

الإستراتيجية الوطنية للسياحة في الأردن 2025 – 2021

استراتيجية تتسجم مع الأهداف والحاجات
وتتكيف مع الظروف المستجدة





" النمو في القطاع السياحي في الأردن يشهد تحسنا ملحوظا، ما يتطلب تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص، لرفع القدرة التنافسية على مستوى الإقليم "

جلالة الملك عبد الله الثاني بن الحسين
كانون الثاني 2020

المحتويات

1.	مقدمة	4
2.	ملخص تنفيذي	5
3.	أداء القطاع السياحي	6
	• مؤشرات 2019	6
	• مؤشرات 2020	7
	• مؤشرات 2021	8
4.	مؤشرات الأداء الرئيسية	10
5.	الرؤية والرسالة	11
	5.1 الرؤية:	11
	5.2 الرسالة:	11
6.	محاور الاستراتيجية:	12
	6.1 المحور الأول: تطوير المنتج	12
	6.2 المحور الثاني: تطوير الموارد لبشرية	15
	6.3 المحور الثالث: التسويق	15
	6.4 المحور الرابع: إدارة وحماية التراث	15
	6.5 المحور الخامس: الإصلاحات	16
7.	تنفيذ الإستراتيجية	17
	7.1 حزم الأنشطة	17
	7.2 خطط التنفيذ	18
	7.3 وحدة إدارة المشاريع	20
	7.4 مواءمة الإستراتيجية مع الخطط التنفيذية	20
8.	اختصارات	21
9.	الملحق (أ): مراحل الجائحة	22
10.	الملحق (ب): مؤشرات أداء قطاع السياحة	24
11.	الملحق (ج): إدارة الأداء	25
12.	الملحق (د): بطاقة وخطة المشروع	26
13.	الملحق (هـ): ملانمة ممكنات/مخرجات/أهداف الخطة الوطنية للنمو الأخضر والتنمية الإستراتيجية للأمم المتحدة (GGNAP/SDGs)	27

1. مقدمة

يحتل القطاع السياحي في الأردن مكانة بارزة من بين القطاعات الاقتصادية المختلفة، حيث يعد القطاع رافداً أساسياً للاقتصاد الوطني وأحد ركائزه، ومساهم رئيساً في تشغيل الأيدي العاملة الأردنية، وداعماً مهماً في تنمية المجتمعات المحلية.

كما شهد القطاع السياحي في العقد الماضي نمواً مستمراً حتى أصبح أحد أسرع القطاعات الاقتصادية مساهمة في نمو الاقتصاد الأردني، حيث حقق القطاع في عام 2019 دخلاً سياحياً قياسيماً وصل إلى 4.1 مليار دينار أردني ما شكل قرابة 13% من إجمالي الناتج المحلي، وسجل رقماً قياسياً في أعداد الزوار وصل إلى 5.3 زائر. ونظراً لهذا النمو القياسي بالدخل السياحي والارتفاع الكبير في أعداد الزوار، جرى وضع خطط طموحة للعام 2020 وما بعده لاستقطاب وجذب أكبر عدد من السياح من مختلف الأسواق العالمية، إلا أن هذه الخطط اصطدمت بوباء كورونا الذي اجتاحت العالم في بداية عام 2020 ما تسبب في خروجها عن مسارها، حيث أصبح الأردن كالعديد من الدول التي عانت قطاعاته الاقتصادية بشكل عام والقطاع السياحي بشكل خاص من تداعيات هذه الجائحة العالمية.

ولا يخفى على أحد وبإجماع خبراء الاقتصاد والسياحة، أن قطاع السياحة والسفر من أوائل القطاعات وأكثرها تأثراً من الجائحة محلياً وعالمياً، وعلى الأرجح سيكون من آخر القطاعات تعافياً، حيث توقف كل مكون من مكونات سلسلة القيمة (value chain) السياحية لمقدمي الخدمات السياحية (الفنادق والمطاعم والنقل والأدلاء السياحيين ومكاتب السياحة وشركات الطيران الخ...) بشكل مفاجئ عن العمل، وأصبحت مؤسسات القطاع السياحي مهددة بالإغلاق وتسريح العاملين فيها. ولأجل ذلك، اتخذت الحكومة الأردنية ووزارة السياحة الآثار عدة إجراءات لمواجهة الجائحة ووضعت أربعة مراحل للتعامل معها هي: الاستجابة، التعافي، إعادة التشغيل، والإصلاحات.

وفيما يتعلق بمرحلة **الاستجابة**، فقد صُممت هذه المرحلة لحماية صحة الأردنيين والسياح وقطاع السياحة والعاملين به، حيث جرى اتخاذ عدة إجراءات اشتملت على إغلاق الحدود وحظر التجول وإغلاق المواقع السياحية والمنشآت السياحية وتطوير بروتوكولات الصحة والسلامة وتدريب فرق التفيتش.

أما في مرحلة **التعافي** التي هدفت إلى الحد من الأضرار التي لحقت بالقطاعات الاقتصادية بما في ذلك قطاع السياحة، فلقد جرى العمل عليها من خلال التركيز على تقديم السيولة المالية وحماية العمالة، حيث اتخذت الحكومة الأردنية ممثلةً "بالبنك المركزي الأردني، مؤسسة الضمان الاجتماعي، وزارة السياحة والآثار، هيئة تنشيط السياحة"، العديد من الإجراءات المالية لدعم القطاع السياحي مثل تخفيض أسعار الفائدة على القروض، وتخفيض ضريبة المبيعات وبدل الخدمة، إضافة إلى ضخ السيولة في الاقتصاد وتوفير القروض الميسرة والاعفاءات من الرسوم.

وفيما يخص مرحلة **إعادة التشغيل** التي تهدف إلى العودة قدر الإمكان لمستويات ما قبل الجائحة والتعامل مع تداعياتها، عملت وزارة السياحة والآثار على إطلاق العديد من المنتجات السياحية المتخصصة مثل السياحة العلاجية وسياحة الأفلام، إضافة إلى تعزيز وتشجيع السياحة الداخلية التي أثبتت نجاحها في ظل غياب السياح الأجانب، كما تضمنت هذه المرحلة إعادة الفتح التدريجي للأنشطة السياحية، وإعادة فتح المطارات، وإلغاء الحجر الصحي للسياح القادمين من الخارج، بالإضافة إلى ذلك، قد تم إطلاق حساب المخاطر السياحية لقطاع السياحة وذلك لحمايته من آثار الجائحة والتحوط باتجاه المخاطر التي ممكن أن يتعرض لها القطاع مستقبلاً.

كما وأتاحت الجائحة لوزارة السياحة والآثار فرصة للنظر إلى ما بعد الوباء من خلال إدخال **إصلاحات** هيكلية في التشريعات، وإعادة تنظيم الأعمال، وتسهيل الوصول إلى الأردن، والاستثمارات، والحوكمة، والتنافسية، وسهولة ممارسة الأعمال التجارية لتمكين قطاع السياحة من النمو والازدهار.

وبناء على ما سبق، فقد أصبح من الضروري إجراء مراجعة شاملة للإستراتيجية الوطنية للسياحية التي كان من المفترض إطلاقها قبل ظهور جائحة كورونا في كانون ثاني من عام 2020.

ويعكس محتوى هذه الوثيقة الحية الآثار المترتبة جراء جائحة كورونا والتصور للمضي قدماً للفترة 2021-2025، حيث تتماشى هذه الوثيقة مع خطط عمل إستراتيجية وزارة السياحة والآثار التي تم تقديمها إلى رئاسة الوزراء، ووزارة التخطيط والتعاون الدولي بالإضافة إلى الخطة الوطنية للنمو الأخضر والأهداف الاستراتيجية للتنمية للأمم المتحدة وبعض المنظمات المانحة مثل البنك الدولي.

انظر الملحق (أ) للحصول على تفاصيل المراحل المختلفة المتعلقة بالجائحة.

2. ملخص تنفيذي

يعد القطاع السياحي المساهم الرئيسي في الاقتصاد الأردني، ولديه القدرة على خلق تنمية شاملة في أرجاء الأردن كافة.

تضع الاستراتيجية قطاع السياحة على طريق واضح المعالم نحو المستقبل المشرق الذي ينتظره العاملون بالقطاع السياحي ومشغليه، والمجتمعات المحلية، حيث تتناول الاستراتيجية التحديات والعقبات التي يواجهها القطاع السياحي بالأردن، وتوائمتها مع نقاط القوة والفرص التي من دورها تعزيز نمو الاقتصاد الوطني وخلق فرص العمل.

كما وأن هذه الاستراتيجية هي نتيجة لمدخلات من الشركاء ومقدمي الخدمات السياحية، حيث جرى عقد ورش عمل مختلفة ترأس كل ورشة منها شخصية بارزة من القطاع الخاص وممثلين عن الجمعيات السياحية المختلفة والشركاء الرئيسيين من القطاع الخاص.

ونظراً للنهج الدائم والمستمر لوزارة السياحة والآثار وإيمانها بأهمية التشاركية الحقيقية مع القطاع الخاص الذي يعد شريكاً أساسياً في المساهمة بتطوير القطاع السياحي واستدامته، قدمت الوزارة التسهيلات كافة والدعم اللوجستي للورش الاستشارية التي عقدت خلال إعداد هذه الإستراتيجية.

