

الأردن

وزارة السياحة والآثار



# الإستراتيجية الوطنية للسياحة – الأردن



٢٠١٥ - ٢٠٢٠





“إن بمقدورنا من خلال السياحة أن نستقطب أنظار العالم ليبرى عراقية الأردن وشعبه، وما يملكه هذا البلد من فرص عديدة وكنوز فريدة.”

جلالة الملك عبدالله الثاني بن الحسين



## كلمة معالي وزير السياحة والآثار

يعتبر قطاع السياحة أحد أضخم قطاعات الخدمات التي تساهم في اقتصاد القرن ٢١، إلا أنه ما زال وبعد ٦٠ عاماً في مراحلها الأولى من النمو على مستوى العالم أجمع. ولا شك أن قطاع السياحة الأردني يتمتع بمواقع سياحية من أكثر المواقع تميزاً في العالم مما يبعث على الإطمئنان والثقة بقدرة الأردن ومقوماته السياحية. وفي عالم تسوده حالة من عدم الاستقرار، يمكننا الجزم بأن قطاع السياحة سيبقى ركيزة هامة للاقتصادنا، والأهم من ذلك أنه يمتلك قدرة فريدة من نوعها تتمثل في وصول منافعه إلى كافة المجتمعات بما فيها المجتمعات النائية.

كما أن الشراكة القائمة بين القطاعين العام والخاص التي قمنا ببنائها في مجال السياحة في الأردن متمشية تماماً مع أفضل الممارسات الحديثة حيث أننا ننوي تعزيزها وجعلها أكثر فاعلية لكي تطال جميع مستويات التعاون ابتداءً من مرحلة وضع الإستراتيجية ووصولاً إلى مرحلة تنفيذها. ولقد طورنا هذه الإستراتيجية لتتمحور حول عدد من المسارات الرئيسية التي أثبتت نجاحها ومساهمتها في إحداث نمو مستمر حتى عام ٢٠١٠. كما أننا واثقون تماماً بقدرةنا على معالجة مجموعة من التحديات الجديدة بطريقة منظمة، وسنبدأ فوراً بتطبيق برنامجاً للتغيير وذلك للحدّ من، ومواجهة الآثار السلبية الناتجة عن الاعتماد الكبير على المواسم السياحية التقليدية لدينا وذلك بما يتماشى مع الإستراتيجية. وسيكون أثر هذا التغيير كبيراً على كل من الاستثمار وتحقيق الاستقرار. كما أننا نقف وراء المساعي الهادفة إلى استحداث ٢٥ ألف وظيفة جديدة في قطاع السياحة بالإضافة إلى دعم أكثر من نصف مليون وظيفة أخرى في القطاع الاقتصادي على نطاق أوسع.

إن كل ما يرد في هذه الإستراتيجية مرتبط ببعضه البعض، لذا ومن أجل تحقيق هذا الهدف يجب أن نعمل على إثراء وتنوع مجموعة منتجاتنا السياحية وتنمية قدرات مواردنا البشرية للوفاء بوعد الأردن لزواره بأن يوفر لهم تجربة لا تنسى، الأمر الذي سيصبح ميزتنا التنافسية في المستقبل.

وأود أن أتطرق إلى مسألة هامة تعدّ بمنافع عديدة ألا وهي ضرورة استخدام الإستراتيجيات والتكنولوجيا الحديثة للوصول إلى أسواقنا، إذ سيصبح التسويق الرقمي والمعلوماتية والإتصال حجر الأساس للقطاع في الفترة القادمة. وهذا سيعزز نهج التسويق المتبع في الأردن في تركيزه على الهوايات والاهتمامات الخاصة بالأسواق المستهدفة، وبالأخص تلك المتعلقة بفئات السوق الأعلى إنفاقاً.

كما ستعمل الوزارة يداً بيد مع قادة القطاع لضمان تطوير نظام فعال في مجال الحوكمة ومراقبة التطبيق وذلك من أجل الإشراف على عملية تحقيق الأهداف والغايات المحددة في الإستراتيجية وتوجيهها.

وباسم الحكومة، أرحب بهذه الإستراتيجية وأثني على ممثلي القطاع الخاص وزملائنا في القطاع العام على التزامهم ومثابرتهم في دراسة كافة هذه المسائل بعناية. وإنني أتطلع لبناء شراكة قوية بين القطاعين العام والخاص تُعنى بتطبيق الإستراتيجية من أجل تحقيق هدفنا المتمثل في مضاعفة حجم القطاع ومساهمته في الناتج المحلي الإجمالي.

وتقبلوا مني فائق الإحترام والتقدير،

وزير السياحة والآثار



# الإستراتيجية الوطنية للسياحة في الأردن ٢٠١١-٢٠١٥

الملخص التنفيذي



## الملخص التنفيذي

تستند الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١١ - ٢٠١٥ إلى الإنجازات الهامة التي حققتها الإستراتيجية الأولى للأعوام (٢٠٠٤ - ٢٠١٠)، وهي الفترة التي قام فيها الأردن بتعزيز سمعته ومكانته كمقصد سياحي يجتذب كلاً من الزوار والمستثمرين. وإن دوام النجاح في المستقبل يفرض تحديات جديدة أمام كافة أصحاب المصلحة في القطاع من حيث الحفاظ على مستويات الحماس والتقدم ووضع الأردن على خارطة كوجهة سياحية رفيعة المستوى، ورفع التنافسية في القطاع إلى المستوى المطلوب من أجل دعم النمو المستدام على المدى البعيد. وتم الاتفاق على أن تناط مسؤولية تنفيذ الإستراتيجية الوطنية الجديدة للسياحة للأعوام ٢٠١١ - ٢٠١٥ بالقطاع الخاص بمشاركة من القطاع العام، وأن تستجيب الإستراتيجية للوقائع الجديدة في القطاع على المستويين المحلي والعالمي. كما تم وضع أنشطة محددة للتنفيذ وأهداف طموحة للنمو بما يتماشى مع الهدف المتمثل في تحسين مستوى التنافسية وتحقيق الاستدامة، وذلك من أجل تعظيم مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الأردن، بالإضافة إلى المساهمة في إنجاح مؤسسات الأعمال و الحفاظ على إرثنا الحضاري ومواقعنا الطبيعية.



## الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠٠٤ - ٢٠١٠

تم تطوير أول إستراتيجية وطنية للسياحة من خلال شراكة فاعلة بين القطاعين العام والخاص. وارتكزت الإستراتيجية التي شملت الأعوام ٢٠٠٤ - ٢٠١٠ على أربعة ركائز رئيسة ساهمت في توجيه عملية تطوير ونمو القطاع.

### الركيزة الرابعة

توفير إطار عمل مؤسسي وتنظيمي فعال

### الركيزة الثالثة

تعزيز الموارد البشرية

### الركيزة الثانية

دعم التنافسية وتطوير المنتج السياحي

### الركيزة الأولى

تعزيز التسويق السياحي

كما تتمثل النتائج المباشرة للإستراتيجية في تعزيز جهود التسويق والترويج للقطاع وتحسين نوعية المنتجات والخدمات السياحية وتنوعها وتبني ممارسات مهنية في إدارة الموارد البشرية على نطاق واسع في القطاع واتخاذ خطوات هامة تهدف إلى خلق بيئة تنظيمية أكثر تشجيعاً على تطوير قطاع السياحة، هذه النتائج مجتمعة أدت لمساهمة قطاع السياحة بما يزيد عن ١٢,٤٪ من الناتج المحلي الإجمالي للعام ٢٠١٠.

## أبرز قضايا السياحة للخمس سنوات القادمة

- إن التغيير في البيئة التنافسية في سوق السياحة العالمية خلال السنوات الأخيرة لهو مؤشر على أن استراتيجية الأردن للخمس سنوات القادمة يجب أن تركز بشكل كبير على رفع تنافسية القطاع الكلية وذلك من خلال:
- إدخال تحسينات مدروسة في البيئة الداعمة للسياحية لتمكين القطاع وتعميق الشراكات بين الجهات المعنية وتوفير تنظيمات وضوابط على مستوى عالمي.
  - رفع إجمالي عائدات السياحة من خلال زيادة متوسط مدة إقامة السياح الأجانب (وخاصة ذوي معدلات الإنفاق المرتفعة) وزيادة عدد القادمين في مواسم الركود وتحفيز نمو سوق السياحة المحلية.
  - التقليل من أثر السياحة الموسمية من خلال زيادة تدفق السياح في أشهر الركود والأشهر التي تسبق وتتبع مباشرة أشهر الذروة السياحية.
  - توفير تسويق وترويج أفضل للأردن كمقصد سياحي من خلال تعزيز صورته واستغلال قنوات توزيع جديدة، مع إعطاء أولوية للتسويق الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي والمنصات المرتبطة بالإنترنت.
  - التركيز على برامج وأنشطة تهدف على وجه التحديد إلى بناء تجربة سياحية مميزة مما يؤدي إلى إيجاد ميزة تنافسية للأردن.
  - البناء على القاعدة المميزة التي تم بناؤها لتطوير والمحافظة على أفضل الموارد البشرية في المنطقة لقيادة القطاع نحو تحقيق النجاح على كافة الأصعدة.
- لا شك أن التحديات الإستراتيجية التي تواجه الأردن تتسم بالتعقيد وهي تضم عوامل عرض وطلب متعددة. وعلى الرغم من ذلك، فإن مكانة المملكة واشتهار مواردها السياحية، إلى جانب تأصل عادات الضيافة وحسن التعامل لدى الأردنيين، تعد جميعها نقاط قوة رئيسة يمكن توظيفها بفعالية لتميز الأردن بطرق فريدة وتعزيز صورته كوجهة سياحية مميزة على مستوى العالم.

الركيزة الرابعة  
البيئة الداعمة

الركيزة الثالثة  
تطوير سوق العمل

الركيزة الثانية  
تطوير المنتج السياحي

الركيزة الأولى  
التسويق والترويج السياحي



## الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١٥-٢٠١٥

وضعت الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١٥-٢٠١٥ للبناء على الأساس المتين الذي تم وضعه في عام ٢٠٠٤ ولتقديم التوجيه الضروري للجهات المعنية في قطاع السياحة وذلك برسم طريق واضح لضمان النمو المستقبلي. وسوف يتم توجيه تطوير وتنفيذ الإستراتيجية من خلال الرؤية والرسالة الموضحتين أدناه واللتين تم تحديثهما استناداً إلى الرؤية والرسالة المنصوص عليهما في الإستراتيجية الوطنية الأولى للسياحة من أجل صب الاهتمام على الحاجة إلى تطوير قطاع سياحي أكثر تميزاً وانفراداً وتنافسية.

تستند الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١٥-٢٠١٥ على إطار العمل المكون من أربع ركائز والذي أثبت نجاحاً كبيراً في تنفيذ الإستراتيجية الأولى، إلا أنه قد تم تعديل هذه الركائز والأهداف الإستراتيجية ذات العلاقة بشكل طفيف، وذلك لإعطاء التنافسية الأولوية في كافة الأنشطة.

إن تطبيق مجموعة التدابير المحددة ضمن الركائز الأربعة سيساهم بشكل كبير في الحفاظ على الإنجازات التي تم تحقيقها حتى الآن في قطاع السياحة في الأردن، وفي رفع مستوى التنافسية في القطاع من أجل الحفاظ على نموه ودعم استدامته على المدى الطويل.





## الرؤية الإستراتيجية للأعوام ٢٠١١-٢٠١٥

سوف يكون الأردن وجهة سياحية مميزة توفر تجارب متنوعة للزوار على مدار العام والتي من شأنها إثراء حياة الأردنيين وضيوفهم.

## الرسالة الإستراتيجية للأعوام ٢٠١١-٢٠١٥

- تنص الرسالة الإستراتيجية على تخطيط وتنفيذ التغييرات والإجراءات اللازمة لتحقيق ما يلي:
- رفع التنافسية الكلية لقطاع السياحة الأردني.
- إثراء تجربة الزائر من خلال الابتكار في تطوير المنتج السياحي.
- تحسين وترسيخ صورة الأردن والترويج له بشكل أفضل في الأسواق العالمية من أجل جذب عدد أكبر من الزوار الأكثر إنفاقاً طيلة العام.
- استحداث بيئة تنظيمية وتشغيلية تؤدي إلى تحسين أداء قطاع الأعمال السياحية وتفجير الطاقة الكامنة للقطاع الخاص بوصفه محركاً للنمو السياحي

## الهدف الإستراتيجي

زيادة العائدات السياحية لتصبح ٤,٢ مليار دينار في عام ٢٠١٥.

## الإنجازات الرئيسية والمضي قدماً

### الركيزة الأولى – التسويق والترويج السياحي

لقد تم افتتاح ثلاثة مكاتب جديدة لهيئة تنشيط السياحة الأردنية في الخارج بين الأعوام ٢٠٠٤ - ٢٠١٠ ولقد أدى التحسين العام في فعالية جهود التسويق والترويج في تلك الفترة إلى تحقيق النتائج المميزة التالية:

- ازدياد عدد الزوار بنسبة ٤٨٪. إذ أن عدد الزوار الذي تجاوز ٥,٥ مليون زائر في العام ٢٠٠٤ قد زاد إلى أكثر من ٨,٢ مليون زائر في العام ٢٠١٠. وكنتيجة لذلك، تحقق نمو كلي في الدخل بنسبة ٢٥٧٪ إذ سجل العام ٢٠٠٤ إيرادات بلغت ٩٤٣ مليون دينار فقط في حين سجل العام ٢٠١٠ إيرادات بلغت ٢,٤ مليار دينار.
- وارتفع الدخل المتأتي من السياح المحليين بشكل ملحوظ منذ عام ٢٠٠٧ (ما نسبته ٣٤٪) كما ارتفع الدخل المتأتي من الزوار الخليجيين (٤٣٪) والعرب (٣٨,٢٪) والأجانب (٥٧,٥٪).

وللبناء على هذه النتائج، سوف تركز جميع أنشطة التسويق والترويج القادمة على رفع أعداد القادمين من السياحة الدولية والمحلية والإيرادات المتأتية وإطالة مدة إقامة الزوار خلال هذه الفترة عن طريق توسيع نطاق أنشطة التسويق الدولية والمحلية وتحسين فعاليتها. وتتلخص أهداف الركيزة كما يلي:

- زيادة إجمالي أعداد السياح القادمين إلى ٩,٤ مليون سائح.

- نمو الدخل السياحي إلى ٤,٢ مليار دينار أردني.
- نمو الدخل المتأتي من السياحة المحلية بنسبة ٣٠٪.
- توزيع الدخل السياحي لكل ربع في عام ٢٠١٥ ليكون كالآتي:

- o الربع الأول: ٢٤٪
- o الربع الثاني: ٢٦٪
- o الربع الثالث: ٢٨٪
- o الربع الرابع: ٢٢٪

### أهداف الركيزة الأولى



وقد تم تحديد شرائح السوق والتي تكمن فيها الفرص الهامة للأردن باثنتي عشرة شريحة، وهي تشمل التراث الثقافي (الأثار)، والسياحة الدينية، والإجازات الصيفية والعائلية، والصحة والاستشفاء، والرياضة والاستجمام، وسياحة الاجتماعات والمؤتمرات، وسياحة المغامرات وغيرها.

ولتحسين عملية التسويق والوصول إلى هذه الأسواق، فإن الهدف الإستراتيجي لهذه الركيزة يتمثل في زيادة عدد السياح ذوي الأنفاق المرتفع من أهم الأسواق الحالية والناشئة وتطوير سوق السياحة الداخلية. ولتحقيق ذلك، ستركز الجهود في المجالات التالية:

- ١,١ ضمان توفر أبحاث موثوقة متعلقة بالسوق لتوجيه عملية صنع القرارات.
- ٢,١ وضع ميزانية كافية لتسويق المقدرات السياحية وتقديمها في الوقت المناسب لهيئة تنشيط السياحة الأردنية.
- ٣,١ تعزيز صورة الأردن بوصفه مقصداً مميزاً عالمياً في الأسواق الرئيسية.
- ٤,١ مراجعة وتعزيز جميع أنشطة التسويق العالمي وتحسين المقدرة التسويقية خارج البلاد لزيادة أعداد الزوار ومدة الإقامة ومعدل الإنفاق.
- ٥,١ إطلاق حملات تسويقية، مثل حملة " تجربة الأردن"، لزيادة أعداد وإيرادات السياحة المحلية لا سيما في المناطق والمواقع السياحية الرئيسية.
- ٦,١ إطلاق مبادرات محددة للتقليص من السياحة الموسمية وتحقيق توزيع أكبر للسياحة على مدار العام.
- ٧,١ بناء مهارات وقدرات العاملين في مجال التسويق ضمن القطاع السياحي من أجل تعظيم مقدرتهم على تحقيق النتائج المرجوة.

ويجب تأمين موارد مالية مناسبة من القطاعين العام والخاص واستثمارها في أنشطة التسويق الإقليمي والدولي والمحلي، حيث يتوقع أن تحتاج الفترة ٢٠١١ - ٢٠١٥ ما مجموعه ١٥٢ مليون دينار من الموارد المالية للقطاع العام في حين أن على القطاع الخاص المساهمة بما مجموعه ٣٨ مليون دينار خلال تلك السنوات الخمس.



## الركيزة الثانية - تطوير المنتج السياحي

تم في عام ٢٠٠٧ اختيار مدينة البترا ضمن عجائب الدنيا السبعة الجديدة، مما زاد من شهرتها العالمية. وارتفع عدد الغرف الفندقية في الأردن بنسبة ٢٢٪، حيث ازداد عددها من ١٨,١٢٧ غرفة في عام ٢٠٠٤ إلى ٢٤,٠٠٩ غرفة في عام ٢٠١٠. كما صاحب ذلك إنشاء ٢٤ فندقاً جديداً خلال نفس الفترة. علاوة على ذلك، تم إضافة خدمات سياحة جديدة وتعزيز البنية التحتية في مجالات أخرى، فعلى سبيل المثال تضاعف عدد المطاعم السياحية وزاد عدد الأدلاء السياحيين بنسبة ٦٠٪ وتم تأسيس ٤ شركات نقل جديدة مما أدى إلى مضاعفة أسطول الحافلات السياحية.

وستستمر مشاريع التطوير في الفترة القادمة، حيث تم الإعلان عن إنشاء عدد من المشاريع الضخمة التي يجري تنفيذها حالياً. وتشمل هذه المشاريع إنشاء الفنادق والمنتجعات السياحية ومنشآت متعددة الاستخدامات على شواطئ البحر الميت والعقبة. ويتم حالياً تحديث وتطوير مطار الملكة علياء الدولي الذي سيتم إفتتاحه خلال النصف الأول من فترة تطبيق الإستراتيجية، مما سيمكن الأردن من استغلاله في حركة الملاحة الجوية العالمية المتنامية.

وتهدف الركيزة الثانية الى تحقيق ما يلي:

- زيادة قدرة استيعاب الرحلات الجوية القادمة إلى الأردن بنسبة ٢٠٪ خلال فترة الإستراتيجية.
- إتمام ٢٠ مشروعاً للبنية التحتية السياحية تلبي الاحتياجات السوقية.
- الموافقة على أقرار ١٠٠٪ من الفنادق و٨٠٪ من المطاعم وتصنيفها ضمن خطة التصنيفات الوطنية خلال الفترة.

### أهداف الركيزة الثانية

سوف يلعب مفهوم "تجربة الأردن" دوراً هاماً في خلق صورة مميزة للبلد، ويجب تقديم هذا المفهوم على أرض الواقع من خلال توفير تجربة لا تنسى للزائر. وسوف تبني الجهود ضمن الركيزة الثانية على العمل الذي تم البدء به خلال الإستراتيجية الوطنية الأولى للسياحة، كما تهدف هذه الجهود إلى توسيع نطاق قائمة المنتجات السياحية المتوفرة وتحسين تنوعها من خلال ابتكار منتجات جديدة.

في سبيل تحقيق هذه الأهداف، ستركز الجهود في المجالات التالية:

#### النقل والمواصلات

- ١,٢ زيادة مدى استيعاب الرحلات الجوية الدولية.
- ٢,٢ تحسين تجربة الزائر في المطارات الوطنية.
- ٣,٢ تحسين الأنظمة الخاصة بعبور الحدود.
- ٤,٢ توفير نقل بري فعال وكفؤ داخل الأردن بما في ذلك وضع اللوحات الإرشادية للطرق والمواقع في الأماكن المناسبة.

### اثراء تجربة الزائر

- ٥,٢ رفع مستوى وجودة الحرف اليدوية الأردنية من خلال تقديم تصاميم أصيلة عالية الجودة.
- ٦,٢ تحسين الخدمات الأساسية المقدمة من خلال مراكز الزوار والمعلومات والأدلاء السياحيين.

