

الجمعية العلمية الملكية

مركز تكنولوجيا الحاسوب والتدريب

والدراسات الصناعية

قطاع السياحة في الأردن: واقع وتطلعات

"دراسة تحليلية ميدانية"

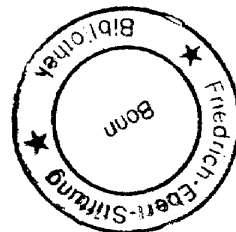
الجزء الأول

فوزي صادق العارضة

طلعت البدور

عبيد الروضان

محمد الخصاونة



اذا ١٩٩٧

C97-03218

تقديم

تأتي هذه الدراسة التي تصدر عن مركز تكنولوجيا الحاسوب والدراسات الصناعية في الجمعية العلمية الملكية، تمثيلاً مع سياسة الجمعية التي تهدف الى وضع خبرة باحثيها في خدمة القطاعين العام والخاص لدفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الى الامام. وقد اعدت هذه الدراسة بناء على مبادرة من الجمعية العلمية الملكية ممثلة برئيسها وتمويل مشترك من الجمعية ومؤسسة فريدريك ايبرت الالمانية، وذلك من اجل دراسة واقع القطاع السياحي ومستقبله في ظل التطورات السياسية الاخيرة ومعاهدة السلام. وتجسد هذه الدراسة روح التعاون بين مؤسسات القطاعين العام والخاص من جهة، وبين الجمعية العلمية الملكية من جهة اخرى. وهو تعاون نأمل ان يستمر لخدمة قضايانا من خلال التحليل الاقتصادي العلمي والموضوعي لها وتوفير البيانات والمعلومات الصحيحة عنها.

ومركز تكنولوجيا الحاسوب والتدريب والدراسات الصناعية اذ يقوم بخدمة متخذي القرارات والمهتمين بالشؤون الاقتصادية وجميع المؤسسات داخل الاردن وخارجه، ليرجو ان تكون هذه الدراسة اضافة جديدة الى سلسلة الابحاث والدراسات التي يصدرها حول الاقتصاد الاردني ومحاولة منه للمساهمة في مسيرة التنمية الاقتصادية والاجتماعية بشكل عام.

مدير مركز تكنولوجيا الحاسوب
والتدريب والدراسات الصناعية

د. صقر عبد الرحيم

رقم الايداع لدى المكتبة الوطنية
(١٩٩٧/٤/٤٦٦)

رقم التصنيف: ٩١٥٦٥٠٤

المؤلف ومن هو في حكمه: فوزي صادق العارضة، محمد الخصاونة،
عبيد الروضان، طلعت البدور

عنوان الكتاب: قطاع السياحة في الأردن: واقع وتطلعات: دراسة تحليلية
ميدانية ج ١، ج ٢

الموضوع الرئيسي: ١ - التاريخ والجغرافيا
٢ - السياحة - الأردن

رقم الايداع: (١٩٩٧/٤/٤٦٦)

بيانات النشر: عمان / الجمعية العلمية الملكية

★ - تم إعداد بيانات الفهرسة الأولية من قبل المكتبة الوطنية

كلمة شكر

يتقدم مركز تكنولوجيا الحاسوب والتدريب والدراسات الصناعية بالشكر والتقدير لجميع من ساهم في تقديم المعلومات والتسهيلات في القطاعين العام والخاص لفريق البحث. ويخص بالشكر جميع العاملين في مراكز الحدود والمطارات والمعابر من موظفي الداخلية ووزارة السياحة والشرطة السياحية، وكذلك وزارة النقل وخاصة مدير وموظفي ميناء العقبة ومدير وموظفي سلطة الطيران المدني والعاملين في مطاري الملكة علياء الدولي ومطار العقبة الدولي والعاملين فيه.

كما تستحق الشكر مؤسسة فريدريك ايرت لمساهمتها في تمويل الدراسة، ونخص بالشكر السيد مانفرد هاك لما قدمه من ملاحظات وأفكار قيمة حول الدراسة. والشكر كذلك لجميع الوزارات والمؤسسات والجمعيات التي تعاونت مع فريق البحث. كما ويستحق الزملاء والزميلات سهام المجالي وناديا حسن وعماد قتيص ومحمد العتيبي وأحمد الكرمي الشكر لما بذلوه من جهد في ادخال البيانات واستخراج الجداول الأولية من الحاسوب. والشكر الجزيل للزميل عبد السلام نعيمات لمساهمة في استخراج الجداول النهائية للدراسة، وللزميلة المهندسة لينا هوارى لقيامها باستخراج الرسومات البيانية.

جزيل الشكر والتقدير لرئيس وأعضاء اللجنة الاستشارية لمساهمتهم الفاعلة في وضع الخطوط العريضة للدراسة ومتابعة تطوراتها منذ البداية واخراجها بشكلها النهائي.

كما يتقدم فريق البحث بخالص الشكر لجميع من شاركوا في ورشة العمل التي أعدت لمناقشة الدراسة.

وتستحق الانسة مهى عبيدة الشكر والتقدير لما عانته في طباعة هذه الدراسة.

أعضاء اللجنة الاستشارية للدراسة

معالي الاستاذ غالب بركات	رئيساً	وزير السياحة والآثار الأسبق - عضو في أكاديمية نيويورك للعلوم
السيد فؤاد الافغاني	عضواً	رئيس جمعية متاجر التحف الشرقية
السيد ميشيل نزال	عضواً	رئيس جمعية الفنادق الأردنية
السيد فخري الطوال	عضواً	مدير جمعية الفنادق الأردنية
السيد نقولا سبانخ	عضواً	رئيس جمعية وكلاء السياحة والسفر سابقاً
		رئيس اتحاد منظمات وكالات السياحة العربية
السيد ابراهيم حامدة	عضواً	رئيس جمعية الأدلاء السياحيين
الاستاذ الدكتور نسيم برهم	عضواً	الجامعة الأردنية
الدكتور نزيه الدباس	عضواً	عضو المجلس الأعلى للسياحة ومدير فندق عالية
السيدة هالة لطوف	عضواً	وزارة السياحة والآثار
الانسة سبرين جنكات	عضواً	وزارة السياحة والآثار
السيد حيدر القسوس	عضواً	وزارة السياحة والآثار
السيد محمد هاني الصعوب	عضواً	وزارة الصناعة والتجارة
المهندسة جينا فراج	عضواً	وزارة الصناعة والتجارة
الانسة هناء العريدي	عضواً	وزارة التخطيط
المهندسة بنيتا سعد	عضواً	وزارة التخطيط
السيد علي الغزاوي	عضواً	المدير الإداري/الجمعية العلمية الملكية
فوزي العارضة	مقرر اللجنة	الجمعية العلمية الملكية

فريق البحث

فوزي صادق العارضة/مدير المشروع
طلعت البدور
محمد الخصاونة
عبيد الروضان

فريق المسح الميداني

مطار الملكة علياء

بتول محمد زكي الخصاونة
ميسون بسام أيوب قموة
تهاني محمود علي قداح
بنان نجيب محمد الوظائفى
ماجد رضوان أحمد العدوان
سهير حسين محمد البدرى
كفاية قاسم محمد درابسة
غدير محمد ربيع العساف
ميسون الحراسيس

الرمثا

عمر عبد العزيز مبارك الشقران
محمد نايل محمد ذيابات
زياد عبد الله عبد الكريم الصميعات

المعبر الشمالي

منى النعيمات
اسمهان النعيمات
ابراهيم قاسم محمد بنى ملحهم
أحمد محمد سليم وديان

المعبر الجنوبي، مطار العقبة، ميناء العقبة

رندة محمد يوسف عمر
خديجة موسى عيسى الفلاحات
سوزان سليمان محمد العمارين
نجاة عرفات هاشم حسن
سناء محمد حسن العسيلي
حنان فاضل خلف الكفارين

قائمة المحتويات

تقديم.....	أ.....
كلمة شكر.....	ب.....
قائمة المحتويات.....	و.....
قائمة الجداول.....	ك.....
قائمة الأشكال.....	م.....
المقدمة.....	١.....
الفصل الأول: منهجية الدراسة.....	٥.....
مقدمة.....	٦.....
١-١ أهداف الدراسة.....	٦.....
٢-١ أسلوب الدراسة.....	٧.....
٣-١ الإطار.....	٨.....
٤-١ شمولية الدراسة.....	٩.....
٥-١ طريقة جمع البيانات والمعالجة الإحصائية.....	١٠.....
الفصل الثاني: خصائص الطلب السياحي.....	١٣.....
مقدمة.....	١٤.....
١-٢ حركة السياح القادمين.....	١٥.....
١-١-٢ الحركة السياحية حسب الجنسية والجنس.....	١٥.....

٢-١-٢ الحركة السياحية حسب الجنسية ومراكز الحدود.....	١٨.....
٣-١-٢ الحركة السياحية حسب الجنسية والفئات العمرية.....	٢١.....
٤-١-٢ الحركة السياحية حسب الجنسية ونوع الرحلة.....	٢٣.....
٥-١-٢ الحركة السياحية حسب الهدف الرئيسي من الرحلة.....	٢٥.....
٦-١-٢ الاعلام السياحي.....	٣٠.....
٧-١-٢ الحركة السياحية حسب ملكية واسطة النقل.....	٣٢.....
٢-٢ حركة السياح المغادرين.....	٣٣.....
١-٢-٢ مدة اقامة السائح.....	٣٣.....
٢-٢-٢ مكان اقامة السائح.....	٣٨.....
٣-٢-٢ معدل انفاق السائح في الاردن.....	٣٩.....
٣-٢ خلاصة.....	٤٣.....
الفصل الثالث: مقومات العرض السياحي.....	٤٥.....
مقدمة.....	٤٦.....
١-٣ المقومات الاساسية.....	٤٦.....
١-١-٣ المقومات الطبيعية.....	٤٦.....
٢-١-٣ المقومات التاريخية والاثرية والدينية والحضارية.....	٥٠.....
٢-٣ المقومات الثانوية.....	٥٩.....
١-٢-٣ الفنادق.....	٥٩.....
٢-٢-٣ مكاتب السياحة والسفر.....	٦٦.....
٣-٢-٣ متاجر التحف الشرقية.....	٦٦.....
٤-٢-٣ مكاتب تأجير السيارات.....	٦٨.....
٥-٢-٣ الأدلاء السياحيين.....	٦٨.....
٦-٢-٣ رواحل البتراء وسومعة.....	٦٩.....
٧-٢-٣ شركات النقل السياحي.....	٦٩.....
٨-٢-٣ النقل الجوي.....	٧٠.....
٩-٢-٣ العاملون في القطاع السياحي.....	٧٠.....
١٠-٢-٣ التدريب.....	٧٢.....

١٢٢	١-٢-٥ دور السياحة في الصادرات الكلية من السلع والخدمات.....
١٢٢	٢-٢-٥ دور السياحة في الصادرات السلعية.....
١٢٣	٣-٥ ميزان السياحة.....
١٢٦	٤-٥ مساهمة السياحة في العمالة الكلية.....
١٢٨	٥-٥ خلاصة.....

الفصل السادس: الدور الاقليمي للسياحة الاردنية.....١٢٩

١٣٠	مقدمة.....
١٣١	١-٦ المقومات السياحية لبعض دول الشرق الاوسط.....
١٣١	١. فلسطين واسرائيل.....
١٣١	٢. مصر.....
١٣١	٣. سوريا.....
١٣٢	٤. الاردن.....
١٣٢	٢-٦ الروابط السياحية المشتركة.....
١٣٢	١-٢-٦ الحركة السياحية.....
١٣٤	٢-٢-٦ أماكن الجذب السياحي.....
١٣٧	٣-٦ الاتفاقيات السياحية.....
١٤١	٤-٦ خلاصة.....

الفصل السابع: المشاكل والمقترحات.....١٤٣

١٤٤	المقدمة.....
١٤٤	١-٧ واقع الخدمات السياحية.....
١٤٤	١-١-٧ الخدمات السياحية.....
١٤٨	٢-١-٧ تقييم الأدلاء السياحيين من قبل السياح.....
١٥١	٣-١-٧ ملاحظات فريق العمل الميداني.....
١٥٢	٤-١-٧ دراسات أخرى.....
١٥٢	٢-٧ الاقتراحات.....

٧٥	٣-٣ مؤسسة القطاع.....
٧٥	١-٣-٣ وزارة السياحة والآثار.....
٧٧	٢-٣-٣ المؤسسات العامة ذات العلاقة.....
٧٨	٣-٣-٣ مؤسسات القطاع الخاص.....
٧٩	٤-٣ خلاصة.....

الفصل الرابع: واقع الصناعات التقليدية السياحيه في الأردن.....٨١

٨٢	مقدمة.....
٨٢	١-٤ الصناعات التقليدية حسب العدد والنوع والحفاظة.....
٨٥	٢-٤ القرى العاملة في الصناعات التقليدية.....
٨٩	٣-٤ الصناعات التقليدية حسب النوع والكيان القانوني حسب الترخيص.....
٩٢	٤-٤ الصناعات التقليدية حسب مصادر المواد الأولية والآلات.....
٩٤	٥-٤ تسويق الصناعات التقليدية.....
٩٧	٦-٤ الصناعات التقليدية حسب النوع ومعدل الدخل الشهري.....
٩٩	٧-٤ إتفاق السياح المغادرين على الصناعات التقليدية.....
١٠٤	٨-٤ تقييم السياح المغادرين للصناعات التقليديه.....
١٠٦	٩-٤ مشاكل واقتراحات.....
١١٢	١٠-٤ خلاصة.....

الفصل الخامس: دور السياحة في الاقتصاد الأردني.....١١٥

١١٦	مقدمة.....
١١٦	١-٥ السياحة والدخل القومي.....
١١٧	١-١-٥ المساهمة الكلية.....
١١٨	٢-١-٥ المقارنة القطاعية.....
١٢٠	٣-١-٥ القيمة المضافة.....
١٢١	٤-١-٥ مضاعف السياحة.....
١٢١	٢-٥ مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات.....

قائمة الجداول

١-١	حجم العينة الاحصائية	٩
١-٢	السياح القادمين حسب الجنسية والجنس ١٩٩٦، حسب العينة	١٦
٢-٢	توزيع السياح القادمين حسب الجنسية ومركز الحدود ١٩٩٦، حسب العينة	١٩
٣-٢	السياح القادمين حسب الجنسية والفئات العمرية ١٩٩٦، حسب العينة	٢٢
٤-٢	توزيع السياح القادمين حسب الجنسية ونوع الرحلة ١٩٩٦، حسب العينة	٢٣
٥-٢	توزيع السياح القادمين حسب الجنسية والهدف الرئيسي من الرحلة ١٩٩٦، حسب العينة ..	٢٦
٦-٢	توزيع السياح القادمين حسب الفئات العمرية والهدف الرئيسي من الرحلة ١٩٩٦، حسب العينة	٢٩
٧-٢	توزيع السياح القادمين حسب الجنسية ووسيلة الاعلام ١٩٩٦، حسب العينة	٣١
٨-٢	توزيع السياح القادمين حسب الجنسية ووسائل النقل ١٩٩٦، حسب العينة	٣٢
٩-٢	مدة اقامة السياح المغادرين الى الاردن حسب الجنسية ١٩٩٦، حسب العينة	٣٥
١٠-٢	مدة الاقامة حسب مكان الاقامة والجنسية ١٩٩٦، حسب العينة	٣٩
١١-٢	معدل اتفاق السياح على بنود الاتفاق الرئيسية حسب الجنسية ١٩٩٦، حسب العينة	٤١
١-٣	التوزيع التكراري للسياح المغادرين حسب المواقع التي زاروها والجنسية ١٩٩٦، حسب العينة	٥٧
٢-٣	توزيع الفنادق المصنفة في المملكة حسب المواقع لغاية شهر ايلول لعام ١٩٩٦	٦٠
٣-٣	نسبة اشغال الفنادق للسنوات ١٩٩٠-١٩٩٥	٦٢
٤-٣	التوزيع النسيبي لمستوى الخدمات الفندقية حسب نوع الخدمة ومستوى الاداء ١٩٩٦، حسب العينة	٦٤
٥-٣	المقومات الثانوية لقطاع السياح ١٩٩٠-١٩٩٦	٦٧
٦-٣	العاملون في الانشطة السياحية ١٩٩٠-١٩٩٦	٧٢
١-٤	التوزيع التكراري للصناعات التقليدية حسب النوع والمحافظة لعام ١٩٩٥، حسب العينة ...	٨٤
٢-٤	توزيع العاملين في الصناعات التقليدية حسب نوع الصناعة والجنسية والجنس ١٩٩٥، حسب العينة	٨٦
٢-٤	توزيع العاملين في الصناعات التقليدية حسب نوع الصناعة والمستوى التعليمي والجنس لعام ١٩٩٥، حسب العينة	٨٨
٣-٤	توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع والكيان القانوني لعام ١٩٩٥، حسب العينة	٩٠
٤-٤	توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع ومصادر المواد الاولية والالات المستعملة لعام ١٩٩٥، حسب العينة	٩٣

١٥٣	١-٢-٧ الاقتراحات حسب الجنسية
١٥٥	٣-٧ خلاصة
١٥٧	الفصل الثامن: مستقبل السياحة الأردنية
١٥٨	مقدمة
١٥٨	١-٨ في جانب الطلب
١٦٠	٢-٨ في جانب العرض
١٦٣	٣-٨ خلاصة
١٦٥	الفصل التاسع: نتائج وتوصيات
١٦٦	١-٩ النتائج
١٦٦	١-١-٩ خصائص الحركة السياحية
١٦٨	٢-١-٩ مقومات السياحة الاردنية
١٦٩	٣-١-٩ واقع الصناعات التقليدية السياحية حسب العينة
١٦٩	٤-١-٩ اقتصاديات السياحة
١٧٠	٥-١-٩ الدور الاقليمي للسياحة الاردنية
١٧١	٦-١-٩ معوقات الحركة السياحية
١٧١	٧-١-٩ مستقبل السياحة الاردنية
١٧٣	٢-٩ التوصيات
١٧٣	١-٢-٩ في المجال الاداري والتنظيمي
١٧٤	٢-٢-٩ في المجال التسويقي
١٧٥	٣-٢-٩ في مجال الخدمات والبنية التحتية
١٧٦	٤-٢-٩ في مجال الاقتصاد الكلي
١٧٩	٥-٢-٩ أخرى
١٨٠	المراجع

قائمة الأشكال

رقم الشكل	رقم الصفحة
١-٢	توزيع السياح القادمين حسب الجنسية، ١٩٩٦، حسب العينة ١٧
٢-٢	توزيع السياح القادمين حسب مراكز العبور الرئيسية، ١٩٩٦، حسب العينة ٢٠
٣-٢	توزيع السياح القادمين حسب نوع الرحلة، ١٩٩٦، حسب العينة ٢٤
٤-٢	توزيع السياح القادمين حسب الهدف الرئيسي من الرحلة، ١٩٩٦، حسب العينة ... ٢٧
٥-٢	توزيع السياح المغادرين من الاردن حسب مدة الإقامة، ١٩٩٦، حسب العينة ٣٦
٦-٢	مدة الإقامة حسب مكان الإقامة، ١٩٩٦، حسب العينة ٤٠
٧-٢	نسبة اتفاق السياح على بنود الاتفاق الرئيسية، ١٩٩٦، حسب العينة ٤٢
١-٤	توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع، ١٩٩٥، حسب العينة ٩١
٢-٤	توزيع السياح المغادرين الذين اتفقوا على الصناعات التقليدية حسب الجنسية ١٩٩٥، حسب العينة ١٠١
٣-٤	المشاكل التي تواجه أصحاب الصناعات التقليدية، ١٩٩٥، حسب العينة ١٠٨
١-٥	ميزان السياحة الاردني خلال الفترة (١٩٩٠-١٩٩٤) ١٢٥
١-٦	توزيع السياح المغادرين حسب المواقع التي زاروها في دول المنطقة، ١٩٩٦، حسب العينة ١٣٦
١-٧	تقييم السياح المغادرين لمستوى الخدمات في المناطق السياحية، ١٩٩٦، حسب العينة ١٤٧
٢-٧	معاملة الادلاء السياحيين بالنسبة للسياح المغادرين، ١٩٩٦، حسب العينة ١٥٠

٥-٤	توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع ومكان التسوق والبلدان التي تصدر اليها لعام ١٩٩٥، حسب العينة ٩٦
٦-٤	توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع ومعدل الدخل الشهري (بالدينار) لعام ١٩٩٥، حسب العينة ٩٨
٧-٤	توزيع السياح المغادرين الذين اتفقوا على الصناعات التقليدية حسب الجنسية وفئات الانفاق لعام ١٩٩٦، حسب العينة ١٠٠
٨-٤	التوزيع التكراري للسياح المغادرين الذين اتفقوا على الصناعات التقليدية حسب نوع الصناعة والجنسية ١٩٩٦، حسب العينة ١٠٢
٩-٤	التوزيع التكراري للسياح المغادرين الذين لم يشتروا من الصناعات التقليدية حسب سبب عدم الشراء والجنسية ١٩٩٦، حسب العينة ١٠٣
١٠-٤	التوزيع النسبي لتقييم السياح للمغادرين للصناعات التقليدية حسب النوع والجودة والسعر ١٩٩٦، حسب العينة ١٠٥
١١-٤	المجموع التكراري للمشاكل التي تواجه اصحاب الصناعات التقليدية ١٩٩٥، حسب العينة ١٠٧
١٢-٤	اهم مقترحات اصحاب الصناعات التقليدية ١٩٩٥، حسب العينة ١١٠
١٣-٤	مقارنة الاهمية النسبية للمقترحات حسب الرتبة مع دراسة صندوق الملكة علياء ١١١
١-٥	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي بسعر الكلفة حسب القطاعات الرئيسية للسنوات (١٩٩٥-١٩٩١) ١١٩
٢-٥	دور السياحة في ميزان المدفوعات الاردني من خلال مساهمتها في الصادرات للسنوات ١٩٩٠-١٩٩٤ ١٢٣
٣-٥	ميزان السياحة الاردني خلال الفترة ١٩٩٠-١٩٩٤ ١٢٤
٤-٥	مساهمة السياحة في حجم العمالة الكلية حسب النشاط الاقتصادي لعام ١٩٩٥ ١٢٧
١-٦	المؤشرات السياحية لبعض بلدان الشرق الاوسط لعام ١٩٩٤ ١٣٤
٢-٦	الاماكن التي زارها السياح المغادرين في الدول المجاورة للاردن حسب الموقع ١٩٩٦، حسب العينة ١٣٥
٣-٦	اهم بنود الاتفاقيات التي عقدها الاردن مع بعض الدول خلال الفترة ١٩٨٦-١٩٩٥ ١٣٨
١-٧	تقييم السياح المغادرين لمستوى الخدمات في المناطق السياحية ١٩٩٦، حسب العينة ١٤٦
٢-٧	معاملة الادلاء السياحيين بالنسبة للسياح المغادرين ١٩٩٦، حسب العينة ١٤٩
٣-٧	اقتراحات السياح المغادرين لتحسين السياحة في الاردن لعام ١٩٩٦، حسب العينة ١٥٤
١-٨	تقديرات عدد السياح القادمين الى الاردن حتى عام ٢٠٠٠ ١٦٠

المقدمة

تعتبر السياحة ظاهرة اقتصادية واجتماعية لها ارتباطات مع الأنشطة الاقتصادية كالصناعة والتجارة والنقل والزراعة وباقي مكونات الدخل القومي وميزان المدفوعات. ومن ناحية أخرى فهي تلعب دوراً هاماً وحساساً في التعارف بين الشعوب وعاداتهم وبالتالي زيادة الترابط معهم.

ولعل أهم ما تتميز به السياحة كونها مصدراً سياحياً واقتصادياً لا ينضب، حيث من الصعب تجاهل الآثار والأماكن الدينية وحركة الشعوب. كما أنها مصدر للعملة الصعبة مما يدعم ميزان المدفوعات وزيادة الدخل القومي إضافة إلى دورها في زيادة الاستخدام. كما تأتي أهمية هذا القطاع في التنمية الاقتصادية الشاملة من خلال مضاعف السياحة، واتساع حجم السوق المحلي وتفعيل الأنشطة والقطاعات الاقتصادية والخدمات الأخرى، كما ويعمل على تشجيع الصناعات اليدوية التقليدية والحرفية. هذا بالإضافة إلى دورها في التنمية الإقليمية داخل القطر الواحد، وضمن الدول المتجاورة التي تشكل إقليمياً سياحياً واحداً.

هذا ويعرف السائح بأنه "الشخص الذي يغير مكان أقامته الدائمة إلى مكان آخر سواء في داخل بلده أو خارجها على أن لا تقل الفترة عن ليلة واحدة ولا تزيد عن عام، ولا يكون الهدف من السفر العمل أو العبور إلى دولة أخرى".

وفي الأردن تلعب السياحة دوراً بارزاً من حيث مساهمتها في الدخل القومي وميزان المدفوعات، إذ وصلت هذه المساهمة ١٢٧٪ من الدخل القومي عام ١٩٩٥.

حيث قدر الدخل السياحي بحوالي (٤٨٨) مليون دينار للعام ١٩٩٥، أي ما نسبته ٤٨٨٪ من قيمة الصادرات الوطنية.

وبهذا الصدد، يذكر بعض خبراء السياحة أن الدول التي يزيد معدل مساهمة السياحة فيها عن ٥٪ من دخلها القومي أو ١٠٪ من الصادرات المحلية المنظورة تعتبر من الدول السياحية^١.

وتتضمن هذه الدراسة تسعة فصول رئيسية، يحتوي الأول منها على منهجية الدراسة من حيث أهدافها وأسلوبها وعينة الدراسة وشموليتها وطريقة جمع البيانات والمعالجة الإحصائية.

ويتعرض الثاني منها إلى الطلب السياحي في الأردن من خلال تحليل العينة الإحصائية، من حيث السياح القادمين والمغادرين حسب جنسياتهم وفئاتهم العمرية والهدف من الزيارة ومعدل الإقامة ومكان الإقامة، بالإضافة إلى معدل إنفاقهم وحسب البنود الرئيسية للأنفاق السياحي.

ويعالج الفصل الثالث العرض السياحي، من حيث المقومات الأساسية، التاريخية والأثرية والدينية والحضارية، وكذلك دراسة المقومات الثانوية، من فنادق ووكالات سياحة وسفر والنقل السياحي والتحف الشرقية والإدلاء السياحيين والتدريب والقوى العاملة والإدارة السياحية في هذه الأنشطة، وغيرها من الخدمات المساندة.

ويناقش الفصل الرابع الصناعات التقليدية من حيث النوع والعدد والموقع، وعدد العاملين فيها والصادرات والمستوردات وحجم الاستثمار فيها ونوع ملكيتها ومصادر تمويلها وما تعانيه من مشاكل واقتراحات لحلها، ومستوى جودتها حسب رأي السياح فيها.

ويأتي الفصل الخامس لتحديد دور هذا القطاع في الاقتصاد الوطني من خلال مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات والقوى العاملة.

ويبحث الفصل السادس في الدور الإقليمي للسياحة الأردنية متطرقاً إلى الاتفاقيات مع دول العالم الأخرى والتكامل السياحي الإقليمي وأثر معاهدة السلام على البعد الإقليمي بشكل عام، بالإضافة إلى شمولية الرحلات السياحية إلى دول الإقليم.

ويخلص الفصل السابع إلى ما يعانيه هذا القطاع من مشاكل ومعوقات، واقتراحات لمعالجتها وتحسين السياحة في البلد.

ويتطرق الفصل الثامن إلى مستقبل السياحة الأردنية في ظل المتغيرات والتطورات الحالية.

ثم يأتي الفصل التاسع والأخير إلى وضع بعض النتائج والتوصيات العملية والمعتمدة على الدراسة الميدانية وبعض الدراسات المنشورة وآراء العاملين والخبراء في هذا المضمار.

¹ John Bryden and Mike Faber, Multiplier in the Tourist Multiplier, Social and Economic Studies, Vol. 20, No. 1, March 1971.

وتسهيلاً للباحث والقارئ والمسؤول، ستصدر هذه الدراسة في جزئين
يشتمل الأول منها على مضمونها بينما يحتوي الثاني على ملاحقها، بالإضافة إلى
كتيب يتضمن ملخصاً لفصولها.

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

الفصل الأول

منهجية الدراسة

مقدمة

يتضمن هذا الفصل الأهداف الرئيسية للدراسة والأسلوب الذي اتبع في أجزائها من حيث العمل الميداني والعمل المكتبي وحجم العينة وإطارها وشمولية الدراسة والطرق التي تم بها جمع البيانات والمعالجة الإحصائية لها.

١-١ أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى التعرف على الطلب الحقيقي للسياحة في الأردن، وذلك من خلال معرفة الأهداف الرئيسية للقادمين وانطباعات المغادرين ومدة إقامتهم، وبالتالي فهي محاولة لتحسين مستوى الأداء للمواقع وللأنشطة السياحية في البلد بشكل عام. وسيتم ذلك من خلال الأهداف الرئيسية التالية:

١. معرفة خصائص الحركة السياحية الحقيقية في الأردن.
٢. تحديد حجم القوى العاملة في القطاع.
٣. دراسة الأماكن السياحية وتحديد مواقعها، والإطلاع على المقومات السياحية الثانوية لهذا القطاع.
٤. تحديد حجم الصناعات التقليدية ودورها في تنمية هذا القطاع والتنمية الاقتصادية بشكل عام.
٥. مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الأردني.
٦. الدور الإقليمي للسياحة الأردنية.
٧. دراسة مستوى أداء الخدمات والبنية التحتية السياحية.
٨. وضع تصورات حول مستقبل السياحة الأردنية.
٩. وضع بعض التوصيات العملية للنهوض بالقطاع السياحي.

٢-١ أسلوب الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة من أجل تحقيق أهدافها على الأسلوبين المكتبي والميداني، حيث قام فريق العمل على جمع المعلومات والدراسات والأبحاث والمنشورات حول السياحة في الأردن ودول المنطقة من عدة جهات رسمية وغير رسمية ومؤسسات دولية. كما تم تشكيل لجنة استشارية من خبراء السياحة من القطاعين العام والخاص للمناقشة والتوجيه بما يتعلق بهذه الدراسة منذ البداية وفي جميع مراحلها ومواضيعها.

وفي مجال العمل الميداني، فقد تم تصميم ثلاثة استبانات^٢ من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وجهت الأولى للسياح القادمين والثانية للسياح المغادرين، وباللغتين العربية والإنجليزية، وخصصت الاستبانة الثانية للصناعات اليدوية التقليدية. وقد تم الاستعانة بـ (٢٢) باحثاً وباحثة من أجل إجراء هذه المسوحات.

وقد اشتملت هذه الاستبانات، على مجموعة من الأسئلة حول الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للسياح، والسبب الرئيسي للزيارة وتقييمهم لمستوى أداء الخدمات والبنية التحتية السياحية، بالإضافة إلى مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالصناعات التقليدية من حيث مصادر التمويل والمواد الأولية وأسلوب التسويق المتبع، وغيرها من الأسئلة ذات العلاقة.

^٢ الملحق (١-١) و (٢-١) و (٣-١).

٣-١ الإطار

أ- الصناعات التقليدية

أن إطاراً كاملاً لهذا النوع من الصناعات لم يكن متوفراً في أية مصدر سواء رسمي أو خاص. وإنما توفر في بعض المؤسسات المختصة أسماء عاملين وعاملات في هذه المهن وأرقام هواتف فقط. وقد تم تحديد المكان باستخدام هذه المعلومات لتحديد إطار العينة. وفي ضوء الاتصالات الهاتفية تم ومن ثم زيارتهم في مواقعهم، من أجل تعبئة الاستبانة الخاصة بهم.

ولعل من أهم المصادر التي ساهمت في وضع هذا الإطار، ما يلي:

١. مركز تنمية الحرف الأردنية "الأيدي".

٢. نادي صاحبات الأعمال.

٣. اتحاد الجمعيات الخيرية.

٤. صندوق الملكة علياء.

٥. مؤسسة نور الحسين.

٦. صندوق التنمية والتشغيل.

٧. غرفة صناعة عمان.

٨. جمعية متاجر التحف الشرقية.

٩. الأفراد العاملين في المهنة.

١٠. بعض معارض التحف الشرقية.

١١. بعض الدكاكين.

١٢. جامعي البيانات من الجمعية العلمية الملكية.

١٣. أخرى.

ب- السياح القادمين والمغادرين (حجم العينة)

لقد بلغ حجم العينة الاحصائية حوالي ٩١٧٢ سائحاً أي حوالي ١٪ من حجم الحركة السياحية الاردنية المقدرة خلال عام ١٩٩٥. وقد وزعت هذه العينة على القادمين والمغادرين حسب فترات المسح كما هو مبين في الجدول رقم (١-١).

جدول رقم (١-١): حجم العينة الاحصائية

المغادرون	القادمون	فترات المسح
١٥٣٦	٢١٧٧	الفترة الاولى ٩٦/١/٢٠-٩٥/١٢/٢٠
١٩٢٥	١٣٣٤	الفترة الثانية ٩٦/٤/١٦-٩٦/٣/١٦
١٠٩٨	١١٠٢	الفترة الثالثة ٩٦/٧/٣٠-٩٦/٦/٣٠
٤٥٥٩	٤٦١٣	المجموع

٤-١ شمولية الدراسة

لقد شملت الدراسة جميع مراكز الحدود في المملكة باستثناء مركز حدود الكرامة (الرويشد)، إذ وبعد الاستفسار عن طبيعة القادمين والمغادرين من هذا المركز، تبين أن الهدف الرئيسي لمعظم القادمين هي للعمل في الأردن أو المرور للعمل في دول العالم الأخرى، أو حضور مؤتمرات سواء في الداخل أو في الخارج. أما الهدف الرئيسي لمعظم المغادرين إلى العراق فهو زيارة الأهل والأقارب بالنسبة للعراقيين، وذلك نظراً لطبيعة الظروف الصعبة التي يعيشها العراق الشقيق في هذه المرحلة، أو لعمل رسمي بالنسبة للوفود العربية والأجنبية.

وبعد الانتهاء من المسح الميداني تم تدقيق الاستبانات وترميزها، ومن ثم تم ادخال البيانات إلى الحاسوب الآلي من أجل استخراج الجداول النهائية اللازمة للتحليل الاقتصادي والسياحي ووضع النتائج والتوصيات.

ويذكر هنا ان جميع الجداول الواردة في هذه الدراسة هي نتيجة المسح الميداني الا اذا ذكر غير ذلك.

وبالنسبة لمركزي حدود الدرة والمدورة، فقد تمت زيارة هذين الموقعين من قبل مشرفي الدراسة وأجريت مع المسؤولين هناك استفسارات حول طبيعة القادمين والمغادرين، حيث تبين بأن معظمهم من العمال وخاصة المصريين بالنسبة لمركز الدرة، ومن الحجاج والمعتمرين بالنسبة للمدورة.

أما باقي المراكز والمعابر الحدودية فقد تم تعيين فرق ميدانية فيها لتعبئة الاستبانات الخاصة بالدراسة خلال فترات المسح الميداني الثلاث.

١-٥ طريقة جمع البيانات والمعالجة الإحصائية

تم تعبئة استبانات السياح القادمين والمغادرين عن طريق المقابلة الشخصية على مراكز الحدود في المملكة.

واعتمدت آلية العمل في تعبئتها أسلوبين، الأول أن يقوم الباحث بهذا العمل بنفسه، والثاني يقوم السائح نفسه بتعبئتها أمام الباحث بعد أن يكون قد شرح له أهداف الدراسة والبنود الموجودة في الاستبانة وتوضيح أي استفسار.

أما الصناعات اليدوية فقد تم إجراء زيارات ميدانية لأماكن تواجد الحرفيين سواء في محلاتهم أو في بيوتهم، وقد تم تعبئة معظم الاستبانات من قبل الباحثات أثناء المقابلات الشخصية. هذا، وقد استعمل الفاكس والتلفون في بعض الحالات الضرورية.

الفصل الثاني

خصائص الطلب السياحي

مقدمة

يتأثر الطلب السياحي شأنه كباقي القطاعات بعدة عوامل اقتصادية واجتماعية. الا ان لهذا القطاع خصوصيته في كثير من المجالات، حيث يعتبر من اسرع القطاعات نمواً في عالم الاقتصاد^١. يضاف إلى ذلك ان للسياحة حساسية خاصة للاحداث السياسية والاستقرار الأمني. ولعل أهم العوامل التي تؤثر على الطلب السياحي ما يلي:

١. الدخل المحلي الحقيقي ومعدل دخل الفرد، إذ أن الطلب يتميز بمرونة عالية للدخل، فعندما يكون الدخل الفردي عالياً تكون احتمالية السفر مرتفعة أيضاً.

٢. وقت الفراغ والاجازة مدفوعة الراتب، بلا شك ان هذا العامل يعتبر من أهم الحوافز لزيادة الطلب السياحي، حيث يعتبره بعض الخبراء العامل الرئيسي الأول للطلب السياحي.

٣. مستوى الأسعار وكلفة النقل، يرتبط هذا العامل بعلاقة عكسية مع الطلب السياحي، وخاصة أجور الطيران، مقارنة مع باقي أسباب السفر الأخرى كالعلاج والعمل والدراسة، حيث لا تزال السياحة تعتبر سلعة ثانوية.

٤. عوامل أخرى، وتشمل قوانين السفر والحياة الاجتماعية، المستوى التعليمي، توفر المعلومات، وغيرها من العوامل والتسهيلات في البلد المقصود وبلد السائح.