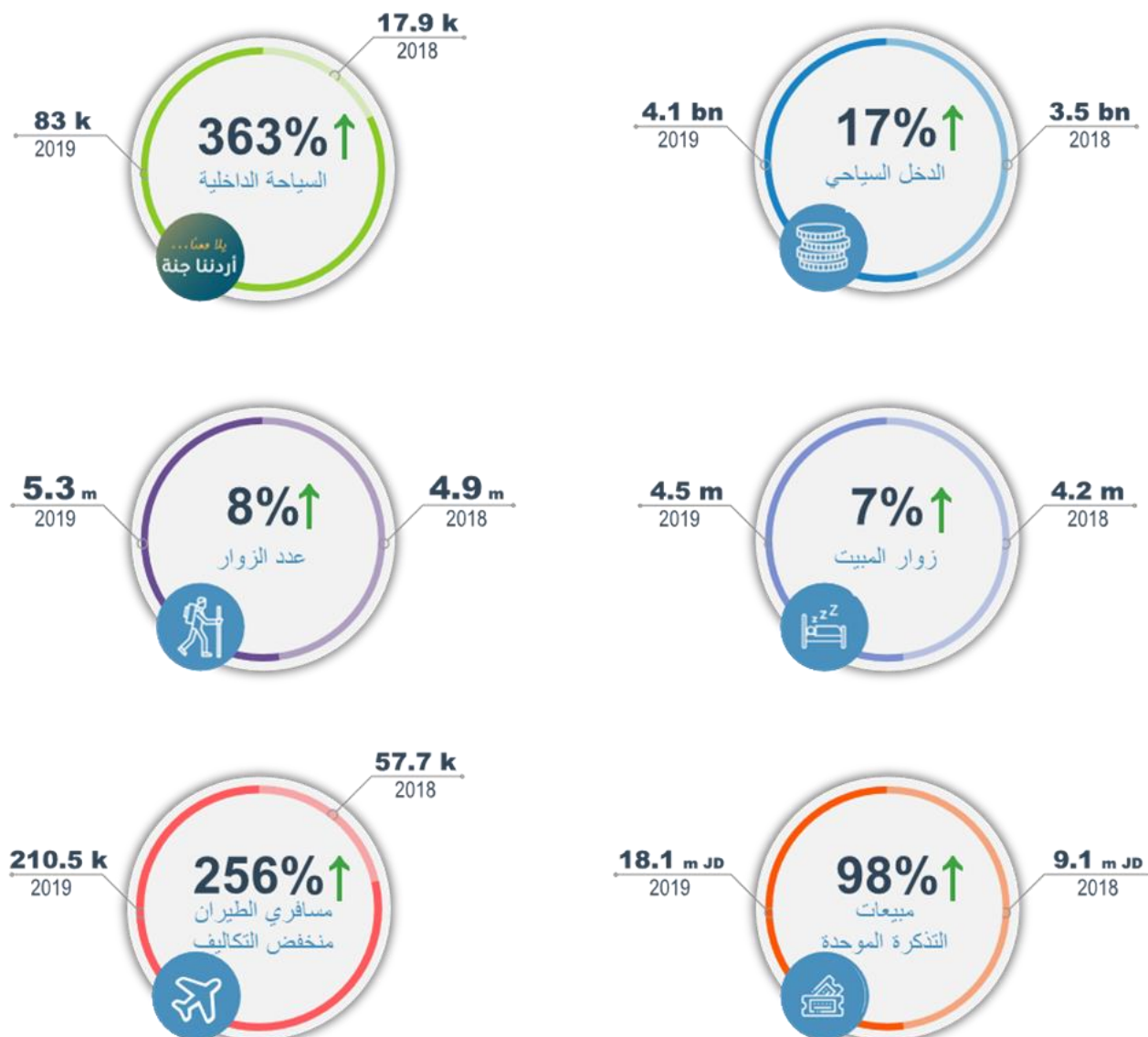
علاوةً على ذلك، ستتولى وزارة السياحة والآثار ودائرة الآثار العامة وهيئة تنشيط السياحة القيادة في تنسيق الأنشطة والمشاريع والسياسات والاستراتيجيات مع نظرائها في سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، وسلطة إقليم البترا، وهيئة موقع المغطس، الخ، من خلال المجلس الوطني للسياحة الذي أعيد تشكيله، إضافة إلى التمثيل في هيئة تنشيط السياحة.

كما وتنبئ هذه الاستراتيجية عدداً من الأهداف من ضمنها حماية التراث الثقافي الأردني الغني، وتنمية الموارد البشرية بالإضافة إلى تطوير المنتجات والتجارب والخدمات السياحية وتسويقها، كما ستتناول الإصلاحات اللازمة للتخلص من المعوقات التي تؤثر على النمو والاستثمار والكفاءات، وبالتالي زيادة قدرة الأردن التنافسية مقابل المنافسين الإقليميين الرئيسيين في المجال السياحي.

3. أداء القطاع السياحي

• مؤشرات 2019

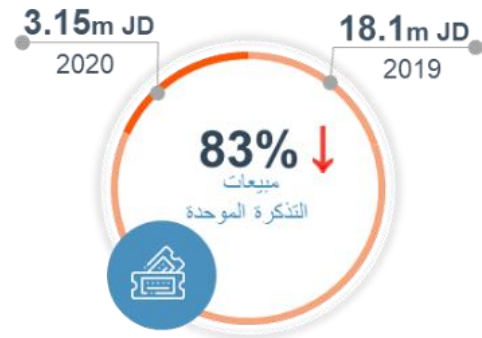
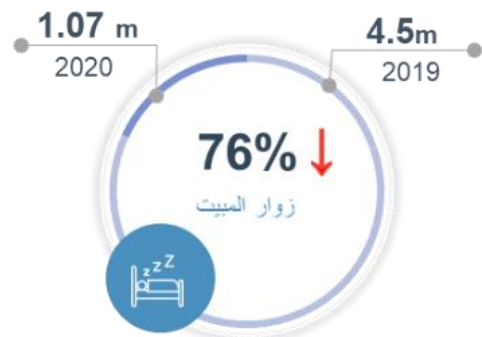
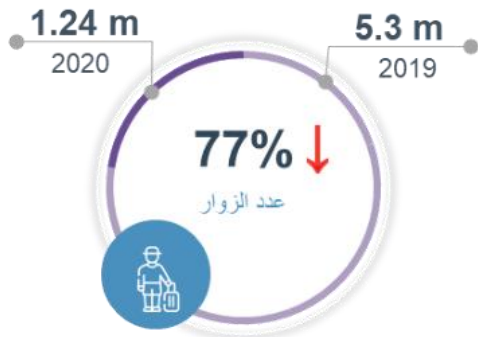
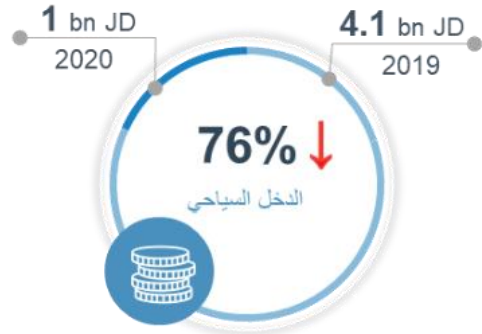
كان عام 2019 عامًا قياسيًّا للقطاع السياحي الأردني كما يتضح من الإنجازات أدناه:



المواقع التي جذبت أكبر عدد من الزوار في 2019 هي البترا (+37%)، جرش (+44%)، وادي رم (+51%)، موقع المعمودية (+29%)، مادبا (+49%)، وجبل نيبو (+49%).

• مؤشرات 2020

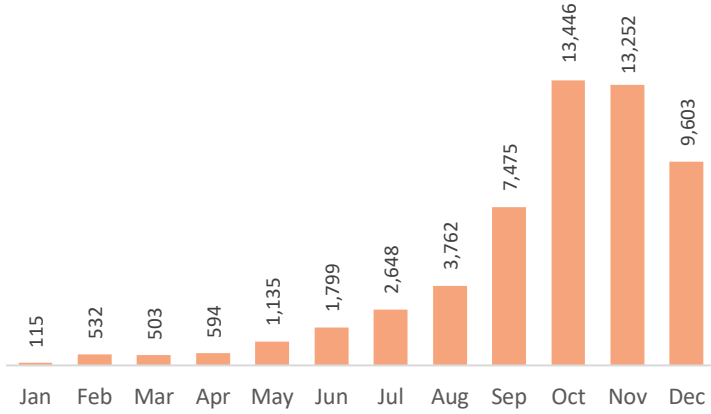
كانت تأثيرات جائحة كورونا واضحة في عام 2020، والتي شهدت انخفاضاً حاداً في أداء قطاع السياحة الأردني، حيث عانت معظم مؤشرات الأداء الرئيسية من انخفاض بنسبة تزيد عن 75%.