### مواقع جذب السياح والأنشطة

- ٧,٢ إشراك القطاع الخاص في إدارة وتشغيل وتقديم الخدمات السياحية وطريقة عرض وتفسير المواقع الرئيسية في الوجهات السياحية.
- ٨,٢ إثراء تجارب الزوار الترفيهية في الوجهات السياحية الرئيسية.
- ٩,٢ تحديث وتطوير متاحف الأردن والترويج لها كأماكن تقدم تجارب مميزة.
- ١٠,٢ تحسين المنتج السياحي المتعلق بالمهرجانات والفعاليات.

### الإيواء وخدمات الطعام والشراب

- ١١,٢ تطبيق معايير الجودة وأفضل الممارسات في الفنادق والمطاعم.
- ١٢,٢ ابتكار أنشطة وفعاليات تتمحور حول فنون الطهي.
- ١٣,٢ إنشاء مخيمات ونزل بيئية.
- ١٤,٢ تشجيع تطوير مرافق إيواء (فنادق وأجنحة وشقق فندقية) معتدلة السعر في مواقع إستراتيجية.

تُظهر هذه الأنشطة الرئيسية التزاماً متواصلاً من الإستراتيجية الوطنية للسياحة في الأردن ٢٠١١-٢٠١٥ بالمساهمة في تحقيق النمو المستهدف في قطاع السياحة من خلال تحسين إمكانية الوصول إلى الأردن وتزويد الزوار بمنتجات عالية الجودة وتجارب مميزة تعكس الثقافة الأردنية خلال فترة إقامتهم.



## الركيزة الثالثة – تطوير سوق العمل

من خلال العمل ضمن هذه الركيزة، ازدادت نسبة التوظيف المباشر في قطاع السياحة ٨٥٪ تقريباً من سنة ٢٠٠٤ إلى ٢٠١٠.

تتضمن الإنجازات الأخرى المتحققة ما يلي:

- قيام جامعة العلوم التطبيقية بإعداد برنامج جامعي معتمد في إدارة الضيافة بالتعاون مع مدرسة مهنية ثانوية مجاورة. بالإضافة الى ذلك يوجد عدد من مؤسسات التعليم العالي التي تدرس برامج الضيافة والسياحة مع اعداد طلاب متزايدة باستمرار.
- ارتفاع نسبة مشاركة الإناث في القوى العاملة في قطاع السياحة لتصل إلى ١٠٪.
- إنشاء أحد عشر مركزاً تدريباً مهنياً حديثاً لعقد دورات تدريبية للملتحقين الجدد بقطاعي الفنادق والمطاعم وذلك لمساعدتهم على اكتساب مهارات معترف بها على مستوى العالم.
- التواصل مع ما يزيد عن ٢ مليون مواطن أردني من خلال إطلاق برامج التوعية التي ركزت على منافع وفوائد السياحة في تحسين الاقتصاد.

في قطاع تتواجد فيه العمالة بشكل مكثف كقطاع السياحة، تعد كفاءة ومهنية الأشخاص العاملين أمراً أساسياً، وخاصة فيما يتصل بتوفير تجربة أردنية فريدة من نوعها. وعلى ضوء ذلك، تم تحديد الأهداف التالية للأعوام ٢٠١٥-٢٠١٥:

- إيجاد ٢٥ ألف وظيفة إضافية في قطاع السياحة خلال فترة الإستراتيجية.
- رفع مستوى مشاركة المرأة في القوى العاملة إلى ١٥٪.
- تدريب ٥ آلاف طالب في المراكز التابعة لمؤسسة التدريب المهني والبالغ عددها أحد عشر مركزاً.
- تدريب ٤٠ ألف موظف على مهارات حسن الضيافة.

### أهداف الركيزة الثالثة

وفي سبيل تحقيق هذه الأهداف، ستتركز الجهود لتطوير قوى عاملة كفؤة وبمستوي عالمي في الخدمة وحسن الضيافة. وسيتم تحقيق ذلك من خلال الأنشطة التالية:

- ١,٣ تحديث الإستراتيجية الوطنية للقوى العاملة في قطاع السياحة.
- ٢,٣ الاستمرار في الترويج للقطاع على أنه الخيار الوظيفي الأمثل لكل من الشباب والكبار ورفع مستوى المشاركة الفعالة للمرأة فيه من أجل تعزيز القوى العاملة في قطاع السياحة.
- ٣,٣ توسيع نطاق توفير الخدمات التعليمية السياحية وتقديمها بمستوى جودة عالمي.
- ٤,٣ تحديد ونشر الممارسات الفضلى في إدارة القوى البشرية في القطاع.
- ٥,٣ توفير برامج ومبادرات تدريب عالية المستوى للمتدربين في القطاع ووضع وهيكلة أسس الاعتماد لمزودي التدريب.
- ٦,٣ رفع مهارات حسن الضيافة لدى العاملين في قطاع السياحة على كافة المستويات، وخاصة الإدارة، بما في ذلك الامتثال لمدونة السلوكيات والأخلاقيات الخاصة بمنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة.





### الركيزة الرابعة – البيئة الداعمة

كان التركيز في هذا المجال خلال الإستراتيجية السابقة على تعديل القوانين والتعليمات الخاصة بوزارة السياحة والآثار، وبناء شراكة بين القطاعين العام والخاص وخلق بيئة مواتية تدعم نمو السياحة. وقد حدثت مجموعة من التطورات الهامة على هذا الصعيد مثل إنشاء سلطة إقليم البترا التنموي السياحي، حيث أدى ذلك إلى تحقيق تغيير ملحوظ في نوعية الخدمات المقدمة في محمية البترا الأثرية. وكذلك تم إنشاء مناطق تنموية لاستقطاب الاستثمارات في المجالات السياحية في كل من البحر الميت وعجلون وتم تطبيق خطط رئيسة لكل منها. إلى جانب ذلك كله، تم إلغاء العديد من القيود على تأشيرات الدخول الممنوحة لعدد من الجنسيات، بما فيها الجنسيات الصينية والهندية.

وقد تم وضع الأهداف التالية للفترة القادمة لضمان تواجد بيئة عمل محفزة لتطور قطاع السياحة:

#### أهداف الركيزة الرابعة

- أقرار قانون جديد للسياحة.
- تحديث الأنظمة الداخلية الخاصة بالمهن.

وسوف يستمر العمل بما تم تحديده في الإستراتيجية السابقة إلى جانب توفير وتقديم الدعم اللازم للمشاريع السياحية بهدف تسهيل عملية تحسين أداء مؤسسات الأعمال في القطاع الخاص وتعزيز التنافسية فيما بينها.

ولتحقيق هذه التطلعات فإن الهدف الإستراتيجي سيكون تحسين القدرة التنافسية للأردن من خلال تعزيز ضوابط الأعمال والضوابط التشغيلية والتنظيمية والبيئية والمؤسسية للقطاع وذلك من خلال الأنشطة التالية:

- ١,٤ إعداد سياسات جديدة وتعزيز البيئة القانونية والتشريعية لدعم تنافسية القطاع السياحي.
- ٢,٤ تطوير نشاطات دعم مؤسسات القطاع الخاص ومقارنة الأداء لرفع تنافسية القطاع السياحي.
- ٣,٤ نشر الممارسات الصديقة للبيئة ضمن قطاع الأعمال السياحية.
- ٤,٤ ضمان توافق ممارسات السلامة والأمن للقطاع السياحي في الأردن أو تجاوزها للمواصفات المطلوبة عالمياً.
- ٥,٤ زيادة الوعي لدى القطاع الخاص والجهات المعنية بقطاع السياحه بالمنافع الاجتماعية والاقتصادية للتطوير المستدام لقطاع السياحة.
- ٦,٤ استخدام مؤشر التنافسية العالمي من أجل تحسين أداء القطاع مقارنة بالمستوى الدولي.





## الخلاصة

يجب أن تشعر كافة الجهات المعنية بقطاع السياحة في الأردن بالفخر للإنجازات والنجاحات التي حققتها الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠٠٤ - ٢٠١٠. إلا أن المعايير المطبقة في تطوير السياحة في السابق لن تشكل بالضرورة الطريقة التي يجب تبنيها للنجاح في المستقبل. ويكمن التحدي الرئيسي في الحفاظ على النجاح الذي وصلنا إليه حتى الآن والسعي لتحقيق مزيد من النمو في المستقبل، فلا مجال للتقاعد، إذ يجب أن تركز المرحلة المقبلة في بناء قطاع السياحة في الأردن على رفع مستوى التنافسية في القطاع لتحقيق النجاح طويل الأجل.

وتحدد الإستراتيجية الوطنية للسياحة ٢٠١١ - ٢٠١٥ المسار الذي يساعد في الحفاظ على ما تم تحقيقه حتى الآن، كما تخلق فرصة لكافة الجهات المعنية لتساهم في عملية تطوير القطاع. ولا شك أن مجموعة الأنشطة المقترحة والأهداف المحددة في الإستراتيجية طموحة جداً، ولكنها قابلة للتحقيق في حال تكاثف جهود كافة المعنيين ومشاركتهم بفاعلية. ويجب أن يكون الحافز للقيام بذلك هو الإدراك التام بأن تحقيق هذه النتائج الرئيسة لن يعزز من موقع الأردن كوجهة سياحية مختارة فحسب، بل سيحدث فرقاً حقيقياً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد.

# الإستراتيجية الوطنية للسياحة في الأردن ٢٠١١ - ٢٠١٥

... الماضي قُدماً

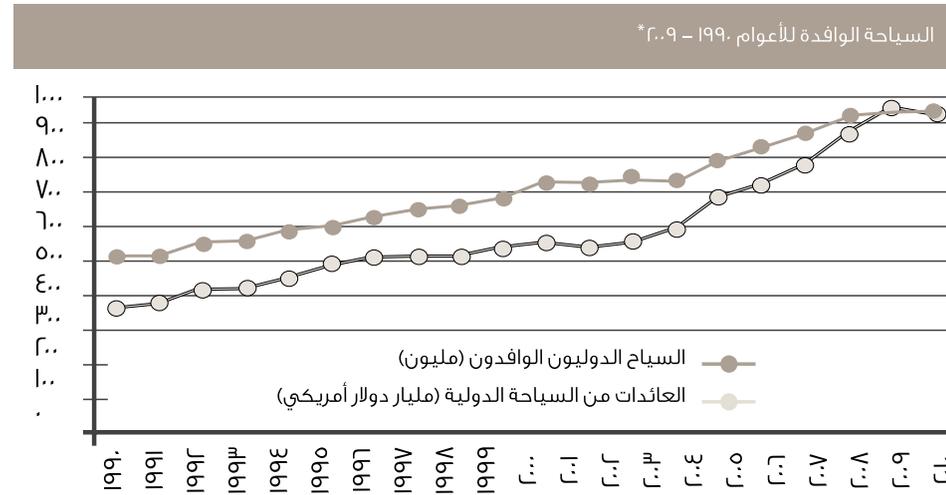


## الإستراتيجية الوطنية للسياحة - ٢٠١١-٢٠١٥

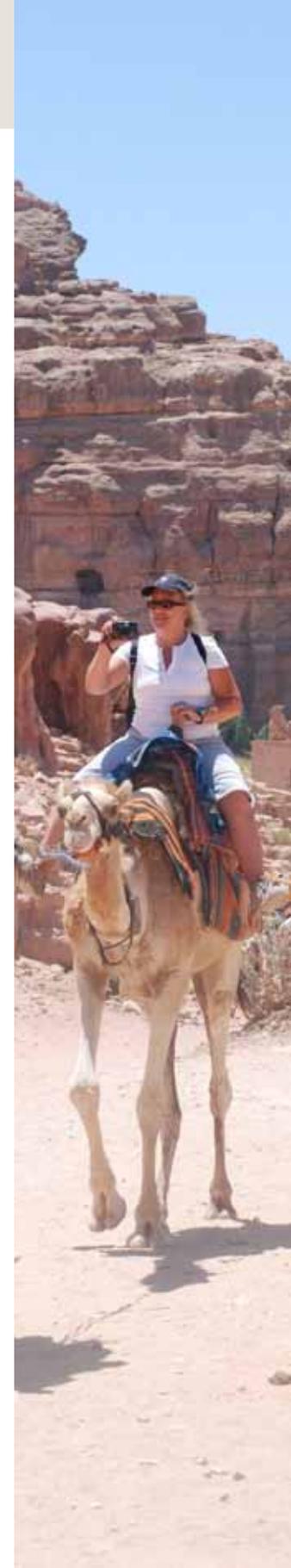
### ١. أهمية السياحة

تعد السياحة من أسرع القطاعات نمواً في القرن الواحد والعشرين من حيث المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، والإيرادات من العملات الأجنبية وخلق فرص العمل. ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، فقد أظهرت أعداد السياح القادمين، بالرغم من الأزمات العارضة، نمواً ثابتاً تقريباً حيث بلغ عدد السياح في عام ١٩٩٠، ٤٣٨ مليون سائح ليصل إلى ٦٨١ مليون سائح في عام ٢٠٠٠ و ٩٣٥ مليون سائح في عام ٢٠١٠. وقد بلغ حجم الدخل المتأتي من السياحة الدولية ٩١٩ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠١٠. ولا تزال منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة تثق بتنبؤاتها بعيدة المدى المتعلقة بالنمو العالمي في قطاع السياحة، والتي تتوقع أن أعداد السياح القادمين سيصل إلى نحو ١,٦ مليار سائح بحلول عام ٢٠٢٠.

الشكل ١: عدد السياح القادمين عالمياً والدخل المتأتي من السياحة العالمية، منظمة السياحة العالمية



تعد السياحة وستبقى محركاً طويل الأمد للنمو الاقتصادي في الأردن بحيث تحظى بالحصة الأكبر من الناتج المحلي الإجمالي في اقتصاد الأردن الإنتاجي. وتبني هذه الإستراتيجية على هذا الأساس المتين من خلال تحسين التنافسية الكلية للأردن بوصفه مقصداً سياحياً ووضع البلاد على الخارطة السياحية العالمية بوصفها تجربة مميزة ومثيرة بالنسبة للزوار. ويشمل هذا في المقابل التنسيق بين جهود الجهات المعنية في الحكومة والقطاع الخاص من أجل تطوير الأداء الأمثل في جميع مكونات السياحة مثل التسويق والتسعير والتعبئة وتطوير المنتجات السياحية وحسن الضيافة وجودة الخدمات والأداء العام لقطاع الأعمال. وتعد إجراء التحسينات الشاملة لرفع المستوى التنافسي المنافسة ضمن هذا القطاع أساسية حتى يتمكن الأردن من الاستفادة من إمكانياته بشكل كامل، الأمر الذي تحققه هذه الإستراتيجية. وبعد استعراض ومراجعة التوجهات والتحديات الراهنة في قطاع السياحة، فقد تم تحديد الأولويات الإستراتيجية للفترة المقبلة بناء على الإنجازات التي تم تحقيقها خلال فترة الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠٠٤-٢٠١٠. وقد أعد القطاع بالتعاون مع وزارة السياحة والآثار والجهات الأخرى ذات العلاقة من القطاع العام، الرؤية والرسالة والأهداف الإستراتيجية المنقحة لفترة تطبيق الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١٥-٢٠١١، كما حددوا الأنشطة الرئيسية ضمن كل ركيزة من الركائز الأربعة التي تشمل التسويق وتطوير المنتج السياحي وتنمية الموارد البشرية وتعزيز تنافسية القطاع عبر بيئة أكثر تمكيناً.



## أهمية السياحة بالنسبة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في الأردن

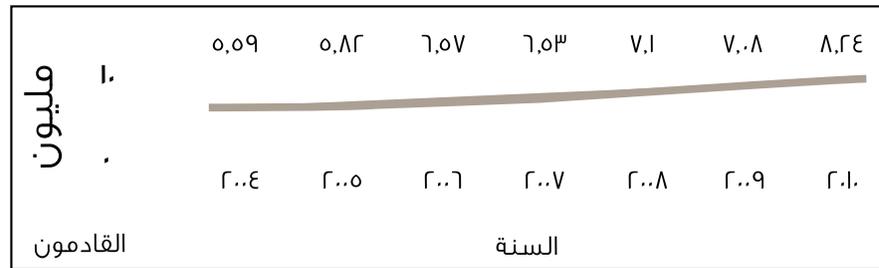
تعد السياحة أكبر قطاع في الاقتصاد العالمي:

- ١٠٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي.
- ٢٠٪ من الناتج المحلي الإجمالي الإقتصاد الدول النامية.
- ١٢,٥٪ من الوظائف على مستوى العالمي.

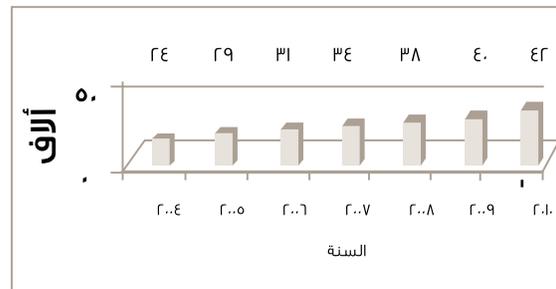
مجموعة العشرين G٢٠، ٢٠٠٩: السياحة هي وسيلة رئيسة لإيجاد الوظائف وتطوير التجارة ومكافحة الفقر.

شهد الأردن زيادة منتظمة في السياحة خلال العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، فقد وصل أكثر من ٨ ملايين زائر إلى الأردن في عام ٢٠١٠ منهم ٤,٥٥ مليون سائح مبيت أي بزيادة قدرها ٢,٣٪ عن زوار المبيت في ٢٠٠٩، وأنفقوا ما يزيد عن ٢,٤٢ مليار دينار أردني، وهو ما ساهم بأكثر من ١٢,٤٪ في الناتج المحلي الإجمالي. وقد وصل التوظيف المباشر في القطاع إلى ٤١,٩٠٠ وظيفة في عام ٢٠١٠. ومن المقدر أن يدعم ذلك إيجاد مئات الآلاف من الوظائف المماثلة على نطاق اقتصادي أوسع.

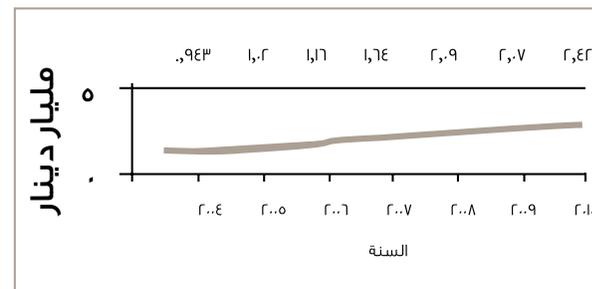
الشكل ٢: الزوار القادمون إلى الأردن بالمليون



الشكل ٤: التوظيف المباشر للأردنيين



الشكل ٣: الدخل المتأتي من السياحة الدولية في الأردن



## نظرة عامة مستقبلية حول السياحة في المنطقة

من المتوقع أن تنمو السياحة في الشرق الأوسط بمعدل يزيد عن ٥٪ في السنة حتى عام ٢٠٢٠، مقارنة بالمعدل العالمي الذي يقدر بنسبة ٤,١٪. ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية، يُظهر العدد الكلي للسياح القادمين أنه بحلول عام ٢٠٢٠ سوف تكون المناطق الثلاثة الأكثر استقبالا للسياح هي: أوروبا (٧١٧ مليون سائح)، وشرق آسيا (٣٩٧ مليون سائح) والأمريكتين (٢٨٢ مليون سائح) تليهما أفريقيا والشرق الأوسط وجنوب آسيا..

## ٢. قيادة التطور من خلال الإستراتيجية الوطنية للسياحة

تعاونت الجهات ذات العلاقة من القطاعين العام والخاص قبل عقد من الزمان لإعداد ونشر أول إستراتيجية شاملة وهي الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠٠٤ - ٢٠١٠ لتنسيق جهود تطوير وتوجيه تنمية القطاع السياحي. ووضعت الإستراتيجية أساساً إرشادية لقطاع السياحة، مما ساعد على توجيه عملية تطوير ونمو القطاع خلال تلك الفترة. ولقد ارتكزت الإستراتيجية على أربعة ركائز رئيسية تضمنت كل منها أهدافاً وإجراءات محددة.



