

عنوان البحث

**السياحة في الأردن: نجاح للجهود وتنفيذ للاستراتيجيات واستغلال للمقومات
إشارة لرؤية الأردن 2025**

د. احمد يحي العياصرة³

د. فضيلة بو طورة²

د. حيدر محمد بني عطا¹

¹ أستاذ مشارك، جامعة جدارا- الأردن.

بريد الكتروني: haiderbaniata@gmail.com

² أستاذ مشارك، جامعة العربي التبسي- الجزائر.

بريد الكتروني: Fadila.boutora@ gmail.com

³ أستاذ مشارك، قطاع خاص.

بريد الكتروني: dr.ahmadais@gmail.com

HNSJ, 2021, 2(9); <https://doi.org/10.53796/hnsj291>

تاريخ القبول: 2021/08/09م

تاريخ النشر: 2021/09/01م

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على قطاع الخدمات السياحية وقدرته على نشر هوية وصورة البلد المستضيف. وبينت الدراسة مدى استغلال الأردن لمقوماتها عن طريق الاستراتيجيات السياحية في اطار رؤية الأردن 2025، وخلصت الدراسة إلى أن الأردن أصبحت وجهة للسياحة العلاجية في المنطقة وواحدة من أكبر الوجهات العالمية للمسافرين الباحثين عن السياحة والاستجمام والعلاج الطبيعي في نفس الوقت، فاستغلت الجهات المعنية بالأردن مقوماتها السياحية فأصبحت السياحة بما فيها العلاجية مصدر رئيسي للعملة الصعبة التي يعتمد عليها الأردن حالياً.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الاستراتيجية السياحية، الإمكانيات، الخطط، الأردن.

RESEARCH ARTICLE

**TOURISM IN JORDAN: SUCCESS OF EFFORTS,
IMPLEMENTATION OF STRATEGIES AND EXPLOITATION OF
COMPONENTS A SIGN OF JORDAN'S VISION 2025****Dr.Haider Mohammed Bani Atta¹ Dr. Fadila Bo Toura² Dr. Ahmed Yahya Al-Ayasra³**¹ Associate Professor, Jadara University - Jordan.

Email: haiderbaniata@gmail.com

² Associate Professor, Larbi Tebessi University - Algeria.

Email: Fadila.boutora@gmail.com

³ Associate Professor, Private Sector.

Email: dr.ahmadais@gmail.com

HNSJ, 2021, 2(9); <https://doi.org/10.5376/hnsj291>**Published at 01/09/2021****Accepted at 09/08/2021****Abstract**

This study aimed to shed light on the tourism services sector and its ability to spread the identity and image of the host country. The study showed the extent of Jordan's exploitation of its potential through tourism strategies within the framework of Jordan Vision 2025, The study concluded that Jordan has become a destination for medical tourism in the region and one of the largest global destinations for travelers looking for tourism, recreation and physiotherapy at the same time, the concerned authorities in Jordan exploited its tourism potential and tourism, including therapeutic, has become a major source of foreign currency that Jordan currently depends on.

Key Words: tourism, tourism strategy, capabilities, plans, Jordan.

مقدمة

لا يختلف اثنان على اعتبار السياحة صناعة حقيقية تنافس بمواردها مختلف أنواع الصناعات وبالتالي فإنها تسهم حتماً بتحقيق إيرادات لا تقل أهمية عن مردود قطاعات أخرى. ومن هنا نلاحظ أن الكثير من الدول بدأت تعتمد في دخلها الأساسي على موارد السياحة وتنمية هذا القطاع، إذ تلعب دوراً حيوياً في مختلف مجالات التنمية. حيث يتمتع الأردن بطبيعة جميلة ومتنوعة وخلابة ويعتبر من الأماكن السياحية الجذابة لمختلف الحاجات والأذواق السياحية، فتنوع إرث الأردن الحضاري وتعددته الثقافي ومقوماته السياحية الواسعة يساهم في انعاش هذا النوع من السياحة. خاصة وأن الأردن يتميز بغناه الحضاري والتاريخي والأثري والتراثي، فالأردن يضم مجموعة من المواقع التراثية المدرجة على لائحة التراث العالمي. وربما تعتبر الأماكن في الأردن إحدى تلك الأماكن القليلة التي يختفي فيها المرض الجسدي مع العاطفي، ويعود ذلك إلى الطبيعة الخلابة المتوفرة فيها بكافة مواردها العلاجية بدءاً بالمياه الحارة الغنية بالمعادن مروراً بالوحل البركاني والطقس المعتدل وانتهاءً بالمناظر الطبيعية الخلابة. لذلك استغل الأردن هذا القطاع الحيوي والمهم سواء من حيث قدرته على استقطاب الاستثمار أو من حيث توفير فرص العمل فضلاً عن قدرته على تحريك قطاعات خدمية وصناعية أخرى مكتملة بالمملكة.

1- مشكلة الدراسة: من خلال ما تقدم ذكره يمكن طرح سؤال الإشكالية الآتي: **تمتلك الأردن الكثير من المقومات السياحية، فكيف يتم استغلال هذه الثروة بنجاح لتكون مصدر اجتذاب للعملة الصعبة وترويج تراث الأردن الحضاري بشكل لائق ضمن استراتيجية ورؤية 2025؟**

2- أهمية الدراسة: تظهر من خلال الأثر الاقتصادي للسياحة في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي مما يعطي الدفعة اللازمة للتنمية بتوفير أكبر قدر من العملات الأجنبية التي ينفقها السائحون خلال مدة إقامتهم على مختلف الخدمات والسلع السياحية وغير السياحية، كما أن هذا الانفاق السياحي يحقق أثراً مضاعفاً إذا أعيد إنفاقه عدداً من المرات على تحسين السلع والخدمات ما يؤدي إلى مضاعفة هذا الدخل. وتوضح الدراسة خصوصية السياحة في الأردن وتطورها حسب الاستراتيجيات الموضوعية للقطاع، وقدرتها على تحقيق أهدافها بما يخدم القطاع السياحي بنجاح.

3- أهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- التعرف على أهم مقومات السياحة في الأردن، ودورها في ترويج التراث الحضاري للبلد.
- التعرف على الواقع الإحصائي لقطاع السياحة في الأردن وأهم تحدياتها.
- إظهار أهمية استغلال الأردن لمقوماتها السياحية بكل أنواعها لتحقيق الميزة التنافسية لقطاع السياحة لديها، وتحقيق أهداف القطاع الاستراتيجية ضمن رؤية واضحة واستراتيجية أوضح.

4- مصطلحات الدراسة ومفاهيمها:

1-4- السياحة: حسب المنظمة العالمية هي " نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم، إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة والعمل " (Mohamed Mounir , 2001, p. 21)، وتعرف أيضاً بأنها: "خليط من الظواهر والعلاقات التي تتبع من حركة الأفراد وإقامتهم في أماكن مختلفة

ومن ثم يمثل فيها عنصر الحركة والثبات (الإقامة) دور رئيسي لتحديد نوع السياحة " (Mahi Mohammed , 2004, p. 35).

4-2- السياحة المستدامة: هي السياحة التي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي (Dalia Mohamed, 2007, p. 38).

4-3- النشاط السياحي: هو مجموعة الأنشطة التي تتعلق بالسياحة والمقصود بها النشاط الفني والإداري الذي تقدمه وتقوم به الأجهزة والهيئات والمنشآت السياحية داخل الدولة، على أن ترضي السائحين وتشبع متطلباتهم (Al-Sharqawi , 2009, p. 09).

4-4- السائح: حسب قاموس "أكسفورد" هو: " الشخص الذي يقوم برحلته أو رحلات بغرض الترويح والتثقيف أو من أجل الاهتمامات الخاصة، أو لكون منطقة الاستقبال مفضلة لديه". وعرفت الأمم المتحدة السياح بأنهم "زوار مؤقتون يمكثون 24 ساعة على الأقل بغرض قضاء وقت الفراغ في الترويح أو زيارة الأسرة أو المهام والمقابلات" (Mohammed Hafiz , 2007, p. 90).

4-5- مناطق الجذب السياحي: يمكن أن تكون المنطقة المقصودة نفسها أو أن تكون منطقة مقصودة ثانوية ممتعة أو مغرية للزيارة لبضعة أيام في الطريق وتسمى بمناطق التوقف، يمكن أن تعتمد على مصادر طبيعية وحضارية ومناطق تسلية وترفيه.. (Youssef Mustafa , 2006, p. 69).

4-6- التخطيط الاستراتيجي السياحي: يعرّف التخطيط السياحي على أنه: "أسلوب تنظيمي، يهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال فترة زمنية معلومة، وذلك عن طريق حصر إمكانات المجتمع السياحية، سواء كانت مادية أو بشرية، وتعريفها وتحقيقها نحو تحقيق أهداف المجتمع وفلسفته الاجتماعية التي ارتضاها إطارا لوجوده ونموه" (Manal Shawky , 2011, p. 55). ويعرّف أيضا على أنه: "نوع من أنواع التخطيط التنموي، وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة، التي تهدف إلى استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن ولأقصى درجات المنفعة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه" (Brahm Shawsh , 2017, p. 66).

تم تقسيم هذه الدراسة إلى المحاور التالية:

المحور الأول: المقومات السياحية في الأردن بين التنوع والاستغلال

أولاً- التعريف بالمملكة الأردنية الهاشمية: دولة عربية إسلامية تقع في جنوب غرب آسيا تتوسط الشرق الأوسط بوقوعها في الجزء الجنوبي من منطقة بلاد الشام والجزء الشمالي لمنطقة شبه الجزيرة العربية، لها حدود مشتركة مع كل من سوريا من الشمال، فلسطين من الغرب، العراق من الشرق وتحدها جنوبا وشرقا المملكة العربية السعودية، مساحتها (89.287 كم²) (Tourism Promotion Authority of Jordan, Not to mention the year). وسمي بالأردن نسبة الى مرور نهر الأردن في حدوده الغربية.

ثانياً- المقومات الطبيعية للسياحة في الأردن

رغم صغر حجم الأردن لكن تضاريسه [وطوبوغرافيته](#) تعكس تنوعه المناخي ويبرز ذلك فيما يلي:

1- الموقع الجغرافي: تقع الأردن جنوب غرب قارة آسيا وتتميز بأنها تشكل نقطة التقاء القارات الثلاث إفريقيا، آسيا وأوروبا، وهذا ما جعلها تتمتع بموقع استراتيجي هام بين الأقاليم السياحية، خاصة لسياحة العبور نتيجة قربها من دول الجذب السياحي العالمي في الشرق الأوسط وجنوب شرق أوروبا كمصر، لبنان، تركيا، سوريا، الأراضي المقدسة في الضفة الغربية، السعودية. مما جعلها توضع في برامج العديد من وكالات السياحة الدولية وضمن محطاتهم عند زيارتهم لأي دولة أخرى في المنطقة (Hanem Rajab & Ahmed Ibrahim , 2010, p. 469).

