

الجمعية العلمية الملكية

مركز تكنولوجيا الحاسوب والتدريب
والدراسات الصناعية

ملخص دراسة

قطاع السياحة في الأردن: واقع وتطلعات
"دراسة تحليلية ميدانية"

فوزي صادق العارضة

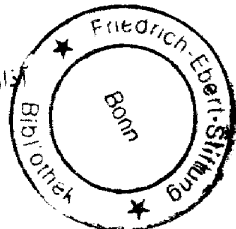
طلعت البدور

محمد الخصاونة

عبيد الروضان

C 97 - 03220 =

أذار ١٩٩٧



C97-03218

قائمة المحتويات

١	قائمة المحتويات
١	مقدمة
٣	الفصل الأول: منهجية الدراسة
٣	١-١ أهداف الدراسة
٤	١-٢ أسلوب الدراسة
٥	الفصل الثاني: خصائص الطلب السياحي
٥	مقدمة
٥	١-٢ حركة السياح القادمين
٧	٢-٢ حركة السياح المغادرين
٩	الفصل الثالث: مقومات العرض السياحي
٩	١-٣ المقومات الأساسية
٩	٣-١-١ المقومات الطبيعية
١٠	٣-١-٢ المقومات التاريخية والأثرية والدينية والحضارية
١١	٢-٣ المقومات الثانوية
١٢	٣-٢-١ الفنادق
١٢	٣-٢-٢ مكاتب السياحة والسفر
١٣	٣-٢-٣ متاجر التحف الشرقية
١٣	٣-٢-٤ مكاتب تأجير السيارات
١٣	٣-٢-٥ الأدلاء السياحيين
١٣	٣-٢-٦ شركات النقل السياحي
١٤	٣-٢-٧ النقل الجوي

٣٣	١-٨ في جانب الطلب
٣٣	٢-٨ في جانب العرض
٣٥	الفصل التاسع: توصيات الدراسة

١٤	٣-٣ العاملون في قطاع السياحة
١٥	٤-٣ مؤسسية القطاع
١٧	الفصل الرابع: واقع الصناعات التقليدية السياحية في الأردن
١٧	١-٤ الصناعات التقليدية حسب العدد والنوع والحفاظة
١٨	٢-٤ القوى العاملة في الصناعات التقليدية
١٨	٣-٤ الصناعات التقليدية حسب النوع والكيان القانوني
١٩	٤-٤ الصناعات التقليدية حسب مصادر المواد الأولية والآلات
١٩	٥-٤ تسويق الصناعات التقليدية
٢٠	٦-٤ الصناعات التقليدية حسب النوع ومعدل الدخل الشهري
٢٠	٧-٤ انفاق السياح المغادرين على الصناعات التقليدية
٢١	٨-٤ تقييم السياح المغادرين للصناعات التقليدية
٢١	٩-٤ مشاكل واقتراحات
٢٣	الفصل الخامس: دور السياحة في الاقتصاد الأردني
٢٣	١-٥ السياحة والدخل القومي
٢٤	٢-٥ مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات
٢٤	٣-٥ ميزان السياحة
٢٤	٤-٥ مساهمة السياحة في العمالة الكلية
٢٥	الفصل السادس: الدور الاقليمي للسياحة الأردنية
٢٥	١-٦ المقومات السياحية لبعض الدول المجاورة
٢٦	٢-٦ الروابط السياحية المشتركة
٢٧	٣-٦ الاتفاقيات السياحية
٢٩	الفصل السابع: المشاكل والمقترحات
٢٩	١-٧ واقع الخدمات السياحية
٣٠	٢-٧ الاقتراحات
٣٣	الفصل الثامن: مستقبل السياحة الأردنية

مقدمة*

تأتي أهمية هذه الدراسة من تناولها لقطاع من القطاعات الاقتصادية الهامة في المساهمة في الدخل القومي وميزان المدفوعات الأردني، والأكثر ترابطاً مع القطاعات الاقتصادية الأخرى كالصناعة والتجارة والنقل والزراعة، كما أخذ قطاع السياحة في الأردن شأنه شأن القطاعات الاقتصادية الأخرى في التعاطي الإيجابي مع المتغيرات والمستجدات التي رافقت العملية السلمية المتواصلة في المنطقة، والتوجه نحو دور أكبر لهذا القطاع في التعاون والتنسيق الاقليمي والدولي.

هذا، ولا بد من التنويه هنا إلى ان هذه الدراسة الميدانية تختلف عن غيرها من الدراسات المتعلقة بالقطاع السياحي، إذ ان هدفها الرئيسي هو قياس مستوى أداء الخدمات والبنية التحتية السياحية والتعرف على خصائص الحركة السياحية من خلال الاتصال المباشر مع ٩١٧٢ سائحاً. بالإضافة للتعرف على واقع الصناعات التقليدية القائمة ومستوى أدائها وامكانية تحسينها وتطويرها.

وتتضمن الدراسة تسعة فصول رئيسية، كما يلي:

* ملاحظة: تتضمن الدراسة جزئية رئيسيين، يحتوي الأول على مضمون الدراسة ويقع في ١٨٤ صفحة، ويشتمل الثاني على الملاحق، ويقع في ٧٤ صفحة. هذا، بالإضافة إلى هذا الملخص.

الفصل الأول

منهجية الدراسة

١-١ أهداف الدراسة

من أهم أهداف الدراسة ما يلي:

- معرفة خصائص الحركة السياحية الحقيقية في الأردن
- التعرف على حجم القوى العاملة في القطاع
- التعرف على مقومات السياحة الأساسية، والاطلاع على المقومات السياحية الثانوية لهذا القطاع
- دراسة واقع الصناعات التقليدية ودورها في تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بشكل عام.
- التعرف على دور ومساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الأردني.
- استطلاع الدور الاقليمي للسياحة الأردنية.
- دراسة مستوى أداء الخدمات السياحية والبنية التحتية.
- وضع تصورات حول مستقبل السياحة الأردنية.
- وضع بعض التوصيات العملية اللازمة للنهوض بهذا القطاع.

٢-١ أسلوب الدراسة

اعتمد فريق البحث الأساليب التالية:

- جمع المعلومات والدراسات والأبحاث حول السياحة في الأردن ودول المنطقة من عدة جهات رسمية وغير رسمية ومؤسسات دولية.
- تم تشكيل لجنة استشارية من خبراء السياحة من القطاعين العام والخاص للمناقشة والتوجيه في جميع مراحل الدراسة.
- مسح ميداني مكون من ثلاثة استبانات. وجهت الأولى للسياح القادمين والثانية للمغادرين وباللغتين العربية والانجليزية، وخصصت الاستبانة الثالثة للصناعات اليدوية التقليدية السياحية.