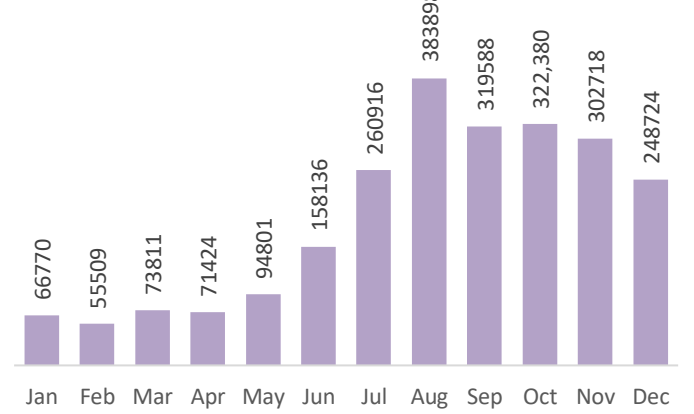
• مؤشرات 2021

شوهدت بعض بوادر الانتعاش في قطاع السياحة في النصف الثاني من عام 2021 كما يتضح من مؤشرات الأداء الرئيسية أدناه:

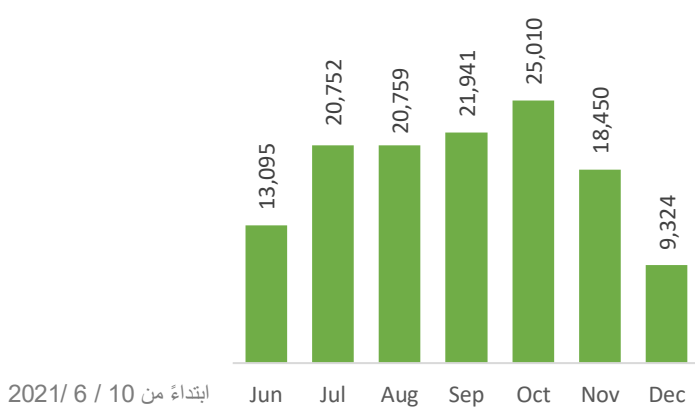
مبيعات التذكرة الموحدة (تذكرة)



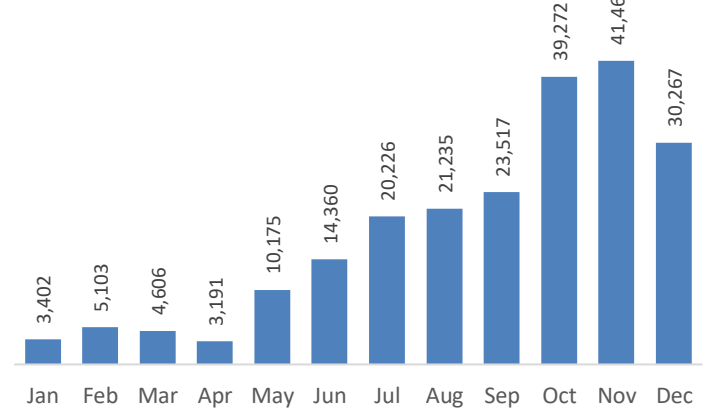
عدد الزوار



أردننا جنة



زوار البترا



ابتداءً من 2021/ 6 / 10

• المشهد التنافسي (Competitive Landscape)

على الرغم من وفرة المواقع السياحية الفريدة من نوعها مثل البترا والبحر الميت وموقع المغطس "معمودية السيد المسيح" ومواقع تراثية وثقافية عديدة بالإضافة إلى مجموعة كبيرة ومتنوعة من المنتجات السياحية، إلا أنه يُنظر إلى الأردن على أنه غير قادر على المنافسة عند مقارنته بالمنافسين الإقليميين. بناءً عليه، وبمساعدة فنية من البنك الدولي ومنظمة السياحة العالمية، سيتم إجراء دراستين حسب الطلب للتأكد من مستويات القدرة التنافسية لقطاع السياحة الأردني وتقديم الإجراءات والسياسات الإصلاحية / والمعززة (حيثما ينطبق ذلك):

1. تحليل هيكل التكلفة (آلية توزيع النفقات للزائر) لسلسلة القيمة (value chain) السياحية لمقدمي الخدمات السياحية والتي ستشمل أهدافها ما يلي:

- تقييم رحلة الزائر النموذجية من البداية إلى النهاية من مرحلة "ما قبل الوصول" إلى مرحلة "ما بعد الرحلة" بهدف تحديد جميع أصحاب المصلحة الرئيسيين في سلسلة القيمة لقطاع السياحة في الأردن.
- تحديد سمات هيكل التكلفة التشغيلية وتقديرها لكل مكون من مكونات سلسلة القيمة السياحية المحددة (الفنادق والمطاعم والنقل والأدلاء السياحيين ومكاتب السياحة وشركات الطيران الخ...). سيتم جمع البيانات من خلال مزيج من البحث المكتبي والملاحظات الميدانية.
- مقارنة (Benchmarking) هيكل تكلفة القطاع مع الجهات المنافسة.
- تقييم أثر الإجراءات الحكومية الحالية على تخفيض الكلفة التشغيلية للمنتج السياحي وتحليل المخرجات المحتملة وآثارها إذا لم يتم إجراء المزيد من الإجراءات والإصلاحات لزيادة القدرة التنافسية.
- تحديد مجالات التحسين عبر سلسلة القيمة السياحية وتقديم التوصيات لمختلف مكونات القطاع (وزارة السياحة والآثار، هيئة تنشيط السياحة، الفنادق، مكاتب السياحة، إلخ) لتحسين القدرة التنافسية للقطاع.

2. إجراء بحث في التوجهات (trends) الحالية والمستقبلية المتعلقة بصناعة السياحة:

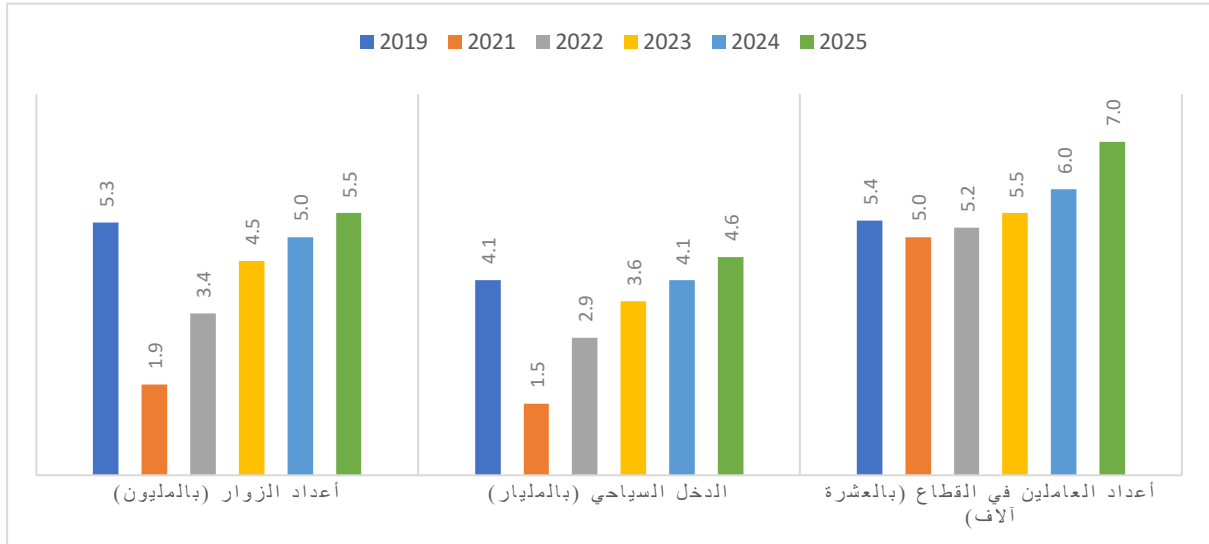
- القطاعات
 - الخطوط الجوية
 - النقل السياحي
 - خدمات الطعام والشراب
 - خدمات الإيواء على سبيل المثال الفنادق وما إلى ذلك.
 - الأدلاء السياحيين
 - الحرف اليدوية
 - مكاتب السياحة والسفر
 - إلخ
- المنتجات والخدمات المقدمة
 - السياحة الدولية
 - السياحة الداخلية
 - السياحة الثقافية
 - السياحة العلاجية والتعافي
 - السياحة المتخصصة (تصوير، فن الطهو...)
 - إلخ
- استخدام التكنولوجيا
 - رقمنة الخدمات
 - الخدمة الذاتية (التأشيرة الإلكترونية والدفع الإلكتروني والحجز الإلكتروني وما إلى ذلك).
- إعادة هيكلة الأعمال (Business re-alignment)
 - نماذج عمل جديدة
 - الاستثمارات، عمليات تقليص الاستثمار، التنويع، الدمج وما إلى ذلك.
 - إلخ

سيتم استخدام مخرجات هذه الدراسات في معالجة أي قصور، وعند الضرورة سيجري مراجعة وتحديث الاستراتيجية لتعكس أي خطط عمل مطلوبة.

4. مؤشرات الأداء الرئيسية

تهدف هذه الاستراتيجية لتحقيق ما يلي¹:

- رفع عدد السياح لمستويات 2019 بحلول عام 2025
- عودة إجمالي العائدات لمستويات 2019 بحلول عام 2024
- زيادة التوظيف المباشر في السياحة لتتجاوز أرقام 2019 بحلول عام 2023



بالإضافة إلى المؤشرات أعلاه سيتم استكمال قياس أداء قطاع السياحة بمجموعة أخرى من المؤشرات الفرعية والتي يمكن رؤية بعضها في الملحق (ب). والتي ستكون من المكونات الرئيسية لنظام المعلومات الإدارية ولوحة مؤشرات الأداء (MIS/Dashboard)، والتي سيكون معظمها متاحاً للجهات الخارجية بما في ذلك القطاع الخاص.