2- المناخ: يتميز الأردن بمناخ مميز حتى أصبح أحد عناصر الجذب السياحي إليه، حيث أن مناخ الأردن ساعده على أيضا على الاستفادة من الموارد السياحية الطبيعية الموجودة وتحديد نوعية المنشآت السياحية المطلوبة للاستثمار. فالأردن به مناطق عديدة أصبحت مناطق سياحية مشهورة بفضل مناخها، مما ساعدها مثلا في اقامة المهرجانات الجاذبة للسياح (Issam Hassan , 2009, p. 26)، ويتكامل المناخ في الأردن على مدى السنة، ففي فصل الشتاء والربيع يتميز الأردن بشمس الدافئة في مناطق الغور الأردني والبحر الميت، وخليج العقبة، بينما في فصل الصيف والربيع تزدهر المناطق الجبلية في عجلون وجرش والسلط وغيرها بطبيعتها الخلابة وهوائها النقي.

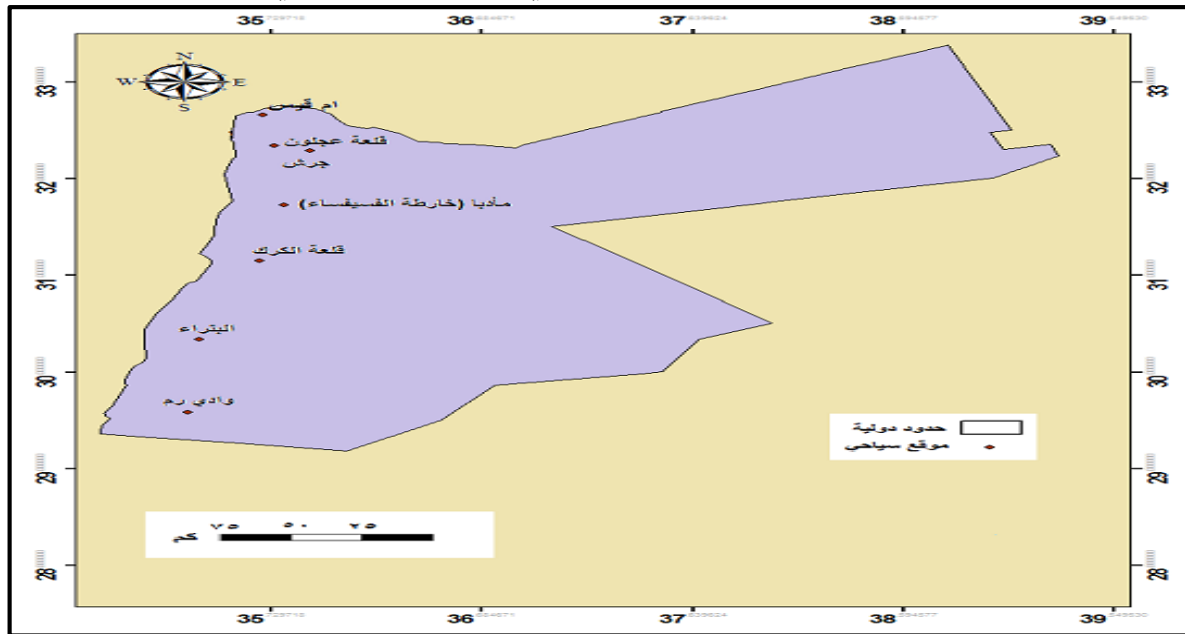
3- المناظر الطبيعية والموارد الحيوية: تتمتع الأردن بمجموعة من المناظر الطبيعية التي ساهمت كثيرا في الجذب السياحي إليها منها: الغابات الطبيعية، السهول المنبسطة، الجبال الطبيعية، خليج العقبة وشواطئه، الكهوف الطبيعية، والمنتجات السياحية، ومناظر متنوعة نتيجة التنوع في الأشكال الأرضية.

4- المقومات الحضارية والتاريخية: يتواجد بالأردن العديد من الشواهد التاريخية الجاذبة للسياحة بشكل جيد ومنها: (Wikipedia, p. Not to mention the year.) المدرج الروماني، جبل القلعة، مسجد الحسين الكبير، كنيسة جبل اللويبة، أهل الكهف، ميفعة: حاليا تسمى ام الرصاص يوجد فيها كنائس، عين غزال، مدرج عمان، حمامات معين، سبيل الحوريات، قبر نوجس، عراق الأمير، معبد هرقل، عصا موسى....

5- المناطق والمدن ذات المعالم السياحية في الأردن من أبرزها ما يلي: مدينة البتراء: وهي موطن [العرب الأنباط](#)، المدينة نحتت كاملا في الجبال. واحدة من [عجائب الدنيا السبع الجديدة في العالم](#). ومدينة [جرش](#): وهي مدينة الآثار الرومانية، ذات التراث الحضاري العريق، و[عجلون](#) الشهيرة بقلعتها التاريخية [قلعة عجلون](#)، وطبيعتها الجبلية، وغاباتها الكثيفة، و**أم قيس**: والتي تقع على تلة مرتفعة بالقرب من مدينة [إربد](#). وهضبة [الجولان](#)، و**نهر اليرموك**، وتعتبر من أبرز المواقع السياحية في الأردن وتشتهر بمدرجاتها ومبانيها اليونانية والرومانية. كذلك مدينة **مأدبا**: يوجد فيها أقدم خريطة أصلية للأرض المقدسة و**المغطس**. ومدينة **الكرك**: تمثلها قلعة الكرك الحصن المنيع للعظيم صلاح الدين، والمتاحف حيث يقع في الأردن ما يقارب 11 متحف أثري، و4 متاحف شعبية تتوزع في مختلف انحاء المملكة بحسب موقع دائرة الآثار العامة الأردنية (Department of Public Antiquities website)، منها متحف الآثار الأردني يقع على جبل القلعة في عمان،، ومتحف الأردن

في وسط المدينة، ومتحف الحياة الشعبية يقع في القسم الغربي من المدرج الروماني في عمان، وقد تم افتتاحه عام 1975م (Jordan Tourism Promotion Authority website). وأيضاً أضرحة وقبور الصحابة، وجبل نبوو، وقصر عمره، وتم ادراج مدينة السلط كمدينة تراثية عالمية.

الشكل رقم(01): خارطة التوزيع الجغرافي للمواقع السياحية في الأردن



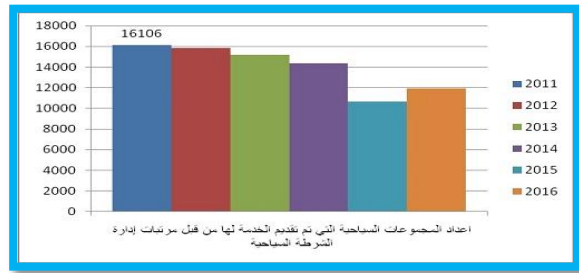
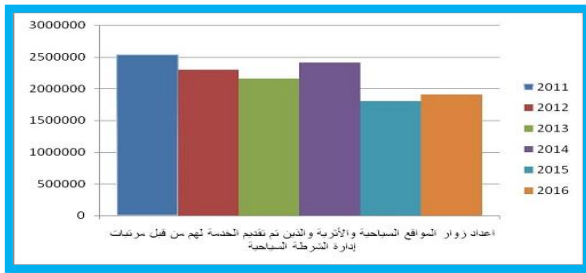
المصدر: (Rami Mohammed , 2017, p. 07)

6- **المحميات الطبيعية في الأردن:** من بين المحميات في الأردن نبرز مايلي (Al , Ghad Journal) : **محمية الشومري:** تأسست سنة 1958 كمحطة للتجارب الزراعية في الصحراء الأردنية بمساحة تقدر بحوالي 22 كلم، و**محمية الأزرق المائية** سميت كذلك نسبة إلى واحة الأزرق المائية ومساحتها 12 كلم و**محمية الموجب:** سميت كذلك لمرور وادي الموجب في الجزء الجنوبي من المحمية ومساحتها 212 كلم². و**محمية ضانا:** تبلغ مساحتها 32 كلم² وهي في جنوب الأردن أنشئت في سنة 1993. و**محمية غابات:** تقع في الجزء الشمالي من الأردن بالقرب من جبال عجلون، تضم هذه الغابات اشجار حوالي مليوني شجرة حرجية قديمة من السنديان والبلوط والبطم والزعرور، و**محمية وادي رم الطبيعية:** تقع جنوب الاردن بمساحة 500 كلم² ويجسد هذا الموقع تطوّر الفلاحة والزراعة والحياة الحضرية في المنطقة (World heritage center).

7- **الأمن السياحي:** يعد الأمن السياحي من العناصر الأساسية التي تؤثر على الحركة السياحية إذ يعد أمن السائح من العوامل المحددة لاختيار الهدف السياحي، وبالتالي فإن المخاطر التي تحدث في المقصد السياحي مثل الجرائم والإرهاب وعدم الاستقرار السياسي كالحروب يؤدي إلى تراجع الحركة السياحية فيها، ويكون لمثل هذه الحالات تأثير سلبي على اقتصاديات السياحة. وفي الاردن نجد أن إدارة الشرطة السياحية قد انتشرت فروعها وأقسامها في كافة مناطق المملكة فلا تكاد تجد موقع أثري أو سياحي إلا وترى مرتبات الشرطة السياحية متواجدة في المكان لتقديم خدماتهم للسياح ولكل زائر (Hamza AbdulMutallab , 2017, p. Without mentioning the page).

الشكل رقم(02): خدمات الشرطة السياحية في الأردن للسياح خلال الفترة (2011-2016)

اعداد المجموعات السياحية التي تم تقديم الخدمة لها من قبل إدارة الشرطة السياحية الأردنية أعداد زوار المواقع السياحية والأثرية والذين تم تقديم الخدمة لهم من قبل إدارة الشرطة



المصدر: (Hamza AbdulMutallab , 2017, p. Without mentioning the page)

ثالثاً- أهم مقومات السياحة الصحراوية في الأردن

1- الآثار والقصور في صحراء الأردن: ويعود انشاء هذه القصور باستثناء قصر الحلابات وقصر الأزرق الى عهد الدولة الأموية في القرن الثامن بعد الميلاد وتكشف هذه القصور بصورة تامة عن ترف البلاط الأموي وما وصلت إليه فترتهم من فنون العمارة (Al-Ghad newspaper). وتزخر البادية الشرقية والمناطق الجبلية من المملكة بالقصور الحصينة التي يطلق عليها اسم قصور البادية. يمكن زيارة هذه القصور من عمان في رحلة يوم واحدة (Al-Ghad newspaper). ونذكر أهمها في مايلي (Tomorrow's newspaper): قصر المشتى، قصير عمرة، قصر الحلابات، قصر الأزرق، قصر البرقع، قصر الطوبة، قصر الموقر، قلعة معان (السرايا)، قلعة عنيزة، قصر البنت (جرف الدراويش)، قصر (قلعة) القطرانة، اذرح، تل دير علا الاثري، قصر الحرانة، قصر عين السل، قصر الاصيخم.

