنية بالقطاع. كما قرّر مجلس الوزراء إنشاء وحدة التوعية والتوجيه والرقابة المشتركة على المنشآت السياحية في

الوزارة. كذلك تم إنجاز دليل إجرائي لتزويد أصحاب المنشآت الفندقية والمطاعم السياحية بمعلومات توضيحية تتضمن أسس وآلية الرقابة والتفتيش على المنشآت السياحية. ويتيح هذا الدليل لأصحاب المنشآت السياحية إجراء تقييم ذاتي لمنشآتهم.

وطبقت الوزارة أيضاً فكرة التذكرة الموحدة لدخول المواقع الأثرية والسياحية بما فيها الدينية والمتاحف بواقع 100 دولار، ودخلت التعليمات المتعلقة بذلك حيز التنفيذ في 1 أيلول 2015. وتجدر الإشارة إلى أن عدد التذاكر التي تم شراؤها إلكترونياً لغاية تاريخه هو 90 ألف تذكرة، حققت ما قيمته 6.5 مليون دينار. ونظراً لازدياد عدد المسافرين بشكل فردي بعامة وللأردن بخاصة، فإننا نقترح عمل حملات تسويقية إلكترونية مختصة بالتذكرة الموحدة على مواقع الحجز العالمية التي يستخدمها الزوار المحتملون، ومنح جوائز لمكاتب السياحة التي تشتري عدداً كبيراً من التذاكر، وقد تكون هذه الجوائز من منتجات محلية، وبهذا نكون قد حققنا هدفين معاً؛ تحفيز المكاتب على شراء التذاكر، وتشجيع المنتجات المحلية والعمل على استدامتها.

أما بنود خطة العمل التي لم يتم اتخاذ أي إجراء بخصوص تنفيذها وتفعيلها، فهي تلك المتعلقة باعتبار السياحة الوافدة صناعة تصديرية بكل ما يتبع ذلك من تسهيلات ضريبية تفضيلية، حيث نُوقش هذا الموضوع مع وزارة المالية والوزارات المعنية الأخرى، ولم يكن هناك أي نتيجة لهذه النقاشات، علماً أن الحكومة اتخذت في وقت سابق قراراً بتطبيق التعرف الكهربي للصناعة على قطاع الفنادق، وذلك اعتباراً من 1 أيار 2015 وحتى نهاية عام 2016 فقط.

كذلك لم تتحقق أي نتائج إيجابية بخصوص توحيد ضريبة المبيعات المفروضة في المملكة أسوة بما هو معمول به في سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة وهيئة المناطق التنموية، على الرغم من المساعي الكبيرة التي بذلتها الوزارة لجعل الضريبة العامة المفروضة على خدمة الإيواء بواقع 8% بدلاً من 16%، نظراً للعجز الكبير في ميزانية الدولة.

كما لم تقم الوزارة بإنشاء وحدة خاصة معنية بمتابعة تنفيذ محاور الإستراتيجية، حيث اكتفت بإنشاء قسم الإستراتيجية الوطنية ضمن مديرية التطوير الإستراتيجي في الوزارة، علماً أن إنشاء تلك الوحدة كان أحد أهداف الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2011-2015.

وفي ما يتعلق بتعزيز السياحة المحلية والترويج لها، فقد أطلقت الوزارة الحملات الترويجية السنوية والمهرجانات المحلية المصممة لتناسب أذواق شرائح المجتمع المختلفة والفئات المستهدفة، مثل حملة «الأردن أحلى» منذ بداية عام 2017. وتهدف هذه الحملة إلى تنشيط السياحة الداخلية في العقبة، والبتراء، ووادي رم من خلال تنفيذ 10 برامج سياحية،

واستفاد من هذه الحملة 20 ألف مواطن خلال عام 2017، بالإضافة إلى إقامة 10 مهرجانات في معظم المحافظات. وتجدر الإشارة هنا إلى أن الوزارة وهيئة تنشيط السياحة قامتا بدعم هذه الحملة، وذلك لتشجيع المواطنين على زيارة المواقع السياحية، حيث وصلت نسبة الدعم إلى 40% من التكلفة الفعلية. هذا وتنوي الوزارة الاستمرار في تنفيذ هذه الحملة خلال عام 2018. وجدير بالذكر أن الأرقام التي حققتها الحملة خلال عام 2017 متواضعة جداً، ويجب العمل على زيادتها بشكل كبير خلال عام 2018 من خلال تكثيف الترويج لها باستخدام مختلف الأدوات التسويقية، ونخص هنا بالذكر وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها، بالإضافة إلى إقامة 12 مهرجاناً في المحافظات المختلفة. وتُعد إقامة هذه المهرجانات فرصة إيجابية لخلق فرص عمل وإن كانت موسمية، وتنشيط بيع المنتجات المحلية.

وبخصوص سياسة تطوير سوق العمل وزيادة التشغيل والعمل على مواءمة مخرجات التعليم ومتطلبات سوق العمل بالشكل الذي يلبي احتياجات القطاع المتنامية، فقد عملت الوزارة على إعداد برامج توعية لطلبة المدارس بهدف زيادة الوعي لديهم بأهمية السياحة والمحافظات على المواقع السياحية وتشجيعهم للعمل في القطاع السياحي. وتم أيضاً إطلاق مبادرة «مدرستي» بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم، حيث تم تأسيس أندية سياحية وبيئية في المدارس بهدف إقامة أنشطة تعريفية وتوعوية مختلفة للتعريف بأهمية السياحة والمحافظات على المواقع السياحية، وتشجيع الطلبة على دراسة التخصصات السياحية والعمل في هذا القطاع. هذا وقد بلغ عدد الطلبة الذين تم الالتقاء بهم وتوعيتهم حوالي 15,000 طالب مع الإشارة إلى أن العملية التوعوية التي بدأت منذ عام 2017 ستستمر لغاية 2021.

كذلك تم إطلاق حملة توعية تهدف إلى تشجيع الأردنيين على الانخراط في القطاع السياحي تحت عنوان «السياحة رأسمالنا»، وهي الأولى من نوعها، حيث تهدف إلى زرع «التوجهات الإيجابية» اتجاه المنتج السياحي بأنواعه المختلفة، وتعزيز روح الانتماء الوطني والفخر لدى الأردنيين اتجاه الثروة التراثية والسياحية، والتوعية بالأثر الإيجابي للسياحة. كما تهدف الحملة إلى تحقيق «التغيير السلوكي» لدى أفراد المجتمع المحلي. وقد تم إطلاق هذه الحملة من خلال شاشة التلفزيون الأردني وعلى مدار 15 حلقة، وينبغي أيضاً إيجاد قنوات أخرى لإطلاق حملات كهذه، مثل وسائل التواصل الاجتماعي.