كما تم المسح الميداني للسياح على ثلاثة مراحل حسب المواسم السياحية كانت فتراتهما كما يلي:

١٩٩٥/١٢/٢٠ - ١٩٩٦/١/٢٠

١٩٩٦/٣/١٦ - ١٩٩٦/٤/١٦

١٩٩٦/٦/٣٠ - ١٩٩٦/٧/٣٠

وقد اشتملت العينة على ٩١٧٢ سائحاً أي حوالي ١٪ من عدد السياح المقدر عام ١٩٩٥، منهم ٤٦١٣ قادمًا و ٤٥٥٩ مغادرًا من مختلف مراكز الحدود الرئيسية.

الفصل الثاني

خصائص الطلب السياحي

مقدمة

يتأثر الطلب السياحي بعدة عوامل اقتصادية واجتماعية، ومن أهم هذه العوامل: الدخل المحلي الحقيقي ومعدل دخل الفرد، وعدد أيام العطل السنوية والاجازات مدفوعة الأجر ومستوى الأسعار وكلفة النقل، بالإضافة إلى قوانين السفر والمستوى التعليمي وتوفر المعلومات عن البلد المقصود زيارته والتسهيلات المخفزة للسياحة. ويذكر هنا أيضاً حساسية قطاع السياحة للأحداث والمتغيرات السياسية والاقتصادية والاقليمية والتي تنعكس بشكل مباشر على الحركة السياحية والأنشطة السياحية الأخرى.

٢-١ حركة السياح القادمين

شهدت خصائص الحركة السياحية إلى الأردن في السنوات الاخيرة بعض التغيرات الهيكلية، اذ وبعد حرب الخليج الاخيرة وتوقيع اتفاقيات السلام مع اسرائيل بدأ تدفق السياح الاسرائيليين ولأول مرة إلى الأردن وخاصة في الفترة الأولى المباشرة لتنفيذ الاتفاقية، وتزايد الحركة السياحية الأوروبية.

وبرز دور المعابر، الجنوبي (وادي عربة) والشمال (جسر الشيخ حسين) في عبور معظم القادمين من الجنسيات الأوروبية والأمريكية إلى الأردن. كما أشارت نتائج المسح الميداني لهذه الدراسة على أن أكثر من نصف السياح القادمين (٦٤٣٪) قد دخلوا من هذين المعبرين. واحتل مطار الملكة علياء المرتبة الثانية في عبور السياح إلى الأردن (٢٧٤٪) ثم مركز حدود الرمثا (١١٣٪). ويعتبر ذلك تغييراً على طبيعة الحركة السياحية، حيث كانت مراكز حدود العمري، والرويشد بالإضافة إلى مطار الملكة علياء ومركز حدود الرمثا المعابر الرئيسية للحركة السياحية قبل عملية السلام.

كما أظهرت نتائج المسح الميداني أن ٤١١٪ من السياح القادمين تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية ٣٠-٤٩ سنة، فيما يشكل الذين تزيد أعمارهم عن ٥٠ عاماً ما نسبته ٢٧٤٪ من مجموع السياح.

وتتسم الحركة السياحية إلى الأردن بالرحلات الجماعية، حيث بينت نتائج المسح الميداني أن ما نسبته ٥٩٢٪ من السياح القادمين يأتون على شكل مجموعات سياحية. وينطبق ذلك على جميع الجنسيات باستثناء العربية والتي تغلب عليها السياحة العائلية ونسبة ٤٧٥٪ منها.

أما بالنسبة إلى أهداف السائح القادم إلى الأردن، فقد تبين من المسح الميداني أن ٦٣٪ من السياح القادمين ومن مختلف الجنسيات هدفهم الرئيسي زيارة المواقع الأثرية والتاريخية، باستثناء السياح من جنسيات عربية حيث كان الهدف الرئيسي الترفيه ونسبة ٤٤٧٪ منهم. وجاءت السياحة الترفيهية في المرتبة الثانية لجميع السياح من مختلف الجنسيات حيث شكلت ما نسبته ٩٩٪ من مجموع السياح القادمين. وفي المرتبة الثالثة السياحة العلاجية ٨٦٪، ويعود ذلك إلى مقومات السياحة العلاجية

التي يمتاز بها الأردن كالبحر الميت وحمامات ماعين وغيرها من المياه المعدنية، بالإضافة إلى التقدم الطبي وخدمات المستشفيات وتطور أجهزتها.

هذا وقد كانت مكاتب السياحة والسفر من أهم وسائل التسويق المتبعة في جذب السائح إلى الأردن، إذ أشار ما نسبته ٤٣٪ من السياح القادمين بأنهم قدموا من خلال مكاتب السياحة والسفر الأجنبية والأردنية. ثم احتل الأصدقاء والأقارب المرتبة الثانية حيث شكلت هذه الوسيلة ما نسبته ٢٦٪ من السياح القادمين.

٢-٢ حركة السياح المغادرين

قدرت مدة إقامة السائح من جميع الجنسيات في الأردن بحوالي ٥٥ ليلة، فيما سجل السياح العرب أعلى معدل إقامة (٩٧ ليلة). وتأتي الجنسيات الأوروبية في المرتبة الثانية من حيث مدة الإقامة (٥٠ ليلة)، ثم الأمريكية (٤٧ ليلة)، ثم الاسيوية (٤٤ ليلة)، وأخيراً الجنسية الإسرائيلية (٤٢ ليلة).

وتبين من نتائج المسح الميداني للسياح المغادرين أن الفنادق احتلت المرتبة الأولى كماوى للسياح، إذ شكلت ليالي الإقامة فيها ما نسبته ٧١٥٪ من مجموع ليالي الإقامة، كانت مساهمة فنادق الثلاثة نجوم حوالي ٤٦٪، في حين لم تتجاوز فنادق الخمس والأربع نجوم ما نسبته ٢٥١٪ من مجموع الليالي الفندقية. أما ليالي الإقامة في الشقق المفروشة وعند الأقارب والأصدقاء فقد بلغت نسبتها ٢٣١٪ من مجموع الليالي السياحية، وكان غالبية هؤلاء من السياح العرب، سواء قدموا من الدول العربية أو من إسرائيل.

