

إعداد  
أكرم عاطف عبدالرحيم رواشده

المشرف  
الأستاذ الدكتور نسيم فارس برهم

الجغرافيا

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الأطروحة (أشكال الحاكمية في سلاسل قيم السياحة الدولية في الأردن)  
وأجيزت يوم الخميس الموافق ٢٨ / ٩ / ٢٠٠٦ م

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة

.....

الأستاذ الدكتور نسيم فارس برهم، مشرفاً.

.....

الأستاذ الدكتور كايد أبو صبحة، عضواً.

.....

الدكتور حابس سماوي، عضواً.

.....

الأستاذ الدكتور خالد مقابلة (جامعة اليرموك) عضواً.

## الإهداء

أهدي هذا الجهد العلمي المتواضع إلى صاحب العلامة الملك عبد الله  
الثاني بن الحسين أدامه الله وإطال في عمره نفع نسوي لكه الأروبيين.

كما أهدى غرة جهدي إلى روح والدي التهور الذي نمتي أنا براني أصله  
هذه المرئبة العلية، نسره الله بالرمة والنفرا.

والله الذي صبر على منقار الحياة لكي نرى أبناءها بكبره أمان عبيها  
الباكين من غرة الفرح على جهرها الذي أتم  
أخيراً..... والدي الصبر الفخر.

والله الذي بنوا في هذه الدنيا بضئو وربي بتعاج  
أعبيهم..... أخواني وأخواني

(DFG)



	.....	: : :
	.....	: : : :
	.....	: : : :
	.....	: : : :
	.....	: : : : :
	.....	: : : : :
	.....	: : : : :
	.....	: : : : :
	.....	: : : : :
	.....	: : :
-	..... /	
	.....	: :
	.....	: :
	.....	: :
	.....	:
	.....	: :
	.....	: :
	.....	: :
	.....	: : :
	.....	: : :
	.....	: : :
	.....	: :
	.....	: :
	.....	:
	.....	.
	.....	: :

	..... : :
-	<b>الفصل الرابع: الحاكمة في سلاسل قيم السياحة الدولية في الأردن</b> .....
	..... ١:٤ المقدمة.....
	..... : :
	..... : : :
	..... : : :
	..... : : :
	..... :
	..... : : :
	..... : : : :
	..... .
	..... .
	..... .
	..... .
	..... .
	..... .
	..... : : : :
	..... ٤:٣:١:٢: نوع الحاكمة بين الفعاليات السياحية على المستوى المحلي.....
-	<b>الفصل الخامس: الارتقاء في سلاسل قيم السياحة في الأردن</b> .....
	..... : :
	..... : :
	..... : : :
	..... : : :
	..... : : : :
	..... : :
	..... : : : :
	..... :
	..... : : : :
	..... : : : :
	..... : : : :

	..... : : :
	.....
	.....
	.....
	.....

	.....	
	.....	
	.....	
	.....	
	..... -	
	.....	
	.....	
	..... -	
	..... -	
	..... -	
	..... -	
	.....	
	.....	
	.....	
	..... الخدمات التي تقدمها جمعية الفنادق إلى أعضائها.....	
	..	
	.....	
	..... -	
	.....	
	.....	
	.....	
	.....	
	.....	
	.....	
	.....	







	.	

:

	.....	
	.....	
	...	
	.....	
	.....	
	..... تحليل بيانات مكاتب السياحة والسفر لسنة ٢٠٠٤ .....	
	.....	

Destination

س

...

( )

:

:

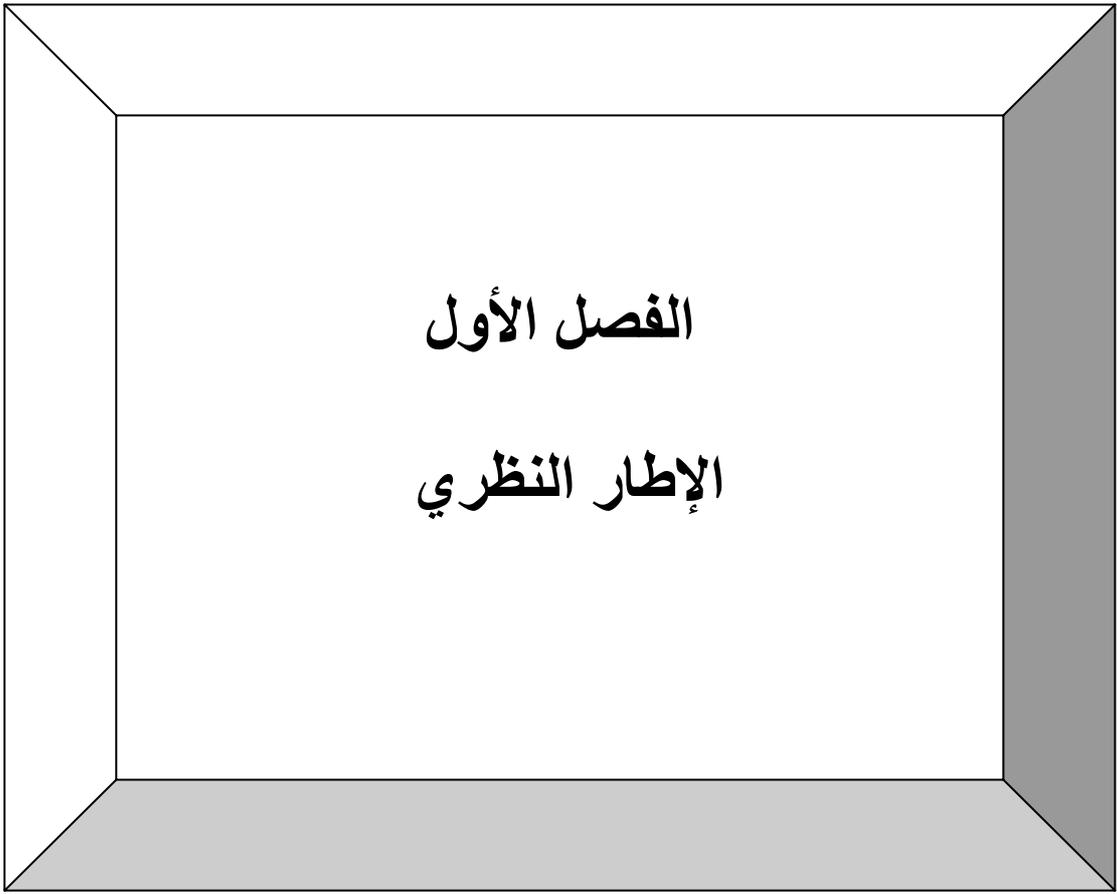
.( - )

High Season

Low Season

:





\_\_\_\_\_

)

(...

### Chains

. Value chain theory

"

"

.(Hubert Schmitz,2001 :17)

)

(

(Producers)

.(Buyers)

## Governance

"

.(Gereffi,1999)"

.(John and Schmitz, 2000).

\_\_\_\_\_

**Value chain**

:

Producer Chain

Buyer Chain

Leading Firms

“ ”

٥

:

١.

( )

٢.

" "

( )

.( )

)

(

(Involvement )  
(Exploration )  
(maturity )  
( )

Gereffi

: \_\_\_\_\_ :

- :

-١

-٢

-٣

buyer

producer

-٤

-٥

.upgrading

-٦

\_\_\_\_\_

:

: ١)

: ٢)

: ٣)

"

"

:

::

( )

:

.

.

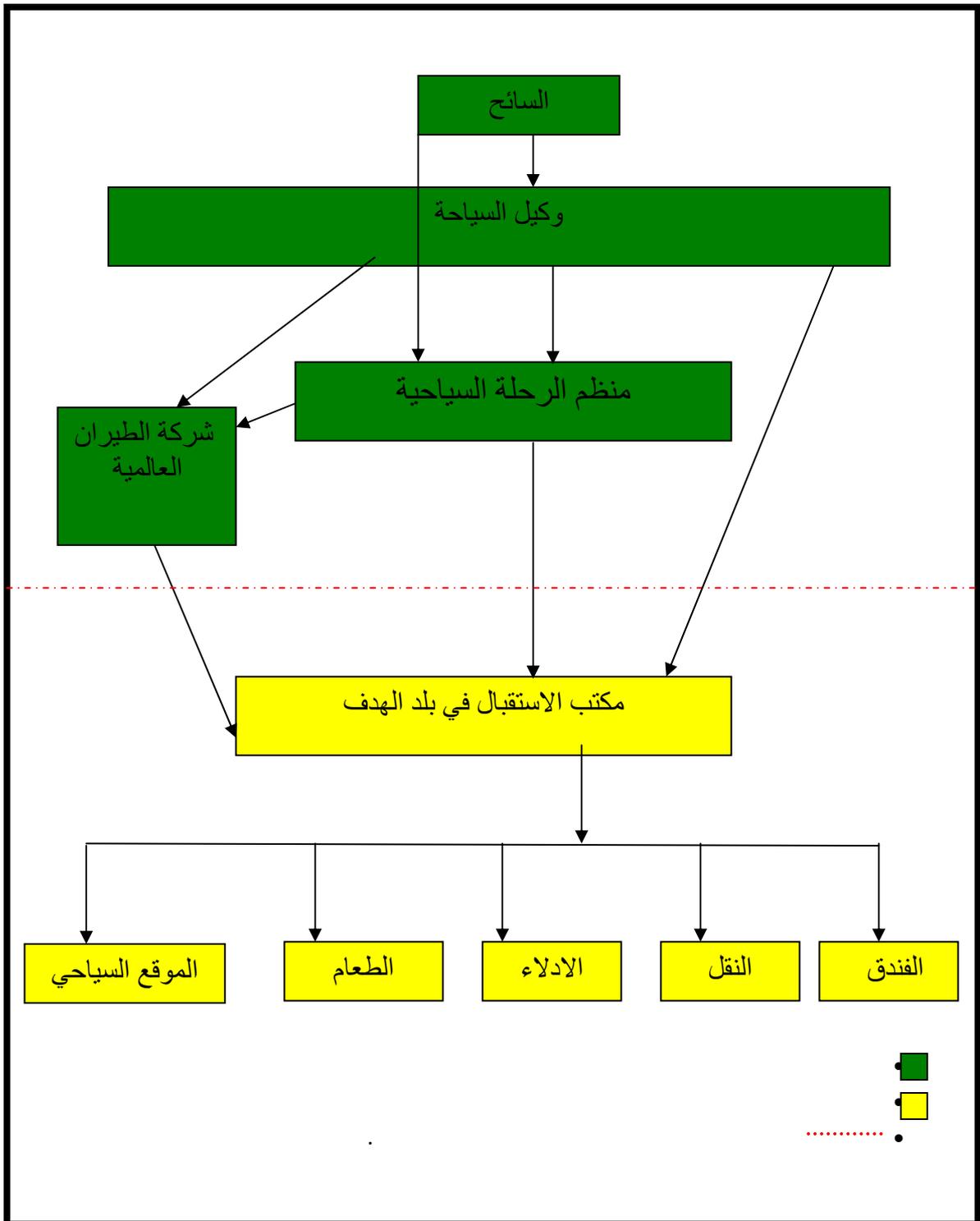
(Incoming Agents)

(Destination)

.