لقد ترك تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للأعوام ٢٠٠٤-٢٠١٠ أثراً إيجابياً على تطوير السياحة في الأردن من خلال تطبيق الركائز الأربعة المحددة في الإستراتيجية إلى الحد الذي تساهم فيه السياحة الآن بأكثر من ١٢,٤٪ من الناتج المحلي الإجمالي. وهذا الأمر مرحب به فيما يتعلق بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية نظراً إلى أن السياحة تصل إلى المناطق والمجتمعات النائية حيث تكون فرص التوظيف البديلة محدودة. وتتمثل النتائج المباشرة للإستراتيجية الوطنية الأولى للسياحة في تعزيز جهود التسويق والتررويج وتحسين الخدمات وجودة المنتجات السياحية وتنوعها، بالإضافة إلى تبني الممارسات المهنية للموارد البشرية بشكل كبير على مستوى القطاع ككل واتخاذ خطوات هامة في استحداث بيئة تنظيمية مشجعة لتطوير السياحة. وإلى جانب المزايا الاقتصادية التي قدمتها الإستراتيجية الوطنية للسياحة، فقد ساعدت أيضاً في تغيير المواقف والانطباعات تجاه السياحة من حيث طريقة إدراك القطاع وبالتالي طريقة إدارته من قبل الجهات المعنية على المستوى الوطني، وفيما يتعلق أيضاً بالطريقة التي ينظر بها إلى القطاع بوصفه خياراً وظيفياً يستقطب الشباب والكبار على حد سواء. ورغم العمل الكثير الذي يتوجب القيام به، إلا أن الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠٠٤-٢٠١٠ قد أظهرت ما يمكن إنجازه من خلال الشراكة المنظمة والجماعية بين القطاعين العام والخاص.



وتسعى الإستراتيجية القادمة إلى البناء على ما تم إنجازه لتحقيق مزيداً من التطور في قطاع السياحة وزيادة جملة المنافع للإقتصاد الوطني وللأردنيين. وقد عملت الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص جنباً إلى جنب لتحديد وإقرار الخطوات المستقبلية لتنمية القطاع وتحسين التجارب وصياغة معايير للجودة تتفق والمعايير الدولية. وقد تمخض هذا التعاون عن تطوير الإستراتيجية الوطنية للسياحة ٢٠١١ - ٢٠١٥.

## ٢٤ الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١١-٢٠١٥: المضي قُدماً

### الرؤية والرسالة

سوف توفر الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١١-٢٠١٥ التوجيه الضروري لكافة الجهات ذات العلاقة وتمهد الطريق لتعزيز النمو المستقبلي. وسيتم توجيه عملية إعداد الإستراتيجية وتنفيذها من خلال الرؤية والرسالة كما هو موضح أدناه:

سوف يكون الأردن وجهة سياحية مميزة توفر تجارباً متنوعة للزوار على مدار العام والتي من شأنها إثراء حياة الأردنيين وضيوفهم.

إن تحقيق هذه الرؤية سيتطلب التزاماً من الجهات المعنية في القطاع بالرسالة الإستراتيجية التي تنص على تخطيط وتنفيذ التغييرات والإجراءات اللازمة لتحقيق ما يلي:

- رفع مستوى التنافسية الكلية لقطاع السياحة الأردني.
- إثراء تجربة الزائر من خلال الابتكار في تطوير المنتجات السياحية.
- تحسين وترسيخ صورة الأردن والترويج له بشكل أفضل في الأسواق العالمية من أجل جذب عدد أكبر من الزوار ذوي الإنفاق المرتفع طوال العام.
- استحداث بيئة تنظيمية وتشغيلية تؤدي إلى تحسين أداء قطاع الأعمال السياحية وتفجير الطاقة الكامنة للقطاع الخاص بوصفه محركاً للنمو.

### ٢٤ إطار العمل الإستراتيجي

سيتم تحقيق الرؤية والرسالة من خلال تركيز جماعي ومنسق على إنجاز أهداف واضحة ضمن أربع ركائز تبني على الإنجازات الرئيسية المتحققة في الإستراتيجية السابقة:





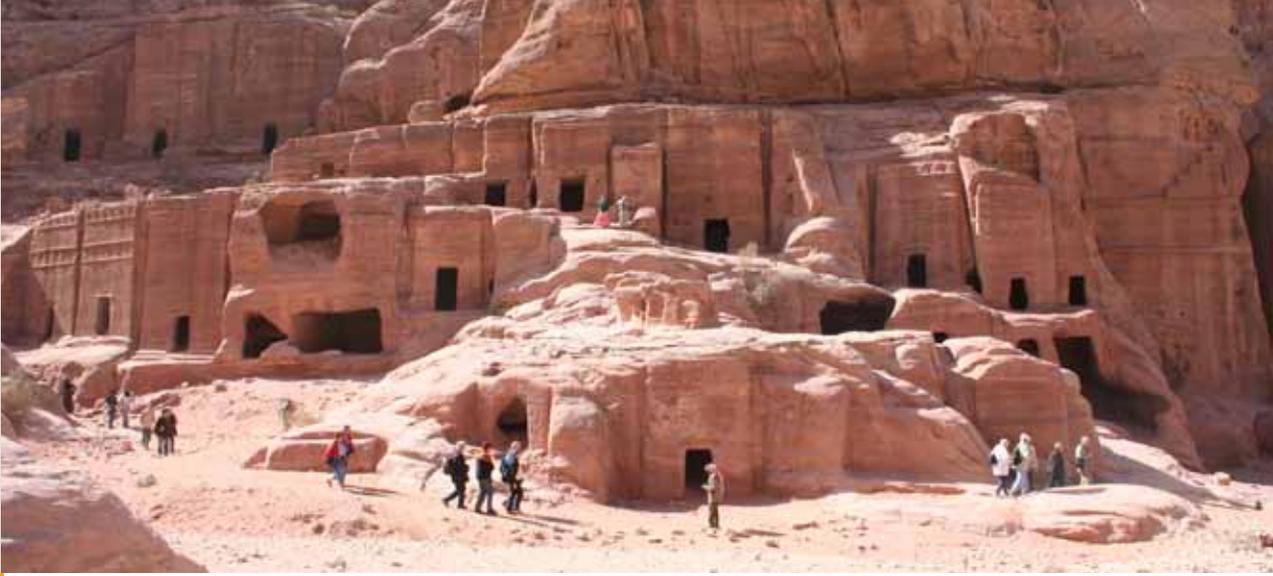
## ٣ الركيزة الأولى - التسويق والترويج السياحي

### الإنجازات خلال فترة الإستراتيجية السابقة

لقد ازداد عدد مكاتب هيئة تنشيط السياحة الأردنية في الخارج من ٨ إلى ١١ مكتباً في تلك الفترة، ولقد أدى التحسين العام في فعالية جهود التسويق والترويج بين الأعوام ٢٠٠٤ إلى ٢٠١٠ إلى زيادة عدد الزوار بنسبة ٤٨٪ مع تحقيق نمو كلي في الدخل بنسبة ٢٥٧٪.

الجدول ١ - عدد السياح القادمين والدخل المتأتي من السياحة للأعوام ٢٠٠٤ - ٢٠١٠

٢٠١٠	٢٠٠٩	٢٠٠٨	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥	٢٠٠٤	
٨,٢٤٧,١٣٥	٧,٠٨٤,٥٥٢	٧,١٠٠,٤٨٣	٦,٥٢٨,٦٢٥	٦,٧١٢,٨٠٤	٥,٨١٧,٣٧٠	٥,٥٨٦,٦٥٩	إجمالي عدد القادمين
٢٤٢٣	٢٦٦,٩	٢٠٨٨,٩	١٦٣٨,٣	١٤٦٠,٨	١,٢١,٦	٩٤٣	الدخل السياحي (مليون دينار أردني)



وقد ارتفع الدخل المتأتي من السياح المحليين بالإضافة إلى الزوار الخليجين والعرب والأجانب بشكل ملحوظ منذ عام ٢٠٠٧:

- ارتفاع الدخل السياحي من السياح المحليين بنسبة ٣٤٪
- ارتفاع الدخل المتأتي من الزوار القادمين من دول الخليج بنسبة ٤٣٪
- ارتفاع الدخل المتأتي من السياحة الأجنبية بنسبة ٥٧,٥٪
- ارتفاع الدخل المتأتي من الزوار العرب بنسبة ٣٨,٢٪

#### اتجاه الإستراتيجية في المرحلة القادمة

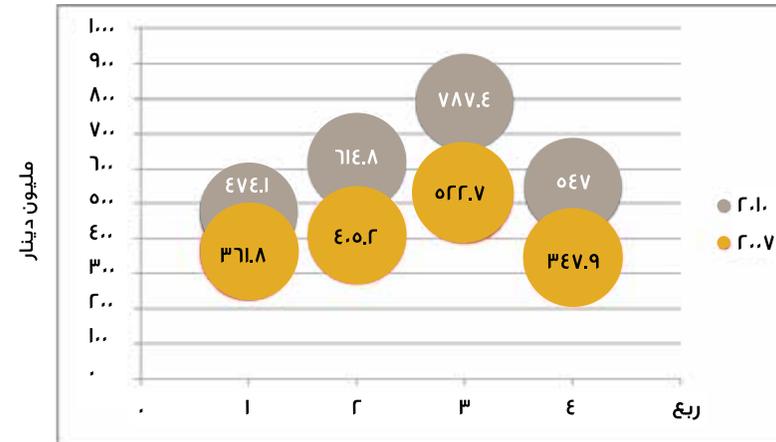
ستركز جميع أنشطة التسويق والترويج على رفع أعداد الزوار القادمين من السياحة الدولية والمحلية والإيرادات المتأتية من ذلك خلال هذه الفترة من خلال توسيع نطاق أنشطة التسويق وتحسين فعاليتها. وتشمل شرائح السوق الاثنتي عشرة التي تكمن فيها الفرص الهامة بالنسبة للأردن ما يلي:

١. التراث الثقافي (الأثار).
٢. السياحة الدينية.
٣. السياحة البيئية.
٤. الاستشفاء.
٥. الرحلات البحرية.
٦. سياحة الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والفعاليات.
٧. سياحة المغامرات والأنشطة.
٨. السياحة العلمية والأكاديمية والتطوعية والتعليمية.
٩. تصوير الأفلام والتصوير الفوتوغرافي.
١٠. المهرجانات والفعاليات الثقافية.
١١. الإجازات الصيفية والعائلية.
١٢. الرياضة والاستجمام.

بالإضافة إلى ذلك، وكما يوضح الجدول ٢، حافظت العوائد الربع سنوية تاريخياً على ارتباطها بمواسم معينة مما يوفر فرصة لتعزيز الطلب السياحي خلال الفترات الأخرى التي تشهد إنخفاضاً في الطلب لتقليص آثار الموسمية السياحية.

الجدول ٢ - التغيير في توزيع الدخل الربع سنوي في العامين ٢٠١٠ و ٢٠٠٧

٢٠١٠		٢٠٠٧		الربع الأول الربع الثاني الربع الثالث الربع الأخير المجموع
الدخل مليون دينار	النسبة ربع السنوية من الدخل السنوي (%)	الدخل مليون دينار	النسبة ربع السنوية من الدخل السنوي (%)	
٤٧٤.١	١٩.٦	٣٦١.٨	٢٢.١	
٦١٤.٨	٢٥.٣	٤٠٥.٢	٢٤.٨	
٧٨٧.٤	٣٢.٥	٥٢٢.٧	٣١.٩	
٥٤٧	٢٢.٦	٣٤٧.٩	٢١.٢	
٢٤٢٣.٣	١٠٠	١٦٣٧.٩	١٠٠	



وقد تم تحديد أهداف **الركيزة الأولى** كما يلي:

- زيادة إجمالي أعداد السياح القادمين إلى ٩,٤ مليون سائح.
- نمو الدخل السياحي إلى ٤,٢ مليار دينار أردني.
- نمو الدخل المتأتي من السياحة المحلية بنسبة ٣٪ خلال فترة الإستراتيجية.
- توزيع الدخل السياحي لكل ربع في عام ٢٠١٥ ليكون كالآتي:
  - o الربع الأول: ٢٤٪
  - o الربع الثاني: ٢٦٪
  - o الربع الثالث: ٢٨٪
  - o الربع الرابع: ٢٢٪

### أهداف الركيزة الأولى

وتتضمن الأهداف قصيرة المدى المدرجة ضمن الركيزة الأولى إعادة القطاع إلى مسار النمو المتصاعد ووضع حجر الأساس لدعم نمو مستدام في المستقبل. وسوف يتم استغلال قنوات التوزيع الجديدة مع إعطاء أولوية لاستخدام المنصات القائمة على التسويق الإلكتروني والشبكات الاجتماعية والإنترنت بهدف توجيه عملية التسويق والترويج للأردن بوصفه مقصداً سياحياً، وذلك في مسعى لرفع إجمالي إيرادات السياحة بزيادة أعداد الزوار القادمين، لا سيما السياح ذوي الإنفاق الأعلى، وإطالة مدة الإقامة وتحفيز سوق السياحة المحلية. وبالإضافة إلى ذلك، ثمة هدف آخر يتضمن تقليص أثر السياحة الموسمية من خلال زيادة أعداد السياح خلال أشهر الركود والأشهر الاعتيادية، الأمر الذي سيؤدي إلى زيادة الربحية بشكل دائم، علاوة على تعزيز الاستثمار والأثر على الاقتصاد المحلي.

### التمويل

يجب تأمين موارد مالية مناسبة من القطاعين العام والخاص واستثمارها في أنشطة التسويق الإقليمي والدولي والمحلي لتطوير حملات ترويجية تحقق النتائج المرجوة.



## الركيزة الثانية - تطوير المنتج السياحي

### الإنجازات خلال فترة الإستراتيجية السابقة

ارتفع عدد الغرف الفندقية في الأردن بنسبة ٣٢,٧٪، حيث ازداد عددها من ١٨,١٢٧ غرفة في عام ٢٠٠٤ إلى ٢٤,٠٠٩ غرفة في عام ٢٠١٠. وبالإضافة إلى ذلك، لوحظ حدوث توسع ملحوظ في البنية التحتية السياحية على النطاق الأوسع عقب تطبيق الإستراتيجية الوطنية للسياحة وذلك في مجالات مثل تلك المذكورة في الجدول ٤:

الجدول ٤ - عدد المشاريع السياحية

عدد المشاريع السياحية			
٢٠٠٤	٢٠٠٦	٢٠٠٨	٢٠١٠
فنادق			
٤٦٣	٤٧٦	٤٨١	٤٨٧
غرف			
١٨,١٢٧	٢١,٦٠٩	٢٢,٥٠٧	٢٤,٠٠٩
المطاعم السياحية			
٤٤٨	٦٠٢	٧٧٦	٨٢٨
المتاجر السياحية			
١٨٥	٢٧٤	٢٩٤	٣٠٥
الأدلاء السياحيين			
٦٠١	٦٤٦	٨٠٣	٩٥٣
الشركات النقل السياحية			
٤	٤	٦	٨
مراكز الغوص			
٧	٩	٩	٩
القوارب السياحية			
٧٥	٨٠	٨٠	٨٠
السيارات السياحية			
٤,٢٥٨	٥,٨٦١	٥,٧٦١	٦,٣٥٣

### اتجاه الإستراتيجية في المرحلة القادمة

سوف يلعب مفهوم "تجربة الأردن" دوراً هاماً في خلق علامة تجارية مميزة للأردن ويجب أن يتم إثبات وترجمة هذا المفهوم إلى حقيقة واقعة من خلال توفير تجربة لا تنسى للزائر. وسوف تبني الجهود ضمن الركيزة الثانية على العمل الذي تم القيام به خلال الإستراتيجية الوطنية الأولى للسياحة، كما تهدف هذه الجهود إلى توسيع نطاق قائمة المنتجات والخدمات السياحية المتوفرة وتحسين تنوعها عن طريق الابتكار. وقد تم تحديد الأهداف الخاصة لتطوير المنتجات كما يلي:

### أهداف الركيزة الثانية

- زيادة مدى استيعاب الرحلات الجوية إلى الأردن بنسبة ٢٠٪ خلال فترة الإستراتيجية
- إتمام ٢٠ مشروعاً للبنية التحتية السياحية تليي الاحتياجات السوقية.
- الموافقة على إقرار ١٠٪ من الفنادق و ٨٠٪ من المطاعم وتصنيفها ضمن خطة التصنيفات الوطنية.

وسوف يشكل التصدي للتحديات الهامة فيما يتصل بإمكانية الوصول إلى الأردن ووسائل النقل المتوفرة وإثراء تجربة الزوار خلال فترة إقامتهم إحدى الخصائص الهامة في رفع التنافسية الكلية للسياحة في الأردن. كما سيساعد التركيز على برامج عمل هادفة يتم تصميمها خصيصاً لتقديم تجارب رائعة للزوار في كافة جوانب الخدمات والمنتجات السياحية على خلق ميزة تنافسية للأردن.



## الركيزة الثالثة - تطوير سوق العمل

### الإنجازات خلال فترة الإستراتيجية السابقة

ساهمت الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠٠٤ - ٢٠١٠ في دعم زيادة مستويات التوظيف المباشر وغير المباشر في قطاع السياحة بنسبة ٨٥٪ تقريباً.

الجدول ٤ - مستويات التوظيف المباشر وغير المباشر في العام ٢٠٠٣ مقارنة بالعام ٢٠١٠

٢٠٠٣	٢٠١٠	
٢٢٨١٧	٤١٩٠٠	التوظيف المباشر
٦٨٤٥١	١٢٦٠٠٠	التوظيف غير المباشر

### تتضمن الإنجازات الأخرى المتحققة ما يلي:

- نسبة مشاركة الإناث في القوى العاملة في قطاع السياحة تصل الآن إلى ١٠٪.
- إنشاء أحد عشر مركزاً تدريباً مهنيّاً حديثاً لعقد دورات تدريبية للملتحقين الجدد بقطاعي الفنادق والمطاعم وذلك لمساعدتهم على اكتساب مهارات معترف بها على مستوى العالم.
- التواصل مع ما يزيد عن ٢ مليون مواطن أردني من خلال إطلاق برامج التوعية التي ركزت على منافع وفوائد السياحة في تحسين الاقتصاد.

### اتجاه الإستراتيجية في المرحلة القادمة

سيتم، كجزء من هذه الركيزة، تحديث الإستراتيجية الوطنية للقوى العاملة في قطاع السياحة وتحسين المعايير المطبقة في مجالي التعليم والتدريب وتعزيز دعم المشاريع لتطبيق الممارسات الفضلى في مجال الموارد البشرية. وقد تم تحديد الأهداف الخاصة فيما يتعلق بتطوير سوق العمل كما يلي:

- إيجاد ٢٥ ألف وظيفة إضافية في قطاع السياحة خلال فترة الإستراتيجية.
- رفع مستوى مشاركة المرأة في القوى العاملة إلى ١٥٪.
- تدريب ٥ آلاف طالب في المراكز التابعة لمؤسسة التدريب المهني والبالغ عددها أحد عشر مركزاً.
- تدريب ٤٠ ألف موظف على مهارات حسن الضيافة.

### أهداف الركيزة الثالثة

ومن الأولويات الهامة المندرجة ضمن الركيزة الثالثة، البناء على الأساس المتين الذي تم وضعه مسبقاً لتطوير أفضل الموارد البشرية في المنطقة والحفاظ عليها من أجل تحقيق نجاح القطاع على كافة الأصعدة.

## الركيزة الرابعة - البيئة الداعمة

### الإنجازات خلال فترة الإستراتيجية السابقة

لن يزدهر قطاع السياحة دون وجود بيئة عمل مشجعة تحد من الإجراءات الروتينية والبيروقراطية. وتدعم الإبداع والابتكار وتوفر نهجاً متكاملاً لتطوير قطاع السياحة يجمع كافة الجهات المعنية. وانصب تركيز الإستراتيجية الوطنية الأولى للسياحة على تحقيق الآتي:

- تعزيز صلاحيات وزارة السياحة والآثار.
- تقوية الشراكات بين القطاعين العام والخاص فيما يخص صياغة السياسات وتنفيذها.
- استحداث بيئة ممكنة تدعم نمو قطاع السياحة.

### اتجاه الإستراتيجية في المرحلة القادمة

وستهدف هذه الركيزة إلى تقديم دعم عملي للمشاريع والشركات السياحية بهدف تسهيل عملية تحسين أداء مؤسسات القطاع الخاص وتعزيز التنافسية فيما بينها. وستعطي الأولوية لإجراء تحسينات وتعزيزات مدروسة في البيئة الممكنة تهدف إلى تمكين القطاع من خلق ميزة تنافسية من خلال تعزيز الشراكات وتطوير تشريعات على مستوى عالمي. كما أن هناك هدفاً هاماً ستسعى الإستراتيجية إلى تحقيقه يتمثل في تحسين التنافسية الكلية في القطاع، والعمل باستمرار طيلة فترة الإستراتيجية على رفع مرتبة الأردن في المؤشرات الدولية كوجهة سياحية مميزة.

### وقد تم تحديد أهداف هذه الركيزة كالآتي:

- توفير تحرير أكبر في السوق لتسهيل دخول المنشآت السياحية.
- تحسين الأنظمة والتعليمات وتقليل الإجراءات البيروقراطية والكلف المفروضة على مؤسسات الأعمال الخاصة.
- معاملة المنشآت السياحية كمؤسسات مصدرة.
- زيادة مشاركة القطاع الخاص في توفير خدمات سياحية في المواقع السياحية.