ستتم مراجعة وتحديث مؤشرات الأداء في نظام المعلومات الإدارية بشكل دوري، وعند الحاجة ستكون هذه التحديثات والمؤشرات جزء من الإصدارات المستقبلية للإستراتيجية.

ستتم متابعة مؤشرات الأداء الرئيسية بشكل دوري (المستهدف مقابل الفعلي) كما هو موضح بالمثل في الملحق (ج). وأي انحرافات كبيرة ستطلب تدخلات تصحيحية.

¹ مقتبس من "دراسة تنبؤية لفهم تأثير جائحة كورونا على قطاع السياحة الأردني" - تقرير الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) نيسان 2021

5. الرؤية والرسالة

5.1 الرؤية:

"خلق نمو اقتصادي شامل من خلال منتجات وتجارب سياحية حقيقية ومستدامة، والتعافي من تأثير جائحة كورونا"

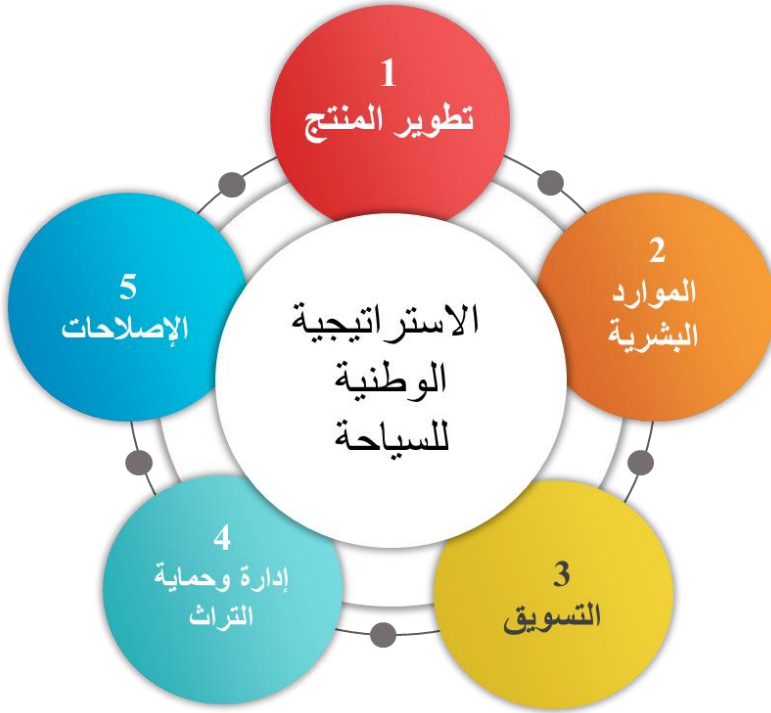
5.2 الرسالة:

تتحقق رؤيتنا من خلال:

- إبراز الطابع الفريد للتاريخ الأردني وتراثه
- تطوير المنتجات والخدمات التي تفوق توقعات السياح الدوليين والإقليميين والمحليين
- شراكة متينة بين القطاع الخاص ووزارة السياحة والآثار
- إشراك وتمكين المجتمعات المحلية
- الحفاظ على التراث الأردني والمواقع التراثية والثقافية وحمايتها
- البدء بالإصلاحات الهادفة والتي من دورها تسريع الاستثمار وتحسين القدرة التنافسية

6. محاور الاستراتيجية:

تتكون الاستراتيجية الوطنية للسياحة من خمسة محاور رئيسية:



- تطوير المنتج
- الموارد البشرية
- التسويق
- إدارة وحماية التراث
- الإصلاحات

مبررات اختيار هذه المحاور هي:

- تعتبر كل من (المنتجات السياحية والتسويق والموارد البشرية) من ركائز القطاع السياحي وكانت محاور أساسية في جميع استراتيجيات السياحة السابقة
- سلطت جائحة كورونا الضوء على نقاط ضعف القطاع السياحي وسهولة تأثره بالآزمات، وعليه كان لا بد من بعض الإصلاحات بهدف توفير المرونة والقدرة على المقاومة
- تعتبر المواقع الأثرية والتراثية عامل الجذب الرئيسي للسياح الأجانب، لذلك فإن حمايتها والمحافظة عليها امر واجب

سيتم توضيح المزيد من التفاصيل حول كل محور من هذه المحاور الخمسة في الأقسام اللاحقة

6.1 المحور الأول: تطوير المنتج

هناك عدد كبير من المنتجات السياحية المتخصصة التي لا ينبغي الاستغناء عنها واستغلالها كمصدر محتمل للإيرادات، لذلك ستركز الاستراتيجية الوطنية للسياحة على المنتجات التالية:

- السياحة التراثية والثقافية
- السياحة الترفيهية
 - التعافي
 - العلاجية
 - الدينية
 - المغامرة
- سياحة المعارض والمؤتمرات (اجتماعات، مؤتمرات، فعاليات وأحداث)
- السياحة الداخلية

ستصب جهود وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة على تطوير المنتجات السياحية والترويج لها والتجارب المرتبطة بها، بالإضافة إلى المنتجات المتخصصة والتي تحت على الابتكار والإبداع وريادة الأعمال واستغلال التكنولوجيا والتي من دورها أيضا توفير التشاركية وزيادة دور وفاعلية المجتمعات المحلية.

جاري العمل على تطوير وتصميم تطبيق خريطة رقمية للسياحة على مستوى الأردن، والذي سيسلط الضوء على المنتج السياحي (النمط السياحي) المتوفر في أي موقع، بالإضافة إلى التفاصيل الكاملة لخدمات الإيواء والأنشطة التي يمكن المشاركة بها (مثل المسارات السياحية / تسلق الصخور / التخييم / مراقبة الطيور / الغوص / فن الطهي، إلخ)،

إضافة إلى معلومات أخرى مفيدة مثل قصة المكان و أحداثيات الموقع الجغرافي، إلخ. وسيعمل هذا النوع من الخرائط والمحتوى على إطالة مدة إقامة السائح في الموقع المحدد.

6.1.1 السياحة التراثية والثقافية

يأتي قرابة 85% من زوار الأردن الأجانب من أجل السياحة التراثية والثقافية، لا سيما وأن المواقع الأساسية لهذا المنتج هي البترا ووادي رم والبحر الميت وموقع المغطس وعمان، وبهذا الصدد ستعمل وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة بالشراكة مع القطاع الخاص على رفع مستوى نوع الخدمة المقدمة في هذه المواقع، والمواقع الثانوية الأخرى، والتي ستؤدي إلى إطالة مدة إقامة السائح وزيادة انفاقه.

6.1.2 السياحة الترفيهية

يشمل مصطلح "الترفيهية" المنتجات التي تعنى بصحة العقل والجسد والروح.

أ. سياحة التعافي

من المتوقع أن تنمو سياحة التعافي عالمياً بنسبة 7.5% سنوياً، حيث سيصل عدد مسافري التعافي على مستوى العالم بحلول عام 2030 إلى 1.2 مليار مسافر.

يمتلك الأردن مقومات (assets) يمكن تطويرها لجذب أعداد متزايدة من سياح التعافي، بما في ذلك أكبر منتج صحي طبيعي في البحر الميت. كما أن لديه مواقع ذات إمكانات لم يتم تطويرها أو الوصول إليها بعد، مثل الحمة ووادي بن حماد.

يتطلب قطاع التعافي الناشئ والمربح جهوداً لتوفير حزم شاملة ومتكاملة من المنتجات والخدمات التي تجذب سياح التعافي من الأسواق التقليدية والجديدة.

ب. السياحة العلاجية

لتعزيز مكانة الأردن الرائدة كوجهة للسياحة العلاجية، تم تشكيل مجلس بين القطاعين العام والخاص (المجلس الصحي الأعلى) لتحفيز الاستثمار، وكذلك تم نشر الإستراتيجية الوطنية للسياحة العلاجية 2018-2022 التي تتماشى مع استراتيجية الوطنية للسياحة.

إن الهدف من هذه الإستراتيجية هو أن يصبح الأردن أحد أفضل 5 دول مستهدفة للسياحة العلاجية على مستوى العالم.²

ونظراً لما عانت منه السياحة العلاجية خلال جائحة كورونا، سيتم اتخاذ بعض الإجراءات من أجل إنعاش هذا القطاع ليصل إلى مستويات ما قبل الجائحة بحلول عام 2025، من هذه الإجراءات تخفيف قيود السفر للجنسيات المقيدة وتسهيل متطلبات التأشيرة.

ت. السياحة الدينية

تقدر منظمة السياحة العالمية أن ما يقارب 330 مليون سائح يزورون المواقع الدينية الرئيسية في العالم كل عام.³

والأردن لديه فرصة جيدة للغاية لتطوير سوق السياحة الدينية لجذب السياح المسلمين والمسيحيين بغرض السياحة الدينية نظراً لموقعه الفريد وتاريخه في الأرض المقدسة، حيث يضم الأردن الموقع الرئيسي لمعمودية السيد المسيح وجبل نيبو ومادبا ومكاور وأم قيس وبيلا والعديد من المواقع الإسلامية الهامة مثل مقامات الأنبياء والصحابية وموقع أهل الكهف وغيرها. وعليه يجب تطوير المنتجات الدينية والتجارب المحلية لتعزيز السياحة الدينية وجذب الزوار على مدار العام.