.

:



( )

.<sup>1</sup>(CELTTA, 2001)

(Rewe, Tui and Card N- Thomas cook)

.<sup>1</sup> (Wilmes, F.2001)

:

---

<sup>1</sup> (CELTTA, (2001), study on electronic Commerce in the Value Chain of the Tourism sector, Ministry of technology, Spain.

<sup>1</sup> Wilmes, F. (2001), Paradies ohne profit. Preussag, Capital.11/2001, pp 34 -40)

## Package

.( )

: : :

( )

'(2001) Gereffi

---

<sup>1</sup>Gereffi. G, Humphrey. J, Kaplinsky. R, Sturgeon. J (2001), Globalization Value Chain and Development, IDS Bulletin, Vol.32, No.3

الشكل ( ٢ ) شبكة صناعة السياحة

## الخدمات التي يقدمها القطاع الخاص

خدمات الدلالة  
الخدمات المالية والتأمينية  
المؤسسات التدريبية والتعليمية الخاصة  
الخدمات الداعمة للترويج

## المنتجين

### النقل السياحي

النقل الجوي  
النقل البحري  
النقل بالقطار  
النقل المحلي (الحافلات  
و السيارات السياحية)

### أماكن الإقامة

الفنادق المصنفة وغير المصنفة  
الشقق الفندقية  
مواقع المخيمات

### مناطق الجذب ذات الصناعة البشرية

مراكز النشاطات  
الحدائق والمتنزهات  
خدمات تقديم الطعام والشراب  
الأحداث المهرجانات والمناسبات المختلفة

## الخدمات التي يقدمها القطاع العام

المنظمات السياحية الوطنية  
المنظمات السياحية الإقليمية  
المكاتب السياحية التمثيلية في الدول  
المؤسسات الخاصة بالتعليم  
و التدريب السياحي  
البنية التحتية  
خدمات الاستقبال في نقاط العبور

## منظمي الرحلات السياحية

## وكلاء السياحة والسفر

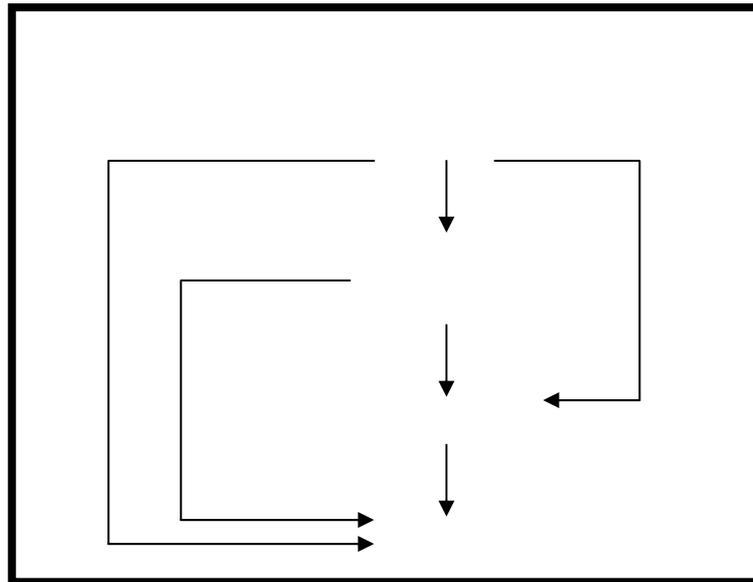
## السياح

Chain of )

(Distribution

(1985) Holloway

:



(Holloway, 1985) :

( )

(Cash and Carry )

<sup>3</sup> Holloway, J, (1985), The Business of Tourism, Macdonald and Evans, Second Edition.

Value

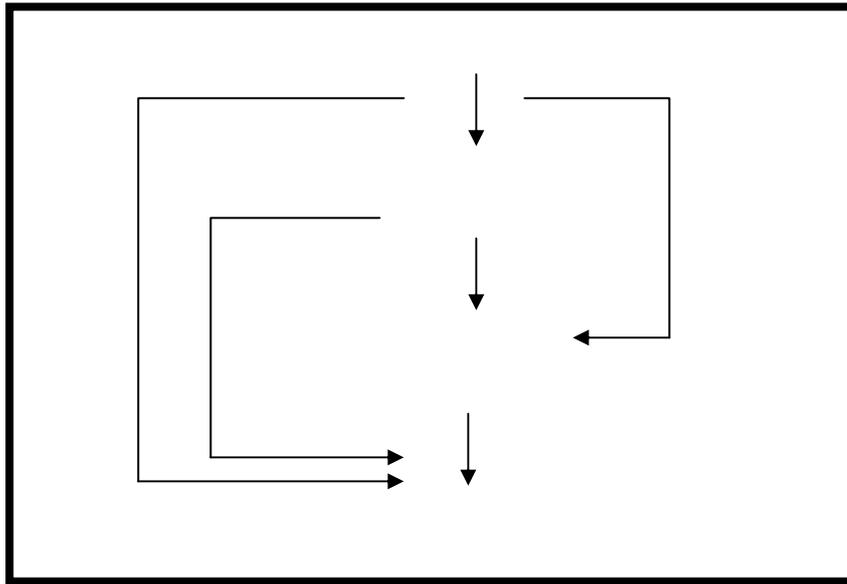
Gereffi

Chain

. (Romano, 2005)

Final user

:



( )

\*

(Tour operator)

.( )

Packaging

<sup>2</sup> Romano. T, (2005), Quality and Sustainability For Integrated Management of Tourism Destination, Revista Eletronica De Turismo, Vol 4, No 1 (www.presidentekennedy.br/retur)

)

(...

- -

Recipient )

(agencies

. (CELTTA, 2001)

: \_\_\_\_\_ :

-:

-١

-٢

( )

-

-

:\_\_\_\_\_:

Value - ( ) Porter

global value chain

added Chain

The Organization of Buyer Driven Global ( ) Gereffi كانت

Commodity Chain

## NIKE .

طور Gereffi (1996) إطارا نظريا يسمي سلاسل السلع العالمية من خلال دراسته

**Global Commodity Chains: New Forms of Coordination and Control  
‘Among Nations and Firms in International Industries.**

-: (Gereffi) .Porter

Producer – driven chain -

Buyer – driven chain -

(Retailer) (Buyer)

- :

**.Input – output structure -١**

**Geographic spread :** .

.( )

**Institutional dimension -**

Governance

:

Market :

Balance Networks .( )

Dominated Networks

(leading firms)

( ) Humphrey and Schmitz

### Governance and Upgrading in Global Value Chain

:

Networks

market

Dominated Networks

Balance Networks

.Hierarchy

:

( )

	نوع الارتقاء

Product Upgrading

Process Upgrading

.Chain Upgrading

( )

**" Handbook for Value "**

Raphael Kolinsky and Mike Morris

**Chain Research**

- :

## Upgrading

## Governance

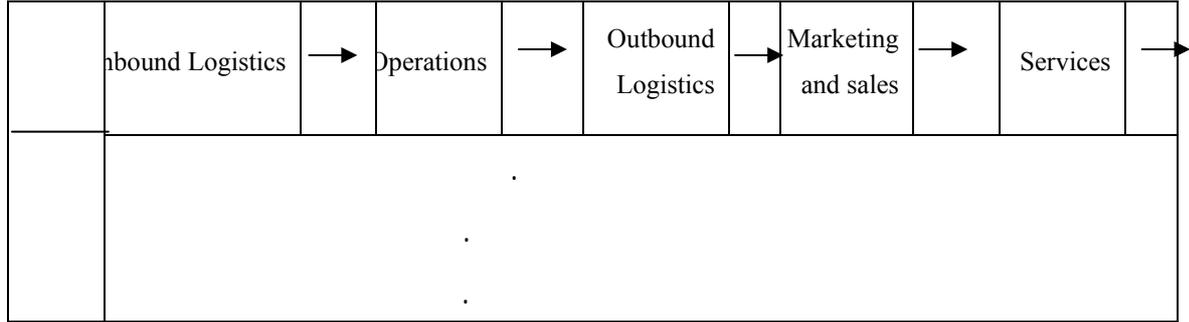
: ) ( : )  
(

## Functional

) Upgrading  
(

Report on value chain: Analysis of **بعنوان** Daniel عام (٢٠٠٤)، وفي دراسة  
existing Theories, Methodologies and Discussions of the value chain  
approaches within the Development cooperation sector