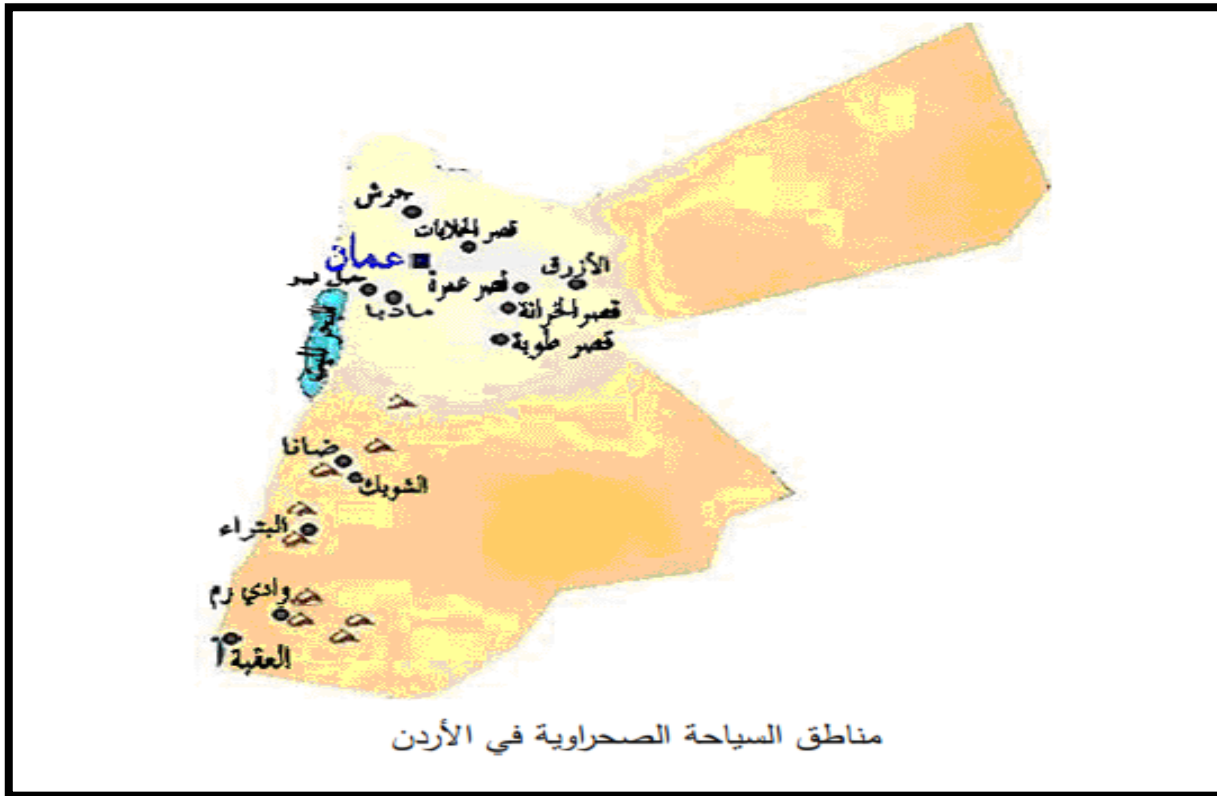
2- قلعة الكرك: تحفة معمارية من الحجر الصخري ويعود تاريخ هذه المدينة إلى العصر الحديدي قبل الميلاد وكان للمدينة تاريخاً حافلاً مع صلاح الدين الأيوبي حتى تمكن في عام 1188م من احتلال القلعة الحصينة. ووجود مواقع جمالية يمكن مشاهدتها عبر وادي الموجب على الوادي (Al-Ghad Newspaper).

3- نزل "بئر مذكور" في قلب الصحراء الأردنية: تحيطه جبال وادي عربة والبيئة الصحراوية المتنوعة، ويعتبر مشهد غروب الشمس بالقرب منه، ميزة فارقة لمتعة الإقامة فيه في أجواء بدوية مبهجة. ويتطلب الوصول إلى النزل، الذي وضعته وزارة السياحة والآثار الأردنية ضمن أحد المسارات السياحية الجديدة لجنوب الأردن في برنامج "أردن أحلى"، ركوب عربات "بيك أب"، ينقلك بها سكان المنطقة لمسافة نحو 7 كيلومترات داخل الصحراء، في رحلة تشاهد خلالها الخيام البدوية، والجمال منتشرة على جانبي الطريق. المشروع، الذي كان مجرد قرية لاستيعاب سكان المنطقة، ضمن مشروع توطين للبدو، أطلقه الملك الراحل الحسين بن طلال، منتصف السبعينات، تحول اليوم إلى نزل سياحي، بعد أن خضع لترميم من وزارة السياحة، والصندوق الهاشمي لتنمية البادية. (Hadil).

4- البترا: تعتبر مدينة أثرية وتاريخية تقع في محافظة معان في جنوب الأردن، وتشتهر بعمارتها المنحوتة بالصخور ونظام قنوات جر المياه القديمة. وأطلق عليها قديماً اسم "سلع". كما سُميت بـ "المدينة الوردية" نسبة لألوان صخورها الملثوية. وقد تبوأَت بترا مكانة مرموقة لسنوات طويلة، حيث كان لموقعها على طريق الحرير، والمتوسط لحضارات بلاد ما بين النهرين وفلسطين ومصر، دوراً كبيراً جعل من دولة الأنباط تمسك بزمام التجارة

بين حضارات هذه المناطق وسكانها (Jordan.. 10 reasons to visit the quietest country in the Middle East).

الشكل رقم(03): مناطق السياحة الصحراوية في الأردن



المصدر: (Khalif Mustafa , 2015, p. 05)

رابعاً- مقومات السياحة العلاجية في الأردن

شهد الأردن في السنوات الأخيرة قفزة نوعية في مجال تقديم الخدمات الطبية والعلاجية رافقتها قفزة مماثلة في مجال التقنيات والمعلوماتية التي امتدت لتشمل القطاعين العام والخاص حيث أصبح القطاع الصحي وقطاع الاتصالات والمعلوماتية ركيزة أساسية من ركائز الخدمات الطبية والعلاجية. أما في مجال العلاج الطبيعي فإن المملكة تتميز بمواقع العلاج الطبيعي المختلفة، وقد بينت النتائج المبهرة التي يحققها الأطباء وأخصائيو العلاج الطبيعي تقدماً ملحوظاً في مراكزها الطبية الطبيعية المتواجدة في الأماكن الطبيعية في البحر الميت وحمامات المياه المعدنية، يعتبر الأردن مركزاً طبياً متقدماً في مجال تقديم الخدمات الطبية والعلاجية لذلك كان لابد من وضع إستراتيجية أردنية فعالة تهدف إلى (Tourism aims for civilized dialogue in Jordan) :

- استقطاب رعايا الدول العربية الشقيقة والدول الصديقة للمعالجة في المستشفيات الأردنية.
 - الاستثمار في مجال الطب العلاجي (المستشفيات والمراكز الطبية التخصصية).
- وتمثل أهم مقومات السياحة العلاجية الطبية في الأردن التي جعلته يعد الأفضل والأكثر استقطاباً على مستوى الدول العربية ومنطقة الشرق الأوسط وربما العالم فيما يلي (Jordanian Hospitals Association) :
- 1- المستشفيات:** يمتلك الأردن شبكة طبية متقدمة تابعة للقطاعين الحكومي والخاص، تمتاز الخدمات الطبية فيها بحدائثة المستشفيات والمراكز الطبية، ووجود كذلك عدد من أهم الاختصاصيين في العالم في معالجة

الأمراض المختلفة، والمستشفيات الأردنية تلعب دوراً أساسياً في جذب السياح على اعتبار أنها تكون مقصداً لجزء كبير من سكان العالم، لأسباب استندت بالسائح لأغراض العلاج، تعتبر مدينة الحسين الطبية من أهم المراكز الطبية في المنطقة والعالم، وتحتضن عدداً من كبار الأطباء والجراحين المرموقين على المستوى الدولي.

2- **أماكن السياحة العلاجية:** ويقصد بها المناطق التي تستخدم للعلاج من الكثير من الأمراض التي تصيب الإنسان، والأردن تمتلك العديد من هذه المراكز العلاجية التي تصلح أن تكون مراكز جذب سياحي للاستشفاء والترويح عن النفس.

3- **مديرية السياحة الطبية العلاجية:** تعمل مديرية السياحة الطبية العلاجية في تنشيط الخدمات الطبية والعلاجية والترويج لها وتسويق الأردن كمركز طبي متقدم لاستقطاب المرضى العرب والأجانب بالتعاون مع القطاعات العاملة في هذا المجال. من خلال سفاراتها في الدول الشقيقة وإيجاد مكتب ارتباط في وزارة الصحة يقوم بالاتصال مع الجهات الصحية في هذه الدول، وكذلك تعمل المديرية على وضع الوسائل المؤدية للاتصال مع المرضى قبل وصولهم إلى الأردن وإرسال الملف الطبي للمريض بهدف المعالجة والتحقق من الكلفة المترتبة على المريض ووضع السبل الكفيلة برعاية شؤون المرضى العرب والوافدين والنظر في قضاياهم وتقديم كافة الخدمات اللازمة لهم وتأمين استقبالهم وتنقلهم والاهتمام بهم.

4- **منتجات العلاج الطبيعي بالأردن:** هنالك العديد من المواقع السياحية الغنية بالمياه المشبعة بالمعادن والوحل البركاني، واللذان تجعلان منها منتجات استشفائية يرتادها العديد من الأشخاص. ومن أهم تلك المواقع الاستشفائية ما يلي (Ibrahim): البحر الميت، حمامات ماعين، الحمة الأردنية والشونة الشمالية، حمامات عفرا، حمامات البريطة.

المحور الثاني: المؤشرات الرئيسية لواقع السياحة في الأردن

أولاً- ترتيب الأردن من حيث أفضل البلدان العربية التنافسية في سوق سياحة والسفر: حسب مؤشر تنافسية السياحة والسفر لعام 2017 عالمياً تقدم الأردن على مؤشر تنافسية السياحة والسفر من المرتبة 77 عام 2015 إلى المرتبة 75 عام 2017 كما حل بالمرتبة الثامنة عربياً بين 13 دولة عربية شملها التقرير ويبين الجدول رقم (01) ترتيب الأردن في كافة إصدارات المؤشر منذ عام 2007.