الفصل الثالث

مقومات العرض السياحي

يتناول هذا الفصل المقومات الأساسية للعرض السياحي وتشمل المقومات الطبيعية والتاريخية والأثرية والدينية والحضارية، كما يستعرض المقومات الثانوية من فنادق ومكاتب السياحة والسفر ومتاجر للتحف الشرقية ومكاتب تأجير السيارات السياحية والأدلاء السياحيين وشركات النقل السياحي والعاملين في القطاع السياحي والتدريب ومؤسسية القطاع.

٣-١ المقومات الأساسية

٣-١-١ المقومات الطبيعية

يعد كل من الموقع الجغرافي والمناخ والغطاء النباتي والشواطئ والمناطق الصحراوية من عوامل الجذب السياحي المهمة، ويمتاز الأردن بترباط هذه العوامل وتكاملها، اذ يمتاز بموقع جغرافي وسط بين الدول العربية وضمن اقليم سياحي يمتد من تركيا فسوريا ولبنان ثم فلسطين واسرائيل إلى مصر. كما ويمتاز مناخ الأردن بالاعتدال مما يساعد في استمرار الموسم السياحي على مدار السنة مع ميزة نسبية للسياحة الشتوية لتوفر المناطق السياحية الدافئة في هذا الفصل من السنة في كل من الأغوار ووادي عربة والعقبة.

هذا، وقد بلغ معدل انفاق السائح على بنود الانفاق الرئيسية ٥٣٠ر٦ ديناراً خلال فترة زيارته إلى الأردن، أي حوالي ٩٧ دينار يومياً. احتل بند المنامة أكبر نسبة ٢٣ر١٪، تلاه الترفيه ١٩٪، ثم الهدايا ١٨ر٦٪ من انفاق السائح، والمأكّل والمشرب ما نسبته ١٥ر٦٪.

أما بالنسبة إلى الانفاق حسب الجنسيات، فيلاحظ بأن الجنسية الاسرائيلية احتلت المرتبة الأولى (١٢٣ر١) دينار يومياً، ثم الجنسية الأمريكية في المرتبة الثانية ١٢٠ر٤ ديناراً، وفي المرتبة الثالثة الجنسيات الأوروبية ٩٢ر٨ دينار. في حين بلغ معدل انفاق الجنسيات العربية ٩٢ر٣ ديناراً، ويعود ذلك إلى هدف الزيارة وطول فترة ومكان اقامة السائح العربي بشكل خاص.

وتساهم المياه المعدنية والمالحة في تنشيط الحركة السياحية وبخاصة تلك العلاجية منها والتي بدأت تشهد اهتماماً وقبالاً متزايداً عليها. ومن المتوقع ان تلعب دوراً أكبر في تنشيط وتعظيم دور السياحة الأردنية بين دول الاقليم. ومن أهم هذه المواقع ما يلي:

- الحمة الأردنية
- الشونة الشمالية
- طبقة فحل
- البحر الميت
- حمامات زارة ماعين
- حمامات عفرا وبربيطة

٣-١-٢ المقومات التاريخية والاثريّة والدينية والحضارية

يعد الأردن متحفاً أثرياً وتاريخياً يعكس تاريخ وحضارات الأمم التي تعاقبت على هذه المنطقة، ويستدل على ذلك من المواقع الاثريّة التاريخية التي خلفوها، من أهمها

- أم قيس
- أم الجمال
- جرش
- قلعة عجلون
- مدينة عمان
- مأدبا وجبل نيبو
- القصور الصحراوية

- الكرك
- الشوبك
- البتراء
- العقبة
- وادي رم

وقد أشارت نتائج المسح الميداني لهذه الدراسة إلى أن اقليم الجنوب السياحي قد حظي باهتمام أكبر من قبل السياح. حيث ساهمت المواقع السياحية فيه بحوالي ٤١٪ من عدد زيارات السياح للمواقع السياحية في الأردن. وجاء اقليم الوسط السياحي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية (٣٢٪)، ثم اقليم الشمال السياحي والذي احتل المرتبة الثالثة في الأهمية.

كما وتساهم المقومات الدينية والحضارية في إثراء قطاع السياحة كمقامات وأضرحة الصحابة من المسلمين ومزارات قبور الأنبياء. بالإضافة إلى المقومات والأنشطة الحضارية والمرافق العمرانية والمنتشرة في مختلف مدن وحواضر المملكة.

٣-٢ المقومات الثانوية

تساند الخدمات السياحية مقومات العرض السياحي الرئيسية الهادفة إلى جذب السائح وتوفير الراحة والخدمة بمستويات تنسجم مع رغبات وأذواق مختلف مستويات وثقافات السياح، ومن أهم المقومات الثانوية ما يلي:

١-٢-٣ الفنادق

بلغ عدد الفنادق المصنفة لعام ١٩٩٦ في الأردن ١٥٦ فندقاً مرخصاً تحتوي على ٩٢٤٦ غرفة و ١٧٤٤٠ سريراً وبطاقة استيعابية قدرت بحوالي ٦ر٤ مليون ليلة. تتركز في مدينة عمان، اذ يوجد فيها ٦٢٪ منها، ثم مدينة العقبة ١٩٪ ومنطقة البتراء ٧٪ ثم مدينة اربد ٤٪ من عدد الفنادق.

هذا وقد بلغ عدد الفنادق الغير مصنفة حوالي ١٣٦ فندقاً تحتوي على ٢٠٨٧ غرفة فندقية و ٤٩٧٩ سريراً تحتوي مدينة عمان على ٦٢٪ منها.

وقد بلغ معدل اشغال الفنادق المصنفة حوالي ٥٣ر٧٪ عام ١٩٩٥، سجلت درجة خمسة نجوم أعلى نسبة اشغال ٧٠ر٤٪، كما وقدر معدل اشغال الأسرة في جميع الفنادق المصنفة بما فيها البنسيونات بحوالي ٤٦ر٣٪ عام ١٩٩٥.

وأشارت نتائج المسح الميداني لهذه الدراسة إلى مستوى أداء الخدمات في الفنادق المصنفة والتي تعكس وجهة نظر السياح الذي أقاموا فيها، حيث أشاروا إلى تدني مستوى خدمتي الاتصالات وتوفر المياه بشكل بارز.