ث. سياحة المغامرة

من المتوقع أن ينمو سوق سياحة المغامرة العالمي بمعدل سنوي يبلغ 13.3٪ بحلول عام 2026⁴. وتتضمن سياحة المغامرة السفر إلى مناطق نائية للحصول على تجارب فريدة ومليئة بالتحديات، والتفاعل مع المجتمعات المحلية، وعليه فإن الأردن يمتلك فرصة جيدة لاحتضان سياحة المغامرة، حيث أن هذا المنتج لا يزال في بدايته.

وبناءً على ذلك ولتنمية هذا المنتج السياحي المتخصص والمريح يتطلب الأمر جهوداً بحثية وتطويرية واستثمارية وتسويقية مكثفة لكي يصبح الأردن وجهة إقليمية لسياحة المغامرة، يجب توفر بيئة قوية بقيادة القطاع الخاص. كما يجب تقييم الإمكانيات الاقتصادية لسياحة المغامرة وإعداد إطار تشريعي ينظم هذا النشاط.

6.1.3 سياحة المعارض والمؤتمرات

يمتلك الأردن واحدة من أكبر مرافق المؤتمرات في الشرق الأوسط، (مركز الملك الحسين بن طلال للمؤتمرات في البحر الميت) بالإضافة إلى المنظومة الجوية المتكاملة والتي تسهل الدخول إلى الأردن، وخدمات الفنادق العالمية المشهورة، ولذلك فإن الأردن في وضع جيد لتحسين وزيادة حصته في سوق سياحة المعارض والمؤتمرات العالمي، لما يمتلكه من مقومات جذب هذا النوع من السياحة بفضل المواقع الأثرية المتميزة والمقومات الطبيعية والبنية التحتية اللازمة، مما يجعله وجهة جذابة للسفر بهدف السياحة والتجارة "bleisure".

6.1.4 السياحة الداخلية

في ظل غياب السياحة الدولية بسبب جائحة كورونا، حققت السياحة الداخلية ممثلةً ببرنامج أردنا جنة، نجاحاً كبيراً في الحفاظ على ديمومة عمل المؤسسات السياحية المختلفة (النقل السياحي، المطاعم، الفنادق، مكاتب السياحة، الأدلاء السياحيين)، حيث حقق البرنامج زيادة ملحوظة في أعداد المشاركين مقارنة السنوات السابقة على الرغم من ظروف الجائحة، حيث وصل عدد المشاركين في عام 2020 (200 ألف سائح) مقابل (83 ألف سائح) في عام 2019.

وعليه فإن وزارة السياحة والآثار سعت خلال الجائحة إلى توجيه السياحة الداخلية إلى المناطق الأكثر تضرراً من جائحة كورونا، مثل البترا ووادي رم، كما سيتم استخدامها كأداة للتخفيف من تأثير الموسمية في النشاط السياحي.

6.2 المحور الثاني: تطوير الموارد البشرية

يهدف هذا المحور إلى ما يلي:

- تعليم وتدريب كوادر بشرية مؤهلة للعمل في قطاع السياحة تناسب احتياجات السوق المحلية والإقليمية، حيث سيكون هذا التدريب مفيداً للقطاع الخاص وسيعمل على إنتاج قوى عاملة ماهرة وبرامج تدريبية يحصلون من خلالها على شهادات محلية ودولية، وبهذا الشأن قامت وزارة السياحة والآثار بالتنسيق مع وزارة العمل والأطراف المعنية الأخرى مثل مجلس مهارات القطاع (Sector Skills Council) لإنجاز هذه البرامج التدريبية.
- زيادة توظيف العمالة الأردنية.
- تمكين النساء والأشخاص ذوي الإعاقة في الوظائف السياحية.
- إشراك المجتمعات المحلية في الأنشطة والفعاليات والأعمال التجارية السياحية في جميع أنحاء الأردن.
- تدريب موظفي وزارة السياحة والآثار ودائرة الآثار العامة وهيئة تنشيط السياحة والعاملين في القطاع السياحي.

6.3 المحور الثالث: التسويق

سيركز هذا المحور على النشاطات التالية:

- تعزيز وزيادة فعالية التسويق للأردن سياحياً والارتقاء بمكانة الأردن السياحية إقليمياً وعالمياً.
- التقليل من تأثير موسمية السياحة والعمل على إطالة مدة إقامة السياح الدوليين والإقليميين وزيادة إنفاقهم.
- تحسين التسويق الرقمي.
- بناء المرونة والقدرة على التعامل مع المستجدات والظروف الطارئة وسرعة النهوض بالقطاع ومساعدته على التعافي من الأزمات.
- تعزيز وتسهيل السفر إلى الأردن عبر شركات الطيران منخفض التكاليف والطيران العارض إضافة إلى الطيران المنتظم.

6.4 المحور الرابع: إدارة وحماية التراث

يعتبر هذا المحور من المحاور الهامة والذي يهدف إلى تحقيق ما يلي:

- حفظ وترميم وصيانة وتدعيم وإعادة تأهيل المواقع الأثرية - يدخل هذا النشاط ضمن اختصاص دائرة الآثار.
- تحسين وتطوير الخدمات المقدمة في المواقع السياحية - يتم تنفيذ هذا النشاط من قبل وزارة السياحة والآثار.

تتضمن الاستراتيجية إطلاق مشاريع تهدف لحماية التراث بما في ذلك تأهيل لـ 15 موقعاً رئيسياً على مدى السنوات الثلاث المقبلة (2022-2024) - وتشمل، على سبيل المثال لا الحصر، ما يلي:

الموقع	المحافظة	السنة
الحرّة	المفرق	2022
جبل القلعة	عمان	2022
قصير عمرة	الزرقاء	2022
مدينة السلط	البلقاء	2022
أم الرصاص	مادبا	2022
جرش	جرش	2023
أم قيس	اربد	2023
قصر الحلابات	الزرقاء	2023
قصر المشتى	الزرقاء	2023
أم الجمال	المفرق	2023
قلعة عجلون	عجلون	2024
قلعة الشوبك	معان	2024
قلعة العقبة	العقبة	2024
آيلة الإسلامية	العقبة	2024
الكنيسة البيزنطية	العقبة	2024

ونظراً للنجاح الأخير في إدراج السلط على لائحة مواقع التراث العالمي لليونسكو، سيتم ترشيح خمسة مواقع جديدة للعمل على إدراجها ضمن قائمة مواقع التراث العالمي.

كما أنه من المتوقع أن توفر مبادرات حماية التراث فرصاً اقتصادية وفرص عمل للمجتمعات المحلية وخاصة تلك الموجودة في المحافظات وستكون حماية التراث أيضاً ممكناً رئيسياً لتنويع الخدمات السياحية.

6.5 المحور الخامس: الإصلاحات

تعتبر الإصلاحات عاملاً رئيسياً وهدفاً استراتيجياً لنجاح قطاع السياحة ومن خلاله تسعى الاستراتيجية لتحقيق ما يلي:

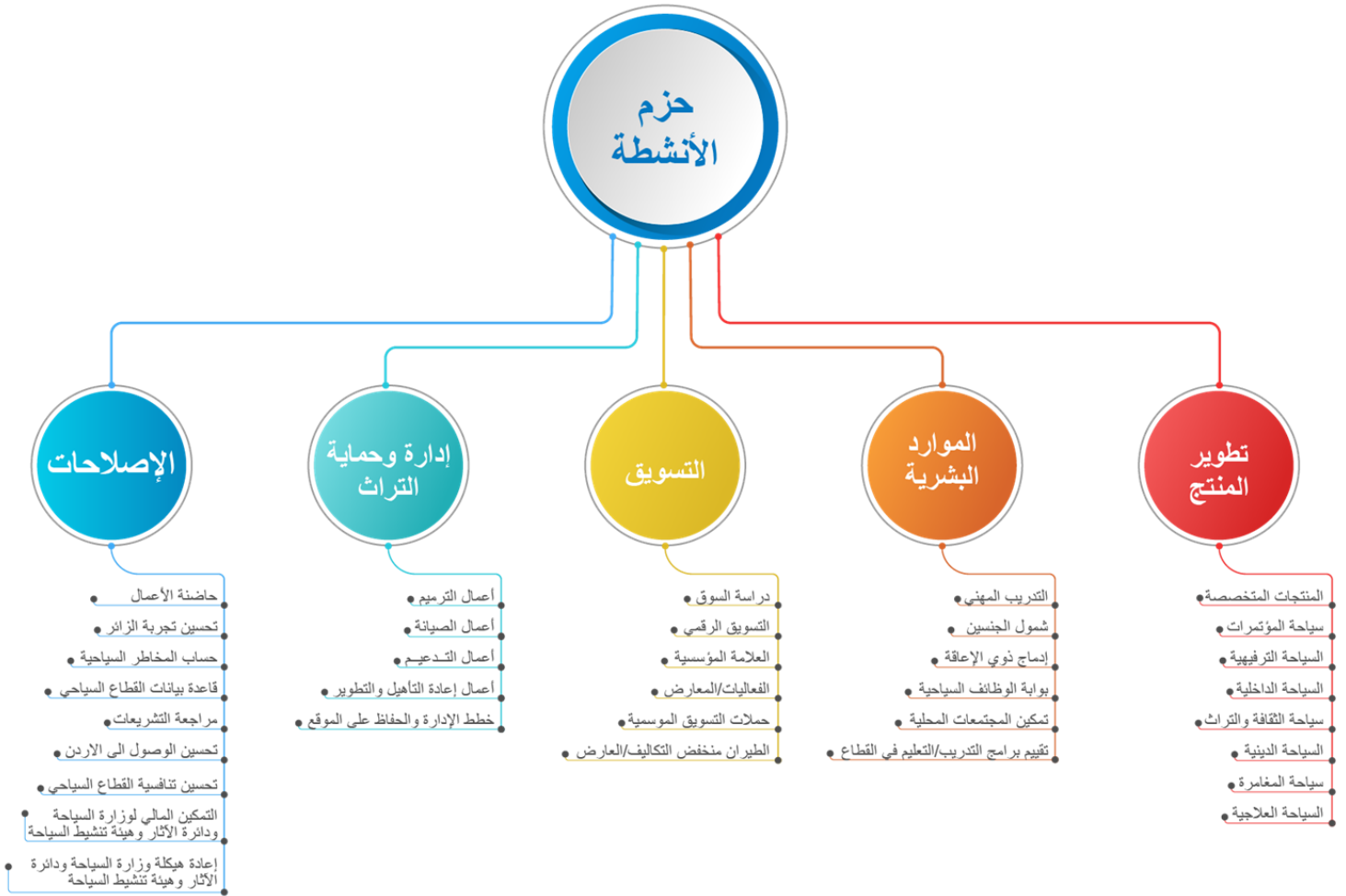
- تمكين وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة ودائرة الآثار العامة من خلال زيادة التمويل والمنح الحكومية.
- مراجعة جميع التشريعات النازمة لعمل القطاع السياحي من أجل إزالة معوقات الاستثمار وتحفيز النمو وخفض التكاليف التشغيلية للقطاع.
- إعادة هيكلة وتنظيم الأعمال لكل من (وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة ودائرة الآثار العامة) من أجل تعزيز التشاركية والتكامل.
- تحسين وتسهيل وصول كافة السياح إلى الأردن من خلال التأشيرات الإلكترونية ومراجعة شروط الجنسيات المقيدة بالتعاون مع الجهات المعنية.
- تحسين تجربة السائح.

7. تنفيذ الإستراتيجية

لضمان نجاح تنفيذ الاستراتيجية لابد من تفصيلها لأدنى مستوى من خلال حزم الأنشطة وخطط التنفيذ.

7.1 حزم الأنشطة

هنا، يتم تحديد مجالات الأنشطة بتقسيم المحاور لمستويات أقل، كما هو مبين أدناه:



7.2 خطط التنفيذ

يتم ترجمة كل محور من محاور الإستراتيجية إلى مشروع، وتم عكس كل من التفاصيل والإجراءات والمسؤوليات والجدول الزمنية ومؤشرات الأداء الرئيسية وما إلى ذلك على شكل بطاقة المشروع وخطة المشروع (انظر المثال في الملحق (د)). كما سيتم مواصلة خطط العمل (الممكنات) مع النتائج المراد تحقيقها مثل زيادة عدد السواح، والإيرادات، والتوظيف والاستثمارات، إلخ. وقياس الأداء لكل مؤشر. فعلى سبيل المثال في عام 2022، يفترض أن تزيد شركات الطيران منخفض التكاليف من عدد الزوار بمقدار 500 ألف زائر والإيرادات بمقدار 129 مليون دينار أردني. بالإضافة إلى ذلك، سيتم ملاءمتها مع أهداف التنمية الوطنية والإستراتيجية للأمم المتحدة (SDGs/GGNAP) – انظر الملحق (هـ).

المحور	المشاريع والأنشطة	الجهة المسؤولة	تاريخ الانتهاء	مؤشرات الأداء/ملاحظات
إدارة وحماية التراث	خطط إدارة المواقع (5 مواقع/سنة)	MoTA/DoA	Dec-25	
	المنظومة الأمنية للمواقع (كاميرات مراقبة، إضاءة، سياج)	MoTA	Sep-25	20 موقع
	حفظ وترميم وصيانة وتدعيم وإعادة تأهيل المواقع الأثرية	DoA	Dec-24	2021/ (5) 2022/ (10) 2023/ (12) 2024
	ترشيح ثلاثة مواقع جديدة للعمل على إدراجها ضمن قائمة مواقع التراث العالمي	DoA	Dec-24	السلط (تم إدراجه) / الحرية/أم الجمال
	التوثيق الوطني للقطع الأثرية والمواقع والمتاحف	DOA	Dec-25	DOJAN
	بناء مركز حفظ المقتنيات الأثرية- نويجيس / طبربور	DOA	Dec-25	نويجيس
	إطلاق منصة التوظيف السياحي	MoTA/JRA	Sep-21	تم
الموارد البشرية	إعطاء اللقاح للعاملين في القطاع السياحي	MoTA	Aug-21	تم
	إعداد خطة شمول الجنسين	MoTA	Dec-21	
	إعداد خطة تطوير السياحة الميسرة لتأهيل المواقع السياحية لاستقبال وتوظيف الأشخاص ذوي الإعاقة	MoTA/SSC	Oct-21	
	تدريب وتأهيل العاملين في وزارة السياحة ودائرة الآثار والقطاع السياحي	MoTA/DoA/JTB	Dec-21	
	إطلاق الهوية المؤسسية الجديدة (مملكة الزمان)	JTB	Nov-21	تم
التسويق	التعاقد مع شركات جديدة للطيران منخفض التكاليف	JTB	Dec-25	زيادة عدد الخطوط الجديدة والركاب لعمان والعقبة
	تصميم وتطوير خارطة سياحية إلكترونية للمواقع السياحية والأثرية	JTB	Jun-22	
	حملة تسويق إلكتروني تشمل مواقع إلكترونية عالمية (Expedia/Trip Advisor etc.)	JTB	Dec-21	
	حملة تسويق موجهة للتقليل من أثر موسمية السياحة	JTB	Dec-21	
	اعتماد شهادة المطعم بدلا من فحص كورونا	MoTA	Jun-21	تم

المحور	المشاريع والأنشطة	الجهة المسؤولة	تاريخ الانتهاء	مؤشرات الأداء/ملاحظات
تطوير المنتج	إطلاق برنامج أردنا جنة	JTB	20th May 2021	تم
	إعادة هيكلة وزارة السياحة لتشمل مديرية تطوير المنتج	MoTA	Sep-21	قيد الإجراء
	زيادة أعداد زوار السياحة العلاجية ليصبح 253 ألف بحلول عام 2025، حيث بلغ 55 ألف عام 2020	JPHA	Dec-25	158k (2021), 181k (2022), 209k (2023), 230k (2024), 253k (2025)
	زيادة متوسط عائد إيرادات السائح إلى أكثر من 1000 دينار أردني	JTB/Tour Operators	Dec-23	
	زيادة مدة إقامة السائح إلى أكثر من 5 ليالٍ	JTB/Tour Operators	Oct-23	
	إطلاق منتجات تعليمية تستهدف دول المنطقة	MoTA/JTB /MoHE	Jun-22	
	تطوير اجندة فعاليات سنوية تشمل جميع المحافظات	JTB	Jan-22	
	مراجعة وتعديل التذكرة الموحدة (Jordan Pass)	MoTA	Oct-21	
	مراجعة 5 لوائح/تشريعات لإزالة معوقات ممارسة الأعمال التجارية	MoTA	Sep-22	
الإصلاحات	إطلاق حساب المخاطر السياحية	JTB	Aug-21	تم
	إنشاء مديرية الاستثمار السياحي	MoTA	Sep-21	تم
	إطلاق صندوق حاضنة الأعمال السياحية بقيمة 5 مليون دينار أردني	MoTA	Mar-22	
	إنشاء قاعدة البيانات ولوحة مؤشرات الأداء (MIS/Dashboard)	MoTA	Oct-21	قيد الإجراء
	تطوير نظام قياس رضى السائح	MoTA	Mar-22	
	دراسة الأثر الاجتماعي والاقتصادي للاستراتيجية	MoTA/UNDP	Nov-21	قيد الإجراء
	رقمنة الخدمات السياحية	MoTA	Jul-23	قيد الإجراء
	إنشاء مديرية الدراسات والبحوث	MoTA	Sep-21	تم
	توحيد وتخفيض تعرفه الكهرباء	MoTA	Dec-21	
	إعادة تشكيل وتفعيل المجلس الوطني للسياحة	MoTA	Jan-22	
	صندوق مخاطر البترا السياحي	MoTA/PDTRA	Sep-21	مليون دينار أردني
	التأشيرات الإلكترونية ومراجعة الجنسيات المقيدة	MoTA/JTB/MoI	Oct-21	