الجدول رقم(01): ترتيب الأردن في كافة إصدارات المؤشر منذ عام 2007

السنة	2007	2009	2011	2013	2015	2017
ترتيب الأردن عربياً	4	5	7	5	7	8
عدد الدول العربية التي شملها التقرير	10	14	15	13	14	13
ترتيب الأردن دولياً	46	54	64	60	77	75
عدد دول العالم التي شملها التقرير	124	133	139	140	141	136

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2016, p. 18)

وبحسب تعريف المنتدى الاقتصادي العالمي الذي يصدر التقرير فإن الأردن يمتلك ميزة تنافسية في 30 مؤشر فرعي من أصل 90 مؤشر وذلك لخلوها ضمن المراتب الخمسين الأولى على المستوى العالمي، حافظت بعض

المؤشرات على ميزتها التنافسية رغم تراجع ترتيبها مثل بيئة الأعمال 41 بالمقابل مازالت بعض المؤشرات ذات تنافسية ضعيفة رغم تحسن ترتيبها وتتطلب مزيدا من العمل والتحسين مثل مؤشر الموارد الطبيعية 117. ثانيا- تطور عدد الوافدين بالسياحة الدولية للأردن: استقبل الأردن 4.8 مليون زائر خلال عام 2016، شكلت نسبة سياح المبيت 81% منهم، وقد انخفض عدد سياح اليوم الواحد خلال عام 2016 بحوالي 128 ألف سائح مقابل زيادة وصلت لحوالي 98 ألف في سياح المبيت عن عام 2015. وشكل سياح المجموعات السياحية 7% من اجمالي القادمين، وقد ارتفع عددهم بنسبة 9% بين العامين (2015-2016)، رغم الاتجاه العالمي المتزايد نحو انحسار سياحة المجموعات السياحية لصالح سياحة الأفراد، وقد شهدت هيكله القادمين للأردن خلال السنوات العشر الماضية تغيرا جذريا تمثل بارتفاع حصة سياح المبيت بنسبة 15% مقابل تناقص أعداد زوار اليوم الواحد بنسبة 71% والذين لا يعول عليهم كثيرا في زيادة الدخل السياحي، ونظرا لحضور المنتج السياحي الأردني طوال العام، يتدفق القادمون للأردن بأعداد متقاربة ما بين شهور السنة وفي عام 2016 تراوحت نسب القادمين للمملكة ما بين (7-9)% لمعظم الأشهر، ويبين الجدول التالي التغير في اعداد السياح بين الأعوام (2015-2016).

الجدول رقم(02): التغير في أعداد السياح بين الأعوام (2015-2016)

المؤشر	2015	2016	التغير النسبي
اجمالي القادمين	4.809.274	4.778.529	-0.6%
عدد سياح المبيت	3.761.072	3.858.439	2.6%
عدد زوار اليوم الواحد	1.048.202	920.090	12.2%
عدد سياح المجموعات السياحية	300.972	327.661	8.9%

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2016, p. 19)

ثالثا- الدخل السياحي في الأردن: يعتبر الدخل السياحي مقياس لنتائج عمل كافة المؤسسات العاملة في القطاع السياحي، وقد انخفض بنسبة ضئيلة عام 2016، وعلى مستوى الانفاق بحسب الغرض، ارتفع دخل الأنشطة الترفيهية بنسبة 10% مما ساهم بتعويض تراجع النفاق على العلاج الذي انخفض بنسبة 34%، ارتفع دخل التسوق بنسبة 5%. والجدول رقم(03) يبين تفاصيل الدخل السياحي للأعوام (2015-2016) بالمليون دينار بحسب بنود الانفاق.

الجدول رقم(03): الدخل السياحي للأعوام (2015-2016) بالمليون دينار بحسب بنود الانفاق

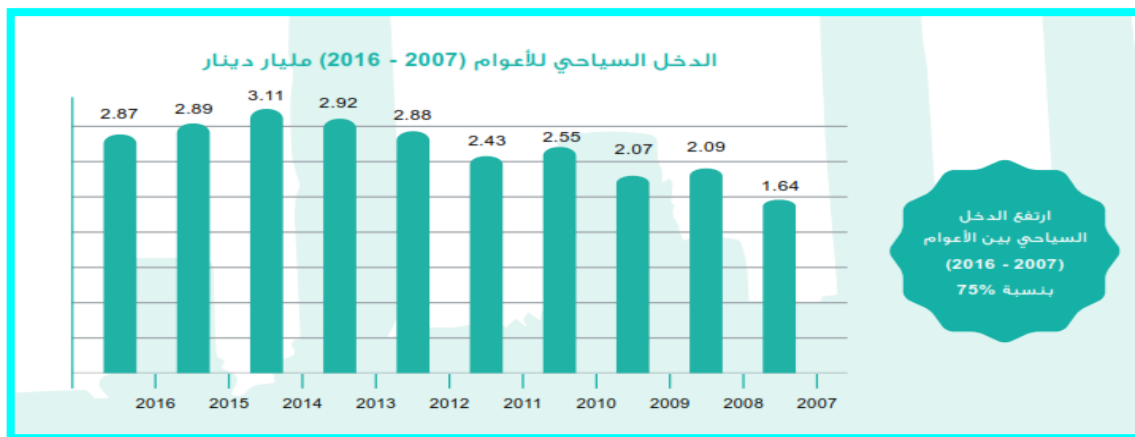
الوحدة: مليون دينار

التغير النسبي	2016	2015	المؤشر
0.5- %	2.871	2.886	الدخل السياحي
2 %	434.6	424.7	الإقامة
0 %	469.4	469.4	الطعام والشراب
10 %	321.9	290.5	أنشطة ترفيهية
34- %	289.7	387.4	علاج
1 %	187.4	184.7	دراسة
1 %	217.4	215.5	تنقلات محلية
5 %	762.0	726.4	تسوق
10- %	29.1	32.1	مصاريف تأمين
1- %	53.4	53.7	وقود ومحروقات
4 %	106.0	101.7	بنود أخرى

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2016, p. 21)

أظهر الدخل السياحي اتجاها إيجابيا محققا نموا بنسبة 90% حتى عام 2014، وعلى الرغم من انخفاضه بنسبة 7% عام 2015 إلا أنه حافظ على هذا المستوى فيما بعد رغم حالة عدم الاستقرار السياسي التي شهدتها المنطقة. ويعد القطاع السياحي من أكثر القطاعات الاقتصادية مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي مما يدل على إمكاناته الكبيرة في تحقيق التنمية المستدامة، ورغم انخفاض نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي من 14% عام 2010 إلى 11% عام 2016، إلا أنها مازالت المساهمة الأعلى بين معظم القطاعات الاقتصادية.

الشكل رقم(04): الدخل السياحي للأعوام خلال الفترة (2007-2016)



المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2016, p. 21)

رابعاً- المنشآت السياحية: تجاوز عدد المنشآت السياحية حتى نهاية عام 2016 في كافة المحافظات 4 آلاف منشأة 70% منها في عمان بعدد 2.205 منشأة، مقابل (322) و(134) في العقبة ومعان على التوالي. وبالنسبة لمتاجر التحف الشرقية فقد زادت بنسبة 2% في نفس الفترة.

الجدول رقم(04): نسب النمو حسب نوع المنشأة

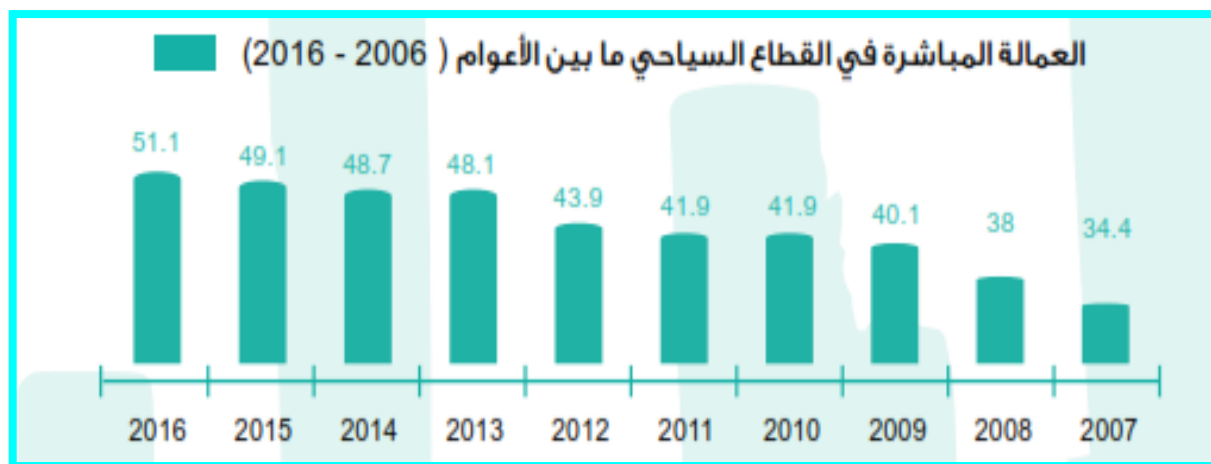
التغير النسبي	2016	2015	المنشأة
2 %	4.281	4.212	المجموع
3 %	573	558	الفنادق المصنفة وغير المصنفة
0.5 %	872	868	مكاتب السياحة والسفر
1 %	1.014	1.006	المطاعم السياحية
0 %	252	252	مكاتب تأجير السيارات السياحية
2 %	392	385	متاجر التحف الشرقية
0 %	8	8	شركات النقل السياحي المتخصص
189 %	26	9	مراكز الغوص
100 %	6	3	الرياضة المائية
1 %	1.138	1.123	الأدلاء السياحيين

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2016, p. 23)

خامساً - العمالة في القطاع السياحي وتطور عدد المتاجر للتحف الشرقية لغاية نهاية 2016: تجاوز عدد العاملين في القطاع السياحي 50 ألف عامل حتى نهاية سنة 2016 كانت محصلة النمو في أعداد كافة المنشآت السياحية وقد تركزت 79% من العمالة في مؤسسات الايواء والمطاعم السياحية. في حين متاجر التحف الشرقية زاد فيها عدد العمال بنسبة بسيطة 2% فقط. واتخذت العمالة في القطاع السياحي اتجاها ايجابيا خلال السنوات (2007-2016) بنسبة نمو بلغت 50%، فيما لاتزال مشاركة المرأة في العمل السياحي متواضعة لنسبة 9%.