وبالنظر إلى أن القطاع السياحي يعاني من عدم وجود عمالة محلية مدربة ومؤهلة، عملت الوزارة على إعداد برامج تدريبية لغايات التشغيل، وقد نفذت برنامجاً للتدريب والتشغيل في عجلون والطفيلة لـ 200 شخص في المنشآت السياحية خلال عامي 2016 و2017، بتمويل من صندوق التشغيل والتدريب والتعليم المهني والتقني، وتم كذلك إطلاق مشروع «الطرق

نحو المهنية» للأعوام 2016-2018 لتدريب العاملين في الفنادق على المعايير المهنية الحديثة، حيث يُمنح في نهاية التدريب الناجحون شهادات مهنية تؤهلهم للتدريب المتخصص. وقد بلغ عدد المشتركين في البرنامج 500 متدرب، تخرّج منهم 150 متدرباً. وتعدّ هذا الأرقام متواضعة جداً، حيث أن هناك حاجة إلى تدريب وتخرج المزيد من المشتركين من المحافظات المختلفة، خصوصاً في ظل الطلب الكبير على مؤهلين للعمل في القطاع السياحي، وذلك في ضوء زيادة عدد الفنادق ذات فئة خمس نجوم والديلوكس.

ونفذت الوزارة بالتعاون مع مركز تطوير الأعمال، وبتمويل من صندوق التشغيل والتدريب برنامج «بناء القدرات والشراكات المستدامة» في محافظة مادبا ومناطقها المختلفة، وتضمن البرنامج محور تدريب فني على الحرف اليدوية والتقليدية، وكذلك محور قيادة الأعمال وتطوير السلوكيات الريادية وإدارة المشاريع السياحية، بالإضافة إلى إقامة معرض لعرض المنتجات وتسويقها، وتشبيك المشاركين مع الشركات الكبرى. هذا وقد بلغ عدد المتدربين 200 شخص منهم 160 من الأناث، وجدير بالذكر أن 20% من المتدربين قاموا بفتح مجال خاصة بهم.

إن إلقاء نظرة على ما تم إنجازه من خطط عمل بخصوص سياسة تطوير سوق العمل وزيادة التشغيل، يُبين أن هناك حاجة ماسة إلى مزيد من البرامج التدريبية سواء للمتطلّين عن العمل أو طلبية المدارس والكلّيات والجامعات، وذلك لرفد السوق بالعدد الكافي من العمالة المدربة لإحلالها مكان العمالة الوافدة، وبالتالي التخفيف من نسب البطالة، وهذا ما جعل الوزارة تقوم بإنشاء قسم التشغيل والتدريب لمتابعة وتقييم خطط العمل في هذا الجانب، بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة. وستقوم الوزارة بتنفيذ البرنامج الوطني للتشغيل في القطاع السياحي بالتعاون مع وزارة العمل والجمعيات السياحية بهدف تمكين 5000 متعطّل وتشغيلهم في القطاع السياحي خلال السنوات الخمس القادمة.

سادساً: عمليات المتابعة والتقييم لخطط عمل هيئة تنشيط السياحة

سوف يتم التطرق في سياق هذه المراجعة إلى المنجز فقط من بنود خطط العمل المتعلقة بسياسات واستراتيجيات هيئة تنشيط السياحة، وذلك بناء على المعلومات التي وصلت من الهيئة.

ففي ما يتعلق بسياسة تعزيز وتطوير آليات وأدوات الترويج للمنتج السياحي الأردني بما يتناسب مع احتياجات الأسواق المختلفة للمساهمة في زيادة عدد السياح القادمين، فقد

عملت الهيئة 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 وإلكترونية من خلال المحطات التلفزيونية العالمية والعربية (MBC، CNN، OSN، العربية، الجزيرة، وناشونال جيوغرافيك). كما تم إعداد تقارير وتصويرها عن السياحة الطبية والعلاجية وسياحة المغامرة والسياحة العائلية بُثت على قناة العربية وMBC. وتم أيضاً العمل على استضافة إعلاميين من مختلف الأسواق المستهدفة وإعلاميين من محطات تلفزيونية عربية وعالمية لتغطية أهم الجوانب الثقافية والعادات الأردنية، حيث وصل عدد هذه الوفود الإعلامية في عام 2017 إلى 240 وفداً.

وكنفت الهيئة استخدام أدوات التسويق الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي من خلال إنتاج عدد من الأفلام نُشرت على مواقع التواصل الاجتماعي، وأكّدت هذه الأنشطة أن الأردن بلد ينعم بالأمن برغم الظروف السياسية الصعبة التي تشهدها المنطقة. وأطلقت الهيئة حملات على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، بالإضافة إلى استضافة أهم المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي، وتنفيذ العديد من الحملات على Expedia وKayak، والتي أدت إلى زيادة حجوزات الفنادق وعدد تذاكر السفر المباعة من العديد من الأسواق. أيضاً هناك زيادة مستمرة في عدد المتابعين على شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالهيئة. كما حازت الهيئة على عدد من الجوائز، هي: أفضل تطبيق إلكتروني للوجهات السياحية على مستوى الشرق الأوسط في القمة العالمية للحكومات التي أقيمت في دبي عام 2016، وجائزة أفضل حملة تسويقية على مستوى أوروبا وآسيا وإفريقيا (Best Display Campaign) من الشركة العالمية المختصة بالحجوزات (Expedia)، وذلك نتيجة الحملة الإلكترونية التي قامت بها الهيئة.

أما بخصوص سياسة توسيع قاعدة قنوات التوزيع للمنتج السياحي الأردني، فقد استقطبت الهيئة شركات الطيران العارض ومنخفض التكاليف لتشغيل رحلاتها إلى الأردن، وذلك من خلال العمل مع الجهات ذات العلاقة على إلغاء الضريبة الخاصة على تذاكر السفر (ضريبة المغادرة) لجميع السياح القادمين عبر الطيران العارض والمنخفض التكاليف عبر مطار الملك حسين الدولي في العقبة، وهو ما أدى إلى استقطاب 285 رحلة في عام 2017 حملت على متنها حوالي 46,751 راكباً مقارنة بـ 94 رحلة عام 2016 وعدد ركاب بلغ 23,760 من أسواق روسيا وأوكرانيا والدول الإسكندنافية ودبي (استهداف الأجانب المقيمين في دبي). وتشكل هذه الأرقام ما نسبته 34% من الرقم المستهدف والبالغ 136 ألف راكب سنوياً، وذلك بحسب الدراسة التي أعدت مسبقاً من قبل شركة زارا للاستثمارات وهيئة تنشيط السياحة.