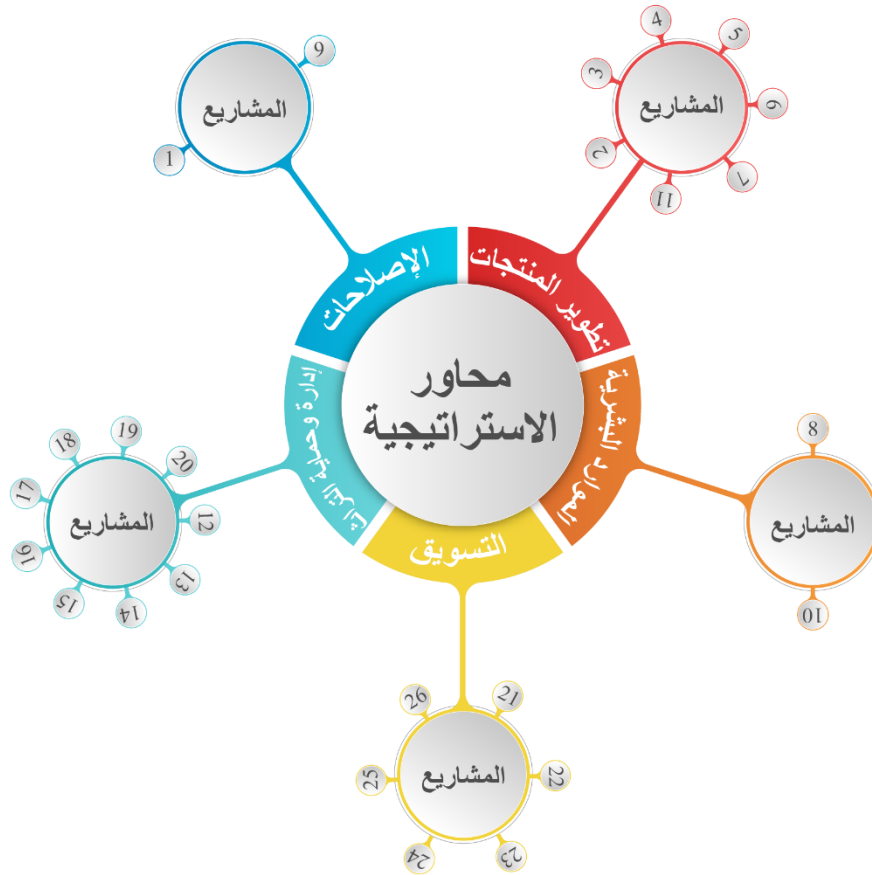
7.3 وحدة إدارة المشاريع

ستقوم وحدة إدارة المشاريع في وزارة السياحة والآثار على متابعة تنفيذ خطط العمل من خلال التواصل والتنسيق مع المسؤولين عن المشاريع بمراحل التخطيط والتنفيذ بالإضافة إلى إعداد التقارير.

7.4 موازنة الاستراتيجية مع الخطط التنفيذية

تتوافق الاستراتيجية مع الخطط التنفيذية الحالية (والتي تمتد من 3 إلى 5 سنوات) التي تم تقديمها إلى رئاسة الوزراء ووزارة التخطيط والتعاون الدولي، بالإضافة إلى الخطة الوطنية للنمو الأخضر والأهداف الاستراتيجية للأمم المتحدة بالإضافة للتنسيق مع جهات أخرى مثل البنك الدولي، الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، البنك الأوروبي لإعادة الإعمار والتنمية، إلخ.

يوضح الشكل أدناه توافق الأهداف الاستراتيجية مع الإستراتيجية الوطنية للسياحة والمشاريع كما تم تقديمها إلى رئاسة الوزراء ووزارة التخطيط والتعاون الدولي.



نهاية الوثيقة

8. اختصارات

ASEZA	Aqaba Special Economic Zone Authority
DoA	Department of Antiquities
FDI	Foreign Direct Investment
GDP	Gross Domestic Product
GGNAP	Green Growth National Action Plan
GOJ	Government of Jordan
ICT	Information and Communications Technology
IP	Implementing Partner
JD	Jordanian Dinar
JHA	Jordan Hotel Association
JITOA	Jordan Inbound Tour Operators Association
JTB	Jordan Tourism Board
KII	Key Informant Interview
KSA	Kingdom of Saudi Arabia
LCC	Low-Cost Carrier
LDI	Local Direct Investment
M&E	Monitoring and Evaluation
MoInv	Ministry of Investment
MoPIC	Ministry of Planning and International Cooperation
MOTA	Ministry of Tourism and Antiquities
MOU	Memorandum of Understanding
MSME	Micro Small and Medium-sized Enterprise
PDTRA	Petra Development & Tourism Regional Authority
PMO	Project Management Office
PPP	Public-Private Partnerships
RJ	Royal Jordanian Airlines
RSCN	Royal Society for the Conservation of Nature
SDGs	UN Sustainable Development Goals
SMART	Specific Measurable Attainable Relevant Timely
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats
TCI / TSA	Tourism Competitiveness Index /Tourism Satellite Accounts
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WEF	World Economic Forum
WTTC	World Travel Tourism Council

9. الملحق (أ): مراحل الجائحة



04 الإصلاحات



المالية

- كلفة المنتج
- حاضنة الاعمال وحساب المخاطر
- رحلة المستثمر (من البداية للنهاية): تشجيع الاستثمار/النمو



التنافسية

- تخفيض كلفة ممارسة الأعمال التجارية في القطاع السياحي
- تخفيض / توحيد تعرفه الكهرباء
- الرسوم والبدلات
- توسيع استخدام الطاقة البديلة



الشمولية

- مشاركة كاملة من قبل القطاع الخاص
- اشراك المجتمعات المحلية
- التدريب وبناء القدرات
- شمول الجنسين
- إدراج احتياجات ذوي الإعاقة



القوانين والتشريعات

- مراجعة جميع التشريعات لتحسين أداء القطاع السياحي
- إزالة العقبات



إعادة تأهيل وتطوير المواقع

- خطط تحسين البنية التحتية والخدمات في المواقع السياحية
- ادارة الموقع
- حماية التراث
- تدريب الموظفين الذين يتعاملون مع الزوار
- التحول الرقمي
- خدمة Wi-fi مجانية في المواقع
- رقم مجاني للسائحين للشكاوى



الدخول إلى الأردن

- شهادة المطعم
- شركات الطيران منخفضة التكاليف/العارضة
- البواخر السياحية
- التأشيرات الإلكترونية /الجنسيات المقيدة
- تشغيل مطار ماركا
- زيادة المنتجات السياحية

10. الملحق (ب): مؤشرات أداء قطاع السياحة

السياحة الداخلية (أردننا جنة)



- عدد المشاركين (شهري، سنوي)
- عدد الرحلات باليوم
- عدد المنشآت المشاركة (فنادق، مخيمات، مطاعم، مكاتب سياحة)
- عدد الحافلات المشاركة
- عدد المشاركين على مستوى المحافظة
- الميزانية (المرصود مقابل الفعلي)

التوظيف



- عدد الموظفين الإجمالي حسب السنة
- عدد الموظفين حسب القطاع (فنادق، مخيمات، مطاعم، إلخ)
- عدد موظفي السياحة حسب المحافظة
- عدد الموظفين حسب الجنس والمحافظة والقطاع
- عدد الموظفين حسب الجنسية (أردني وغير أردني) والمحافظة والقطاع

المواقع



- عدد الزوار حسب الموقع
- خطط إدارة الموقع
- الفرص الاستثمارية
- خطط تطوير المواقع (الحالة: أخضر، أصفر، أحمر)
- مقياس رضى الزوار

المشاريع



- بطاقة وخطة المشاريع
- حالة تنفيذ المشروع (أخضر، أصفر، أحمر)
- حالة خطط تنفيذ مشاريع الاستراتيجية (أخضر، أصفر، أحمر)

السياح القادمين



- العدد الإجمالي للسياح القادمين حسب السنة
- عدد السياح القادمين بالشهر
- عدد السياح القادمين حسب الجنسية
- عدد السياح القادمين حسب نقطة الدخول
- عدد السياح القادمين حسب نوع الزيارة (ثقافي، صحي، مؤتمرات، إلخ)
- عدد سياح المبيت
- عدد سياح اليوم الواحد
- عدد ركاب الطيران منخفض التكاليف
- عدد ركاب السفن السياحية

الدخل السياحي



- إجمالي الدخل السياحي حسب السنة
- متوسط الدخل والإتفاق حسب السائح لكل سنة
- متوسط مدة الإقامة للسائح
- معدل إشغال الفنادق (عمان، البحر الميت، البتراء، العقبة)
- مبيعات التذكرة الموحدة (Jordan Pass) حسب السنة والجنس والجنسية