### أهداف الركيزة الرابعة

- إصدار قانون جديد للسياحة
- تحديث الأنظمة الداخلية الخاصة بالمهن السياحية



## إرشادات تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١٥-٢٠١١

قد تكون السياحة من اختصاص عمل القطاع الخاص، لكنها تعد نشاطاً فريداً لا يمكن للقطاع الخاص النجاح فيه لوحده. لذلك يجب أن تبقى مسؤولية تطوير وتنفيذ الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١٥-٢٠١١ مشتركة بين القطاعين العام والخاص.

تقدم الركائز الأربعة التي تم توضيحها في هذا القسم نموذجاً واضحاً للطريقة التي يجب اتباعها في تخطيط النمو المستقبلي للقطاع السياحي، ويجب أن يستخدم هذا النموذج كأساس في كافة الأنشطة المتعلقة بتطوير القطاع حتى عام ٢٠١٥. أما بالنسبة للأنشطة المحددة التي سيتم القيام بها ضمن كل ركيزة على حدة، فسوف يسלט الجزء المتبقي من هذه الوثيقة الضوء على المقترحات في كل مجال مع تحديد الأنشطة ذات الأولوية. وقد تم تصميم المعلومات الواردة فيه لتشكيل أساساً ليستخدمه ائتلاف الشركات الوطنية السياحية في إعداد خطط تنفيذية أكثر تفصيلاً. وفيما يلي نموذج موضح تم تطويره لتوجيه تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١٥-٢٠١١:

### إطار تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للسياحة (٢٠١١ - ٢٠١٥)



# الإستراتيجية الوطنية للسياحة في الأردن ٢٠١٥ – ٢٠١١

تنفيذ



## الركيزة الأولى

التسويق والترويج السياحي

## الركيزة الأولى

التسويق والترويج السياحي



## ركيزة التسويق والترويج السياحي

تعتبر ركيزة التسويق والترويج محددًا أساسياً في نجاح قطاع السياحة، ولذلك فهي تنصدر الركائز في الخطة الإستراتيجية. إنَّ تحديد واستهداف أسواق وشرائح السياحة الأكثر إدراراً للربح سيمكّن الأردن من تحقيق أفضل إمكاناته من حيث النمو وكسب الحد الأقصى من حصته في سوق السياحة. وعلى الرغم من وجود اتفاق على أن بعض المواقع في الأردن، كالبترا والعقبة، ستحظى بنصيب أكبر من غيرها في الترويج والتسويق انسجاماً مع مفهوم «وجهة سياحية داخل وجهة»، إلا أن الأردن كوجهة سياحية سيبقى المظلة التي تتمحور حولها كافة أنشطة التسويق والترويج خلال فترة الإستراتيجية.

يبين الجدول التالي الهدف الإستراتيجي الكلي والأنشطة الرئيسية ذات العلاقة ضمن الركيزة الأولى:

الركيزة الأولى- التسويق والترويج السياحي	
الأنشطة الرئيسية	الهدف الإستراتيجي
١, ا ضمان توفر أبحاث موثوقة متعلقة بالسوق لتوجيه عملية صنع القرارات.	زيادة عدد السياح ذوي معدلات الإنفاق المرتفعة والقادمين من أهم الأسواق الحالية والناشئة، إلى جانب تطوير سوق السياحة الداخلية
٢, ا وضع ميزانية كافية لتسويق السياحة وتقديمها لهيئة تنشيط السياحة الأردنية في الوقت المناسب.	
٣, ا تعزيز صورة الأردن كوجهة سياحية مميزة وعالمية في الأسواق الرئيسية.	
٤, ا مراجعة وتعزيز جميع أنشطة التسويق الدولي، وتحسين المقدرّة التسويقية خارج البلاد لزيادة أعداد الزوار ومدة الإقامة ومعدل الإنفاق.	
٥, ا إطلاق حملات تسويقية مثل حملة " تجربة الأردن " لزيادة أعداد السياح وإبرادات السياحة المحلية، لا سيما في المناطق والمواقع السياحية الرئيسية.	
٦, ا إطلاق مبادرات محددة لتقليص السياحة الموسمية، وتحقيق توازن أكبر للسياحة على مدار العام.	
٧, ا بناء مهارات وقدرات المتخصصين في مجال التسويق ضمن قطاع السياحة من أجل تعظيم مقدرتهم على تحقيق النتائج المرجوة.	



## النشاط الرئيسي ١,١ - ضمان توفر أبحاث موثوقة متعلقة بالسوق لتوجيه عملية صنع القرارات

إن جمع أبحاث استقصائية ومعلومات متعمقة موثوقة حول السوق وتحليلها ونشرها هو أمر محتم على الأردن لتحسين عملية صنع القرارات التسويقية، حيث يدعم ذلك إطلاق حملات ترويجية فعالة والتركيز على إدارة الموارد، ويؤدي إلى تحقيق أفضل عائد كلي على الاستثمار. وسيعمل الشركاء من القطاعين العام والخاص على مأسسة وتوحيد أساليب جمع البيانات وإدارتها، وإعداد تقارير وتنبؤات مناسبة حول قطاع السياحة، بحيث تكون مبنية على احتياجات المستخدم النهائي، وهذا من شأنه أن يوفر أبحاثاً استراتيجية موثوقة بشكل منتظم ومستمر لكافة الجهات المعنية في قطاع السياحة الأردني..

### الإجراءات

- تعزيز القدرات البحثية لهيئة تنشيط السياحة الأردنية من أجل تحديد فعال للأسواق المستهدفة وشرائح السوق الأكثر أهمية في كل مرحلة من مراحل الشراء.
- بناء القدرات البحثية والإحصائية على مستوى الجمعيات السياحية في مجالاتها المعنية، وعقد دورة تدريبية منتظمة في القطاع حول استخدام تلك البيانات.
- إجراء دراسات وأبحاث حول الأسواق المصدرة للسياح بهدف تقييم التغييرات في السلوكيات واتجاهات السوق، وذلك لتسليط الضوء على التجارب المفضلة لتتلاءم مع التجارب المتوفرة في الأردن.
- إجراء توافق بين المنتجات واحتياجات السوق من أجل تحديد وإعطاء الأولوية لتلك المنتجات التي تساعد على وجود نشاط على مدار العام.
- استرجاع بطاقات الخروج بهدف جمع معلومات كمية ونوعية عند كافة معابر الخروج.
- تحسين عملية تنسيق وجمع وتحليل البيانات لتحقيق أقصى حد من التكامل، وإعداد تقارير وتحليلات شاملة لدعم اتخاذ القرارات لدى المستخدم النهائي.
- استكمال حسابات السياحة الفرعية (Tourism Satellite Accounts) ومأسستها وتطويرها بانتظام.
- التحديث المنتظم للمسوحات الوطنية حول الزوار التي تنفذ عند نقاط العبور الحدودية كل سنتين لتحديد دول وشرائح السوق ومدة إقامة السياح.

### النشاط الرئيسي ١,١

ضمان توفر أبحاث موثوقة متعلقة بالسوق لتوجيه عملية صنع القرارات

## النشاط الرئيسي ٢,١ - وضع ميزانية كافية لتسويق السياحة وتقديمها لهيئة تنشيط السياحة الأردنية في الوقت المناسب

يتحتم على الأردن لكي يحقق مستوى النمو المستهدف أن يحدد ميزانية التسويق السياحي بطريقة منظمة ومدروسة، وأن يخصص مبالغ كافية للتصدي للتحديات المتعلقة بالتسويق والترويج. وفي حال غياب الأموال اللازمة من القطاعين العام والخاص على حد سواء وتوفرها في الوقت المحدد من أجل الترويج للأردن بشكل مناسب، فلن تكون البلاد قادرة على التنافس في البيئة العالمية، وسيتأثر الدخل المتأتي للأردن بشكل كبير في نهاية المطاف.

### الإجراءات

- تحديد متطلبات التمويل لهيئة تنشيط السياحة الأردنية وإشراك الجهات التالية في عملية جمع الأموال:
- ١) الحكومة والقطاع العام.
- ٢) القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية.
- ٣) تخصيص ٢٪ من إيرادات الدخل السياحي المتوقع سنوياً لهذا الغرض وضرورة حصول هيئة تنشيط السياحة على هذه النسبة.

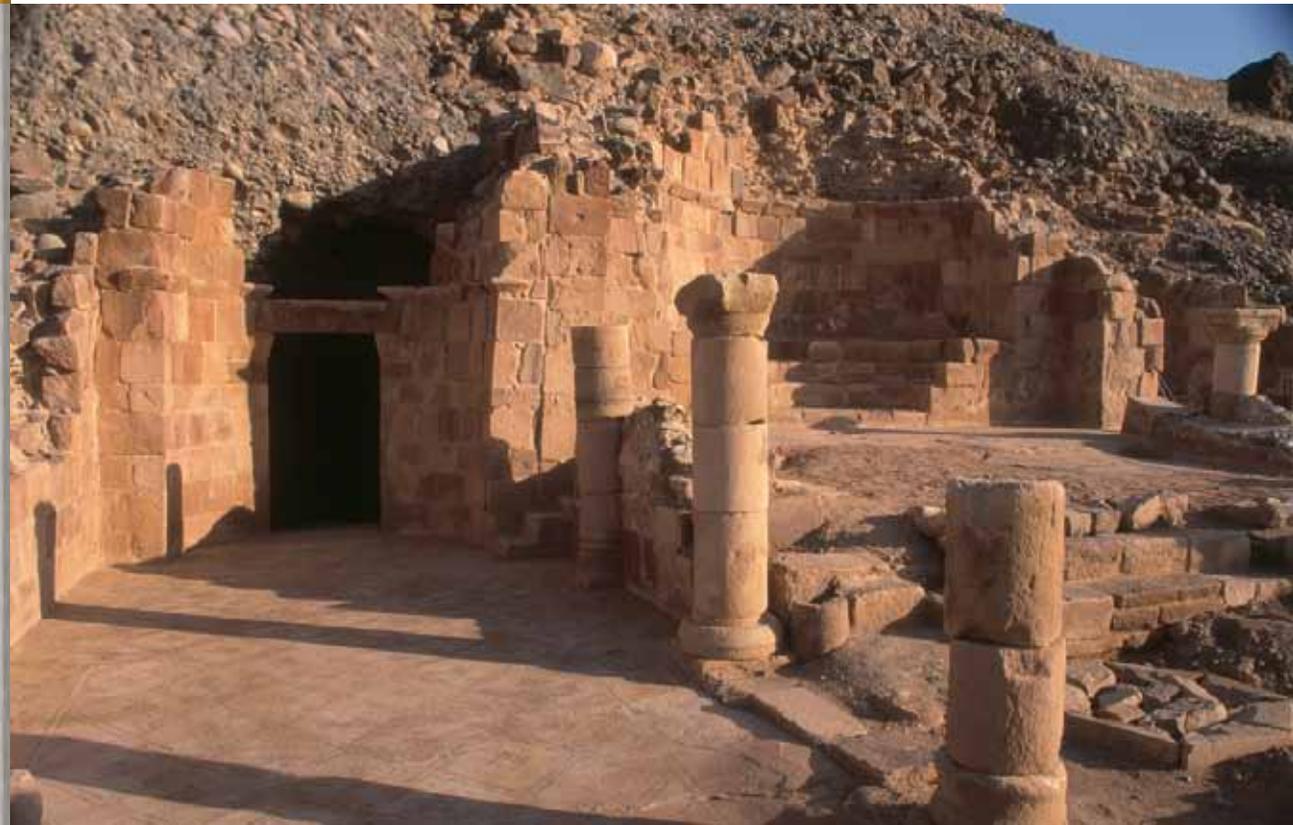
### النشاط الرئيسي ٢,١

وضع ميزانية كافية لتسويق السياحة وتقديمها لهيئة تنشيط السياحة الأردنية في الوقت المناسب

### النشاط الرئيسي ٣,١ - تعزيز صورة الأردن كوجهة سياحية عالمية مميزة في الأسواق الرئيسية.

إن تطوير الصورة الخاصة ببلد ما، وإظهار مصداقيتها وإعداد رسائلها واستخدام ذلك بشكل ثابت من قبل أصحاب المصلحة في مجال التسويق، هي عناصر أساسية وجزء لا يتجزأ من عملية التسويق والترويج الفعال لبلد أو وجهة سياحية ما. ومن شأن ذلك أن يساعد في توحيد وتعزيز الصورة الإيجابية للأردن، كما أن استخدامها من قبل جميع الشركاء في القطاع سيضمن استخدام وتطبيق صورة واحدة على الدوام. ولكي تكون الصورة السياحية للأردن فعّالة، يجب أن تعكس جوهر الأردن وثراء العروض التي يقدمها، وشغف شعبه وروح الضيافة لديه.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>مراجعة فعالية العلامة التجارية الحالية للأردن وإعداد إستراتيجية لإبراز الهوية السياحية للبلاد بناء على أبحاث دقيقة واحتياجات السوق المحددة.</li> <li>إعداد رسائل للهوية السياحية بحيث تكون مصممة خصيصاً لمختلف الأسواق/ الشرائح العالمية.</li> <li>تطوير أنظمة لضمان الوفاء بما يعدده الأردن لزواره.</li> <li>إعداد أسس لاستخدام الهوية السياحية والتعاون مع قطاع السياحة لاستخدامها بفعالية.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٣,١ تعزيز صورة الأردن كوجهة سياحية عالمية مميزة في الأسواق الرئيسية</p>



## النشاط الرئيسي ٤،١- مراجعة وتعزيز جميع أنشطة التسويق الدولي وتحسين المقدرة التسويقية خارج البلاد لزيادة أعداد الزوار ومدة الإقامة ومعدل الإنفاق

ينبغي إجراء مراجعة لأنشطة التسويق المنفذة حالياً بهدف تحديد نقاط القوة ومجالات التحسين ومنها تعزيز النهج الكلي للتسويق الدولي.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>تنظيم الأسواق والشرائح المستهدفة ضمن فئات بناء على مدى الميل إلى زيارة الأردن ومرونة السفر إليه، وإمكانية النمو ومستوى الإنفاق في الرحلة، ومدة الإقامة وإمكانية المساهمة الكلية في اقتصاد الأردن.</li> <li>تنفيذ إستراتيجية تشغيلية لزيادة النشاطات والإستثمار في مجال التسويق في الأسواق التي تلبى المعايير المختارة، والتي من المتوقع أن يتوفر لديها إمكانات نمو كبيرة من أجل تحفيز النمو.</li> <li>استضافة رحلات التجارة الدولية والرحلات التعريفية الإعلامية.</li> <li>تعزيز نشاطات التسويق للأردن كوجهة سياحية في الأسواق التي من المتوقع ان يتوفر لديها إمكانات نمو كبيرة.</li> <li>زيادة مشاركة القطاع الخاص في تطوير فرص تعزز برامج التسويق الدولي الخاصة بهيئة تنشيط السياحة الأردنية.</li> <li>تنظيم فعالية سياحية سنوية لتجارة السياحة الدولية في الأردن.</li> <li>تعزيز أنشطة التسويق للشرائح المختلفة مثل: المسافرين المستقلين - الرحلات العائلية، رحلة لشخص واحد، الرحلات في العطل القصيرة، الرحلات الثقافية، الرحلات الدينية، السياحة البيئية، المغامرات، الصحة والاستشفاء والسياحة البحرية.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٤،١</p> <p>مراجعة وتعزيز جميع أنشطة التسويق الدولية وتحسين المقدرة التسويقية خارج البلاد لزيادة أعداد الزوار ومدة الإقامة ومعدل الإنفاق</p> <p>أنشطة التسويق الرئيسية</p>

في سبيل التنافس بقوة على المستوى العالمي، تدرك الجهات المعنية في قطاع السياحة الأردني أكثر فأكثر الحاجة إلى تعزيز عمليات التسويق الإلكتروني، وإطلاق حملات تسويقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت بهدف حث المستهلكين على اختيار الأردن كوجهة سياحية، إذ أصبحت شبكة الإنترنت حالياً مصدر المعلومات المهيمن، فالبحث عن حجوزات لقضاء العطلات المختلفة وإجراء معاملات البيع عبر شبكة الإنترنت يتنامى بسرعة وفقاً لمتوسط نمو في الحجوزات عبر الإنترنت يصل إلى ٣٤,٦٪ في السنة. لذلك، يتحتم على القطاع عرض المنتجات والتجارب السياحية في الأردن بفعالية، وتوفيرها على شبكة الإنترنت لأغراض الحجز والبيع. كما ينبغي استغلال وسائل الإعلام الجديدة بطريقة منظمة ومنسقة للوصول إلى الزوار وإقناعهم بالقدوم إلى الأردن، فمن شأن ذلك أن يعزز أنشطة التسويق التقليدية وأن يتيح المجال أمام زيادة مضطردة في الوصول إلى السوق المستهدف، باستخدام وسائل مجدية اقتصادياً.

وتجدر الإشارة إلى اتخاذ بعض الخطوات في هذا المجال، حيث شكّل مؤتمر وورش عمل «التسويق الإلكتروني والتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي» التي عقدت للمتخصصين في القطاع في عام ٢٠١٠ نقلة إيجابية في الاتجاه الصحيح.

الإجراءات		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعزيز قدرات هيئة تنشيط السياحة الأردنية وأصحاب المصالح التجارية في القطاع في مجال التسويق الرقمي من خلال تبني تكنولوجيات وأنظمة حديثة.</li> <li>• استخدام أنظمة الحجز عن طريق الإنترنت للفنادق ووكلاء تنظيم الرحلات السياحية والقطاع ككل من خلال استحداث بوابة مجدية وعملية للدفع الإلكتروني، إلى جانب نظام للحجز الإلكتروني.</li> <li>• تعزيز الطلب على الوجهة السياحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة والبرامج الأخرى على شبكة الإنترنت.</li> <li>• إعداد قاعدة بيانات وطنية تحتوي على المنتجات والتجارب السياحية ليستخدمها العاملون في مجال التسويق بحيث تحتوي على معلومات من كلا القطاعين العام والخاص حول المواقع السياحية الرئيسية والجهات المحلية والمسارات الطبيعية والتراثية والتجارب ذات العلاقة بمواضيع معينة.</li> </ul>	التسويق الإلكتروني	النشاط الرئيسي ا.٤، مراجعة وتعزيز جميع أنشطة التسويق الدولي وتحسين المقدرة التسويقية خارج البلاد لزيادة أعداد الزوار ومدة الإقامة ومعدل الإنفاق

## تكملة النشاط ا.٤

وبالإضافة إلى ذلك، ستنفذ أنشطة تسويق محددة لاستقطاب شرائح السياح الأكثر إنفاقاً، وزيادة متوسط مدة الإقامة، حيث سيؤدي هذان العاملان معاً إلى رفع متوسط الإنفاق السياحي.

الإجراءات		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• رفع مستوى معرفة الزوار قبل وبعد الوصول إلى الأردن بالمجموعة المتنوعة من التجارب ومواقع الجذب المتاحة في الأردن.</li> <li>• إنشاء مراكز/مناطق إقليمية توفر تجارب مختلفة.</li> <li>• دعم وتطوير مواقع جذب السياح والتجارب والأعمال القائمة على تقديم الخدمات بالتعاون مع المؤسسات المحلية صغيرة ومتوسطة الحجم بهدف تعزيز تجربة الزوار وتمديد فترة إقامتهم وزيادة العائد من السياحة.</li> <li>• التركيز على سياحة المجتمعات والحوافز والمؤتمرات والفعاليات كسبيل لاستقطاب السياح الأكثر إنفاقاً.</li> </ul>	زيادة معدّل الإنفاق	النشاط الرئيسي ا.٤، مراجعة وتعزيز جميع أنشطة التسويق الدولي وتحسين المقدرة التسويقية خارج البلاد لزيادة أعداد الزوار ومدة الإقامة ومعدل الإنفاق

### النشاط الرئيسي ا،ه - إطلاق حملات تسويقية كحملة «تجربة الأردن» لزيادة حجم وإيرادات السياحة المحلية، لا سيما في المناطق والمواقع السياحية الرئيسية

قد تلعب السياحة المحلية دوراً أساسياً في تحقيق الأهداف الكلية للقطاع. ونظراً للفهم العميق للجهات المعنية لهذا السوق، فسيكون من الممكن إطلاق حملات تهدف إلى تحفيز الطلب في هذا السوق.