وفُذت الهيئة حملات إعلانية خارجية في أهم المواقع ومحطات القطارات في الدنمارك، ستوكهولم، هلسينكي، وبروكسل، بالإضافة إلى حملات تسويق إلكتروني في أهم المواقع الإلكترونية المتخصصة للترويج للطيران العارض ومنخفض التكاليف. كما تمت المشاركة في كبرى المعارض المختصة بالطيران العارض والمنخفض التكاليف مثل: (Routes Europe، Routes World، Routes Asia)

وتم العمل أيضاً على تطوير وإطلاق منتج سياحة البيئة والمغامرة بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، ومن ثم تسويقه، حيث استحدثت الهيئة وحدة سياحة البيئة والمغامرة منذ عام 2017 لتعنى بالقضايا المتعلقة بهذا المنتج، ووضع خطة عمل لتطويره. كما تعمل الهيئة وبالتعاون مع وزارة السياحة على تطوير المسارات السياحية القائمة، واستحداث مسارات سياحية جديدة، وتسويق المسارات الجاهزة، مثل مسار درب الأردن الذي يُعدّ من أهم منتجات سياحة المغامرة. وتمكنت الهيئة من استقطاب العديد من المؤتمرات العالمية المتخصصة بسياحة البيئة والمغامرة، والتي ساهمت بوضع الأردن على خريطة سياحة المغامرة العالمية، حيث تم دعم وتنظيم مؤتمر سياحة المغامرة، والذي يُعدّ الأول من نوعه في المنطقة بمشاركة العديد من مكاتب السياحة والسفر العالمية المتخصصة بسياحة المغامرة. وتم أيضاً العمل على تنفيذ عدد من الحملات الترويجية المشتركة مع مكاتب السياحة تستهدف الفئات المهتمة بسياحة البيئة والمغامرة (حملات إعلانية خارجية، المواقع الإلكترونية المتخصصة)، بالإضافة إلى استضافة عدد من الوفود الاستطلاعية والإعلامية المختصة بسياحة البيئة والمغامرة من مكاتب سياحة وسفر، وناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي، ومحطات تلفزيون، وصحفيين لإطلاعهم على منتج سياحة البيئة والمغامرة في المملكة. كما شاركت الهيئة في المعارض السياحية المتخصصة بسياحة البيئة والمغامرة.

أما بخصوص منتج السياحة الدينية الإسلامية والمسيحية، فإن الهيئة تعمل حالياً بالتعاون مع مشروع تطوير السياحة المستدامة لتعزيز النمو الاقتصادي، الممول من الوكالة الأميركية للتنمية الدولية (BEST) على وضع خطة إستراتيجية لتطوير هذا المنتج وتسويقه. وفي الوقت نفسه، فقد تم استضافة العديد من رجال الدين المسيحي من إسبانيا والإمارات والولايات المتحدة ولبنان وفلسطين، وتنظيم زيارات ميدانية لأهم المواقع الدينية المسيحية، بالإضافة إلى استضافة عدد من مكاتب السياحة المختصة بالسياحة المسيحية لإطلاعهم على المنتج الديني في الأردن، وحثهم على وضع الأردن على برامجهم السياحية، وعقد ورش عمل لوكلاء السياحة ورجال الدين المسيحي في القاهرة والإسكندرية بحضور مكاتب السياحة والفنادق الأردنية لتعريفهم بالمنتج الديني الذي يزخر به الأردن. وينطبق الشيء نفسه على منتج السياحة الدينية الإسلامية، بالإضافة إلى التعاون المشترك مع

الخطوط الجوية التركية لتسويق الأردن كوجهة سياحية دينية إسلامية في أسواق ماليزيا وأندونيسيا.

وفي ما يتعلق بمنتج سياحة الأعمال والمؤتمرات والحوافز، فقد تم تطوير إستراتيجية خاصة بهذا المنتج للعمل على إطلاقه وتسويقه، وقدمت الهيئة الدعم لإقامة العديد من المؤتمرات العالمية والإقليمية، واشتمل هذا على مساندة لوجستية وتوفير مواصلات وتنظيم برامج سياحية للوفود المشاركة، بالإضافة إلى المشاركة في أهم المؤتمرات والمعارض المتخصصة بسياحة الأعمال.

وبخصوص السياحة العلاجية، فقد تم استحداث وحدة في الهيئة تعنى بوضع خطة للترويج للسياحة العلاجية بالتنسيق مع الجهات المعنية، وتحديداً مع جمعية المستشفيات الخاصة، حيث هناك تعاون وثيق ومستمر لتطوير هذا المنتج المهم والترويج له. كما إن هناك جهوداً تبذل من قبل وزارة السياحة وجمعية المستشفيات الخاصة لتسهيل دخول العديد من الجنسيات المقيدة إلى الأردن، مثل ليبيا واليمن والعراق وسوريا والدول الإفريقية مثل تشاد ونيجيريا. وتم أيضاً إطلاق بوابة الأردن الإلكترونية للسياحة العلاجية والاستشفائية بالتعاون مع شركة (Medx Jordan) التي ستستخدم كمنصة اتصال للمرضى والمسافرين الدوليين المهتمين بالعلاج الطبي خارج بلدانهم. وتهدف هذه المنصة إلى تسويق الأردن عالمياً ليصبح الوجهة الأولى للمرضى الباحثين عن علاج.

أما بالنسبة لدخول أسواق جديدة، فقد استهدفت الهيئة خلال السنوات الماضية العديد من الأسواق الواعدة وهي أسواق أندونيسيا، ماليزيا، الصين، كوريا الجنوبية، البرازيل، أستراليا، بالإضافة إلى السوق المصرية من بوابة الأشخاص المهتمين بالسياحة الدينية المسيحية. كما كُنفت الهيئة نشاطها التسويقي في السوق الروسية والإسكندنافية لجذب أكبر عدد من السياح من هذه الأسواق. وبالتوازي مع دخول أسواق جديدة، عززت الهيئة وجود الأردن في الأسواق الحالية من خلال تنفيذ أنشطة ترويجية من شأنها زيادة الوعي في هذه الأسواق حول المنتج السياحي الأردني لدى القطاع السياحي (مكاتب السياحة والسفر العالمية)، والمشاركة في أهم المعارض السياحية العالمية، حيث تشارك الهيئة عادة في حوالي 13 معرضاً سياحياً تقام في دول أوروبا وآسيا والولايات المتحدة ودبي، بالإضافة إلى تنظيم معارض سياحية متنقلة في الصين وبريطانيا ودبي وبرلين وفرنسا. وكذلك استضافة أكبر عدد من الإعلاميين والمدونين والمصورين وممثلي شركات السياحة ورجال الدين المسيحي من الأسواق الحالية والمستهدفة المختلفة.