المنشآت السياحية

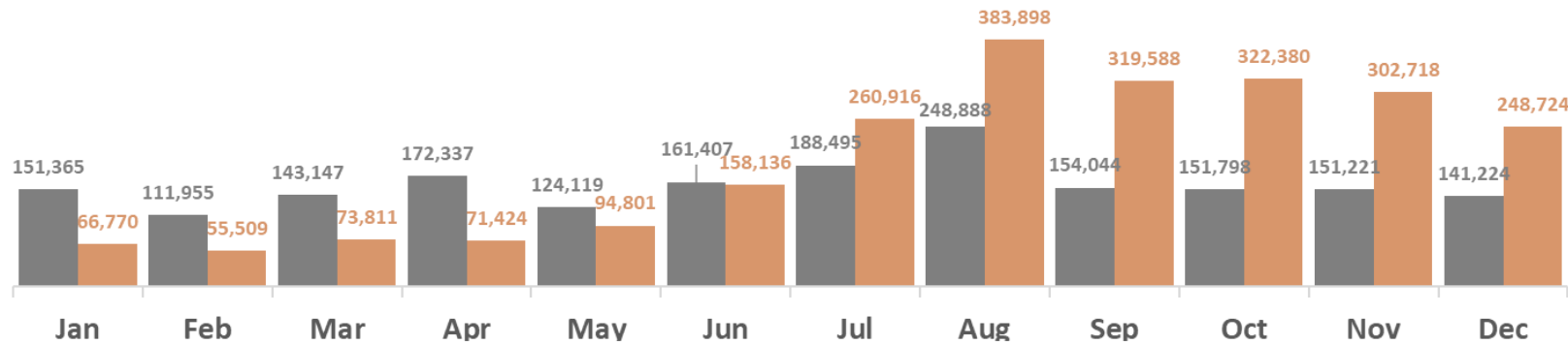


- العدد الكلي للمنشآت السياحية حسب السنة
- عدد المنشآت السياحية حسب القطاع (فنادق، مخيمات، مطاعم، إلخ)
- عدد المنشآت السياحية حسب المحافظة
- تفاصيل الترخيص
 - تفاصيل المنشأة (الاسم التجاري، العنوان، تفاصيل المالك، إلخ)
 - تاريخ الترخيص/التجديد، تاريخ انتهاء الرخصة
- تفاصيل التفتيش
 - تاريخ آخر زيارة تفتيشية
 - العقوبات

11. الملحق (ج): إدارة الأداء

■ المستهدف ■ الفعلي

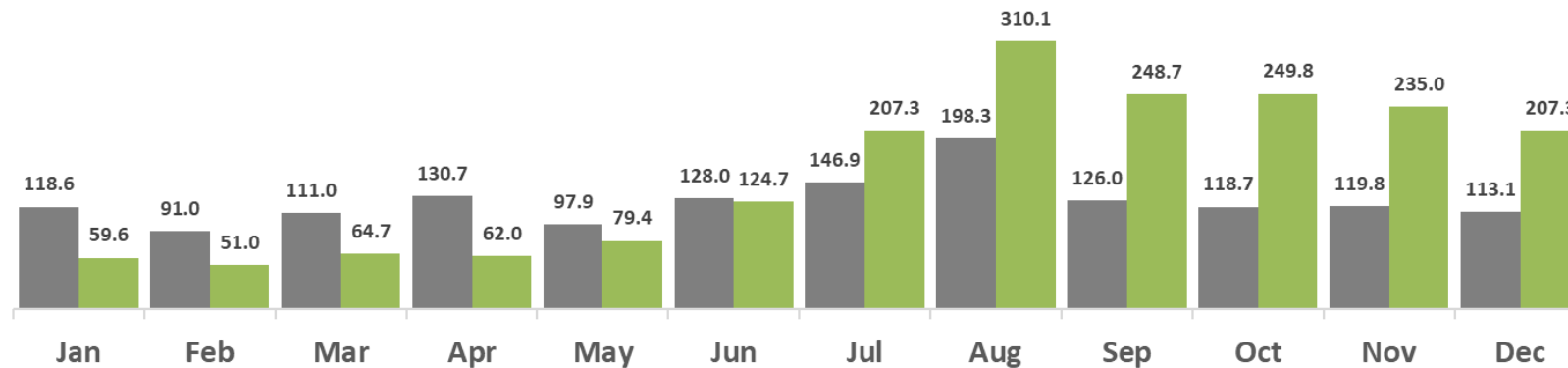
أعداد السياح 2021 الفعلي مقابل المستهدف



الشهر	الفعلي	المستهدف	% الشهرية حسب أعداد 2019
Jan	66,770	151,365	8.00%
Feb	55,509	111,955	5.90%
Mar	73,811	143,147	7.50%
Apr	71,424	172,337	9.10%
May	94,801	124,119	6.50%
Jun	158,136	161,407	8.50%
Jul	260,916	188,495	9.90%
Aug	383,898	248,888	13.10%
Sep	319,588	154,044	8.10%
Oct	322,380	151,798	8.00%
Nov	302,718	151,221	8.00%
Dec	248,724	141,224	7.40%
Total	2,358,676	1,900,000	100.00%

■ المستهدف ■ الفعلي

الدخل السياحي 2021 الفعلي مقابل المستهدف



Month	الفعلي	المستهدف	Monthly % as per 2019
Jan	59.6	118.6	7.9%
Feb	51.0	91.0	6.1%
Mar	64.7	111.0	7.4%
Apr	62.0	130.7	8.7%
May	79.4	97.9	6.5%
Jun	124.7	128.0	8.5%
Jul	207.3	146.9	9.8%
Aug	310.1	198.3	13.2%
Sep	248.7	126.0	8.4%
Oct	249.8	118.7	7.9%
Nov	235.0	119.8	8.0%
Dec	207.3	113.1	7.5%
Total	1,899.60	1,500.00	100.0%

12. الملحق (د): بطاقة وخطة المشروع

بطاقة المشروع

اسم المشروع	اعتماد ونشر الاستراتيجية الوطنية للسياحة
مدير المشروع	احمد صلاح
صاحب العلاقة (Sponsor)	مكتب الوزير
تاريخ البدء	1/7/2021
تاريخ الانتهاء	31/12/2021
الهدف من المشروع	اعتماد ونشر الاستراتيجية الوطنية للسياحة
نطاق المشروع (Scope)	قطاع السياحة
مؤشرات الأداء / نهاية المشروع	اعتماد ونشر الاستراتيجية الوطنية للسياحة
متطلبات المشروع	مشاركة القطاع الخاص
المراحل الاساسية	1.1 31/7/2021 المراجعة النهائية مع القطاع الخاص 2. 31/8/2021 إرسال رسالة إلى رئيس الوزراء لتقديم الاستراتيجية للجنة التنمية الاقتصادية 3. 31/11/2021 عرض الاستراتيجية على لجنة التنمية الاقتصادية 4. 31/11/2021 توصيات لجنة التنمية الاقتصادية 5. 31/12/2021 نشر الاستراتيجية الوطنية للسياحة
المخاطر	عدم اعتماد الاستراتيجية

المساهمون الاساسيون				
MOPIC	DoA	World Bank	JTB	القطاع الخاص

خطة مشروع

Nov-22	Oct-22	Sep-22	Aug-22	Jul-22	Jun-22	May-22	Apr-22	Mar-22	Feb-22	Jan-22	Dec-21	Nov-21	Oct-21	Sep-21	Aug-21	Jul-21	
																	1 المراجعة النهائية مع القطاع الخاص
																	2 إرسال رسالة إلى رئيس الوزراء لتقديم الاستراتيجية للجنة التنمية الاقتصادية
																	3 عرض الاستراتيجية على لجنة التنمية الاقتصادية
																	4 توصيات لجنة التنمية الاقتصادية
																	5 نشر الاستراتيجية الوطنية للسياحة

■ انتهى ■ قيد الإجراء ■ لم يكن بعد ■ متأخر

13. الملحق(هـ): ملائمة ممكنات/مخرجات/أهداف الخطة الوطنية للنمو الأخضر والتنمية الإستراتيجية للأمم المتحدة (GGNAP/SDGs)

أهداف التنمية الإستراتيجية للأمم المتحدة (SDGs)			
④ ② ①	SDG 9: الصناعة والابتكار والبنية التحتية	③	SDG 4: تعليم عالي الجودة
③ ② ①	SDG 10: تقليل عدم المساواة	③	SDG 5: شمول الجنسين
⑤ ③ ② ①	SDG 11: مدن ومجتمعات محلية مستدامة	③ ② ①	SDG 8: عمل ونمو اقتصادي لائق

الخطة الوطنية للنمو الأخضر	
①	رأس المال الطبيعي المحسن
②	النمو الاقتصادي المستدام
③	التنمية الاجتماعية والحد من الفقر
④	كفاءة استخدام الموارد
⑤	التكيف مع تغير المناخ والتخفيف من حدته

النتائج المنشودة														خط التنفيذ (أمثلة)
إدارة وحماية المواقع	الرقمنة	التطوير المؤسسي	البيئة	الاستدامة	تجربة السائح	التنافسية	المقاومة	الاستثمارات	الشمولية	التوظيف	المنتجات	الإيرادات	السياح	
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
					✓	✓						✓	✓	الطيران منخفض التكاليف
				✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓			أردننا جنة
								✓	✓	✓				شمول الجنسين
✓			✓		✓			✓		✓	✓	✓	✓	خطط إدارة المواقع
✓			✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة وحماية التراث
✓					✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	السياحة الميسرة
						✓		✓		✓		✓	✓	زيادة مدة إقامة السائح
					✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	زيادة أعداد زوار السياحة العلاجية
				✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	تطوير أجندة فعاليات لجميع المحافظات
		✓			✓			✓	✓	✓				تدريب وتأهيل العاملين في القطاع السياحي
				✓		✓	✓			✓				حساب المخاطر السياحية
					✓	✓	✓	✓		✓				مراجعة التشريعات
				✓		✓	✓	✓	✓	✓				صندوق حاضنة الأعمال السياحية
✓	✓				✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	خارطة سياحية إلكترونية
✓				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	ترشيح مواقع جديدة لمواقع التراث العالمي
	✓				✓	✓						✓	✓	التأشيرات الإلكترونية
			✓			✓	✓							تقليل تعرفه الكهرباء
														إلخ.