#### الإجراءات

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• العمل مع الفنادق ومزودي خدمات الإيواء الآخرين لتجهيز عروض خاصة للسوق المحلي وخاصة العائلات والترويج لها.</li> <li>• تنظيم المهرجانات والفعاليات والترويج لها بهدف استقطاب السياح المحليين.</li> <li>• توفير خدمات نقل السياح المحليين لتسهيل وصولهم بشكل سهل ومنظم إلى المواقع الإقليمية والفعاليات المحلية.</li> <li>• العمل مع شركات النقل السياحي والأدلاء السياحيين لتجهيز عروض خاصة للمسافرين في رحلات يومية والترويج لها.</li> <li>• تطوير صورة جذابة للسياحة المحلية وتنظيم حملة مماثلة لحملة " تجربة الأردن" لتشجيع الأردنيين على حضور المهرجانات والفعاليات الثقافية والتراثية متنوعة المواضيع والمنعقدة على مدار السنة.</li> <li>• تحديد وتسويق الاجازات المعتمدة على النشاطات والمغامرات للفئة العمرية ما بين ١٨ إلى ٣٥ سنة.</li> </ul> | <p>النشاط الرئيسي ا،ه</p> <p>إطلاق حملات تسويقية مثل حملة "تجربة الأردن" لزيادة حجم وإيرادات السياحة المحلية لا سيما في المناطق والمواقع السياحية الرئيسية</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



### ةالنشاط الرئيسي ٦,١ - إطلاق مبادرات محددة للتقليص من السياحة الموسمية وتحقيق توزيع أكبر للسياحة على مدار العام

يتوزع النشاط السياحي في الأردن عادة على فترتين تمثلان الذروة وتشكلان ستة أشهر من السنة تقريباً (الشتاء/الربيع والخريف/الشتاء). وهناك تباين واضح عند مقارنة هذين النمطين مع الإحصائيات العالمية للنشاط السياحي الذي يبلغ الذروة في شهري الصيف تموز وآب، حيث تعتبر حصة الأردن في السوق خلال هذين الشهرين متدنية وغير منافسه. ولا شك أن ارتفاع الطلب السياحي خلال هذين الشهرين قد يساهم بشكل ملحوظ في زيادة أعداد الزوار وتحقيق التوازن في المواسم السياحية، فبناء اقتصاد سياحي قوي ونجاح الأعمال المرتبطة بالقطاع السياحي يُحتم العمل على تمديد فترة الموسم السياحي الحالي وإنشاء أسواق وشرائح جديدة لفترات تعاني من تدنٍ في أعداد القادمين من السياح. على سبيل المثال، تمثل أسواق أوروبا الشمالية الهدف الأسهل من حيث الميل إلى قضاء العطلات في بلاد تتمتع بمناخ دافئ، إلا أن محدودية الرحلات الجوية المجدولة تتطلب التركيز في المستقبل على إيجاد وسائل نقل قائمة على الطائرات الخاصة الرخيصة، وإعداد عرض لمشاركة المخاطر من أجل تشجيع وكلاء تنظيم الرحلات السياحية على المشاركة، والتعاون مع القطاع وهيئة تنشيط السياحة الأردنية على إنشاء الأسواق الجديدة.

#### الإجراءات

- إطلاق حملات متتابعة في مواسم الركود - تنفيذ خطط وحملات متخصصة تستهدف أسواقاً وشرائح محددة في المواسم الإعتيادية ومواسم الركود.
- تغيير المعتقدات الخاطئة حول مناخ الأردن - تنفيذ حملة اتصال وتسويق شاملة للقضاء على هذه المعتقدات الخاطئة وتسهيل الضوء على المواسم المختلفة والأنشطة الموسمية ومواقع جذب السياح في الأردن.
- تنظيم أنشطة وحملات في شهر رمضان - تنظيم الفعاليات وتصميم العروض وتسهيل الضوء على مواقع الجذب السياحي والترويج لها في شهر رمضان، بحيث تستهدف السياح العرب وخاصة المقيمين في منطقة الخليج، وذلك من أجل استقطاب هذ الشريحة السوقية ذات المردود المرتفع.
- الترويج للسياحة العائلية في السوق العربية - إن الرحلات السياحية المنظمة للعائلات هي حافز أساسي في سوق السياحة العربية، وهي إحدى أهم شرائح السوق بالنسبة للأردن. وإن تنظيم عروض ممتعة وتعليمية وذات مواضيع متنوعة خاصة للعائلات التي لديها أطفال من جميع الأعمار سيمكن الأردن من الاستفادة من هذه الشريحة المتنامية ذات المردود المرتفع.

#### النشاط الرئيسي ٦,١

إطلاق مبادرات محددة للتقليص من السياحة الموسمية وتحقيق توازن أكبر للسياحة على مدار العام





**النشاط الرئيسي ٧,١ - بناء مهارات وقدرات المتخصصين في مجال التسويق ضمن قطاع السياحة من أجل تعظيم مقدرتهم على تحقيق النتائج المرجوة.**

من الهام جداً أن يكون قطاع السياحة في الأردن على علم ومعرفة جيدة لتحقيق النمو وتطبيق إستراتيجيات التسويق المركزة، وتعظيم العائد على الإستثمار.

#### الإجراءات

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• الإستمرار في عقد وتقديم سلسلة من ندوات "إعرف سوقك" للمتخصصين في التسويق للقطاع السياحي.</li> <li>• الترويج لبرامج التدريب المعتمدة للمتخصصين في القطاع من أجل تعزيز فهمهم لمتطلبات السوق، وبالتالي التميز في تقديم الخدمات وتعزيز تنافسية القطاع في الأسواق ذات الخصوصية.</li> <li>• بناء وتطوير كفاءات المتخصصين في التسويق في المؤسسات المختلفة وتحسين وضعهم، حيث يشكل ذلك عنصراً أساسياً للنجاح في إنشاء نظام تسويق سياحي قوي وديناميكي.</li> </ul> | <p>النشاط الرئيسي ٧,١</p> <p>بناء مهارات وقدرات المتخصصين في مجال التسويق ضمن قطاع السياحة من أجل تعظيم مقدرتهم على تحقيق النتائج المرجوة.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

الركيزة الأولى - مصفوفة التنفيذ

الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص															
الحكومة	وزارة السياحة والآثار	هيئة تنشيط السياحة الأردنية	دائرة الآثار العامة	سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة/ سلطة إقليم البترا التنموي السياحي	وزارة التربية والتعليم/ وزارة التعليم العالي/ مؤسسة التدريب المهني/ هيئة وطنية جديدة للموارد البشرية	الخطوط الجوية الملكية الأردنية وشركات الطيران الدولية	جمعية الفنادق الأردنية/ جمعية المطاعم السياحية الأردنية	الجمعية الأردنية للسياحة الوافدة	جمعيات ومؤسسات الأعمال	الجامعات والكليات والمدارس	مزودو التدريب للقطاع	شركات النقل السياحي والأدلاء السياحيين	منظمات السياحة الإقليمية	المستثمرون والقائمون على التطوير	
ملاحظة: تشير علامة X إلى أن الجهات المعنية مسؤولة مشتركة في تنفيذ النشاط الرئيسي أو أنه سيكون شريكاً فيه.															
الركيزة الأولى - التسويق والترويج السياحي															
الأنشطة الرئيسية															
	X	X		X		X	X	X	X	X			X	1,1 ضمان توفر أبحاث موثوقة متعلقة بالسوق لتوجيه عملية صنع القرارات.	
X	X	X		X		X	X		X			X	X	X	2,1 وضع ميزانية كافية لتسويق السياحة وتقديمها لهيئة تنشيط السياحة الأردنية في الوقت المناسب.
	X	X		X		X	X	X					X	3,1 تعزيز صورة الأردن كوجهة سياحية عالمية مميزة في الأسواق الرئيسية.	
	X	X				X	X	X						4,1 مراجعة وتعزيز جميع أنشطة التسويق الدولي وتحسين المقدرة التسويقية خارج البلاد لزيادة أعداد الزوار ومدة الإقامة ومعدل الإنفاق.	
	X	X		X		X	X	X				X	X	5,1 إطلاق حملات تسويقية مثل حملة " تجربة الأردن " لزيادة حجم وإيرادات السياحة المحلية لا سيما في المناطق والمواقع السياحية الرئيسية.	
	X	X		X		X	X	X				X	X	6,1 إطلاق مبادرات محددة للتقليص من السياحة الموسمية وتحقيق توازن أكبر للسياحة على مدار العام.	
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	7,1 بناء مهارات وقدرات المتخصصين في مجال التسويق ضمن قطاع السياحة من أجل تعظيم مقدرتهم على تحقيق النتائج المرجوة.	



## الركيزة الثانية

تطوير المنتج السياحي

## الركيزة الثانية

تطوير المنتج السياحي



## ركيزة تطوير المنتج السياحي

يتميز قطاع السياحة بتنوعه الإستثنائي. ويجب التخطيط للمنتجات والخدمات السياحية الموزعة على كثير من القطاعات وتنسيقها ورعايتها والإستثمار فيها وإدارتها من أجل تزويد الزائر بتجربة مميزة لا تنسى. وتهدف منهجية تطوير المنتج السياحي الأردني إلى:

- ضمان الإستدامة وحماية المواقع البيئية والأثرية.
- تزويد المناطق السياحية بمجموعات من المنتجات السياحية الأساسية والمساندة الكافية لتعظيم تجارب الزوار.
- ضمان توزيع المنافع الإقتصادية والإجتماعية في كافة أنحاء المملكة من خلال توفير تجارب جديدة للزوار.
- تكوين شراكات بين القطاعين العام والخاص بغية تطوير المنتج السياحي والإستثمار فيه، وتيسير مشاركة كل من القطاع الخاص والمجتمع المحلي في خدمة المواقع ذات الملكية العامة.
- تحسين خدمات الزوار في المواقع الرئيسية، والإسراع بإجراء تحسينات للحفاظ عليها.
- تحويل المنتجات السياحية إلى تجارب تتناسب ومتطلبات الزوار.
- تنويع خيارات المنتجات والخدمات السياحية في الأردن ووضع معايير عالية الجودة.
- إيجاد وجهات ومسارات إضافية تخلق مزيداً من الإهتمام من أجل إطالة مدة إقامة الزائر ومعدل إنفاقه.



ونسلط الضوء فيما يلي على الهدف الإستراتيجي الكلي والأنشطة الرئيسية المرافقة له ضمن الركيزة الثانية:

الركيزة الثانية- تطوير المنتج السياحي		
الأنشطة الرئيسية		الهدف الإستراتيجي
١,٢ زيادة مدى استيعاب الرحلات الجوية الدولية. ٢,٢ تحسين تجربة الزائر في المطارات الوطنية. ٣,٢ تحسين الأنظمة الخاصة بعبور الحدود. ٤,٢ توفير وسائل نقل بري فعالة وكفؤة داخل البلد بما في ذلك وضع لوحات إرشادية للطرق والمواقع في الأماكن المناسبة.	الوصول والنقل	توفير تجربة مميزة وغنية للسياح من خلال المنتجات والخدمات ذات المستويات المنافسة
٥,٢ رفع مستوى جودة الحرف اليدوية الأردنية من خلال تقديم تصاميم أصيلة عالية الجودة. ٦,٢ تحسين الخدمات الأساسية المقدمة من خلال مراكز الزوار والمعلومات والأدلاء السياحيين.	تجربة الزائر	
٧,٢ إشراك القطاع الخاص في إدارة وتشغيل وتقديم الخدمات السياحية وطريقة عرض وتفسير المواقع الرئيسية في الوجهات السياحية. ٨,٢ إثراء تجارب الزوار الترفيهية في الوجهات السياحية الرئيسية. ٩,٢ تحديث وتطوير متاحف الأردن والترويج لها كأماكن تقدم تجارب مميزة. ١٠,٢ تحسين المنتج السياحي المتعلق بالمهرجانات والفعاليات.	مواقع جذب السياح والأنشطة	
١١,٢ تطبيق معايير الجودة والممارسات الفضلى في مؤسسات الإيواء والمطاعم. ١٢,٢ ابتكار أنشطة وفعاليات تتمحور حول فنون الطهي. ١٣,٢ إنشاء مخيمات ونزل بيئية. ١٤,٢ تشجيع تطوير مرافق إيواء (فنادق وأجنحة وشقق فندقية) مقبولة السعر في مواقع إستراتيجية.	الإيواء وخدمات الطعام والشراب	

### الوصول والنقل

ينبغي اعتماد حل مثالي ومتكامل للنقل من أجل تسهيل دخول الزوار من كافة المعابر الأردنية. من ناحية أخرى، ينبغي أن يلبي نظام التوزيع الداخلي سعة النقل المستهدفة ضمن نطاق كامل من خدمات النقل البري ومرافقه التي يجب أن تتمتع بسهولة الاستخدام، عدا عن جودة شبكات النقل وتوفير خدمات موثوقة، بالإضافة إلى كونها خدمات متاحة. ويعد مثل هذا النظام عنصراً أساسياً لنجاح قطاع السياحة الأردني والذي سيتم تسويقه وترويجه للزوار الحاليين والمحتملين.

### النشاط الرئيسي ١,٢- زيادة مدى استيعاب الرحلات الجوية الدولية

تعد زيادة مدى استيعاب الرحلات الجوية الدولية أمراً ضرورياً بالنسبة للأردن من أجل تحقيق النمو المستهدف؛ فسياسة الأجواء المفتوحة واعتماد برنامج حوافز مغر في المطارات لشركات الطيران الدولية بالإضافة إلى توفير رحلات الطيران منخفضة التكاليف، والطائرات الخاصة الرخيصة ووكلاء تنظيم الرحلات السياحية تُعد جميعها متطلبات أساسية لزيادة مدى الإستيعاب الكلي للرحلات الجوية.

الإجراءات	
النشاط الرئيسي ١,٢ زيادة مدى استيعاب الرحلات الجوية الدولية	<ul style="list-style-type: none"> <li>تكوين شركات مع شركات الطيران الدولية- لاسيما تلك التي تركز بشكل أساسي على شبكة علاقاتها مع الشركات الأخرى بدلاً من التعامل مع مركز أعمال واحد فقط، من أجل وضع عمّان و/أو العقبة على الخارطة كوجهات سياحية بديلة.</li> </ul>

### النشاط الرئيسي ٢,٢ - تحسين جودة تجربة الزائر في المطارات الوطنية

يعد مطارا عمّان والعقبة المعبرين الرئيسيين لكثير من الزوار، وبالتالي لا بد أن يقدم لهم تجربة إيجابية تعكس حسن الضيافة والترحيب. لقد تم إنجاز الكثير من العمل حتى الآن لتحسين المرافق والعمليات التنظيمية ويجب أن يستمر هذا العمل في المستقبل. إن جودة تجربة الزائر الكلية المقدمة في وجهة ما تعتبر بطبيعة الأمر عاملاً رئيسياً محدداً لمستوى رضا الزوار، وبالتالي يجب التركيز بشكل خاص على جميع العوامل التي تساهم في تقديم تجربة لا تنسى للزوار.

الإجراءات	
النشاط الرئيسي ٢,٢ تحسين جودة تجربة الزائر في المطارات الوطنية	<ul style="list-style-type: none"> <li>العمل مع إدارة المطار لمتابعة جودة المرافق والعمليات في المطارات، وفقاً للتغذية الراجعة من الزوار من أجل الأخذ بعين الاعتبار جوانب مثل سهولة الحصول على التأشيرات وسهولة الوصول إلى الأمتعة وسيارات الأجرة والعملية إلخ.</li> </ul>

### النشاط الرئيسي ٣,٢ - تحسين الأنظمة الخاصة بعبور الحدود

إن أنظمة عبور الحدود المحسّنة التي يتم تكريسها لتيسير أمور الزوار ومتابعتها بسرعة من شأنها تعظيم سهولة وصول الزوار القادمين إلى الأردن عن طريق البر.

الإجراءات	
النشاط الرئيسي ٣,٢ تحسين الأنظمة الخاصة بعبور الحدود	<ul style="list-style-type: none"> <li>البناء على التحسينات التي تم إضافتها في نقاط العبور الحدودية- من خلال تحسين مرافق الزوار وتوفير إجراءات الحدود التي تركز على خدمة العملاء.</li> </ul>

## النشاط الرئيسي ٤,٢ - توفير وسائل نقل بري فعالة وكفؤة داخل البلد بما في ذلك وضع اللوحات الإرشادية للطرق والمواقع في الأماكن المناسبة

يعد النقل البري الفعال والكفؤ والمتاح للزوار ضرورة أساسية ومساهماً رئيسياً في تجربة الزائر الكلية. كما أن توفير اللوحات الإرشادية المناسبة لأي وجهة سياحية يعد عنصراً هاماً في جذب شريحة السوق المتنامية من المسافرين المستقلين القادمين بسياراتهم.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• توفير وصول سهل إلى وبين المواقع السياحية داخل الأردن - من أجل تلبية احتياجات سوق المسافرين المستقلين المريح، وتسهيل الانتقال وإطالة مدة الإقامة.</li> <li>• وضع لوحات إرشادية واضحة للطرق، بالإضافة إلى إنشاء مراكز خدمات رفيعة المستوى في أماكن ملائمة على الطرق السريعة المنتشرة في مختلف أرجاء البلد- إن مثل هذه المرافق المتواجدة على الطرق الرئيسية والطرق التي تصل بين مواقع جذب السياح الرئيسية، تعد ضرورية لنيل الحد الأعلى من حصة السوق في سوق المسافرين المستقلين.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٤.٢</p> <p>توفير وسائل نقل بري فعالة وكفؤة داخل البلد بما في ذلك وضع اللوحات الإرشادية للطرق والمواقع في الأماكن المناسبة</p>

## تجربة الزائر

## النشاط الرئيسي ٥,٢ - رفع مستوى وجودة الحرف اليدوية الأردنية من خلال تقديم تصاميم أصيلة عالية الجودة

سوف يقوم الأردن بتوسيع نطاق وتوفير المنتجات السياحية الفنية والحرف التقليدية عالية الجودة، والتي تمتاز بالأصالة والعملية من أجل إثراء تجربة الزائر بالهدايا التذكارية من الأردن وزيادة المنافع المالية للمجتمعات المحلية.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• رفع مستوى وجودة المنتج السياحي ليعكس الإرث الثقافي للأردن بشكل أفضل.</li> <li>• تحسين جودة المنتج النهائي من الحرف اليدوية وأعمال الفسيفساء المتوفرة وتحسين طريقة عرضها وتعبئتها وتسويقها وتسعيرها.</li> <li>• تيسير وصول أفضل للزوار إلى الحرف اليدوية ذات الجودة العالية.</li> <li>• توفير التدريب وتقديم الدعم التمويلي لتشجيع الريادة في إنتاج الحرف اليدوية وتوزيعها.</li> <li>• توفير تجارب للزوار يتعلمون من خلالها أساسيات صنع الحرف اليدوية أثناء زيارتهم لمنتجات الحرف اليدوية.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٥.٢</p> <p>رفع مستوى وجودة الحرف اليدوية الأردنية من خلال تقديم تصاميم أصيلة عالية الجودة</p>

## النشاط الرئيسي ٦,٢ - تحسين الخدمات الأساسية المقدمة من خلال مراكز الزوار والمعلومات والأدلاء السياحيين

يعد توفر المعلومات وسهولة الوصول إليها مكوناً هاماً من تجربة الزائر، كما أن ذلك يوفر حساً بالأمان للضيوف إذا علموا أن الدعم متوفر عندما يحتاجونه، كذلك أن تزويد الزوار بمعلومات محدثة حول مجموعة النشاطات والمواقع السياحية المتوفرة وكيفية حجزها من شأنه أن يعزز رضا الزائر ويزيد من حجم الإنفاق، وبالإضافة إلى ذلك، وفيما ينسجم مع جهود الأردن التي تهدف إلى تنويع المنتجات السياحية القائمة على أسواق متخصصة، فثمة حاجة إلى كادر متخصص من الأدلاء السياحيين لتلبية المتطلبات الخاصة ببعض الزوار الذين يتجهون نحو خيارات العطل المصممة خصيصاً لهم لتلائم اهتمامات معينة بدلاً من اتجاههم نحو الخيار التقليدي القائم على «جولة سياحية واحدة تناسب الجميع».

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• توفير عدد من مراكز المعلومات في مواقع ظاهرة في المناطق التي يحتض فيها الزوار من أجل تسهيل وصولهم إلى المعلومات.</li> <li>• إضافة مراكز معلومات جديدة للزوار في المدن الرئيسية في أنحاء الأردن، إلى جانب تحديث مراكز الزوار في المواقع الرئيسية وتوفير المعلومات السياحية على شبكة الانترنت والهواتف النقالة.</li> <li>• زيادة أعداد الأدلاء السياحيين الملمين بالقطاع والذين يتمتعون بالنزاهة العالية ويقدمون تجارب مميزة ومتخصصة للزوار كل بلغته الخاصة، وذلك من أجل المساعدة في وضع الأردن على خارطة السياحة كوجهة سياحية مفضلة ومنافسة.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٦,٢</p> <p>تحسين الخدمات الأساسية المقدمة من خلال مراكز الزوار والمرشدين والأدلاء السياحيين</p>

### مواقع جذب السياح والأنشطة

يزخر الأردن بأشهر المواقع السياحية الأثرية والطبيعية على مستوى العالم، وثمة الكثير من الفرص لتطوير منتجات وخدمات سياحية متميزة وأصيلة توفر للزوار تجارب نادرة تسحر الحواس بطابعها الفريد المنبثق من ثقافة الأردن. ويتطلب هذا التحول توفير مشاريع سياحية مستدامة تشمل استخدام موارد القطاع الخاص ومشاركة المجتمعات المحلية والمنظمات غير الربحية. وينطوي النهج الذي يتبعه الأردن لتطوير المواقع على جانبين: (أ) تعزيز الحفاظ على المواقع التراثية وتمكين التطوير السياحي المستدام؛ (ب) تحسين المواقع بوصفها تجارب مميزة للزوار.