سابعاً: قدرة القطاع السياحي على تطبيق الأهداف المعلنة

بداية لا بد من الإشارة إلى أن هناك العديد من الخبرات الطويلة والكفاءات في القطاعين العام والخاص التي يُعوّل عليها لتحقيق السياسات والأهداف الإستراتيجية، ولكن هناك العديد من العوامل التي حالت دون تحقيق بعض الأهداف الإستراتيجية المعلنة للقطاع السياحي، وأهمها: الأزمات السياسية التي تعصف بالمنطقة، احتكار الناقل الوطني لرحلات الطيران من العديد من الوجهات السياحية، وبالتالي ارتفاع سعر تذكرة الطيران التي تعتبر من أهم العوامل عند اختيار الوجهة السياحية المستهدفة، عدم إيلاء الحكومات المتعاقبة السياحة ودورها في رفد الاقتصاد الأهمية اللازمة من حيث التعديل المتكرر لوزراء السياحة، الأمر الذي يحول دون تحقيق الأهداف المرسومة والمرجوة طويلة الأمد، وخصوصاً تلك المتعلقة بتطوير المنتج السياحي، وتحسين الخدمات والمرافق السياحية، بالإضافة إلى عدم وجود حوافز حقيقية ومجزية لتشجيع الاستثمار في الأردن، وتحديدًا في مجال الفنادق ثلاث وأربع نجوم. وكذلك ضعف الموارد المالية المخصصة للقطاع السياحي، لا بل تذبذبها في كل عام، وعليه فإن هذه العوامل مجتمعة، قد أدت إلى عدم القدرة على تحقيق بعض الأهداف المرسومة كاملة.

ثامناً: نتائج السياسات والإستراتيجيات وخطط العمل المنبثقة عنهما

- هناك نتائج ملموسة لبعض السياسات والإستراتيجيات وخطط العمل المنبثقة عنها، أهمها:
1. عدد الأنظمة والتشريعات التي تمت مراجعتها وإصدارها، قد بلغ 10 من أصل 18، علماً أنه خلال الاجتماع مع ممثلي القطاع السياحي لغايات إعداد هذه المراجعة، كان هناك عدم رضا، وشكوى من أن القطاع مشرذم، وأنه لا يوجد تعاون وتنسيق بين الأطراف العاملة المختلفة في القطاع، وعزا هؤلاء سبب ذلك إلى القوانين البالية التي تحكم عمل القطاع السياحي، وطالبوا بضرورة تشكيل لجنة لمراجعة التشريعات الخاصة بالقطاع السياحي، وهذا يقودنا إلى التساؤل: ألم تكن هناك مشاركة للقطاع الخاص في تعديل قانون السياحة والأنظمة الأخرى التي صدرت؟
 2. عدد المشاريع المنجزة والمتعلقة بتطوير المنتج السياحي وتحسين الخدمات والمرافق في المواقع السياحية المختلفة. فقد تم إنجاز عدد لا بأس به من المشاريع وما زال العمل

جارياً لإنجاز المزيد، حيث هناك حاجة إلى الكثير من التطوير والتحسين، وخصوصاً ما يتعلق بالطرق المؤدية للمواقع السياحية والبنى التحتية واللوحات الإرشادية.

3. يُعدّ إصدار الخطة الوطنية للتوعية السياحية 2017-2021 أحد أهم المنجزات، حيث من المؤمل أن تكون نتائج تنفيذها واضحة وملموسة، وتحقق الأهداف المرسومة لها بزيادة الوعي لدى فئات المجتمع المحلي كافة ونشر الثقافة بأهمية السياحة والمحافظة على المواقع السياحية وغيرها، لكن يجب أن يكون هناك متابعة مستمرة للوقوف على تنفيذ بنود الخطة كما هو مخطط لها، بالإضافة إلى وضع مؤشرات قياس أداء على مستوى كل بند من بنود الخطة التنفيذية.

4. تطوير نظام إلكتروني للتذكرة الموحدة يتيح للسائح شراء التذكرة والدفع إلكترونياً. وربط هذا النظام مع الأنظمة الإلكترونية العاملة في المعابر الحدودية في المملكة، بالإضافة إلى أتمتة إجراءات التصنيف والترخيص الإلكتروني السياحي. كما بُدئ العمل على تطبيق النظام الإلكتروني للبرنامج الوطني لتطوير التفيتيش على الأعمال (الفنادق والمطاعم) وغيرها.

5. إن إصدار نظام إدارة المواقع السياحية خطوة إيجابية من شأنها تنظيم إدارة المواقع السياحية والمحافظة عليها وتطويرها واستثمار مرافقها وإدامتها. وأفسح هذا المجال لمشاركة القطاع الخاص في إدارة وتشغيل واستثمار هذه المواقع من منطلق تكاتف الجهود جميعها للمساهمة في تنمية القطاع السياحي.

6. تُعدّ هيئة تنشيط السياحة من الجهات السبّاقة على مستوى المنطقة في توظيف استخدام تكنولوجيا المعلومات في التسويق السياحي، حيث تخصص الهيئة جزءاً لا بأس به من موازنتها للتسويق الإلكتروني وعلى شبكات التواصل الاجتماعي، وفي استضافة مدونين مختصين بالسياحة من كل العالم.

7. إن استقطاب شركات الطيران العارض ومنخفض التكاليف لتشغيل رحلاتها إلى الأردن مهم جداً، الأمر الذي انعكس على زيادة أعداد السياح القادمين للمملكة، وكذلك زيادة الدخل السياحي، وتشغيل العديد من الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالقطاع السياحي، لكن يجب الحفاظ على استمرار هذه الشركات بتسيير رحلاتها للأردن.

تاسعاً: مدى التواءم والتكاملية بين السياسات والإستراتيجيات والخطط المنبثقة عنها

بعد الإطلاع على السياسات والإستراتيجيات التي زودتنا بها وزارة السياحة والآثار، وكذلك خطط العمل المنبثقة عن هذه السياسات، وُجد أن بعض هذه الخطط متواضعة ولا ترتقي للمستوى الذي من شأنه تحقيق السياسات والأهداف الطموحة، ففي ما يتعلق بتنظيم الإجراءات المتعلقة بالنقل البري والجوي والبحري، والتي من شأنها تطوير الخدمات المقدمة ورفع مستواها من قبل هذا القطاع الحيوي، فإن خطط العمل والأنشطة التي تم اتخاذها والعمل عليها بسيطة ولا تتناسب مع حجم هذا الهدف المهم، حيث يعتبر النقل بأنواعه كافة من أهم مرتكزات العملية السياحية، علماً أنه خلال الاجتماع مع المعنيين في القطاع السياحي ولأغراض إعداد هذه المراجعة، تقدموا بالعديد من الملاحظات والتي من شأنها النهوض بقطاع النقل السياحي، ومنها ضرورة شمول حافلات النقل السياحي بالإعفاءات الجمركية والضريبية المطبقة حالياً على حافلات النقل العام، ومنح شركات النقل السياحي المتخصص الإعفاءات الجمركية والضريبية لشراء حافلات جديدة عملاً بأحكام نظام الحوافز الاستثمارية.

كما إن هناك بعض السياسات والإستراتيجيات لم يرد لها أي خطة عمل أو إجراءات لتنفيذها، وقد يُعزى ذلك إلى عدم تحديث وثيقة خلاصة السياسات الإصلاحية التي أعدتها الوزارة بالتعاون مع ائتلاف المبادرة النيابية.