- 
- 
- 

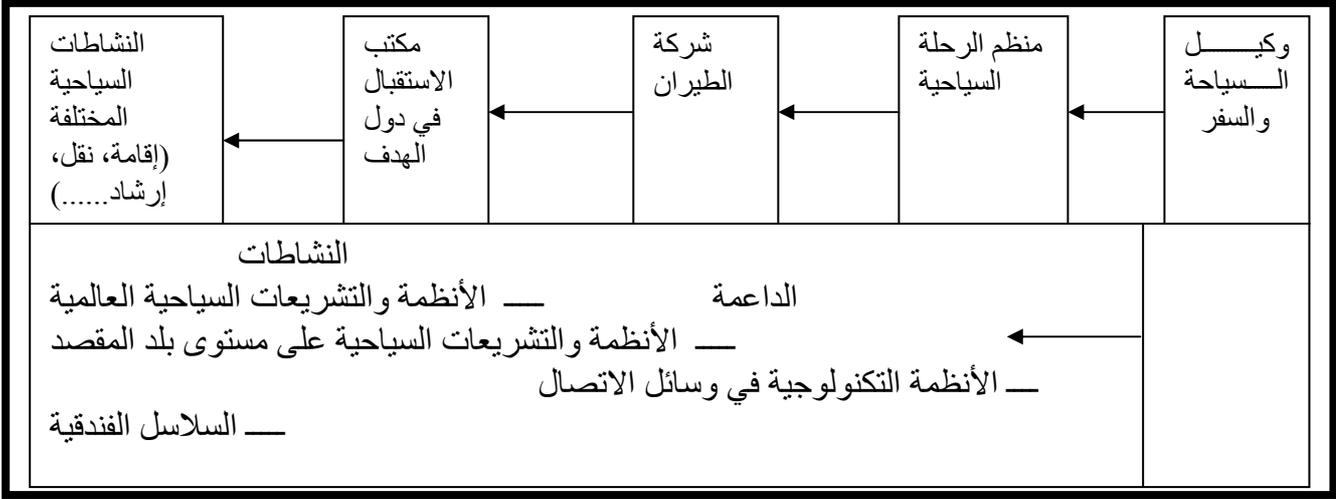


( ) Daniel, R (2004)

ead )

(Governance)

(LFirms



( ) : \*

:

( )

١	١	١
٢	٢	٢ packaging
٣	٣	
٤	٤	
		٣
		٤
		٥

• :

: )

(

Tour operators

.Value Chain

.(Governance of Value chain )

)

(

The " (2003) Humphery and Gereffi

. "governance of global value chain

:

Production Networks

Transaction Costs Economics

## Technological Capability.

the Complexity of Transaction the )

the Capability in the ability of Codify Transaction

(Supply-Base

Market )

Hierarchy

Relational

Captive

.(Modular

:

(2001) Gereffi

**"Shifting :**

**governance structures in global commodity Chains, with special**

:

**reference to the internet "**

Internet

Digital globalization

.E- commerce

business – to- business (B to B)

business –to-consumer. ((B to C)

study on electronic ( ) CELTTA

**Commerce in the Value Chain of the Tourism sector**

Tour Operators

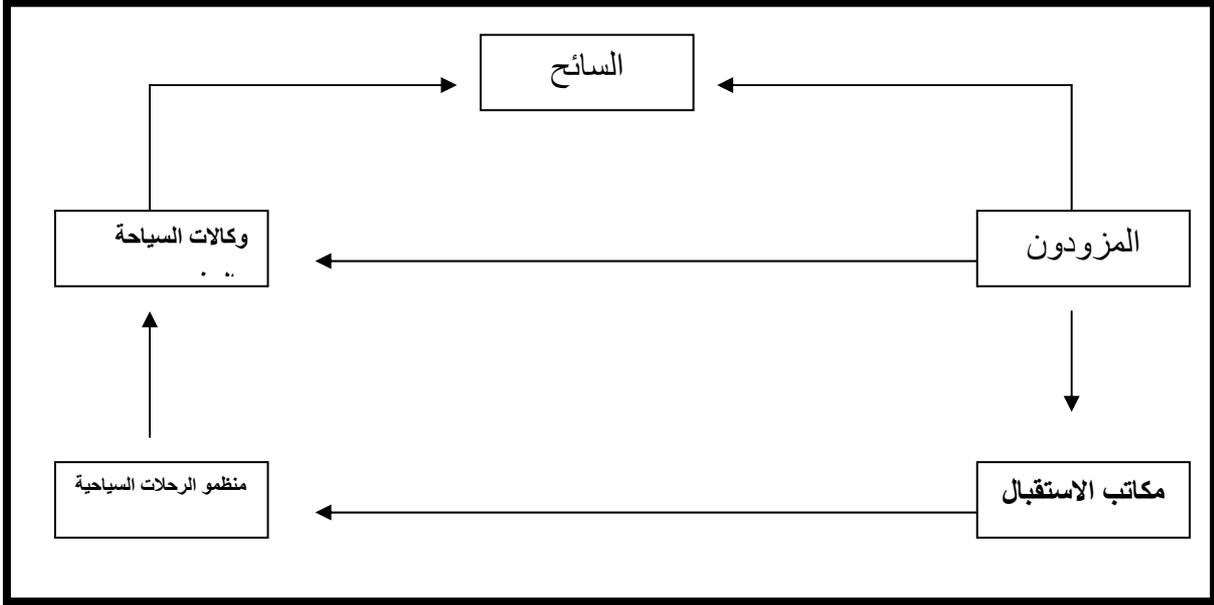
.( )

Travel Agents

(Incoming agency )

(Recipient agencies)

:



( )

Manual For

( ) Dorothy

Value Chain Research On Homeworkers In The Garment Industry

## Governance

:

: .١

: .٢

**Governance in Context:**

( ) Trousdale

**Boracay Island, Philippines**

:

Socioeconomic -

.١

.٢

.٣

Endogenous Development

Exogenous

Upgrading in Global

( ) Humphrey

Value Chain

they achieve a growth not

development

:

.١

.٢

:

.١

.٢

.٣

.٤

(Governance)

\_\_\_\_\_

:

:

:

:

:

:

١.

:

٢.

٣.

:

( )


( )

( )

-

-

%

( )

( )

(Winmax)

(... )

:

**Structural approach** \_\_\_\_\_ -١)

Socio\_Economic

( ) .

( )

( )

**:Behavioral approach** \_\_\_\_\_ -٢

:

: ( , )

social processing

social

:

-١

.cooperation

:

-٢

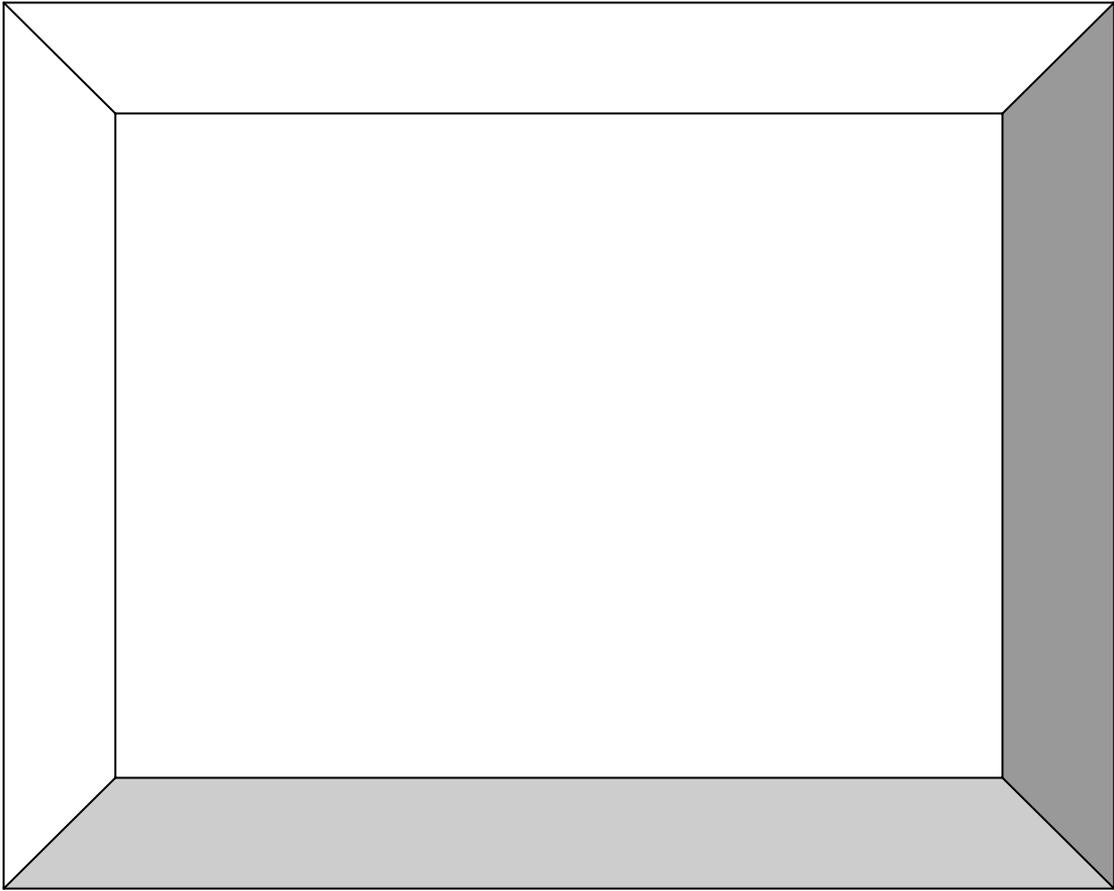
: \_\_\_\_\_ : :

: بنية القطاع السياحي الأردني.

: بنية مكاتب السياحة والسفر ودورها في العملية السياحية.

: .  
: .

•



: : :

. ( Lisa L. Martin, 2001)

---

<sup>1</sup> Lisa L. Martin, 2001, Governance Patterns in Tourism: The Leverage of  
Department of Government, Harvard University.

Economic Theories,

: :

( ) ( )

% ,

( , )

( )

( )

(% , )

:

( )

% ,		
% ,		
% ,		
% ,		
% ,		
% ,		
% ,		
% ,		
% ,		

: \*

-

.

:

-

()

%		
,	,	
,		
,	,	
,		
,	,	

.

:

\*

(% , )

( , , )

.

. (% , )

:

( )


(WTO)

: \*

)

(

:

( )


( WTO).

:

•

\*





:

:

( )

( )

:

::

:

:

-

( )


\*

%

-

(1986)<sup>1</sup>Christopher Holloway

Charter

.(

---

<sup>1</sup> (Christopher Holloway, (1986), The Business of Tourism, Macdonald and Evans, London, Second edition)



(11)

.()

(-)

:

-

( )

,		,	
,		,	
,		,	
,		,	
,		,	
,		,	
,		,	
,		,	

:

:

:

Stable )

<sup>2</sup>(1997) Rhodes

<sup>1</sup>(Porter .M, 1990) .