## النشاط الرئيسي ٧,٢ - إشراك القطاع الخاص في إدارة وتشغيل وتقديم الخدمات السياحية وطريقة عرض وتفسير المواقع الرئيسية في الوجهات السياحية

إنّ إرث الأردن المتنوع من الآثار والمواقع الطبيعية، والذي يجعل هذا البلد أشبه بمتحف في الهواء الطلق، هو الجاذب الرئيسي للزوار. وتقف مئات من المواقع الأثرية شاهدة على العديد من الحضارات التي تركت أثراً واضحة لتراثها في أنحاء مختلفة من الأردن. ويتمتع هذه المواقع بأهمية عظيمة وقيمة تاريخية بحيث يجب على الأردن تحسين طريقة إظهاره لقيمة موارده الثقافية وأهميتها مثل الآثار والتصاميم المعمارية والمنحوتات والتراث الفلكلوري.

ونظراً للقدرة المالية والفنية المحدودة لهيئات القطاع العام للإستثمار في المواقع وإدارتها من أجل تلبية متطلبات السوق سريعة التغير، فإن الأردن سوف يُشارك القطاع الخاص في إدارة الخدمات السياحية في الأصول العامة والاستثمار في المواقع غير الأثرية. وينطوي الدور المرسوم للقطاع الخاص على تطوير الخدمات السياحية في المواقع التراثية والترويج لها وإدارتها وفقاً لإرشادات الاستخدام المستدام التي تضعها الحكومة لحماية المواقع الأثرية والطبيعية.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• اختيار أحد النموذجين المقترحين التاليين فيما يتعلق بإشراك القطاع الخاص: <ul style="list-style-type: none"> <li>- الاستعانة بالقطاع الخاص لتقديم الخدمات بموجب امتيازات مباشرة تُمنح له. وسيقوم أصحاب الامتياز بتطوير الخدمات السياحية في المواقع التراثية والترويج لها وإدارتها وفقاً لإرشادات الاستخدام المستدام التي تضعها الحكومة.</li> <li>- جعل الخدمات الخاصة بالزوار في المواقع السياحية العامة وإدارة المشتريات والعمليات المتعلقة بذلك مسؤولية مشتركة بين وزارة السياحة والآثار ودائرة الآثار العامة والقطاع الخاص.</li> </ul> </li> <li>• إعداد خطط للحفاظ على المواقع التاريخية وإدارتها فيما يخص المواقع السياحية ذات الأولوية، مع تحديد التحسينات المادية اللازمة ومدى جاهزية المواقع لاستضافة الأنشطة الترفيهية وتجارب الزوار.</li> <li>• تحسين التفسير المزود في المواقع التراثية ومواقع الجذب السياحي الأردنية الرئيسية وطريقة عرضها من خلال توفير خدمات ومرافق في المواقع بالإضافة إلى توفير إدارة كفؤة وتفسير مناسب لتلك المواقع.</li> <li>• تحسين اللافتات وطريقة عرض قيمة المواقع وأهميتها وتحسين ربطها بالمجتمعات المحلية المحيطة.</li> <li>• ضمان استدامة الأصول التراثية والحفاظ عليها عن طريق وضع إرشادات فعالة وواضحة لاستخدام المواقع وإدارتها والحفاظ عليها.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٧.٢</p> <p>إشراك القطاع الخاص في إدارة وتشغيل وتقديم الخدمات السياحية وطريقة عرض وتفسير المواقع الرئيسية في الوجهات السياحية</p>



### النشاط الرئيسي ٨,٢ - إثراء تجارب الزوار الترفيهية في الوجهات السياحية الرئيسية

إن تطبيق نهج إستراتيجي مدروس قائم على تقسيم الوجهات السياحية الأردنية ضمن مناطق سياحية متصلة على مستوى وطني والترويج لها بفعالية، سيؤدي إلى إضافة مجموعة واسعة من الخبرات السياحية الجديدة الخاصة بتلك المناطق، وهو ما يجذب الشرائح السياحية والأسواق ذات الخصوصيه. ومن شأنه أن يؤدي إلى إطالة مدة إقامة الزوار وزيادة حجم الإنفاق وتوسيع الفرص الاقتصادية وتوليد مزيد من الدخل للمجتمعات المحلية.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• إنشاء مسارات وطنية (تمتد عبر عدة بلدات وقرى) وأخرى محلية (داخل مواقع محلية معينة)، الأمر الذي سيثري التجربة الأردنية ويعمق تفاعل الزائر مع المجتمعات المحلية (حافز أساسي حالياً في اختيار أماكن قضاء العطل).</li> <li>• إنشاء قرى تراثية- يمكن إحياء تاريخ الأردن العظيم عن طريق القرى التراثية التي تعيد إحياء جوانب من الحضارات القديمة التي سكنت الأردن من أجل جذب الزوار وتشويقهم وترفيهم.</li> <li>• تحسين جودة الأسواق المحلية وطريقة تقديمها لجذب عدد أكبر من السياح.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٨,٢</p> <p>إثراء تجارب الزوار الترفيهية في الوجهات السياحية الرئيسية</p>

### النشاط الرئيسي ٩,٢ - تحديث وتطوير متاحف الأردن والترويج لها كأماكن تقدم تجارب مميزة

سيبذل جهد خاص في تحديث وتحسين طريقة العرض والتفسير في المتاحف التي تملكها الحكومة في الأردن، والتي تعرض في الوقت الراهن حرف يدوية من التراث ومنتجات أخرى. كما يزخر الأردن بعدد من المتاحف والمعارض المتخصصة المملوكة من القطاع الخاص والتي سيتم الترويج لها بوصفها أماكن جذب مميزة تثري تجربة الزائر.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• وضع نماذج جديدة للإدارة تشمل شراكات مع القطاع الخاص في تطوير المتاحف وإدارتها.</li> <li>• الترويج "لمسار وطني خاص بالمتاحف" وتقديم عروض خاصة به.</li> <li>• البحث في خيارات استخدام التكنولوجيا لتحسين خدمات التفسير المتوفرة في المتاحف وتحسين تنوع ونطاق وسائل الإعلام المطبوعة المستخدمة في التفسير والتوزيع المحليين.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٩,٢</p> <p>تحديث وتطوير متاحف الأردن والترويج لها كأماكن تقدم تجارب مميزة</p>

### النشاط الرئيسي ١٠,٢ - تحسين المنتج السياحي المتعلق بالمهرجانات والفعاليات

تعد المهرجانات والفعاليات عوامل مؤثرة رئيسية في اختيار الوجهة السياحية وفي المساعدة في التغلب على السياحة المقصورة على مواسم معينة، كما أن السياح الذين يزورون الأردن لحضور فعالية ما يقون مدة أطول بشكل عام من السياح الآخرين.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• استقطاب وإقامة والترويج للمهرجانات والفعاليات الكبرى والمحلية التي تستفيد من المزايا الفريدة للأردن مثل إقامة مهرجان للمشبي لمسافات طويلة أو للطعام أو سباق رالي للسيارات الكلاسيكية أو إنشاء رابط لمهرجان ثقافي مثل مهرجان جرش الذي كان يُقام في السابق وحقق نجاحاً كبيراً. إن هذا الأمر سيساهم في توفير أسباب أكثر لزيارة الأردن وسييسره في استقطاب أسواق وشرائح سوق جديدة.</li> <li>• التركيز على أشهر "الركود" المعتادة وهو ما سيساعد بشكل كبير في التخفيف من السياحة الموسمية وزيادة أعداد الزوار الكلي.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ١٠,٢</p> <p>تحسين المنتج السياحي المتعلق بالمهرجانات والفعاليات</p>

### الإيواء وخدمات الطعام والشراب

إن التجارب المتعلقة بالطعام والطهي بالإضافة إلى توفر مجموعة واسعة من خيارات الإيواء عالية الجودة هي متطلبات أساسية إذا كان الأردن يطمح إلى نمو مكانته على الخارطة السياحية كمقصد جذاب.

### النشاط الرئيسي ١١,٢ - تطبيق معايير الجودة والممارسات الفضلى في مؤسسات الإيواء والمطاعم

إن سوق السياحة الذي تؤثر عليه وتحفزه تجارب الطعام أو الطهي آخذ بالنمو على مستوى عالمي، وقد تمكنت الكثير من الدول بالفعل من حصد ثمار هذا الطلب المتنامي على تجارب تناول الطعام المميزة. ويعد الطعام جزءاً أساسياً من أسلوب الحياة وقد ارتقت تجربة الطعام والخدمة على سلم أولويات الزوار لتصبح جزءاً أساسياً من معايير الرضا الكلية لديهم. كذلك ثمة طلب متزايد على الأطعمة المحلية التقليدية عالية الجودة والأطباق الخاصة.

وبالتالي يجب الاستمرار في تكثيف التركيز على رفع معايير الطعام والخدمة ومستويات المهنية في مؤسسات الإيواء والمطاعم والأماكن التي تقدم خدمات الطعام والشراب في الأردن من أجل تلبية احتياجات الزوار المميزة والمتجددة. ويعد هذا الأمر ضرورياً لاستدامة الطلب الراهن على السياحة وتوفير القدرة اللازمة لتحقيق أهداف النمو المرجوة التي تنطوي على زيادة أعداد الزوار وإطالة مدة الإقامة. وتعد هذه أولوية هامة في هذه المرحلة الاستراتيجية، حيث أن سوق الأردن يصر أكثر فأكثر على استقطاب الزوار ذوي الإنفاق المرتفع. كما يجب إقامة مجموعة من الأنشطة والفعاليات المتعلقة بالطعام من أجل الارتقاء إلى توقعات الزوار. وفي ضوء ما سبق ذكره، ثمة حاجة، وبالطبع فرصة حيوية، لأن تكون مؤسسات الإيواء والمطاعم مبدعة ومبتكرة في الطريقة التي تروج بها لتجربة الطعام والخدمة وكيفية تقديمها في منشأتها.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• الانتهاء من إعداد خطط معايير الجودة الوطنية لمؤسسات الإيواء والمطاعم في الأردن وتنفيذها.</li> <li>• البحث في إمكانية وضع أسس إرشادية خاصة بقوائم الطعام لمزودي خدمات الطعام والشراب والتي من شأنها تشجيع استخدام المنتجات المحلية وتحضير الأطباق المحلية التقليدية.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ١١,٢</p> <p>تطبيق معايير الجودة والممارسات الفضلى في مؤسسات الإيواء والمطاعم</p>

## النشاط الرئيسي ١٢,٢ - ابتكار أنشطة وفعاليات تتمحور حول فنون الطهي

تزود الأنشطة والفعاليات المتعلقة بالطهي الزوار بفرص فريدة للانخراط بشكل أعمق بالثقافة المحلية والتعرف عليها أكثر في إطار ممتع وترفيهي. ويعد «مطبخ البترا» مثلاً ناجحاً جداً على مثل هذا النوع من التجارب، حيث أن الزوار يرغبون بتجربة أطعمة مميزة تعكس تقاليد مكان معين وتراثه وثقافته وتحافظ على الأشكال التقليدية للتراث الزراعي والثقافي. وبما أن الطعام وتناوله يشكلان مكوناً رئيسياً من ثقافة الأردن وتاريخه، فإن بإمكان البلد الاستفادة من هذا السوق المتنامي إذا ما تمت زيادة نطاق التجارب وارتفاع مستوى المعايير والجودة.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ابتكار تجارب تُظهر التنوع الكبير في الأطعمة المحلية ذات الجودة في أنحاء الأردن، كما أن العادات والتقاليد المرافقة لتحضير الطعام وتناوله مثل الأطباق التي تُعد في أوقات الحصاد وإعداد "الزرب" والقهوة يمكنها المساهمة في تقديم أفكار متنوعة لتجارب مميزة ومشوقة.</li> <li>• إنشاء مطاعم متخصصة بأطعمة معينة والتي توفر فرص لتعلم المزيد عن تاريخ الأردن الغني عن طريق الانخراط في التقاليد المحلية وعادات الطعام كتلك في موسم الحصاد والاحتفال بالأعياد والأعراس التقليدية.</li> </ul>	النشاط الرئيسي ١٢,٢ ابتكار أنشطة وفعاليات تتمحور حول فنون الطهي

## النشاط الرئيسي ١٣,٢ - إنشاء مخيمات ونزل بيئية

وبالإضافة إلى تنوع الطعام وجودته، فمن الضروري أن تلبى خيارات مرافق الإيواء المتوفرة ونوعيتها متطلبات الأسواق الدولية وشرائح سوق السياحة المستهدفة.

وئمة سوق متنام للزوار الذين يبحثون عن تجارب أصيلة ومميزة وعن ممارسات مسؤولة في قطاع السياحة، حيث يختار الكثير منهم الإقامة في منشآت غير الفنادق، وبالتالي فالطلب متزايد على مرافق إيواء بديلة ومسؤولة تصب بوضوح في منفعة السكان المحليين وتقدم أيضاً تجربة مختلفة وقيمة أفضل مقارنة مع الكلف.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• إقامة منشآت صديقة للبيئة تناسب طبيعة الأماكن المحلية من أجل توفير مجموعة متنوعة من مرافق الإقامة التي تقدم تجارب مميزة وتلبي طلب السوق من كافة فئات المنشآت والنشاطات.</li> </ul>	النشاط الرئيسي ١٣,٢ إنشاء مخيمات ونزل بيئية

## النشاط الرئيسي ١٤,٢ - تشجيع تطوير مرافق إيواء (فنادق وأجنحة وشقق فندقية) مقبولة السعر في مواقع إستراتيجية

بينما يتواصل ازدياد أعداد الفنادق من فئة خمس نجوم في الأردن، إلا أن تحقيق التنافسية يتطلب العمل على زيادة أعداد مرافق الإيواء مقبولة السعر من فئة ثلاث نجوم على مستوى الوطن، بالإضافة إلى مرافق الإيواء التي توفر تجارب مميزة وأصيلة. ومن شأن ذلك تعزيز تنافسية الأردن كمقصد سياحي بالنسبة لعدد متنامٍ من الزوار الذين يبحثون عن خيارات إيواء سياحية محلية صغيرة ومسؤولة. ومن أجل تلبية متطلبات الزوار من كافة الشرائح الديموغرافية الاجتماعية والذين يفضلون أنماطاً استهلاكية مختلفة، فيجب توفير نطاق واسع ومتنوع من مرافق الإيواء عالية الجودة.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تسليط الضوء على المواقع الإستراتيجية التي ينبغي إقامة مرافق إيواء مقبولة السعر فيها.</li> <li>• توفير عروض وحوافز يُعدها المستثمرون تحتوي على معلومات وافية وتقوم على البحث العلمي من أجل تشجيع الاستثمار في مرافق الإيواء السياحية الجديدة.</li> <li>• إعداد نموذج وأسس إرشادية معيارية خاصة بالتصميم والأصالة والموقع والمرافق والخدمات من أجل توجيه هذه الاستثمارات.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ١٤,٢</p> <p>تشجيع تطوير مرافق إيواء (فنادق وأجنحة وشقق فندقية) مقبولة السعر في مواقع إستراتيجية</p>



الركيزة الثانية - مصفوفة التنفيذ

الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص															
الحكومة	وزارة السياحة والتراث	هيئة تنظيم السياحة الأردنية	دائرة الآثار العامة	سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة/سلطة إقليم البترا التنموي السياحي	وزارة التربية والتعليم/وزارة التعليم العالي/مؤسسة التدريب المهني/هيئة وطنية جديدة للموارد البشرية	الخطوط الجوية الملكية الأردنية وشركات الطيران الدولية	جمعية الفنادق الأردنية/ جمعية المطاعم السياحية الأردنية	الجمعية الأردنية للسياحة الوافدة	جمعيات ومؤسسات الأعمال	الجامعات والكليات والمدارس	مزودو التدريب للقطاع	شركات النقل السياحي والأدلاء السياحيين	منظمات السياحة الإقليمية	المستثمرون والقائمون على التطوير	ملاحظة: تشير علامة X إلى أن الجهات المعنية مسؤولة مشتركة في تنفيذ النشاط الرئيسي أو أنه سيكون شريكاً فيه.
الركيزة الثانية - تطوير المنتج السياحي													الأنشطة الرئيسية		
X	X	X				X		X							1.2 زيادة مدى استيعاب الرحلات الجوية الدولية.
X	X	X				X									2.2 تحسين تجربة الزائر في المطارات الوطنية.
X	X	X										X		X	3.2 تحسين الأنظمة الخاصة بعبور الحدود.
X	X	X		X								X		X	4.2 توفير وسائل نقل بري فعالة وكفؤة داخل البلد بما في ذلك وضع اللوحات الإرشادية للطرق والمواقع في الأماكن المناسبة.
	X	X	X	X					X					X	5.2 رفع مستوى وجودة الحرف اليدوية الأردنية من خلال تقديم تصاميم أصيلة عالية الجودة.
	X	X									X		X		6.2 تحسين الخدمات الأساسية المقدمة من خلال مراكز الزوار والمعلومات والأدلاء السياحيين.
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		7.2 إشراك القطاع الخاص في إدارة وتشغيل وتقديم الخدمات السياحية وطريقة عرض وتفسير المواقع الرئيسية في اللوحات الإرشادية السياحية.
	X	X	X	X			X		X			X	X	X	8.2 إثراء تجارب الزوار الترفيهية في الوجهات السياحية الرئيسية.
	X	X	X											X	9.2 تحديث وتطوير متاحف الأردن والترويج لها كأماكن تقدم تجارب مميزة.
	X	X	X	X		X	X	X	X					X	10.2 تحسين المنتج السياحي المتعلق بالمهرجانات والفعاليات.
	X	X		X			X		X						11.2 تطبيق معايير الجودة والممارسات الفضلى في مؤسسات الإيواء والمطاعم.
	X	X					X	X						X	12.2 ابتكار أنشطة وفعاليات تتمحور حول فنون الطهي.
	X	X		X			X		X					X	13.2 إنشاء مخيمات ونزل بيئية.
X	X	X		X			X		X					X	14.2 تشجيع تطوير مرافق إيواء (فنادق وأجنحة وشقق فندقية) مقبولة السعر في مواقع إستراتيجية.



## الركيزة الثالثة

تطوير سوق العمل

## الركيزة الثالثة

تطوير سوق العمل



## ركيزة تطوير سوق العمل

يمكن تحقيق التنمية المستدامة في قطاع السياحة فقط من خلال إيلاء العناية الكاملة بسوق العمل، ويتم ذلك من خلال التنبؤ باحتياجات السوق والتركيز على ترقية الموظفين وتعيينهم وتوظيفهم وتحفيزهم وتعليمهم وتدريبهم والحفاظ عليهم. ورغم تحقيق الكثير على هذا الصعيد، إلا أنه ما زالت هناك بعض التحديات التي يواجهها قطاع السياحة والتي تتضمن الآتي:

- إنشاء ودعم هيئة يديرها القطاع، كمجلس مثلاً، وذلك لتنظيم الأنشطة المتعلقة بالموارد البشرية في قطاع السياحة ودعمها. وستعنى هذه الهيئة بتحسين وتنسيق البرامج والمبادرات في مجال تخطيط الموارد البشرية في قطاع السياحة الأردني، وتنسيقها لضمان نجاحه واستدامته وتنافسها على مستوى العالم.
- الإشراف على إعداد خطة للقوى العاملة في قطاع السياحة بحيث تكون مصممة لدعم بناء قطاع سياحي مستدام وتنافسي، وسدّ الفجوات في المهارات اللازمة واستقطاب الخريجين الجدد وتعيينهم فيه.
- تطبيق حزمة من المبادرات بهدف تقوية قاعدة الموارد البشرية لضمان الإلتزام بمعايير الأداء الدولية، وتقديم أفضل الخدمات وتحقيق المهنية والحرفية في قطاع السياحة.

وفي سبيل تحقيق هذه الغايات، ينبغي اتخاذ الإجراءات التالية:

- o الترويج لقطاع السياحة كخيار العمل الأمثل.
- o تطوير برامج ومناهج نوعية في السياحة والضيافة.
- o تشجيع ثقافة التدريب والتطوير المستمر في قطاع السياحة والترويج لها.