هذا، وسيتم في هذا الفصل مناقشة خصائص الطلب السياحي في الأردن من خلال التطرق إلى العناصر الرئيسية التالية: الجنسية، الجنس، الفئات العمرية، السبب الرئيسي من الزيارة، نوع الرحلة، مكان الايواء، وسيلة التعرف على الأردن، ووسيلة النقل المستخدمة، ومعدل انفاق السائح ومدة الإقامة.

ومن أجل تحري الدقة في التعرف على خصائص الطلب السياحي الأردني ستتم عملية التحليل من خلال جزئين، يتضمن الجزء الأول السياح القادمين بينما يشتمل الثاني على السياح المغادرين.

٢-١ حركة السياح القادمين

سيتناول هذا الجزء خصائص الطلب السياحي من خلال السياح القادمين، وحسب الجنسية والجنس ومراكز الحدود والفئات العمرية ونوع الرحلة وهدفها، في مراحل المسح الميداني الثلاث.

٢-١-١ الحركة السياحية حسب الجنسية والجنس

بلغ عدد السياح القادمين والذين شملتهم العينة الاحصائية (٤٦١٣) سائحاً من جميع الجنسيات [٢١٧٧] في الفترة الأولى و (١٣٣٤) في الثانية و (١١٠٢) في الثالثة، منهم حوالي ٥١٦٪ ذكوراً. وقد فاقت الجنسيات الأوروبية (٣٧٧٪) غيرها من القادمين إلى الأردن، تلتها من حيث الأهمية النسبية الجنسيات العربية حوالي (١٩٪)، ثم الاسرائيلية (١٨٣٪)، ثم الأمريكية حوالي (١٦٦٪)، ومن جنسيات أخرى (٤٨٤٪) والباقي من جنسيات أسيوية غير عربية. جدول رقم (٢-١).

^١ Gerard Colley, International Tourism Today, Lloyds Bank Review, July 1967. No. 85, P. 29.

وبهذا يمكن القول أن خصائص الحركة السياحية إلى الأردن في هذه الفترة قد شهدت بعض التغيير، إذ وبعد توقيع اتفاقية السلام مع إسرائيل، تدفق السياح الاسرائيليين ولأول مرة إلى الأردن وخاصة في الفترة الأولى، كما وتزايدت الحركة السياحية الأوروبية.

ويذكر هنا ان معظم القادمين من الجنسيات الأوروبية والأمريكية والأخرى قد قدموا من إسرائيل عن طريق المعبرين الجنوبي (وادي عربة) والشامي (جسر الشيخ حسين)، كما سيرد ذلك خلال التحليل، وهذا يتطلب متابعة تطور الحركة في هذين المعبرين.

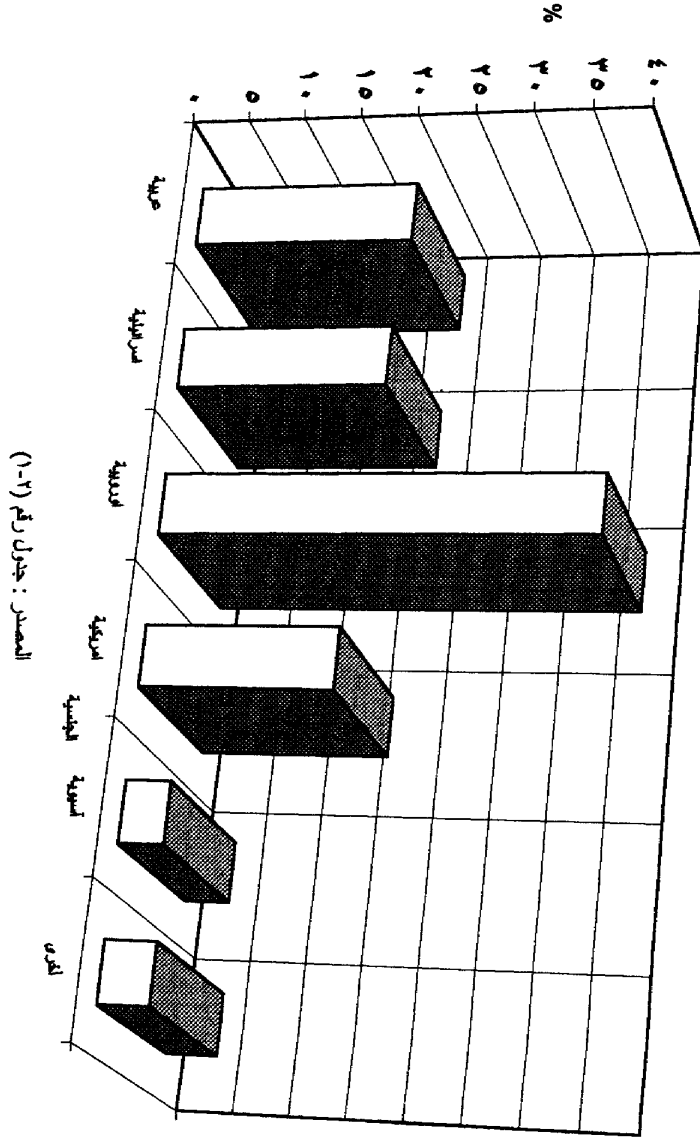
جدول رقم (١-٢): عدد السياح القادمين حسب الجنسية* والجنس

الجنسية	الجنس		مجموع	%
	ذكور	اناث		
عربية	٥٦٩	٣١١	٨٨٠	١٩,١٨
اسرائيلية	٤٠٩	٤٣٥	٨٤٤	١٨,٣
اوروبية	٨٤١	٩٠٠	١٧٤١	٣٧,٧
امريكية	٣٦٦	٣٩٨	٧٦٤	١٦,٦٦
آسيوية	١٠٥	٧٥	١٨٠	٣,٩
أخرى	٨٨	١١٦	٢٠٤	٤,٤
المجموع	٢٣٧٨	٢٢٣٥	٤٦١٣	
%	٥١,٥	٤٨,٥		١٠٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

* لمزيد من التفصيل حول الجنسيات الأصلية يلاحظ الملحق رقم (٢-٣).

شكل رقم (١-٢): توزيع السياح القادمين حسب الجنسية حسب العينة الاحصائية



المصدر: جدول رقم (١-٢)

وهذا يعطي دليلاً آخرًا على مدى تغير الصورة للحركة السياحية الأردنية، حيث كان مطار الملكة علياء ومركز حدود الرمثا بالإضافة لمركزي حدود العمري والرويشد، المعابر الرئيسية لهذه الحركة قبل عملية السلام.

جدول رقم (٢-٢): توزيع السياح القادمين حسب الجنسية ومركز الحدود

الجنسية	الجنسية							المعر ومراكز العبور
	عربية	اسرائيلية	أوروبية	أمريكية	آسيوية	أخرى	مجموع	%
مطار الملكة علياء الدولي	٧٦٧	٩	٢٨٨	٩٧	٨٥	١٧	١٢٦٣	٢٧,٤
المعر الجنوبي	٧	٦٢٠	١٠٥٨	٥٦٦	٢٧	١٦٦	٢٤٤٤	٥٣,٠
حسرة الملك حسين	٠	٥٤	٥	٢	٠	١	٦٢	١,٣
الرمثا	٨٧	٨	٣٢٢	٣٠	٦٢	١٢	٥٢١	١١,٣
المعر الشمالي	١	١٤٣	٥٨	٥٣	٦	٨	٢٦٩	٥,٨
العمري	١٨	٠	٠	٠	٠	٠	١٨	٠,٤
مطار العقبة	٠	٨	٩	٤	٠	٠	٢١	٠,٥
ميناء العقبة	٠	٢	١	١٢	٠	٠	١٥	٠,٣
المجموع	٨٨٠	٨٤٤	١٧٤١	٧٦٤	١٨٠	٢٠٤	٤٦١٣	١٠٠,٠
%	١٩,١	١٨,٣	٣٧,٧	١٦,٦	٣,٩	٤,٤	١٠٠,٠	

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

أما من حيث فترات المسح الميداني الثلاث، فقد تبين أن غالبية القادمين في المرحلتين الأولى والثانية قد دخلوا عن طريق المعبر الجنوبي تلاه مطار الملكة علياء من حيث الأهمية النسبية، إذ وكما ذكر بأن غالبية السياح القادمين في هاتين المرحلتين هم من الجنسيات غير العربية أما في المرحلة الثالثة، فقد احتل المطار المرتبة الأولى وذلك لتزايد أعداد المصطافين العرب والذين يستخدمون المطار بصورة رئيسية. هذا وقد حافظ مركز حدود الرمثا والمعر الشمالي على نفس الترتيب من حيث عدد السياح القادمين خلال المراحل الثلاث، واحتل المرتبتين الثالثة والرابعة على التوالي^٣.

^٣ أنظر الملاحق (٢-٤) و (٢-٥) و (٢-٦).

وقد كانت غالبية السياح القادمين في المرحلتين الأولى والثانية من الجنسيات الأوروبية والاسرائيلية، حيث بلغت النسبة حوالي ٣٩٪ و ٤٦٪ في الفترة الأولى، وحوالي ٥٠٪ و ١٦٪ في المرحلة الثانية على التوالي. أما في المرحلة الثالثة وهي فترة الاصطفاف فقد احتل السياح العرب المرتبة الأولى ونسبة ٤٤٪ من القادمين، تلي ذلك السياح من الجنسيات الأمريكية (٢٢٪)، ومن ثم الأوروبية (٢٠٪) والاسرائيلية (٨٪)^٢. ويمكن أن يعزى ارتفاع نسبة السياح العرب في المرحلة الثالثة لعدة أسباب أهمها، برودة الطقس في المراحل السابقة من جهة، وتوقيت الاجازات الصيفية من جهة أخرى، هذا بالإضافة لتحسن العلاقات السياسية على الساحة العربية.

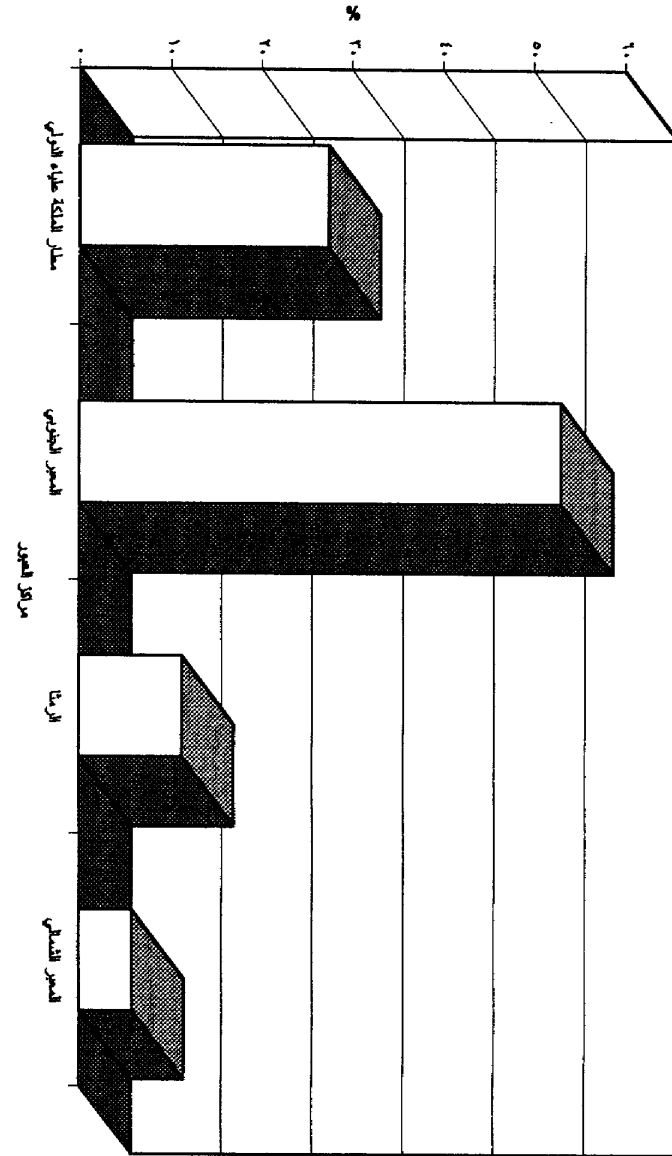
٢-١-٢ الحركة السياحية حسب الجنسية ومراكز الحدود

بينت نتائج المسح الميداني أن أكثر من نصف السياح القادمين إلى الأردن قد دخلوا من المعبر الجنوبي (وادي عربية)، حيث وصلت النسبة حوالي ٥٣٪ وهذا يؤكد عملية التغير التي حصلت في الحركة السياحية الأردنية. واحتل مطار الملكة علياء الدولي المرتبة الثانية (٢٧٪)، تلاه مركز حدود الرمثا (١١٪)، ثم المعبر الشمالي (٥٪)، جدول رقم (٢-٢).

وبذلك يمكن القول أن هذه المراكز كانت هي المعابر الرئيسية للحركة السياحية للأردن، خلال فترة المسح الميداني. كما تبين أن معظم الجنسيات العربية تأتي عن طريق مطار الملكة علياء الدولي، حيث بلغت النسبة حوالي ٨٧٪، بينما تأتي غالبية الجنسيات الاسرائيلية (٧٣٪)، والأوروبية (٦١٪)، والأمريكية (٧٤٪)، والجنسيات الأخرى (٨١٪) عن طريق المعبر الجنوبي للأردن.

^٢ أنظر الملاحق: (١-٢) و (٢-٢) و (٢-٣)، والملحق (٢-٣).

شكل رقم (٢-١): توزيع السياح القادمين حسب مراكز الجور الرئيسية



المصدر: جدول رقم (٢-١)

ومن الجدير بالذكر أن هناك أعداداً كبيرة من الاسرائيليين القادمين من المعبر الجنوبي يأتون ليقضوا يوماً واحداً لزيارة البتراء ووادي رم ويعودون في نفس اليوم، وهذا ما يسمى بزيارة اليوم الواحد On day trip. وهذا النوع من السياحة يسمى من الناحية العلمية "بالتنزه" فالعبرة هنا ليست باعداد السياح القادمين إلى البلد وإنما بنوعية السائح والمدة التي يقضيها في الأردن^٤.

ومما يؤكد هذه الحقيقة انه عندما مددت ساعات الدوام في المعبر الجنوبي في بداية عام ١٩٩٦، من الساعة ٦ر٣٠ صباحاً إلى العاشرة ليلاً، ارتفعت نسبة الزوار لمدة يوم واحد، أي العودة في نفس اليوم. فعلى سبيل المثال بلغ مجموع القادمين خلال شهر كانون ثاني عام ١٩٩٥ حوالي ٦٣٢٨ فرداً من مختلف الجنسيات من هذا المعبر، عاد منهم في نفس اليوم ٧٠ شخصاً فقط أي ما نسبته ١ر١٪ وهم من الضيوف الرسميين للأردن. بينما بلغ عدد القادمين في نفس الشهر لعام ١٩٩٦، أي بعد تمديد فترة الدوام، ٨٥٣٩ عاد منهم إلى اسرائيل من المعبر ذاته بنفس اليوم حوالي ٥٠٥٧ زائراً أي ما نسبته ٥٩ر٢٪، أي ان عدد السياح قد بلغ ٣٤٨٢ سائحاً فقط أي بنسبة حوالي ٤٠ر٨٪ من مجموع القادمين في الشهر المذكور^٥.

٢-١-٣ الحركة السياحية حسب الجنسية والفئات العمرية

أظهرت نتائج المسح الميداني بأن معظم السياح القادمين إلى الأردن هم ممن تزيد أعمارهم عن ٣٠ سنة إذ شكلوا ما نسبته ٦٨ر٥٪ منهم ٢٧ر٤٪ تزيد أعمارهم عن ٥٠ سنة. ويذكر ان الاسرائيليين والأوروبيين والأمريكيين قد شكلوا حوالي ٧٧٪

^٤ محمد نوح محمد، السلام واقتصاد المنطقة، مؤتمر الاقتصاد الرابع، جامعة اليرموك، ١٣-١٥ آيار، ١٩٩٦،

أربد-الأردن، ص ١٠.

^٥ محمود هلال، مركز الزوار، العقبة، معلومات غير منشورة، ١٩٩٦/٧/٤.

من هذه المجموعة. أما الفئة العمرية (أقل من ٢٠ سنة) فقد كانت أقل نسبة أي حوالي (٨٣٪) من مجموع القادمين خلال فترة البحث، جدول رقم (٢-٣). وربما يكون معظمهم قد قدموا مع أهاليهم في سياحة عائلية.

ويندرج هذا القول على السياح القادمين إلى الأردن في الفترتين الأولى والثالثة من المسح الميداني، أما في المرحلة الثانية من المسح، فقد سجلت الفئة العمرية ٥٠ سنة فأكثر أعلى نسبة (٤٤٪)، بينما كانت نسبتها في المرحلة الأولى حوالي ٢٣٫٨٪، وفي المرحلة الثالثة حوالي ١٤٪ فقط^١. وما يجدر ذكره، أن الطقس خلال هذه الفترة يتسم بالاعتدال الذي يلائم هذه الفئة العمرية.

جدول رقم (٢-٣): السياح القادمين حسب الجنسية والفئات العمرية

الجنسية	أقل من ٢٠	٢٠-٢٩	٣٠-٤٩	٥٠ فأكثر	المجموع	٪
عربية	٧٦	٣٤٢	٣٥٣	١٠٩	٨٨٠	١٩,١
اسرائيلية	٥٨	١٥٣	٣٨٠	٢٥٣	٨٤٤	١٨,٣
اوروبية	٩٠	٣٣٠	٧٣٤	٥٨٧	١٧٤١	٣٧,٧
امريكية	١١٣	١٧٢	٢٥٨	٢٢١	٧٦٤	١٦,٦
آسيوية	٤	٤٥	٩٧	٣٤	١٨٠	٣,٩
أخرى	٣٦	٣٤	٧٦	٥٨	٢٠٤	٤,٤
المجموع	٣٧٧	١٠٧٦	١٨٩٨	١٢٦٢	٤٦١٣	-
٪	٨,٢	٢٣,٣	٤١,١٤	٢٧,٤		١٠٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

٢-١-٤ الحركة السياحية حسب الجنسية ونوع الرحلة

تنسجم الحركة السياحية إلى الأردن بالرحلات الجماعية (Tourist Groups)، حيث بينت نتائج المسح الميداني أن ما نسبته ٥٩٫٢٪ من السياح القادمين يأتون على شكل مجموعات سياحية. وينطبق هذا القول على جميع الجنسيات وبجميع المراحل، باستثناء السياحة العربية، التي تغلب عليها السياحة العائلية ونسبة ٤٧٫٥٪، وبخاصة في المرحلة الثالثة إذ شكلت السياحة العائلية ما نسبته ٥٨٫٢٪ من السياحة العربية^٢. وما يجدر ذكره أن السياحة العائلية لم تشكل سوى ١٩٫٤٪ لمجموع السياح، جدول رقم (٢-٤).

وغني عن القول أن السياحة الجماعية تعتبر أقل الأنواع جدوى من الناحية الاقتصادية للبلد المضيف.

جدول رقم (٢-٤): توزيع السياح القادمين حسب الجنسية ونوع الرحلة

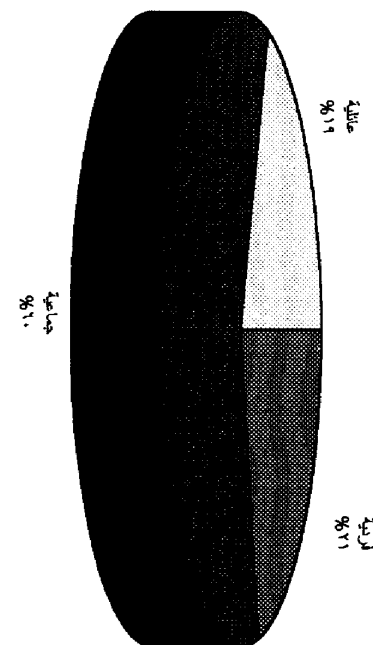
الجنسية	فردية	جماعية	عائلية	مجموع	٪
عربية	٣٥٦	١٠٦	٤١٨	٨٨٠	١٩,١
اسرائيلية	٩٢	٦٧٣	٧٩	٨٤٤	١٨,٣
اوروبية	٣٤١	١٢٢٩	١٧١	١٧٤١	٣٧,٧
امريكية	١٢٢	٤٥٧	١٨٥	٧٦٤	١٦,٦
آسيوية	٣٦	١٢٤	٢٠	١٨٠	٣,٩
أخرى	٤١	١٤٠	٢٣	٢٠٤	٤,٤
المجموع	٩٨٨	٢٧٢٩	٨٩٦	٤٦١٣	-
٪	٢١,٤	٥٩,٢	١٩,٤		١٠٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

^٢ أنظر الملاحق (١٠-٢) و (١١-٢) و (١٢-٢).

^١ أنظر الملاحق رقم (٧-٢)، و (٨-٢)، و (٩-٢).

شكل رقم (٢-٣): توزيع السياح القادمين حسب نوع الرحلة



المصدر: جدول رقم (٢-٤)

٢-١-٥ الحركة السياحية حسب الهدف الرئيسي من الرحلة

يختلف الطلب السياحي من شخص لآخر ومن جنسية لآخرى وذلك لاختلاف الهدف الرئيسي من الزيارة. ولعل من أهم أنواع هذا الطلب هي: زيارة المواقع التاريخية والأثرية والسياحة الدينية والعلاجية والترفيهية والرياضية والقيام بأعمال تجارية أو استثمارية وحضور المؤتمرات وزيارة الأقارب والأصدقاء.

ونظراً لتوفر العديد من المواقع التاريخية والآثرية، فقد تميزت السياحة الأردنية بهذا النوع من السياحة. حيث أظهرت نتائج المسح الميداني أن حوالي ٦٣٪ من السياح القادمين إلى الأردن ومن مختلف الجنسيات هدفهم الرئيسي زيارة هذه المواقع، باستثناء السياح العرب، إذ جاءت زيارة هذه المواقع بالنسبة لهم في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية النسبية (١٠,٩٪)، بعد الترفيه (٤٤,٧٪) وزيارة الأقارب والأصدقاء (١٣٪)، والعلاج (١٢,٤٪)، جدول رقم (٢-٥). وجاءت السياحة الترفيهية في المرتبة الثانية (٩,٩٪)، شكل العرب ما نسبته ٨٦٪ من مجموع القادمين لهذا الهدف. أما السياحة العلاجية والتي جاءت في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية النسبية (٨,٦٪)، فإنها تشير إلى مدى التقدم الطبي وحدثة المستشفيات، بالإضافة إلى وجود العديد من المواقع التي تتوفر فيها المياه المعدنية العلاجية كالبحر الميت وحمامات ماعين.

ومن الجدير بالذكر أنه ورغم التغيير البسيط الذي حصل على هذه النسب، وخاصة بالنسبة للجنسيات العربية خلال مراحل المسح الثلاث^٨، إلا أن الطلب السياحي على المواقع التاريخية والأثرية بقي محافظاً على هيئته، إذ بلغت أهميته النسبية خلال هذه المراحل ٧٣,٨٪ و ٦٦,٧٪ و ٣٧,٢٪ على التوالي. ويمكن أن يعزى التفاوت النسبي بين المرحلتين الأولى والثالثة إلى المواقع، وإلى اجازة رأس السنة وعيد الفصح المجيد في الفترة الأولى وارتفاع درجات الحرارة نسبياً في الأماكن التي تتواجد فيها معظم تلك المواقع في الفترة الثالثة.

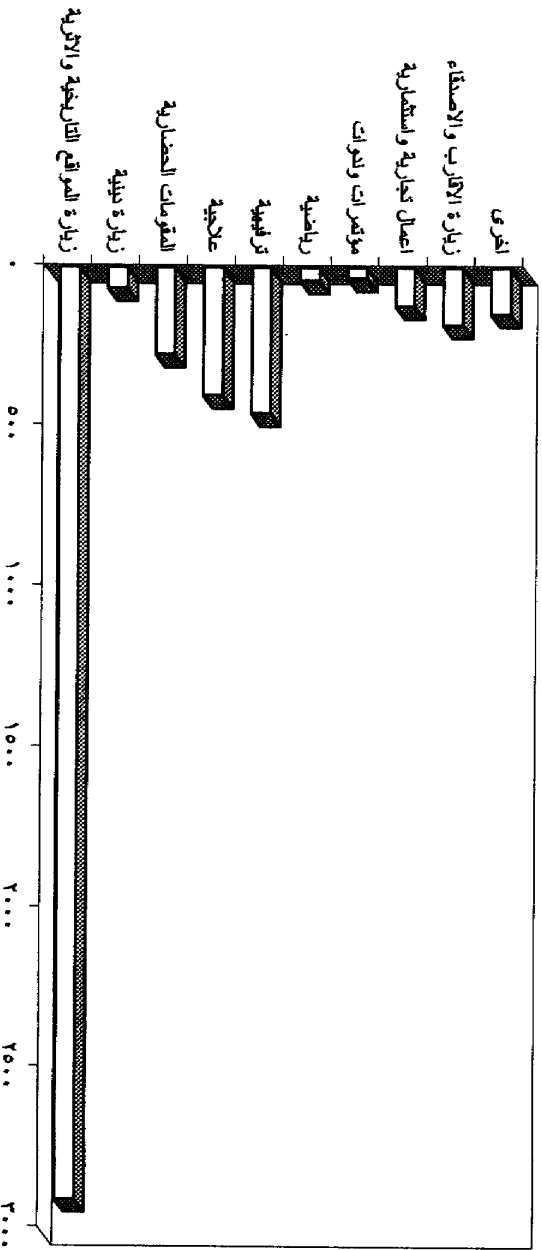
^٨ أنظر الملاحق (٢-١٣)، و (٢-١٤) و (٢-١٥).

جدول رقم (٢-٥): توزيع السياح القادمين حسب الجنسية والهدف الرئيسي من الرحلة

الجنسية	زيارة المواقع التاريخية والأثرية	زيارة دينية	المقومات العلاجية	ترفيهية	رياضية	مؤتمرات وندوات	اعمال تجارية واستثمارية	زيارة الأقارب والأصدقاء	اخرى	المجموع	%
العربية	٩٦	٣	٥	٣٩٣	١٨	٢٣	٥٨	١١٤	٦١	٨٨٠	١٩,١
اسرائيلية	٦٥٤	١٠	٤٢	٢٤	٦	٢	٤	٢٩	١٤	٨٤٤	١٨,٣
اوروربية	١٣٤٠	١٩	١٤٥	١٢٢	١٦	١٣	٢٨	١٩	٣٧	١٧٤١	٣٧,٧
امريكية	٥٥٦	٢٣	٥١	٧١	١٨	١	١٧	١٤	١٢	٧٦٤	١٦,٦
شرق اسبوية	١٠٦	٦	١٠	٢٣	٣	٤	١١	٢	١٤	١٨٠	٣,٩
اخرى	١٥٤	٥	١٩	١٥	١	١	١	١	٦	٢٠٤	٤,٤
المجموع	٢٩٠٦	٦٦	٢٧٢	٣٩٩	٤٥٥	٣٣	١١٩	١٧٩	١٤٤	٤٦١٣	-
%	٦٢,٩	١,٤	٥,٩	٨,٦	٩,٩	٠,٩	٢,٦	٣,٩	٣,١	١٠٠	

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

شكل رقم (٢-٤): توزيع السياح القادمين حسب الهدف الرئيسي من الرحلة



اما حسب الفئات العمرية للسياح، فقد حافظت زيارة الأماكن التاريخية والأثرية على أهميتها، وبخاصة لمن تزيد أعمارهم عن ٣٠ سنة، إذ شكلوا ما نسبته ٧٢٪ من كان هدفهم زيارة هذه المواقع. أما السياحة الترفيهية فقد تركزت في الفئة العمرية (٢٠-٢٩)، وشكلوا ما نسبته ٤٣٪ من القادمين لهذا النوع من السياحة. في حين احتلت الفئة (٣٠-٤٩) المرتبة الأولى للسياحة العلاجية وبنسبة ٤٧٪ من قدموا لهذا الهدف، جدول رقم (٢-٦).

ومما يجدر ذكره، أن الفئة العمرية (٣٠-٤٩) قد احتلت المرتبة الأولى بالنسبة لباقي أنواع السياحة، وذلك لان هذه الفئة تمثل غالبية السياح القادمين الاجمالي.

وقد انعكس هذا الوضع على مراحل المسح الثلاث وبنفس الترتيب تقريباً، باستثناء المرحلة الثانية إذ فاقت الفئة العمرية ٥٠ سنة فأكثر غيرها من الفئات العمرية من حيث الأهمية النسبية للسياح القادمين (٤٤٪)، منهم ٧٦٪ كان هدفهم زيارة المواقع التاريخية والأثرية^٩. ويمكن ان يعزى ذلك إلى أن غالبيتهم من المتفاعدين الذين يتزايد اهتمامهم بهذا النوع من السياحة من جهة، واعتدال الطقس الذي يناسب أعمارهم في هذه المرحلة من جهة ثانية.

^٩ أنظر الملاحق (١٦-٢) و (١٧-٢) و (١٨-٢).

جدول رقم (٢-٦): توزيع السياح القادمين حسب الفئات العمرية والهدف الرئيسي من الرحلة

الفئات العمرية	زيارة المواقع التاريخية والاثريه	زيارة دينية	القومات الحضارية	علاجية	ترفيهية	رياضية	مؤتمرات وفعاليات	اصصال تجارية واستثمارية	زيارة الاقارب والأصدقاء	اخرى	المجموع	%
أقل من ٢٠	٢٤٥	٢	٢٩	٢٥	٤٤	٦	٠	٢	١٣	١١	٣٧٧	٨,٢
٢٠-٢٩	٥٦٩	٨	٥٦	٩٨	١٩٩	١٣	٣	٢٦	٥٣	٥١	١٠٧٦	٢٣,٣
٣٠-٣٩	١١٥٢	٢٥	١٠٩	١٨٨	١٦٤	١٩	٢٣	٧٢	٨٣	٦٣	١٨٩٨	٤١,١
٤٠-٥٠	٩٤٠	٣١	٧٨	٨٨	٤٨	٢	٧	١٩	٣٠	١٩	١٢١٢	٣٧,٤
المجموع	٢٩٠١	٦٦	٢٧٢	٣٩٩	٤٥٥	٤٠	٣٣	١١٩	١٧٩	١٤٤	٤١١٣	-
%	٦٢,٩	١,٤	٥,٩	٨,٦	٩,٩	٩,٩	٠,٧	٢,٦	٣,٩	٣,١		١٠٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

٢-١-٦ الاعلام السياحي

تتنوع وسائل التسويق المتبعة في جذب السياح إلى البلد المضيف، حيث تشمل على وكالات السياحة والسفر ومكاتب الاعلام والخطوط الجوية والفنادق والأصدقاء والأقارب والطلبة في الخارج أو زيارة سابقة وغيرها من الطرق الاعلامية المتبعة كالسفارات أو قراءة الكتب أو أفلام الفيديو أو المعارض على سبيل المثال لا الحصر.

ونظراً لأهمية التسويق السياحي في تنشيط الحركة السياحية، فقد تطرقت الدراسة إلى وسائل التسويق التي اتبعت في استقطاب السياح إلى الأردن.

وتبين أن أعلى نسبة (٣٣,٤٪) من السياح قد قدموا من خلال مكاتب السياحة والسفر في دولهم، وبخاصة الأوروبيين (٤٦,١٪). تلا هذه الوسيلة دور الأصدقاء والأقارب بحوالي ٢٦٪ من السياح القادمين، شكل السياح العرب منهم ٥٣,٢٪.

ويذكر ان نسبة عالية من الاسرائيليين (٤٣,١٪) والأمريكيين (٣٦,٧٪) قدموا بواسطة مكاتب السياحة والسفر في بلدانهم. وبالمقابل فقد اعتمد العرب على الأصدقاء والأقارب بنسبة عالية حيث بلغت حوالي ٤٨٪. ويذكر ان هذه الوسيلة احتلت المرتبة الثانية (حوالي ٢٧٪) من الوسائل التسويقية المتبعة.

هذا، وقد كانت مكاتب الملكية الأردنية أقل الوسائل الاعلامية ترويجاً للسياحة، بحيث لم تصل نسبة من قدموا من خلالها إلى ١٪. وربما يعود ذلك إلى ان معظم السياح القادمين قد قدموا عن طريق المعبرين الجنوبي والشمالي خلال فترة

المسح الميداني. أما وكالات السياحة والسفر الأردنية فلم يتجاوز دورها في التسويق ٩,٦٪، ومعظم الذين اعتمدوا هذه الوسيلة هم من الأوروبيين (٤٦,١٪) والاسرائيليين (٢٥٪). (جدول رقم (٢-٧)). غير ان تدني نسبة مشاركة هاتين الوسيلتين لا يعني بالضرورة صغر دورهما في العملية التسويقية، وبخاصة مكاتب السياحة والسفر، إذ تلعب دوراً أكبر بطريقة غير مباشرة من خلال التنسيق مع مكاتب السياحة والسفر الأجنبية في الخارج لتنظيم الرحلات السياحية إلى الأردن. حيث عند وضع برنامج كامل للمجموعات السياحية من البلدان الأخرى، يتم ذلك بالتنسيق مع مكاتب السياحة والسفر الأردنية في تلك البلدان وقد انطبق هذا التحليل على جميع الفترات، باستثناء المرحلة الثالثة من المسح الميداني إذ برز دور الأصدقاء والأقارب بشكل أكبر^{١٠}.

جدول رقم (٢-٧): توزيع السياح القادمين حسب الجنسية ووسيلة الاعلام

وسيلة الاعلام	الجنسية						المجموع	٪
	العربية	الاسرائيلية	الاوروبية	الامريكية	الاسيوية	اخرى		
وكالات السياحة والسفر الاردنية	١٣	١١٠	٢٠٥	٦٦	١٠	٣٦	٤٤٠	٩,٥
وكالات السياحة والسفر المحلية	٣٧	٣٦٣	٢٨٠	٢٨٠	٩٦	٥٥	١٥٤١	٣٣,٤
مكاتب الاعلام	٢٠	٢٤	٢٧	٩	٢	٣	٨٥	١,٨
الخطوط الاردنية	٧	٢	١٣	٤	٤	٠	٣٠	٠,٧
شركات فندقية	٩	٧	٢٢	٧	٢	٠	٤٧	١,٠
اصدقاء واقارب	٤٢١	١٥١	٣٢٣	٢٠٥	٢٠	٧٧	١١٩٧	٢٥,٩
زيارة سابقة	١٤٢	١٣	٥٩	١٨	٨	٣	٢٤٣	٥,٣
الطلبة الاردنيين	١١	٣	١٠	٨	٠	٠	٣٢	٠,٧
اخرى	٢٢٠	١٧١	٣٧٢	١٦٧	٣٨	٣٠	٩٩٨	٢١,٦
المجموع	٨٨٠	٨٤٤	١٧٤١	٧٦٤	١٨٠	٢٠٤	٤٦١٣	-
٪	١٩,١	١٨,٣	٣٧,٧	١٦,٦	٣,٩	٤,٤	-	١٠٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

^{١٠}المزيد من التفصيل عن هذه المراحل، أنظر الملاحق (٢-١٩)، (٢-٢٠)، (٢-٢١).

٧-١-٢ الحركة السياحية حسب ملكية واسطة النقل

كان من الطبيعي ان يستخدم ما نسبته ٩٦,٢٪ من السياح القادمين وسائط النقل الأردنية، إذ أن غالبية السياح قد عبروا الأردن من خلال المعبرين الشمالي والجنوبي، وبالتالي يستخدمونها للتنقل ما بين هذه المعابر والمناطق السياحية. وما يؤكد ذلك أن ما نسبته ٨٥٪ من الاسرائيليين، و ٨٠٪ من الأمريكيين وحوالي ٨٥٪ من الأوروبيين أفادوا ذلك (جدول رقم ٢-٨). يضاف إلى ذلك ان المجموعات السياحية (Tourist Groups) والتي تدخل عن طريق مطار الملكة علياء الدولي تستخدم نفس الأسلوب. وهذا الموضوع يستوجب من الجهات المعنية زيادة الاعتناء بهذه الوسائط وتحسين أداؤها ويندرج هذا الوضع على مراحل المسح الميداني الثلاث^{١١}.

جدول رقم (٢-٨): توزيع السياح القادمين حسب الجنسية ووسائط النقل داخل الأردن

الجنسية	وسائط النقل		المجموع	٪
	اردنية	غير اردنية		
العربية	٤٥٠	٤٣٠	٨٨٠	١٩,١
الاسرائيلية	٧١٧	١٢٧	٨٤٤	١٨,٣
الاوروبية	١١٨٠	٥٦١	١٧٤١	٣٧,٧
الامريكية	٦١١	١٥٣	٧٦٤	١٦,٦
آسيوية	٨٢	٩٨	١٨٠	٣,٩
اخرى	١٥٧	٤٧	٢٠٤	٤,٤
المجموع	٣١٩٧	١٤١٦	٤٦١٣	
٪	٦٩,٣	٣٠,٧		١٠٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

^{١١} أنظر الملاحق (٢٢-٢) و (٢٣-٢) و (٢٤-٢).

٢-٢ حركة السياح المغادرين

يبحث هذا الجزء الخصائص الرئيسية للطلب السياحي من خلال السياح المغادرين من جميع مراكز الحدود خلال مراحل المسح الميداني الثلاث.

بلغ حجم العينة الاحصائية للمغادرين خلال فترة البحث ٤٥٥٩ سائحاً، منهم ١٥٣٦ في المرحلة الأولى، أي بنسبة ٣٣,٧٪، ١٩٢٥ في المرحلة الثانية أي ٤٢,٢٪، و ١٠٩٨ في المرحلة الثالثة، أي بنسبة ٢٤,١٪. ويذكر ان المغادرين من المعبر الجنوبي في المرحلة الثالثة قد سجل أقل نسبة مقارنة بالفترتين السابقتين حيث وصلت حوالي ١٨,٨٪، بينما بلغت حوالي ٣١,٧٪ و ٣٦,٧٪ في الفترتين الأولى والثانية على التوالي^{١٢}. وأنطبق هذا على القادمين من نفس المعبر، ويعود ذلك إلى ظروف الطقس الحارة في المنطقة في تلك المرحلة، كما ذكر سابقاً.