٢-٢-٣ مكاتب السياحة والسفر

بلغ عدد هذه المكاتب ٣٩٠ مكتباً عام ١٩٩٦، منها ١٦٦ مكتباً يمارس نشاطاته في مجالات استقطاب وتنظيم الرحلات السياحية.

٣-٢-٣ متاجر التحف الشرقية

تساهم هذه المتاجر في تعظيم الفائدة المرجوة من قطاع السياحة، ومساهمتها في الناتج المحلي الاجمالي، وبلغ عددها حوالي ١٥٣ متجراً عام ١٩٩٦.

٤-٢-٣ مكاتب تأجير السيارات

تساهم في تنشيط الحركة السياحية ومرونة تنقل السياح بين المواقع السياحية، وبلغ عددها حوالي ١٥٤ مكتباً عام ١٩٩٦.

٥-٢-٣ الأدلاء السياحيين

يساهم الدليل السياحي في إثراء وتعريف السائح بالمعلومات التاريخية والضرورية عن البلد والمواقع السياحية، وبلغ عددهم ٦١٨ دليلاً عام ١٩٩٦.

٦-٢-٣ شركات النقل السياحي

عملت شركة النقلات السياحية الأردنية -جت- على تنظيم رحلات سياحية داخلية واقليمية منذ تأسيسها عام ١٩٧٣، وأنضم إلى هذا القطاع شركتان لنقل السياح خلال عامي ١٩٩٥ و ١٩٩٦.

٧-٢-٣ النقل الجوي

ساهمت الملكية الأردنية في نقل السياح من وإلى الأردن، والتعريف بالأردن والترويج السياحي في مختلف أرجاء العالم، ويسند إلى مكاتبها في الخارج مهمة تفعيل وتنشيط الحركة السياحية بشكل عام.

٣-٤ مؤسسة القطاع

تساهم العديد من المؤسسات الرسمية وشبه الرسمية والخاصة في تنظيم وخدمة قطاع السياحة ومن أهمها ما يلي:

- ٠١ وزارة السياحة والآثار
- أ- المجلس الأعلى للسياحة
- ب- لجنة السياحة
- ٠٢ المؤسسات العامة ذات العلاقة
- أ- سلطة وادي الأردن
- ب- سلطة اقليم العقبة
- ج- المؤسسة الأردنية للاستثمار
- د- دائرة الاستثمارات السياحية
- هـ- الملكية الأردنية
- و- سلطة الطيران المدني

- ٠٣ مؤسسات القطاع الخاص
- أ- جمعية وكلاء السياحة والسفر
- ب- جمعية الفنادق الأردنية
- ج- جمعية متاجر التحف الشرقية

٣-٣ العاملون في قطاع السياحة

يتداخل قطاع السياحة مع القطاعات الخدمية والانتاجية الأخرى، مما يؤدي إلى صعوبة تقدير اعداد العاملين بشكل غير مباشر في هذا القطاع، الا ان تقديرات وزارة السياحة والآثار تشير إلى أن عدد العاملين مباشرة في الأنشطة السياحية بلغ حوالي ١١٣٥٦ عاملاً عام ١٩٩٦.

هذا، ويعد التدريب والاعداد للموارد البشرية من الأمور الأساسية في رفع الكفاءة وتحسين مستوى الأداء للعاملين في هذا القطاع وخاصة مع تزايد الحركة السياحية والاستثمارات السياحية المختلفة، ويعكف عدد من المؤسسات في القطاعين العام والخاص على التدريب المتخصص ومن هذه المؤسسات:

١. الكلية الفندقية
٢. جامعة العلوم التطبيقية
٣. جامعة الزيتونة
٤. الجامعات خارج الأردن
٥. كليات المجتمع
٦. مراكز التدريب المهني

- د - جمعية الأدلاء السياحيين
- هـ - هيئة تنشيط السياحة
- و - جمعية المطاعم الأردنية

الفصل الرابع

واقع الصناعات التقليدية السياحية في الأردن

تقوم الصناعات التقليدية بدور هام في الاقتصاد الوطني وتشغيل الأيدي العاملة، ويتطرق هذا الفصل إلى تحليل واقع الصناعات التقليدية السياحية من خلال عددها ونوعها وتوزيعها الجغرافي والقوى العاملة فيها وغيرها من الأمور التي تهم هذه الصناعات.

٤-١ الصناعات التقليدية حسب العدد والنوع والمحافظة

تم تصنيف الصناعات التقليدية إلى ١٣ نوعاً تبعاً لنوع الانتاج، احتلت صناعة البسط والسجاد المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية (٢٣ر٤٪) من إجمالي الصناعات، ثم المطرزات (١٦ر٦٪) والخزفيات (١٢ر٦٪). وتعد هذه الأنواع من المشاريع المدرة للدخل وتوفير فرص العمل وخاصة للاناث.

وتتركز الصناعات التقليدية بمحافظة العاصمة (٤٩ر٧٪)، تليها من حيث الأهمية النسبية العقبة واربد ومادبا ونسب ١١ر٤٪، ١٠ر٣٪، ١٠ر٣٪ على التوالي.

٤-٢ القوى العاملة في الصناعات التقليدية

بلغ حجم القوى العاملة في الصناعات التقليدية ١٣٢٧ عاملاً حسب نتائج المسح الميداني، شكلت الاناث ما نسبته ٦١٤٪ منهم، وبلغت العمالة الوافدة في هذه الصناعة ٩٨٪ من مجموع العاملين.

كما بينت الدراسة ان ٢٧٧٪ من اجمالي العاملين في الصناعات التقليدية يحملون مؤهلات علمية ما بعد الثانوية (دبلوم، بكالوريوس) و ٤٧٧٪ ما بين الثانوية والامية، في حين شكل العمال الأميين ما نسبته ٢٤٩٪ من اجمالي العاملين في هذه الصناعات.

٤-٣ الصناعات التقليدية حسب النوع والكيان القانوني

تغلب الملكية الفردية على الصناعة التقليدية، اذ بلغت نسبتها ٥٦٦٪ من مجموع الصناعات، تلتها في المرتبة الثانية الصناعات التابعة إلى الجمعيات والمؤسسات التطوعية (٢٧٤٪).