حسب الشكل رقم (05):

الشكل رقم(05): العمالة في القطاع السياحي للسنوات(2006-2016)



المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2016, p. 24)

خلال سنتي 2015 و 2016 تمت اعادة تأهيل السوق الحرفي وكان مصدر التمويل وزارة السياحة والآثار بموازنة 270 ألف دينار وكانت مكونات المشروع كما يلي: ترميم وإعادة تأهيل وصيانة للسوق الحرفي ويشمل (54) محل تجاري ودورة مياه ومكتب بريد بالإضافة للساحات والممرات، وإعادة تأهيل وتطوير الفراغات السماوية

ومناطق الـ (Space Frame) واستبدال ألواح الصاج بألواح اللكسان المصمت الشفاف وتغطية الفراغات من الداخل. وإنشاء بئر لتخزين المياه، صيانة أرضيات السوق والأرضية الخارجية، صيانة وإعادة تأهيل واجهات السوق.

ومن بين المشاريع التي استمرت لغاية سنة 2017 مركز تدريب الحرف اليدوية والتقليدية في مرحلته الثانية وكان مصدر التمويل بمبادرات ملكية وموازنة تقدر 339 ألف دينار، وكانت مكونات المشروع تتمثل في: استكمال أعمال المرحلة الأولى، إنشاء مباني لقاعات تدريب ومشغل، وتنفيذ أعمال تنسيق الموقع. وبلغ عدد المتاجر للتحف الشرقية لغاية نهاية 2016 (221) متجر توزعت على النحو التالي:

الجدول رقم(05): عدد المتاجر للتحف الشرقية لغاية نهاية 2016

نوع المتجر	ترخيص لأول مرة	تجديد ترخيص	شطب/الغاء
محل	1	218	21
بازار	-	-	-
مشغل حرفي	2	-	-
المجموع	3	218	21

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2016, p. 58)

تم ايفاد 18 موظف إلى خارج الأردن لحضور دورات متخصصة بالسياحة المستدامة والتسويق السياحي وإدارة وتخطيط الموارد البشرية وتطوير المنتج السياحي بواقع 2388 ساعة معتمدة. وتم خلال سنة 2016 اشراك 86 موظف بدورات متخصصة في السياحة المستدامة، والتخطيط الاستراتيجي ووضع مؤشرات قياس الأداء، ومعايير التميز، وأسس التفتيش على المنشآت السياحية، والمحاسب الحكومي، وإدارة وتخطيط الموارد البشرية واللغة الانجليزية بواقع 2550 ساعة.

الجدول رقم(06): العاملين في متاجر التحف الشرقية بحسب الجنس للأعوام(2015-2016)

التغير النسبي(16/15)	2016		2015		البند
	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
0 %	200	843	200	823	متاجر التحف الشرقية
2 %	1043	1023			مجموع العاملين في متاجر التحف الشرقية
1.8 %	392	385			أعداد القادمين والسياح لمتاجر التحف الشرقية

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2016, p. 58)

سادسا- رؤية الأردن 2025 في مجال استراتيجية قطاع السياحة: قامت المملكة بصياغة استراتيجية جديدة والتي تمثل رؤية الأردن 2025 والتي تطمح من خلالها تطوير القطاع السياحي لأردني، وإن حالة عدم الاستقرار التي تعيشها بعض الدول المجاورة للمملكة قد أثرت سلبا على النشاط السياحي فيها، ولذلك فقد كانت هذه الأوضاع بمثابة فرصة للأردن للنهوض بهذا القطاع، خاصة في مجال السياحة العائلية والصحية والعلاجية، والتي عززت سمعة الأردن نظرا لجودة الخدمات التي تقدمها المنتجات السياحية. كما وجه الاهتمام أيضا باستغلال جاذبية الأردن وسمعته كونها سياحة آمنة في جعله مقصدا لسياحة المؤتمرات والمعارض، وتهدف الأردن من خلال هذه الرؤية إلى تحقيق مجموعة من المؤشرات(الأهداف) كما تظهر في الجدول:

الجدول رقم (07): مؤشرات الأداء الرئيسية لقطاع السياحة للفترة (2017-2025)

2025	2021	2017	المؤشر
9	8.5	7.5	مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي (%)
6.500	5.200	4.000	الدخل السياحي (مليون دينار)
800.000	700.000	600.000	عدد السياح القادمين إلى المملكة (سائح)
110.000	95.000	80.000	عدد العاملين في القطاع (فرد أو وظيفة)
60.000	50.000	40.000	عدد الغرف الفندقية في المحافظة بإستثناء العاصمة (غرفة)

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, Not to mention the year, p. 101)

من خلال الجدول يتضح أن الأردن قد رسمت خطط إستراتيجية واضحة تستهدف من خلالها في أفق 2025 مضاعفة مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني بنسبة تصل إلى 9% من الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى زيادة الدخل السياحي وعدد السياح وتطوير الفنادق لزيادة حجم الاستيعاب كما تطمح أيضا إلى مضاعفة توظيف المواطن الأردني في قطاع السياحة.

المحور الثالث: نجاح قطاع السياحة في الأردن بين واقع المنافسة وتحقيق الأهداف لرؤية 2020

أولاً- تحديات السياحة العلاجية في الأردن بين واقع الإصلاحات والتنافسية الدولية

إن عائدات السياحة العلاجية في العالم تصل إلى نصف تريليون دولار عام 2012 وتشكل 14-16% من إجمالي عائدات السياحة، ويتطلع إلى مساهمة السياحة في الناتج المحلي بـ 18% بحلول 2025، وهي مصدر مهم للدخل القومي وداعمة للنشاطات الاقتصادية كمصدر للدخل وتشغيل العمالة. وتقدر حجم الاستثمارات العالمية في حجم السياحة العلاجية ما يقرب عن 56 مليار دولار عالمياً وتقريباً بليون دينار أردني متوقع أن تكون إيرادات السياحة العلاجية في الأردن عام 2020، فهناك منافسة شديدة في سوق السياحة العلاجية، مما قد يؤثر على السياحة في الأردن، فالتحدي الكبير هو الالتزام بالعمل للنهوض بهذا القطاع أيضاً، من خلال التعامل بمهنية عالية وعدم تركه لغير المتخصصين، والتخلص من البيروقراطية الحكومية قدر المستطاع. فالتحديات ليست بالمنافسة فقط بل حتى في الكادر الصحي هناك تحديات تواجهه منها: هجرة الكوادر الطبية والصحية للعمل في الخارج، وتناقص فرص التدريب في الخارج، وكذلك امتحان المجلس الطبي الأردني. وإن تأهيل مستشفيات القطاع العام، وارتفاع كلفة استخدام التكنولوجيا الطبية، والحوسبة وتطوير أنظمة المعلومات الصحية تُعدّ من أهم التحديات التي تواجه قطاع المستشفيات (Jordan and Medical Tourism). وعززت جهود الحكومة الأردنية السياحة العلاجية خلال كل هذه السنوات وسوّقت الأردن، بحيث أصبح وجهة للسياحة العلاجية عربياً وعالمياً وذلك لأسباب منها: (Al-Rai newspaper) جودة ونوعية الخدمة الطبية المقدمة، وتنافسية الأسعار مقارنة بدول العالم، حصول العديد من المستشفيات على الاعتمادية الوطنية والدولية، وجود عدد كبير ومميز من الأطباء والمرضى الأكفاء الحاصلين على أعلى الشهادات والتعليم المميز وإجادتهم للغات الإنجليزية والفرنسية والروسية والإيطالية والإسبانية، إضافة إلى وجود المنتجعات الاستشفائية: كالبحر الميت، وحمامات ماعين، والحمة الأردنية وعفرا، الاستقرار الأمني في الأردن والبيئة النظيفة، مما جعل الأردن

الأول عربياً والخامس عالمياً في السياحة العلاجية، وإقرار قانون المسؤولية الطبية ليلبي متطلبات السياحة العلاجية الدولية، تبنى برامج تسويقية مهنية، وتسهيل وصول المرضى دون إعاقات أو تأخير من حيث التأشيرات، فتح خطوط طيران جديدة في الدول المستهدفة وتطوير نظام معلومات صحي وطني شامل.

- التجهيزات الطبية الحديثة فهناك تسابق على امتلاك التكنولوجيا الحديثة في القطاعين العام والخاص تضاهي التجهيزات في أوروبا، والعادات والتقاليد التي ما زال الأردن يحافظ عليها من خلال المحافظة على خصوصية المرضى كديانة ومعتقدات وعادات وتقاليد.

ثانياً- نجاح السياحة في الأردن بين الواقع الاحصائي والجهود الحكومية المبذولة في القطاع

انخفض عدد السياح الذين زاروا الاردن في عام 2015، بنحو 9.7% مقارنة بعام 2014، حيث بلغ إجمالي السياح القادمين إلى الأردن في نهاية كانون الأول الماضي 4.8 مليون سائح، مقابل 5.3 ملايين عام 2014. بحسب إحصائيات رسمية صادرة عن وزارة السياحة في حين سجل الدخل السياحي للمملكة، خلال العام 2015، انخفاضاً بنسبة 7.1%، حيث بلغ 4.07 مليارات دولار، مقارنة مع 4.3 مليارات دولار في العام الذي سبقه. الا أن الأمور تحسنت خلال 2016، بعد سلسلة من الإجراءات العاجلة اتخذتها الجهات المختصة (Jordanian Tourism Promotion Authority). حيث أن عدد سياح المبيت للمجموعات السياحية الاجنبية التي زارت المملكة الأردنية ارتفع عام 2016 بنسبة تزيد عن 20 %، في حين ارتفع عدد سياح المبيت بشكل عام بنسبة 3 %، حيث بلغ عددهم 3,86 مليون سائح (Faisal)، وإن تعزيز الاستثمار في القطاع السياحي في الأردن كان على رأس اولويات الوزارة خلال عام 2017، وذلك بالارتكاز على قرار مجلس الوزراء بمنح قطاع السياحة المزيد من الحوافز والإعفاءات للمشاريع التي تمارس نشاطها الاقتصادي في كافة محافظات المملكة، ومن أهم جهود دعم القطاع السياحي في الأردن خلال سنتي 2016-2017 مايلي: (Faisal)

- تخفيض تعريفه الكهربائي لقطاع الفنادق ومساواتها بقطاع الصناعة لتقليل كلف تشغيل المنشآت السياحية الفندقية وبالتالي تخفيض التكلفة على السائح. وإلغاء تأشيرة دخول السياح من جميع الجنسيات القادمين عن طريق المكاتب السياحية الأردنية بشكل أفراد أو مجموعات "بشرط أن لا تقل الإقامة عن ليلتين متتاليتين". وإلغاء رسوم تأشيرة دخول السائح الحاصل على التذكرة الموحدة للمواقع السياحية على ألا تقل إقامته عن ثلاث ليالٍ متتالية، وتخفيض رسوم التأشيرة للقادمين عبر المعابر البرية من 40 إلى 10 دنانير بشرط أن لا تقل الإقامة عن ثلاث ليالٍ متتالية، ومعاملة المواطنين من الأقطار العربية معاملة المواطن الاردني عند استيفاء الرسوم المقررة لدخول المواقع السياحية والأثرية. وإلغاء الضريبة الخاصة على تذاكر الطيران المنتظم إلى كل من العقبة وعمان شريطة أن يقوم السائح بشراء التذكرة الموحدة للمواقع السياحية وألا تقل إقامته عن ثلاث ليالٍ متتالية. والوزارة قامت خلال عام 2016 وبالتعاون مع هيئة تنشيط السياحة بتنظيم حملات ترويجية نوعية وزيارات ميدانية إلى كبرى شركات السياحة في الدول الإسكندنافية، وبلجيكا، وهولندا، إضافة الى زيارات ميدانية لأكثر من 20 مكتب سياحة وسفر في الصين .