(Networks

---

<sup>1</sup> Porter .M, (1990), The Competitive Advantage of Nations, Macmillan, London.

<sup>2</sup> Rhode . R, (1997), Understanding Governance Policy Networks, Governance, flexibility, and Accountability , Open University Press, Buckingham>

(2001) Lisa L. Martin

( business Networks)

. (Pavlovich, 2001)

.<sup>3</sup>(Tyler and Dinan, 2001)

---

<sup>1</sup> Lisa L. Martin,2001, Governance Patterns in Tourism: The Leverage of Economic Theories, Department of Government, Harvard University

<sup>2</sup> Pavlovich .K, (2001), The Evolution and Transformation of Tourism Destination Network, The Waitomo Cave, New Zealand, Tourism Management Vol.24, PP.203-216.

<sup>3</sup> Tyler. D and Dinan. C, (2001), The Role of Interest Groups in England's Emerging Tourism Policy Network, Current Issues in Tourism 4(2001) (2-4). PP.210-252.

Gereffi .

(1996)

:

:

:

Local Tourism )

(LTO) (Organization

:

( )

	• • • • •	
	• • •	
( )	• • • • • • • •	
	• •	
	• • • • •	
	• • • • • • •	
	• • •	



( )

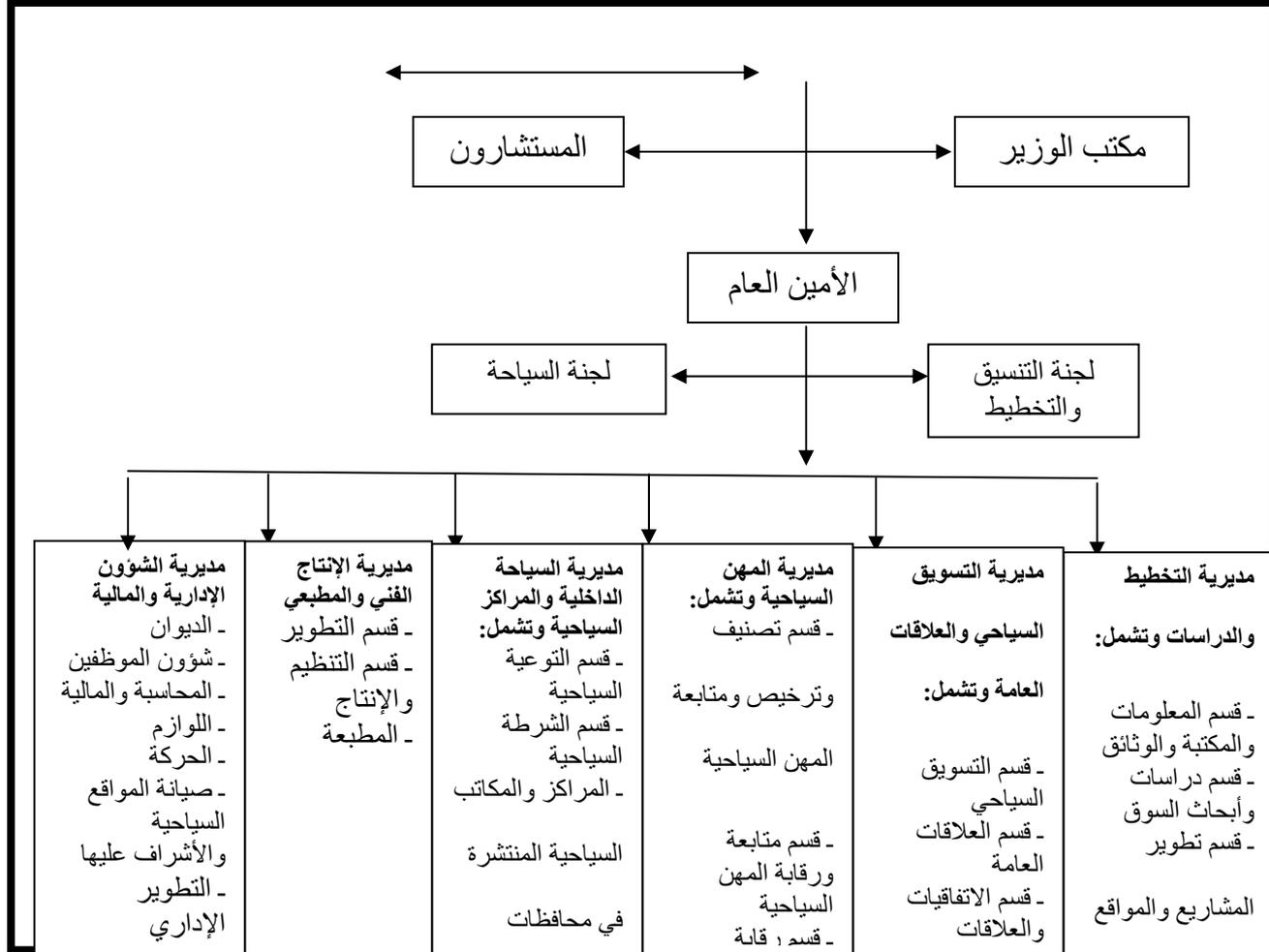
( )

( )

<sup>2</sup>(1973) Henry Maddick

---

<sup>2</sup> Henry Maddick, Democracy, Decentralization and development, London; Asia publishing house, 1973



\* :

( )

( )

( )

( - )

( )

:

.( )

(١) شارلز هيل وجاريت جونز، (٢٠٠١) الإدارة الإستراتيجية: مدخل متكامل، ترجمه كلا من رفاعي ومحمد عبد المتعال، دار المريخ للنشر السعودية، الرياض، ص٥٧٥

: : : : :

( )

:

: .

:

)

(

---

(١) المعاني، أيمن (٢٠٠٥)، المؤسسات العامة، أسس وإدارة، ياسين للخدمات المكتبية والطلابية، عمان، ص ١٣.

( )

)

.(

:

•

•

•

(JICA)

, , :

.

.. :

:

(% , )

(% )

( )

( ) ( )

, ( ) ( )

.( ( )

: .

:

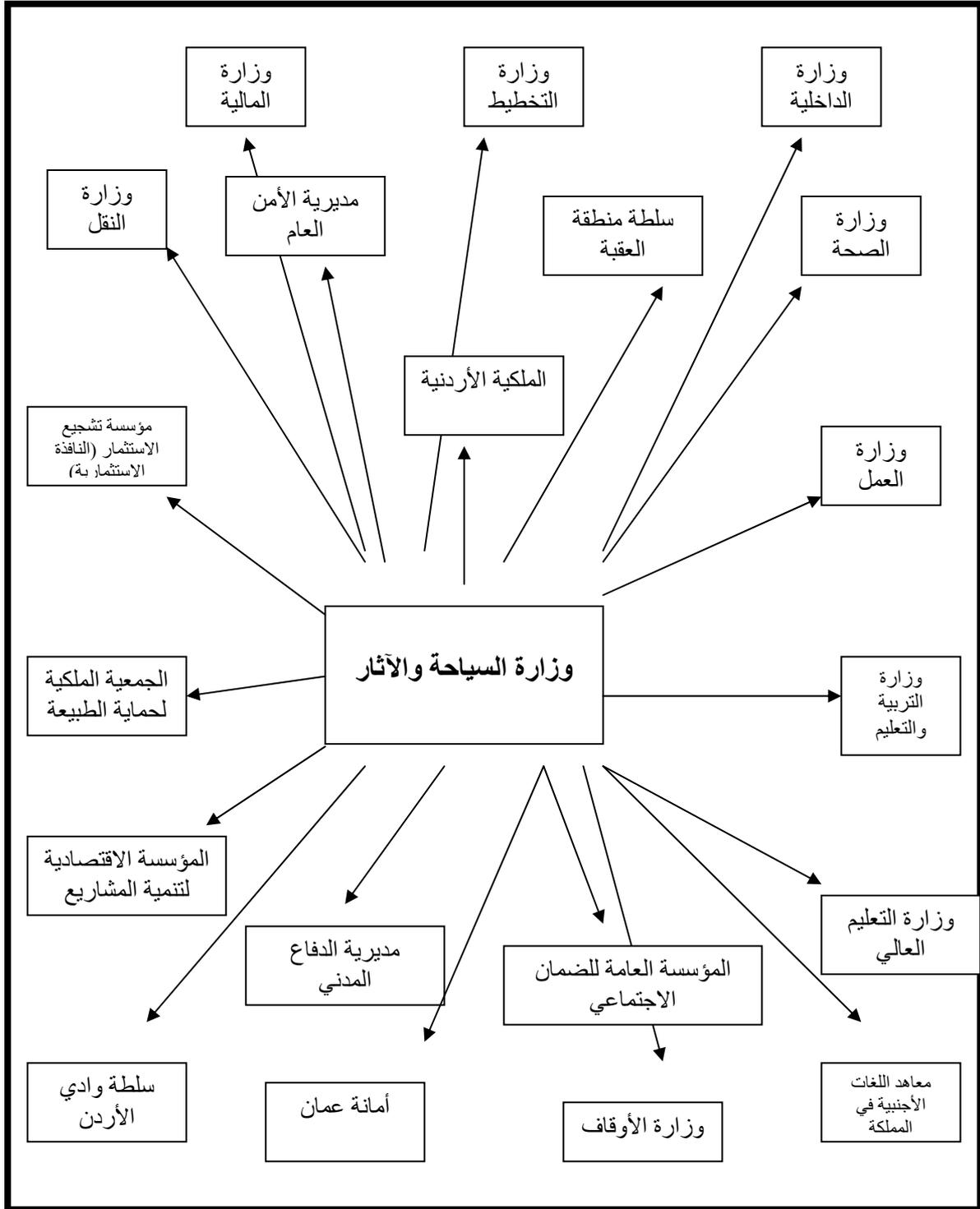
.

( )

( ) .