هذا وتبين من المسح الميداني لهذه الصناعات ان ٥٧٧٪ من العاملين في هذه الصناعة وخاصة البسط والسجاد والمطرزات قد ورثوا هذه المهنة من الاجيال السابقة، وأشار ما نسبته ١٢٪ منهم إلى تعلم المهنة داخل الورش والمشاغل الخاصة بهذه الصناعة، اما دور المعاهد والمراكز التدريبية فلا يزال محدوداً اذ شكلت ٩٧٪ فقط من مجموع العاملين.

٤-٤ الصناعات التقليدية حسب مصادر المواد الأولية والآلات

بينت نتائج المسح الميداني لهذه الدراسة ان أكثر من نصف الصناعات التقليدية (٥١٤٪) تعتمد اعتماداً كلياً على المواد الأولية المحلية في انتاجها، في حين ان ما نسبته ٢٦٣٪ منها تعتمد كلياً على المواد الأولية المستوردة.

أما بالنسبة إلى الآلات المستخدمة في انتاج الصناعات التقليدية، فقد تبين ان ٧٤٩٪ من اجمالي الصناعات تستعمل الآلات المحلية في الانتاج، وخاصة صناعة القش والشباري والخناجر والسيوف، اذ تستعمل الآلات المحلية ونسبة ١٠٠٪.

٤-٥ تسويق الصناعات التقليدية

يعتمد معظم أصحاب الصناعات التقليدية (٩٦٪) في تسويق منتجاتهم على أسلوب التسويق المباشر، وذلك من خلال مشاركتهم في المعارض والمهرجانات بالاضافة إلى تواجدهم في المواقع السياحية الرئيسية.

وعلى الرغم من أهمية التصدير في العملية الانتاجية الا انها لا زالت محدودة في الصناعات التقليدية، بحيث لم تتجاوز نسبة الصناعات التي تصدر إلى الخارج ٢٥١٪ من اجمالي الصناعات، منها (١٧٧٪) مباشرة من قبل منتجها والباقي (٧٤٪) يصدر من خلال المؤسسات المختلفة وخاصة المؤسسات التطوعية. وكانت الأسواق العربية (دول الخليج العربي، تونس، لبنان) السوق الرئيسي للمنتجات الأردنية من الصناعات التقليدية.

٤-٦ الصناعات التقليدية حسب النوع ومعدل الدخل الشهري

تباين دخول العاملين في الصناعات التقليدية تبعاً لنوع الصناعة، وقد شكلت الصناعات التي يزيد معدل الدخل الشهري منها على ٢٠٠ ديناراً ما نسبته ٢٩,٧٪ من إجمالي الصناعات. أما الصناعات التي تدر دخلاً شهرياً يقل عن ١٠٠ ديناراً فقد شكلت ما نسبته ٢٢,٣٪.

٤-٧ انفاق السياح المغادرين على الصناعات التقليدية

تبين نتائج المسح الميداني للسياح المغادرين ان مشترياتهم من الصناعات التقليدية والهدايا قد شكلت ما نسبته ١٨,٦٪ من إجمالي انفاقهم أثناء اقامتهم في الأردن. وقد بلغت نسبة الذين انفقوا على هذا البند ٣٩,٢٪ من إجمالي السياح المغادرين. وكانت زجاجات الرمل الملون أكثر الصناعات اقبالاً من قبل السياح وخاصة الاسرائيليين والأوروبيين. ويولي السياح العرب أهمية لصناعة المطرزات، وكانت الملابس التقليدية الأكثر اقبالاً لدى السياح الأمريكيين.

أما أولئك الذين أبدوا عدم اهتمام في شراء الصناعات التقليدية، فقد ذكروا أسباباً مختلفة أهمها: عدم الاهتمام وصعوبة الحمل وتوفير ما هو أفضل في بلادهم وارتفاع الأسعار وعدم توفر المنتج الذي يرغبون فيه ومستوى الجودة وبعد متاجر التحف عن مكان السكن.

٤-٨ تقييم السياح المغادرين للصناعات التقليدية

بين السياح المغادرين والذين تسوقوا من الصناعات التقليدية الأردنية ان نوعية هذه الصناعات جيدة ولكافة الأنواع، كما اعتبروا أسعارها معقولة بشكل عام.

٤-٩ مشاكل واقتراحات

أ) أهم المشاكل التي تواجه قطاع الصناعة التقليدية.

٠١ تسويقية: وتمثل بصغر حجم السوق وقلة المؤسسات التسويقية المتخصصة، والمنافسة مع المستورد من الصناعات التقليدية وغيرها. فقد أشار ٦٠,٤٪ من الصناعيين إلى هذه المشكلة.

٠٢ الانتاجية: شكلت ما نسبته ١٩,٨٪ من مجموع المشاكل.

٠٣ التمويل: احتلت المرتبة الثالثة ونسبة ١٨,٣٪ من مجموع المصاعب التي تواجه هذا القطاع.

٠٤ ادارية: وشكلت ١٥٪ من مجموع المشاكل وتمثلت بعدم توفر الكادر الإداري المساعد وعدم الخبرة الإدارية.

٠٥ ارتفاع كلفة الانتاج.

ومن أهم المقترحات التي اقترحها العاملون في قطاع الصناعات التقليدية ما يلي:

- ٠١ إيجاد مؤسسة تسويقية متخصصة.
- ٠٢ جهة تتولى الاهتمام بالصناعات التقليدية.
- ٠٣ خفض الجمارك على المواد الأولية والآلات المستوردة.
- ٠٤ توفير التمويل منخفض الفائدة.
- ٠٥ تأسيس مراكز تدريب متخصصة.
- ٠٦ توفير الدعاية والاعلام.

الفصل الخامس

دور السياحة في الاقتصاد الأردني

يتطرق هذا الفصل إلى دور السياحة في الدخل القومي وميزان المدفوعات وحجم العمالة الكلية.

٥-١ السياحة والدخل القومي

تختلف مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي حسب التطورات الاقتصادية والأحداث المحيطة في المنطقة، وقد شهدت مساهمته في الناتج المحلي الاجمالي الأردني نمواً ملحوظاً بعد معاهدة السلام، وبلغ معدل مساهمتها ١١,٤٪ في الفترة ١٩٩١-١٩٩٥. ويشير ذلك إلى أهمية قطاع السياحة في الاقتصاد الأردني حيث يتبين أن هذه النسبة تفوق مساهمة كلاً من قطاع الزراعة والكهرباء والمياه والانشاءات والتجارة العامة خلال نفس الفترة.