عاشراً: أسباب التوقف أو عدم تطبيق السياسات والإستراتيجيات والخطط المنبثقة عنهما

- العجز في الموازنة العامة ومحدودية المبالغ المخصصة لقطاع السياحة، ما يؤدي إلى:
- 1. صعوبة تخفيض نسبة الضرائب المفروضة على الخدمات السياحية المختلفة، الأمر الذي يرفع تكلفة البرامج السياحية للأردن مقارنة بدول الجوار، وبالتالي صعوبة المنافسة لاستقطاب أكبر عدد من السياح.
- 2. الإعفاءات المقدمة في مجال الاستثمار السياحي محدودة جداً وغير جاذبة للاستثمارات المحلية والخارجية، وقد أدى هذا إلى تدني نسبة الاستثمارات السياحية إلا في مجالات محدودة كمنشآت الإيواء.

3. المبالغ المخصصة لتطوير البنية التحتية غير كافية، وبالتالي يتم التركيز على الأماكن السياحية الرئيسية على حساب المواقع السياحية الأخرى أو التي هي بحاجة إلى تطوير شامل.
4. ضعف الحملات الترويجية في الأسواق العالمية، وكذلك عدم الاستمرار في تنفيذ بعض الحملات ذات النتائج الإيجابية، وينجم عن ذلك غياب الأردن عن الخريطة السياحية العالمية في كثير من الأسواق المستهدفة.
- إن البيئة التشريعية والتنظيمية والرقابية التي تعنى بالقطاع السياحي لا تتفق ومتطلبات القطاع السياحي، بالإضافة إلى البطء في مراجعة وإصدار هذه التشريعات، مثال ذلك، قانون النقل السياحي والجنسيات المقيدة، وكذلك عدم تطبيق سياسة الأجواء المفتوحة وغيرها التي يتمخض عنها عدم تطبيق خطط العمل المنبثقة عن بعض السياسات والاستراتيجيات.
 - إن التشاركية مع بعض الجهات الرسمية يحول دون تنفيذ بعض السياسات والإستراتيجيات أو تأخير تنفيذها، إلا أن الوزارة تعي هذا الموضوع، وقد وضعت ضمن سياساتها الرئيسية «إحكام أسس العملية التشاركية مع الجهات الحكومية التي تتقاطع مسؤولياتها مع مسؤوليات وزارة السياحة والآثار».
 - تشرذم العلاقة ما بين الوزارة وهيئة تنشيط السياحة من جهة، وما بينهما وبين القطاع السياحي الخاص من جهة أخرى، حيث أن الوزارة والهيئة تعولان على القطاع السياحي في ترويج الأردن كوجهة سياحية منفردة، وتضمن مواقع سياحية ثانوية، وإضافة تجارب سياحية ذات طابع محلي ضمن برامجها، وإطالة مدة إقامة السائح. وفي المقابل، فإن القطاع الخاص يرى أن على الوزارة والهيئة واجب القيام بالعديد من الإجراءات الضرورية، مثل: رفع القيود عن بعض الجنسيات المقيدة، تخفيف العبء الضريبي على الخدمات السياحية المختلفة، تجهيز المواقع السياحية بالخدمات الأساسية، زيادة مخصصات الترويج للوصول إلى أسواق جديدة مستهدفة، تخفيض تكاليف النقل البري، إيجاد حلول لمحدودية رحلات الطيران من بعض الدول، بالإضافة إلى توفير رحلات طيران من الوجهات السياحية المستهدفة.

حادي عشر: مواطن الضعف أو الخلل وأسبابه في السياسات والإستراتيجيات والخطط المنبثقة عنهما

- بالرغم من أن الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2017-2020 هي المظلة الأساسية والناظمة لعمل القطاع السياحي بشقيه العام والخاص، إلا أنه لم يُشرك القطاع السياحي في إعدادها، وتم الاعتماد فقط على دور بعض الجهات المانحة والمجتمع المحلي للحصول على التغذية الراجعة منهما، ما سيؤدي إلى اتساع الفجوة ما بين الوزارة والقطاع الخاص، وبالتالي صعوبة تنفيذ بنود الإستراتيجية للمرحلة القادمة، وخصوصاً المتعلقة بدور القطاع الخاص، علماً أن الوزارة وضعت كأحد أهدافها الإستراتيجية «الاستمرار في تمكين القطاع الخاص من أن يلعب دوراً محورياً في خطة وزارة السياحة والآثار التنفيذية المنبثقة عن الإستراتيجية الوطنية للسياحة، وتحديد فرص استثمارية في القطاع السياحي ودعم القطاع الخاص في عملية تنفيذها».
- على الرغم من أن الإستراتيجية الوطنية للسياحة تستهدف الفترة من عام 2017 وحتى عام 2020، إلا أنها لم تقر بعد بشكلها النهائي ما يعيق تحقيق أهدافها بالشكل المأمول.
- لا يوجد متابعة مستمرة لتنفيذ خطط العمل التي تحقق السياسات والأهداف المرسومة، حيث تتسم الإجراءات بالعشوائية دون الالتزام بمؤشرات قياس وجدول زمني محدد.
- عدم تضمين موضوع إدارة الأزمات في قائمة السياسات والأهداف الإستراتيجية للوزارة، حيث تعتبر ذات أهمية قصوى وخصوصاً في ضوء التوجه الكبير لتطوير سياحة المغامرة والتي تعتبر من أكثر أنواع السياحة عرضة للمخاطر والحوادث، حيث لا يكاد أي مقصد سياحي أن يخلو من الحوادث المختلفة التي يتعرض لها السياح سواء من فعل البشر أو نتيجة لكوارث طبيعية.

ثاني عشر: أبرز المعوقات التي واجهت السياسات والإستراتيجيات والخطط المنبثقة عنهما

- ضعف الموارد المالية المخصصة للقطاع السياحي، وبالتالي عدم إمكانية تنفيذ العديد من الخطط المتعلقة بالبنية التحتية وتطوير المواقع والتررويج السياحي وغيرها.
- هناك عدد من السياسات لم تُنفذ نتيجة لعجز الموازنة العامة للدولة.



- عدم مواءمة بعض الأنظمة والتعليمات التي تحكم عمل بعض الجهات المرتبط عملها بقطاع السياحة (الجهات التشاركية)، وبالتالي عدم إمكانية تنفيذ بعض السياسات والإستراتيجيات، وكذلك تداخل الصلاحيات ما بين الوزارات والمؤسسات المختلفة.