(Meso Level)

:



\* :

( )

.( )

:(Meso level)

: : : :

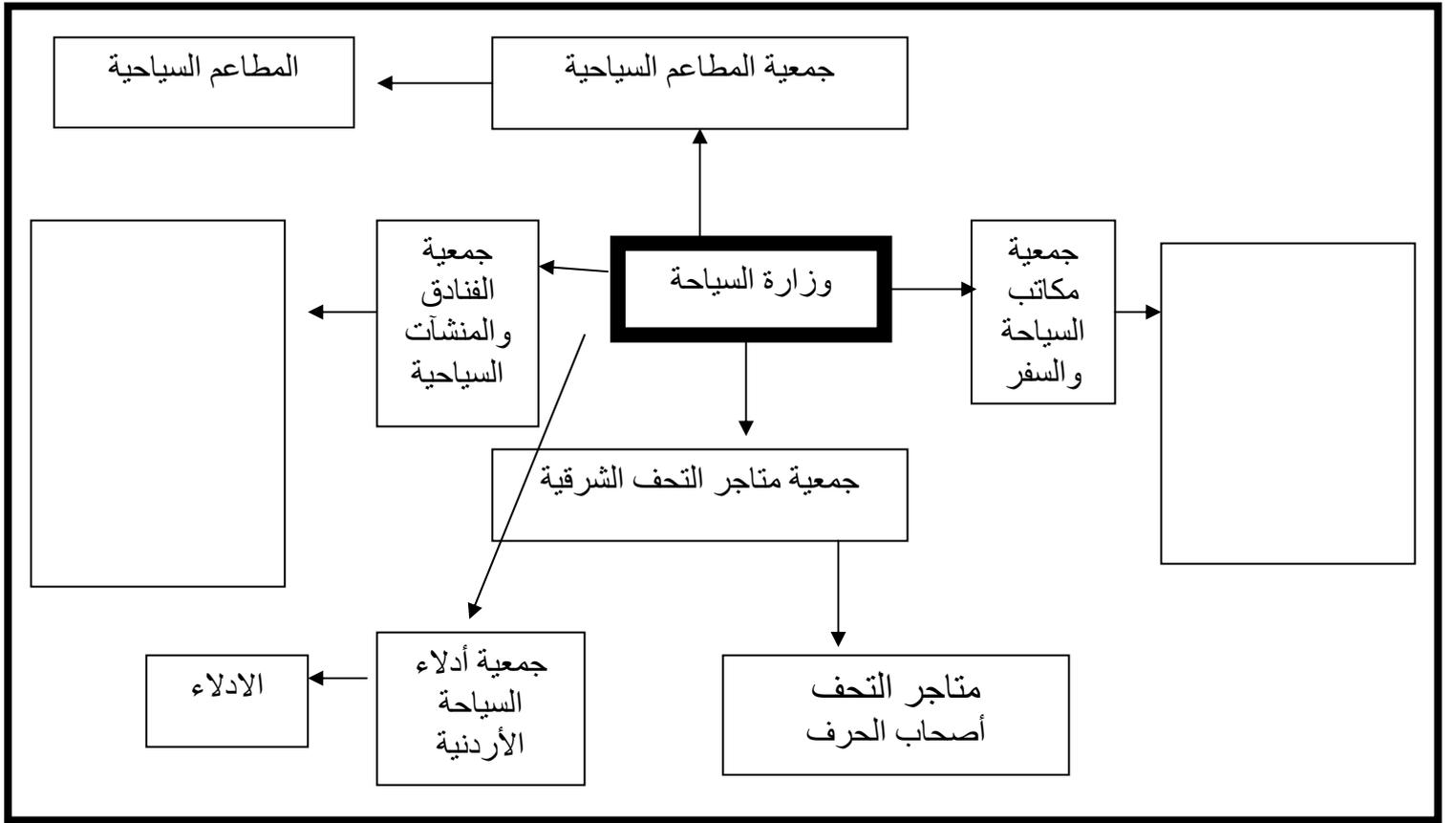
:

:

).

.(

( , , , , ) ( )



\*

( )

:

:

: : : :

:

:



(% )

(% , )

(% )

(% )



( )

(% )

:

: : : : :

:

:

( )

(% )

( )

( )

(JITOA).

)

.(

( )

( )

:

:

:

)

)

(

)

(

:

(

:

:

( Universal Federation of Travel Agents Association): UFTAA •

- .( Arab Federation of Travel Agents Association): AFTTA
- .(Japan Association of Travel Agent) :JATA
- .( American society of Travel Agent):ASTA

:

.

)

.(

:

JITOA<sup>1</sup> "

"

( )

:

---

<sup>1</sup> Jordan Inbound Tour Operator Agencies.

:

: : : : :

( - )

"

:

:

: : : :

:

(Web-site)

:

.

( )

. ( )

,

.

:

).

.( //

:

( )

( )

( )

( )

:

: : : :

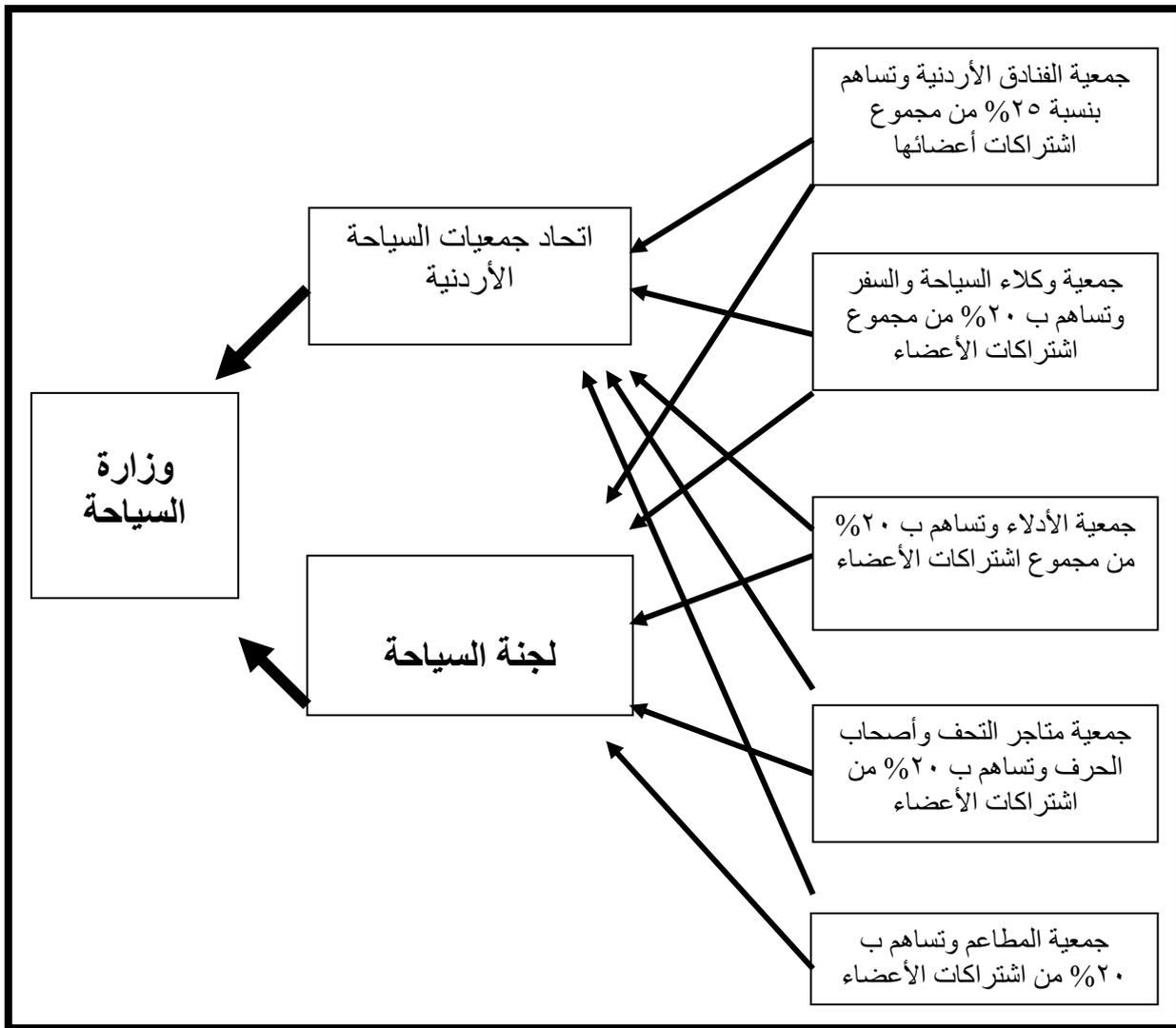
( )

( )

( )

( )

:



\*

:

( )

:

Time sharing

.( , , )

:

), ( )

( )

.( ( )

.( )

:

::

.( )

.( )

:

.

.

.

.

.

.

.

:

:

:

( )

		-	-	
		-	-	
		( )		
تهتم بالمهن السياحية وتتابع عملها بشكل مستمر	السياحية		الترويج	

:

\*

## الفصل الثالث

بنية مكاتب السياحة والسفر ودورها  
في العملية السياحية

∴ ∴

%

%

.<sup>1</sup>(Dieg Medina, 2000 )

% -

(1998) Poon

Dieg, )

.(2000

---

<sup>1</sup> Dieg Medina and Munoz and Juan Monuel, Successful Relationships Between Hotels and Agencies, Annals of Tourism Research, V27. Issue 3, July 2000, pp 737-762.

:

:

::

:

International Traders

International Traders

American Express

Tomas Cook

(2000) Gereffi

<sup>1</sup> Gereffi, 2000, governance of global value chain

(1992 ) Menkhoff

( )

-

( , , )

(% )

(^2)(% ) (% )

( )

-

( )


: \*

:

<sup>1</sup> Menkhoff, T, 1992. Xinyon or How to Trust Trust? Chinese Non-contractual Business Relations and Social Structure: The Singapore Case, International Asienforum 23 (1-2). PP 261-288.