وقد تزايدت القيمة المضافة في هذا القطاع من ٩٩ مليون ديناراً عام ١٩٩١ إلى ٢٤٧ مليوناً عام ١٩٩٥.

كما تتباين قيم المضاعف السياحي من بلد إلى آخر وذلك تبعاً لقوة الاقتصاد الوطني ومدى اعتماده على المستورد، ويمكن الاستدلال على صغر المضاعف

السياسي قياساً بارتفاع نسبة المستوردات لقطاع السياحة من اجمالي الدخل السياسي والتي تقدر بحوالي ٥٠٪.

الفصل السادس

الدور الاقليمي للسياحة الأردنية

تزايد الدور الاقليمي للسياحة بعد عملية السلام وتوقيع اتفاقيات سلام بين اسرائيل وبعض الدول العربية، وسوف يتطرق هذا الفصل إلى المقومات السياحية لبعض الدول المجاورة والروابط السياحية المشتركة لدول المنطقة والاتفاقيات السياحية المشتركة.

١-٦ المقومات السياحية لبعض الدول المجاورة

٠١ فلسطين واسرائيل

تتمتع فلسطين بمقومات طبيعية وتاريخية وثقافية وخاصة وجود الأماكن الدينية المقدسة لكل من المسلمين والمسيحيين والتي يؤمها السياح من مختلف مناطق العالم، بالإضافة إلى السياحة العلاجية والترفيهية وغيرها.

٠٢ مصر

تعد مصر من أكبر دول المنطقة وأهمها سياحياً حيث تضم العديد من المقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية والدينية تنتشر في أرجاء البلاد، كالأهرامات والمتحف الوطني وغيرها.

٢-٥ مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات

بلغت مساهمة السياحة في الصادرات الكلية من السلع والخدمات ١٣٦٪ خلال الفترة ١٩٩٠-١٩٩٤ ارتفعت إلى ١٤٢٪ عام ١٩٩٥، كما بلغت النسبة حوالي ٤٠٪ بالنسبة للصادرات السلعية عام ١٩٩٥.

٣-٥ ميزان السياحة

سجل ميزان السياحة أو الفرق بين الدخل السياسي والانفاق السياسي للأردنيين في الخارج، أرقاماً إيجابية خلال الفترة ١٩٩٠-١٩٩٤ بمعدل حوالي ١٠٠ مليون ديناراً أي بنسبة ٢٥٤٪ من الدخل السياسي. وفي عام ١٩٩٥ وصل صافي الدخل السياسي إلى ١٩٣٥ مليون ديناراً، وهذا يشير إلى زيادة الحركة السياحية إلى الأردن، إذ نما الدخل السياسي بنسبة ٢٠١٪ مقابل نمو في الانفاق السياسي قدر بحوالي ٧٪ فقط.

٤-٥ مساهمة السياحة في العمالة الكلية

يساهم قطاع السياحة بحوالي ١٪ من حجم القوى العاملة الكلية، وهي أقل نسبة مساهمة مقارنة مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى. ويعود تدني هذه النسبة إلى تشابك قطاع السياحة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، حيث احتسبت هذه النسبة للعاملين في الأنشطة السياحية بشكل مباشر.

تعد المقومات السياحية السورية امتداداً طبيعياً للمقومات السياحية في الدول العربية المجاورة، وتشتهر بالسياحة التاريخية والثقافية بالإضافة إلى السياحة الترفيهية والعلاجية.

يمتاز الأردن بمناخه المعتدل والمتنوع وموقعه في الاقليم السياحي الشرق أوسطي مما يجعله مؤهلاً للجذب السياحي. ويشتهر الأردن بالسياحة الشتوية للمناطق الدافئة فيه والسياحة العلاجية والتاريخية وزيارة الأماكن الأثرية الهامة كمدنية البتراء الأثرية والتي أصبحت شهرتها معروفة على المستوى العالمي، بالإضافة إلى السياحة الصحراوية والرياضية والترفيهية والدينية.

٦-٢ الروابط السياحية المشتركة

تبين من نتائج المسح الميداني لهذه الدراسة ان السياح الذين يأتون إلى المنطقة هدفهم الرئيسي زيارة المواقع الأثرية (حوالي ٣٢٪)، ثم زيارة المواقع الدينية (٢٥٪)، والمناظر الخلابة ٢٠٪، وكذلك السياحة العلاجية (١٥٪).

كما تبين من نتائج المسح ان ٦٣٪ من السياح الذين قدموا إلى الأردن في رحلة جماعية قد زاروا فلسطين، في حين لم تتجاوز نسبة الذين زاروا سوريا ٩٪ من السياح القادمين.

٦-٣ الاتفاقيات السياحية

من أجل تنشيط السياحة إلى الأردن وتنمية قطاع السياحة عملت الحكومة الأردنية على عقد العديد من الاتفاقيات مع بعض الدول العربية والأجنبية، ومن أهم هذه الدول اليمن، فرنسا، مصر، إيطاليا، تونس، اليونان، قبرص، سوريا واسرائيل.

ولعل أهم بنود هذه الاتفاقيات ما يلي:

- تنشيط الحركة السياحية من خلال التسويق المشترك واقامة المعارض.
- تبادل الخبرات.
- مشاريع سياحية مشتركة واعداد الدراسات.
- تشجيع الاستثمارات السياحية.
- تشجيع السياحة العلاجية.
- تبادل المعلومات والدراسات والأبحاث في مجال السياحة ومقوماتها.
- التدريب السياحي.
- الدعاية والاعلام السياحي.
- زيادة التعاون مع الهيئات والمؤسسات الدولية والاقليمية في مجال السياحة.

الفصل السابع

المشاكل والمقترحات

يعتمد هذا الفصل على نتائج المسح الميداني لهذه الدراسة بصورة رئيسية، وذلك من خلال تقييم الخدمات والبنية التحتية في المناطق السياحية من قبل السياح، واقتراحاتهم حول هذه الخدمات ومستوى أدائها وتوفرها.

٧-١ واقع الخدمات السياحية

اشتمل التقييم من قبل السياح على الطرق المؤدية إلى المواقع السياحية ووسائل النقل والمأكل والمنامة والمرافق الصحية والأدلاء السياحيين والنظافة العامة والخدمة الفندقية والمجتمع المحلي والمناخ وسائق الحافلة.