- وقد تم تنفيذ الكثير من الحملات التسويقية على المواقع الإلكترونية العالمية، حيث أدت إلى ارتفاع الحجوزات على تذاكر الطيران من ألمانيا 41 %، بريطانيا 7 %، إيطاليا 57 %، اسبانيا 41 % وفرنسا 15 %، أما أثرها

على حجوزات الفنادق من ألمانيا 59 %، بريطانيا 49 %، إيطاليا 450 %، إسبانيا 188 % وفرنسا 15 %، وحملات أخرى مشابهة والتي على إثرها ارتفع عدد حجوزات تذاكر الطيران بواقع 8 %، وارتفع عدد حجوزات الغرف بنحو 32 % في كل من دول الخليج وأوروبا وأستراليا واليابان .

- توقيع العديد من الاتفاقيات مع شركات الطيران العارض في روسيا وهنغاريا ودول الخليج، إضافة إلى تنفيذ حملات اعلانية في أهم الفضائيات العربية والأجنبية ذات نسب مشاهدة عالية .

- في مجال السياحة البيئية مع انتهاء مشروع التجربة المتوسطة للسياحة البيئية في عدد من دول حوض البحر الأبيض المتوسط، المشروع الذي يموله الاتحاد الأوروبي بالإضافة إلى الشركاء المنفذين من الاتحاد الدولي لحماية الطبيعة-مكتب غرب اسيا في عمان والجمعية الملكية لحماية الطبيعة دخل المشروع مرحلة أخرى لا تقل أهمية عن المراحل السابقة تتمثل في تنفيذه على أرض الواقع واستدامته وتطويره. تتمثل بتفعيل الرزم السياحية التي ستجلب السياح من مختلف دول العالم لزيارة مجموعة من المحميات في دول مختلفة في جولة واحدة. وينفذ المشروع في عدد من الدول هي فرنسا واليونان وإيطاليا والأردن ولبنان ومالطا وإسبانيا وتونس، كما يعمل المشروع على 25 محمية موزعة على 8 بلدان لخلق رزمة للسياحة البيئية في كل محمية أو مجموعة محميات في عدد من الدول (Jordanian Press Foundation – Opinion).

- انشاء مشاريع للسياحة البيئية في الأزرق من قبل جمعية الأزرق للتنمية وتطوير السياحة البيئية، كالععمل على مشروع إعادة إحياء ثروة النخيل في الأزرق عن طرق مشروع نخلة لكل بيت، وتفعيل نشاطات المدارس بخصوص حماية البيئة، وتوعية المجتمع فيما يخص حماية مصادر الطبيعة وخاصة المياه، وأيضا مشروع حديقة سمو ولي العهد للنخيل والقرية السياحية النموذجية ومحطة استراحة المسافر (Blue Society for Development and Development of Ecotourism). وأعلنت شركة النقلات السياحية الأردنية (جت)، نيتها انشاء مشروع سياحي خدماتي على الطريق الصحراوي على جانبي الطريق الصحراوي باتجاه الجنوب. وتتوزع الاستراحات على جانبي الطريق والتي ستبيع المشروبات والأطعمة للعابرين والمسافرين المتجهين إلى المحافظات الجنوبية لأهمية هذه الطريق الرئيسي في المملكة. وسيكون هذا المشروع جزء من استثمار سياحي للشركة، ومشغلا للعديد من الأيدي العاملة المحلية في بشكليه المؤقت والدائم، وداعما للبيئة الاقتصادية المحلية في المنطقة المزمع انشاء المشروع فيها. فالطريق الصحراوي يعج بعشرات الاستراحات التي تقدم لمرتاديها الأطعمة والأشربة في الوقت الذي تعتبر فيه السياحة الصحراوية شكلا من أشكال السياحة في المملكة؛ إذ تزخر المناطق الصحراوية بالعديد من المناطق السياحية وعلى رأسها البتراء ووادي رم والعقبة أو ما يسمى بالمثلث الذهبي، وتبلغ ككلفة المشروع ثلاث ملايين دينار اردني (Jet's tourism project on 'Desert' with a ring of three million dinars).

ثالثا- الأولويات الاستراتيجية لقطاع السياحة في اطار الأردن رؤية 2025

من خلال الجدول رقم(08) يوضح الأولويات الاستراتيجية التي وضعتها الحكومة الأردنية لقطاع السياحة في اطار الأردن رؤية 2025، والتي تركز فيها على كل المبادرات ذات الأولوية لتطوير المنتج السياحي بما يخدم القطاع ، وترتكز السياسة العامة لقطاع السياحة في هذه الخطة على ما يلي (Ministry of Tourism and

Antiquities, Not to mention the year, p. 102): تطوير المنتج السياحي، المحافظة على إطار تشريعي مستقر وواضح محفز للإستثمار في القطاع السياحي وجاذب للسياحة، تحفيز الدور الريادي والفاعل للقطاع الخاص، إدامة سياسة ترويجية تجعل من الأردن مقصداً سياحياً متميزاً ومنافساً على المستوى الإقليمي، تطوير إدارة المواقع السياحية وتشغيلها بحرفية عالية والمحافظة على مستوى عالٍ للخدمات المقدمة من قبلها، التطوير المستمر للسياحة المحلية والترويج الفعال لها.

وحددت الأهداف المؤسسية للوزارة بحيث تكون منسجمة مع أولويات رؤية الأردن 2025 الإستراتيجية لقطاع السياحة وربطها كذلك بخطة تحفيز النمو الإقتصادي الأردني 2018-2022 والبرنامج التنموي التنفيذي والأهداف القطاعية التي حددتها الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2018-2022. وقد قامت الوزارة بترجمة ركائزها الإستراتيجية للسنوات الثلاث القادمة 2020 - 2018 إلى أهداف أساسية وتم تحديد أولوياتها. تتحقق هذه الأهداف الإستراتيجية من خلال عدد من البرامج والمشاريع التي يستهدف كل منها تنفيذ توجيهات محددة للاستراتيجية.

الجدول رقم(08): أساسيات الخطة الاستراتيجية لقطاع السياحة في الأردن حسب رؤية 2020

المبادرات ذات الأولوية	الأولوية الاستراتيجية
تحقيق التوازن في توزيع الخدمات والمنشآت السياحية جغرافياً على المحافظات. تفعيل نظام إدارة المواقع السياحية. تطوير المواقع السياحية المهمشة وغير المستغلة. تطوير أنماط سياحية جديدة، مثل السياحة الدينية وسياحة المؤتمرات، السياحة البيئية، السياحة الصحراوية، سياحة التسوق، وغيرها. تعزيز التنمية وبناء الفنادق والنزل البيئية في المواقع البيئية الرئيسية في الأردن (مثل وادي نهر الأردن، وادي رم، والمحميات الطبيعية، وغيرها). تطوير الفنادق وأماكن الإقامة بتصنيف نجمتين وثلاثة نجوم وأربعة نجوم لتطوير قطاع السياحة ومتوسطة التكلفة. استحداث مسارات سياحية جديدة، وتطوير القائم منها في مختلف محافظات المملكة. دعم وتوسيع المراكز الفنية وتشجيع المعارض الإقليمية، والمهرجانات الفنية والأنشطة السياحية الثقافية الأخرى للمقيمين والزوار. تطوير النقل السياحي من خلال إيجاد روابط نقل سريعة ومباشرة بين المواقع السياحية الأساسية (عمان، مطار الملكة علياء الدولي، والبحر الميت والبتراء وجرش) والوجهات الجديدة ذات الأولوية. تطوير البنية التحتية للمواقع السياحية والأثرية والتراثية، والاستمرار في صيانتها لتحسين جاذبية هذه المواقع وإدامتها. التوجه إلى الأسواق الجديدة وغير التقليدية. زيادة التركيز على شرائح السياح التي تهتم وتبحث عن منتجات سياحية متخصصة (علاجية، دينية، بيئية، الاستشفاء والنقاغة وغيرها). تعزيز الدراسات والأبحاث للأسواق الدولية المستهدفة لتوجيه عملية صنع القرار، النظر بجدية في ملف الجنسيات المقيدة مع النظر في موضوع إصدار فيزا إلكترونية، تطوير حملات السياحة الداخلية مثل "الأردن أحلى" والتجربة الأردنية* وخصوصاً في المقاصد السياحية الرئيسية.	تطوير المنتج السياحي وتعزيز تنافسيته تطوير البنية التحتية للمواقع السياحية، وتحسين خدمة النقل السياحي الترويج والتسويق السياحي الخارجي والداخلي
تطوير المناهج التعليمية والتدريبية المتعلقة بقطاع السياحة من خلال تعاون وزارة السياحة والآثار مع الجهات المعنية مثل وزارة التربية والتعليم والتعليم العالي والعمل والقطاع الخاص. فتح المجال أمام القطاع الخاص لإدارة مراكز التدريب التابعة لمؤسسة التدريب المهني وفقاً لشروط يتم الاتفاق عليها مع الحكومة. تعديل التشريعات والقوانين والأنظمة والتعليمات النازمة للقطاع السياحي الأردني وبما يتناسب وتطورات العمل السياحي، وتحديداً فيما يخص قضايا الإستثمار السياحي والضرائب والكهرباء. الإسراع في إقرار قانون جديد للسياحة.	زيادة التشغيل وتطوير الموارد البشرية تعديل التشريعات الداعمة والناظمة للقطاع السياحي

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, Not to mention the year, p. 102)

1- مؤشرات الأداء الرئيسية: في الجدول أدناه مؤشرات الأداء الرئيسية لقطاع السياحة حسب كلاً من وثيقة رؤية الأردن 2025 وخطة تحفيز النمو الاقتصادي الأردني 2022 - 2018 تليها مؤشرات الأداء الرئيسية المؤسسية لوزارة السياحة والآثار للأعوام 2020 - 2018. حيث تقوم الرؤية المستقبلية لقطاع السياحة في المملكة الأردنية الهاشمية على جعل المملكة محطة رئيسة للسياح، وأن تقوم الحكومة بتفعيل الأجهزة المعنية للوصول إلى الأهداف المرجوة والتي من أهمها المساهمة بشكل فاعل في تنمية الاقتصاد الوطني وخلق فرص العمل الجديدة واستثمار وإدارة القطاع السياحي، وتسعى المملكة وفي إطار الجهود المبذولة لتصبح وجهة سياحية من الطراز العالمي وجذب 12 مليون زائر سنويا بحلول عام 2020، أي بزيادة قدرها أربعة أضعاف المستوى الحالي.