وبناء على ذلك، ستدمج هذه الركيزة جوانب تخطيط سوق العمل مع إدارة وتنمية الموارد البشرية على المستوى التنظيمي وذلك للبحث في كيفية الإرتقاء باتجاهات ومهارات ومعارف أولئك العاملين في قطاع السياحة الأردني إلى أعلى مستويات الخدمة العالمية. ومن المعروف أن أية إستراتيجية للموارد البشرية تحتاج إلى التخلص من العوائق التي تحول دون تنمية القطاع، إلا أنها يجب أن تسعى أيضاً إلى وضع حلول لكل من احتياجات تنمية الموارد البشرية الحالية وبعيدة الأمد. ويوضح الجدول التالي الهدف الإستراتيجي الكلي والأنشطة الرئيسة ذات الصلة المدرجة ضمن الركيزة الثالثة:

الركيزة الثالثة - تطوير سوق العمل	
الأنشطة الرئيسة	الهدف الإستراتيجي
<p>١,٣ تحديث الإستراتيجية الوطنية للقوى العاملة في قطاع السياحة.</p> <p>٢,٣ الاستمرار في الترويج للقطاع على أنه الخيار الوظيفي الأمثل لكل من الشباب والخيار، ورفع مستوى المشاركة الفعالة للمرأة فيه من أجل تعزيز القوى العاملة في قطاع السياحة.</p> <p>٣,٣ توسيع نطاق توفير الخدمات التعليمية السياحية وتقديمها بمستوى جودة عالمي.</p> <p>٤,٣ تحديد ونشر الممارسات الفضلى في إدارة القوى البشرية في القطاع.</p> <p>٥,٣ توفير برامج ومبادرات تدريب عالية المستوى للمتدربين في القطاع ووضع وهيكلة أسس الاعتماد لمزودي التدريب.</p> <p>٦,٣ رفع مهارات حسن الضيافة لدى العاملين في قطاع السياحة على كافة المستويات، وخاصة الإدارية، بما فيها الامتثال لمدونة السلوكيات والأخلاقيات الخاصة بمنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة.</p>	<p>تطوير قوى عاملة مؤهلة ومدربة وعلى درجة عالية من المهارة وقادرة على المنافسة دولياً</p>

### النشاط الرئيسي ١,٣ - تحديث الإستراتيجية الوطنية للقوى العاملة في قطاع السياحة

يتطلب تحقيق التوازن بين العرض والطلب على القوى العاملة إنشاء هيئة أو جهة تعمل من الآن فصاعداً على استعراض ومراجعة الإستراتيجية الوطنية للقوى العاملة في قطاع السياحة، واتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان أن تطوير سوق العمل يدعم الأهداف الإستراتيجية الكلية للسياحة. وتجدر الإشارة إلى وجود إجماع عام على أن هناك حاجة ملحة إلى إيجاد هيئة وطنية تُعنى بالإشراف على الأنشطة اللازمة المحددة في هذه الركيزة. وستصبح هذه الهيئة التي يديرها القطاع بمثابة وكالة وطنية مسؤولة عن تنسيق كافة الأنشطة المتعلقة بسوق العمل والموارد البشرية في قطاع السياحة. وستتمتع هذه الهيئة باستقلالية وسيتم اختيار أعضائها من قطاع السياحة وقطاع التعليم والحكومة بإشراف من قبل مجلس إدارتها. وبما أن هذه الهيئة عبارة عن شراكة بين القطاعين العام والخاص، فستكون موجهة نحو اتخاذ الإجراءات اللازمة، وستركز على تقديم خدمات ذات قيمة مضافة للقطاع. ستقدم الهيئة مجموعة من المنتجات والخدمات التي تقع ضمن المجالات الخمسة التالية:

- ١) التوعية بقطاع السياحة والترويج له.
- ٢) التطوير المهني والإداري.
- ٣) عقد دورات تدريبية للعاملين في القطاع.
- ٤) البحث والتخطيط.
- ٥) إدارة الموارد البشرية في القطاع.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• إنشاء هيئة يديرها القطاع تُعنى بوضع سياسات سوق العمل وتنمية الموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة.</li> <li>• مراجعة وتحديث إستراتيجية القوى العاملة الحالية بحيث تحتوي على برامج ومبادرات تدعم تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للسياحة.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ١,٣</p> <p>تحديث الإستراتيجية الوطنية للقوى العاملة في قطاع السياحة</p>





### النشاط الرئيسي ٢,٣ - الاستمرار في الترويج للقطاع على أنه الخيار الوظيفي الأمثل لكل من الشباب والكبار، ورفع مستوى المشاركة الفعالة للمرأة فيه من أجل تعزيز القوى العاملة في قطاع السياحة

يعمل قطاع السياحة في الأردن في سوق عمل محدود للغاية يتنافس فيه مع القطاعات الأخرى على استقطاب الموظفين المؤهلين. وإن جهود القطاع مقيّدة بالصورة الضعيفة له، وعدم فهم ووعي الأردنيين بطبيعة الوظائف والمهن المتاحة فيه، حيث ثمة لبس حول كيفية التعامل في القطاع مع بعض القضايا الثقافية وماهية التوقعات المرجوة من العاملين في السياحة. ورغم اتخاذ العديد من الإجراءات في هذا المجال، إلا أنه ينبغي توضيح هذه المسائل باستمرار للعامة والموظفين المحتمل التحاقهم بالقطاع وعائلاتهم. كما ينبغي استهداف المسؤولين عن اتخاذ القرارات الهامة في العائلة من أجل تحسين مستوى مشاركة الشباب والمرأة في القطاع. ومن شأن التوعية بأهمية قطاع السياحة وإيجاد مواقف إيجابية تجاهه أن يساعد في تحسين الصورة العامة للقطاع، مما سيثجع الأردنيين على قبول الوظائف والمهن المتاحة فيه، وبالتالي الحد من مشكلة نقص العمالة.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تصميم وتنفيذ برنامج وطني شامل يهدف للترويج للسياحة كخيار وظيفي جذاب.</li> <li>• إعداد وتطبيق برنامج تجسير من المدرسة إلى الوظيفة/المهنة - بالشراكة مع وزارة التربية والتعليم.</li> <li>• تنظيم عملية استقطاب العمالة الأجنبية المؤهلة لسوق العمل ودعمها - إن توظيف المواطنين والسكان الأردنيين يعود بالفائدة على الاقتصاد ورفاهية المجتمع بشكل عام، إلا أن استقطاب العمالة الأجنبية سيظل متطلباً أساسياً لسد الفجوة في المهارات المطلوبة وعرض السوق من حيث كوادرات العمل المهنية.</li> <li>• إعداد وإطلاق حملة توعية بقطاع السياحة تستهدف الطلبة والمعلمين والأهالي مع التركيز بشكل خاص على المرأة.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٢,٣</p> <p>الاستمرار في الترويج للقطاع على أنه الخيار الوظيفي الأمثل لكل من الشباب والكبار ورفع مستوى المشاركة الفعالة للمرأة فيه من أجل تعزيز القوى العاملة في قطاع السياحة</p>

### النشاط الرئيسي ٣,٣ - توسيع نطاق توفير الخدمات التعليمية السياحية وتقديمها بمستوى جودة عالمي.

سيطلب تنفيذ هذا النشاط مشاركة فاعلة من قبل كافة أصحاب المصلحة في قطاع السياحة - بمن فيهم الجهات المعنية في القطاعين العام والخاص والجهات التنظيمية - وخاصة الفنادق والمطاعم والمؤسسات التعليمية. كما يجب أن يعمل كل من مزودي التدريب والتعليم وأرباب العمل جنباً إلى جنب للتأكد من أن البرامج التي تقدمها المدارس الثانوية ومؤسسات التعليم المهني والكليات والجامعات تلبي احتياجات السوق في وقتنا الحالي، وتُعدّ الطلبة لمواجهة التحديات والتغييرات التي ستحدث في المستقبل. وستحت هذه البرامج الطلاب على الإلتزام والمثابرة في العمل والارتقاء في المهن المختلفة من خلال العمل كمدراء ومشرفين وموظفين في الفنادق والمطاعم وغيرها من المنشآت والمؤسسات ذات الصلة بقطاع السياحة. بالإضافة الى ذلك، يوجد ١٢ جامعة حكومية وخاصة و ٩ كليات مجتمع في الاردن التي تدرس برامج الضيافة والسياحة مع تزايد في نسب الإلتحاق.

الجامعات الحكومية
الجامعة الاردنية - حرم العقبة
جامعة البلقاء التطبيقية
جامعة الحسين بن طلال
الجامعة الهاشمية
جامعة اليرموك

الجامعات الخاصة
جامعة عمان الأهلية
جامعة العلوم التطبيقية الخاصة
جامعة الشرق الأوسط
جامعة فيلادلفيا
جامعة الزيتونة
جامعة إربد الأهلية
كلية الأردن الجامعية التطبيقية للتعليم الفندقي والسياحي



كليات المجتمع
الكلية المتوسطة
الأكاديمية الملكية لفنون الطبخ
كلية عجلون الجامعية
كلية العقبة الجامعية
كلية توليدو للتعليم الفندقي والسياحي.
كلية الخوارزمي
الكلية العربية
كلية الأردن الجامعية التطبيقية للتعليم الفندقي والسياحي
كلية القدس

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحسين مستوى الإقبال على برامج التعليم السياحي - هناك حاجة إلى اتخاذ التدابير اللازمة لاستقطاب المزيد من الطلبة لاختيار مجال السياحة والضيافة وتسهيل الإلتحاق ببرامج الفنادق والسياحة على الصعيدين المالي والجغرافي.</li> <li>• تحديث وتطوير تخصص السياحة والضيافة في الفرع المهني، والمعروف باسم التخصص الفندقية الذي يُدرّس في ٢٦ مدرسة ثانوية في الأردن.</li> <li>• تطوير المناهج الوطنية التي تُدرّس في الجامعات والكليات، وطرح برامج الاعتماد والتدريب العملي في الشركات ليلتحق بها طلبة تخصصات السياحة في الجامعات والكليات المختلفة.</li> <li>• إنشاء تحالفات إستراتيجية مع الجامعات والكليات - قد تتخذ التحالفات عدة أشكال، ومن شأنها أن تسهل إدارة الكليات المختلفة ودعم عمليات تطوير واعتماد البرامج المتنوعة. كما سيتم تقديم الدعم للمؤسسات لتكوين ثلاثة أنواع مختلفة من التحالفات الإستراتيجية كما هو موضح أدناه: <ul style="list-style-type: none"> <li>(١) شراكات مع القطاع.</li> <li>(٢) شراكات مع المؤسسات الدولية.</li> <li>(٣) شراكات مع مؤسسات الاعتماد.</li> </ul> </li> <li>• تطوير الكليات والمرافق التدريبية والمراكز التعليمية وبناء قدرات كوادر العمل - من خلال تحقيق الأهداف الأربعة التالية: <ul style="list-style-type: none"> <li>(١) زيادة عدد الكادر التدريسي المؤهل والخبير.</li> <li>(٢) تحسين المهارات التدريسية لكل من العاملين بدوام كامل أو جزئي.</li> <li>(٣) الترويج لمهارات إتقان اللغات الأجنبية لكل من الكادر التدريسي والطلاب على حد سواء.</li> <li>(٤) خلق الفرص أمام المعلمين لاكتساب خبرة في القطاع.</li> </ul> </li> <li>• إعداد آلية للجهات التنظيمية التي لديها تأثير مباشر على مخرجات التعليم بهدف تنظيم عمليتي التدريب والاعتماد بشكل أفضل في القطاع - وذلك من خلال الشراكة مع وزارة التربية والتعليم ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي ومؤسسة التدريب المهني، إلى جانب إعداد مناهج تعليمية وتدريبية تستجيب بشكل مباشر للإطار الوطني للمؤهلات الأكاديمية والمهنية، والمعايير المهنية.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٣,٣</p> <p>توسيع نطاق توفير الخدمات التعليمية السياحية وتقديمها بمستوى جودة عالمي</p>

### النشاط الرئيسي ٤,٣ - تحديد ونشر الممارسات الفضلى في إدارة القوى البشرية في القطاع

إن تعيين موظفين متميزين والحفاظ عليهم يتطلب إيجاد نظام مميز لإدارة الموارد البشرية. وإن النشاط التالي صُمم لوضع معايير لإدارة الموارد البشرية في قطاع السياحة والضيافة من خلال البرامج التالية:

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• إعداد ميثاق عمل للموظفين - من شأن هذا الميثاق أن يدعم تطبيق ممارسات في إدارة الموارد البشرية تنطوي على التعامل باحترام مع الموظفين وتقدير الأداء الجيد ومكافأته.</li> <li>• تحديد الممارسات الدولية الفضلى في إدارة الموارد البشرية في قطاع السياحة ونشرها بين المؤسسات الخاصة العاملة في قطاع السياحة وذلك من خلال عقد الندوات ونشر أدلة العمل ووضع مصادر المعلومات على الشبكة الإلكترونية.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٤,٣</p> <p>تحديد ونشر الممارسات الفضلى في إدارة القوى البشرية في القطاع</p>

### النشاط الرئيسي ٥,٣ - توفير برامج ومبادرات تدريب عالية المستوى للمتدربين في القطاع ووضع هيكلة أسس الاعتماد لمزودي التدريب..

إنَّ الهدف من التدريب والتطوير هو ضمان أن يتمتع كافة الموظفين بالمهارات المعرفية والأدائية التي يحتاجونها لأداء عملهم بثقة وكفاءة لكي يساعدا المشاريع والمؤسسات على تحقيق أهدافها. وإن الهدف من النشاط ٥,٣ هو توفير دورات تدريبية للموظفين الحاليين والجدد في الأوقات والأماكن المناسبة، وضمان أدائهم للعمل بكفاءة واقتدار، وربطهم مع الإطار الوطني للمؤهلات الأكاديمية والمهنية، وتوفير مسارات للتطور الوظيفي المهني للموظفين الرئيسيين في القطاع. ويجب أن يبتعد قطاع الضيافة قدر الإمكان عن استخدام الأساليب التقليدية التي أصبحت قديمة وأن يستبدلها بفلسفة تدريب جديدة للمتدربين ألا وهي «اكتسب المعرفة وتعلّم وتأهّل».



## الإجراءات

- عقد دورات تدريبية لبرنامج المهارات المعرفية والأدائية الذي يهدف إلى بناء صورة إيجابية للقطاع كصاحب عمل يهتم بموظفيه ويقدرهم.
- تقديم المساعدة للقطاع لإيجاد نهج منظم ومتناسق لبرنامج المهارات المعرفية والأدائية. سيتضمن ذلك إعداد البرامج التالية:
  - برنامج لمدة سنتين يجمع ما بين التدريب والتعليم الأكاديمي الرسمي.
  - برامج لمدة سنة واحدة على مستوى الأقسام.
  - برامج تنمية المهارات المتخصصة لخريجي مؤسسة التدريب المهني.
- توفير مواد برنامج المهارات المعرفية والأدائية على أساس منتظم ومستمر ستؤهل ورش العمل الخاصة عدداً من المدربين الخبراء المعتمدين على مستوى الأقسام.
- إيجاد آلية اعتماد يتم من خلالها المصادقة على التدريبات الخاصة ببرنامج المهارات المعرفية والأدائية وإضفاء الصبغة الرسمية عليها. وسيتم اعتماد كافة برامج المهارات المعرفية والأدائية، بما فيها برنامج التعلم المسبق كجزء من الإطار الوطني للمؤهلات الأكاديمية والمهنية.
- إعداد برامج لتمكين خريجي الكليات والجامعات والموظفين المؤهلين لكي يصبحوا مشرفين أو مدراء حسب مؤهلاتهم وإمكاناتهم.
- طرح برامج للتطوير المهني المستمر للقطاع ككل، الأمر الذي يتطلب من كادر العمل والمدراء الالتحاق بهذه البرامج على أساس منتظم.
- تطوير برامج التعليم الإلكتروني وشبكات التعلم عبر الإنترنت التي تعتبر فعالة كوسيلة لتحسين المؤهلات والكفاءات.
- بناء قدرات المشاريع الصغيرة والمتوسطة في مجال تطوير الموارد البشرية وإدارتها بكفاءة.
- دعم وتشجيع جمعيات الأعمال والاتحادات المهنية لتكوين علاقات تعاونية لعدة أغراض مثل تخطيط القوى العاملة وتعليمها وتدريبها وتوظيفها وتطويرها مهنيًا.

النشاط الرئيسي ٥,٣ - توفير برامج ومبادرات تدريب عالية المستوى للمتدربين في القطاع ووضع هيكلة أسس الاعتماد لمزودي التدريب



**النشاط الرئيسي ٦,٣ - رفع مهارات حسن الضيافة لدى العاملين في قطاع السياحة على كافة المستويات، وخاصة الإدارية، بما في ذلك الأمتثال لمدونة السلوكيات والأخلاقيات الخاصة بمنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة.**

إن الخاصية الأساسية لأي تجربة سياحية هي شعور الزوار بدفء الاستقبال وحسن الضيافة والراحة لدى التعامل مع أولئك العاملين في قطاع السياحة. ولقد أظهرت الأبحاث مراراً وتكراراً أن تجربة الزوار تكون أفضل بكثير عندما يشعرون بأن الأشخاص الذين يقابلونهم قادرين على استيعاب عاداتهم وتقاليدهم، ليس في الفنادق فحسب، بل عند زيارة المتاحف واستخدام وسائل النقل المختلفة والتعامل مع الأدلاء وغير ذلك من النواحي المتعلقة بزيارتهم.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص سوف تعمل معاً لإعداد وتنفيذ حملة وطنية تحمل عنوان "أهلاً بك في الأردن" تسعى إلى تنمية مهارات حسن الضيافة لدى كافة العاملين في قطاع السياحة.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٦,٣ رفع مهارات حسن الضيافة لدى العاملين في قطاع السياحة على كافة المستويات، وخاصة على المستوى الإداري</p>



الركيزة الثالثة - مصفوفة التنفيذ

الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص														
الحكومة	وزارة السياحة والتراث	هيئة تنشيط السياحة الأردنية	دائرة الآثار العامة	سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة/ سلطة إقليم البترا السياحي	وزارة التربية والتعليم/ وزارة التعليم العالي/ مؤسسة التدريب المهني/ هيئة وطنية جديدة للموارد البشرية	الخطوط الجوية الملكية الأردنية وشركات الطيران الدولية	جمعية الفنادق الأردنية/ جمعية المطاعم السياحية الأردنية	الجمعية الأردنية للسياحة الوافدة	جمعيات ومؤسسات الأعمال	الجامعات والكليات والمدارس	مزودو التدريب للقطاع	شركات النقل السياحي والأدلاء السياحيين	منظمات السياحة الإقليمية	المستثمرون والقائمون على التطوير
ملاحظة: تشير علامة X إلى أن الجهات المعنية مسؤولة مشتركة في تنفيذ النشاط الرئيسي أو أنه سيكون شريكاً فيه.														
الركيزة الثالثة - تطوير سوق العمل												الأنشطة الرئيسية		
	X				X	X	X		X	X	X		X	١,٣ تحديث الإستراتيجية الوطنية للقوى العاملة في قطاع السياحة.
	X				X	X	X		X	X	X		X	٢,٣ الاستمرار في الترويج للقطاع على أنه الخيار الوظيفي الأمثل لكل من الشباب والكبار ورفع مستوى المشاركة الفعالة للمرأة فيه من أجل تعزيز القوى العاملة في قطاع السياحة
					X		X			X	X			٣,٣ توسيع نطاق توفير الخدمات التعليمية السياحية وتقديمها بمستوى جودة عالمي
	X				X		X			X	X	X	X	٤,٣ تحديد ونشر الممارسات الفضلى في إدارة القوى البشرية في القطاع
					X		X			X	X			٥,٣ توفير برامج ومبادرات تدريب عالية المستوى للمتدربين في القطاع ووضع هيكلية أسس الاعتماد لمزودي التدريب
			X		X	X	X		X	X	X	X	X	٦,٣ رفع مهارات حسن الضيافة لدى العاملين في قطاع السياحة على كافة المستويات، وخاصة على المستوى الإداري.



# الركيزة الرابعة

البيئة الداعمة



# الركيزة الرابعة

البيئة الداعمة

## ركيزة البيئة الداعمة

تسلط هذه الإستراتيجية الضوء على ضرورة رفع التنافسية في أنحاء قطاع السياحة، لذا تم تصميم هذه الركيزة لتتناول مجموعة الأنشطة التي ستعمل من خلال أثرها الشامل على تحقيق هذا الهدف. ويسود قطاع السياحة الأردني الشركات الخاصة ومؤسسات الأعمال الصغيرة والجمعيات التعاونية التي تحتاج إلى الدعم من أجل تحسين أدائها في العمل. وهي تعمل ضمن طيف واسع من القطاعات الفرعية بما فيها النقل والإيواء وخدمات تقديم الطعام والشراب ومواقع جذب السياح ومزودي المنتجات السياحية والخدمات. إلا أن القطاع العام يلعب دوراً رئيساً في دعم وتحسين التنافسية عن طريق قدرته على التأثير على البيئتين التنظيمية والتشغيلية. وفي سبيل مساعدة الشركات والمؤسسات والمشاريع السياحية على بناء قدرتها التنافسية، يجب أن ينصب التركيز على ما يلي:

١. الإطار القانوني.
٢. دعم الأعمال والشركات.
٣. التميز الأداء البيئي.
٤. السلامة والأمان.
٥. المعايير وأسس مقارنة الأداء.
٦. الوعي السياحي.