ولعل من أهم البنود التي سيتناولها هذا الجزء هي مدة اقامة السائح في الأردن، ومكان اقامته ومعدل انفاقه.

١-٢-٢ مدة اقامة السائح

قدرت مدة إقامة السائح من جميع الجنسيات في الأردن لجميع مراحل الدراسة بحوالي (٥) ليلة، شكل العرب أعلى معدل إقامة، حيث بلغت إقامة الفرد الواحد ٩,٧ ليلة، وكانت أعلى نسبة منهم من أقاموا في البلد ٣١ ليلة فأكثر حوالي (٣٠٪)، وهذا يشير إلى أن معظمهم يأتي في رحلة عائلية لقضاء فترة الصيف بالإضافة إلى أن غالبية السياح من الجنسيات العربية يملكون بيوتاً خاصة

^{١٢} لمزيد من المعلومات، أنظر الملاحق (٢٥-٢) و (٢٦-٢)، (٢٧-٢) و (٢٨-٢).

جدول رقم (٢-٩): مدة إقامة السياح المغادرين من الاردن حسب الجنسية (شاملة)

مدة الإقامة (ليلة)	الجنسية						
	عربية	اسرائيلية	اوروبية	امريكية	اسيوية	اخرى	المجموع
٥-١	٧٥٥	١٧١٢	٣١٧٥	١٢٤٢	٣٣٠	٣٥٦	٧٥٧٠
١٠-٦	١١٤٦	٨٠١	٤٣٧٣	٧٩٤	١٩٢	٤٨٦	٧٧٩٢
١٥-١١	٦٥٦	٢٨٦	١٦٨٠	٥٣٥	٥٥	١٦٦	٣٣٧٨
٢٠-١٦	٤٥١	٥٣	٣١٠	٩٣	١٧	١٦	٩٤٠
٢٥-٢١	١١٧	٦٧	١٠٥	١٦٨	٢١	٤٦	٥٣٤
٣٠-٢٦	٥٠٨	١٥٠	٣٨٢	٤٤٥	٨٨	١١٦	١٦٨٩
٣١ فأكثر	١٥٣٥	٣٩٢	٢١٩	٣٢٧	٠	٦٠	٢٥٣٣
المجموع	٥١٦٨	٣٤٦١	١٠٢٤٤	٣٦٠٤	٧٠٣	١٢٤٦	٢٤٤٢٦
% مدة الإقامة	٢١٢	١٤٢	٤١٩	١٤٨	٢٩	٥	١٠٠
نسبة السياح*	١١٧	١٨	٤٤٩	١٦٩	٣٥	٥١	
معدل الإقامة*	٩٧	٤٢	٥٠	٤٧	٤٤	٥٤	٥٥

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

* حسب حساب المجموع الكلي للسياح المغادرين حسب الجنسيات.

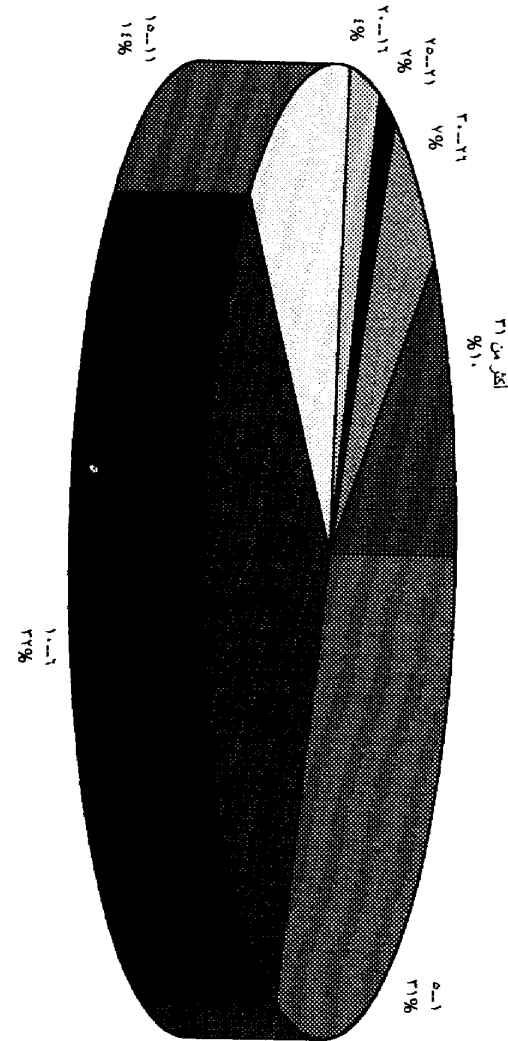
ملاحظة: قدرت احصاءات وزارة السياحة والآثار إلى ان معدل إقامة المجموعات السياحية في الأردن حوالي ٣٧٥ ليلة.

بهم أو يقيمون لدى الأصدقاء والأقارب، كما سيرد لاحقاً. تأتي الجنسية الاسيوية بعد العرب من حيث مدة الإقامة حيث بلغت ٤٥ ليلة، أكثر من ثلثهم (٣٩٪) يقيم ما بين خمسة إلى عشرة ليالي.

ويلاحظ من الجدول رقم (٢-٩)، أن أعلى نسبة مدة إقامة كانت لمن قضوا ما بين ٦ إلى ١٠ ليال (٣٢٪)، وذلك لارتفاع نسبة الأوروبيين منهم (٥٦١٪)، والذين يشكلون ما نسبته حوالي ٤٥٪ من مجموع السياح المغادرين.

وعلى الرغم من أن المغادرين من الجنسية الاسرائيلية قد سجلوا أقل معدل إقامة (٤٢ ليال)، الا أن أكثر من نصفهم (٥٠٥٪) قدمكثوا في البلاد أكثر من خمس ليالي. ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن غالبيتهم من العرب الذين يحملون هذه الجنسية، وبصورة خاصة من يقيم ٣١ ليلة فأكثر.

شكل رقم (٢-٥): توزيع السياح المغادرين من الاردن حسب مدة الإقامة



المصدر: جدول رقم ٢-٩

أما معدل الإقامة خلال فترات الدراسة الميدانية فقد جاءت متقاربة مع المعدل العام تقريباً باستثناء المرحلة الثانية والتي اتسمت بالمجموعات السياحية فقد انخفض إلى ٤ر٨ ليلة للسائح الواحد خلالها^{١٣}.

هذا، ويذكر أن إحدى الدراسات قدرت معدل إقامة المجموعات السياحية بحوالي ٣ر٧٥ ليلة عام ١٩٩٥، و ٣ر٦ ليلة عام ١٩٩٦^{١٤}.

ومن الجدير بالذكر أن معدل إقامة السائح يلعب دوراً رئيسياً في تحديد انفاقه ومن ثم تحديد الدخل الكلي من السياحة. حيث يتم احتساب الدخل السياحي في معظم الدول حسب المعادلة التالية^{١٥}:

$$د = (ف) س \times م \quad \text{حيث:}$$

$$د = \text{الدخل السياحي}$$

$$(ف) = \text{دالة مدة الإقامة}$$

$$س = \text{عدد السياح القادمين}$$

$$م = \text{معدل الانفاق (ليلة)}$$

في حين يتم احتساب الدخل السياحي في الاردن بطريقة مختلفة إذ يقدرها البنك المركزي من خلال عدد القادمين ومعدل انفاقهم حسب الجنسيات مع الأخذ بعين الاعتبار مستوى المعيشة في الأردن.

^{١٣} لمزيد من التفاصيل يلاحظ الملاحق (٢-٢٩) و (٢-٣٠) و (٢-٣١).

^{١٤} وزارة السياحة والآثار، واقع ومستقبل السياحة في الأردن (بالأرقام)، أوراق غير منشورة.

^{١٥} Fawzi S. Al-Yousef, the Economics of Tourism in Jordan-1950-1978, A thesis submitted for the M.A. (Economics) degree, at the university of Keel, September 1980, p. 61.

٢-٢-٢ مكان اقامة السائح

توزع السياح على اماكن الايواء المختلفة كالفنادق بجميع درجاتها والشقق المفروشة وعند الاقارب والاصدقاء واماكن اخرى كالخيم.

احتلت الفنادق وبغض النظر عن درجة الفندق، المرتبة الأولى كماوى للسياح، إذ شكلت ليالي الإقامة فيها ما نسبته ٧١.٥٪ من مجموع ليالي إقامة السياح المغادرين، وبخاصة الفنادق من درجة ثلاث نجوم إذ استوعبت ما نسبته ٦٤٪ من مجموع الليالي الفندقية، أو ما نسبته ٤٦٪ من مجموع ليالي الإقامة مما يشير إلى أن غالبية السياح، وبخاصة من الجنسيات غير العربية، يأتون للاطلاع على المواقع السياحية، وبأقل كلفة ممكنة. أما ليالي الإقامة في فنادق الخمسة والاربعة نجوم فلم تتجاوز ما نسبته ١٨٪ من مجموع الليالي السياحية، وما نسبته ٢٥.١٪ من مجموع الليالي الفندقية، معظم هؤلاء من الجنسيات الأوروبية والأمريكية.

أما ليالي الإقامة في الشقق المفروشة وعند الاقارب والاصدقاء فقد بلغت نسبتها ٢٣.١٪ من مجموع الليالي السياحية، وكان غالبية هؤلاء من السياح العرب سواء قدموا من الدول العربية أو من اسرائيل، (جدول ١٠-٢).

ويندرج هذا الوضع على مراحل المسح الميداني الثلاث^{١١}.

جدول رقم (٢-١٠): ليالي المبيت حسب مكان الإقامة والجنسية

المجموع	الجنسية						درجة الفندق
	عربية	اسرائيلية	اوروبية	امريكية	أسيوية	اخرى	
غير مصنف	٢٣	٣	٩٦	٤	١٣	٠	١٣٩
نجمة واحدة	٧١	٦	٢٥٨	٦٦	٠	٢	٤٠٣
نجمتان	١٣٣	٩٦	٧١٣	٣٠٥	٦٥	٣٥	١٣٤٧
ثلاثة نجوم	١١٤٦	١٠٩٨	٦١٧٤	١٥٣١	٣٦٢	٨٧٧	١١١٨٨
اربع نجوم	١٨٩	٢٣٥	١٤٠٢	٥٥٧	٩٠	١٦١	٢٦٣٤
خمسة نجوم	١٦٤	١٥٥	٨٢٩	٤٠١	٦٩	١٣١	١٧٤٩
بيوتهم أو شقة مفروشة	٢١٨٩	٢٣٩	١٧٤	١٨٧	٥٢	٠	٢٨٤١
اصدقاء واقارب	٨١٧	١٣٢٥	٢٥٨	٣٨٢	١٥	٠	٢٧٩٧
اخرى	٤٣٦	٣٠٤	٣٤٠	١٧١	٣٧	٤٠	١٣٢٨
المجموع	٥١٦٨	٣٤٦١	١٠٢٤٤	٣٦٠٤	٧٠٣	١٢٤٦	٢٤٤٢٦

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٦٦.

٣-٢-٢ معدل انفاق السائح في الاردن

بلغ معدل انفاق السائح على بنود الانفاق الرئيسية من مأكل ومشرب ومنامة وتنقلات محلية وتنزه وترفيه وهدايا وغيرها حوالي ٥٣٠.٦ ديناراً خلال فترة زيارته للاردن أي حوالي ٩٧ ديناراً يومياً. احتل بند المنامة اكبر نسبة (٢٣.١٪)، تلاه التنزه (١٩٪)، ثم جاءت الهدايا في المرتبة الثالثة ١٨.٦٪ من انفاق السائح. وهذه الظاهرة تستحق الاهتمام والتشجيع من اجل دعم الصناعات التقليدية السياحية، التي تستحوذ على أكبر نسبة من الانفاق في هذا البند. ويذكر ان صغر نسبة الانفاق على المأكل والمشرب نسبياً (١٥.٦٪) يعود إلى طبيعة الرحلات الجماعية الى الاردن التي تقل فيها التكلفة الحدية للوجبة.

^{١١} لمزيد من التفصيل أنظر الملاحق (٢-٣٢)، (٢-٣٣)، (٢-٣٤).

هذا، واحتل الانفاق على الهدايا المرتبة الأولى من حيث الأهمية بالنسبة للسياح العرب، إذ يعود ذلك الى طبيعة الرحلة وسببها الرئيسي، حيث أن السبب الرئيسي للسائح العربي هي زيارة الاهل والاصدقاء ولذلك فمن الطبيعي أن يكون بند المنامة اقل نسبيا بالنسبة لباقى الجنسيات. في حين يختلف الامر قليلا عن باقي الجنسيات، لاختلاف سبب الزيارة حيث يحتل بند المنامة المرتبة الاولى بالنسبة للجنسيات الامريكية (٣٠.٨٪) والاوروبية (٢٦.٦٪) والاسرائيلية (٢٢.٢٪)، جدول رقم (٢-١١).

جدول رقم (٢-١١): معدل انفاق السياح على بنود الانفاق الرئيسية حسب الجنسية

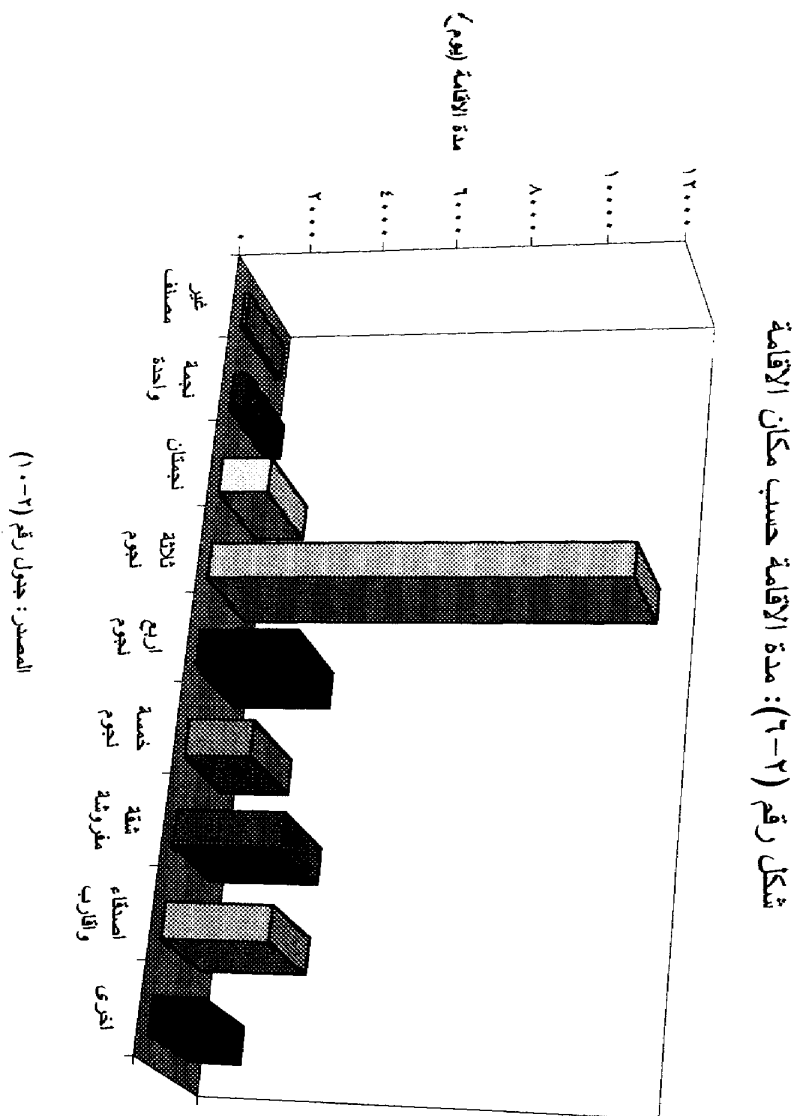
بنود الانفاق	عربية	اسرائيلية	اوروبية	امريكية	آسيوية	أخرى	المجموع	معدل	٪
للمأكل والمشرب	١٥٠	٨٨	٦٧	٨١	٥٦	٥٤	٤٩٦	٨٢.٦	١٥.٦
المنامة	١٧٥	١١٥	١٤٣	١٥٠	٨٤	٧١	٧٣٧	١٢٢.٨	٢٣.١
نقلات محلية	٧٨	٦٦	٥٠	٦٣	٣٦	٤٢	٣٣١	٥٥.١	١٠.٤
تنزه وترفيه	١٤٧	٩١	٩٣	١٠١	١٠٩	٦٣	٦٠٥	١٠.١	١٩.٠
الهدايا	١٩١	٩١	٦٣	٨٦	٦٧	٩٣	٥٩١	٩٨.٥	١٨.٦
أخرى	١٥٤	٧٠	٤٨	٨٥	٢٦	٤١	٤٢٤	٧٠.٦	١٣.٣
المجموع	٨٩٥	٥١٧	٤٦٤	٥٦٦	٣٧٨	٣٦٤	٣١٨٤	٥٣٠.٦	

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

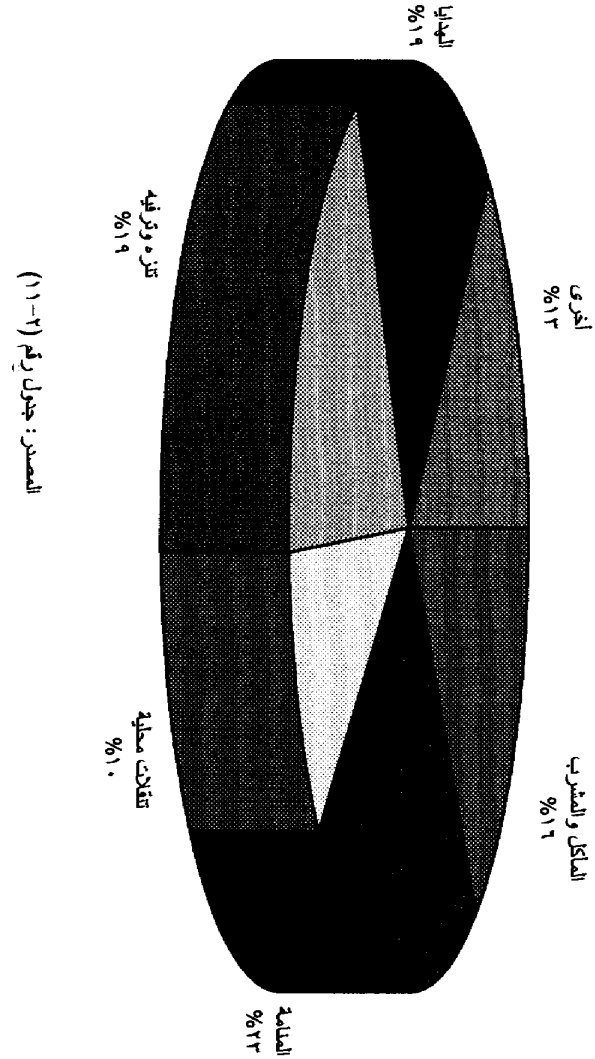
أما بالنسبة للانفاق حسب الجنسية، فيلاحظ أن معدل الانفاق اليومي للسياح الاسرائيليين والأمريكيين والأوروبيين احتل المراكز الثلاث الأولى حيث بلغ ١٢٣ ديناراً و ١٢٠.٤ ديناراً و ٩٢.٨ ديناراً على التوالي، في حين بلغ المعدل اليومي لانفاق السائح العربي ٩٢.٣ ديناراً. ويعود ذلك إلى هدف الزيارة بشكل عام، وطول فترة ومكان إقامة السائح العربي بشكل خاص.

ويندرج هذا على المراحل الثلاثة للدراسة مع بعض الاختلافات القليلة^{١٧}.

^{١٧} لمزيد من التفصيل يلاحظ الملاحق (٣٥-٢) و (٣٦-٢) و (٣٧-٢).



شكل رقم (٧-٢) : نسبة انفاق السياح على نفود الاتفاق الرئيسية



٣-٢ الخلاصة

تضمن هذا الفصل اهم الخصائص التي يتميز بها الطلب السياحي الى الاردن، من خلال نتائج المسح الميداني وهي:

١. أكثر الجنسيات التي تزور الاردن حسب الاهمية النسبية هي الاوروبية ٣٧٪، والعربية ١٩٪، والاسرائيلية ١٨٪، والأمريكية ١٦٪.
٢. الحركة السياحية حسب مراكز الحدود كانت كما يلي: ٥٣٪ من المعبر الجنوبي (وادي عربة)، و ٢٧٪ من مطار الملكة علياء الدولي، و ١١٪ من مركز حدود الرمثا، و ٥٪ من المعبر الشمال (جسر الملك حسين). ويعود ارتفاع نسبة القادمين من المعبر الجنوبي بشكل رئيسي إلى تدفق السياح من مختلف الجنسيات وخاصة الاسرائيليين الغربيين بهدف زيارة البتراء ووادي رم، نظراً لافتتاحه لأول مرة، ومحاولة استغلال فترة الاستقرار في تلك المرحلة.
٣. ما يزيد على ٦٨٪ من السياح تزيد أعمارهم عن ٣٠ سنة.
٤. شكلت السياحة الجماعية حوالي ٥٩٪ من الطلب السياحي.
٥. كان الهدف الرئيسي لغالبية السياح زيارة المواقع الأثرية والتاريخية (٦٣٪)، تلاه السياحة الترفيهية (٩٩٪)، والعلاجية (٨٦٪).

٦. أهم وسائل الاعلام التي اعتمدها السياح كانت وكالات السياحة والسفر في بلدانهم (٣٣٪)، تلاها الاقارب والاصدقاء (٢٦٪).

٧. احتلت وسائل النقل الاردنية المرتبة الاولى (٦٩٣٪) في نقل السياح.

٨. بلغت مدة اقامة السياح في الاردن ٥٥ يوما بشكل عام، وسجل السائح العربي أعلى مدة اقامة وبلغت ٩٧ يوما، حسب نتائج العينة الاحصائية.

٩. احتلت الفنادق وبخاصة فنادق الثلاثة نجوم المكان الرئيسي لاقامة السياح بشكل عام واحتلت الشقق المفروشة المرتبة الأولى بالنسبة للسياح العرب، حسب نتائج العينة الاحصائية.

١٠. قدر معدل إنفاق السائح اليومي بحوالي ٩٧ ديناراً (٢٣١٪) للنامية، ١٩٪ للتنزه والترفيه، ١٨٦٪ للهدايا، ١٥٦٪ للمأكل والمشرب، ١٠٤٪ للتنقلات، و ١٣٣٪ للبنود الأخرى، وتفاوت هذا المعدل بين الجنسيات المختلفة تبعاً لاختلاف الهدف الرئيسي للزيارة ومدة الاقامة، وذلك حسب نتائج العينة الاحصائية.

الفصل الثالث

مقومات العرض السياحي

مقدمة

يتناول هذا الفصل المقومات الأساسية للعرض السياحي في الأردن والتي تشمل على التضاريس الجغرافية والمناخ والشواطئ الطبيعية ومواقع السياحة الشتوية والعلاجية والتاريخية والدينية والحضارية.

كما ويبين أهم المقومات الثانوية لقطاع السياحة من فنادق ووكالات سياحة وسفر وشركات نقل سياحية ومتاجر للتحف وأدلاء سياحيين. وكذلك مراكز ومجالات التدريب وفرص تنمية القوى البشرية لخدمة هذا القطاع والقوى العاملة كما ويبحث في مستوى الخدمات الفندقية، والاماكن الاثرية والتاريخية التي زارها السياح في الاردن حسب نتائج المسح الميداني.

هذا وسيتطرق كذلك إلى دور المؤسسات ذات العلاقة بتفعيل دور القطاع السياحي.

٣-١ المقومات الأساسية

٣-١-١ المقومات الطبيعية

تعتبر المقومات الطبيعية كالموقع الجغرافي والمناخ والشواطئ من عوامل الجذب السياحي إلى اقليم سياحي أو منطقة سياحية معينة، كما أن الترابط بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وشواطئ يعطي

الاقليم السياحي أهمية مميزة أخرى في جذب السائح وتعظيم دور الاقليم على المستوى الاقليمي والدولي.

أ- الموقع الجغرافي

يقع الأردن في موقع وسط بين الدول العربية، وقد شكل هذا الموقع عبر التاريخ معبراً تجارياً وحضارياً بين القارتين (آسيا وإفريقيا)، بما فيهما من تباين حضاري وطبيعي. كما يقع ضمن الاقليم السياحي الذي يمتد من تركيا إلى مصر مروراً بسوريا ولبنان وفلسطين واسرائيل.

ب- المناخ

يمتاز الأردن بمناخه المعتدل على مدار السنة، إذ يسوده فصلين مناخيين في نفس الوقت. حيث تتسم المناطق الجبلية في فصل الشتاء بالبرودة وكثافة الأمطار، مقابل اعتدال في درجات الحرارة وقلّة الأمطار في المناطق المنخفضة كالأغوار والبحر الميت والعقبة. أما في فصل الصيف فترتفع درجات الحرارة في المناطق المنخفضة وتعتدل في المناطق الجبلية.

ساعد هذا التباين المناخي في اعطاء الأردن ميزة نسبية في استمرار الموسم السياحي على مدار السنة، حيث تشكل مناطق الأغوار والبحر الميت وخليج العقبة مناطق جذب سياحية للسياح من المناطق الباردة كالدول الأوروبية والأمريكية في فصل الشتاء البارد. أما في فصل الصيف فإن السياح يتجهون نحو المناطق المرتفعة في عجلون والشراه.

ج- الغطاء النباتي

تعتبر الغابات الحرجية عنصر جذب سياحي إلى الاقاليم السياحية التي تتواجد فيها، حيث تساهم في تلطيف الجو صيفاً واعطاء منظرراً خلاباً للمناطق التي تغطيها. وتقدر مساحة الغابات في الأردن بحوالي ١٥٤٥ كم^٢، أي ما نسبته ١.٧٪ من المساحة الكلية للأردن^١.

د- المياه المعدنية والمالحة

للمياه المعدنية دوراً في تنشيط الحركة السياحية، وبخاصة تلك العلاجية منها والتي بدأت تشهد نشاطاً ملحوظاً نتيجة للاهتمام والاقبال المتزايد على هذا النوع من السياحة. يتواجد في الأردن العديد من المواقع التي تتوفر فيها مثل هذه المياه العلاجية. بعضها مستغل والبعض الآخر قيد الاستغلال.

ومن أهم هذه المواقع ما يلي^٢:

١. الحمة الأردنية: تقع في شمال الأردن بالقرب من منطقة أم قيس الأثرية. وتعد من المناطق السياحية التي يؤمها السياح في فصل الشتاء والربيع، وقد اقيم فيها بعض المرافق السياحية البسيطة كفندق ومطعم سياحي وشاليهات.

^١ دائرة الإحصاءات العامة: نشرة الإحصاءات البيئية ١٩٩٥، آيار ١٩٩٦، جدول رقم (١-١)، ص ١.

^٢ لمزيد من التفصيل أنظر، نسيم برهم وفوزي صادق، السياحة والآثار، وزارة التربية والتعليم/المديرية العامة للمناهج، ١٩٩٥.

٢. الشونة الشمالية: تقع هذه الحمامات في الطرف الشمالي من الأغوار الأردنية، يؤمها السياح في فصل الشتاء والربيع، وتتوفر فيها استراحة وعدد من الشاليهات.

٣. طبقة فحل: تقع هذه الحمامات أيضاً في شمال الأردن، ويؤمها السياح في فصل الشتاء والربيع والخريف، وتتوفر فيها المياه الكبريتية كما ويحيط بها الآثار التاريخية، ويوجد بها استراحة سياحية.

٤. البحر الميت: يقع في غور الأردن وعلى بعد ٤٠ كم إلى الغرب من عمان، ويعتبر أخفض بقعة في العالم، إذ ينخفض سطحه ٤٠٦ متراً عن مستوى سطح البحر، ويعد من أكبر المسطحات المائية المالحة، إذ تبلغ مساحة سطحه حوالي ٤٦٤ كم^٢، وأكثرها ملوحة حيث تصل نسبة الملوحة فيه إلى حوالي ٣٢٪.

ويعد البحر الميت من أهم المعالم السياحية العلاجية، إذ يؤمه السياح من مختلف أنحاء العالم لهذه الغاية والاستمتاع بمياهه الدافئة، كما ويؤمه المتنزهين شتاءً.

هذا، ويتوفر فيه فندق سياحي مجهز بمعدات وخدمات العلاج الطبيعي، كما ويشهد البحر الميت كجزء من أحودود وادي الأردن نشاطاً استثمارياً سياحياً ملحوظاً، ويشتمل ذلك على أربعة مشاريع سياحية تضم فنادق وقرى سياحية، وهي في مرحلة التنفيذ.

٥. حمامات ماعين: تبعد عن العاصمة عمان مسافة ٥٨ كيلو متراً إلى الجنوب من مدينة مادبا تمتاز هذه الحمامات بأهميتها العلاجية والترفيهية وتحتوي على عدة بنايع، ويوجد بها فندقاً سياحياً حديثاً وبرك سباحة وشاليهات.

٦. حمامات زارة: تقع هذه الحمامات على الساحل الشرقي من البحر الميت، إلا أنها تفتقر للمرافق السياحية.

٧. حمامات عفرة وبريطة: تقع هذه الحمامات المعدنية على بعد ٢٠ كم إلى الشمال من مدينة الطفيلة في جنوب المملكة، ولا زالت تفتقر للاستثمارات السياحية.

٣-١-٢ المقومات التاريخية والأثرية والدينية والحضارية^٣

تشكل المواقع التاريخية والأثرية والحضارية عاملاً رئيسياً في العرض السياحي، ومن هذا المنطلق يعد الأردن متحفاً أثرياً وتاريخياً يعكس تاريخ الحضارات في أقدم العصور المعروفة نظراً لانتشار هذه المواقع في مختلف أرجاء المملكة.

١- المواقع التاريخية والأثرية من أهم هذه المواقع ما يلي:

١. أم قيس: تقع على بعد ٢٨ كيلو متراً إلى الشمال الغربي من مدينة اربد، وهي إحدى المدن الرومانية العشرة الشهيرة والتي يعود تاريخها إلى القرن الرابع قبل الميلاد، وتشتمل على كنائس ذات الأرضية الفسيفسائية والمدرجات. وقد انشئ في هذا الموقع استراحة سياحية ومتحف للآثار. بلغ عدد زوار أم قيس حوالي ١٩٤٧٣٥ زائراً عام ١٩٩٥.^٤

٢. أم الجمال: تقع على بعد ١٨ كم إلى الشمال الشرقي من مدينة المفرق، وكانت إحدى المحطات التجارية النبطية المهمة على طريق القوافل، وتحتوي على بقايا قصور وأنظمة ري قديمة وقنوات مياه وبرك. وبقيت محتفظة بأهميتها طوال الخلافة الأموية إلى أن دمرها زلزال في القرن الثامن الميلادي.

٣. جرش: تقع على بعد ٤٠ كم إلى الشمال من عمان، وهي من المواقع الأثرية الهامة في الأردن، إذ كانت إحدى الولايات الرومانية القديمة عام ٦٣ قبل الميلاد، وساعد موقعها المتوسط في أهميتها السياحية ويرتادها سنوياً أعداد متزايدة من الزوار (ملحق رقم ٣-١). ومن أهم آثارها معبد ارتموس وشارع الأعمدة والمدرجات وأقواس النصر ومعبد زيوس.

^٤ ملحق رقم (٣-١).

^٣ المرجع السابق، ص ٤٥-٥٣.

٤. قلعة عجلون: تقع على بعد ٧٦ كم إلى الشمال من مدينة عمان، وقد شيدها المسلمون في عام ١١٨٥ ميلادية، وتتميز بموقعها المرتفع ومناظرها الخلابة المطلّة على الأغوار الأردنية ومرتفعات فلسطين. وبلغ عدد زوار القلعة حوالي ٧٩٤ ألف زائر عام ١٩٩٥ ارتفع إلى ١٠٤ ألف زائر عام ١٩٩٦.

٥. مدينة عمان: يعود تاريخ هذه المدينة إلى العصر الحجري، وتحتوي العديد من المواقع التاريخية والأثرية أهمها قلعة عمان والمدرج الروماني وشارع الأعمدة وسبيل الحوريات. وقد تم مؤخراً اكتشاف مواقع أثرية تعود إلى العهد البيزنطي.

٦. مأدبا وجبل نيبو: تقع مدينة مأدبا على بعد ٣٠ كم جنوب مدينة عمان، ويعود تاريخها إلى ٢٠٠٠ سنة قبل الميلاد وهو ما يعرف بالعصر البرونزي. وقد ازدهرت هذه المنطقة الأثرية في عصر البيزنطيين ومن أهم آثارها خريطة فلسطين الفسيفسائية في كنسية جورج. وإلى الشمال الغربي من مدينة مأدبا يقع جبل نيبو الذي بني عليه كنيسة يزين جدرانها الداخلية وأرضيتها أشكال جذابة من الفسيفساء تصور الحياة البرية التي كانت سائدة في تلك المنطقة.

ونظراً لأهمية هذه المواقع فقد تم مؤخراً إنشاء مدرسة لتعليم ترميم المواقع الفسيفسائية في مأدبا، وبلغ عدد زوار هذه المنطقة حوالي ١٦٤٢ ألف زائر عام ١٩٩٦.

٧. القصور الصحراوية: تنتشر هذه القصور على امتداد الصحراء الأردنية، ويعود تاريخها إلى العصر الأموي، باستثناء قصر الحلابات الذي بناه الرومان خلال الفترة ١٩٨-٢١٧ ميلادي. ومن أهم هذه القصور قصر عمرة وقصر الخزنة وقصر المشتى وقصر الأزرق وقصر طوبا.

٨. الكرك: تقع إلى الجنوب من عمان على بعد حوالي ١٠٠ كم، وتعود شهرتها لوجود القلعة التي يعود تاريخها إلى عهد الصليبيين.

٩. الشوبك: تقع ضمن إقليم البتراء السياحي، وتحتوي على قلعة أثرية بناها الصليبيون لأغراض عسكرية وأمنية.

١٠. البتراء: من أهم المواقع التاريخية والأثرية في الأردن وتقع على بعد ٢٥٥ كم إلى الجنوب من مدينة عمان، ويرجع تاريخها إلى القرن الرابع قبل الميلاد حيث كانت عاصمة للأنباط. وجميع آثارها منحوتة في الصخور الرملية ذات الألوان الوردية الزاهية وأهم ما تحويه هذه المدينة من معالم أثرية الخزنة، الدير، قصر البنت، المذبح والمقابر النبطية، طريق الأعمدة، المحكمة، خزانات المياه، والادراج وغيرها من المعالم. وتعتبر من المواقع الأثرية الفريدة في العالم ومن أكثر المواقع الأثرية في الأردن جذباً للسياح والمواطنين، حيث بلغ عدد زوارها حوالي ٣٣٧٢ ألفاً عام ١٩٩٥ ارتفع هذا العدد إلى ٤١٤٢ ألف زائر عام ١٩٩٦. (ملحق رقم (٣-١)).

هذا، ويشهد اقليم البتراء السياحي نشاطاً استثمارياً واسعاً في مجال البنية التحتية للمنطقة لخدمة السكان والحركة السياحية في هذا الاقليم، وانشاء الفنادق خاصة من فئة الأربع والخمس نجوم برؤوس أموال محلية وأجنبية.

١١. العقبة: يرجع تاريخها إلى عهد الأدوميين ومن أهم معالمها التاريخية قلعة العقبة المشهورة والتي بناها الماليك عام ١٣٢٠ ميلادي. واكتسبت أهمية سياحية بعد ان تم بناء المرافق السياحية الحديثة وربطها بطرق المواصلات البرية والبحرية والجوية. وتكتسب أهميتها السياحية من دفء مياهها في فصل الشتاء وتنوع الحياة البحرية والشعب المرجانية. وتمارس على شواطئها الرياضة البحرية بالإضافة إلى أهميتها في السياحة الترفيهية. ويذكر هنا أن سلطة اقليم العقبة تعمل على تنمية الاقليم وخاصة الساحل الجنوبي، حيث تم تخصيص مناطق للاستثمار السياحي عليه.

١٢. وادي رم: تمتاز منطقة وادي رم بكونها هدفاً للسياحة الصحراوية وما تتمتع به طبيعتها الجغرافية من تضاريس تناسب السياحة الرياضية من تسلق على الجبال والطيران الشراعي، إضافة إلى ما تتمتع به جبالها من مناظر خلابة مطللة على منطقة وادي رم، وهي تناسب التخييم السياحي في معظم أيام السنة. وتقع بالقرب من الطريق الصحراوي بين عمان والعقبة.

١٣. إضافة إلى ما ذكر، يشتهر الأردن بالعديد من المواقع الاثرية والتاريخية والسياحية بعضها مكتشف ويحتوي على مرافق سياحية والبعض الآخر

لا يزال تحت أعمال البحث والتنقيب من قبل الجهات المختصة. ويذكر أيضاً أن هنالك العديد من المناطق السياحية التي لم تولي الاهتمام اللازم من حيث توفير الخدمات والترويج الاعلامي لابرار دورها في السياحة الداخلية والخارجية، منها على سبيل المثال لا الحصر محمية ضانة في جنوب المملكة ومنطقة مكاور في مادبا والمطلة على البحر الميت وجبال فلسطين.