وقد أشار ما نسبته ٣٢٤٪ من السياح إلى ان هذه الخدمات ممتازة، في حين أوضح ٥٠٤٪ منهم إلى ان مستواها جيداً، فيما بين ١٤٥٪ بانها مقبولة، وأوضح ٢٧٪ ان هذه الخدمات سيئة.

وحصل المجتمع المحلي على أعلى تقييم، وهذا يعكس ميزة نسبية للسياحة الأردنية باعتبار المواطن الأردني مواطناً مضيفاً ويتعامل مع السياح بأساليب حضارية ومريحة.

في حين احتلت المرافق الصحية أدنى تقييم من قبل السياح، مما يستدعي توجيه الاهتمام إلى هذا النوع من الخدمات ورفع مستواها بشكل يتلائم وتطور الحركة السياحية.

اما تقييم السياح للأدلاء السياحيين فقد تراوح ما بين ممتازاً (٣٧٧٪) وسيئاً (٤٢٪). وقد تمثلت أهم أسباب التقييم الأخير (سيء) بعدم الالمام الكافي بلغة المجموعة السياحية، تلا ذلك التصرفات الأخرى، ومن ثم تصرفات مادية والمعرفة بتاريخ الأماكن السياحية، وغيرها.

٧-٢ الاقتراحات

تأتي اقتراحات السياح لمعالجة المشاكل التي يعاني منها قطاع السياحة منسجمة مع تقييمهم للخدمات والبنية التحتية السياحية، ومن أهمها ما يلي:

تحسين البنية التحتية: حيث أشار ما نسبته ٣٢٩٪ من السياح المغادرين إلى ضرورة الاهتمام بالبنية التحتية في المواقع السياحية.

أخرى: وتشمل ملاحظات السياح حول النظافة والتلوث البيئي والالتزام بالمواعيد والحفاظة على الأماكن الأثرية وصيانتها، فقد أشار حوالي ٢٧٥٪ منهم إلى الاهتمام بها وتحسينها.

تطوير وسائل الاعلام: اذ أشار ما نسبته ١٥٣٪ من السياح إلى ضرورة تطوير وتحديث وسائل الدعاية والاعلام السياحي.

الادارة والتنظيم: بين ما نسبته ٢٤٣٪ من السياح ضرورة تطوير الجانب الاداري والتنظيمي في العملية السياحية.

الفصل الثامن

مستقبل السياحة الأردنية

في ضوء المعطيات التي تم مناقشتها في الفصول السابقة، تبين ان الحركة السياحية في الأردن ستشهد مستقبلاً واعداً اذا ما استمرت الظروف والأوضاع السياسية والاقتصادية الحالية في تحسن مستمر، ويمكن ان يتعزز ذلك اذا ما تعمقت المسيرة السلمية ورفع الحصار عن العراق الشقيق.

٨-١ في جانب الطلب

تشهد المنطقة تحولات اقتصادية واجتماعية في الحركة السياحية مما يشير إلى نموها وتطورها في مختلف المجالات الاستثمارية. وفي ضوء الدراسات والأبحاث المتوافرة، وحسبما أظهرته نتائج المسح الميداني، فقد تم تقدير عدد السياح المتوقع قدومهم إلى الأردن بحوالي ١٥ مليون سائح عام ٢٠٠٠.

٨-٢ في جانب العرض

تظهر التقديرات نمواً متواصلاً في عدد الغرف الفندقية يتوقع ان يبلغ عددها ١٨ الف غرفة فندقية عام ٢٠٠٠، وان معظم هذه الاستثمارات الجديدة سوف تتركز في كل من عمان والبراء والبحر الميت بشكل رئيسي.

كما يتوقع زيادة في حجم القوى العاملة في قطاع السياحة ليصل عددها إلى ١٥ الف عامل عام ٢٠٠٠، وتشمل هذه التقديرات العاملين بشكل مباشر في القطاع. ومن المتوقع أيضاً أن تشهد الأنشطة السياحية المختلفة بما فيها الصناعات التقليدية السياحية نشاطاً ملحوظاً لمواكبة الزيادة المرتقبة لعدد السياح.

ومن المتوقع أن تؤدي زيادة الحركة السياحية والاستثمار السياحي إلى زيادة الضغط على قطاع المياه والاتصالات والخدمات الأخرى المساندة ومواجهة مشكلة التلوث البيئي. وهذا يتطلب تفعيل دور هذه الخدمات ورفع كفاءتها الانتاجية لمواجهة المنافسة في السياحة الاقليمية.

الفصل التاسع

توصيات الدراسة

التوصيات

بعد ان بينت هذه الدراسة الميدانية خصائص الحركة السياحية الحالية، ومقومات العرض السياحي الاساسي والثانوي، وواقع الصناعات التقليدية السياحية والدور الاقليمي للسياحة الاردنية، ودور القطاع في الاقتصاد الوطني، وما يعانيه من معوقات، مع القاء نظرة مستقبلية لهذا القطاع، اقترح فريق الدراسة بعض التوصيات العملية من اجل النهوض بهذا القطاع الحيوي الى الامام.

وتأتي هذه التوصيات استناداً الى نتائج الدراسة بصورة رئيسية والى رأي المختصين والدراسات السابقة وبالتشاور مع اللجنة الاستشارية للدراسة، وهي كما يلي:

١- في المجال الاداري والتنظيمي

١. تأسيس غرفة سياحة تشتمل على جميع الفعاليات السياحية الرئيسية والخدمات المساندة، من اجل التعاون والتنسيق بين هذه العناصر بهدف دعمها وتنشيطها وبالتالي تفعيل دور القطاع بشكل عام.

٢. انشاء دائرة او مؤسسة عامة شبه مستقلة للصناعات التقليدية السياحية تكون مرتبطة بوزير السياحة والآثار، تقوم هذه المؤسسة برعاية ودعم الحرفيين والمؤسسات الحرفية في جميع المجالات، وذلك اسوة ببعض الدول العربية كتونس والمغرب. وتأتي هذه الأهمية لكونها من أعلى الصناعات محصلة للقيمة المضافة سواء من حيث العمالة او المواد الخام او الآلات المستخدمة في الانتاج.

٣. تشكيل لجنة استشارية دائمة من الخبراء والمختصين في مجال السياحة من القطاعين العام والخاص لاية دراسة تجريبها وزارة السياحة والآثار، من اجل التنسيق وعدم الازدواجية والاستفادة قدر الامكان من نتائجها والعمل على تنفيذها، ومتابعتها.