التوصيات والحلول لنتائج التقييم

- تشكيل لجنة مختصة تضم ممثلين عن القطاعين العام والخاص لمراجعة وتطوير الخطط الحالية، ووضع خطط عمل جديدة إن اقتضت الحاجة، بحيث تحاكي المتطلبات والأولويات للأهداف الإستراتيجية، بالإضافة إلى مراقبة تنفيذ هذه الخطط وقياس نتائجها بشكل ربعي للوقوف على تنفيذها أو معالجة المعوقات في حال عدم الالتزام بتنفيذها.
- ضرورة إيجاد آلية لتطوير وتحديث حافلات النقل السياحي المتخصص التي يزيد عمرها التشغيلي عن 10 سنوات، وغيرها من القضايا الملحة، مثل شمول حافلات النقل السياحي بالإعفاءات الجمركية والضريبية المطبقة حالياً على حافلات النقل العام، وأيضاً منح شركات النقل السياحي المتخصص الإعفاءات الجمركية والضريبية لشراء حافلات جديدة عملاً بأحكام نظام الحوافز الاستثمارية، والعمل على إنهاء احتكار شركات النقل السياحي، ووضع أنظمة تسمح لمن يستطيع من مكاتب السياحة والسفر اقتناء باصات حديثة.
- تحديد شخص مسؤول عن الاستثمار السياحي يكون دوره تعريف المستثمرين المحتملين بالفرص الاستثمارية، والحوافز الممنوحة، ويعمل كحلقة وصل ما بين المستثمر من جهة والوزارة وهيئة الاستثمار من جهة أخرى.
- ضرورة وضع خطة عمل وبرامج خاصة لترجمة أهداف نظام إدارة المواقع السياحية ومتابعة تنفيذه، بحيث تكون هذه الخطة متضمنة أدوات قياس وجدول زمني محدد ومراقبة دورية من قبل الوزارة حول أداء القطاع الخاص.
- وضع أنظمة لمراقبة أداء الفعاليات العاملة في القطاع السياحي تكفل تطبيق أعلى معايير الصحة والسلامة العامة وحماية السياح، للارتقاء بجودة الخدمات المقدمة لهم وتشديد فرض العقوبات في حال وجود مخالفات، وذلك لأهمية هذا الموضوع وحساسيته، خصوصاً في ظل استخدام السياح المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي لمشاركة تجاربهم، حيث أن أي تجربة سيئة يحصل عليها السائح، يقوم بمشاركتها فوراً على هذه الشبكات، وهذا

من شأنه أن يؤثر سلبياً على سمعة الأردن السياحية وصورته، علماً أن الوزارة قد نفذت العديد من الإجراءات في ما يتعلق بأتمتة إجراءات التصنيف والترخيص الإلكتروني السياحي. كما بُدئ العمل على تطبيق النظام الإلكتروني للبرنامج الوطني لتطوير التفتيش على الأعمال (الفنادق والمطاعم).

- مراجعة وتفعيل خطة إدارة الأزمات الحالية التي وضعها خبير منظمة السياحة العالمية، وذلك خلال الاجتماع مع المعنيين من الوزارات والمؤسسات المختلفة، لتطويرها ووضعها قيد التنفيذ في حال دعت الحاجة إليها.

- هناك حاجة ملحة لتنمية الموارد البشرية في المجال السياحي والفندقي، بحيث يتم تأهيل الشباب الراغبين في العمل بهذا المجال وتدريبهم، علماً أن هناك ثلاثة مستويات من التدريب والتعليم السياحي والفندقي في الأردن، هي: التعليم الفندقي في مؤسسة التدريب المهني، حيث يستمر البرنامج 12 شهراً، ويتوزع على فترتين؛ الأولى نظرية في مراكز التدريب، والثانية تدريب عملي في الفنادق، والتعليم السياحي والفندقي في المرحلة الثانوية، حيث بلغ عدد الملتحقين في هذه المرحلة في العام الدراسي 2015/2016 حوالي 682 طالباً، يشكلون ما نسبته 32% من مجموع الملتحقين بالتعليم المهني، بالإضافة إلى التعليم السياحي والفندقي في كليات المجتمع والجامعات الأردنية. وعليه لا بد من وضع خطة عمل لتدريب وتشغيل الأيدي العاملة المحلية بالتنسيق مع الجهات المعنية في القطاعين العام والخاص، بحيث تحقق هذه الخطة أيضاً الهدف الذي تضمنه البرنامج الوطني للتشغيل في القطاع السياحي، وهو تمكين 5000 شخص متعطل عن العمل وتشغيلهم في القطاع السياحي خلال السنوات الخمس القادمة، بالإضافة إلى تضمين الخطة بنوداً وأنشطة من شأنها رفع مشاركة المرأة في القطاع السياحي.

- ضرورة إيجاد جهات داعمة ومصادر تمويل خارجية وبيوت خبرة لتنفيذ مشاريع البنية التحتية وتطوير المنتجات السياحية ذات الميزة التنافسية بالنسبة للأردن، حيث أن هذا الجانب بحاجة إلى الكثير من التطوير والتحسين.

- أن تكون أولوية الترويج السياحي هي الوصول بالأردن إلى أن يصبح مقصداً سياحياً (Destination)، بحيث يتم الاستعانة بخبراء محليين ودوليين يتمتعون برؤية واضحة المعالم ومحددة الأهداف لوضع إستراتيجية للمرحلة القادمة، ورصد موازنة محددة يلتزم بتنفيذها الوزراء المتعاقبون دون المساس بأي من بنودها مهما كانت الأسباب، وإعداد البنية التحتية، وتوفير المتطلبات اللازمة للأسواق المنوي استهدافها، وتشكيل لجنة مسؤولة عن تقييم الأداء كل ثلاثة أشهر.

- رفد هيئة تنشيط السياحة بالكفاءات اللازمة التي تتناسب مع المرحلة الراهنة والمرحلة القادمة.
- الاستمرار في تقديم الحوافز لشركات الطيران العارض والمنخفض التكاليف، لتشجيعها على تسيير رحلات للأردن وخصوصاً في ضوء استمرار محدودية رحلات الطيران المنتظم من بعض الوجهات السياحية، وبالتالي ارتفاع أسعار تذاكر السفر من هذه الوجهات، وكذلك عدم وجود رحلات طيران من وجهات سياحية مستهدفة، الأمر الذي يحتم ضرورة الاستمرار في استقطاب المزيد من شركات الطيران العارض والمنخفض التكاليف.
- وضع إستراتيجية تسويقية موحدة لتسويق الأردن كوجهة سياحية طبية علاجية، ووضع برامج وخطط تسويقية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والأدوات التسويقية كافة، وذلك بالتنسيق ما بين هيئة تنشيط السياحة وجمعية المستشفيات الخاصة، بالإضافة إلى ضرورة التنسيق لرصد مخصصات مالية للترويج للسياحة العلاجية كباقي أنواع السياحات الأخرى، الأمر الذي سيتيح المجال أمام هيئة تنشيط السياحة لترويج هذا المنتج المهم.
- ضرورة دراسة موضوع الجنسيات المقيدة ووضع تعليمات واضحة ومحددة لحل هذا الموضوع بشكل جذري وذلك لاستقطاب أكبر عدد من السياح، وإيقاف التراجع في أعداد المرضى الوافدين خلال السنتين الماضيتين من ليبيا واليمن والعراق وسوريا والدول الإفريقية مثل تشاد ونيجيريا. مع مراعاة المصلحة الأمنية للدولة.
- الإسراع بإقرار قانون المسؤولية الطبية والصحية.
- ضرورة التأكيد على دقة البيانات الإحصائية الصادرة بخصوص عدد السياح وإنفاقهم في المملكة والغرض من زيارتهم وغيرها العديد من المؤشرات. وهنا يجب التأكيد على ضرورة إجراء تحليل شامل لنتائج مسح القادمين والمغادرين الذي نفذته دائرة الإحصاءات العامة ووزارة السياحة خلال عامي 2016 و2017، والذي اشتمل على العديد من المؤشرات التي من شأنها الوقوف على خصائص السياح القادمين للمملكة وتوجهاتهم، وبما يمكن المعنيين من وضع إستراتيجيات مبنية على معلومات صحيحة ودقيقة.
- العمل على تذليل الصعوبات التي تواجه تنفيذ المشاريع الاستثمارية ومشاريع استخدام الطاقة المتجددة، خصوصاً ما يتعلق بالقوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار وتحفيزه والحصول على الموافقات والتراخيص.
- تقديم حوافز تشجيعية للمنشآت السياحية التي تقوم باستخدام مصادر الطاقة المتجددة في تسيير أعمالها، ما يخفف تكلفة استخدامها للطاقة، وبالتالي انعكاس ذلك