(٢) بيانات وزارة السياحة، لعام ١٩٩٦

( )

%		
		-
		-

:

\*

-

-

International Traders

:

( )


:

\*

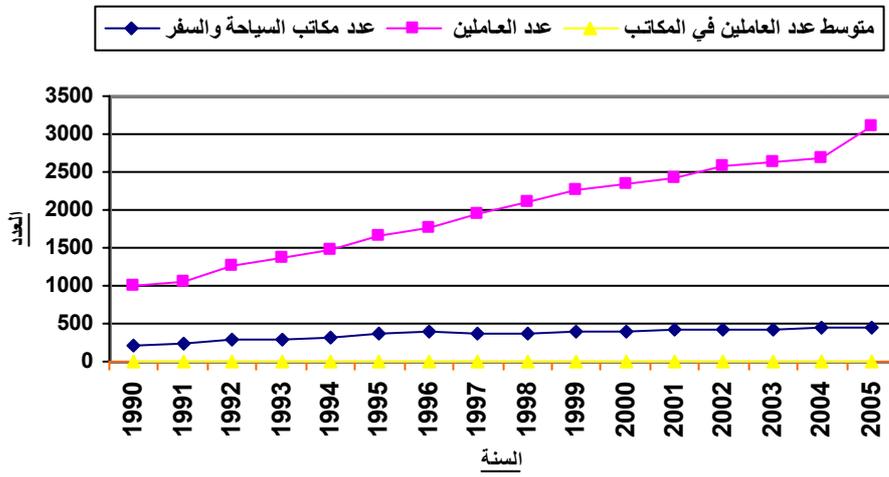
( )

:

::

## International Traders

( )



( )

:

( , )

( )

)

( , )

( , )

( )

(

(Family Business)

( )

( )

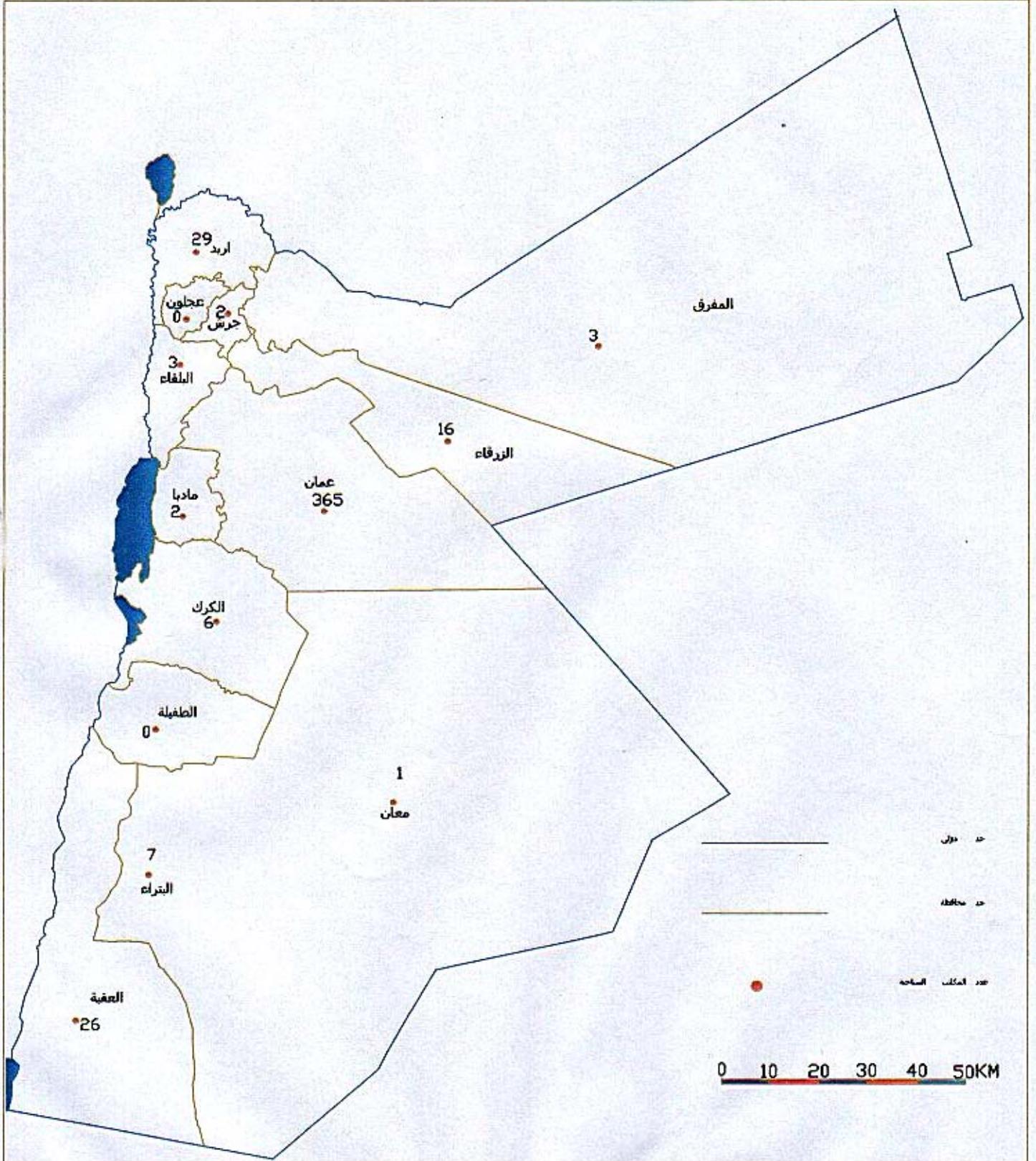
:

( )


:

•

خريطة رقم (١) تبين التوزيع العددي لمكاتب السياحة والسفر العاملة  
في الأردن لعام ٢٠٠٥ حسب المحافظات



( )

( )

( )

)

:

(

( )

:	
.	
	<b>A&amp;K</b>
.	
.	
	Traders
.Traders	Discovery

\*

:

.

.

:

:

:

:

:

.

:

.

:

.

:

:

.

:

IATA

.

:

( )


\*

( )

	( )

\*

( )

( )

//

( )

:

( )

					( )

: \*

( )



( , )

(mass tourism via charters)

:

( )


: \*

( )

( )

:

::

( )

.(% , )

( )

:

( , )

:

( - )

( , )

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		

: \*

( , - )

:

( - )

( , - )

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		

: \*

١٠١

( )

:

( - )

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		

: \*

( )

( - )

:

( )


( - )

( , )





:

::

( 2005) Gunjan

.Transaction Cost

)

(

"

Diego : )

"

(Meding (2000)<sup>(1)</sup>, and Heide.J, (1994)<sup>(2)</sup>)

<sup>(1)</sup> Diego. M, and Juan.M (2000), successful Relationships Between Hotels and Agencies, Annals of Tourism Research, V.27, N.3, pp-737-762.

<sup>(2)</sup> Heide.J, (1994). Interorganizational Governance in Marketing Channels, Journal of Marketing. 58, pp: 71-85

.

:

:

: : :

% -

.( )

(% , )

.(% )

:

( )

	/ -	
	/ -	
	/ -	
	% -	
	% -	
	-	
	/	

. : \*

:

:

-

:

-

%

( )


\*

high season

Standardization

( ) :

( )

( )

:

( )

-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

. : \*

:

( )

	*	**	***	****	*****	
-						
-						
-						
-	-	-	-			

. : •

: : : :

(% , )

.(% )

:

( - )

( )

:

( - )

:

( )

			-
			-

\*

:

:

•

( )

:

•

•

( ) .

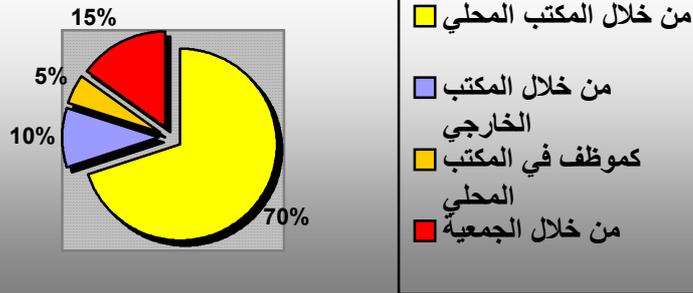
( )

:

•

"

(% )



( )

Static

:

:::

( )

( ) ( )

( ) (%)

(%)

JITOA (%)

(%, )

:

( )

( )

- -

( )

( )

:

.(

)

(% )

( )

:

( )

( )

:

( )

( )	-	
IATA	-	
	-	
	:	
	:	
( - )		

\*

( ) :

( )

( )

:

::

:

:

::

Porter

:

Kaplinsky, R. )

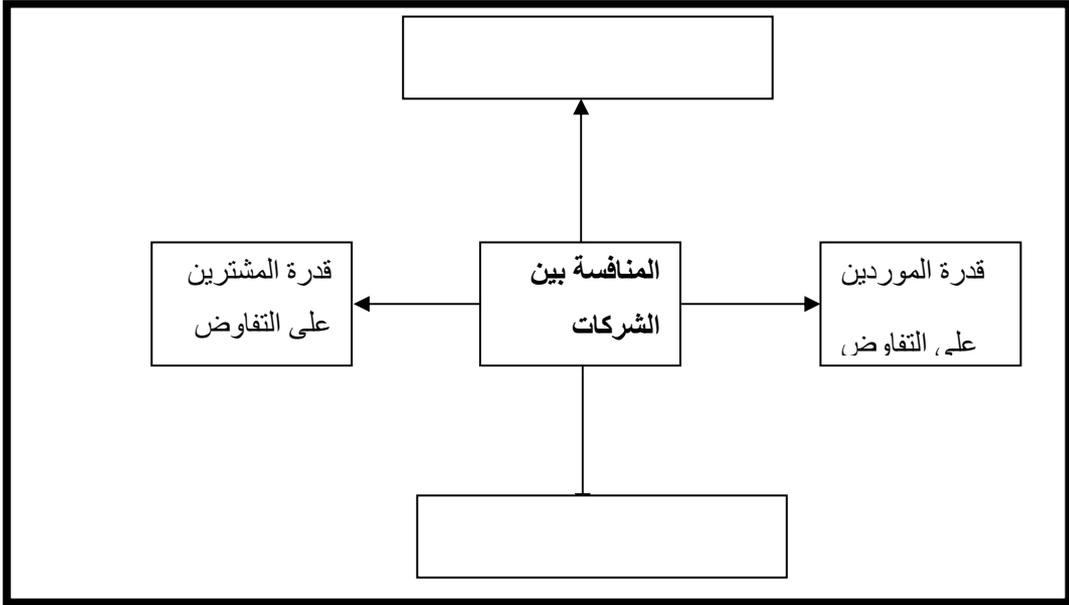
"

"

.<sup>(1)</sup> (and Morris. M, 2000

:

<sup>(1)</sup> Kaplinsky, R and Morris.M, (2000), Handbook for Value Chain Research. London, (www.ids.ac.uk/global).