ب- المتاحف الاثرية

تساهم هذه المتاحف في ابراز التاريخ الحضاري للاردن في مختلف العصور التاريخية، وتعريف الزوار والسياح بهذا التاريخ من خلال المعروضات والكتابات التاريخية في هذه المتاحف. ومن اهم المتاحف الموجودة في الاردن متحف الاثار في جبل القلعة في عمان والذي بلغ عدد زواره حوالي ٥٤٣٣٢ زائراً عام ١٩٩٥، ومتحف الحياة الشعبية في المدرج الروماني في عمان ايضاً. وقدر عدد زوار هذا المتحف بحوالي ٤٩٨٣٥ زائراً، ومتحف اثار جرش الواقع في المدينة الاثرية في جرش، متحف اثار مادبا، ومتحف اثار الكرك ومتحف اثار العقبة ومتحف الحياة البحرية في العقبة ومتحف اثار البتراء، ومتحف اثار الجامعة الاردنية، ومتحف الحياة الشعبية في الجامعة الاردنية ايضاً. ومتحف اثار جامعة اليرموك ومتحف اثار جامعة مؤتة ومتحف صرح الشهيد في عمان.

ج- الاهمية السياحية للمواقع الاثرية والتاريخية

من أجل قياس الأهمية السياحية للمواقع الاثرية والتاريخية من وجهة نظر السياح المغادرين، فقد تم تقسيمها إلى ثلاثة اقاليم سياحية بحسب موقعها الجغرافي. وبينت نتائج المسح الميداني أن اقليم الجنوب السياحي قد حظي

جدول رقم (٣-١): التوزيع التكراري للسياح المغادرين حسب المواقع التي زاروها والجنسية

الاماكن التي زارها السياح	العربية	الاسرائيلية	الأوروبية	الأمريكية	الآسيوية	أخرى	المجموع
١. اقليم الشمال							٦٠٤٤
أم قيس	٧٢	٢١٠	٣٠٨	١٠٥	٩	٣٣	٧٣٧
قنعة الرض	٧٥	١٣٥	٢٠٣٣	٦٦	٨	٢٨	٢٣٤٥
جرش	٣١٨	٤٥٣	١٢٢٢	٤٥٠	٩٩	١٤٧	٢٦٨٩
أخرى	٢٣	٧٩	١٠٧	٤٥	٥	١٤	٢٧٣
ب. اقليم الوسط							٧٣٢٣
عمان	٤٧١	٦٣٠	١٤١٨	٥٣٩	١٤١	١٧٩	٣٣٧٨
مادبا و جبل نيبو	٩٥	٢٦٨	٩٢٢	٢٩٤	٦٨	٩٧	١٧٤٤
ماعين	١٧٠	١٣٥	١٧٨	٥٩	١٠	١٨	٥٧٠
البحر الميت	٢٠٦	١٤٤	٧٢٩	٢٣٣	٦٦	٩٤	١٤٧٢
القصور الصحراوية	٢٣	٣٣	٥١	١٥	٠	٧	١٢٩
أخرى	٧	١٤	٥	٣	٠	١	٣٠
ج. اقليم الجنوب							٩٣١٩
البتراء	١٣٧	٥٣٨	١٨٥٨	٦٥٣	١٠٩	٢٠٧	٣٥٠٢
العقبة	١٥٠	٢٨٠	١١٥٠	٣٦٣	٦٣	١٤٤	٢١٥٠
وادي رم	٣٤	٢١٣	٩١٨	٢١٤	٤٠	٩٥	١٥١٤
قلعة الشوبك	١١	٥٧	٢٤٩	٤٨	٥	٢٧	٣٩٧
قلعة الكرك	٣٦	١٤١	٨٣٧	١٤٠	٢٢	١١٩	١٢٩٥
القصور الصحراوية	٩	٣٩	٢٦٩	٤٣	٦	٣١	٣٩٧
أخرى	٤	٧	٣٥	٩	٠	٩	٦٤
المجموع	٣٨١	١٢٧٥	٥٣١٦	١٤٧٠	٢٤٥	٦٣٢	٢٢٦٨٦

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

بأكبر اهتمام (٤١١٪) من عدد زيارات هذه المواقع، وذلك للنشاط السياحي الكبير الذي شهده هذا الاقليم بعد افتتاح المعبر الجنوبي ووجود مدينة البتراء بصورة خاصة التي كانت من أكثر المواقع اهتماماً من قبل السياح، حيث زارها ما نسبته ٧٦٨٪ من السياح المغادرين وما نسبته ٣٧٦٪ من مجموع الزيارات لهذه المواقع في اقليم الجنوب، هذا بالإضافة لوجود مدينة العقبة ووادي رم وقلعة الكرك.

وجاء اقليم الوسط في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية لعدد الزيارات (٣٢٣٪)، وذلك لكون العاصمة عمان مركزاً حضارياً فيه العديد من المواقع الأثرية والأنشطة السياحية المختلفة، إضافة إلى وجود المطار الدولي، وبلغت نسبة من زارها ٧٤١٪ من السياح المغادرين أو (٤٦١٪) من مجموع الزيارات في هذا الاقليم. هذا بالإضافة لوجود موقعين هامين سياحياً هما مادبا بما فيها جبل نيبو والبحر الميت.

أما اقليم الشمال والذي جاء في المرتبة الثالثة، فتأتي أهميته من وجود مدينة جرش الأثرية التي يقام فيها مهرجان جرش الثقافي السنوي، وقد زارها ما نسبته ٥٩٪ من السياح المغادرين أو (٤٤٥٪) من مجموع الزيارات لهذا الاقليم، وكذلك وجود قلعة عجلون المطلة على فلسطين، وشكل زوارها ما نسبته ٥١٤٪ من السياح المغادرين، (٣٨٨٪) من مجموع الزيارات للاقليم جدول رقم (٣-١). وتأتي أهمية هذا الاقليم كذلك لوجود أم قيس وغيرها من المواقع السياحية والأثرية.

د- المقومات الدينية

يوجد في الأردن ما يزيد على ٥٠ موقعاً دينياً تتمثل بمقامات وأضرحة الصحابة من المسلمين الذين استشهدوا أثناء الفتوحات الإسلامية، وتنتشر في مختلف مناطق المملكة، إذ يوجد في بلدة المزار (محافظة الكرك) مقامات شهداء معركة مؤتة جعفر بن أبي طالب، وزيد بن حارثة، وعبد الله بن أبي رباح، كما توجد مقامات الصحابة أبي عبيدة عامر بن الجراح، وضرار بن الأزور، وشرحيل بن حسنة، ومعاذ بن جبل وزيد بن أبي سفيان في الأغوار الشمالية، هذا بالإضافة لمزارات قبور الأنبياء شعيب وهود ونوح وهارون.

هـ- المقومات الحضارية

تعكس الأنشطة المختلفة للشعوب المستوى الحضاري لها وتتمثل هذه المقومات على شكل السلوك الانساني أو المنشآت العمرانية والصناعية والتعليمية والمراكز العلمية والثقافية.

وتبرز مدينة عمان الوجهة الحضارية للأردن بما تحتويه من أنشطة حضارية ومرافق سياحية ومعارض ومتاحف مختلفة كما تعكس الجامعات الأردنية والمرافق العمرانية المنتشرة في مختلف مدن المملكة الوجهة الحضارية للأردن.

٣-٢ المقومات الثانوية

تساند الخدمات السياحية المتوفرة في الأردن العرض السياحي الهادف إلى جذب السياح وتوفير الراحة والخدمة لهم بمستويات ترضي رغباتهم وأذواقهم باختلاف مستوياتهم وثقافتهم، ويتطرق هذا البند إلى أهم الميائل السياحية المتوفرة في الأردن لجميع الأنشطة السياحية، بالإضافة إلى التدريب السياحي والقوى العاملة ومؤسسة القطاع.

٣-٢-١ الفنادق

بلغ عدد الفنادق المصنفة في الأردن ١٥٦ فندقاً مخصصاً للعام ١٩٩٦ منها (٣ خمسة نجوم ديلوكس، ٧ خمسة نجوم، ٩ أربعة نجوم، ٣١ ثلاثة نجوم، ٤٨ نجمتين، و ٥٨ نجمة واحدة) تحتوي على ٩٢٤٦ غرفة و ١٧٤٤٠ سريراً وبطاقة استيعابية قدرت بحوالي ٦٠٤ مليون ليلة. تتركز هذه الفنادق في مدينة عمان، إذ يوجد فيها ما نسبته ٦٢٪ من الفنادق و ٦٥٪ من الغرف، تستوعب ما نسبته ٦٢٪ من الطاقة الاستيعابية لفنادق المملكة، [جدول رقم (٣-٢)].

جدول رقم (٣-٢): توزيع الفنادق المصنفة في المملكة حسب المواقع

لغاية شهر ايلول لعام ١٩٩٦

الموقع	عدد الفنادق	%	عدد الغرف	%	عدد الأسرة	%	الطاقة الاستيعابية	%
عمان	٩٧	٦٢	٥٩٦٥	٦٥	١٠٧٦٧	٦٢	٣٩٢٩٩٥٥	٦٢
العقبة	٢٩	١٩	١٥٨٢	١٧	٣٢٥٥	١٩	١١٨٨٠٧٥	١٩
البيضاء	١١	٧	٩٤١	١٠	١٨٧٦	١١	٦٨٤٧٤٠	١١
الكرك	٢	١	٤٧	١	٩٤	١	٣٤٣١٠	١
عجلون	٢	١	٣٠	٠	٦٠	٠	٢١٩٠٠	٠
اربد	٦	٤	٢٠٨	٢	٤٦٧	٣	١٧٠٤٥٥	٣
دبين	١	١	١٢	٠	٢٤	٠	٨٧٦٠	٠
البحر الميت	٢	١	١٣٠	١	٢٧٢	٢	٩٩٢٨٠	٢
الزرقاء	٢	١	٦٦	١	١٣١	١	٤٧٨١٥	١
الأزرق	٢	١	٤٩	١	٩٨	١	٣٥٧٧٠	١
جرش	١	١	١٠	٣	١٨	٠	٦٥٧٠	٠
ماعين	١	١	٢٠٦	٢	٣٧٨	٢	١٣٧٩٧٠	٢
المجموع	١٥٦	١٠٠	٩٢٤٦	١٠٠	١٧٤٤٠	١٠٠	٦٣٦٥٦٠٠	١٠٠

المصدر: وزارة السياحة والآثار، قسم الاحصاء السياحي.

اما مدينة البتراء السياحية فقد شهدت ازدياداً ملحوظاً في انشاء الفنادق خلال الخمس سنوات الماضية، حيث وصل عدد الفنادق المصنفة فيها إلى ١١ فندقاً أي (٧٪) من المجموع تشتمل على ٩٤١ غرفة فندقية (١٠٪) و ١٨٧٦ سريراً (١١٪)، وبلغت الطاقة الاستيعابية لفنادق البتراء المصنفة ٠.٧ مليون ليلة، أو ما نسبته ١١٪ من الطاقة الاستيعابية الكلية للفنادق المصنفة في الأردن.

وفي مدينة اربد، بلغ عدد الفنادق المصنفة فيها ٦ فنادق، تحتوي على ٢٠٨ غرفة أي (٤٪) من المجموع الكلي للفنادق و ٤٦٧ سريراً وبطاقة استيعابية تبلغ حوالي ١٧٠ الف ليلة.

هذا وتتوزع الفنادق المصنفة بمعدل فندقين في كل من الكرك وعجلون والبحر الميت والزرقاء والأزرق. وفندق واحد في كل من جرش وحمامات ماعين، (جدول رقم ٣-٢).

هذا وتشير بيانات وزارة السياحة والآثار إلى أن عدد الفنادق غير المصنفة عام ١٩٩٦ قد بلغ ١٣٦ فندقاً يتركز معظمها (٦٢٪) في مدينة عمان، تحتوي على ٢٠٨٧ غرفة فندقية و ٤٩٧٩ سريراً.

أ- معدل اشغال الفنادق المصنفة

شهدت الفنادق الأردنية ارتفاعاً في معدلات الاشغال منذ عام ١٩٩٢، حيث ارتفعت من ٣٩٧٪ عام ١٩٩١ إلى ٤٧٣٪ عام ١٩٩٣، ثم إلى ٥٣٧٪ عام ١٩٩٥. ويعزى ذلك لانتهااء حرب الخليج وعودة الاستقرار الامني في المنطقة من جهة، وتوقيع اتفاقية السلام مع اسرائيل في العام ١٩٩٤ من جهة أخرى.

وتأتي مدينة العقبة في المرتبة الثانية في عدد الفنادق المصنفة، حيث بلغ عددها ٢٩ فندقاً أي (١٩٪)، تحتوي على ١٥٨٢ غرفة فندقية (١٧٪) من المجموع الكلي و ٣٢٥٥ سريراً أي (١٩٪) من المجموع. هذا وقد بلغت الطاقة الاستيعابية لفنادق العقبة المصنفة ١.٢ مليون ليلة أو ما نسبته ١٩٪ من الطاقة الاستيعابية الكلية.

هذا وقد سجلت الفنادق من درجة خمسة نجوم ديلوكس أعلى نسبة اشغال في العام ١٩٩٥ (٧٠.٤٪)، تلاها الفنادق من درجة أربعة نجوم (٦٠.٨٪)، ثم الفنادق من درجة خمسة نجوم (٥٣.٨٪). اما الفنادق من درجة ثلاثة نجوم وما دون فقد سجلت ما نسبته ٤٨.٢٪، و ٤٥.٩٪، و ٤٣.١٪ على التوالي، جدول رقم (٣-٣).

ويمكن ان يعزى ارتفاع نسبة الاشغال في الفنادق من درجة أربعة نجوم فأكثر إلى النشاط السياسي والاقتصادي الذي رافق عملية السلام وتمثل بانعقاد مؤتمر عمان الاقتصادي في العام ١٩٩٥.

جدول رقم (٣-٣): نسبة اشغال الغرف الفندقية للسنوات (١٩٩٥-١٩٩٠)

التصنيف	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤	١٩٩٥
خمس نجوم ديلوكس	٤٦,٨٧	٤٢,٦٠	٥٠,٨٠	٥١,١٤	٦١,٩٥	٧٠,٤٤
خمس نجوم	٣٦,٥٧	٣٤,٢٠	٤٧,١٠	٤٣,٤٠	٤٤,٧٠	٥٣,٧٩
اربع نجوم	٤٦,٦١	٣٦,٩٠	٤٨,٧٠	٥٣,١٤	٥٩,٤٥	٦٠,٨٠
ثلاثة نجوم	٤٣,٦٦	٣٧,٩٠	٤٤,٧٠	٤٥,٦٦	٤٨,٨٠	٤٨,١٧
نجمتان	٣٦,٠٢	٤٠,٦٠	٤٥,٨٠	٤٣,٤٨	٤٣,٤٦	٤٥,٨٨
نجمة	٤٤,٠٢	٤٦,٢٠	٤٦,٩٠	٤١,٤٣	٤٥,٠٢	٤٣,٠٦
المعدل السنوي	٤٢,٣	٣٩,٧	٤٧,٣	٤٦,٤	٥٠,٦	٥٣,٧

المصدر: وزارة السياحة والآثار، قسم الاحصاء السياحي، احصاءات غير منشورة.

أما بالنسبة إلى معدل اشغال الأسرة في الفنادق المصنفة، فتشير بيانات وزارة السياحة والآثار إلى أن هذه النسبة قد بلغت ٤٦.٣٪، وذلك عام ١٩٩٥.

ب- مستوى الخدمات الفندقية

يناقش هذا البند مستوى أهم الخدمات الفندقية من وجهة نظر السياح المغادرين الذين اقاموا في الفنادق وبلغ عددهم ٣٥١٢ سائحاً أو ما نسبته ٧٧٪ من السياح المغادرين. وقد قيموا مستوى الخدمات الفندقية بأنها جيدة بشكل عام، اما حسب نوع الخدمة فكانت كما يلي:

١. النظافة

اظهرت النتائج الى ان ٣٦.٧٪ من السياح قد ذكروا بان مستوى النظافة في الفنادق ممتازاً، مقابل ١٢.٥٪ مقبولة و ٢٪ سيئة، جدول [رقم (٣-٤)].

جدول رقم (٣-٤): التوزيع النسبي لمستوى الخدمات الفندقية حسب

نوع الخدمة ومستوى الأداء

نوع الخدمة	نسبة الاجابة*	ممتاز	جيد	مقبول	سيء
النظافة	٩٨,٠	٣٦,٧	٤٨,٨	١٢,٥	٢,٠
نوعية الأكل	٩٤,٦	٣٢,٠	٥٢,٣	١٤,٠	١,٦
ادارة الفندق	٩٤,٣	٣٠,٣	٥٦,٥	١١,٦	١,٦
الاتصالات	٧١,٧	٢٤,٧	٤٩,٠	١٧,٨	٨,٤
توفر المياه	٨٩,٥	٢٢,٣	٥١,٦	٢١,٣	٤,٨
مرافق الفندق	٨٨,٨	٢٥,٨	٥٤,١	١٧,٩	٢,١
تقديم الطلبات	٨٧,٦	٢٨,٥	٥٣,٢	١٥,٣	٣,٠
خدمات أخرى	٦٣,٢	٢٢,٧	٥٣,٦	١٨,١	٥,٧

* محسوبة إلى عدد السياح المغادرين الذين أقاموا في الفنادق وعددهم (٣٥١٢).

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

٠٢ نوعية الطعام

تبين ان ٣٢٪ من اجابات السياح تظهر بان نوعيته ممتازة، في حين اشار ما نسبته ١٤٪ الى ان نوعية الطعام مقبولة، فيما قيمة ما نسبته ١٦٪ منهم بانه سيئاً.

٠٣ الادارة

اما مستوى ادارة الفندق فقد اشار ما نسبته ٣٠٣٪ من السياح ان مستوى الاداء ممتازاً، بينما بين ما نسبته ١٦٦٪ مقبولاً و ١٦٪ بانه سيئاً.

٠٤ الاتصالات

اشار ما نسبته ٢٤٧٪ من السياح الى انها ممتازة، و ١٧٨٪ قالوا بانها مقبولة وبين ما نسبته ٨٤٪ بان مستوى توفر الاتصالات سيئاً، ومما يجدر ذكره بأن هذه النسبة تعتبر الأعلى من ضمن الخدمات التي مستواها سيئاً

٠٥ المياه

اشار ما نسبته ٢٢٣٪ من السياح الى ان مدى توفر المياه في الفنادق ممتازاً وبمقارنة هذا المستوى من التقييم مع باقي الخدمات الفندقية نجد بانها الادنى، إذ أشار ما نسبته ٢١٣٪ بانها مقبولة و ٤٨٪ اعطى لهذه الخدمة تقديراً سيئاً.

٠٦ مرافق الفندق

أشار ما نسبته ٢٥٩٪ من السياح ان مرافق الفنادق التي اقاموا فيها ممتازة، في حين أوضح ما نسبته ١٧٩٪ انها مقبولة و ٢١٪ قالوا بانها سيئة.

مما سبق يتضح بأن أقل الخدمات الفندقية مستوىً هي الاتصالات والمياه، إذ حصلت على ما نسبته ٨٤٪ و ٤٨٪ على التوالي. غني عن القول أن هاتين الخدمتين من أساسيات البنية التحتية التي تهتم المواطن والسائح معاً.

٢-٢-٣ مكاتب السياحة والسفر

تعمل مكاتب السياحة على تنظيم الرحلات السياحية وتسويق الأردن سياحياً وتستقطب السياح بالوسائل الدعائية المختلفة والاتصال المباشر بمروجي ومنظمي الرحلات السياحية وحضور المعارض والمؤتمرات السياحية واعداد الكتب والنشرات والوسائل الدعائية المختلفة المهادفة إلى جذب السياح من مختلف أنحاء العالم. هذا وقد ارتفع عدد المكاتب السياحية في الأردن من ٢١٢ مكتباً عام ١٩٩٠ إلى ٣٧١ مكتباً سياحياً عام ١٩٩٥ ونسبة زيادة بلغت حوالي ٥٧٪ [جدول رقم (٣-٥)]. وجاء هذا الارتفاع لمواكبة زخم الحركة السياحية في السنوات الاخيرة.

٣-٢-٣ متاجر التحف الشرقية

تختص متاجر التحف في بيع وانتاج التحف الشرقية التي تعكس التراث الشرقي والحضارة الشرقية، ويغلب على هذه التحف الأواني النحاسية والفضية والصدفية والخشبية، والأدوات الفخارية والملابس والمطرزات

الوطنية والبسط وغيرها. وتساهم هذه المتاجر في تعظيم الفائدة المرجوة من قطاع السياحة ومساهمة في الناتج المحلي الاجمالي^١.

جدول رقم (٣-٥): المقومات الثانوية لقطاع السياحة للسنوات (١٩٩٠-١٩٩٦)

البند	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤	١٩٩٥	١٩٩٦
فنادق سياحية (عدد الغرف)	٦٣٧٣	٦٣٤٩	٦٧٧٩	٦٩٣١	٧١٨١	٧١٦٩	٩٤٠٦
عدد الأسرة	١٢٢٨٥	١٢٥٢٥	١٣٠٧٩	١٣٢١١	١٣٧١٩	١٣٦٩٥	١٧٧٥٦
مكاتب السياحة والسفر	٢١٢	٢٢٨	٢٨٠	٢٩٨	٣٢٦	٣٧١	٣٩٠
مكاتب تاجر السيارات	٥٤	٥٤	٦٣	٧٥	١٠٠	١٥٤	٢٣٧
عدد السيارات السياحية	٨٤٠	٨٤٠	٩٥٠	١١٠٠	١٨١٠	٢٣٥٠	٣٢١٠
رواحل التزاور وسوعة	٣٧٧	٣٩١	٣٨٦	٣٨٥	٣٨٧	٣٨٧	٣٨٧
متاجر التحف الشرقية	١٠٧	١٠٧	١١٢	١٢٧	١٤٢	١٥٣	١٥٩
الأدلاء السياحيين	١١١	١٥٧	١٩٢	٢٤٠	٣١٧	٤١٤	٦١٨
شركات النقل السياحي	١	١	١	١	١	٢	٣

المصدر: وزارة السياحة والاثار.

^١ لمزيد من التفصيل يلاحظ الفصل الرابع من هذه الدراسة.

^{*} لمزيد من التفصيل أنظر، الملحق رقم (٣-٢).

فقد ارتفع عدد هذه المتاجر من ١٠٧ متجراً موزعة على مختلف مناطق المملكة في العام ١٩٩٠ إلى ١٥٣ متجراً في العام ١٩٩٥، وبنسبة زيادة قدرت بحوالي ٤٣٪.

٣-٢-٤ مكاتب تأجير السيارات

تساهم مكاتب تأجير السيارات السياحية في زيادة مرونة تنقل السياح بين المواقع السياحية في الأردن، وقد ارتفع عددها من ٥٤ مكتباً عام ١٩٩٠ إلى ١٥٤ مكتباً عام ١٩٩٥، كما ازداد عدد السيارات السياحية من ٨٤٠ سيارة إلى ٢٣٥٠ سيارة، أي بنسبة زيادة قدرها ٢٨٠٪ وتعود هذه الزيادة الى عدة عوامل اهمها التسهيلات التي قدمتها الحكومة الى هذه المكاتب لتفعيل دورها في تنشيط الحركة السياحية.

ومما يجدر ذكره، أن السيارات السياحية سلاح ذو حدين، فهي تسهل مهمة السائح والمواطن اذا ما تم استغلالها للهدف الذي وجدت من أجله، وبنفس الوقت تعمل على زيادة نسبة حوادث السير وبخاصة اذا ما استغلت من قبل الفئات العمرية غير المسؤولة ولغير الأهداف التي وجدت من أجلها.

٣-٢-٥ الأدلاء السياحيين

يساهم الدليل السياحي في التعريف بالمقومات السياحية وابرازها بشكل منسق ويعظم الفائدة التي يطلبها السائح من أهداف زيارته إلى الأماكن السياحية. ويحصل الدليل السياحي على تصريح مزاولة المهنة بعد ان

يؤهل وفقاً للشروط والمعايير التي تحددها وزارة السياحة ويجتاز الدورات والامتحانات المخصصة لذلك. كما تعقد الجامعة الأردنية عدد من الدورات التدريبية على مدار السنة للأدلاء السياحيين، بالإضافة إلى المعهد الثقافي الفرنسي وغيرها من الجهات المهتمة.

٣-٢-٦ رواحل البتراء وسويمة

تساهم الرواحل في نقل السياح داخل المناطق الاثرية في كل من مدينة البتراء الاثرية ومنطقة سويمة السياحية على البحر الميت. وتزيد هذه الرواحل متعة السائح في التجوال بين المعالم الاثرية والسياحية في هذين الموقعين، وبلغ عدد هذه الرواحل ٣٧٧ راحلة عام ١٩٩٠ ارتفع إلى ٣٨٧ راحلة عام ١٩٩٥، أي بنسبة زيادة مقدارها ٢٥٪ فقط، ويعود هذا الارتفاع الطفيف نسبياً إلى عدم الاقبال على هذه الوسيلة للتنقل، وبخاصة من قبل المجموعات السياحية.

٣-٢-٧ شركات النقل السياحي

تساهم شركات النقل السياحي بتسهيل تنقل السياح والمجموعات السياحية داخل الاردن، وفي تنظيم رحلات سياحية داخلية الى المناطق السياحية. كما عملت هذه الشركات على تسيير حافلات بشكل منتظم الى بعض الدول المجاورة مثل سوريا والسعودية والعراق واسرائيل. وقد تأسست أولى هذه الشركات وهي شركة النقلات السياحية الاردنية-جت عام ١٩٧٣ وبلغ عدد حافلاتها ١٥٠ حافلة عام ١٩٩٥ وقامت على خدمة ٦١٧٥٤١ راكباً في ذلك العام. كما وتأسست عام ١٩٩٥ شركة الفا للنقل

السياحي وبلغ عدد حافلاتها ٨٠ حافلة. وفي عام ١٩٩٦ أنشأت شركة برّا للنقل السياحي وبلغ عدد حافلاتها ٤٠ حافلة.

٨-٢-٣ النقل الجوي

أما في مجال النقل الجوي، فتشكل الملكية الأردنية أهم وأقدم المؤسسات المحلية في هذا الحقل، حيث تمتلك ١٧ طائرة، منها ١٤ لنقل الركاب. وبلغ عدد الركاب اللذين تم نقلهم على هذه الخطوط حوالي ١٣ مليون مسافراً عام ١٩٩٥. وتنظم هذه المؤسسة حوالي ٢٦٢ رحلة سنوياً من مطار الملكة علياء الدولي إلى ما يزيد على ٤٤ مدينة في مختلف أرجاء العالم.^٧

٩-٢-٣ العاملون في القطاع السياحي*

يساهم القطاع السياحي في تشغيل الأيدي العاملة الأردنية، إلا أن حجم هذه المساهمة يصعب قياسه بأرقام محددة وذلك لتداخل القطاع السياحي مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، ويشكل العاملون في النشاط السياحي بشكل مباشر ما نسبته ١١٪ من القوى العاملة الأردنية في مختلف القطاعات الاقتصادية.^٨

وقد ارتفع عدد العاملين في النشاط السياحي من ٨٢٥٢ عاملاً عام ١٩٩٠ إلى ١٠٠٦٥ عاملاً عام ١٩٩٥ وبمعدل زيادة بلغت ٣٦٪ سنوياً.

^٧ دائرة الإحصاءات العامة، النشرة الإحصائية السنوية ١٩٩٥، ص ٢١٤.

Ministry of Tourism, Tourism Development Plan in Jordan, 1996, p3-19.

* ملاحظة: لقد تم استثناء العاملين في المطاعم نظراً لعدم توفر المعلومات الكافية، إلا أن وزارة السياحة والآثار قلّرت عددهم حديثاً بحوالي ٣٨٤٠ عاملاً عام ١٩٩٦.

^٨ جامعة اليرموك، دور قطاع السياحة في الاقتصاد الأردني، مؤتمر الاقتصاد الرابع، آيار ١٩٩٦، (ورقة عمل).

خلال الفترة ١٩٩٠-١٩٩٥. ويعمل الجزء الأكبر من العاملين في هذا القطاع في الفنادق السياحية إذا بلغ عددهم حوالي ٦٢٩١ عاملاً عام ١٩٩٥ أو ما نسبته ٦٢٪ من عدد العاملين في هذا القطاع، ومما يجدر ذكره، أن حوالي ٩٠٪ من العاملين في الفنادق من الذكور، كما شكلت العمالة المحلية ٨٣٪ من مجموع العاملين في الفنادق. وتأتي أهمية مكاتب السياحة والسفر في المرتبة الثانية في تشغيل الأيدي العاملة في قطاع السياحة إذ قدر عددهم ١٦٥٨ عاملاً عام ١٩٩٥ وتزايدت القوى العاملة في هذه المكاتب بمعدل زيادة سنوية بلغت ١١٪ سنوياً.

هذا وقد بلغ عدد العاملين في متاجر التحف الشرقية ٢١٢ عاملاً عام ١٩٩٠ ارتفع عددهم إلى ٣٠٠ عاملاً عام ١٩٩٥ وبمعدل زيادة سنوية قدر بحوالي ٧٪ في نفس الفترة. كما قدرت مساهمة هذه المتاجر في تشغيل ما نسبته ٣٪ من العاملين في الأنشطة السياحية للعام ١٩٩٥.

كما ازداد عدد الأدلاء السياحيين من ١١١ دليلاً في العام ١٩٩٠ إلى ٤١٤ دليلاً في العام ١٩٩٥. وبلغت أهميتهم النسبية إلى إجمالي العاملين في النشاط السياحي حوالي ٤٪. وزادت أعداد مرافقي الرواحل من ٣٧٧ مرافقاً عام ١٩٩٠ إلى ٣٨٧ مرافقاً عام ١٩٩٥، مشكلين ما نسبته ٤٪. كما وساهمت شركات النقل السياحي بتشغيل ما نسبته ٤٪ من إجمالي العاملين في النشاط السياحي للعام ١٩٩٥. (جدول رقم ٣-٦).

^٩ يعقوب بدر وفوزي صادق، الواقع الاقتصادي والإداري لقطاع الفنادق في الأردن، كانون ثاني ١٩٨٩، ص

وتشير احصاءات وزارة السياحة والآثار إلى أن عدد العاملين في جميع الأنشطة والمرافق السياحية (باستثناء المطاعم) قد ازداد ونسبة ١٠,٣٪ عام ١٩٩٦، حيث بلغ عددهم حوالي ١١٣٥٦ عاملاً.

جدول رقم (٣-٦): العاملون في الأنشطة السياحية (١٩٩٠-١٩٩٦)

البيان	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤	١٩٩٥	١٩٩٦
فنادق سياحية	٥٨١٤	٥٨٨٠	٥٩٩٩	٤٩٣٦	٥٠٣٣	٥٧٥٧	٦٣٨١
فنادق غير مصنفة	٣٦٠	٣٧٤	٣٩٩	٤٤٤	٤٦٢	٥٣٤	٥٦٦
مكاتب السياحة والسفر	٩٩٥	١٠٥٩	١٢٦٤	١٣٦٥	١٤٧٨	١٦٥٨	١٧٥٨
مكاتب تاجير السيارات	١٦٨	١٧٠	٢٠٠	٢٥٠	٤٠٠	٦٠٠	٨٢٣
متاجر الترفيه الشرقية	٢١٢	٢١٢	٢٢٠	٢٥٠	٣٠٠	٣٣٥	٣١٨
الأدلاء السياحية	١١١	١٥٧	١٩٢	٢٤٠	٣١٧	٤١٤	٦١٨
مرافقي الرواحل	٣٧٧	٣٩١	٣٨٦	٣٨٥	٣٨٧	٣٨٧	٣٧٨
شركاء سياحي	٢١٥	٢١٠	٢٠٨	٢٣٥	٢٧٥	٣٨٠	٥٠٥
المجموع	٨٢٥٢	٨٤٥٣	٨٨٦٨	٨١٠٥	٨٦٥٢	١٠٠٦٥	١١٣٥٦

المصدر: وزارة السياحة والآثار.

٣-٢-١٠ التدريب

الإعداد والتدريب للموارد البشرية من الأمور الأساسية في رفع الكفاءة وتحسين مستوى الاداء، وقد كانت الفنادق في الاردن تعتمد بشكل كبير على الايدي العاملة الوافدة، ولكن مع انتشار مراكز التدريب المتخصصة فقد تم العمل على احلال العمالة المحلية محل الأجنبية في هذا القطاع. وقد لاقت هذه البرامج اقبالاً على هذا النوع من العمل نتيجة للنشاط السياحي في

الفترة الاخيرة. كما ان النمو المتوقع في قطاع السياح يفترض وجود كوادر مدربة تدريباً فنياً عالياً.

اما أهم المؤسسات التي تعمل على التدريب والتعليم في مجال السياحة فهي^{١١}:

١. جامعة العلوم التطبيقية: وهي الجامعة الوحيدة في الاردن التي تضم بين تخصصاتها التعليمية مواضيع تتعلق في مجال السياحة، حيث تقدم تخصص الادارة الفندقية. وقد تم تخريج الفوج الاول من هذه الجامعة عام ١٩٩٥ منهم ٧ خريجين في تخصص الادارة الفندقية.

٢. الجامعات خارج الاردن: تشير بيانات وزارة التعليم العالي الى ان الشهادات التي تم معادلتها في مجال السياحة (فندقية، سياحة، اقتصاد سياحي، شراب وطعام) قد بلغ عددها ١٠ شهادات عام ١٩٩٢ انخفض إلى النصف عام ١٩٩٥ (٥ شهادات)، ويعود ذلك لارتفاع تكاليف الدراسة في الخارج في الفترة الاخيرة.

٣. كليات المجتمع: بلغ عدد الكليات المتوسطة التي تعمل على التدريب والتدريس في مجال السياحة كليتان.

أ- الكلية الفندقية: يوجد في هذه الكلية تخصص الايواء وتخصص طعام وشراب. وقد تخرج من هذه الكلية (٢٢٣) خريجاً خلال الفترة (١٩٩١-١٩٩٥). وقد تم تحويل الكلية مؤخراً إلى القطاع الخاص بهدف تفعيل دورها واعطاءها

^{١١} وزارة السياحة والآثار، قسم التخطيط والدراسات، أرقام ومعلومات غير منشورة.

المرونة الكافية في تحسين مستوى أداء الخريجين في مختلف الأنشطة السياحية.

ب- الكلية الجامعية المتوسطة: وتضم تخصص ادارة ايواء وادارة الطعام والشراب، وقد تخرج من هذه الكلية ٦٠ خريجاً تخصص ادارة ايواء و ٩٠ خريجاً تخصص ادارة الطعام والشراب. ويبلغ عدد الطلاب حالياً في مستوى السنة الاولى ١١٨ طالبا وطالبة، وعدد الطلاب في مستوى السنة الثانية ٣٢ طالبا وطالبة والذي يتوقع تخرجهم في نهاية العام. وتعمل هذه الكلية على تدريب طلبتها داخل الكلية نفسها.

٤. مراكز التدريب المهني: عدد مراكز التدريب المهني حوالي ٣٢ مركزاً موزعة على مختلف مناطق المملكة، تدرس وتدرّب مواضيع مختلفة منها، خدمة الطعام وانتاج الطعام والتدبير المنزلي والايواء والاستقبال. وتصنف برامج التدريب المهني كما يلي:

أ- برنامج التلمذة المهنية: مدة هذا البرنامج ثلاث سنوات السنة الاخيرة منها تدريب عملي، ويمنح الخريج شهادة الثانوية التطبيقي، وقد بلغ عدد الخريجين من هذا البرنامج حوالي ١٦٨١ خريجاً خلال الفترة ١٩٨٣-١٩٩٥.

ب- برنامج التدريب المتوسط: مدة هذا البرنامج سنة واحدة ويشترط ان يكمل المنتسب لهذا البرنامج الصف السابع قبل الالتحاق بالبرنامج، وقد تم تخرج ٤١٩ متدرباً في الفترة ١٩٨٣-١٩٩٥.

ج- برنامج التدريب القصير: مدة البرنامج تتراوح بين ثلاثة الى ستة اشهر، وقد تخرج من هذا البرنامج ٧٩٩ متدرباً خلال الفترة ١٩٨٣-١٩٩٥، ويشترط لهذا البرنامج ان يلزم المنتسب بالكتابة والقراءة فقط قبل الالتحاق به.

٥. مؤسسات أخرى: هنالك العديد من مراكز التدريب السياحي لمختلف الأنشطة السياحية، تابعة إلى القطاعين العام والخاص ومنها مركز تدريب جمعية وكلاء السياحة والسفر، ومؤسسة نور الحسين، وصندوق الملكة علياء، وجامعة الزيتونة.

٣-٣ مؤسسة القطاع

نظراً لأهمية قطاع السياحة ومساهمته في الاقتصاد الوطني ككل، بالإضافة لتداخله مع العديد من الجهات الرسمية والخاصة، فقد بدأ الاهتمام بتنظيم هذا القطاع منذ بداية الستينات تمثلت بإنشاء سلطة السياحة التي سميت فيما بعد بوزارة السياحة والآثار، هذا بالإضافة للعديد من الجهات غير الرسمية المهتمة بقطاع السياحة.

٣-٣-١ وزارة السياحة والآثار^{١١}

انشئت وزارة السياحة ولأول مرة كوزارة مستقلة في عام ١٩٦٧، بعد ان كانت تسمى سلطة السياحة منذ عام ١٩٦٠. ولعل من أهم أهداف هذه الوزارة تشجيع السياحة وتطويرها وتنمية الموارد السياحية واستثمارها

^{١١} وزارة السياحة والآثار، قانون وزارة السياحة لعام ١٩٨٨.