2- المؤشرات الوطنية والقطاعية في اطار رؤية الأردن 2025: يشير الجدول رقم (9) إلى التوقعات الاحصائية لقطاع السياحة في الأردن حيث يسعى من خلال تنفيذ أهداف الاستراتيجية السياحية إلى تحقيق 5.200 مليون دينار أردني كدخل سياحي مقارنة بسنة الأساس 2017 أين حقق 4.000 مليون دينار أردني، في حين يسعى إلى رفع الدخل خلال سنة 2025 إلى ما يقارب 6.500 مليون دينار أردني أي بزيادة 61.53% عن دخل سنة 2017، وستتمكن استراتيجية الأردن السياحية من تحقيق التعاون ما بين عدد من المؤسسات بهدف توحيد العمل الجماعي المنظم الذي يخدم المصلحة العامة. خاصة من خلال اشراك القطاع الخاص وماله من دور في رفع مستوى الخدمات المقدمة للسائح في المواقع الأثرية والسياحية لان القطاع الخاص الاردني والعامل في مجال السياحة هو من أنشط قطاع الخدمات في توفير فرص العمل. ويبين الشكل رقم (09) شجرة الأهداف الاستراتيجية لتحقيق التوقعات الاحصائية لرؤية 2025 في قطاع السياحة بالأردن.

الجدول رقم (09): مؤشرات الأداء الرئيسية لرؤية 2025 في الأردن

المؤشر	2017	2021	2025
1 مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	7.5%	8.5%	9%
2 الدخل السياحي (مليون دينار أردني)	4,000	5,200	6,500
3 أعداد السياح القادمين الى المملكة من مختلف الجنسيات عدد سياح المبيت (مليون فرد)	5.5	6	7
4 أعداد السياح القادمين الى المملكة من مختلف الجنسيات عدد سياح المجموعات السياحية (مليون فرد)	0.6	0.7	0.8
5 معدل إقامة سياح المجموعات السياحية (ليلة سياحية)	6	8	10
6 نسبة عدد المنشآت السياحية عمان (%)	62	55	50
7 نسبة عدد المنشآت السياحية للمحافظات (%)	38	45	50
8 عدد الغرف الفندقية في المحافظات باستثناء العاصمة (غرفة)	40,000	50,000	60,000
9 عدد العاملين في القطاع في المملكة (ألف فرد)	80	95	110
10 نسبة التشغيل في القطاع عمان (%)	60	50	40
11 نسبة التشغيل في القطاع للمحافظات (%)	40	50	60
12 تحسين ترتيب المملكة وفقاً لمؤشر التنافسية العالمي	50	45	40
13 زيادة عدد مواقع التراث العالمي	5	8	10
المؤشر	2018 - 2022		
1 مقدار النمو اللازم لقطاع السياحة لتحقيق نسبة النمو المستهدفة 5% (في الناتج المحلي الإجمالي)	5%		

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities)

الشكل رقم (06): شجرة الأهداف الاستراتيجية لرؤية الأردن 2025



المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, Not to mention the year)

2- تطور الدخل السياحي الشهري في الأردن خلال أشهر من سنة 2019 مع تكثيف الجهود: مثلما شهد قطاع السياحة في الاردن ازدهارا ملحوظا في الأربع سنوات الماضية من حيث ارتفاع قيمة الدخل والتي وصلت خلال الربع الاول من العام الماضي الى 728 مليون دينار مقابل ما مجموعه 655 مليون دينار خلال نفس الفترة من عام 2013، اي بنسبة ارتفاع بلغت 11% . فقد كشفت احصائيات البنك المركزي المقدمة في النشرة السياحية للوزارة المعنية عن زيادة في نسبة التغير في الدخل المتأتي من الأردنيين المقيمين بالخارج بنسبة 4.4% مقارنة بنفس الفترة من سنة 2018، وأيضا ارتفعت النسبة في ما يخص دخل الأجانب بنسبة 26.9% مقارنة بالسنة الماضية في نفس الفترة، وكذلك تواصل هذا التغير الايجابي مع نسبة دخل العرب السياحي بنسبة موجبة قدرت بـ 5.9%، في حين انخفض الدخل السياحي للسياح الخليجين والقادمين إلى المملكة، خلال الشهور الستة الأولى من العام الحالي 2019، بنسبة 4.1% وفقا لأرقام وزارة السياحة والآثار المبينة في الجدول رقم (1). وعليه فقد أطلقت هيئة التنشيط السياحي حملتها السنوية مبكرا في دول الخليج العربي تحت شعار " أكيد في الأردن" ليعكس ما تتمتع به الأردن من مواقع سياحية وتجارب متنوعة غير معروفة للضيف العربي والخليجي

بشكل خاص، والحملة تتكون من جزأين أساسيين الأول يستهدف العرب ومواطني دول الخليج والثاني يستهدف الأجانب المقيمين في الخليج، وتتضمن الحملة التسويقية اعلانات خارجية على اللوحات والطرق، اعلانات على وسائل النقل والتكاسي، اعلانات تلفزيونية على قنوات MBC والعربية. وتقارير إخبارية متنوعة على قنوات MBC والعربية واعلانات راديو باللغتين العربية والانجليزية، واعلانات تسويق الكتروني، اعلانات داخل المولات والمراكز التجارية الكبرى. والحملة ركزت على عنصر الطقس المعتدل طوال العام وقرب المسافة بين الأردن ودول الخليج والمهرجانات الكثيرة التي تقام خلال الصيف مثل: مهرجان التسوق، مهرجان صيف عمان، مهرجان جرش، وغيرها كبعض عوامل الجذب للسائح الخليجي، كذلك دعت الهيئة مكاتب السياحة والسفر الأردنية إلى تحضير برامج سياحية متنوعة ومشاركتها مع نظرائهم في الخليج لكي يتسنى لهم تسويقها للعرب والأجانب فب الخليج، ويتم ترسيخ الحملة الترويجية المكثفة من خلال مشاركة هيئة تنشيط السياحة في ملتقيات السفر العربي وعند الالتقاء بالإعلاميين العرب في الخليج العربي ومكاتب السياحة والسفر وشركات الطيران الاقليمية والعالمية بهدف بحث سبل التعاون وتنسيق حملات تسويقية مشتركة (Ammon Agency).

جدول رقم (10): الدخل السياحي الشهري موزع حسب مجموعات الدول للسنوات 2018 - 2019 *

بالمليون دينار

الشهر	اردني مقيم في الخارج		نسبة التغير		دول الخليج العربي		نسبة التغير		عرب		نسبة التغير		مجموع		نسبة التغير	
	Jordanian residing abroad		%		Gulf Countries		%		Arab		%		Change %		%	
	2019	2018*	18/19	18/19	2019	2018*	18/19	18/19	2019	2018*	18/19	18/19	2019	2018*	18/19	18/19
جانفي	118,7	126,9	6,8%	63,1	63,7	0,9%	63,0	63,0	0,0%	63,0	63,0	0,0%	324,7	297,5	35,0%	9,1%
فيفري	75,1	77,2	2,8%	45,9	39,8	-13,3%	60,7	53,5	13,5%	49,5	71,6	44,4%	249,2	224,0	11,3%	11,3%
مارس	92,4	89,0	-3,7%	82,9	55,6	-32,9%	60,6	57,7	-4,7%	76,9	101,7	32,3%	304,1	312,8	2,8%	-2,8%
أفريل	103,8	105,4	1,6%	68,3	72,5	6,2%	68,9	65,0	5,0%	92,8	111,2	19,8%	358,0	330,5	8,3%	8,3%
ماي	79,9	77,0	-3,6%	53,2	45,8	-14,0%	59,9	58,9	-1,7%	78,7	86,4	9,8%	268,0	271,7	-1,4%	-1,4%
يونان	108,6	128,8	18,5%	47,2	68,6	45,3%	65,4	80,6	23,1%	54,8	72,6	32,5%	350,5	276,1	27,0%	27,0%
المجموع	578,6	604,3	4,4%	360,6	345,9	-4,1%	368,0	389,7	5,9%	405,4	514,6	26,9%	1854,5	1712,6	8,3%	8,3%

*معلومات أولية من البنك المركزي الأردني.

المصدر: (Ministry of Tourism and Antiquities, 2019, p. 58)

وبالتالي فإن وضع الأردن على الخارطة العالمية كأحد المقاصد السياحية الرئيسية للسياح في جميع أنحاء العالم لاعتبارات المقومات المختلفة أنواع السياحة المتعددة فيه، وتمثل هذه الحقائق تحديات للأردن للاستجابة لقوى السوق السياحية، والعمل على بذل المزيد من الجهود لتحقيق نهضة سياحية واسعة تتناسب مع المقومات السياحية في هذا البلد، بالرغم من أنه يعتبر واحدا من الدول الرائدة في مجال الاستشفاء العلاجي، حيث أنه بالإضافة إلى موارده الطبيعية العلاجية، فإن الأردن غرس بذرة التميز الطبي من خلال اليد العاملة المؤهلة بالعديد من المستشفيات المتميزة والأطباء البارعين والذين أكسبوا الأردن مكانة معروفة في كافة أنحاء العالم.

النتائج والتوصيات

أولاً- النتائج: من بين نتائج هذه الدراسة نعرض ما يلي:

- إن الحديث عن تطور السياحة، يشمل مقاييس أخرى بجانب نسبة النمو ومنها تطور المنتج السياحي ونوعية الإقبال على هذه المنتجات، حيث تحتل السياحة مكانة متميزة على مستوى الاقتصاد الأردني، حيث تمتاز السياحة بتوليد دخل للمجتمع الاردني وتساهم السياحة بامتصاص العمالة المحلية، ونسب ارتفاع السياحة بالأردن

تعكس حالة الاستقرار التي تتمتع بها المملكة، إضافة إلى الجهود التي تبذلها الوزارة بالتعاون مع كافة الجهات المعنية بالقطاع السياحي من القطاعين العام والخاص لزيادة السياح القادمين الى المملكة ومدة اقامتهم في الاردن. وكذلك البنية التحتية والفوقية للأردن ممتازة جداً بما أهل قطاع السياحة والسفر لأن ينمو بطريقة سريعة جداً، خاصة وأن وزارة السياحة الأردنية تعمل على مختلف المسارات لضمان مشاركة فاعلة من القطاع الخاص بتطوير السياحة.