: Kaplinsky, R. and Morris. M, 2000

( )

( )

-	-	
-		

\*

)

.)(')

(Brand) Name

(1) شارلز هل، وحاريت جونز، (٢٠٠٠)، الإدارة الإستراتيجية: مدخل متكامل، ترجمة رفاعي الرفاعي ومحمد عبد المتعال، دار المريخ للنشر، الرياض، ص ١٣.

American Thomas Cook

.Express

( )

%

( )

( ) . From Government to Governance

Hollway, ) (% - )

.<sup>(1)</sup>(1986

(% )

<sup>(1)</sup> Hollway.C, (1986). The Business of Tourism, Macdonald and Evans, London. Second Edition.

. (%)<sup>(١)</sup>

(Fragmented)

( )

(Consolidated)

. ( )<sup>(١)</sup> ( )

. ( )

<sup>(١)</sup> Impact of Implementing GST on Inbound Tour Operators, Jordan, Inbound Tour Operator association, 2004.

<sup>(٢)</sup> شارلز هل، وجاريث جونز، (٢٠٠٠)، مرجع سابق، ص ١٣٨.

:

:

.Transaction Cost

Dwyer. L and ) :

.(<sup>(1)</sup> (Peter.F, 1994<sup>(2)</sup>(2004) Ludwing

. Tomas Cock

- - TUI

. ( ) ,

<sup>(1)</sup> Dwyer.L and Peter.F, (1994), Foreign Tourism Investment: Motivation and Impact, Annals of Tourism Research, Vol.21, No.3, pp 512-537.

<sup>(2)</sup> Ludwing.T, (2004), vertical Integration in European package Tour Business, Annals of Tourism Research, Vol.3, No.2, pp: 475-478.

(Ludwig, 2004)

( )

-	-
-	-(CRS)
-	-
-	-

Ludwig, 2004

\*

(1) المرجع نفسه, Ludwig, 2004

:

-

-

( ) .

: ::

( )

inter-relation

(Outgoing)

(IATA)

(BSB)

( )

.as one destination





"governance" (1994) Gereffi

Raphael

(2000) and Mike

" "

(Leading Firms)

:

:

.

:

.

.

- 
- (1) Gereffi, G (1994), The Organization of Buyer-Driven Commodity Chains; How U.S Retailers shape overseas production Network, in commodity chains and Global Capitalism, London, Praeger.
- (2) Raphael, K, and Mike, M(2000), Hand Book for Value Chain Research, London.

(Leading Firm) "

.( )

:

- ) :

. ( -

:

.

:

::

( )

:

:::

.(<sup>(1)</sup>Yiping.L, 2002)

"

"

.(<sup>(2)</sup>Cancun.Q.2002)

(<sup>1</sup>) Yiping.L, (2002).Geographical Consciousness and Tourism Experience, Annals of Tourism Research, Vol.27, No.4, pp: 863-883.

(<sup>2</sup>) Cancun. Q, (2002), Report of the International Colloquium on Regional Governance and sustainable Development in Tourism- driven Economic, Mexice 20-22. Febreuary 2002, www.unpan.org.

(<sup>١</sup>) (2005) Sheffield and Adnan

---

(<sup>١</sup>) Sheffield. Y, and Adnan. Y, (2005), Centralized and Decentralized Tourism governance in Turkey, Annals of Tourism Research, V.32, No.4, October, pp 859-886.



Functional

(<sup>١</sup>) (2005) Sheffield and Adnan

---

(<sup>١</sup>) Sheffield. Y, and Adnan. Y, (2005), Centralized and Decentralized Tourism governance in Turkey, Annals of Tourism Research, V.32, No.4, October, pp 859-886.

( )

-	-	- ضمن الإدارة العامة
-	-	-
-	-	- NGO
-	-	-
-	-	- NGO

(Sheffield and Adnan. M, 2005) : \*

:



(NGOs)

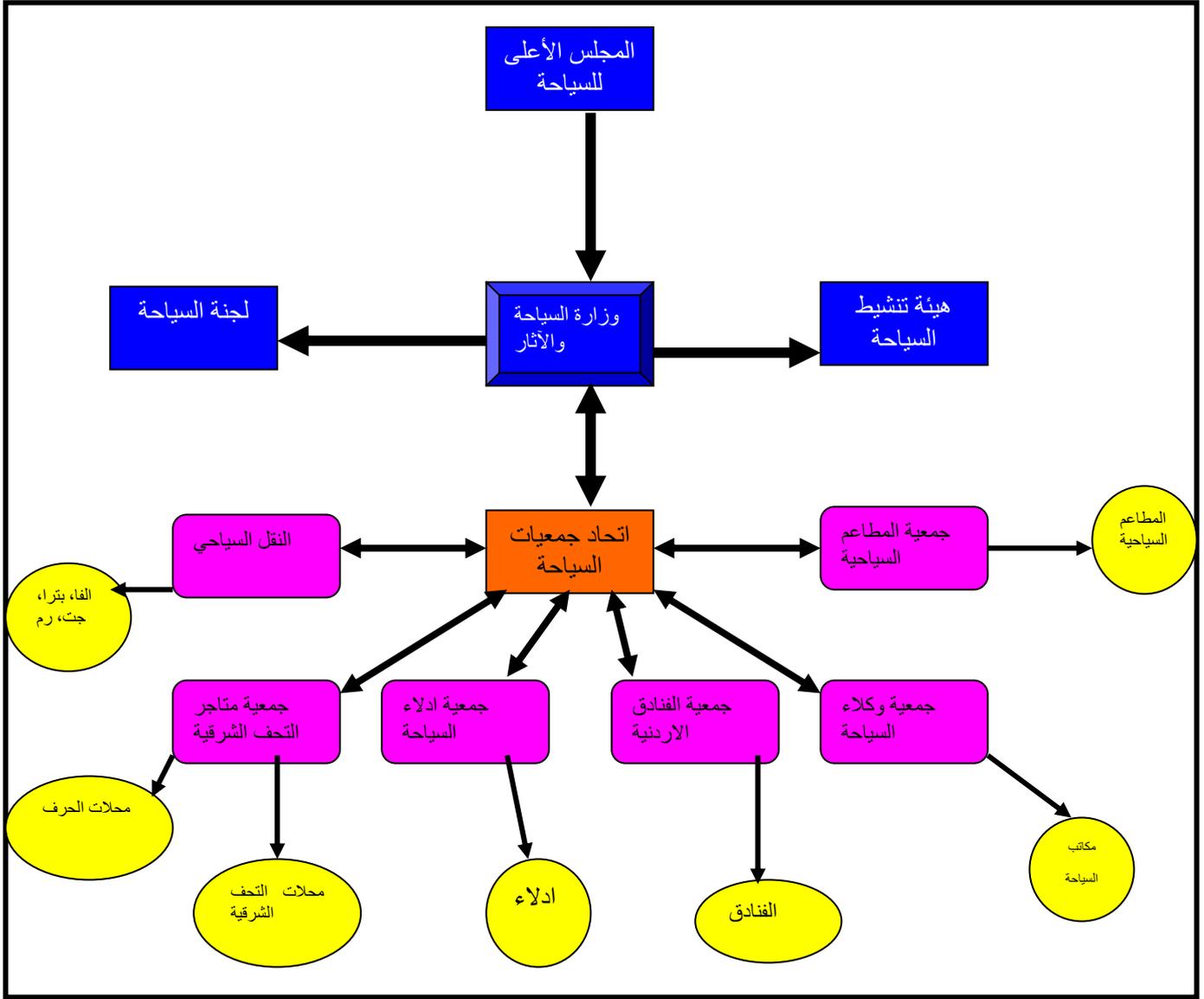
) (it is shifting from government to governance)

(

:

---

<sup>1</sup> Nongovernmental Organizations



( )

Carrying Capacity

)

(Sustainable Tourism

) .

.( //

## Tourism is Market- Driven

<sup>(1)</sup> (TIAC. Submission to industry Canada, 2003)

: : : :

( % , )

( , )

( , , )

<sup>(1)</sup> TIAC submission to industry Canada, National Tourism strategy stake holder Consultations, Tourism Industry association of Canada, 25 November, 2003.  
[www.tiac-aitc.ca](http://www.tiac-aitc.ca)

( )

: : : :

:

( )

العدد	

: \*

:

( )

			ITB (Germany) <sup>1</sup> IMEX (Germany) <sup>2</sup> WTM (UK) <sup>3</sup> EIBTM (Spain) <sup>4</sup>	A
			FITUR (Spain) <sup>5</sup> MITT (Russia) <sup>6</sup> ATM (Dubai) <sup>7</sup>	B
			WTM (UK) <sup>8</sup> BIT (Italy) <sup>9</sup> Top Resa (France)	C

: \*

<sup>1</sup>International Tourism Borse<sup>2</sup>Incentive Travel Meeting & Events<sup>3</sup>World Travel Market<sup>4</sup>The Global Meetings & Incentives Exhibition<sup>5</sup>Feria Internacional de Turismo<sup>6</sup>Moscow International Travel & Tourism Exhibition<sup>7</sup>Arabian Travel Market<sup>8</sup>World Travel Market<sup>9</sup>Borsa Internazionale del Turismo

:( ) .

( )


: \*

( )


:

\*

( )

( )

:

( )


\* :

:

.

:

:

•

.

:

•

.