على انخفاض الأسعار المقدمة للسياح.

- خفض الضرائب على القطاع بشكل عام حتى ينعكس على التنافسية مع دول الجوار.
- دعوة وزارة السياحة بالتعاون مع الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص، بتوفير أسعار تفضيلية لأبناء الأردن، وذلك بهدف تحفيز السياحة المحلية، وعدم اقتصرها على فترة حملة «الأردن أحلى»، أو على الأقل مساواة السائح الأردني بالسائح الأجنبي لأن المعمول به حالياً هو أن الأسعار المقدمة للأردني أكبر بكثير من تلك المقدمة للسائح الأجنبي.
- العمل الجاد من قبل وزارة السياحة لتنفيذ مبدأ التشابك والتشارك الإيجابي بين القطاعين العام والخاص الذي لديه خبرات طويلة تثري عمل القطاع العام بعيداً عن المحسوبية والمصالح الضيقة.
- ضرورة العمل على تنفيذ دراسة لقياس العائد على الاستثمار في المنشآت السياحية التي استفادت من نظام الحوافز الاستثمارية، وللوقوف على مدى الاستفادة من هذا النظام.
- ضرورة تشكيل لجنة لمراقبة الجودة (Quality Control Committee) مختصة لتقييم كل مكونات التجربة السياحية التي يمر بها السائح منذ لحظة وصوله ولغاية مغادرته المملكة، بحيث تقدم هذه اللجنة توصياتها لوزارة السياحة بشكل ربع سنوي لتقوم بدورها بدراسة مدى إمكانية تطبيقها مع الجهات المختلفة ذات العلاقة.
- هذا وتجدر الإشارة إلى أن المجلس الاقتصادي والاجتماعي قد دعا إلى اجتماع بتاريخ 25 تموز من عام 2018، ضم خبراء ومختصين في القطاع السياحي، وذلك لمناقشة تقرير حالة البلاد المتعلق بقطاع السياحة، حيث انبثق عن الاجتماع العديد من التوصيات، وذلك على النحو التالي:
- هناك حاجة ملحة بأن يكون لدينا إرادة سياسية حقيقية من رأس الدولة والحكومة تؤمن بأهمية القطاع السياحي ودوره في رفد الاقتصاد وتقديم الدعم له بشكل دائم.
- يجب العمل على تنفيذ دراسة أثر (Impact Study) للقرارات الصغيرة والكبيرة كافة المتعلقة بالقطاع السياحي، لتكون القرارات والإستراتيجيات مبنية على معلومات وبيانات دقيقة.
- ضرورة تعزيز التربية والثقافة السياحية بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم، وخاصة عند عمل الإستراتيجيات، والابتعاد عن الطريقة التقليدية السائدة، بالإضافة إلى تضمين السياحة الداخلية في برامج مؤسسات الدولة كافة بما فيها المدارس.

- ضرورة عمل دراسات أنثروبولوجية ثقافية اجتماعية لفهم الشخصية الأردنية وتفعيلها، فهناك هوة ما بين المجتمع المحلي ومنظومة السياحة.
- ضرورة العمل الوطيد لتدريب المجتمعات المحلية على أفضل مبادئ الإدارة للمشاريع الصغرى والمتوسطة، وذلك عن طريق إنشاء حاضنة من القطاع الخاص تعمل على أسس الرأسمال المغامر لضمان نسبة نجاح مقبولة لمثل هذه المشاريع وتوسعها لتوفير أكبر عدد من فرص العمل، وذلك انطلاقاً من دور هذه المجتمعات في تنمية السياحة، وتعظيم المردود الاقتصادي للمجتمعات المحيطة، بالإضافة إلى تمكين المجتمعات المحلية من إدارة المواقع السياحية والأثرية وتشغيلها.
- توفير مرافق وخدمات سياحية لشرائح المجتمع الأردني كافة، وذلك بتقديم حوافز ضريبية لسنوات عديدة، وتأجير الأراضي والمواقع السياحية المملوكة للدولة والصالحة لجذب السياح بمبالغ زهيدة، وتوفير الخدمات والبنية التحتية اللازمة في هذه المواقع.
- تفعيل الإعلام السياحي ودوره، وتوخي الحذر في حال نشر أي خبر أو تغطية أي حدث يحصل في البلد، لأننا نتوسط منطقة متوترة وتشهد اضطرابات، وخصوصاً في ظل تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ما يعني سرعة نشر الأخبار والأحداث سواء كانت إيجابية أم سلبية.
- تضمين موضوع الأمن السياحي في إستراتيجية القطاع السياحي وذلك لأهميته، وحتى تتمكن الشرطة السياحية من تحديد الاحتياجات الأمنية المتعلقة بالسياحة ووضع خطة تنفيذية قادرة على تحقيق الأهداف التشغيلية لقطاع السياحة.
- ضرورة وضع شروط وأحكام من قبل وزارة النقل بالتنسيق مع وزارة السياحة والآثار والمؤسسات التابعة لها، تُحدّد من خلالها الحقوق والواجبات للمسافر الأردني على رحلات الطيران العارض، سواء حُجزت الرحلة مباشرة مع شركة الطيران العارض أو عن طريق رحلات تنظمها شركات السياحة والسفر المصنفة من قبل وزارة السياحة الآثار كسياحة صادرة، وذلك في حال تأخر الرحلات لمدة تزيد على حد أدنى مقبول أو إلغاء الرحلة لأسباب غير الظروف القاهرة، وذلك للحفاظ على حقوق المسافر الأردني وتفادي الخسائر المادية والمعنوية بسبب هذه الأخطاء التي كثر في الآونة الأخيرة.
- صياغة قانون سياحة جديد مع الأنظمة الصادرة عنه، والابتعاد عن النهج المتبع خلال العقدين الماضيين بإدخال تعديلات بسيطة على القانون القديم، حيث أن الوضع الحالي لا يتناغم مع المتغيرات التي طرأت على هذه الصناعة، على أن تشترك القطاعات المؤثرة كافة في هذه الصناعة في صياغة القانون الجديد.