لزيادة مساهمتها في الاقتصاد الوطني ونشر التفاهم بين الشعوب، وذلك من خلال المحافظة على المواقع السياحية وتطويرها، وترخيص المهن السياحية وتصنيفها، ووضع البرامج الشاملة والمتكاملة لتسويق الأردن سياحياً، وتسهيل المعاملات المتعلقة بالسياح مع الجهات المعنية، هذا بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية وتوفير الكوادر والامكانيات الفنية اللازمة للمهن السياحية واعداد الدراسات المتعلقة بتطوير المهن السياحية وتنميتها.

ويشرف على السياسات العليا لهذه الوزارة المجلس الأعلى للسياحة ولجنة السياحة.

أ- المجلس الأعلى للسياحة^{١٢}

يتكون هذا المجلس من ١٣ عضواً برئاسة وزير السياحة والآثار، منهم ٣ أعضاء من القطاع الخاص وذوي الخبرة وممارسي المهن السياحية، ويهدف هذا المجلس إلى وضع السياسة العامة للقطاع والنظر في مشروعات القوانين والأنظمة السياحية ووضع المقترحات العامة للاتفاقيات السياحية الدولية والنظر في إنشاء مراكز التدريب السياحي والفندقي ووضع أسس ترخيص المهن السياحية وتحديد أسعار الخدمات السياحية بالإضافة إلى وضع أسس الحوافز اللازمة للتسويق السياحي.

^{١٢} المصدر السابق، المادتين (٥) و (٦).

ب- لجنة السياحة

تتألف هذه اللجنة من (٧) أعضاء برئاسة أمين عام وزارة السياحة منهم اثنان من المهن السياحية في القطاع الخاص. ومن أهدافها ترخيص المهن السياحية وتصنيفها والنظر في المخالفات المهنية واية أمور أخرى يعرضها وزير السياحة على اللجنة^{١٣}.

٣-٣-٢ المؤسسات العامة ذات العلاقة

تتداخل صلاحيات ومهام أكثر من مؤسسة وجهة مع مسؤوليات وزارة السياحة حسب طبيعة عملها ومهامها، وأهم هذه المؤسسات ما يلي:

١. سلطة وادي الأردن: تهدف هذه المؤسسة إلى تنمية وتطوير منطقة وادي الأردن ومصادر المياه فيه. وتعكف على وضع خطة لتطوير المنطقة بجميع قطاعاتها بما فيها المشاريع السياحية منذ عام ١٩٩٤.
٢. سلطة اقليم العقبة: تعتبر هذه المؤسسة الجهة المخولة في تنمية وتطوير الاقليم بما فيه وضع خطة سياحية متكاملة وخاصة منطقة الساحل الجنوبي ووادي رم.
٣. المؤسسة الأردنية للاستثمار: وهي مؤسسة حكومية تساهم في ملكية العديد من الفنادق والاستراحات السياحية.

^{١٣} المصدر السابق، المادتين (٧) و (٨).

٤. دائرة الاستثمارات السياحية: ترتبط هذه المؤسسة مع مؤسسة الضمان الاجتماعي وتمتلك وتساهم في العديد من الاستثمارات السياحية مثل فندق العقبة وفندق بتراء فورم وفندق عمرة والعديد من الاستراحات والمناطق السياحية في مختلف مناطق المملكة.

٥. الملكية الأردنية: تعد الملكية الأردنية من المؤسسات الهامة في تسويق وترويج الأردن سياحياً.

٦. سلطة الطيران المدني: وهي الجهة المشرفة مباشرة على مطاري الملكة علياء الدولي والعقبة الدولي.

٣-٣-٣ مؤسسات القطاع الخاص

تساهم المؤسسات السياحية العاملة في القطاع الخاص في تنشيط وتنظيم العملية السياحية في مختلف الأنشطة السياحية داخل وخارج الأردن ومن أهمها:

- جمعية وكلاء السياحة والسفر
- جمعية الفنادق الأردنية
- جمعية متاجر التحف الشرقية
- جمعية الأدلاء السياحيين
- جمعية المطاعم الأردنية
- هيئة تنشيط السياحة

٣-٤ الخلاصة

١. يعتبر التكامل بين المقومات الطبيعية في الاردن ميزة نسبية له في جذب السائح وتعظيم دور الاقليم السياحي على المستوى العالمي، اذ يقع ضمن اكبر الاقاليم السياحية المهمة والذي يمتد من تركيا ومروراً بسوريا ولبنان ثم فلسطين ومصر.

٢. تشكل الاماكن التاريخية والاثرية مثل ام قيس وجرش والبتراء والقلاع والقصور الصحراوية اهمية في العرض السياحي لـلاردن كمنطقة تعاقبت عليها الحضارات من اقدم العصور المعروفة، بالاضافة الى المقومات الدينية والحضارية البارزة.

٣. اما مقومات العرض السياحي فتتمثل بالانشطة السياحية المتعددة كالفنادق ووكالات السياحة والسفر وغيرها. فقد بلغ عدد الفنادق المصنفة في الاردن ١٥٦ عام ١٩٩٦ تحتوي على حوالي ٩٢٤٦ غرفة و ١٧٤٤٠ سريراً وبطاقة استيعابية قدرت بحوالي ٤ مليون ليلة في السنة. تتركز الفنادق المصنفة في مدينة عمان اذ يوجد فيها ٦٢٪ ومدينة العقبة ١٩٪ والبتراء ٧٪ وفي مدينة اربد ٤٪ من الفنادق المصنفة. هذا وقد بلغ عدد فنادق الخمس نجوم ديلوكس ٣ فنادق و ٧ فنادق خمس نجوم و ٩ فنادق اربع نجوم و ٣١ فندقاً في مستوى ٣ نجوم و ٤٨ فندقاً مصنفة بنجمتان و ٨٥ فندق نجمة واحدة عام ١٩٩٦.

٤. ارتفعت معدلات الاشغال الفندقية من ٤٠٪ عام ١٩٩١ الى ٥٢٪ عام ١٩٩٥ في الفنادق المصنفة.

٥. تشير نتائج المسح الميداني في المراحل الثلاثة لهذه الدراسة الى مستويات الخدمات في الفنادق المصنفة في الاردن والتي عكست مستوى الخدمات واداء الفنادق التي اقام فيها السياح واهم الملاحظات تمثلت في تدني التقييم لخدمة الاتصالات وتوفر المياه في الفنادق المصنفة.

٦. ارتفع عدد مكاتب السياحة والسفر من ٢١٢ مكتباً عام ١٩٩٠ الى ٣٧١ عام ١٩٩٥ كما ازداد عدد متاجر التحف الشرقية من ١٠٧ متجراً عام ١٩٩٠ الى ١٥٣ متجراً عام ١٩٩٥ كما ارتفع عدد بقية الأنشطة السياحية الأخرى نظراً لزيادة الحركة السياحية في الفترة الاخيرة.

٧. ارتفع اعداد العاملين في النشاط السياحي بشكل مباشر من ٨٢٥٢ عاملاً عام ١٩٩٠ الى ١٠٠٦٥ عاملاً عام ١٩٩٥ وبمعدل زيادة سنوية بلغت ٣٦٪. وارتفع عددهم إلى ١١٣٥٦ عاملاً عام ١٩٩٦.

٨. تساهم كل من جامعة العلوم التطبيقية وجامعة الزيتونة والكلية الفندقية والكلية الجامعية المتوسطة وجمعية وكلاء السياحة والسفر بالاضافة الى مراكز التدريب المهني في اعداد وتدريب العمالة في قطاع السياحة بهدف رفع الكفاءة وتحسين مستوى الاداء للعاملين.

٩. تشرف وزارة السياحة والآثار على الأنشطة السياحية بالتعاون والتنسيق مع بعض المؤسسات العامة والخاصة ذات العلاقة. ويذكر هنا ان الحكومة عاكفة على استصدار قانون السياحة الجديد بهدف وضع مجموعة عن الأنظمة والقوانين لتفعيل دور وزارة السياحة والآثار بشكل يتلائم مع معطيات المرحلة الحالية والمستجدات على الساحة الاقليمية والدولية بشكل عام.

الفصل الرابع

واقع الصناعات التقليدية السياحية في الأردن

نظراً للنشاط الذي تشهده الحركة السياحية في المنطقة، فإن الحاجة لدراسة واقع الصناعات التقليدية السياحية أصبحت ملحة، نظراً لدورها في الاقتصاد الوطني وتشغيل الأيدي العاملة، ولما تتمتع به من ارتفاع في نسبة القيمة المضافة، لأنها تقوم على استغلال الموارد المحلية من مادية وبشرية بصورة رئيسية.

هذا، وسيتطرق هذا الفصل الى تحليل واقع الصناعات التقليدية السياحية من خلال عددها ونوعها حسب المحافظات والقوى العاملة فيها، ومن حيث الكيان القانوني لهذه الصناعات، ومصادر المواد الأولية والآلات المستعملة فيها، بالإضافة الى عملية التصدير والاستيراد، ومعدل دخل العاملين فيها، وما تواجهه هذه الصناعات من مشاكل وطرق التغلب عليها، كما سيتم استعراض جودة هذه الصناعات ومدى تناسب ذلك مع أسعارها وذلك حسب رأي السياح.

٤-١ الصناعات التقليدية حسب العدد والنوع والمحافظة

تعدد الصناعات التقليدية بحيث تشمل الصناعات الزجاجية. بمختلف أنواعها (الزجاج اليدوي، الزجاج النبطي، الزجاج المنفوخ، الرسم والنقش على الزجاج والمرايا والفسيفساء الزجاجية) وصناعات السجاد والبسط والخزفيات وأعمال النقش وغيرها من الصناعات اليدوية.

ولغايات المقارنة وشيوع استعمال بعض أنواع هذه الصناعات، فقد تم تصنيفها إلى ١٣ نوعاً وذلك تبعاً لنوع الانتاج وهي الصناعات النحاسية، الخزفية، البسط والسجاد، الخشبية (خشب الزيتون)، زجاجات الرمل، أعمال النقش،

الفضيات، الملابس التقليدية، المطرقات، المنسوجات، الصوفيات، الفرو والجواعد، الشباري الخناجر والسيوف. احتلت صناعة البسط والسجاد المرتبة الأولى من حيث الأهمية نسبة (٢٣,٤٪) من إجمالي عدد الصناعات، تلاها من حيث الأهمية المطرقات والخزفيات ونسبة ١٦,٦٪ و ١٢,٦٪ على التوالي. ويذكر أن السبب الرئيسي للتوسع بصناعات السجاد والبسط والمطرقات عائد لاهتمام المؤسسات التطوعية بهذه الصناعات وتشجيعها بأعتمادها من المشاريع الأسرية المدرة للدخل وتوفير فرص العمل وخاصة للاناث.

تتركز الصناعات التقليدية بمحافظة العاصمة، (٤٩,٧٪) وذلك لتوفر إمكانية التسويق منها، تليها من حيث الأهمية محافظات العقبة واربد ومادبا ونسبة ١١,٤٪ ، ١٠,٣٪، و ١٠,٣٪. على التوالي، جدول رقم (٤-١). ويمكن أن يعزى ارتفاع النسبة في العقبة لكونها منطقة سياحية هامة وقربها من البتراء ووادي رم. ويعود ارتفاع نسبة الصناعات في مادبا بسبب سيطرة صناعة السجاد والبسط التي يشجعها وينميها مشروع بني حميدة، وفي محافظة اربد تنتشر صناعة الفرو والجواعد وصناعة الشباري والخناجر والسيوف. ومما يجدر ذكره أن محافظة عجلون وعلى الرغم من اعتبارها موقعاً سياحياً ووجود موقع أثري مهم فيها، إلا أنه لا يوجد بها أية صناعة من الصناعات التقليدية السياحية.

٤-٢ القوى العاملة في الصناعات التقليدية

بلغ حجم القوى العاملة في الصناعات التقليدية حسب العينة ١٣٢٧ عاملاً، شكلت الإناث ما نسبته ٦١,٤٪ منهم، ويعود ارتفاع هذه النسبة نتيجة للاهتمام الذي تلاقه صناعات البسط والسجاد، المطرزات، والمنسوجات، وأعمال القش من قبل المؤسسات التطوعية، وهذه الصناعات بدورها تعتمد على القوى العاملة النسائية أكثر من اعتمادها على الذكور من جهة، واهتمام المؤسسات التطوعية نفسها بتفعيل دور المرأة الأردنية وزيادة مساهمتها في العمل المنتج من جهة أخرى. حيث نجد أن الإناث العاملات في هذه الصناعات يشكلن ما نسبته ٨٠,٥٪ من مجموع الإناث العاملات في جميع الصناعات التقليدية، وما نسبته ٧٣,٤٪، ٨٧,٦٪، ٦٣,٨٪، و ٧٦,٢٪ من جميع العاملين في هذه الصناعات على التوالي (جدول رقم ٤-٢).

أما الذكور (٣٨,٦٪)، فيتركزون في صناعات الخزفيات، البسط والسجاد، النحاسيات، والصدفيات، حيث يشكلون ما نسبته ٦٨,٢٪ من الذكور العاملين في الصناعات التقليدية. ومما يذكر هنا أن نسبة عالية من العمالة الوافدة العربية يعملون في صناعة البسط والسجاد حيث يشكلون ما نسبته ٥٧,٤٪ من الذكور العاملين في هذه الصناعة. أما صناعات الفرو والجواعد وصناعة الشباري والخناجر والسيوف فهي تعتمد بشكل كلي على الذكور، ويمكن أن يعزى ذلك لمهارات وقدرات خاصة قد لا تستطيع الإناث القيام بها، بالإضافة إلى أن منتجات هذه الصناعات تستعمل في الغالب من قبل الرجال.

جدول رقم (٤-١): التوزيع النكاري للصناعات التقليدية حسب النوع والحافطة

النوع/الحافطة	العاصمة	الزرقاء	البلقاء	أربد	الفرق	جرش	عمشون	عابدين	الكرك	الطفنية	معتا	الغنية	المصوغ	%
النحاسية	١٦	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٠	٠	١٩	١٠٠,٩
الخزفية	١٨	٠	١	١	٠	٠	٠	٠	٠	١	١	٠	٢٢	١٢٠,٦
البسط والسجاد	١٠	١	٣	١	١	٠	٠	٠	٥	١	١	٧	٤١	٢٣٠,٤
الخزفية	٥	٠	٠	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٩	٥٠,١
زخارف الرمال*	٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢	٤	٢٠,٣
أعمال القش	٠	١	٠	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٣	١٠,٧
الصدفيات	٤	٠	٠	٢	٠	٠	٠	٠	٠	١	٠	٢	٣	١٠,٧
اللاص التقليدية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٠	٠	٢	٩	٥٠,١
المطرزات	١٧	٠	٠	٣	٠	١	٠	٠	٢	٢	٠	٢	٣	١٠,٧
المنسوجات	١	٠	١	٢	٠	١	٠	٠	٢	٢	٠	٢	٢٩	١٦٠,٦
الصدفيات	١١	٠	٠	١	٠	٠	٠	٠	٤	١	٠	١	١٢	٦٠,٩
الفرو والجواعد	٢	٠	٠	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١٤	٨٠,١
الشباري والخناجر والسيوف	١	٠	٠	٢	٠	٠	٠	٠	١	٠	٠	٠	٧	٤٠,١
المصوغ	٨٧	٢	٥	١٨	١	٢	٠	٠	١٣	٧	٢	٢٠	١٧٥	١٠٠,٠
%	٤٩,٧	١,١	٢,٩	١٠,٣	١٠,٦	١,١	٠,١	١٠,٣	٧,٤	٤,١	١,١	١١,٤	١٧٥	١٠٠,٠

* المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٥. تشمل فقط الحلات المخصصة بهذا النوع والتي تم زيارتها.

جدول رقم (٤-٢): توزيع العاملين في الصناعات التقليدية حسب نوع الصناعة

والجنسية والجنس

النوع	أردنيون		عرب		المجموع	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث
النحاسية	٥٠	١٠	١٠	٠	٦٠	١٠
الخزفية	١٠٦	٨٢	١٨	٠	١٢٤	٨٢
البسط والسجاد	٤٦	٢٩٨	٦٢	٠	١٠٨	٢٩٨
الخشبية	٢٢	١٣	٤	٠	٢٦	١٣
زجاجات الرمل	١٠	٥	١	٠	١١	٥
اعمال القش	٤	١٦	١	٠	٥	١٦
الفصريات	١٠	٢٩	٠	٠	١٠	٢٩
الملابس التقليدية	٩	٥	٣	٠	١٢	٥
المطرزات	٢٨	٢٨٢	١٢	٠	٤٠	٢٨٢
المنسوجات	٢٦	٦٠	٨	٠	٣٤	٦٠
الصدفيات	٥٣	١٥	٤	٠	٥٧	١٥
الفرويات والجواعد	٨	٠	٧	٠	١٥	٠
الشبابي والخنجر والسيوف	١٠	٠	٠	٠	١٠	٠
المجموع	٣٨٢	٨١٥	١٣٠	٠	٥١٢	٨١٥
%	٢٨,٨	٦١,٤	٩,٨	٠,٠	٣٨,٦	٦١,٤

* النسب المئوية محسوبة لمجموع القوى العاملة والبالغ ١٣٢٧ .

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٥.

تساهم الأيدي العاملة الماهرة المتعلمة في تطوير وتحسين انتاج الصناعات التقليدية ورفع مستواها، حيث اشارت نتائج المسح الميداني لهذه الدراسة ان ٢٧,٧٪ من اجمالي العاملين في الصناعات التقليدية السياحية يعملون مؤهلات علمية ما بعد الثانوية (دبلوم، بكالوريوس)، ويتركز معظمهم في صناعة البسط والسجاد وصناعة المطرزات. ويمكن أن يعزى ذلك، الى اهتمام المؤسسات التطوعية في هاتين الصناعتين، وبالتالي وجود المشرفين والمديرين من قبل هذه المؤسسات وخاصة إذا ما علم أن حوالي ٢٧,٤٪ من الأفراد والمؤسسات العاملة في الصناعات التقليدية يتبعون بشكل او بأخر الى المؤسسات التطوعية. وتشكل الإناث ما نسبته ٥٤,٦٪ من العاملين في هذا المستوى (ما بعد الثانوي)، ويتركز معظمهم في صناعة البسط والسجاد (٥٦,٥٪)، وصناعة المطرزات (٨١,١٪).

يشكل الاميون ما نسبته ٢٤,٩٪ من اجمالي العاملين في هذه الصناعات، ٨٩,٧٪ منهم من الاناث.

أما بالنسبة للمستويات التعليمية الاخرى (ما بين الثانوي والاممي) والتي تشكل ما نسبته ٤٧,٧٪ من اجمالي العاملين، فإن ارتفاع هذه النسبة يمكن أن يعزى الى أن الصناعات التقليدية السياحية أصبحت تعامل كمهنة مدرة للدخل اكثر منها كحرفة مكتسبة لتلبية الاحتياجات الفردية والأسرية فقط. وهذا التحول يتطلب بدوره متابعة متغيرات سوق هذه الصناعات الذي يتطلب بدوره الإلمام بالقراءة والكتابة كحد ادنى.

٤-٣ الصناعات التقليدية حسب النوع والكيان القانوني حسب الترخيص

تعتمد الصناعات التقليدية السياحية في إنتاجها على المجهودات الفردية بالدرجة الأولى، حيث بلغ عدد الصناعات ذات الملكية الفردية ٩٩ أي ما نسبته ٥٦,٦٪ من مجموع الصناعات، تلتها في المرتبة الثانية الصناعات التي تديرها الجمعيات والمؤسسات التطوعية، حيث بلغ عددها ٤٨ صناعة، أي ما نسبته ٢٧,٤٪ من المجموع الكلي، وقد تركز اهتمام هذه المؤسسات في صناعات البسط والسجاد، المطرزات، والخزف، حيث شكلت ما نسبته ٢٩,٣٪، ٣٤,٥٪، و ٤٢,٦٪ من إجمالي هذه الصناعات على التوالي، وشكلت ما نسبته ٢٥٪، ٢٠,٨٪، و ١٨,٧٪ من مجموع الصناعات التابعة لمثل هذه المؤسسات (جدول ٤-٣).

أما عن كيفية اكتساب المهن التقليدية فقد أظهرت نتائج المسح الميداني لهذه الدراسة أن ٥٧,٧٪ من العاملين في هذه الصناعة وخاصة البسط والسجاد والمطرزات قد ورثوها من الأجيال السابقة، ما جاء بعدها من حيث الأهمية النسبية التدريب داخل (المشغل) ١٢٪، أما دور المعاهد والمركز التدريبية فلا يزال محدوداً إذ شكلت (٩,٧٪) فقط. (ملحق رقم ٤-١).

* النسبة المئوية محسوبة لمجموع العاملين في الصناعات التقليدية والبالغ عددهم ١٣٢٧ شخصاً.
المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٥.

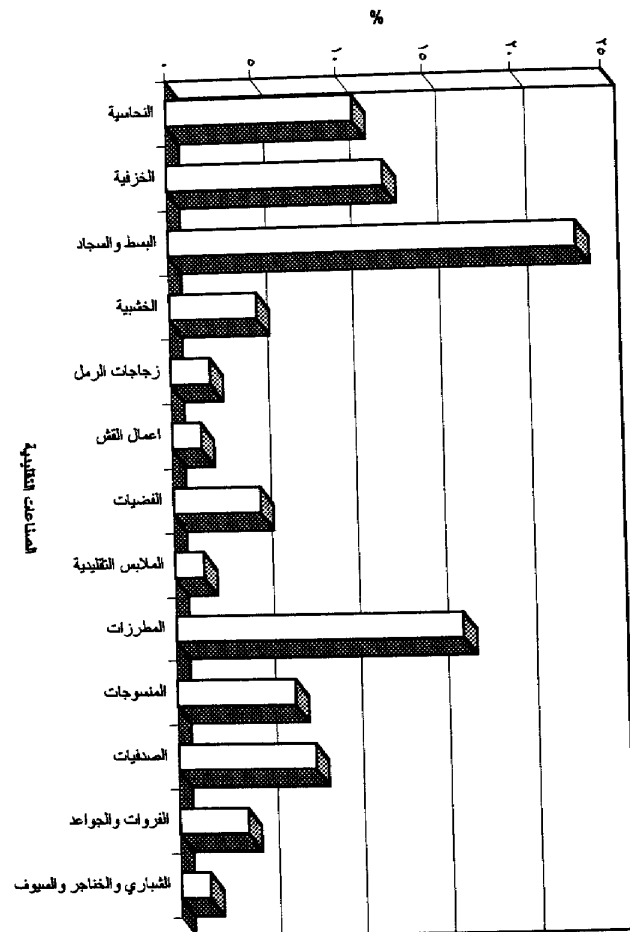
القطاع الفرعي	القطاع الفرعي		القطاع الفرعي		القطاع الفرعي		القطاع الفرعي		القطاع الفرعي		القطاع الفرعي
	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	
النسيج	١٠	٦٠	٥	١٦	٤	١٧	١	١٢	٠	٤	٣
الخزف	٨٢	١٢٤	٣٦	٤٧	١٥	٢٩	٦	١٢	٣	٢٢	٨
البسط والسجاد	٣٩٨	١٠٨	٥٣	٤٠	٥٨	٢٧	٠	٣	١	١٢	١٣
الخزف	١٣	٢٦	١	٦	١١	١٦	٠	١	١	١	١
زجاجات الألم	٥	١١	٠	١	٠	٣	٠	٣	٢	٢	٢
أعمال الخشب	١٦	٥	٠	٠	٠	١	٠	٠	٢	١٢	١
الصناعات	٢٩	١٠	١	١١	٣	٢	٢	١	٣	٠	٠
الاديس التقليدية	٥	١٣	٤	٥	٢	٠	٠	٠	٣	٠	٠
المطرزات	٢٨٣	٤٠	٧٣	١٧	٢٩	١١	١١	٢	٢٨	٣	١
السجاد	٦٠	٢٤	١٥	٦	٤	١٤	٢	٤	٢	٥	٣
المنتجات	١٥	٥٧	٥	١٥	٥	١٧	٠	١٢	٢	١١	٢
الزجاجات والأعمال	٠	١٥	٠	١	٠	٢	٠	٤	٠	٣	٠
النسيج والخشب	٠	١٠	٠	٣	٠	٢	٠	٠	١	٠	٠
المجموع	٨١٥	٥١٢	٢٠١	١٦٧	١٣٩	١٢٠	١١٠	٧٥	٢١	٤٧	٢٩٧
%	٦١,٤	٣٨,٦	١٥,١	١٢,٦	١٠,٥	٩,٠	٨,٣	٥,٦	١,٦	٣,٥	٦,٣

جدول رقم (٤-٣): توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع والكيان القانوني

النوع	الكيان القانوني						%
	فردية	عامة محدودة	مساهمة خاصة	مساهمة عامة محدودة	أخرى	المجموع	
النحاسية	١١	٠	٤	٠	٤	١٩	١٠,٩
الخزفية	١٠	٠	٣	٠	٩	٢٢	١٢,٦
السيراميك والسجاد	٢٥	٠	٣	١	١٢	٤١	٢٣,٤
الخشبية	٦	٠	٢	٠	١	٩	٥,١
زجاجات الرمل	٢	٠	١	٠	١	٤	٢,٣
اعمال القش	١	٠	٠	١	١	٣	١,٧
الفضيات	٧	٠	٠	٠	٢	٩	٥,١
الملابس التقليدية	٢	٠	٠	٠	١	٣	١,٧
المطرزات	١٣	٠	٤	٢	١٠	٢٩	١٦,٦
المنسوجات	٤	٠	١	١	٦	١٢	٦,٩
الصدفيات	١٠	٠	٣	٠	١	١٤	٨,٠
الفرويات والجواعد	٦	٠	١	٠	٠	٧	٤,٠
الشبابي والخناجر والسيوف	٢	٠	١	٠	٠	٣	١,٧
المجموع	٩٩	٠	٢٣	٥	٤٨	١٧٥	
%	٥٦,٦	٠,٠	١٣,١	٢,٩	٢٧,٤		١٠٠,٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٥.

شكل رقم (٤-١): توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع



٤-٤ الصناعات التقليدية حسب مصادر المواد الأولية والآلات

بينت نتائج المسح الميداني أن أكثر من نصف الصناعات التقليدية (٥١٤٪) اعتمدت اعتماداً كلياً على المواد المحلية الأولية في إنتاجها، وخاصة صناعات السيوف والفرو والجواعد. في حين ما نسبته ٢٦٣٪ منها تعتمد كلياً على المواد الأولية المستوردة. ومن الصناعات التي تعتمد اعتماداً جزئياً على المواد الأولية المحلية فهي تعبئة زجاجات الرمل (٧٥٪)، ثم البسط والسجاد (٧٠٪). في حين كانت صناعة الصدفيات أقل الصناعات التقليدية اعتماداً على المواد المحلية في إنتاجها.

أما بالنسبة للآلات المستخدمة في إنتاج الصناعات التقليدية السياحية فمعظمها متوفر محلياً، حيث تشكل الصناعات التي تستعمل الآلات المحلية ما نسبته ٧٤,٩٪ من إجمالي الصناعات، وخاصة في صناعات القش، والشباري والخناجر والسيوف التي تستعمل الآلات المحلية بنسبة ١٠٠٪، تليها صناعة البسط والسجاد بنسبة ٩٢,٧٪، وكانت أقل هذه الصناعات اعتماداً على الآلات المحلية صناعة الصدفيات بنسبة ٤٢,٩٪ (جدول رقم ٤-٤).

ومما يجدر ذكره أن ارتفاع نسبة الاعتماد على المصادر المحلية كمواد أولية والآلات في الصناعات التقليدية يعزز دورها في الاقتصاد الوطني من خلال زيادة مساهمة قطاع السياحة فيه لارتفاع القيمة المضافة لها، مما يؤكد ضرورة الاهتمام بهذه الصناعات وحفظها من الاندثار والانحسار.

جدول رقم (٤-٤): توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع ومصادر المواد الأولية والآلات المستعملة

النوع	مصادر المواد المحلية					مصادر الآلة
	محلية ٪١٠٠	أجنبية ٪١٠٠	محلية أقل من ٪٥٠	محلية ٪٩٩-٥١	محلية	مستوردة
النحاسية	٨	٨	٣	٠	١٢	٨
الحزقية	٦	٥	١٠	١	١٨	٧
البسط والسجاد	٢٩	٧	٤	١	٣٨	٣
الخشبية	٤	٣	٢	٠	٨	٢
زجاجات الرمل	٣	١	٠	٠	٣	١
أعمال القش	٢	١	٠	٠	٣	٠
الفضيات	٥	٢	٢	٠	٧	٢
الملابس التقليدية	٢	١	٠	٠	٢	١
المطرزات	١٣	١٠	٥	١	١٦	١٦
المنسوجات	٧	١	٣	١	٩	٦
الصدفيات	٣	٧	٣	١	٦	٨
الفروات والجواعد	٧	٠	٠	٠	٦	١
الشباري والخناجر والسيوف	١	٠	٢	٠	٣	٠
المجموع	٩٠	٤٦	٣٤	٥	١٣١	٥٥
٪*	٥١٤	٢٦٣	١٩٤	٢٩	٧٤٩	٣١٤

- الفرق في مجموع الصناعات في هذا الجدول والجدول الاخرى عائد الى ان بعض الصناعات تستخدم

الالات المحلية والاجنبية في نفس الوقت.

* النسب المئوية محسوبة لمجموع الصناعات الكلي والبالغ ١٧٥ صناعة.

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٥.

٥-٤ تسويق الصناعات التقليدية

يعتمد معظم أصحاب الصناعات التقليدية في تسويق منتجاتهم على اسلوب التسويق المباشر، وذلك من خلال مشاركتهم بالمعارض والمهرجانات بالإضافة لتواجدهم في المواقع السياحية الرئيسية، اذ شكلت الصناعات التي تعتمد هذا الاسلوب ما نسبته ٩٦٪ من مجموع الصناعات التقليدية السياحية. واهم الصناعات التي تعتمد على هذا النوع من التسويق هي الخزفية، البسط والسجاد، الملابس التقليدية، الصدفيات، والفروا والجواعد، حيث يتولى أصحابها عملية تسويقها للسوق المحلي. بالإضافة لذلك يلجأ بعض اصحاب المهن الى تسويق منتجاتهم عن طريق متاجر التحف حيث شكلت الصناعات التي تسوق من خلال هذه المتاجر ما نسبته ٣٣,٧٪ من الصناعات. ومما تجدر ملاحظته ان صناعة الفروا والجواعد تكتفي بالتسويق المباشر في السوق المحلي فقط، في حين تكتفي صناعات زجاجات الرمل، واعمال القش، والفضيات بالتسويق للسوق المحلي، اما مباشرة او من خلال متاجر التحف الشرقية، جدول رقم (٤-٥).

وعلى الرغم من أهمية التصدير في العملية الانتاجية، الا انها لا زالت محدودة في الصناعات التقليدية بحيث لم تتجاوز نسبة الصناعات التي تصدر للخارج ٢٥,١٪ من اجمالي الصناعات منها ١٧,٧٪ مباشرة من قبل منتجيها والباقي (٧,٤٪) يصدر من خلال المؤسسات المختلفة مثل المؤسسات التطوعية.

وكانت الأسواق العربية (دول الخليج العربي، تونس، لبنان) السوق الرئيسي للمنتجات الاردنية من الصناعات التقليدية، اذ شكلت الصناعات المصدرة لهذه الاسواق ما نسبته ٨١,٨٪ من اجمالي الصناعات المصدرة، تلتها من حيث الأهمية النسبية الأسواق الأوروبية وخاصة ألمانيا، هنغاريا، كندا، بريطانيا، سويسرا ومجموعة

الدول الاسكندنافية ونسبة ٥٩٪ من الصناعات التي يتم تصديرها والبالغ عددها (٤٤) صناعة. اما بالنسبة لاهم أنواع الصناعات التي تصدر لهذه الأسواق فقد كانت البسط والسجاد، المطرقات، والصناعات الخزفية على التوالي. وفيما يتعلق بالأسواق الشرق آسيوية (سوق اليابان)، فقد اكتفت بالمنتجات النحاسية والبسط والسجاد، اما اسواق الضفة الغربية و(الآخرى)، والتي تشتهر بانتاجها للصناعات التقليدية وبخاصة المطرقات و المنسوجات، فقد احتلت المرتبة الرابعة من حيث الاهمية النسبية ونسبة ٦,٨٪، وكانت الصناعات التي تصدر اليها النحاسية، والخزفية، والبسط والسجاد، جدول رقم (٤-٥).

جدول رقم (٤-٥): توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع ومكان التسويق والبلدان التي تصدر اليها

النوع	مكان التسويق				مجموعة البلدان التي تصدر اليها				
	السوق المحلي مباشرة	السوق المحلي خلال المتاجر	تصدير مباشر	تصدير من خلال مؤسسات	عربية	أوروبية	أمريكية	شرق آسيوية	أخرى
النحاسية	١٨	٨	٢	٠	٢	٢	١	١	١
الخزفية	٢٢	٩	٦	٣	٨	٥	٣	٠	١
البسط والسجاد	٤١	١٤	٨	٣	٩	٨	٦	١	١
الخشبية	٨	٢	١	٠	١	١	١	٠	٠
زجاجات الرمل	٣	٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
اعمال الفخ	٣	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الفضيات	٨	٥	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الملابس التقليدية	٣	٠	١	١	١	٠	٠	٠	٠
المطرزات	٢٨	٧	٧	٣	٨	٦	٣	٠	٠
المنسوجات	١١	٤	٣	٣	٤	٣	٣	٠	٠
الصدفيات	١٤	٣	٢	٠	٢	١	١	٠	٠
الفروا والجواعد	٧	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الشبابي والخناجر والسيوف	٢	٢	١	٠	١	٠	١	٠	٠
المجموع	١٦٨	٥٩	٣١	١٣	٣٦	٢٦	١٩	٢	٣
%*	٩٦,٠	٣٣,٧	١٧,٧	٧,٤	٨١,٨	٥٩,١	٤٣,٢	٤,٥	٦,٨

* - النسبة المئوية لمكان التسويق محسوبة لمجموع الصناعات (١٧٥).

- النسب المئوية للدول التي تصدر اليها محسوبة لمجموع الصناعات التي يتم تصديرها والبالغ عددها (٤٤).

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٥.

٤-٦ الصناعات التقليدية حسب النوع ومعدل الدخل الشهري

تختلف معدلات الدخل للعاملين في الصناعات التقليدية حسب نوع الصناعة، وحسب الموقع وأسلوب التسويق اذ نجد ان بعض أنواع الصناعات يقل معدل دخلها الشهري عن ٥٠ ديناراً، في حين يزيد في بعضها الآخر ولنفس نوع الصناعة عن ٢٠٠ دينار شهرياً. هذا وقد شكلت الصناعات التي يزيد معدل الدخل الشهري منها عن ٢٠٠ دينار ما نسبته ٢٩,٧٪ من إجمالي الصناعات، وخاصة الصناعات النحاسية، الخزفية، المطرزات، البسط والسجاد، والملابس التقليدية (جدول رقم ٤-٦).

اما الصناعات التي تدر دخلاً شهرياً يقل عن ١٠٠ دينار فقد شكلت ما نسبته ٢٢,٣٪ من مجموع الصناعات، منها ٧,٤٪ يقل الدخل الشهري المتأتي منها عن ٥٠ ديناراً.

ومما يجدر ذكره، أن ما نسبته ٢٨,٦٪ من الصناعات أحجمت عن تبيان معدل الدخل الشهري للعاملين فيها، وهذا هو الحال بالنسبة لغالبية المسوحات الميدانية فيما يتعلق بالدخل او الحالة الاقتصادية للأفراد والمؤسسات بشكل عام، وقد وصل هذا الأحجام في بعض الصناعات (الخزفية والمنسوجات والصدفيات) الى النصف.

جدول رقم (٦-٤): توزيع الصناعات التقليدية حسب النوع ومعدل الدخل الشهري (بالدينار)

النوع	لم يجب	اقل من ٥٠	١٠٠-٥١	١٥٠-١٠١	٢٠٠-١٥١	٢٠١ فاكتر	المجموع	%
النحاسية	٧	٠	٢	٢	٢	٨	١٩	١٠,٩
الخزفية	١١	٠	٢	٠	٢	٧	٢٢	١٢,٦
البساط والسجاد	٧	٧	١٠	٥	١	١١	٤١	٢٣,٤
الخشبية	١	٠	٠	٠	٣	٥	٩	٥,١
زجاجات الرمل	٠	١	٠	٢	٠	١	٤	٢,٣
اعمال القش	٠	٠	١	٢	٠	٠	٣	١,٧
الفضيات	٢	١	٢	١	١	٢	٩	٥,١
الملابس التقليدية	١	٠	٠	٠	٠	٢	٣	١,٧
المطرزات	٨	٢	٤	٥	١	٩	٢٩	١٦,٦
المنسوجات	٦	١	٢	١	٠	٢	١٢	٦,٩
الصدفيات	٦	١	١	١	٢	٣	١٤	٨,٠
الفرويات والجواعد	١	٠	١	٢	١	٢	٧	٤,٠
الشبابي والخنجر والسيف	٠	٠	١	١	١	٠	٣	١,٧
المجموع	٥٠	١٣	٢٦	٢٢	١٢	٥٢	١٧٥	
%	٢٨,٦	٧,٤	١٤,٩	١٢,٦	٦,٨	٢٩,٧		١٠٠,٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٥.

٤-٧ إنفاق السياح المغادرين على الصناعات التقليدية^١

احتل انفاق السياح المغادرين على الصناعات التقليدية (الهدايا) المرتبة الثالثة من حيث الاهمية النسبية بعد انفاقهم على بندي المنامه والتزهر والترفيه، اذ شكل ما نسبته ١٨,٦٪ من اجمالي انفاقهم اثناء اقامتهم في الاردن.