- البرامج الترويجية للسياحة في الأردن متواصلة، فقد تمت في سنة منذ سنة 2016 من خلال تشجيع شركات الطيران وشركات السياحة والسفر على تسيير رحلات إلى الأماكن السياحية المتعددة في الأردن، والتي تشمل منتجات السياحة العلاجية مثل البحر الميت ومنطقة ماعين، بجانب مناطق أخرى في المدن الأردنية الأخرى، مثل عمان والعقبة والتي تعد كلها ملائمة للسياحة العائلية.

- تعتبر الأردن متحف مفتوح فيه نحو 100 ألف موقع أثري وسياحي وتستهدف رفع حصة السياحة من الناتج المحلي الإجمالي لتصل 9%، بحلول عام 2025 وتعتبر صناعة السياحة في الاردن أحد أهم أعمدة الاقتصاد فيه حيث حققت السياحة من الناتج المحلي الإجمالي بنهاية عام 2017 نحو 7%.

- لقد تم تنفيذ العديد من المشاريع لتحسين وتطوير المواقع السياحية في مختلف محافظات المملكة الأردنية لتكون قادرة على تقديم الخدمة الأمثل للسياح مثل تطوير وتأهيل مراكز الزوار والمسارات السياحية المختلفة، وتطوير وصيانة المواقع السياحية والأثرية وهذا ما يساهم في حماية التراث الحضاري للمدن الأردنية من جهة وتفعيل السياحة بكل أنواعها في الأردن بما يخدم المملكة في الحاضر والمستقبل.

ثانياً- التوصيات: من بين ما يمكن اقتراحه من خلال هذه الدراسة نجد ما يلي:

- يمكن للأردن الاستمرار في استغلال قنوات السياحة في جذب العملة الصعبة من خلال التركيز بقوة على التعليم الاعلامي المتخصص المستمر ورفع المستوى العلمي والعملي للكوادر، إضافة إلى تقييم الأداء للكوادر والمعاهد والمؤسسات المتخصصة في هذا المجال باستمرار. ولا بد للأردن من إجراء دراسة معمقة لنقاط القوة التي تميزها عن غيرها ومحاولة تعظيمها، وذلك لتحقيق الاستفادة العظمى منها .

- يمكن للأردن عمل مجلس أعلى للسياحة العلاجية مستقل وغير حكومي كما في تركيا فيه كافة مؤسسات السياحة والسياحة العلاجية حتى تستطيع مواجهة التحديات في السوق السياحي خاصة وهناك مجموعة من التحديات التي تواجه قطاع السياحة العلاجية منها: المنافسة الشديدة فعدد المرضى الذين يأتون من الدول العربية يتناقص نتيجة توطين في الطب في الدول العربية المجاورة في المقابل هناك زيادة اهتمام من الهند وتركيا لاستقطاب المرضى العرب، واهتمام كل من تايلندا وسنغافورة وماليزيا والصين في سياحة الطب البديل، إضافة إلى التخطيط لإنشاء مدن طبية وفروع لكبرى المستشفيات العالمية في الإمارات العربية المتحدة.

- أن الاستثمار في إنشاء وتطوير مراكز التميز سيمنح المؤسسات الصحية في الأردن قاعدة للتمكن من تحسين الجودة، ودمج الأطباء في مشاريع الجودة، وتقليل الكلفة من خلال تحسين الكفاءة وتقليل الهدر، مما ينتج عنه تميز في السوق وتحسين مستوى الرضى عند المرضى، مما يمكن المملكة من مواجهة مظاهر المنافسة الجوارية في هذا المجال بشكل عام والسياحة العلاجية بشكل خاص من حيث الموقع الجغرافي لتركيا، والموارد المالية لدول

الخليج العربي، ومن حيث التميز في الخدمة للبنان.
 - على الجزائر العمل على الاستفادة من خبرات الدول العربية الشقيقة، التي كان لها الفضل في السبق بالاعتناء بالسياحة والعمل على إحداث سوق عربية مشتركة لترويج المنتج السياحي ودعم نجاح القطاع في كل هذه البلدان، وإدخال القطاع الخاص في هذا المجال للنهوض بالقطاع السياحي ككل وحتى لا تضيق الجهود وتتحقق التنمية السياحية المستدامة بتنفيذ المخططات الموضوعية.

المراجع

- Ammon Agency. (s.d.). *Gulf tourist numbers drop*. Récupéré sur <https://www.ammonnews.net/article/278265>
- Al , Ghad Journal. (s.d.). Récupéré sur <http://www.alghad.com/articles/824973>-
- Al-Ghad newspaper. (s.d.). *Desert Palaces: Evidence of the Beginning of the Islamic Era*. Récupéré sur <http://www.alghad.com/articles/797000>
- Al-Ghad newspaper. (s.d.). *desert palaces: singing oases adorning the sand*. Récupéré sur <http://www.alghad.com/articles/786071>
- Al-Ghad Newspaper. (s.d.). *Karak Castle: The Jewel of the Jordanian Desert*. Récupéré sur <http://www.alghad.com/articles/786473>
- Al-Rai newspaper. (s.d.). *medical tourism reality and potential*. Récupéré sur <http://alrai.com/article/709093.html>
- Al-Sharqawi , M. (2009). *Tourism Science*. Egypt: University Knowledge House.
- Blue Society for Development and Development of Ecotourism. (s.d.). *Sustainable Tourism*. Récupéré sur <http://www.nakhwah.org/ar/organizations/452>--Alazraq-Association-for-Development-and-Improvement-of-eco-Tourism
- Brahm Shawsh , T. (2017). How to incorporate the concepts and principles of sustainable tourism into tourism activity. *Blida University Economic Research Journal*.
- Dalia Mohamed, T. (2007). *Tourism Awareness and Tourism Development Concepts and Issues*. Egypt: University Youth Foundation.

- Department of Public Antiquities website. (s.d.). Récupéré sur <http://www.doa.gov.jo>
- Faisal , a.-S. (s.d.). *Jordanian Minister of Tourism and Antiquities Lina Anab, told The Jordan News Agency (Petra)*. Récupéré sur <http://ar.visitjordan.com/MediaCenter/NEWS/tourismindicators.aspx#sthash.Dr615l71.dpuf>
- Hadil , G. (s.d.). *'Well Mentioned' in the heart of the Jordanian desert. A teacher who simulates bedouin life looking for universality*. Récupéré sur <https://arabic.cnn.com/entertainment/2014/10/01/jordan-desert-tourism>
- Hamza AbdulMutallab , A.-M. (2017). Security and Tourism. *International Conference: 'Arab Tourism Its Reality and Future Prospects*. Jordan: Ata University.
- Hanem Rajab , A., & Ahmed Ibrahim , M. (2010). Factors Affecting Tourism Income in Jordan. *Studies in Management Sciences*.
- Ibrahim, K. (s.d.). *Medical Tourism, Jordanian Treasure in the Dead Sea, Amman, Capital of Arab Medical Tourism*. Récupéré sur <http://www.meutourism.com/Articles/50.htm>
- Issam Hassan , S. (2009). *Semantics and Tourism Guidance*. Jordan: Al Raya Publishing and Distribution House.
- *Jet's tourism project on 'Desert' with a ring of three million dinars*. (s.d.). Récupéré sur <http://seahanews.com/view/340/>
- *Jordan and Medical Tourism*. (s.d.). Récupéré sur <http://www.maqar.com/?id=5146>
- Jordan Tourism Promotion Authority website. (s.d.). Récupéré sur <http://ar.visitjordan.com/Wheretogo/amman/Museums.aspx>

- Jordan.. *10 reasons to visit the quietest country in the Middle East.* (s.d.).
Récupéré sur <https://arabic.cnn.com/entertainment/2014/03/09/jordan-visit-ime>
- *Jordanian Hospitals Association.* (s.d.). Récupéré sur <http://jha.org.jo/>
- Jordanian Press Foundation – Opinion. (s.d.). Récupéré sur <http://alrai.com/article/754813.html>
- Jordanian Tourism Promotion Authority. (s.d.). Récupéré sur <http://ar.visitjordan.com/AboutUs.aspx>
- Khalif Mustafa , G. (2015). *Jordanian Experience in the Desert Tourism Industry.*
Récupéré sur https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2693021
- Mahi Mohammed , M. (2004). *Legal Framework for Tourism and Hotel Activity.*
Modern Arab Office.
- Manal Shawky , A.-M. (2011). *Foundations for Tourism Planning.* Egypt: Al Wafa
Printing and Publishing House.
- Ministry of Tourism and Antiquities. (2016). *Annual Report 2016.* Récupéré sur http://www.mota.gov.jo/Contents/stat2019_2ndAr.aspx
- Ministry of Tourism and Antiquities. (2019). , *Tourism Statistical Bulletin 2019, Q1 and 2.* Récupéré sur http://www.mota.gov.jo/Contents/stat2019_2ndAr.aspx
- Ministry of Tourism and Antiquities. (s.d.). *National Strategy, Jordan Vision 2025, Jordan Economic Growth Stimulus Plan 2018-2022.* Récupéré sur www.mota.gov.jo/Documents/MoTA Strategic Plan 2018-2
- Ministry of Tourism and Antiquities. (Not to mention the year). *National Strategy, Jordan Vision 2025.* Récupéré sur <http://www.mop.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/pdf/MOP-pdf/Jordan%202025.pdf>

- Mohamed Mounir , H. (2001). Dans *Tourism Media* (Vol. First Edition). Egypt: Dawn Publishing and Distribution House.
- Mohammed Hafiz , H. (2007). Hotel and Tourism Marketing Department. Amman: Al Wafa Printing and Publishing House.
- Rami Mohammed , A.-F. (2017). Impact of Security and Political Events on Cultural Tourism in Jordan (1998–2014). *International Conference 'Arab Tourism Its Reality and Future Prospects*. Jordan: Atata University.
- Tomorrow's newspaper. (s.d.). *the palaces. Traces of the Jordanian desert*. Récupéré sur <http://www.alghad.com/articles/837499>
- *Tourism aims for civilized dialogue in Jordan*. (s.d.). Récupéré sur <http://www.alghad.com/articles/540568>
- Tourism Promotion Authority of Jordan. (Not to mention the year). Récupéré sur <http://ar.visitjordan.com/AboutUs.aspx>
- Wikipedia. (s.d.). Récupéré sur <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
- World heritage center. (s.d.). Récupéré sur <http://whc.unesco.org/ar/list/1377>
- Youssef Mustafa , K. (2006). *Tourism Industry as One of the Strategic Options for Economic Development*. Lebanon: Euphrates Publishing and Distribution House.