- الإصرار على السماح لشركات السياحة الوافدة امتلاك مركبات خاصة بها.
- إعادة النظر في نظام هيئة تنشيط السياحة، بحيث يتم الأخذ بعين الاعتبار الأمور التالية:
 - أ. إشراك جميع القطاعات السياحية كافة التي تستفيد من نشاطات الهيئة لعضويتها، ومساهمة هذه القطاعات بميزانياتها عن طريق دفع اشتراكات أسوة بالفنادق وشركات السياحة الوافدة وشركات النقل الجوي والبري.
 - ب. إعادة هيكلة مجلس الإدارة بزيادة عدد أعضائه وتخصيص مقعد لكل من جمعية المطاعم السياحية وجمعية المستشفيات الخاصة.
 - ت. انتخاب نائب لرئيس مجلس الإدارة من القطاع الخاص، وهنا تجدر الإشارة إلى أنه من الضروري عدم اعتبار الشركات التي تمتلك الحكومة نسبة تزيد على 25% من رأسمالها أو التي يوجد حقوق للحكومة في إدارتها (مثل تعيين أعضاء في مجلس إدارتها أو في الصف الأول من مراكز الإدارة) ممثلة للقطاع الخاص.
 - ث- أن ينحصر مركز رئيس مجلس الإدارة بأمين عام وزارة السياحة والآثار وعضو ممثل عن القطاع الخاص بالتناوب كل عام، حيث أن حصر الرئاسة بوزير السياحة والآثار يعني بديهياً أن الوزير بصفته ممثلاً السلطة العليا، لن يتمكن من التجرد بأخذ قرار ما في حال وجب محاسبة مجلس إدارة الهيئة على أي خطأ أو سوء استعمال صلاحية لا سمح الله.
- إعادة النظر في الهيكل التنظيمي للهيئة في أوجهه كافة، ووضع أسس واضحة تُتبع في حالات تعيين موظفين أو إلحاقهم في وظائف في المكاتب التابعة للهيئة خارج الأردن، وتضمن اختيار الأفضل من شرائح المجتمع كافة، بغية الحد من «الواسطة»، وذلك تمشياً مع سياسة الحكومات المتعاقبة.
- يجب أن ينحصر دور هيئة تنشيط السياحة بالتسويق والترويج للمنتج السياحي الأردني في أنحاء العالم كافة، والامتناع عن استعمال أي من مواردها المادية لدعم أنشطة تحت غطاء تنويع أو دعم المنتج السياحي داخل الأردن، فهذا النشاط مسؤولية مشتركة لوزارة السياحة والآثار والقطاع الخاص.
- استحداث دوائر مؤهلة للتسويق والترويج في المنشآت السياحية كلها مثل الفنادق، وشركات النقل السياحي المتخصص، والمطاعم، وعدم الاعتماد حصرياً على هيئة تنشيط السياحة للترويج.
- العمل على صياغة قانون غرفة السياحة تشترك فيه القطاعات السياحية كافة، بحيث

يتكون المجلس التنفيذي للغرفة من مجالس إدارة الجمعيات المؤسسة بموجب قانون السياحة، ومجلس إدارة يضم بعضويته ممثلاً واحداً عن كل جمعية، وينتخب رئيسه من بين أعضائه بالتناوب لفترة سنتين. وذلك لتقوية اللحمة بين العاملين كافة في هذه الصناعة وضمان ديمومتها.

- العمل على تقليص الفجوة بين جانبي الطلب والعرض في قطاع المطاعم السياحية، لأن ما يتم تخريجه إلى سوق العمل لا يسد الاحتياجات، حيث أن هناك نقصاً في العمالة المدربة والمؤهلة، والتي تشكل تحدياً كبيراً في قطاع السياحة بشكل عام والمطاعم السياحية بشكل خاص، وذلك نتيجة الدوران الوظيفي الكبير، وانتقال العمال من قطاع المطاعم إلى الفنادق أو إلى العمل خارج الأردن أو إلى العمل الحكومي، وبالتالي لا بد من الاستعانة بالعمالة الوافدة لبعض المهن المتخصصة. من هنا لا بد من تعزيز الموارد البشرية من حيث توجيه الجهود نحو تعيين الكوادر المؤهلة ابتداءً وتدريبها في مفاصل السياحة كافة ومكوناتها.

- توجيه المعنيين في الحكومة نحو الاستفادة من الصناديق الرسمية، مثل صندوق الاستثمار في الضمان الاجتماعي، وصندوق التشغيل والتدريب المهني والتقني، في مشاريع التدريب على المهن السياحية، وخصوصاً في المحافظات، وتشجيع الشباب على تجاوز ثقافة العيب.

- تفعيل مراكز البحث في المؤسسات التعليمية للقيام بأدوارها بشكل كامل في هذا المجال.

- تفعيل دور الجهات والقطاعات والفعاليات التي تتقاطع أدوارها مع القطاع السياحي، مثل طوائف الكنائس المسيحية ووزارات الأوقاف في الدول الإسلامية.

- ضرورة توحيد الجهود التسويقية، حيث لا يوجد إستراتيجية موحدة للسياحة؛ فهناك إستراتيجية خاصة بسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، وأخرى خاصة بسلطة إقليم البترا التنموي السياحي، لا بل إن سلطات هذه المناطق تدير هذه المواقع، وتنفذ إستراتيجياتها التسويقية بمعزل عن وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة.

- التركيز على آليات التسعير كأحد أهم عناصر المزيج التسويقي، وبهدف زيادة تدفق السياح للمملكة.

- إشراك الجمعيات السياحية المهنية بشكل أكبر في مناقشة إستراتيجية السياحة ووضع الخطط التنفيذية.

- الاهتمام أكثر بالمرافق الصحية والخدمات المكتملة للتجربة السياحية، حيث أن الوضع

الحالي للخدمات السياحية في تراجع كبير من حيث النقل والتنقل، وتراكم النفايات. وهناك أيضاً تراجع في مستوى الإدارة في المواقع السياحية المختلفة، وفي مستوى البنية التحتية والخدمات.

- زيادة أنشطة ما بعد الزيارة للمواقع السياحية، وخصوصاً في البترا والبحر الميت والعقبة من خلال القيام بأنشطة وفعاليات تتواءم مع الثقافة المحلية، وتثري تجربة السائح.
- ضرورة إقناع الحكومة (من خلال تقديم عرض يتضمن أهمية قطاع السياحة ودوره في دفع عجلة التنمية الاقتصادية) لتطبيق التوصيات كافة الواردة في تقرير حالة البلاد بشأن مراجعة قطاع السياحة، والتوصيات التي طرحها المختصون والخبراء في القطاع السياحي خلال المناقشات لهذه المراجعة.