وقد بلغ عدد السياح الذين انفقوا على الصناعات التقليدية ١٧٨٨ سائحاً، أي ما نسبته ٣٩,٢٪ من اجمالي السياح المغادرين. وقد كان الاسويون اكثر السياح انفاقاً على الصناعات التقليدية وبنسبة ٥٤,٤٪ من اجمالي السياح الاسويين، تلاهم الاوروبيين والامريكيين وبنسبة ٤١,٥٪ و ٤٠,٤٪ على التوالي، في حين كان السياح العرب اقلهم انفاقاً عليها اذ شكلوا ٣٢,٩٪ من اجمالي السياح العرب. ويمكن ان يعزى ذلك لتشابه الصناعات التقليدية بين الاقطار العربيه، جدول رقم (٤-٧).

وفيما يتعلق بقيمة الانفاق، فقد شكل من قل انفاقهم على الهدايا عن ٥٠ ديناراً ما نسبته ٧٣,٩٪ من اجمالي الذين انفقوا، وكان غالبيتهم من السياح الاوروبيين والامريكيين. وأما حسب الجنسية وقية الانفاق كان الاسويين الاكثر انفاقاً في هذه الفئة الانفاقية وشكلوا حوالي ٨٨٪ من الاسويين الذين انفقوا على الصناعات التقليدية، تلاهم الاوروبيين (٨١٪)، والجنسيات الاخرى (٧٥٪)، اما السياح العرب والذين كانوا الاقل انفاقاً في هذه الفئة (٤٣٪)، فقد كانوا الاكثر انفاقاً في الفئة الانفاقية الاعلى (٢٠١ دينار فاكتر). ويمكن ان يعزى ذلك إلى أن معظم هداياهم تتركز على المطرزات والصدفيات والنحاسيات والتي تتسم بارتفاع أسعارها نسبياً.

^١ يعتمد هذا البند والبنء الذي يليه على نتائج المسح الميداني للسياح المغادرين، ولزيرء من التفصيل عن خصائص

السياح المغادرين انظر الفصل الثاني.

^{*} يقدر بعض العاملين في هذا المجال ان معدل إنفاق السائح على الهدايا من الصناعات التقليدية حوالي ٢٠ دولاراً.

جدول رقم (٧-٤): توزيع السياح المغادرين الذين انفقوا على الصناعات التقليدية حسب الجنسية وفئات الانفاق

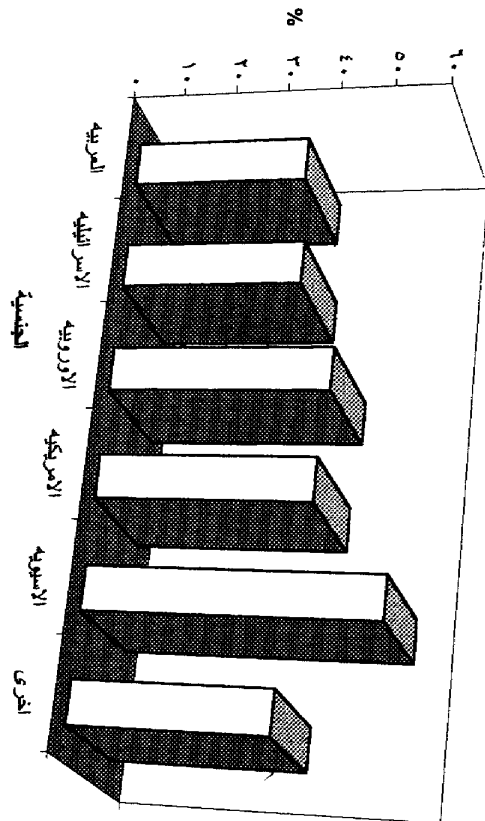
(بالدينار)

الجنسية	فئات الانفاق					المجموع	* %
	اقل من ٥٠	٥٠ - ١٠٠	١٠٠ - ١٥٠	١٥٠ - ٢٠٠	٢٠٠ فأكثر		
العربية	٧٦	٣٢	٨	٢	٥٧	١٧٥	٣٢,٩
الاسرائيلية	١٩٥	٤٣	١٥	٢	٢٦	٢٨١	٣٤,١
الاوروبية	٦٩١	٨٩	٢٧	٥	٣٨	٨٥٠	٤١,٥
الامريكية	٢٢٠	٣٦	١٨	١	٣٦	٣١١	٤٠,٤
الاسيوية	٧٦	٥	٠	٠	٥	٨٦	٥٤,٤
اخرى	٦٤	١١	٢	٠	٨	٨٥	٣٦,٨
المجموع	١٣٢٢	٢١٦	٧٠	١٠	١٧٠	١٧٨٨	
%	٧٣,٩	١٢,١	٣,٩	٠,٦	٩,٥		١٠٠,٠

* النسبة المئوية محسوبة لعدد السياح المغادرين من كل جنسية.
المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

اما فيما يتعلق بانواع الصناعات التقليدية التي انفق عليها السياح المغادرين، فقد سجلت زجاجات الرمل الملون اكثر الصناعات مبيعاً، اذ بلغ عدد الذين اشتروها ٩٦٢ سائناً، أي ما نسبته ٥٣,٨٪ من اجمالي السياح الذين انفقوا على الصناعات التقليدية، تلاها الملابس التقليدية (٣٤,٧٪)، وكانت اعمال القش اقل الصناعات اقبالاً ونسبة ١٠٪ فقط.

شكل رقم (٢-٤): توزيع السياح المغادرين الذين انفقوا على الصناعات التقليدية حسب الجنسية



المصدر: جدول رقم (٧-٤)

وحسب الجنسية والنوع، فقد احتلت صناعة المطرقات المرتبة الاولى بالنسبة للعرب ونسبة ٦١,٧٪ ممن انفقوا على الصناعات التقليدية، وتعبئة العبوات الزجاجية بالرمل الملون بالنسبة للاسرائيليين والاوروبيين والاسيويين والجنسيات الاخرى ونسب ٥٥,٥٪، ٥٦,٤٪، ٤٧,٧٪، و ٦٥,٩٪ على التوالي. وكانت الملابس التقليدية الاكثر اقبالاً لدى الامريكيين ونسبة ٤٥,٧٪. اما اقل الصناعات اقبالاً، فقد كانت الفضيات بالنسبة للعرب والاسرائيليين والامريكيين، واعمال القش بالنسبة للاوروبيين والجنسيات الاخرى، وكانت الصدفيات اقل الانواع طلباً بالنسبة للاسيويين، جدول رقم (٤-٨).

جدول رقم (٤-٨): التوزيع التكراري للسياح المغادرين الذين انفقوا على الصناعات التقليدية حسب نوع الصناعة والجنسية

النوع	الجنسية						المجموع
	العربية	الاسرائيلية	الاوروبية	الامريكية	الاسيوية	اخرى	
النحاسية	٧٣	٩٤	١٤٥	٦٥	٩	٢٣	٤٠٩
الخزفية	٦٢	٨١	٣٠٤	٩٦	٢٣	٣٣	٥٩٩
البسط والسجاد	٥٦	٩٠	٨٢	٧٥	٥	١٠	٣١٨
الخشبية	٤٣	٧٥	١١٨	٧٢	١٢	١٤	٣٣٤
زجاجات الرمل	٦٠	١٥٦	٤٧٩	١٧٠	٤١	٥٦	٩٦٢
اعمال القش	٣٣	٣٩	٦٣	٣٢	٥	٧	١٧٩
الفضيات	٣٠	٥٢	٦٦	٣٢	٧	٨	١٩٥
الملابس التقليدية	٥٩	٨٣	٢٨٦	١٤٢	٢٠	٣١	٦٢١
المطرقات	١٠٨	١١٦	٨٠	٥٥	٨	١١	٣٧٨
النسوجات	٥٧	٧٢	٩٩	٨٠	٩	١٧	٣٣٤
الصدفيات	٨٦	١٢٩	١٠٢	٧٣	٢	٢٠	٤١٢
الفروا والجواعد	٣٨	٩٤	٣١٧	٨٦	١٨	٣٤	٥٨٧
المجموع	٧٠٥	١٠٨١	٢١٤١	٩٧٨	١٥٩	٢٦٤	

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

اما بالنسبة للذين لم يشتروا من الصناعات التقليدية، فقد بلغ عددهم ٢٧٧١ سائحاً، أي ما نسبته ٦٠,٨٪ من السياح المغادرين، والعديد منهم لم يبدي اسباباً لعدم الشراء. اما أولئك الذين ابدوا اسباباً لعدم الشراء، فقد تركزت في بند اخرى (عدم الاهتمام، صعوبة الحمل، وتوفر ما هو افضل في بلادهم)، ونسبة ٤٨,٢٪. اما باقي الاسباب، فقد كان ارتفاع الاسعار هو السبب الاهم ونسبة ١٩,٧٪، تلي ذلك سبب عدم توفر المنتج الذي يريدون ونسبة ١٦,٩٪ من جملة الاسباب، جاء بعد ذلك عدم توفر الانتاج الاردني ونسبة ٦,٣٪، وقد تساوت في الاهمية اسباب عدم الجودة، وعدم العرض الجيد، وبعد متاجر التحف عن مكان السكن ونسبة ٣٪ تقريباً لكل منها، جدول رقم (٤-٩).

جدول رقم (٤-٩): التوزيع التكراري للسياح المغادرين الذين لم يشتروا من الصناعات التقليدية حسب سبب عدم الشراء والجنسية

الجنسية	سبب عدم الشراء						
	عدم توفر النوع المطلوب	ارتفاع السعر	عدم توفر الانتاج الاردني	عدم جودة الانتاج	طريقة العرض غير مناسبة	بعد متاجر التحف عن السكن	اخرى*
العربية	٢٥	٨٠	٤	٨	١١	١٥	١٣٧
الاسرائيلية	٦٠	٩٢	٢٧	٢٥	١١	١٤	١٦٣
الاوروبية	١٧٢	١٣٨	٦٦	٢١	٢١	٢٢	٤٧٠
الامريكية	٦٥	٧١	١٩	٦	١١	٤	١٦٨
الاسيوية	١٠	١٧	٥	٠	٦	٥	٣١
اخرى	٢٧	٢٠	١٢	٢	٤	١	٥٣
المجموع	٣٥٩	٤١٨	١٣٣	٦٢	٦٤	٦١	١٠٢٢
%	١٦,٩	١٩,٧	٦,٣	٢,٩	٣,٠	٢,٩	٤٨,٢

* تشمل على عدم الاهتمام، وصعوبة الحمل، ووجود افضل منها في بلادهم.

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

٨-٤ تقييم السياح المغادرين للصناعات التقليدية

يُبين السياح المغادرين و الذين تسوّقوا من الصناعات التقليدية في الاردن، ان نوعية هذه الصناعات جيدة بشكل عام ولكافة الانواع، وخاصة الصناعات الخزفية، والملابس التقليدية، واعمال القش، وزجاجات الرمل الملون، اذ شكلت نسبة من قيموها بأنها جيدة ٦١,١٪، ٥٧,٥٪، ٥٤,٢٪، و ٥٤٪ على التوالي ممن اشترؤا من هذه الصناعات. هذا ويلاحظ ان صناعة البسط والسجاد وصناعة المنسوجات، قد احتلتا افضل تقييم واعتبرتتا ممتازتين، وبنسبة ٤٦,٨٪ و ٤٩,١٪ ممن اشترؤوا منها على التوالي.

اما فيما يتعلق بتقييمهم لها حسب السعر، فقد اعتبروا اسعارها معقولة بشكل عام، بالاضافة الى ان هناك نسبة لا بأس بها اعتبرت اسعار الصناعات التقليدية في الاردن منخفضة، وخاصة صناعتي زجاجات الرمل الملون و الملابس التقليدية، اذ شكل من اعتبرها رخيصة ما نسبته ١٥,٣٪ و ١٤,٢٪ ممن اشترؤوا هاتين الصناعتين. ومما تجدر ملاحظته، ان المنسوجات والتي اعتبرت الافضل من حيث الجودة، قد اعتبرها ٣٢,٩٪ ممن اشترؤوا بأنها مرتفعة الاسعار، جدول رقم (٤-١٠).

ومما يجدر ذكره، ان الصناعات التقليدية السياحية والتي اعتبرت جيدة المستوى من حيث الجودة والسعر، قد تلعب دوراً اكبر في زيادة ايرادات قطاع السياحة نتيجة للاهتمام المتزايد في هذا القطاع بشكل عام وفي هذه الصناعات بشكل خاص.

جدول رقم (٤-١٠): التوزيع النسبي لتقييم السياح المغادرين للصناعات التقليدية حسب النوع والجودة والسعر

النوع	الجودة			السعر		
	ممتازة	جيدة	مقبولة	مرتفع	معتدل	منخفض
التحاسيه	٣٣,٣	٥٣,٣	١٣,٤	٢٥,٩	٦٥,٨	٨,٣
الخزفيه	٢٧,٧	٦١,١	١١,٢	٢٠,٤	٧٣,١	٦,٥
البسط والسجاد	٤٦,٨	٤٢,٨	١٠,٤	٢٨,٠	٦٣,٥	٨,٥
الخشبيه	٣٦,٨	٤٩,٧	١٣,٥	٢٠,٠	٧١,٠	٩,٠
زجاجات الرمل	٣٨,١	٥٤,٠	٧,٩	١٤,٧	٧٠,٠	١٥,٣
اعمال القش	٣٨,٠	٥٤,٢	٧,٨	٢٣,٥	٦٤,٨	١١,٧
الفصيات	٣٠,٨	٥٣,٨	١٥,٤	٢٧,٢	٦٢,٠	١٠,٨
الملابس التقليديه	٣٠,٨	٥٧,٥	١١,٧	١٧,٧	٦٨,١	١٤,٢
المطرزات	٤٥,٢	٤٧,٦	٧,١	٢٦,٥	٦٣,٢	١٠,٣
المنسوجات	٤٩,١	٤٥,٢	٥,٧	٣٢,٩	٥٩,٣	٧,٨
الصدفيات	٤٣,٤	٤٨,٥	٨,٠	٢٦,٩	٦٤,١	٩,٠
الفروات والجواعد	٣٩,٩	٥٢,٨	٧,٣	٢٤,٩	٦٦,١	٩,٠

- النسب التويه محسوبه لعدد الذين اشترؤوا من كل صناعه (انظر الجدول رقم ٤-٨).

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

٤-٩ مشاكل واقتراحات

أ - المشاكل

بلغ المجموع التراكمي للمشاكل التي ذكرها العمال واصحاب الصناعات التقليدية ٥٩١ مشكلة، كانت في معظمها تسويقية، اذ شكل هذا النوع ٦٠,٤٪ من المجموع الكلي للمشاكل، وتركز هذا النوع في صغر حجم السوق المحلي وارتفاع كلفة الإنتاج التي شكلت ما نسبته ٤٧٪ من المشاكل التسويقية، أو ما نسبته ٢٨,٥٪ من المجموع الكلي للمشاكل (جدول رقم ١١-٤).

وجاءت المشاكل الإنتاجية في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية (١٩,٨٪)، وبخاصة عدم توفر المواد الأولية التي شكلت ما نسبته ٤٧٪ من المشاكل الإنتاجية أو ما نسبته ٩,٣٪ من المجموع الكلي للمشاكل. اما الأمور التمويلية فقد جاءت في المرتبة الثالثة وبنسبة ١٨,٣٪، في حين لم تزد نسبة المشاكل الادارية عن ١,٥٪، وتمثلت بعدم توفر الكادر الاداري المساعد وعدم الخبرة الادارية.

ومما تجدر ملاحظته هنا، أن مشكلة التمويل والتي بالعادة تحتل المرتبة الأولى في مشاكل اي قطاع إنتاجي، لم تكن بنفس الأهمية بالنسبة للصناعات التقليدية حيث تركزت مشاكلها في عملية التسويق، مما يشير الى صغر حجم رأس المال الذي تحتاجه هذه الصناعات.

أما بالنسبة للمشاكل حسب نوع الصناعة، فقد تركزت ولكافة الأنواع في صغر حجم السوق المحلي، ارتفاع كلفة الإنتاج، قلة المؤسسات التسويقية المتخصصة، والمنافسة مع المستورد من الصناعات التقليدية على التوالي، باستثناء صناعة البسط

والسجاد وصناعة زجاجات الرمل اذ احتلت مشكلة ارتفاع كلفة الإنتاج المرتبة الأولى تلاها صغر حجم السوق (ملحق رقم ٤-٢).

جدول رقم (٤-١١): المجموع التكراري للمشاكل التي تواجه أصحاب الصناعات التقليدية

١٩٩٥

المشكلة	العدد	%
المشاكل الإنتاجية	١١٧	١٩,٨
عدم توفر الآلات والمعدات	٣٢	
عدم توفر الخبرة الفنية	٣٠	
عدم توفر المواد الأولية	٥٥	
المشاكل التمويلية	١٠٨	١٨,٣
عدم توفر التمويل الكافي	٦١	
ارتفاع كلفة التمويل	٤٧	
المشاكل التسويقية	٣٥٧	٦٠,٤
صغر حجم السوق	٨٩	
ارتفاع كلفة التسويق	٣٧	
عدم توفر الخبرة التسويقية	٢٦	
ارتفاع كلفة الإنتاج	٧٩	
قلة مؤسسات التسويق المتخصصة	٦٠	
المنافسة مع المستورادات	٦٦	
المشاكل الإدارية	٩	١,٥
عدم توفر الكادر والإداري والمساعد	٣	
عدم الخبرة الإدارية	٦	
المجموع	٥٩١	١٠٠,٠

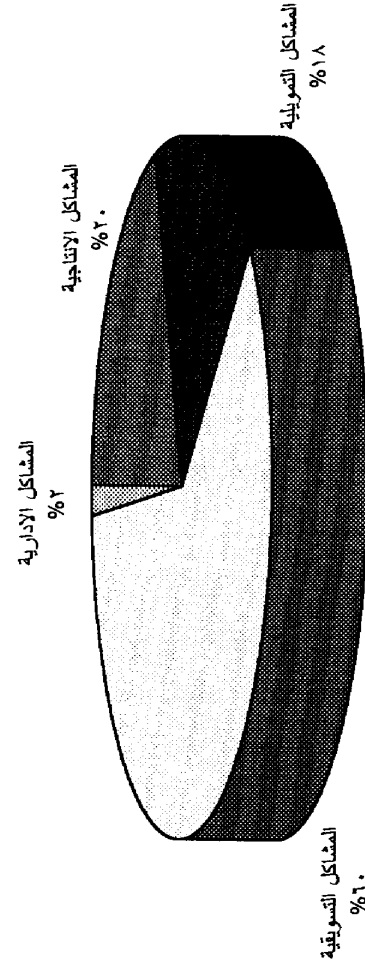
المصدر: نتائج المسح الميداني.

ب - المقترحات

جاءت مقترحات أصحاب الصناعات التقليدية متطابقة مع طبيعة المشاكل التي يواجهونها، وتركزت في التغلب على مشاكل التسويق بشقيه الداخلي والخارجي، من خلال إيجاد مؤسسة تسويقية متخصصة ونسبة ١٨,٨٪ من مجموع الاقتراحات، وإذا ما أضيف لهذا الاقتراح إيجاد جهة تتولى الاهتمام بالصناعات التقليدية، والتي يمكن إدراجها تحت بند المقترحات التسويقية فإن النسبة ترتفع الى ٤١,٨٪ (جدول رقم ١٢-٤).

أما بالنسبة للدعم المادي الذي اقترحه أصحاب الصناعات التقليدية، والذي تساوى من حيث الأهمية مع مقترح إيجاد جهة تتولى عملية التسويق (١٨,٨٪)، فقد تمثل بخفض الجمارك على المواد الأولية والآلات المستوردة وتوفير التمويل منخفض التكاليف. تلاها تخفيض أسعار المواد الأولية المحلية ونسبة ١٦,٤٪ من المقترحات، وكانت أقل المقترحات أهمية تلك المتعلقة بإيجاد مراكز التدريب المتخصصة ونسبة ٩٪، ويمكن أن يعزى ذلك إما لعدم معرفة من اقترح ذلك بدور المؤسسات التطوعية المهتمة بالصناعات التقليدية مثل مؤسسة نور الحسين وصندوق الملكية علياء وغيرها، أو لعدم توفر البرامج التدريبية التي تناسب طبيعة عملهم.

شكل رقم (٣-٤): المشاكل التي تواجه أصحاب الصناعات التقليدية



المصدر: جدول رقم (١١-٤)

جدول رقم (٤-١٢): أهم مقترحات أصحاب الصناعات التقليدية

المقترح	العدد	%
إيجاد جهة تتولى التسويق	٢٣	١٨,٨
خفض أسعار المواد الأولية	٢٠	١٦,٤
توفير الدعاية والأعلام	١٧	١٣,٩
الدعم المالي	٢٣	١٨,٨
فتح مراكز تدريب	١١	٩,٠
إيجاد جهة تتولى الاهتمام بالصناعات التقليدية	٢٨	٢٣,٠
المجموع	١٢٢	١٠٠,٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

وإذا ما قورنت هذه المقترحات مع تلك التي وردت في دراسة سابقة^١، نجد أن الأهمية النسبية لهذه المقترحات قد تغيرت بعض الشيء (جدول ٤-١٣)، إذ أن المقترحات المتعلقة بإيجاد جهة تتولى الاهتمام بالصناعات التقليدية تحتل المرتبة الأولى في الدراسة الحالية بعد أن كانت تحتل المرتبة السادسة من حيث الأهمية النسبية في تلك الدراسة.

أما بالنسبة للدعم المالي، فقد زادت المطالبة به إذ انتقل من المرتبة التاسعة من حيث الأهمية في الدراسة المذكورة ليحتل المرتبة الثانية في الدراسة الحالية، وتساوى في

الأهمية مع مقترح إيجاد جهة تتولى التسويق الذي كان يحتل المرتبة الأولى في الدراسة نفسها.

جدول رقم (٤-١٣): مقارنة الأهمية النسبية للمقترحات حسب الرتبة مع دراسة صندوق الملكة علياء

المقترحات	الرتبة في دراسة الصندوق*	الرتبة في الدراسة الحالية
أيجاد جهة تتولى التسويق	الأولى	الثانية
خفض أسعار المواد الأولية	الثانية	الثالثة
توفير الدعاية والأعلام	الثالثة	الرابعة
الدعم المالي	التاسعة	الثانية
فتح مراكز تدريب	الرابعة	الخامسة
أيجاد جهة تتولى الاهتمام بالصناعات التقليدية	السادسة	الأولى
المجموع		

* مشتقة من دراسة صندوق الملكة علياء للعمل الاجتماعي التطوعي الأردني، دراسة مسح للصناعات التقليدية والحرف اليدوية في الأردن (التقرير النهائي)، ١٩٩١، جدول رقم (٢٦)، ص ١٩، عمان — الأردن.

^١ صندوق الملكة علياء للعمل الاجتماعي التطوعي الأردني، دراسة الصناعات التقليدية والحرف اليدوية في الأردن — التقرير النهائي، ١٩٩١، عمان — الأردن.

٤-١٠ خلاصه

لقد اظهر هذا الفصل واقع الصناعات التقليدية السياحيه في الاردن ومستوى جودتها، ولعل اهم الحقائق التي اظهرها هذا الفصل ما يلي:

- ١- تركز حوالي ٥٠٪ من الصناعات التقليدية في محافظة العاصمة، وان اكثر الصناعات التقليدية هي السجاد والبسط والمطرزات والخزفيات.
- ٢- تشكل الاناث اكثر من ٦٠٪ من العاملين في الصناعات التقليدية.
- ٣- يشكل العاملون الذين يحملون مؤهلات علميه بعد الثانويه ٢٧,٧٪، منهم ٥٤,٧٪ إناث يعملن بشكل رئيسي في صناعتي السجاد والبسط (٥٦,٥٪)، وصناعة المطرزات (٨١,١٪).
- ٤- حوالي ٢٥٪ من العاملين اميين، منهم ٨٩,٧٪ إناث.
- ٥- حوالي ٥٦,٦٪ من الصناعات ذات ملكيه فرديه، وحوالي ٥٧,٧٪ من العاملين فيها تناقلوها بالوراثه.
- ٦- اكثر من ٥٠٪ من الصناعات التقليدية تعتمد على المواد الاوليّه المحليه، وحوالي ٧٥٪ منها تستعمل الآلات المنتجه محلياً.
- ٧- تعتمد الصناعات التقليديه اسلوب التسويق المباشر، إن كان للسوق المحلي او للتصدير.
- ٨- السوق العريه هي السوق الرئيسي للصناعات التقليديه المصدّره، واهم الصادرات هي السجاد والبسط والمطرزات والخزفيات.
- ٩- حوالي ٣٠٪ من الصناعات التقليديه تدر دخلاً يزيد على ٢٠٠ دينار شهرياً.
- ١٠- حوالي ٧٤٪ من السياح ينفقون اقل من ٥٠ ديناراً على الصناعات التقليديه اثناء اقامتهم، وبخاصة الاسويين. وكانت زجاجات الرمل الملون اكثر الصناعات اقبالاً من قبل السياح.

- ١١- تركزت اسباب عدم الشراء بعدم الاهتمام وصعوبة الحمل وارتفاع الاسعار وعدم توفر النوع المطلوب.
- ١٢- اعتبرت الصناعات التقليديه من قبل السياح المغادرين جیده المستوى ومعتدلة الاسعار.
- ١٣- تعتبر مشاكل التسويق هي اكبر المعوّقات امام التوسع في الصناعات التقليديه.

الفصل الخامس

دور السياحة في الاقتصاد الأردني

مقدمة

يلعب قطاع السياحة دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية الكلية وخاصة في الدول النامية. ويتأتى هذا الدور من حيث كونه محصلاً للعملة الصعبة والتي تدعم ميزان المدفوعات، مما يساعد هذه الدول على استيراد الآلات والمعدات اللازمة لتنمية اقتصادياتها وتنفيذ خططها التنموية.

وبهذا الصدد يقول خبراء السياحة، أن ما تتمتع به العديد من الدول النامية من مناخ مناسب وثقافة فريدة وأيدي عاملة رخيصة نسبياً، إضافة إلى بعض المزايا الخاصة كالتاريخ والمناظر الطبيعية يعطيها ميزة بهذا الحقل، ويضربون مثلاً على ذلك تجربي المكسيك واسبانيا.

أما باقي الأبعاد الاقتصادية لهذا القطاع من حيث كونه مصدراً لا ينضب وعاملاً مؤثراً في الاستخدام وغيرها من المقومات، فقد تم ذكرها في مقدمة هذه الدراسة.

وسيتطرق الحديث في هذا الفصل إلى هذه الأبعاد من خلال مناقشة دور السياحة في الدخل القومي وميزان المدفوعات وحجم العمالة في البلد بشكل عام.

١-٥ السياحة والدخل القومي

لا تشكل السياحة بندا مستقلاً في حسابات الدخل القومي الأردني، وإنما يدخل جزءاً من أنشطتها تحت بند تجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق في هذه الحسابات. ويحتسب الدخل السياحي من قبل البنك المركزي حسب معادلة خاصة

تعتمد على اتفاق السياح في الأردن حسب الجنسيات ومستويات المعيشة في بلدانهم. ومع ذلك تجري محاولات وتقديرات يقوم بها البنك المركزي وبعض الأفراد لحساب القيمة المضافة لهذا القطاع. أن تشعب القطاع وتشابكه مع باقي القطاعات الاقتصادية والأنشطة الأخرى، يجعل من الصعوبة بمكان تحديد حجمه الحقيقي بالطرق الاحصائية المتبعة والمألوفة.

أما طريقة احتساب القيمة المضافة للسياحة فتتم باستثناء نسبة المستورد لهذا القطاع من الدخل السياحي الرسمي وسيتم التطرق إلى هذا الموضوع في وقت لاحق من هذا الفصل.

١-١-٥ المساهمة الكلية

تختلف مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي من عام لآخر حسب التطورات السياسية والقطاعات الاقتصادية الأخرى المكونة لهذا الناتج. فقد بلغت هذه النسبة ١٤ر٦٪ عام ١٩٩٠، بينما انخفضت إلى ٨ر٦٪ في عام ١٩٩١، إذ انخفض الدخل السياحي من ٣٣٩ر٨ مليون دينار إلى ٢١٦ مليوناً، ويعزى هذا الانخفاض بشكل رئيسي إلى حرب الخليج والأحداث السياسية في المنطقة.

الا أن هذه النسبة قد عادت إلى الارتفاع خلال السنوات اللاحقة بحيث وصلت إلى ١١ر٢٪ عام ١٩٩٤ (حوالي ١٠ر١٪ من الدخل القومي الاجمالي) وبلغ معدل مساهمتها ١١ر٤٪ من الناتج المحلي الاجمالي خلال السنوات الخمس مدار البحث (جدول رقم ١-٥). وكما ذكر في مقدمة هذه الدراسة فإن هذا المعدل يشير إلى أن الأردن دولة سياحية من حيث هذا المنظور، الا ان ذلك لا يعني بان السياحة متطورة في الأردن، بل ان ذلك يعود إلى ضعف القطاعات الاقتصادية الأخرى.

وبذكر هنا أن الدخل السياحي في اسرائيل قد بلغ ٢٤ بليون دولار عام ١٩٩٤، إلا أنه لا يساهم في الدخل القومي الاجمالي الا بنسبة ٣٪ فقط^١، علماً بأن السياحة في اسرائيل تعتبر متطورة جداً مقارنة مع الأردن.

٢-١-٥ المقارنة القطاعية

عند مقارنة مساهمة السياحة في الناتج المحلي مع باقي القطاعات الاقتصادية يتبين أنها مرتفعة نسبياً حيث كانت أعلى من قطاعات الزراعة والكهرباء والمياه والانشاءات والتجارة العامة خلال الفترة (١٩٩١-١٩٩٥)، إذ سجلت هذه القطاعات المعدلات التالية ٦٩٪ و ٢٤٪ و ٧٧٪ و ١٠٠٪ على التوالي.

جدول رقم (٥-١): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي بسعر الكلفة حسب القطاعات الرئيسية للسنوات (١٩٩١-١٩٩٥)

القطاعات	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣	١٩٩٤	١٩٩٥	معدل الفترة
الزراعة والغابات وصيد الأسماك	٨٥	٨٣	٦	٥٨	٥٧	٦٩
الصناعة	١٨٧	١٨١	١٦٦	٢٧٠	١٧١	١٧٥
الكهرباء والمياه	٢٥	٢٢	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤
الانشاءات	٥٠	٧٣	٨٨	٨٦	٨٦	٧٧
التجارة العامة	١٠٢	٩٤	٩٩	١٠٢	١٠٥	١٠٠
النقل والاتصالات	١٥٣	١٥٢	١٥٢	١٥٩	١٥٧	١٥٥
الخدمات	٣٩٨	٣٩٤	٤١٣	٤٠١	٣٩٩	٤٠١
السياحة*	٨٦	١٠٦	١٢١	١١٥	١٢٧	١١١

* تم ابرازها لغايات المقارنة.

المصدر: البنك المركزي الأردني، التقرير السنوي الثاني والثلاثون، ١٩٩٥، دائرة الأبحاث والدراسات جداول، ص ٢٦-٣٥.

وقد سجل قطاع الخدمات أعلى مساهمة في هذا الناتج خلال هذه الفترة، حيث بلغ ٤٠١٪. اما قطاع الصناعة فقد شكل ١٧٥٪ وقطاع النقل والاتصالات ١٥٥٪. إن ارتفاع نسبة مساهمة قطاع الخدمات في الناتج المحلي الاجمالي بشكل بارز أي أقل من النصف بقليل، مع انخفاض مساهمة قطاعي الزراعة والصناعة حيث

^١ Israel Information Center, facts about Israel, economy, p.18.

لم تتجاوز هذه النسبة ٢٤٤٪، يشير إلى أن الاقتصاد الأردني اقتصاد خدمات بالدرجة الأولى.

٣-١-٥ القيمة المضافة

تعتبر القيمة المضافة هي المؤشر الحقيقي لأهمية أي نشاط اقتصادي، فكلما ارتفعت كلما زادت أهمية ذلك القطاع.

هذا، وتحسب القيمة المضافة بشكل عام، من خلال الفرق بين السعر النهائي للمنتج وقيمة المواد الخام الداخلة في إنتاجه. غير أن ذلك يختلف بالنسبة لقطاع السياحة نظراً لتداخله بين القطاعات الأخرى حيث تحسب القيمة المضافة لقطاع السياحة من خلال الفرق بين المستوردات لهذا القطاع وقيمة الدخل السياحي الإجمالي في ذلك العام.

وقد تزايدت القيمة المضافة لقطاع السياحة من حوالي ٩٩ مليون دينار في العام ١٩٩١ إلى حوالي ٢٣٤٢ مليوناً عام ١٩٩٥. وكذلك تزايدت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية من ٣٩٪ في العام ١٩٩١ إلى ٦١٪ للعام ١٩٩٥، أي بمعدل نمو سنوي ١١٣٪^٢.

إذا ما قورنت هذه القيمة مع الدخل السياحي الإجمالي يلاحظ انخفاضها مقارنة مع إسرائيل على سبيل المثال، حيث بلغت في الأردن ٤٨٪ للعام ١٩٩٥، وفي إسرائيل ٨٥٪^٣ ويعزى ذلك بشكل رئيسي لارتفاع نسبة المستوردات لهذا القطاع كنسبة من الدخل المتأتي منه.

^٢ البنك المركزي الأردني، التقرير السنوي الثاني والثلاثون لعام ١٩٩٥، جدول رقم (٩)، ص ٣٣.

^٣ Israel Informtion Center, facts about Israel economy, p.18.

٤-١-٥ مضاعف السياحة

تباين قيم المضاعف من بلد إلى آخر تبعاً لقوة الاقتصاد الوطني ومدى اعتماده على المستوردات، ففي الدول المتقدمة حيث يقل الاعتماد على المستوردات مقارنة بالدول النامية، يكون المضاعف فيها مرتفعاً حيث يقدر بحوالي ٤٣ مقابل ٣٢ كحد أقصى في الدول النامية نظراً لاعتمادها الكبير على المستوردات وبخاصة للقطاع السياحي مما يؤدي إلى تسرب أسرع للانفاق السياحي إلى خارج البلد^٤.

ومما يجدر ذكره بهذا الصدد، انه لم تجرى دراسات حديثة لتقدير حجم المضاعف السياحي في الأردن، وإنما يمكن الاستدلال على صغر حجمه قياساً بارتفاع نسبة المستوردات لقطاع السياحة من إجمالي الدخل السياحي والتي تقدر بحوالي ٥٠٪.

وانطلاقاً من هذا المؤشر في قياس الدور الحقيقي لقطاع السياحة في الدخل القومي، تبرز أولوية اجراء دراسة علمية لقياس حجم مضاعف السياحة في الأردن.

٥-٢ مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات

تؤدي السياحة دوراً بارزاً في دعم ميزان المدفوعات الأردني الذي يعاني من عجز مزمن، وذلك من خلال دوره في توفير العملة الصعبة التي تحتاجها البلد من أجل تمويل مشاريعها الانمائية، وتخفيض العجز في الميزان التجاري.

ومن أجل تبيان هذا الدور، لا بد من التطرق إلى مدى حجمه بالنسبة للصادرات الكلية والمنظورة خلال فترة زمنية محددة.

^٤ Harry G. Clement, the Future of Tourism in the Pacific and Far East, 1961, p.18.

١-٢-٥ دور السياحة في الصادرات الكلية من السلع والخدمات

يعتبر الاقتصاد الأردني اقتصاد استهلاكي حيث وكما هو معروف فإنه يستهلك أكثر مما ينتج. والدول النامية بشكل عام تقوم اقتصادياتها على نفس المبدأ، فهي في فترة التنمية تحتاج إلى العديد من السلع والآلات اللازمة لقيام مشاريعها وتنفيذ خططها الإنمائية. فمن هذا المنطلق تعتبر هذه الحالة ظاهرة صحية وضرورية للتقدم والتطوير، إلا أن المشكلة عندما تتكون معظم مستورداتها من السلع الاستهلاكية من هنا تأتي أهمية السياحة لهذه الدول في دعم الميزان التجاري.

وفي الأردن تساهم السياحة بنسبة عالية في مفردات التجارة الخارجية، فقد بلغ معدل نسبة الدخل السياحي إلى الصادرات الكلية من السلع والخدمات ١٣,٦٪ خلال الفترة (١٩٩٤-١٩٩٠). (جدول رقم ٢-٥)، وارتفعت هذه النسبة إلى ١٤,٤٪ في العام ١٩٩٥، ويعود هذا الارتفاع إلى الزيادة في الدخل السياحي بنسبة ٢٠٪ عن عام ١٩٩٤. بلا شك أن هذه النسبة تعتبر مرتفعة مقارنة مع بعض الدول السياحية مثل إسرائيل (٩,٦٪)، مما يشير إلى ضعف القطاعات الانتاجية وعدم مقدرتها على تغطية احتياجات السوق المحلي مما يضطرها الاعتماد على الاستيراد من الخارج.

٢-٢-٥ دور السياحة في الصادرات السلعية

يزداد دور السياحة في الصادرات السلعية سواء الكلية منها أو الوطنية، فقد تراوحت نسبة الدخل السياحي إلى الصادرات السلعية الكلية ما بين ٤٨,١٪ كحد أعلى عام ١٩٩٠ إلى ٢٨,٠٪ كحد أدنى عام ١٩٩١، وسجلت معدلاً عاماً بلغ حوالي ٤٠,٠٪ خلال الفترة (١٩٩٤-١٩٩٠) ووصلت هذه النسبة ٣٩,٣٪ عام ١٩٩٥.