ونسلط فيما يلي الضوء على الهدف الإستراتيجي الكلي والأنشطة الرئيسة المدرجة ضمن هذه الركيزة:

الركيزة الرابعة – البيئة الداعمة	
الأنشطة الرئيسة	الهدف الإستراتيجي
١,٤ تحديث سياسات جديدة وتعزيز البيئة القانونية والتشريعية لدعم تنافسية القطاع السياحي.	تحسين القدرة التنافسية للأردن من خلال تعزيز ضوابط الأعمال والضوابط التجارية التشغيلية والتنظيمية والبيئية والمؤسسية
٢,٤ تطوير أنشطة دعم مؤسسات القطاع الخاص ومقارنة الأداء لرفع تنافسية القطاع.	
٣,٤ نشر الممارسات الصديقة للبيئة ضمن قطاع السياحة.	
٤,٤ ضمان توافق ممارسات السلامة والأمن للقطاع السياحي في الأردن أو تجاوزها للمواصفات المطلوبة عالمياً.	
٥,٤ زيادة الوعي لدى الشركاء الرئيسيين بالمنافع الإجتماعية والإقتصادية للتطوير المستدام في قطاع السياحة.	
٦,٤ استخدام مؤشر تنافسية عالمي من أجل مقارنة أداء القطاع بالمستوى الدولي والتحفيز على تحسين الأداء.	



### النشاط ١,٤ إعداد سياسات جديدة وتعزيز البيئة القانونية والتشريعية لدعم تنافسية القطاع السياحي

يعمل القطاعان العام والخاص معاً لإعداد إطار قانوني معاصر ومتكامل للسياحة من خلال وضع قانون جديد للسياحة، إلى جانب لوائح أنظمة داخلية تساهم في خلق مناخ يشجع على النمو والازدهار. ويشمل هذا رفع معايير المهن والخدمات السياحية وإشراك القطاع الخاص في صياغة السياسات.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحديث وتطوير قانون السياحة الحالي.</li> <li>• مراجعة وتنقيح القوانين والأنظمة الداخلية الحالية الأخرى التي تحكم القطاع لضمان توافقها وقانون السياحة الجديد.</li> <li>• تطبيق نظام استقلالية الجمعيات بموجب قانون السياحة.</li> <li>• ممارسة الضغط والتأثير من أجل توحيد الضريبة في جميع أنحاء المملكة بنسبة ٨٪</li> <li>• تطوير وتحسين قطاع النقل السياحي من خلال تخفيف وطأة الأنظمة المطبقة للسماح للنقل السياحي بالعمل داخل المواقع السياحية وفيما بينها، وتجهيزه بأحدث المعدات في القطاع بالإضافة إلى تلبية احتياجات السياح من الأسواق المستهدفة.</li> <li>• البحث في تنافسية الضرائب السياحية ورسوم التأشيرات، إلخ، بالمقارنة مع الجهات السياحية المنافسة.</li> <li>• تحديث وتطوير معايير الترخيص والتنظيم الخاصة بقطاع السياحة بما في ذلك متطلبات تأسيس الشركات، ومعيقات إنشاء وتنفيذ الأعمال والتكاليف المفروضة على مؤسسات الأعمال الخاصة.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ١,٤</p> <p>إعداد سياسات جديدة وتعزيز البيئة القانونية والتشريعية</p>

### النشاط الرئيسي ٢,٤ - تطوير أنشطة دعم مؤسسات القطاع الخاص ومقارنة الأداء لرفع تنافسية القطاع

إن الأثر الكلي لتحسين أداء مؤسسات الأعمال المختلفة ضمن القطاع الخاص هو الذي سيساعد في رفع التنافسية في أداء القطاع السياحي ككل. ولذلك، يجب تحديد وتنفيذ مجموعة من الإجراءات من أجل مساعدة مؤسسات الأعمال في زيادة كفاءتها وفعاليتها.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>التشاور مع ممثلي القطاع من أجل تحديد أهم احتياجات دعم مؤسسات الأعمال السياحية الخاصة خلال فترة الأستراتيجية.</li> <li>ابتكار أدوات وموارد للدعم بحيث تستجيب للاحتياجات العالمية والقطاعية وضمان إمكانية الوصول إلى هذه الإجراءات والمصادر الداعمة بسهولة.</li> <li>تحديد أفضل الممارسات الدولية في إدارة الأعمال السياحية ضمن القطاع الخاص وتعميمها على مؤسسات الأعمال والمدراء.</li> <li>استحداث الفرص والأنظمة التي تسهل مقارنة العمليات الرئيسية الخاصة بالأعمال.</li> <li>طرح جائزة التميز في مؤسسات الأعمال السياحية الخاصة بناء على المعايير الدولية للترويج لأفضل الممارسات وأساليب الإدارة في المؤسسات السياحية الخاصة ومكافأتها.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٢,٤</p> <p>تطوير أنشطة دعم مؤسسات القطاع الخاص ومقارنة الأداء لرفع تنافسية القطاع</p>



### النشاط الرئيسي ٣,٤ - نشر الممارسات الصديقة للبيئة ضمن قطاع السياحة

في سعيه لتطوير الاقتصاد السياحي، سوف يضع الأردن الإستدامة البيئية في صدارة أولوياته من خلال تبني مبادرات تحمي البيئة وتحافظ عليها حتى تتمكن أجيال اليوم والمستقبل وكذلك الزوار من الاستمتاع بها. ولقد اتخذ قطاع السياحة في الأردن الخطوة الأولى تجاه تحقيق هذا الأمر من خلال إدراج القضايا البيئية الملحة ضمن المستوى التخطيطي، حيث سيتبنى القطاع مبادرات في مجال النقل واستخدام الطاقة والمياه والتخلص من النفايات والإدارة والحفاظ على البيئة وذلك للحد من الأثر السلبي عليها.

وتبين التغطية الإعلامية والأبحاث العلمية أن الوعي والاهتمام البيئي أخذ بالازدياد بين السياح، وأن الممارسات البيئية السيئة قد تحول دون قدوم كثير من الزوار المحتملين الى الأردن. ومن المتوقع أن يزداد هذا الأمر أهمية في المستقبل. لهذا، يُدرك الأردن أن توفير وجهة سياحية «صديقة للبيئة» يعد حافزاً ودافعاً بالنسبة للزائر الواعي والمثقف بيئياً. وفي سبيل رفع نسبة الزوار، فإن تمتع الوجهة السياحية «بحس سياحي هادف ومسؤول» قد يكون عاملاً فاصلاً في الإختيار عندما تتشابه العوامل السياحية الأخرى من الأنشطة المتاحة وجودة الخدمات والمنتجات وأسعارها في الوجهات المنافسة.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• التقليل من انبعاثات الكربون وزيادة الاستخدام الفعال للطاقة في النقل داخل الأردن وإليه.</li> <li>• تعزيز الاستخدام الفعال للطاقة والحفاظ عليها واستخدام الطاقة المتجددة حيث أمكن.</li> <li>• تحقيق الكفاءة في استخدام المياه، وترشيد استهلاكها من خلال تقليل وإعادة الاستخدام، والتأكد من اتخاذ المنشآت السياحية للإجراءات التي ستؤدي إلى تخفيض كلي في استخدام المياه بما ينسجم وعنوان إستراتيجية المياه في الأردن للأعوام ٢٠٢٢-٢٠٠٨ "المياه من أجل الحياة".</li> <li>• تقليل النفايات وتحسين إدارتها - سوف يعمل القطاع جنباً إلى جنب مع الحكومة لتبني ممارسات صديقة للبيئة لإدارة مكبات النفايات الصلبة ومنشآت إعادة التدوير وحلول استخدام النفايات لتوليد الطاقة.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٣,٤</p> <p>نشر الممارسات الصديقة للبيئة ضمن قطاع السياحة</p>

### النشاط الرئيسي ٤,٤ - ضمان توافق ممارسات السلامة والأمن للقطاع السياحي في الأردن أو تجاوزها للمواصفات المطلوبة عالمياً.

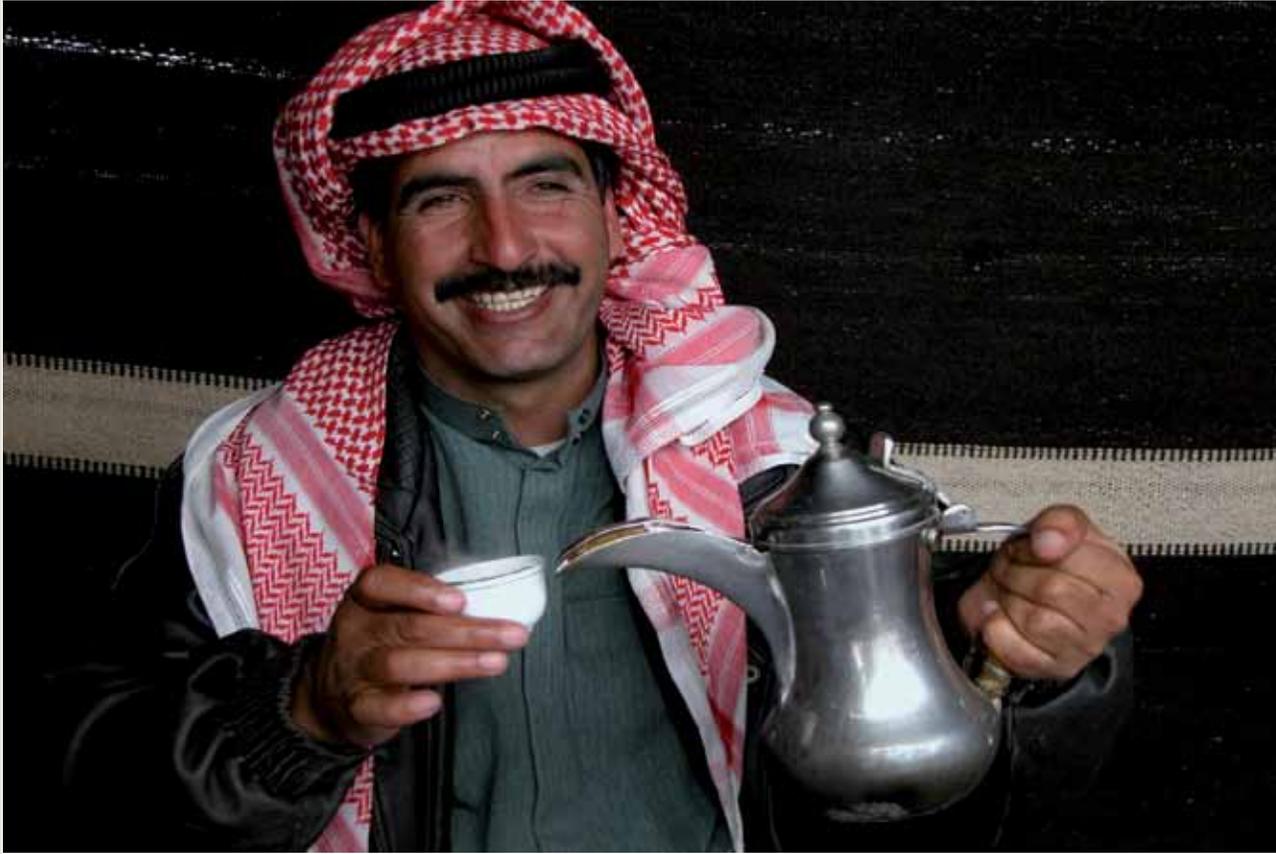
يحظى الأردن بصورة قوية على المستوى الدولي فيما يتعلق بإجراءات السلامة والأمن المتبعة، ويعد هذا الأمر ذو أهمية كبيرة في الترويج للوجهة السياحية. ويُعرف الأردن بتوفيره بيئة آمنة للزوار كما وتحدد هذه الإستراتيجية سبلاً لتعزيز مكانة البلد في هذا المجال.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• فرض إجراءات متعلقة بالصحة والنظافة في الفنادق والمطاعم ومرافق الإيواء وأماكن تقديم خدمات الطعام والشراب للسياح.</li> <li>• التأكد من توفر الخدمات الطبية الكافية في كل وجهة سياحية بما فيها الوجهات الحديثة.</li> <li>• تنفيذ معايير السلامة في سياحة المغامرات والتأكد من التقيد بمتطلبات الطوارئ والإسعافات الأولية.</li> <li>• ضمان توفر تأمين المسؤولية المدني تجاه السياح.</li> <li>• تحديث خدمات البحث والإغاثة وتحديد خطوط واضحة لتسلسل السلطة والاتصال.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٤,٤</p> <p>ضمان توافق ممارسات السلامة والأمن للقطاع السياحي في الأردن أو تجاوزها للمواصفات المطلوبة عالمياً</p>

### النشاط الرئيسي ٥,٤ - زيادة الوعي لدى الشركاء الرئيسيين بالمنافع الاجتماعية والإقتصادية للتطوير المستدام لقطاع السياحة

يُبدى بعض الأردنيين الحيرة والحذر تجاه أثر السياحة على مجتمعاتهم، بينما يريد آخرون ضمان عدم تأثيرها سلباً على عاداتهم وتقاليدهم وأساليب حياتهم أو إلحاق الضرر بالبيئة. ووتهدف هذه الركيزة - تحت مظلة «السياحة مسؤولة للجميع»- إلى تثقيف المجتمع ككل بأهمية السياحة ومنافعها المباشرة وغير المباشرة للاقتصاد الوطني بالإضافة إلى أهمية الترحيب بالزوار بحفاوة. ويجب تحديد الموارد الهامة وتخصيصها لابتكار برامج ذات جودة تحقق هدفين أساسيين هما: تثقيف الشعب الأردني بأهمية السياحة للاقتصاد الوطني وأثارها الإيجابية على نمط حياتهم، وتغيير صورة ومكانة قطاع السياحة في الأردن لديهم.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• رفع وعي صناعات القرار والصحافة بالأهمية الإقتصادية للسياحة والاستعانة بهم في وضع التشريعات التي تساهم في تطوير القطاع وازدهاره.</li> <li>• ابتكار برنامج لتوعية المجتمع بأهمية السياحة. وسوف يستند البرنامج على نتائج الدراسة الوطنية لمعرفة مستوى الوعي العام بقطاع السياحة الذي تم إجراؤه لقياس آراء وتوجهات الأردنيين نحو القطاع ومدى تقبلهم للسياح.</li> <li>• تثقيف المجتمع المحلي لتنمية التقدير والاحترام لمواقعهم الأثرية والأماكن الطبيعية المحيطة بمجتمعاتهم وإشراكهم في تقديم تجربة أكثر إثراء وترحيباً للزوار.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٥,٤</p> <p>زيادة الوعي لدى الشركاء الرئيسيين بالمنافع الاجتماعية والإقتصادية للتطوير المستدام لقطاع السياحة</p>



### النشاط الرئيسي ٦,٤ - استخدام مؤشر تنافسية عالمي من أجل مقارنة أداء القطاع بالمستوى الدولي والتحفيز على تحسين الأداء

بموجب الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠٤ - ٢٠١٠، تم استخدام مؤشرات التنافسية الدولية لمساعدة الأردن في مراقبة أدائه مقارنة بالمنافسين العالميين. وقد خدم هذا كأداة مفيدة في مراقبة الأثر الكلي للإستراتيجية المحدثة.

الإجراءات	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحديد معايير تنافسية عالمية التي سيتم استخدامها لمراقبة أثر الإستراتيجية خلال فترة تنفيذها.</li> <li>• تحديد الأهداف التي ينبغي تحقيقها ضمن كل معيار والتي يمكن متابعتها على أساس سنوي.</li> <li>• نشر المعرفة بين الجهات المعنية في القطاع بخصوص الغاية من مؤشرات التنافسية العالمية وبيان منافعها والمنهجيات التي تتبعها من أجل فهم كيفية مساهمة تلك المؤشرات في تحسين مستوى الأردن مقارنة بالأداء العالمي.</li> </ul>	<p>النشاط الرئيسي ٦,٤ - استخدام مؤشر تنافسية عالمي من أجل مقارنة أداء القطاع بالمستوى الدولي والتحفيز على تحسين الأداء.</p>

وحتى يكون لهذه المؤشرات قيمة حقيقية في تحسين أداء القطاع مستقبلاً، يتحتم على اصحاب الاعمال السياحية فهم كيفية تطوير هذه التصنيفات، والأهم من ذلك ماذا يمكنهم أن يفعلوا بشكل فردي وجماعي للتأثير على النتائج بطريقة إيجابية.

الركيزة الرابعة- مصفوفة التنفيذ

الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص														
الحكومة	وزارة السياحة ولاثار	هيئة تشييط السياحة الأردنية	دائرة الآثار العامة	سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة/ سلطة إقليم البترا الترموي السياحي	وزارة التربية والتعليم/وزارة التعليم العالي/ مؤسسة التدريب المهني/هيئة وطنية جديدة للموارد البشرية	الخطوط الجوية الملكية الأردنية وشركات الطيران الدولية	جمعية الفنادق الأردنية/ جمعية المطاعم السياحية الأردنية	الجمعية الأردنية للسياحة الوافدة	جمعيات ومؤسسات الأعمال	الجامعات والكليات والمدارس	مزودو التدريب للقطاع	شركات النقل السياحي والأداء السياحيين	منظمات السياحة الإقليمية	المستثمرون والقائمون على التطوير
الركيزة الرابعة - البيئة الداعمة														
الأنشطة الرئيسية														
X	X													ملاحظة: تشير علامة X إلى أن الجهات المعنية مسؤولة مشتركة في تنفيذ النشاط الرئيسي أو أنه سيكون شريكاً فيه.
	X	X		X	X	X			X	X	X	X	X	١,٤ إعداد سياسات جديدة وتعزيز البيئة القانونية والتشريعية لدعم تنافسية القطاع السياحي
									X	X		X		٢,٤ تطوير أنشطة دعم مؤسسات القطاع الخاص ومقارنة الأداء لرفع تنافسية القطاع
X	X								X			X		٣,٤ نشر الممارسات الصديقة للبيئة ضمن قطاع الأعمال
	X				X							X	X	٤,٤ ضمان توافق ممارسات السلامة والأمن للقطاع السياحي في الأردن أو تجاوزها للمواصفات المطلوبة عالمياً .
X	X			X	X				X	X	X			٥,٤ زيادة الوعي لدى الشركاء الرئيسيين بالمنافع الاجتماعية والاقتصادية للتطوير المستدام لقطاع السياحة
	X	X							X					٦,٤ استخدام مؤشر تنافسية عالمي من أجل مقارنة أداء القطاع بالمستوى الدولي والتحفيز على تحسين الأداء.



# الإستراتيجية الوطنية للسياحة في الأردن ٢٠١٥ - ٢٠١١

الخلاصة



## الخلاصة

تحدد الإستراتيجية الوطنية للسياحة ٢٠١٥ - ٢٠١٥ الطريق نحو استدامة ما تم إنجازه لغاية الآن، كما تعمل على إيجاد فرصة لجميع فعاليات القطاع لتكون جزءاً من جهود التطوير. وبلا شك، تتميز مستويات الأنشطة المقترحة والأهداف الموضوعية في الإستراتيجية بكونها طموحة، إلا أن الالتزام الجماعي والتفاعل الإيجابي من قبل جميع الأطراف ذات العلاقة كفيل بتحقيقها. وللسير في هذا الإتجاه، فإن الدافع الرئيسي يجب أن يكون نابغاً من معرفة أن تحقيق هذه النتائج الأساسية سيساهم في جعل الأردن مقصداً سياحياً فريداً، والأهم من ذلك، تنمية النواحي الإقتصادية والإجتماعية في المملكة بشكل كبير.

وحقيقة، فإنه يتوجب على جميع فعاليات قطاع السياحة أن تفخر بنجاح جهودها وإنجازاتها التي أكسبت الأردن سمعة طيبة كوجهة سياحية مميزة. وفي ضوء ذلك، فإنه من الضروري إدراك أن معايير التنمية السياحية السابقة ليست بالضرورة ضماناً للنجاح مستقبلاً، والتحدي الأساسي يكمن في إدارة النجاح الذي تحقق حتى الآن، وفي الوقت ذاته تحقيق التنمية المستقبلية. وليس هناك مجال للتهاون ونحن نمضي قدماً، كما أن المرحلة القادمة لتطوير قطاع السياحة الأردني يجب أن تركز على رفع تنافسية القطاع ككل بغية إحداث تنمية طويلة المدى.





وزارة السياحة و الآثار

الأثر

Jordan

بدعم من:



**USAID**  
من الشعب الأمريكي