٤. انشاء المعاهد والمؤسسات التدريبية بجميع التخصصات السياحية، ورفع مستوى اداء القوائم منها، مع التركيز على الاهتمام بالادارات العليا.

٥. منح وزارة السياحة صلاحيات أوسع ومرونة أكبر ومنع الازدواجية بين القوانين والأنظمة بينها وبين المؤسسات والجهات الأخرى.

٢- في المجال التسويقي

١. زيادة عدد النشرات السياحية المختصة بالمواقع السياحية وتوزيعها على مختلف الأنشطة السياحية في داخل المملكة وخارجها، بهدف زيادة التعريف بهذه المواقع والاقبال على زيارتها.

٢. زيادة حجم المبلغ المخصص للتسويق في ميزانية وزارة السياحة بشكل يتلائم مع زيادة حجم الحركة السياحية والدخل السياحي. وعلى الرغم من زيادة هذه

المخصصات في الفترة الاخيرة الا انها لا تتناسب مع الوضع الحالي لهذه الحركة ومقارنة مع الدول المجاورة.

٣. التنسيق والتعاون بين المؤسسات السياحية العامة والخاصة في المملكة وباقي الاجهزة في دول الاقليم من اجل وضع برامج موحدة ومتناسقة للسياحة الاقليمية.

٤. وضع برامج خاصة للسياحة الفردية والعائلية بهدف تشجيعها لزيارة المواقع السياحية وخاصة في فصل الصيف.

٥. تحسين مستوى اداء الادلاء السياحيين والاهتمام بالمهام باللغات الرئيسية وزيادة معرفتهم بتاريخ المواقع الاثرية والتاريخية.

٦. استخدام الأساليب الحديثة في العملية التسويقية كتلك المستعملة في الدول المتقدمة كالانترنت وغيرها.

٣- في مجال الخدمات والبنية التحتية

١. المحافظة على المواقع الاثرية الرئيسية واجراء صيانة مستمرة لها وتحسين الطرق والخدمات فيها، بالاضافة إلى وضع شبكة هاتف دولية على الطرق المؤدية اليها وانشاء المرافق الصحية وعمل بنوراما تحكي تاريخها.

٢. تحسين مستوى الاداء في الفنادق وخاصة فيما يتعلق بالاتصالات والمياه بشكل رئيسي.

٣. ايلاء بعض المناطق السياحية وخاصة الغير مستغلة جيداً، مزيداً من الاهتمام وتحسين الطرق اليها وتوفير التسهيلات والخدمات السياحية فيها، مثال ذلك حمامات عفرة وبربيطة ووادي رم ومنطقة ضانة وطبقة فحل... الخ.

٤- في مجال الاقتصاد الكلي

١- في مجال القوى العاملة

١. العمل على زيادة حجم القوى العاملة المحلية في الانشطة والمواقع السياحية والصناعات التقليدية من اجل زيادة القيمة المضافة في هذا القطاع الهام. ويأتي ذلك عن طريق توعية المواطنين حول طبيعة العمل في هذا القطاع ووضع البرامج والحاضرات في المدارس والاماكن العامة.

٢. زيادة مراكز التدريب والتعليم وخاصة في الصناعات التقليدية.

٢- في مجال الاستثمار

١. نظراً للقبال الشديد على فنادق الثلاثة نجوم، فان الدراسة توصي بزيادة حجم الاستثمار في هذا النوع من الفنادق واماكن الايواء المشابهة.

٢. انشاء سلسلة من الاستراحات والمتنزهات القومية مشتملة على بعض الشاليهات قليلة الكلفة على طول الطريق الصحراوي ما بين عمان والعقبة ووادي رم والبتراء.

٣. وسم الانشاءات الجديدة من فنادق ومطاعم واستراحات وغيرها بالطابع الشرقي والمحلي من حيث الرسومات والديكورات من أجل تشويق السائح وخاصة الغربي بهذه الأماكن المفقودة في بلده.

٤. انشاء استراحات مزودة بالخيم وبطريقة حديثة وامنة لاستخدامها من قبل السياح كمنامة وخاصة في المواقع السياحية والآثرية في الفصول الدافئة، مع المحافظة على البيئة في تلك المناطق.

٥. زيادة حجم الاستثمارات في مواقع السياحة العلاجية، وتقديم التسهيلات اللازمة من أجل تطويرها وتوفير المعدات والخبرات المتخصصة في هذا المجال.

٣- في مجال الدراسات

لعل من اهم الدراسات التي يحتاجها القطاع السياحي في هذه المرحلة ما يلي:

- أ- دراسة الاستثمارات في القطاع السياحي، من اجل الاطلاع على حجمها وخصائصها والقوى العاملة فيها ومشاكلها وغير ذلك فيما يتعلق بهذا المجال.
- ب- اجراء دراسة ميدانية مفصلة للسياحة الداخلية في المملكة.
- ج- اجراء دراسة جدوى اقتصادية وفنية لانشاء مركز للدراسات السياحية مشتملاً على جميع الانشطة السياحية.
- د- اجراء دراسة جدوى اقتصادية حول انشاء بنك سياحي متخصص.
- هـ- اجراء دراسة ميدانية للخصائص الاقتصادية والاجتماعية للسياح القادمين من اجل معرفة "السائح الذي نريد".

٥- أخرى

١. تكوين فرق فلكلورية لاقامة الحفلات الشرقية والوطنية في الأماكن الاثرية والمواقع السياحية الأخرى وفنادق الخمسة والأربعة نجوم.
٢. تنظيم برامج مستمرة لاقامة مهرجانات لسباق الخيول والجمال في المواقع السياحية الرئيسية أو بالقرب منها.
٣. عقد الندوات والمحاضرات بشكل منتظم ومستمر للمواطنين في المدن والقرى التي تحتوي على الأماكن السياحية كالعقبة ووادي رم والبتراء والبحر الميت والزارة ومأدبا وغيرها من المواقع السياحية والأثرية، من أجل توعية السكان المحليين بأهمية السياحة من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بصورة رئيسية.
٤. اشراك المجتمع المحلي في اتخاذ القرار المتعلق بتنمية المواقع السياحية في منطقته.
٥. عقد ندوة او ندوات لجميع الفعاليات الاقتصادية الوطنية، بهدف توضيح أثر قطاع السياحة في تنمية باقي القطاعات الانتاجية والخدمية، باعتباره مفتاح التنمية الاقتصادية كما يصفه بعض الخبراء السياحيين.