وتزداد هذه النسبة إذا ما قيس إلى الصادرات السلعية الوطنية، إذ وصلت إلى ٥٦,٤٪ كحد أقصى في العام ١٩٩٣ و ٣٦,١٪ كحد أدنى في العام ١٩٩١. وقد سجلت معدلاً بلغ حوالي ٥٠٪ من الصادرات الوطنية، وتراجعت في العام ١٩٩٥ إلى حوالي ٤٨,٦٪.

جدول رقم (٢-٥): دور السياحة في ميزان المدفوعات الأردني من خلال مساهمتها في الصادرات للسنوات (١٩٩٤-١٩٩٠)

(بالمليون دينار)

السنة	(١) الدخل السياحي	(٢) الصادرات من سلع وخدمات	(٣) الصادرات السلعية الكلية	(٤) الصادرات السلعية الوطنية	(٥) ٢/١ (%)	(٦) ٣/١ (%)	(٧) ٤/١ (%)
١٩٩٠	٣٣٩,٨	٢٠٤٣,٣	٧٠٦,١	٦١٢,٣	١٦,٦	٤٨,١	٥٥,٥
١٩٩١	٢١٦,٠	٢٠٧٥,٧	٧٧٠,٧	٥٩٨,٦	١٠,٤	٢٨,٠	٣٦,١
١٩٩٢	٣١٤,٣	٢٤٦٣,٢	٨٢٩,٣	٦٣٣,٨	١٢,٨	٣٧,٩	٤٩,٦
١٩٩٣	٣٩٠,٢	٢٧٤٤,٨	٨٦٤,٧	٦٩١,٣	١٤,٢	٤٥,١	٥٦,٤
١٩٩٤	٤٠٦,٤	٢٩٠٠,٣	٩٩٥,٢	٧٩٣,٩	١٤,٠	٤٠,٨	٥١,٢
المعدل	٣٣٣,٣	٢٤٤٩,٦	٨٣٣,٢	٦٦٦,١٠	١٣,٦	٤٠,٠	٥٠,٠

المصادر:

١- دائرة الإحصاءات العامة، النشرة الإحصائية السنوية،يلول ١٩٩٥، ص ٤٦٠.

٢- البنك المركزي الأردني، التقرير السنوي ١٩٩٤، ص ٢٣٦.

٣-٥ ميزان السياحة

ميزان السياحة أو صافي الدخل من السياحة هو عبارة عن الفرق بين الدخل السياحي أي ما ينفقه السياح داخل البلد، والانفاق السياحي أي ما ينفقه المواطنين السياح خارج البلد. حيث يسجل الدخل السياحي في ميزان المدفوعات تحت بند

دائن، والانفاق السياحي تحت بند مدين. وبطبيعة الحال فكلما كان صاف الدخل موجبا كلما كان لصالح البلد واقتصادها القومي، والعكس صحيح.

وفي الأردن، أظهرت الأرقام بأنه موجباً خلال الفترة (١٩٩٠-١٩٩٤)، بمعدل ٩٩٨ مليون دينار سنوياً، أي بنسبة ٢٥٤٪ من الدخل السياحي، (جدول رقم ٥-٣). إذ بلغ معدل الانفاق السنوي ٢٣٣٥ مليون ديناراً، والدخل السياحي ٣٣٣٣ مليوناً خلال نفس الفترة.

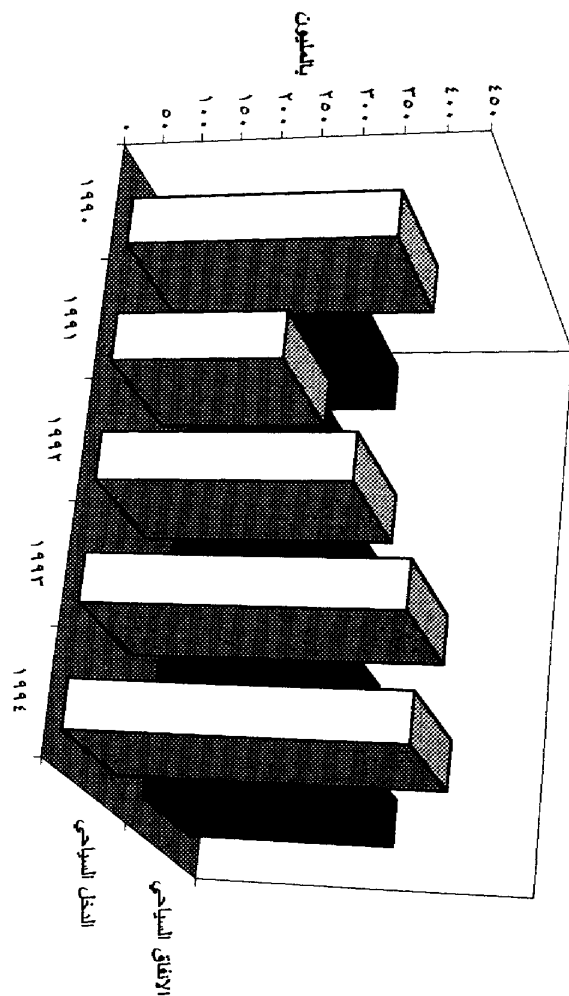
وفي العام ١٩٩٥ وصل صافي الدخل السياحي إلى ١٩٣٥ مليوناً أي منا نسبته ٣٩٦٪ من الدخل السياحي. وهذا يشير بشكل رئيسي إلى زيادة الحركة السياحية في الأردن، إذ نما الدخل السياحي بنسبة ٢٠١٪ مقابل غمواً في الانفاق السياحي بحوالي ٧٪ فقط.

جدول رقم (٥-٣): ميزان السياحة الأردني خلال الفترة (١٩٩٠-١٩٩٤) (بالمليون دينار)

السنة	الدخل السياحي	الانفاق السياحي	صافي الدخل السياحي
١٩٩٠	٣٣٩٨	٢٢٣١	١١٦٧
١٩٩١	٢١٦٠	١٩١٩	٢٤١
١٩٩٢	٣١٤٣	٢٣٨١	٧٦٢
١٩٩٣	٣٩٠٢	٢٣٩١	١٥١١
١٩٩٤	٤٠٦٤	٢٧٥٣	١٣١١
المعدل	٣٣٣٣	٢٣٣٥	٩٩٨

المصدر: البنك المركزي الأردني، التقرير السنوي ١٩٩٤، مرجع سابق، ص ٢٣٦.

شكل رقم (٥-١): ميزان السياحة الأردني خلال الفترة (١٩٩٠-١٩٩٤)



المصدر: جدول رقم (٥-٣)

جدول رقم (٥-٤): مساهمة السياحة في حجم العمالة الكلية حسب النشاط الاقتصادي لعام ١٩٩٥

النشاط الاقتصادي	العدد	%
الزراعة	٦٨ر٨	٦ر٩
الصناعة	١٤٣ر٥	١٤ر٤
الكهرباء والماء	١٣ر٩	١ر٤
الانشاءات	٩٩ر٧	١٠ر-
التجارة	١٣٥ر-	١٣ر٥
النقل والتخزين والمواصلات	٩١ر٧	٩ر٢
الخدمات	٤٣٤ر٤	٤٣ر٦
السياحة*	١٠ر-	١ر-
المجموع	٩٩٧ر-	١٠٠ر-

* بيانات وزارة السياحة والآثار، وتم ابرازها لغايات المقارنة.

١- دائرة الاحصاءات العامة، التعداد العام للسكان والمساكن ١٩٩٤.

٢- قسم الدراسات الصناعية، الجمعية العلمية الملكية، دراسة الفقر والبطالة في الأردن، دراسة غير منشورة.

٥-٤ مساهمة السياحة في العمالة الكلية

ان رقماً واضحاً وحقيقي لعدد القوى العاملة في قطاع السياحة غير متوفر، ويعود ذلك إلى تشابك القطاع مع باقي الأنشطة والقطاعات، فالسائق الذي يقوم بنقل المواطن يعمل أيضاً على نقل السائح. اما التقديرات الحالية فهي مبنية على عدد العاملين في الأنشطة السياحية المباشرة كالفنادق ووكالات السياحة والسفر ومتاجر التحف وأدلاء السياحة وغيرهم. فقد قدر عددهم بحوالي ١٠ آلاف عاملاً في العام ١٩٩٥، أي ما نسبته ١٪ من حجم القوى العاملة الكلية، وهي أقل نسبة مقارنة مع باقي القطاعات الاقتصادية. ان تدني هذه المشاركة لا يتناسب مع حجمه وضخامة استثماراته وخاصة في المرحلة الاخيرة مما يتطلب إعادة نظر في هذه الاحصائيات. هذا، ويلاحظ هيمنة قطاع الخدمات على حجم العمالة الكلية (٤٣٦٪)، تلاه من حيث الأهمية النسبية قطاع الصناعة (١٤٤٪)، ثم التجارة (١٣٥٪)، ثم الانشاءات (١٠٤٪)، والنقل ٧٧٪، ويأتي قطاع الزراعة أقل القطاعات مساهمة في حجم القوى العاملة (٦٩٪) بعد الكهرباء والسياحة، على الرغم من أهميته للبلد، (جدول رقم ٥-٤).

ومن الجدير بالذكر أن عدد العاملين في الأنشطة السياحية في اسرائيل بلغ أضعاف العاملين في قطاع السياحة في الأردن حيث قدر بحوالي ٥٠.٠٠٠ عامل عام ١٩٩٤.

* لا يشمل العاملون في المطاعم غير الفندقية.

٥-٥ خلاصة

تبين من هذا الفصل أن للسياحة دوراً كبيراً في الدخل القومي الأردني وميزان المدفوعات، بينما للعاملين فيها دور محدود في القوى العاملة الكلية وقد تجلت هذه المساهمة من خلال النقاط الرئيسية التالية:

١. بلغت نسبة قطاع السياحة إلى الناتج المحلي الإجمالي حوالي ١٢٫٧٪ كمعدل سنوي خلال الفترة (١٩٩١-١٩٩٥). وتعتبر هذه النسبة مرتفعة مقارنة مع قطاعات الكهرباء والماء والزراعة والانشاءات والتجارة العامة، حيث سجلت النسب التالية ٥٫٧٪ و ٢٫٤٪ و ٨٫٦٪ و ١٠٫٥٪ على التوالي.

٢. قدرت القيمة المضافة في قطاع السياحة بحوالي ٤٨٪ من الدخل السياحي الرسمي عام ١٩٩٥.

٣. بلغت مساهمة السياحة في الصادرات الكلية من السلع والخدمات ١٣٫٦٪ خلال الفترة (١٩٩٠-١٩٩٤)، ارتفعت إلى ١٤٫٢٪ عام ١٩٩٥. كما بلغت النسبة حوالي ٤٠٪ بالنسبة للصادرات السلعية، انخفضت إلى ٣٩٫٦٪ عام ١٩٩٥.

٤. لقد بلغ الدخل السياحي الصافي ١٣١١ مليون ديناراً عام ١٩٩٤، ارتفع إلى ١٩٣٥ مليوناً عام ١٩٩٥.

٥. بلغ عدد العاملين في قطاع السياحة حوالي ١٠ الاف عاملاً عام ١٩٩٥، باستثناء العاملين في المطاعم والملكية الأردنية.

الفصل السادس

الدور الاقليمي للسياحة الاردنية

٦-١ المقومات السياحية لبعض دول الشرق الاوسط

١. فلسطين واسرائيل

تتمتع فلسطين بمجموعة من الميزات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مما يؤهلها لتنمية شتى النشاطات السياحية. أهم المقومات السياحية التي تشتمل عليها، القدس، بيت لحم، تل ابيب، عين جدد، ماسادا، عين بوكيك وايلات.

٢. مصر

تعد مصر من اكبر الدول السياحية في منطقة الشرق الاوسط وذلك لان اقدم الحضارات في التاريخ استوطنت فيها وقد تركت هذه الحضارات اماكن تاريخية وثقافية ودينية ما زالت موجودة الى وقتنا هذا. وأهم هذه المقومات هي، الاهرامات، كنسية الطور، شرم الشيخ، ذهب، نويبع وطابا.

٣. سوريا

تعد المقومات السياحية الموجودة في سوريا امتداداً طبيعياً للمقومات السياحية في الدول العربية المجاورة، وذلك كون الحضارات التي تعاقبت على المنطقة تركت اثراً لها في هذه الدول كالحضارة الرومانية والكنعانية والاسلامية وغيرها. وأهم هذه المقومات، بصرى الشام، الشام، حمص، تدمر، طرطوس، اللاذقية، قلعة ادرجيت، حلب والجامع الاموي.

تعاقبت على منطقة الشرق الأوسط حضارات مختلفة (الاشورية، البابلية، الفينيقية، الكنعانية والرومانية والاسلامية) وما زالت معالمها التاريخية والاثريّة والدينية منتشرة في مختلف دول المنطقة. كما تمتاز المنطقة بتنوع تضاريسها واعتدال مناخها، بالإضافة إلى امتداج شواطئها الساحلية على البحر الاحمر وعلى البحر الأبيض المتوسط وكذلك امتدادها إلى المناطق الصحراوية والذي اثرى تنوع تضاريسها.

هذا وقد ازداد دور السياحة في المنطقة بعد عملية السلام الاخيرة حيث من المتوقع ان يشهد هذا القطاع نمواً متصاعداً خلال السنوات القادمة.

ومما يزيد هذا الدور بالنسبة للأردن اضافة إلى موقعها المتميز وقربها من الأماكن المقدسة والتسهيلات المقدمة للسياح من حيث الدخول، وجود مقومات سياحية فريدة مثل مدينة البتراء الوردية.

سوف يتطرق هذا الفصل من الدراسة إلى المقومات السياحية لبعض دول الشرق الأوسط^١ في المنطقة والروابط السياحية المشتركة لدول المنطقة وأماكن الجذب السياحي، والاتفاقيات السياحية.

^١ ملاحظة: دور الشرق الأوسط حسب تعريف منظمة السياحة العالمية هي:

ليبيا، مصر، الأردن، سوريا، لبنان، العراق، السعودية، اليمن، الكويت، قطر، الامارات وعمان.

٤. الاردن

يحظى الاردن بكنوز من المواقع التاريخية والاثرية والدينية والمواقع الطبيعية الخلابة، تشكل في مجملها مواقع سياحية هامة، كما يمتاز الاردن بمناخه المعتدل والمتنوع بالإضافة الى توسط موقعه الجغرافي مما يجعله موهلاً لاجتذاب السياح على اختلاف اهتماماتهم وأهوائهم على مدار العام ومن مختلف انحاء العالم. وقد تم ذكر معظم هذه المواقع في الفصل الثالث من هذه الدراسة، وأهم هذه المقومات السياحية هي عمان، القصور الصحراوية والبتراء والحمامات الطبيعية، مادبا، أم قيس، البحر الميت، وادي رم، جرش، ديين، عجلون والعقبة.

٦-٢ الروابط السياحية المشتركة

٦-٢-١ الحركة السياحية

قدر عدد السياح في العالم بحوالي ٩٨٦٨ مليون سائح في عام ١٩٩٤، وكانت حصة بعض دول الشرق الأوسط من هذه الأعداد حوالي ٨٨٢٧ ألف سائح أي ما نسبته (٢٪) منهم، وتعتبر هذه النسبة محدودة نظراً لما تتمتع به المنطقة من مقومات متنوعة وخاصة المناطق الاثرية والمناظر الصحراوية والشواطئ الدافئة.

ارتفع عدد السياح إلى ١١١ ملياراً عام ١٩٩٥ أي بنسبة نحو بلغت حوالي (١١٢٪).

أما الدخل السياحي العالمي فقد بلغ في عام ١٩٩٤ حوالي ٥١ مليار دولار، قدرت حصة منطقة الشرق الأوسط منه بحوالي ٦٥ مليوناً أي بنسبة (٩٪) (جدول رقم (٦-١)). وقد حصلت مصر على أعلى نسبة من عدد السياح القادمين أي ما نسبته (٢٧٪) من المجموع الكلي للدول مدار البحث، في حين حصلت اسرائيل على أعلى نسبة من الدخل السياحي أي حوالي (٤١٪) من الدخل الاجمالي، ويمكن ان يعزى ذلك إلى ارتفاع مستوى المعيشة في اسرائيل بالدرجة الأولى وإلى نوعية السياح وهدف الزيارة.

ويلاحظ أيضاً عدم التعادل في معدل انفاق السائح في جميع هذه الدول فعلى سبيل المثال بلغ معدل انفاق السائح في الأردن (١٠) دولارات وفي البحرين (٥) دولارات بينما وصل هذا المعدل (٤١) دولاراً في اسرائيل.

وتعتبر هذه الظاهرة أمر طبيعي نظراً لعدة ظروف اقتصادية وسياحية.

² WTO, Tourism Market Trend 1994.

جدول رقم (٦-١): المؤشرات السياحية لبعض بلدان الشرق الأوسط لعام

١٩٩٤

البلد	القادمون (بالآلف)	الدخل السياحي (بالمليون دولار)
البحرين	٢٢٧٠	٣٠٢
مصر	٢٣٥٦	١٣٨٤
الأردن	٨٥٨	٥٨٢
الكويت	٧٣	١٠١
ليبيا	٥٤	٧
عمان	٣٥٨	٨٨
سوريا	٧١٨	٨٠٠
اليمن	٤٠	١٩
اسرائيل*	٢١٠٠	٢٣٠٠
المجموع	٨٨٢٧	٥٥٨٣

المصدر: ١. دليل الأعمال الاسرائيلي لعام ١٩٩٥، ص ٨٩.

٢. Source: World Tourism Organization (WTO) Yearbook of Tourism Statistics, 1996, p. 113, 117

أعلى نسبة (٥٥٦٪) وكذلك الحال بالنسبة للزيارة الدينية بنسبة (٦٤٧٪)، وينسحب هذا القول على باقي أنواع الزيارة للمنطقة.

كما تبين ان ٦٣١٪ من الذين قدموا إلى الأردن في رحلة جماعية قد زاروا فلسطين، في حين ٥١ منهم فقط كان هدفهم زيارة لبنان. ويمكن أن يعزى هذا إلى الظروف غير الطبيعية هناك. يأتي بعدها من حيث الأهمية النسبية (٩٢٪) سوريا نظراً لعدم تحاقها بعملية السلام. وينطبق هذا الحال على جميع مراحل الدراسة الثلاثة^٣.

جدول رقم (٦-٢): الأماكن التي زارها السياح المغادرين في الدول المجاورة للأردن حسب الموقع

المواقع	لبنان	سوريا	مصر	اسرائيل وفلسطين	المجموع	%
الاثريّة	١٥٤	٢٦٥	٦٢٢	١٣٠٦	٢٣٤٧	٣٢ر٢
الدينية	٨٦	١٧٣	٣٨٦	١١٨٦	١٨٣١	٢٥ر١
المنظر الخلابة	٨٤	١٤٧	٣٤٨	٨٨٠	١٤٥٩	١٩ر٩
الينابيع المعدنية	٢٦	٦٧	٢٢٦	٧٩٢	١١١١	١٥ر١
أخرى	٢٤	١٨	٧٠	٤٥٢	٥٦٤	٧ر٧
المجموع	٣٧٤	٦٧٠	١٦٥٢	٤٦١٦	٧٣١٢	١٠٠
%	٥ر١	٩ر٢	٢٢ر٦	٦٣ر١	١٠٠	

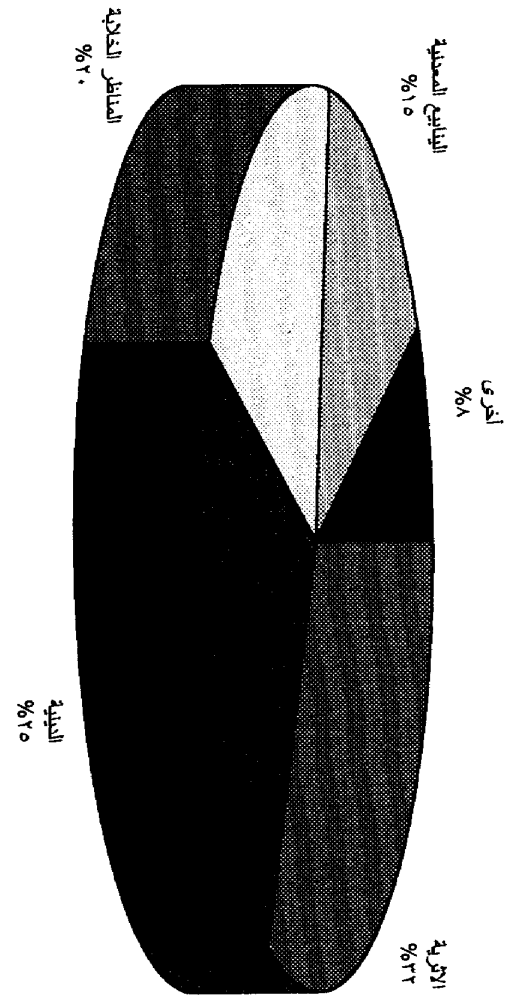
مصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

^٣ لمزيد من التفاصيل أنظر الملاحق (١-٦)، (٢-٦)، (٣-٦).

٦-٢-٢ أماكن الجذب السياحي

تبين من المسح الميداني أن هناك تقارباً في الأهداف الرئيسية لزيارة السائح إلى المنطقة. فقد أظهرت النتائج أن أكثر السياح يأتون لزيارة المواقع الاثريّة ٣٢ر٢٪ يأتي بعدها زيارة المواقع الدينية ٢٥ر١٪ والمنظر الخلابة بنسبة ١٩ر٩٪ والينابيع المعدنية ١٥ر١٪ (جدول ٦-٢). وتبين أيضاً أن نسبة القادمين إلى فلسطين واسرائيل من أجل زيارة المواقع الاثريّة قد شكلوا

شكل رقم (١-٦): توزيع السياح المغلادين حسب المواقع التي زاروها في دول المنطقة



المصدر: جدول رقم (١-٢)

٦-٣ الاتفاقيات السياحية

من اجل تسويق الأردن سياحياً وتنمية القطاع السياحي قامت الحكومة بعقد العديد من الاتفاقيات مع بعض الدول العربية والأجنبية.

هذا وقد وقع الأردن تسع اتفاقيات مع كل من:

اليمن، فرنسا، مصر، إيطاليا، تونس، اليونان، قبرص، سوريا، اسرائيل. هذا، وقد نص الاتفاق الاقتصادي بين الاردن وفلسطين الموقع في ١/٧ / ١٩٩٥ على تشجيع السياحة بين البلدين واقامة المشاريع المشتركة في هذا المجال^٤،

ولعل اهم البنود التي تضمنتها هذه الاتفاقيات ما يلي:

١. تعمل هذه الدول على تعزيز وتنشيط السياحة فيما بينها من خلال برامج تسويقية مشتركة واقامة المعارض بين هذه الدول .
٢. تبادل الخبرات في مجال الحرف التقليدية السياحية .
٣. تقوم باعداد دراسات ومشاريع سياحية مشتركة للتطوير السياحي بين هذه الدول.
٤. تشجع الاستثمارات السياحية المشتركة .
٥. تشجيع السياحة العلاجية من خلال الخدمات والمرافق السياحية العلاجية المتوافرة بين هذه الدول.
٦. تبادل المعلومات والدراسات والابحاث في مجال السياحة والمواقع التي يمكن تطويرها سياحياً وتطوير البنية الاساسية الفندقية والسياحية بين هذه البلدان .

^٤ تيسير عبد الجابر، دراسة حول الآثار الاقتصادية للسلام في الشرق الأوسط على المملكة الأردنية الهاشمية،

الجمعية العلمية الملكية، ١٩٩٥، ص ٧٦.

٧. تبادل البعثات للتدريب السياحي بمختلف المجالات السياحية .
٨. تتضمن برامج دعائية سياحية متبادلة ونشاطات اعلامية وتبادل الوثائق السمعية والبصرية والمقرؤة بهدف نشر اكبر قدر ممكن من المعلومات عن المقومات السياحية بين هذه الدول.
٩. تشجيع السياحة في البلدان الاخرى (الاسواق المصدرة للسياحة) وزيادة التعاون مع الهيئات الدولية والاقليمية في مجال السياحة (جدول ٦-٣).

جدول رقم (٦-٣): اهم بنود الاتفاقيات التي عقدها الاردن مع بعض الدول

خلال الفترة (١٩٨٦-١٩٩٥).

الرقم	اطراف الاتفاقية	تاريخ توقيع الاتفاقية	مدة الاتفاقية	الموتوكولات التنفيذية واهم بنودها
١	الاردن وتونس	١٩٩٥-٤-٢٧	ثلاث سنوات	١ - تنشيط التدفق السياحي بين البلدين. ٢ - تبادل الخبرات في مجال التخطيط السياحي وفي مجال التنمية السياحية ٣ - تكييف تبادل المعلومات والخبرات في مجال الحرف والصناعات التقليدية. ٤ - تبادل الخبرات في مجالات التكوين الفندقي والسياحي. ٥ - تكييف تبادل المعلومات والخبرات في مجال الحرف والصناعات التقليدية وتبادل الخبراء والحرفيين للاطلاع على تجارب البلدين واقامة دورات تدريبية لتطوير وتنوع منتجات الحرف والصناعات التقليدية.
٢	الاردن واليونان	١٩٨٧-٦-٢	خمس سنوات	١ - تسهيل عملية مرور السياح بين البلدين. ٢ - تبادل الخبرات والتعاون السياحي في مجالات التدريب المختلفة.
٣	الاردن وقبرص	١٩٩٣	خمس سنوات	١ - تنمية السياحة والتعاون السياحي بين البلدين. ٢ - بذل الجهود لتطوير التعاون الدولي فيما بينهما وذلك في مجال السياحة.

٤	الاردن وسوريا	١٩٨٩-٦-١٩	سنة واحدة	١ - تنشيط الحركة السياحية بين البلدين. ٢ - تبادل الانظمة والتشريعات الخاصة بالاستثمار السياحي بين البلدين. ٣ - التعاون في تطوير الصناعات التقليدية والحرف اليدوية بين البلدين.
٥	الاردن وايطاليا	١٩٨٨-٤-١٨	خمس سنوات	١ - تشجيع وتوسيع المبادلات السياحية في مجال السياحة الثقافية والتاريخية. ٢ - تيسير اجراءات السفر وتكثيف وسائل الاتصالات والنقل ، وتشجيع الرحلات الجماعية وعقد دورات تدريبية والتأهل المهني للعاملين في مجال الآثار. ٣ - تسهيل ونشر الوثائق والمعلومات السياحية كل في بلد الآخر.
٦	الاردن ومصر	١٩٨٦-٤-٣٠	خمس سنوات	١ - دعم وتنشيط السياحة الدولية عن طريق البلدين كوحدة سياحية مشتركة من خلال اعداد برامج مشتركة واترار عوامل الجذب الجامعة للبلدين واصدار الشرائح والمصنفات المشتركة ٢ - تتم تسوية نفقات السياحة بين البلدين طبقا لوسائل الدفع المقبولة للطرفين.
٧	الاردن وفرنسا	١٩٩٣	خمس سنوات	١ - تشجيع ودعم التعاون السياحي وتطوير المجالات السياحية غير التقليدية بين البلدين. ٢ - تقوم وزارتا السياحة والآثار في البلدين باعداد دراسات مشتركة ومشاريع لتطوير السياحي وفقا لقوانين وانظمة البلدين.
٨	الاردن واسرائيل	١٩٩٥-٤-٤	ثلاثة سنوات	١ - تطوير وتشجيع وتنمية السياحة بين البلدين وتكثيف التعاون بين المنظمات السياحية العاملة في البلدين. ٢ - دراسة الطرق الممكنة لتسهيل وتطوير الحركة السياحية وتبادل المعلومات بخصوص الامور المتعلقة بالسياحة والسفر. ٣ - يتعهد الطرفان بتشجيع السياحة من البلدان الاخرى (الاسواق المصدرة للسياحة) ويقوم الطرفان بايلاء اهتمام خاص للتعاون في مجال التسويق ونشاطات الترويج وخاصة في الجهود المأهولة الى اطالة مدة اقامة السياح. ٤ - يوافق الطرفان على تطوير وتعزيز التعاون الفني في مجال التدريب المهني السياحي. ٥ - يتعهد الطرفان بذل الجهود المأهولة لزيادة التعاون بينهما في اطار الهيئات الدولية الاقليمية في مجال السياحة.

٩	الأردن واليمن	١٩٩٥-٦-١٨	ثلاثة سنوات	١- يعمل الجانبان على تعزيز وتنشيط السياحة بين البلدين من خلال برامج تسويقية مشتركة وإقامة معارض في كلا البلدين. ٢- يتبادل الجانبان الوفود السياحية . ٣- يشجع الجانبان السياحة العلاجية. ٤- يقوم الجانب الأردني بتوفير فرص التدريب للكوادر اليمنية في مجال الفنادق والادلاء السياحيين. ٥- يتبادل الجانبان الخبرات في مجالات الحرف التقليدية السياحية. ٦- يتبادل الجانبان الخبرات والدراسات في مجال التطوير السياحي.
---	---------------	-----------	-------------	---

مصدر: وزارة السياحة والآثار، وثائق غير منشورة لعام ١٩٩٥.

٦-٤ الخلاصة

١. قدر عدد السياح في العالم بحوالي ٩ر٨ مليار سائح في عام ١٩٩٤، وكانت حصة بعض دول الشرق الأوسط من هذه الاعداد حوالي ٨ر٨ مليوناً.
٢. ارتفع عدد السياح إلى ١١ر١ ملياراً عام ١٩٩٥، وبلغ الدخل السياحي العالمي ١٩٩٤ حوالي ٥١ مليار دولار، قدرت حصة منطقة الشرق الأوسط منه بحوالي ٥ر٦ مليوناً.
٣. حصلت مصر على أعلى نسبة من عدد السياح القادمين ٢٧٪، وحصلت اسرائيل على أعلى نسبة من الدخل السياحي ٤١٪.
٤. تتسم السياحة الأردنية بكونها سياحة اقليمية بحيث ان الرحلة تشمل على زيارة الأردن ودول الاقليم خاصة مصر وسوريا ولبنان وفلسطين واسرائيل، حيث احتل هذا النوع من الرحلات ما نسبته ٦٣ر١٪ من مجموع القادمين.
٥. قامت الحكومة بعقد عدة اتفاقيات سياحية مع بعض الدول العربية، والأجنبية بهدف تشجيع وتنشيط الحركة السياحية الاقليمية والدولية.
٦. الهدف الرئيسي من السياحة الاقليمية في المنطقة زيارة المواقع التاريخية والآثرية ٣٢ر٢٪، وثم السياحة الدينية ٢٥ر١٪ والمناظر الطبيعية الخلاصة ١٩ر٩٪.

الفصل السابع

المشاكل والمقترحات

المقدمة

يأتي هذا الفصل لتقييم الخدمات في المواقع السياحية ومستوى ادائها من قبل السياح المغادرين. وتشتمل هذه الخدمات على بعض عناصر البنية التحتية والنامية والمأكل والمجتمع المحلي وسائق الحافلة والادلاء السياحيين وغيرها من الامور التي تهم السائح في تلك المناطق. هذا وقد صنف مستوى الخدمات إلى أربعة فئات وهي، ممتازة، جيدة، مقبولة وسيئة.

سيتناول هذا الفصل بندين رئيسيين مستوى الخدمات في المواقع السياحية، واقتراحات السياح لتبيان حجم هذه المعوقات.

٧-١ واقع الخدمات السياحية

سيتناول هذا الجزء تقييم السياح لمستوى الخدمات في المواقع السياحية ومستوى الأداء وكذلك تقييم السياح لمستوى الادلاء السياحيين.

٧-١-١ الخدمات السياحية

كان تقييم الأداء للخدمات السياحية على الشكل التالي ٥٠,٤٪ جيد تلاه ٣٢٪ ممتازاً و١٤,٥٪ مقبولاً والباقي أي ٢,٧٪ سيئاً.

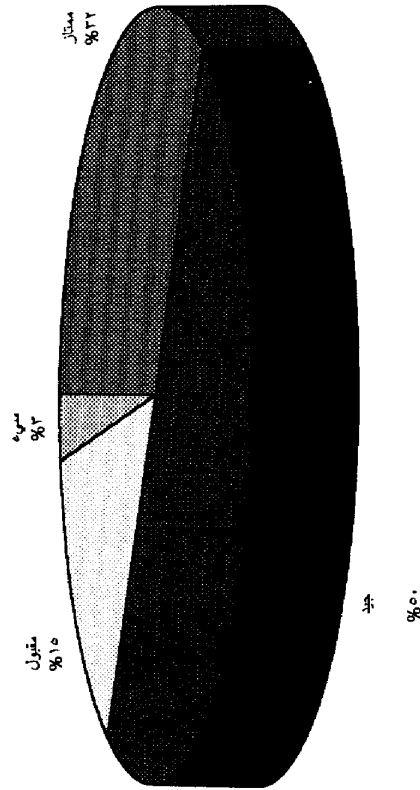
وعند تحليل بنود هذه الخدمات تبين ان الذين ذكروا بأنها ممتازة، اعتبروا المجتمع المحلي أكثر البنود أهمية (٥٤,٦٪)، تلاه سائق الحافلة (٤٢,١٪)، ثم المناخ

(٣٨,٥٪)، وكان أقلها المرافق الصحية (٢١,٤٪) ومن ثم الطرق المؤدية إلى المناطق السياحية (٢١٪).

أما بالنسبة لتقدير جيد فقد سجلت وسائط النقل أعلى نسبة لهذا المستوى (٥٧,٢٪)، تلاها النظافة العامة (٥٥٪)، ثم الطرق (٥٤,٤٪). وكانت أقل النسب لهذا المستوى، المناخ، سائق الحافلة، المجتمع المحلي بنسب ٤٧,٤٪، ٤٧,١٪، ٣٨,٣٪ على التوالي.

وبالنسبة لمستوى مقبولاً فكانت المرافق الصحية أعلاها (٢٤,٢٪)، الطرق المؤدية إلى المرافق السياحية ثم النظافة العامة ٢١,٧٪ و ١٦,٩٪ على التوالي. وكان بهذا المستوى، المناخ وسائق الحافلة والمجتمع المحلي بنسب ١٠,٩٪، ٩,١٪ و ٦,٢٪ على التوالي. [جدول (٧-١)].

شكل رقم (١-٧): تقييم السياح المغادرين لمستوى الخدمات في المناطق السياحية



المصدر: جدول رقم (١-٧)

جدول رقم (١-٧): تقييم السياح المغادرين لمستوى الخدمات في المناطق السياحية حسب الأهمية النسبية

(%)

الخدمة	مستوى الاداء		
	ممتاز	جيد	مقبول
الطرق المؤدية اليها	٢١,١	٥٤,٤	٢١,٧
وسائط النقل	٢٤,٤	٥٧,٢	١٦,٢
المأكّل	٣١,٧	٥٣,٦	١٣,٨
المنامة	٢٨,٧	٥٥	١٥,١
المرافق الصحية	٢١,٤	٤٩,٧	٢٤,٢
الأدلاء السياحيين	٣٧,٧	٤٥,٢	١٢,٩
النظافة العامة	٢٧,٣	٥٢,٦	١٦,٩
الخدمة السياحية	٢٩,٨	٥٤	١٣,٦
المجتمع المحلي	٥٤,٦	٣٨,٣	٦,٢
المناخ	٣٨,٥	٤٧,٤	١٠,٩
سائق الحافلة	٤٢,١	٤٧,١	٩,١
سائق المطار	٣١,٢	٥١,٧	١٣,٨
المعدل	٣٢,٤	٥٠,٤	١٤,٥

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

أما المرافق التي جاء تقييمها سيئاً فسجلت المرافق الصحية أعلاها (٤٧٪) والأدلاء السياحيين ٤٢٪ تلاها النظافة العامة والمناخ بنسب ٣٢٪ لكل منهما. أما أقلها سوءاً، فكان المأكّل، سائق الحافلة والمنامة بنسب ١٩٪، ١٧٪، ١٢٪ على التوالي^١.

٧-١-٢ تقييم الأدلاء السياحيين من قبل السياح

يلعب الدليل السياحي دوراً متميزاً في العملية السياحية وذلك من خلال معرفته في أماكن تواجد الأماكن السياحية ومعرفته بتاريخها، إضافة إلى معرفته بعدة لغات أجنبية مختلفة. ويعتبر الدليل السياحي سفيراً للبلد الذي يزوره السائح، أي سفيراً في الداخل، حيث يعتبر الشخص الأول الذي يلتقي به السائح الذي يعطي الانطباع الأول عن البلد.

أما تقييم السياح المغادرين للدليل السياحي فقد تراوحت ما بين ممتاز (٣٧٧٪)، وسيء (٤٢٪). أما من حيث المعاملة المادية واللغوية والمعرفة بتاريخ الأماكن السياحية ومعرفته بتواجدها وانتظام مواعيد الرحلة، فكانت ما يلي:

أ- المعاملة المادية

كان تقييم السياح المغادرين لهذا البند (١٣٩٪) بشكل عام. سجلت الجنسيات الأوروبية (٤٦٢٪)، تلاها السياح الاسرائيليين (٢١٥٪) والسياح الأمريكيين (١٣٩٪) وكان أقلهم من الدول العربية والاسيوية وأخرى بنسب (٧١٪)، (٦٥٪) و (٤٨٪) على التوالي.

^١ لمزيد من التفاصيل يلاحظ ملحق رقم (٧-١).

ب- اللغة والأمور الأخرى

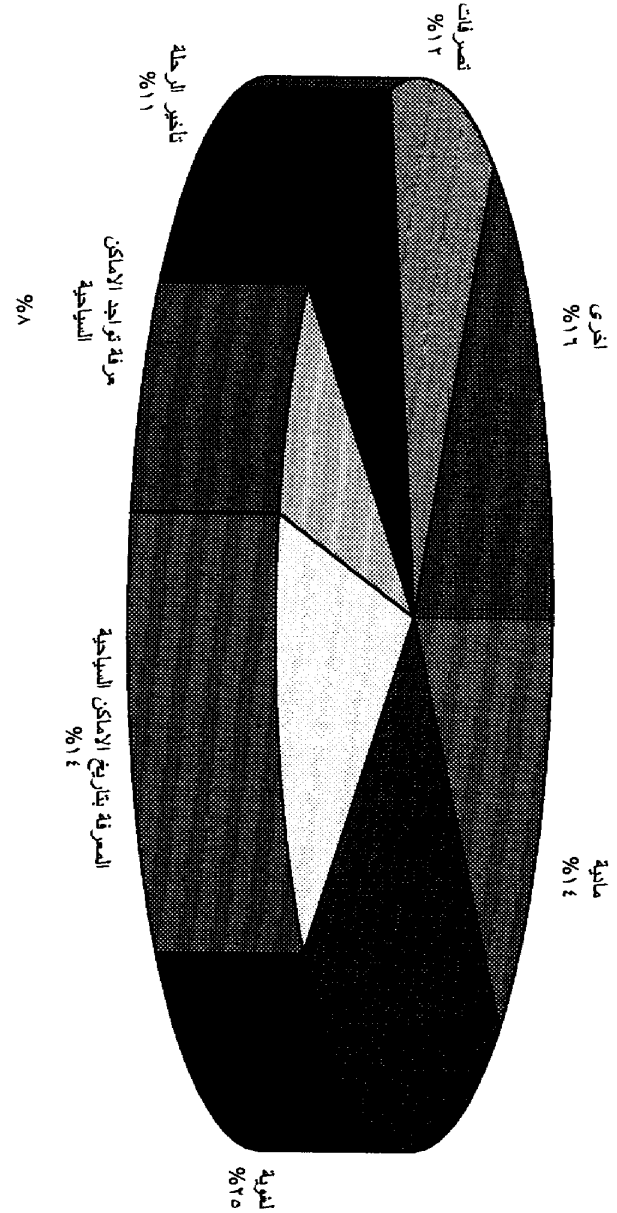
شكلت مشكلة عدم إتقان اللغة للأدلاء أعلى نسبة للسياح بغض النظر عن جنسياتهم، حيث بلغت (٢٥٥٪)، تلاها بند أخرى (١٥٩٪)، والمعرفة بتاريخ الأماكن السياحية (١٣٩٪)، وكانت أقل النسب هي عدم معرفة تواجد الأماكن السياحية (٧٤٪). [جدول (٧-٢)].

جدول رقم (٧-٢): معاملة الأدلاء السياحيين بالنسبة للسياح المغادرين حسب الجنسيات ونوع المعاملة

المعاملة	العربية	الاسرائيلية	الأوروبية	الأمريكية	الآسيوية	أخرى	المجموع	٪
مادية	٧	٩	٢٠	٩	٢	٢	٤٩	١٣.٩
لغوية	٠	١٩	٤٩	١١	٦	٥	٩٠	٢٥.٥
المعرفة بتاريخ الأماكن السياحية	٢	١٤	٢٤	٦	٢	١	٤٩	١٣.٩
معرفة تواجد الأماكن السياحية	٢	١١	٧	١	٤	١	٢٦	٧.٤
تأخير الرحلة	٤	١٢	١١	٦	٢	٤	٣٩	١١.٠
تصرفات	٨	٦	٢٠	٧	٣	٠	٤٤	١٢.٥
أخرى	٢	٥	٣٢	٩	٤	٤	٥٦	١٥.٩
المجموع	٢٥	٧٦	١٦٣	٤٩	٢٣	١٧	٣٥٣	
٪	٧.١	٢١.٥	٤٦.٢	١٣.٩	٦.٥	٤.٨		١٠٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

شكل رقم (٢-٧): معاملة الادلاء السياحيين بالنسبة للسياح المغادرين



المصدر: جدول رقم (٢-٧)

٧-١-٣ ملاحظات فريق العمل الميداني

بعض الملاحظات التي تتعلق بالقطاع السياحي والتي لمسها فريق العمل الميداني خلال فترات المسح الثلاث:

١. عدم وجود استراحات على الطريق الصحراوي وخاصة المنطقة الممتدة من العقبة حتى البتراء.
٢. عدم وجود مرافق صحية في معظم المناطق السياحية، وإن وجدت فالنظافة غير متوفرة فيها.
٣. التأخير على المعبر بمعدل ٢-٣ ساعات لطول الاجراءات مما يؤخر الرحلة.
٤. ضعف التسويق السياحي في الخارج وأحياناً يكون غير موجود، ويعتقد معظم السياح بان الأردن لا يوجد بها سوى البتراء كمنطقة سياحية.
٥. انخفاض أسعار تذاكر الطيران بالدول المجاورة مقارنة مع الأردن.

تطرق هذه الدراسة إلى ثلاثة أنواع من المشاكل التي يعاني منها قطاع السياحة في الأردن، تركز معظمها على تطوير الموارد السياحية وخاصة المعالم والمواقع السياحية الجذابة، بالإضافة إلى ما تحتاجه المواقع السياحية وخاصة القصور الصحراوية من صيانة وترميم. كما أن هناك مشاكل تتعلق بالخدمات المساندة للسياحة وما تحتاجه من تنمية وتطوير للخدمات التي تقدمها.

أما عن المشاكل المؤسسية والإدارية فتتعلق في تداخل المسؤوليات والصلاحيات المتعلقة بالأنشطة السياحية بين العديد من المؤسسات الحكومية مما يؤدي إلى ازدواجية بالمهام والصلاحيات. أما المشاكل الإدارية والمالية فيتعلق معظمها في الجهاز الإداري والمالي للوزارة وما يحتاجه إلى تطوير وتدريب إضافة إلى محدودية المخصصات المالية لإدارة السياحة.

٧-٢ الاقتراحات

تأتي اقتراحات السياح لمعالجة المشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي والسائح أثناء زيارته للبلد، وقد تركزت هذه الاقتراحات على تحسين البنية التحتية وتطوير الاعلام وبعض الأمور التنظيمية والإدارية وغيرها من الأمور المتعلقة بتحسين الأماكن الأثرية والخدمات السياحية ... الخ^٣.

^٢ دراسات حول الآثار الاقتصادية للسلام في الشرق الأوسط على المملكة الأردنية الهاشمية، قطاع السياحة، مرجع سابق ص ٣٧٦-٣٧٩.

^٣ لمزيد من التفصيلات حول بنود الاقتراحات الرئيسية يلاحظ ملحق رقم (٧-٢).

كان أكثر الاقتراحات أهمية بالنسبة للسياح المغادرين تطوير البنية التحتية (٣٢٩٪) تلاها بند أخرى (٢٧٥٪)، ومن ثم الإدارة والتنظيم (٢٤٣٪) والاعلام (١٥٣٪).

وقد كان هذا الترتيب شاملاً لجميع الجنسيات من الذين زاروا الأردن خلال فترة المسح الميداني.

أما من حيث ترتيب هذه الاقتراحات حسب الأهمية النسبية للجنسيات، فقد كان أكثر الجنسيات ممن قدموا اقتراحاتهم لتطوير البنية التحتية هم من الأوروبيين (٣٤٤٪)، تلاهم الاسرائيليين (٢٦٣٪) والأمريكيين (١٧٢٪)، وقد كان الاسيويون أقلهم تأثراً (٣٨٪).

ولم تختلف هذه النسب كثيراً بالنسبة لتطوير بند أخرى من حيث الجنسيات، فكانت على نفس الوتيرة مع اختلاف بسيط، حيث احتلت الجنسيات العربية محل الاسيوية من حيث الأهمية النسبية. فقد كان الترتيب كما يلي: ٣٨١٪ للأوروبيين، ٢٣٤٪ للاسرائيليين، ١٥٦٪ للأمريكيين، و ١١٣٪ للعرب.

أما بالنسبة لتحسين وسائل الاعلام وخاصة فيما يتعلق بتوفير معلومات سياحية عن الأردن سواء في المطارات أو الصحف الأجنبية وغيرها، فكان أكثر الجنسيات اهتماماً بذلك هم من الأوروبيين ٣٨١٪، تلاهم العرب ٢١٨٪ والأمريكيين ١٨٨٪، و ثم الاسرائيليين ٧٩٪.

٣-٧ خلاصة

لعل أهم النقاط التي تضمنها هذا الفصل ما يلي:

١. كان مستوى الأداء للخدمات السياحية كما يلي: ٥٠,٢٪ جيد، ٣٢٪ ممتاز، ١٤,٥٪ مقبولا و ٢,٧٪ فقط سيئا.

٢. كانت أكثر المشاكل التي يعاني منها السياح القادمين إلى الأردن من حيث الأدلاء السياحيين هي موضوع اللغة تلاها الأمور المادية والمعرفة بتاريخ المواقع السياحية وتصرفاتهم وتأخير الرحلة بصورة رئيسية.

٣. تشتمل اقتراحات السياح على تطوير البنية التحتية (٣٢,٩٪) وبعض الأمور الادارية والتنظيمية ٢٤,٢٪، والاعلام (١٥,٣٪)، وبعض الاقتراحات الأخرى ذات العلاقة بتطوير وتحسين الخدمات السياحية.

وفيما يتعلق بالادارة والتنظيم من حيث تسهيل المعاملات الجمركية والجوازات وغيرها، فكان ترتيب الاقتراحات حسب الجنسيات كما يلي: الأوروبيين ٣٦,٣٪، الأمريكيين ٢١,٩٪، الاسرائيليين ١٩,١٪، ومن ثم العرب ١٤,٦٪. ويذكر بهذا الصدد ان ترتيب هذه الاقتراحات من حيث الأهمية النسبية جاء متناسقا في جميع المستويات بغض النظر عن الفئات العمرية للسياح [ملحق رقم (٣-٧)].

جدول رقم (٣-٧): اقتراحات السياح المغادرين لتحسين السياحة في الاردن

الجنسية	الاقتراحات				المجموع	٪
	تحسين البنية التحتية	الاعلام	الادارة والتنظيم	اخرى		
العربية	٦٣	٥٢	٥٦	٤٩	٢٢٠	١٤,٢
الاسرائيلية	١٣٦	١٩	٧٣	١٠١	٣٢٩	٢٠,٩
الاوروبية	١٧٨	٩١	١٣٩	١٦٤	٥٧٢	٣٦,٤
الامريكية	٨٩	٤٥	٨٤	٦٧	٢٨٥	١٨,٢
اسيوية	٢٠	١٥	١١	١٩	٦٥	٤,١
اخرى	٣١	١٧	١٩	٣٠	٩٧	٦,٢
المجموع	٥١٧	٢٣٩	٣٨٢	٤٣٠	١٥٦٨	
٪	٣٢,٩	١٥,٣	٢٤,٣	٢٧,٥		١٠٠

المصدر: نتائج المسح الميداني، ١٩٩٦.

الفصل الثامن

مستقبل السياحة الأردنية

مقدمة

في ضوء المعطيات و الفعاليات التي ذكرت في الفصول السابقة، يتبين ان حركة السياحة الاردنية ستشهد مستقبلاً زاهراً اذا ما بقيت الظروف والاوضاع السياسية الحالية على ما هي عليه، ويمكن ان يتعزز ذلك اذا ما تعمقت المسيرة السلمية ورفع الحصار الكامل عن العراق الشقيق.

ومن اجل وضع التصورات المستقبلية لهذه الحركة لابد من دراستها من خلال جانبي العرض والطلب، مستعرضين الدراسات والتقديرات التي قامت بها المؤسسات الرسمية والخاصة والدولية.

٨-١ في جانب الطلب

تشير الدراسات الى ان هناك تحولات اقتصادية واجتماعية جذرية في الحركة السياحية، وبخاصة بعد اتفاقية السلام وافتتاح حدود جديدة وبالتالي اسواق جديدة. كما اصاب هذه التحولات الموارد البشرية والاستثمارات واساليب التسويق والتخطيط السياحي الحكومي وفي الدول المجاورة^١. بلا شك ان هذا التغيير سيؤدي إلى تنمية السياحة ودفعها إلى الامام مما يدعم الاقتصاد الوطني بشكل عام.

من أجل معرفة مستقبل السياحة في ظل هذه التحولات أجريت عدة دراسات لتقدير حجم الحركة السياحية حتى عام ٢٠٠٠ و ٢٠١٠. فقد

^١ غالب بركات، التحولات الاقتصادية والاجتماعية في قطاع السياحة بعد اتفاقيات السلام، مؤتمر الاقتصاد الرابع، جامعة اليرموك، ١٣-١٥ أيار ١٩٩٦، أربد- الاردن.

قدرت احدى الدراسات ان عدد سياح العالم سيصل إلى ٩٥٦ مليوناً عام ٢٠٠٠، منهم ٢٠٦ مليوناً أي حوالي (٢٢٪) لدول الشرق الأوسط، كما قدر عدد السياح إلى الأردن بـ ٢٠٠ مليون سائحاً^٢.

وفي دراسة أخرى قدر عدد السياح إلى الأردن بحوالي ٢٢٢ مليوناً في العام المذكور^٣ مقابل حوالي ٢٨٨ مليوناً في الدراسة اليابانية الاخيرة.

أما توقعات وزارة السياحة حول مستقبل الحركة السياحية فقد قدرت عدد السياح إلى الأردن عام ٢٠٠٠ بحوالي ١٥٥ مليوناً و ١٩٧ مليوناً عام ٢٠٠٥ و ٢٤٢ مليوناً عام ٢٠١٠^٤.

الا ان هذه الدراسة وبناء على تقديرات الدراسات السابقة وحسب نتائج المسح الميداني تقدر عدد السياح عام ٢٠٠٠ بحوالي ١٥٥ مليوناً (جدول ٨-١).

كما ويتوقع ان يصل الدخل السياحي عام ٢٠٠٠ إلى ٧٤٤ مليون ديناراً^٥.

^٢ عبد الاله ابو عياش، قطاع السياحة، دراسات حول الآثار الاقتصادية للسلام في الشرق الأوسط على المملكة الأردنية الهاشمية، الجزء الأول، ١٩٩٤، عمان-الأردن، ص ٣٦١.

^٣ نيسر عبد الجابر، واقع القطاع السياحي في الأردن واستراتيجيته، وزارة السياحة، ١٩٩٤، ص ٤٥.

^٤ وزارة السياحة، واقع ومستقبل السياحة في الأردن، غير منشورة.

^٥ وزارة السياحة، مرجع سابق.

جدول رقم (٨-١): تقديرات عدد السياح القادمين إلى الأردن حتى عام

٢٠٠٠

الجنس	١٩٩٤	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	١٩٩٩	٢٠٠٠
الأمريكية	٥٩١٥٤	١٠٣٣٤٦	١٠٧٩٦٠	١١٧٦٧٦	١٢٨٢٦٧	١٣٩٨١١	١٥٢٣٩٤
الأوروبية	١٥٦٩٢٩	٢٥٥٤٩٦	٢٥١٨٢٠	٢٧٩٥٢٠	٣١٠٢٦٧	٣٤٣٣٩٦	٣٨٢٢٨٠
الخليجية	٤٩٧١٣٧	٥٦٦٥٦١	٥٧٢٦٥٧	٦٢٥٣٤٣	٦٦٩١١٧	٧١٥٩٠٠	٧٦٦٠٧٢
إسرائيل	-	١٠٠٠٧٩	١٢١١٩٦	١٣٤٥٣٨	١٤٩٣٢٦	١٦٥٧٥٢	١٨٣٩٨٥
أخرى	٢٤٦٢٦	٤٨٠٦٧	٤٩١١٩	٥٢٥٥٧	٥٦٣٣٦	٦٠١٧٣	٦٤٣٨٥
المجموع	٧٣٨٠٤٦	١٠٧٣٥٤٩	١٠٢٠٣٧٥٢	١٢٠٩٦٢٤	١٣٣١٣٢١٣	١٤٢٥٠٨٧	١٥٤٩١١٦

* تم احتساب عدد السياح للأعوام ١٩٩٧-٢٠٠٠ حسب نسب النمو التالية: ٩٪ للأمريكيين، ١١٪ للأوروبيين، ٧٪ للعرب، ١١٪ للإسرائيليين و ٧٪ للجنسيات الأخرى.

٨-٢ في جانب العرض

من أجل مواجهة الزيادة المتوقعة في الطلب السياحي إلى الأردن، لا بد من التوسع في الهياكل السياحية الرئيسية وخاصة في أماكن الإيواء، إضافة إلى التطرق إلى بعض الأنشطة الأخرى كالأيدي العاملة وغيرها.

ففي مجال اعداد الغرف الفندقية يتوقع ان يصل عددها إلى ١٨ ألف غرفة عام ٢٠٠٠، حيث تم الموافقة على ٤٨ مشروعاً فندقياً خلال عامي ١٩٩٥ و ١٩٩٦، بسعة ٤٣١٦ غرفة و ٨٦٠٥ سريراً، أي بزيادة ٤٦٧٪ و ٤٩٣٪ عن عام ١٩٩٦، في حين لم تتجاوز نسبة الزيادة في عدد السياح ٢٧٪ فقط. وتشير هذه الطفرة الفندقية إلى مدى التفاؤل باستمرار عملية السلام في المنطقة.

وتبين إحدى الدراسات ان عدد الغرف عام ٢٠٠٠ سيصل إلى ١٦٤ ألف غرفة، أي بحاجة إلى ٧٤٠٧ غرفة إضافية عن عام ١٩٩٤، أي بنسبة زيادة تصل إلى أكثر من ضعف الرقم أي ١٠٣٪، حيث كان ٧١٨١ غرفة في نفس العام.

هذا، وقد تم توزيع هذه الغرف على المواقع السياحية كما هي واردة في الملحق (رقم ٨-١). حيث يلاحظ ان عمان قد احتلت أكبر اهتمام من الاستثمارات، حيث وصلت نسبة عدد الغرف فيها ٣٥٦٪ تلاها البتراء ٣٢٦٪ من المجموع الكلي لعدد الغرف المتوقع والبالغ (٧٤٠٧).

على أية حال فان هذه الاستثمارات اذا ما تم إنجازها فانها ستؤدي إلى نهضة سياحية واقتصادية عارمة، ولكنها تؤدي في نفس الوقت إلى ضغط على البنية التحتية وعلى قطاع المياه بشكل خاص.

هذا، ويذكر ان جميع هذه التقديرات غير مبنية على أسس علمية معروفة ومعلنة. فهل هي معتمدة على العلاقة بين عدد السياح المتوقع ونسبة الاشغال الفندقية مثلاً؟ ام على العلاقة بين عدد السياح المتوقع وعدد الغرف الفندقية الحالية؟ ام على العلاقة بين الهدف الرئيسي من الزيارة والأماكن السياحية الرئيسية؟ ام على نظريات احصائية متبعة؟ ام ماذا؟

وبذلك تبقي مجرد توقعات قابلة للنجاح أو الفشل.

اما في مجال القوى العاملة في هذا القطاع فقد قدرت الزيادة بحوالي ستة آلاف عامل عام ٢٠٠٠^٦، أي بزيادة تصل إلى ٥٩٦٪ عن عددهم في عام ١٩٩٥، أي بزيادة سنوية مقدارها حوالي ١٢٪ سنوياً. ومع ان هذه الزيادة تعتبر عالية الا انها تنسجم مع تقديرات الاستثمارات السياحية وخاصة الفندقية منها.

هذا، وفي ضوء حجم الاستثمارات المقدرة حسب الدراسات السابقة، تقدر هذه الدراسة حجم القوى العاملة في قطاع السياحة بحوالي ١٥ ألف عامل عام ٢٠٠٠، أي بنسبة زيادة مقدارها ١٠٪ سنوياً عن عام ١٩٩٥ حيث كان عددهم ١٠٠٦٥ عاملاً.

اما باقي الأنشطة السياحية فمن الطبيعي ان يزداد عددها ونشاطها في ظل حجم الاستثمارات السياحية المتوقعة، وتزداد وتزدهر الصناعات الحرفية السياحية مما يدر دخلاً للعاملين فيها وللاقتصاد الوطني بشكل عام.

وهذا يتطلب زيادة عدد معاهد ومراكز التدريب لجميع الأنشطة السياحية وخاصة الصناعات التقليدية السياحية.

اما عن سلبات هذه التطورات المتوقعة في قطاع السياحة، فأهمها زيادة الضغط على البنية التحتية وخاصة المياه نظراً لقلة المخزون المائي في البلد ولكبر حجم الاستهلاك المائي في قطاع الفنادق بشكل رئيسي. يضاف إلى ذلك تلوث البيئة واهتلاك المواقع الاثرية والمواقع السياحية الاخرى.

^٦ وزارة السياحة، مرجع سابق.

٨-٣ خلاصة

لعل من أبرز التوقعات التي أظهرتها الدراسة في هذا الفصل ما يلي:

١. تشهد المنطقة تحولات اقتصادية واجتماعية جذرية في الحركة السياحية مما يشير إلى ازدهارها وتطورها في جميع المجالات الاستثمارية والنوعية.
٢. في ضوء الدراسات السابقة وحسبما أظهرته نتائج المسح الميداني تقدر الدراسة عدد السياح المتوقع قدومهم إلى الأردن بحوالي ١٥ مليوناً عام ٢٠٠٠.
٣. تتفاوت تقديرات عدد الغرف من شخص لآخر فقد أظهرت إحدى التقديرات بانها ستصل إلى ١٨ ألفاً وان معظم هذه الاستثمارات تتمركز في كل من عمان والبزء بشكل رئيسي.
٤. يقدر حجم القوى العاملة عام ٢٠٠٠ بحوالي ١٥٠٠٠ عاملاً.
٥. من المتوقع ان يزداد عدد الأنشطة السياحية الأخرى، وكذلك الصناعات التقليدية السياحية لمواكبة الزيادة المرتقبة لعدد السياح.
٦. تؤدي هذه التطورات المتوقعة إلى بعض السلبات وخاصة فيما يتعلق بقطاع المياه والبنية التحتية والتلوث.

الفصل التاسع

نتائج وتوصيات

٩-١ النتائج

لعل من أهم الحقائق التي أظهرتها هذه الدراسة الميدانية ما يلي:

٩-١-١ خصائص الحركة السياحية

١. لعل من أهم ما اتسم به الطلب السياحي تغلب السياح القادمين من الدول الأوروبية على باقي الجنسيات حيث بلغت النسب ٣٧٧٪، ثم العربية ١٩٪، والاسرائيلية ١٨٣٪ والأمريكية ١٦٦٪.

وهذا يعطي مؤشراً على اجراء تغيير واضح في هذه المعادلة بعد اتفاقية السلام، حيث كان غالبية السياح من الجنسيات العربية. وخاصة الخليجية منها، الا ان احصاءات وزارة السياحة لعام ١٩٩٦، تشير إلى ان السياح من الدول العربية الخليجية قد عادوا إلى سوق السياحة الأردني وبشكل تدريجي، ويؤمل ان تعود حركة السياح من هذه الدول إلى سابق عهدها.

٢. أهم مراكز الحدود التي يدخل منها السياح وادي عربة (٥٣٪)، يليه مطار الملكة علياء الدولي (٢٧٤٪)، ومركز حدود الرمثا ١١٣٪، والمعبر الشمالي ٥٨٪. وهذا تغيير آخر حيث كان المطار والرمثا من أهم المراكز.

٣. تتسم السياحة الأردنية بنمط المجموعات السياحية (٥٩٪) وكان غالبية السياح من الفئتين العمريتين ٢٠-٢٩ و ٣٠-٤٩ اذ شكلوا ٢٣٣٪ و ٤١٪ على التوالي.

٤. زيارة المواقع الاثرية والتاريخية وخاصة البتراء كان السبب الرئيسي لزيارة معظم السياح (٦٣٪)، تلاه زيارة الاقارب والاصدقاء (١٣٪) ومن ثم العلاج ١٢٤٪، ويذكر هنا الميزة النسبية للأردن في السياحة العلاجية وذلك لتوفر المقومات وزيادة الطلب العالمي على هذا النوع من السياحة.

٥. كانت وكالات السياحة والسفر من أهم الوسائل التسويقية في جذب السياح إلى الاردن، حيث بلغت النسبة ٦٩٢٪.

٦. مدة اقامة السائح في الاردن ٥٥ يوماً بشكل عام والعربي ٩٧ يوماً.

٧. غلبت سياحة اليوم الواحد One day Trip على الحركة السياحية وخاصة القادمين من المعبر الجنوبي وهؤلاء لا يعتبرون سياحاً بل زواراً حسب التعاريف الدولية المتعارف عليها.

٨. تعد الفنادق من أهم وسائل الأيواء (٦٩٪)، خاصة فنادق الثلاثة نجوم.

٩. قدرت نسبة انفاق السائح على الإقامة ٢٣١٪ والتنزه والترفيه ١٩٪ والهدايا ١٨٦٪. وهذا يتطلب زيادة الاهتمام في هذه العناصر من اجل زيادتها دورها وتحسين مستوى ادائها.

٩-١-٢ مقومات السياحة الاردنية

١- المقومات الاساسية

تمثل المقومات السياحية الاساسية بتوفر المواقع التاريخية والاثريّة كالبتراء وجرش وام قيس والقصور الصحراوية، بالإضافة الى المقومات الدينية والحضرية، وتوفر الحمامات المعدنية والبحر الميت والعقبة ووادي رم.

٢- المقومات الثانوية

تشتمل هذه المقومات على الهياكل والانشطة السياحية الاخرى كالفنادق والمطاعم ووكالات السياحة والسفر ومتاجر التحف الشرقية ومؤسسات التدريب والقوى العاملة في هذه المؤسسات.

بلغ عدد الفنادق حتى شهر تشرين اول ١٩٩٦ حوالي (١٥٦) فندقاً مصنفاً تحتوي ٩٢٤٦ غرفة و ١٧٤٤ سريراً، يتركز معظمها في مدينتي عمان والعقبة.

بلغ معدل اشغال الغرف الفندقية ٥٢٪ عام ١٩٩٥.

هذا، وقد بلغ عدد مكاتب السياحة والسفر (٣٩٠) مكتباً عام ١٩٩٦، ومتاجر التحف الشرقية (١٥٩) متجرّاً، وكان عدد القوى العاملة ١١٣٥٦ عاملاً موزعين على جميع الانشطة السياحية في العام المذكور.

٩-١-٣ واقع الصناعات التقليدية السياحية حسب العينة

١. يتركز نصف الصناعات التقليدية في محافظة عمان، واكثر هذه الصناعات انتشاراً هي البسط والسجاد والمطرزات والخزفيات.

٢. القوى العاملة: تشكل الاناث ٦٠٪ من القوى العاملة في هذه الصناعات والتي تقدر بحوالي ١٣٢٧ عاملاً وعاملة، منهم ٢٧٧٪ يحملون مؤهلات علمية بعد الثانوية، و ٢٥٪ اميين.

٣. تعتمد الصناعات التقليدية بصورة رئيسية على المواد الاولية المحلية (٥٠٪) منها، وعلى الالات المنتجة محلياً (٧٥٪)، وهذا ما يزيد في القيمة المضافة المحلية في هذه الصناعات.

٤. تعاني الصناعات التقليدية من مشكلة التسويق بصورة رئيسية، وتعتبر الاسواق العربية السوق الرئيسي لهذه المنتجات.

٥. اعتبرت الصناعات التقليدية جيدة من حيث مستوى الجودة واعتدال الاسعار، حسب تقييم السياح لها.

٩-١-٤ اقتصاديات السياحة

١. تساهم السياحة بحوالي ١٤٪ في الناتج المحلي الاجمالي، وهذه النسبة اعلى منها في قطاعات الزراعة والكهرباء والماء والانشاءات والتجارة العامة.

٢. قدرت القيمة المضافة في قطاع السياحة بحوالي ٥٠٪ من الدخل السياحي، وهي نسبة متدنية مقارنة بغيرها من الدول السياحية في المنطقة.

٣. تساهم السياحة بحوالي ١٣٦٪ من الصادرات الكلية للاردن، وبحوالي ٤٠٪ في الصادرات السلعية.

٤. تساهم القوى العاملة المباشرة في هذا القطاع بحوالي ١١٪ من مجموع هذه القوى في المملكة، يتركز معظمهم في مجال الفنادق (٧١٪).

٥-١-٩ الدور الاقليمي للسياحة الاردنية

١. تتسم السياحة الاردنية بانها مجموعات سياحية واقليمية الى دول الاقليم وخاصة مصر وسوريا ولبنان وفلسطين واسرائيل.

٢. معظم الرحلات الشاملة لدول المنطقة تأتي عن طريق المعبر الجنوبي (٥٥٨٪). خلال فترة المسح الميداني، حيث تعتبر هذه الفترة استثنائية اذ انها جاءت بعد اتفاقية السلام مباشرة.

٣. غالبية القادمين الى الاردن فقط يأتون عن طريق مطار الملكة علياء الدولي (٧١٨٪).

٤. تبين ان السياح القادمين في رحلة شاملة إلى المنطقة يزورون المواقع التاريخية والاثريّة كأعلى نسبة (حوالي ٣٢٪)، تليها الدينية (٢٥٪)، ثم المناظر الطبيعية الخلابة والسياحة العلاجية ١٩٩٪ و ١٥١٪ على التوالي.

٦-١-٩ معوقات الحركة السياحية

لعل من أهم معوقات الحركة السياحية حسب رأي السياح أثناء فترة المسح الميداني هي:

١. تدني مستوى خدمات البنية التحتية وخاصة الطرق المؤدية الى المواقع السياحية والمرافق الصحية والاتصالات والنظافة وكذلك وسائل النقل.

٢. مشكلة الادارة والتنظيم سواء بالنسبة لمنظمي الرحلات الاقليمية او ادارة المواقع السياحية، وكذلك الحال بالنسبة لوسائل الاعلام ووضع الاشارات المؤدية الى المواقع المقصودة.

٣. مشكلة الادلاء السياحيين وخاصة فيما يتعلق باللغة وقلة المامهم بتاريخ المواقع السياحية وتأخيرهم للرحلة لبعض الوقت في بعض الحالات وبعض تصرفاتهم في النواحي المادية.

٧-١-٩ مستقبل السياحة الاردنية

١. يقدر عدد السياح القادمين إلى الأردن بحوالي ١٥ مليوناً عام ٢٠٠٠.

٢. يقدر عدد الغرف الفندقية في الأردن عام ٢٠٠٠ بحوالي ١٨٠٠٠ غرفة.

٣. من المتوقع ان يزداد حجم الأنشطة السياحية المساندة وكذلك الصناعات التقليدية السياحية بشكل بارز خلال السنوات القليلة القادمة.

٤. يتوقع ان يزداد الضغط على البنية التحتية وقطاع المياه نتيجة لزيادة عدد السياح المتوقع.

٥. يقوم اليابانيون بتمويل انشاء بعض المشاريع السياحية في مختلف مناطق المملكة، وخاصة المتحف الوطني الأردني ومشروع وسط العاصمة عمان وطريق البحر الميت-حمامات ماعين.

٩-٢ 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، 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، وهي كما يلي:

٩-٢-١ في المجال الاداري والتنظيمي

١. تأسيس غرفة سياحية 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 تابعة لوزارة السياحة والاثار، تقوم برعاية ودعم الحرفيين والمؤسسات الحرفية في جميع المجالات، وذلك اسوة ببعض الدول العربية كتونس والمغرب. ونظراً لكونها من أعلى الصناعات محصلة للقيمة المضافة سواء من حيث العمالة او المواد الخام او الالات المستخدمة في الانتاج.

٣. تشكيل لجنة استشارية دائمة من الخبراء والمختصين في مجال السياحة من القطاعين العام والخاص لاية دراسة تجريها 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.

٢-٢-٩ 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 والدخول 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 الثرية والتاريخية.

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

٣-٢-٩ في مجال الخدمات والبنية التحتية

١. المحافظة على المواقع الثرية الرئيسية واجراء صيانة مستمرة لها وتحسين الطرق والخدمات فيها، بالاضافة إلى وضع شبكة هاتف دولي 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 وبريطة ووادي رم ومنطقة ضانة وطبقة فحل... الخ.

٩-٢-٤ في مجال الاقتصاد الكلي

١- في مجال القوى العاملة

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

٢. زيادة مراكز التدريب والتعليم وخاصة في الصناعات التقليدية والادارة العليا في هذا القطاع.

٢- في مجال الاستثمار

١. نظراً للاقبال الشديد على فنادق الثلاثة نجوم، فإن 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 والبراء.

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 بالحيم وبطريقة حديثة وامنة لاستخدامها من قبل السياح كمنامة وخاصة في المواقع السياحية والاثريّة في الفصول الدافئة، مع المحافظة على البيئة في تلك المناطق. بعد الاقبال الذي حظيت به هذه الفكرة في منطقة ضانة.

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

- 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- دراسة ميدانية للخصائص الاقتصادية والاجتماعية للسياح القادمين من اجل معرفة "السائح الذي نريد".
- و - اجراء دراسة متكاملة للتسويق السياحي لجميع الأنشطة السياحية للقطاعين العام والخاص.

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 والاثرية، من أجل توعية السكان المحليين بأهمية السياحة من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بصورة رئيسية.

المراجع

أ- باللغة العربية

١. الجمعية العلمية الملكية، دراسات حول الآثار الاقتصادية للسلام في الشرق الأوسط على المملكة الأردنية الهاشمية، الجزء الأول، عمان-الأردن، ١٩٩٤.
٢. نسيم برهم وفوزي العارضة، كتاب السياحة والآثار، للصف الأول الثانوي الشامل المهني (الفرع الفندقية)، الطبعة الأولى، وزارة التربية والتعليم، المديرية العامة للمناهج، ١٩٩٥.
٣. مؤتمر الاقتصاد الرابع، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لعملية السلام في الشرق الأوسط، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة اليرموك، اربد، عمان، ١٣-١٥ ايار ١٩٩٦.
- ياسين الصرايرة وآخرون، تحسين الخدمات والتسهيلات السياحية.
- فوزي العارضة، دور السياحة في الاقتصاد الوطني.
- جميل الجالودي، اثر السلام في الاقتصاد السياحي الأردني.
- غالب بركات، التحولات الاقتصادية والاجتماعية في قطاع السياحة بعد اتفاقيات السلام.

- سهير عبد العال، مستقبل السياحة بعد اتفاقيات السلام في منطقة الشرق الأوسط (مصر، الأردن، اسرائيل).
- محمد نوح محمد، السلام واقتصاد المنطقة.

٤. ندوة "السياحة في شمال الأردن-واقع وطموحات"، جامعة اربد الأهلية، اربد ١١-١٢/٥/١٩٩٦.
- حابس سماوي، تنمية السياحة في شمال الأردن.
- زيدان كفافي، المقومات السياحية في شمال الأردن.
- محمد الشناق، البعد الاجتماعي للسياحة في شمال الأردن.
- ياسر العدوان، دور المؤسسات الأكاديمية في تنشيط السياحة في شمال الأردن.
- هيام الخطيب، السياحة كمفهوم اقتصادي-اجتماعي-ثقافي.
- عبد الرؤوف التل، دور المجالس المحلية في تنشيط السياحة في شمال الأردن.
- نهاد الشبار، دور الفعاليات الشعبية في تنمية السياحة في شمال الأردن.
- نسيم برهم، معوقات السياحة في شمال الأردن.
- زياد جبر العلاونة، مفهوم السياحة البيئية.
- فواز حمد الخريشة، تأهيل البادية الأردنية الشمالية للسياحة.

- C.J. Lenzen, Tourism an the Economy of Northern Jordan.

ب- باللغة الانجليزية

1. WTO, Tourism Market Trend, 1994.
2. Ministry of Tourism and Antiquities, the Study on the Tourism Development Plan in the Hashemite Kingdom of Jordan, Interim Report, 1995.
3. Ministry of Tourism and Antiquities, the Study on the Tourism Development Plan in the Hashemite Kingdom of Jordan, Final Report, Feb. 1996, (Two Volumes).
4. Fawzi S. Al-Yousef, the Economic of Tourism in Jordan, 19950-1978, a Thesis Submitted for the M.A. (Economics) Degree at the University of Keele, 1980.
5. Hiyam Al-Khateeb, Working Paper, Tourism the Biggest Beneficiary of Peace, Fourth Economic Conference, Irbid, Jordan, 1996.
6. WTO, What Tourism Managers Need to Know.
7. WTO, Yearbook of Tourism Statistics, Vol. II, 45ED, 1993.
8. WOT, Yearbook of Tourism Statistics, Vol 1, 1993.
9. WTO, Travel and Tourism Barometer, Madrid, June 1995.

٥. يودلندر، مؤتمر فرص الاستثمار في السياحة والقطاع الفندقية في الدول العربية، ١٣-١٥ آذار، ١٩٩٥، سوريا، ورقة عمل.

٦. اسرائيل، دليل الأعمال الاسرائيلي، ١٩٩٥.

٧. البنك المركزي المصري، التقرير السنوي، ١٩٩٥-١٩٩٦.

٨. وزارة التخطيط، الخطة الاقتصادية والاجتماعية، ١٩٩٣-١٩٩٧، الأردن.

٩. دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية، ١٩٩٠، ١٩٩١، ١٩٩٢، ١٩٩٣، ١٩٩٤، ١٩٩٥.

١٠. البنك المركزي الأردني، التقرير السنوي، ١٩٩٥.

١١. البنك المركزي الأردني، النشرة الشهرية، عدة اعداد.

١٢. وزارة العمل، التقرير السنوي، عدة اعداد.

10. Israel, Development Options for Cooperation: the Middle East Mediterranean Region 1996, August 1995.
11. WTO, Yearbook of Tourism Statistics, Vol 1, 1996.
12. U.N., Planning and Development of the Tourist Industry in the ECE Region, Economic Cominission for Europe, New York 1976.
13. The Economist Inteligence Unit, Travel and Tourism, International Tourism Reports, No. 3 1994.