:



( )

IATA

:

( )

	ASTA <sup>1</sup>
	JATA <sup>2</sup>
	IIFTAA <sup>3</sup>
	UFTAA <sup>4</sup>
	PATA <sup>5</sup>

\*

(1) ( 1994) Gareth and Allan

:

<sup>1</sup> American society of Travel Agent

<sup>2</sup> Japan Association of Travel Agents

<sup>3</sup> International Federation of Travel Agents Association

<sup>4</sup> Universal Federation of Travel Agents Association

<sup>5</sup> United society of Travel Agent

(1) Gareth. S and Allan. M, (1994), Critical Issues In Tourism : A Geographical Perspective. Blackwell, London.

:Global Corporation

.Forte :Multinational Corporation

Small Multinational Corporation

Journey End

.(Gareth and Allan, 1994)<sup>(1)</sup>

an International Division of tourist site

.Spa

:

---

<sup>(1)</sup> Gareth. S and Allan. M, (1994), Critical Issues In Tourism : A Geographical Perspective. Blackwell, London.

( )


:

\*

Abercrombie and Kent

(1)(2001) Mc Cormik and Schmitz

---

(1) McCormick. D and Schmitz. H, (2001, Manual for Value Chain Research on Home workers In the Garment Industry, London.

## جدول (٥٣) أنواع الحاكمية وخصائصها

		أشكال الحاكمية
buyers	Producers	Market governance
		Balanced Network
		Dominated Network

\* McCormick and Schmitz (2001).

Producer- Driven Value )

Gereffi

.<sup>(١)</sup> (Gereffi, 1994)(Chain

<sup>(٢)</sup>(2004) Verwaal and Hesselmans

McCormick and Schmitz

:

<sup>(١)</sup> Gereffi. G, Korniewicz. M, and Korniewicz. R, (1994), Commodity Chain and Global Capitalism, Westport, Conn: Green wood press.

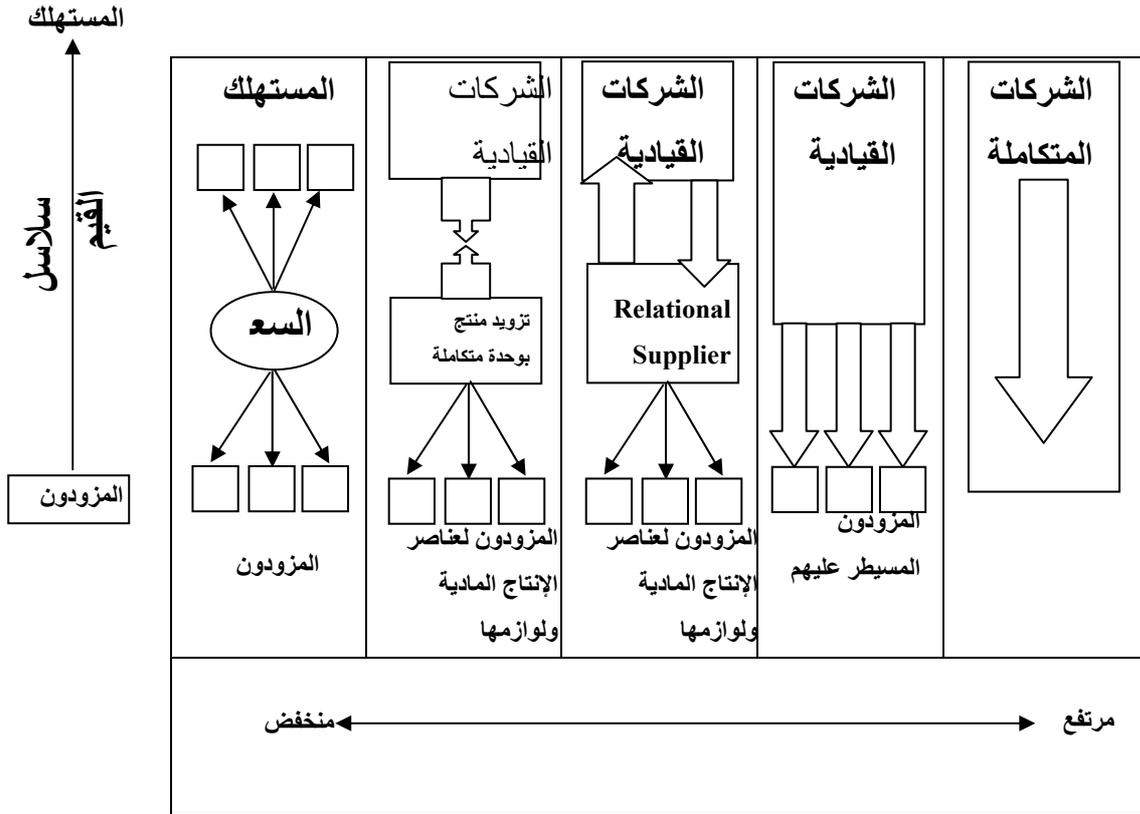
<sup>(٢)</sup> Verwaal. E and Hesselmans, M, (2004), Drivers of Supply Network Governance: an Exploration study of the Dutch chemical Industry, European Management Journal, Vol. 22, No.4, PP: 442-451.

( )

	الحاكمة المعتمدة على الشبكات		
*	*	*	*
*	*	*	*
Authority of Management *	*	) (	*

\*(Verwaal. E and Hesselmans. M,2004)

(<sup>١</sup>) Gereffi, Humphrey and Sturgeon



\*(Gereffi, Humphrey and Sturgeon, 2003)

( )

:

(<sup>١</sup>) Gereffi. G, Humphrey. J and Sturgeon. T, (2003), The Governance of Global Value Chain, Forth coming in Review of International Political Economy (see <http://www.globalvaluechains.org>), November4,2003.

:

:Modular Governance

:Relational Governance

Reputation

:Captive Governance

:Hierarchy Governance

(Vertical Integration)

" "

:

:

. : : : :  
( ) ( )

:

( )

		√		
√				
		√		
√				
Fam trip				
		√		
		√		
		√		
		√		
		√		
√			Lead	
				Firm
T.O				
√				
√				
√				
√				
√				
√				

:

:

: : : :

:

: .

<sup>(١)</sup>(2004) Kim, Thomas and Regan

:

( )

---

<sup>(1)</sup> Kim. S, Thomas. F and Regan. D, (2004), Trust and Online relationship: An Exploratory study from New Zealand, *Tourism Management*, Vol. 25, No. 2, PP: 195-207.

Traders International

(American Express) (Cock)

:

( )

( )	( )	
%	%	
)	(	
American Express International Traders		

American Express and cock

.(International Traders)

International )

(traders

:

<sup>(١)</sup>( 2001) CELTTA

---

<sup>(١)</sup> (CELTTA, (2001), study on electronic Commerce in the Value Chain of the Tourism sector, Ministry of technology, Spain.)

:

.

:

(Fam trip)

:



: : : : :  
( )

: .

: .

: .

: .

: .

Charters

.<sup>(١)</sup>(Verwaal and Hesselmanns, 2004)

Low Season

High Season

"

"

:

( )

( )

<sup>(1)</sup> Verwaal. E and Hesselmanns. M, (2004), Drivers of supply Network Governance: An Explorative study of the Dutch Chemical Industry, European Management. Journal, Vol.2, No.4, PP: 442-451.

(Contractual Arrangements)

.<sup>(١)</sup>(Roath, Miller and Cavusgil, 2002)

Humphrey and Schmits

.<sup>(٢)</sup>(2000)

---

<sup>(١)</sup> Roath. A, Miller. S and Cavusgil. S, (2002), A conceptual framework of relational governance in foreign distributor relationships, International business review, vol.11, No.1, PP: 1-16.

<sup>(٢)</sup> Humphrey. J and Schmits. H, (2000), Governance and Upgrading in Global Value Chain, Paper for the Bellagio Value Chain Workshop, UK.

.Down-ward Integration

٤:٣:٢: نوع الحاكمية بين الفعاليات السياحية على المستوى المحلي:

(<sup>١</sup>) (2004) Verwaal and Hesselmans

:

:

(Dominated Network) ( ) :

:

---

(<sup>1</sup>) Verwaal. E and Hesselmans. M, (2004), Drivers of supply Network Governance: An explorative study of the Dutch chemical Industry, European Management Journal, Vol.22, No. 4, PP: 442-451.

( )

Intra-sector	الفعالية
<p style="text-align: center;">( )</p> <p style="text-align: center;">%</p> <p style="text-align: center;">-</p>	-
-	-
<p style="text-align: center;">( )</p>	-
-	-

\*

Inter-)

:(sector

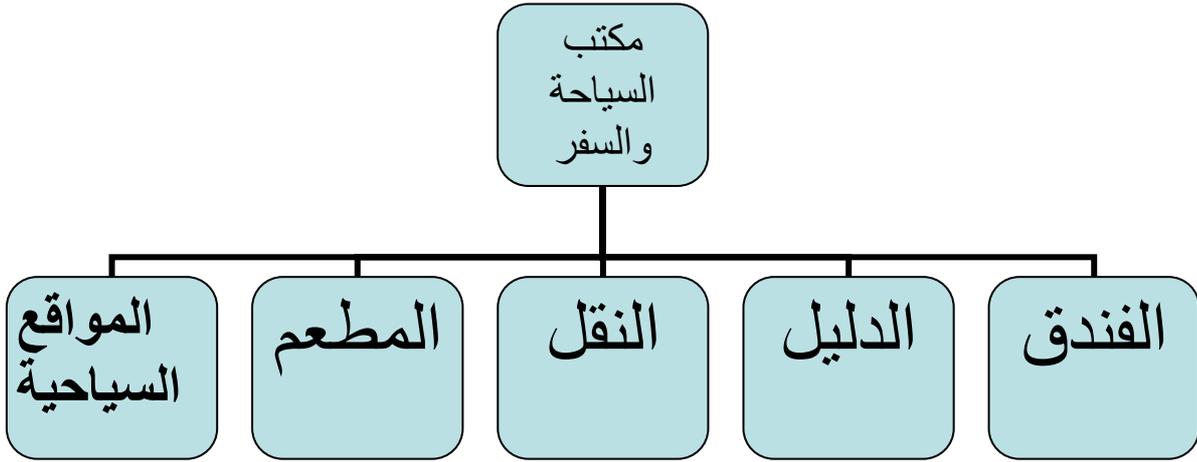
## Inter-sector

( )

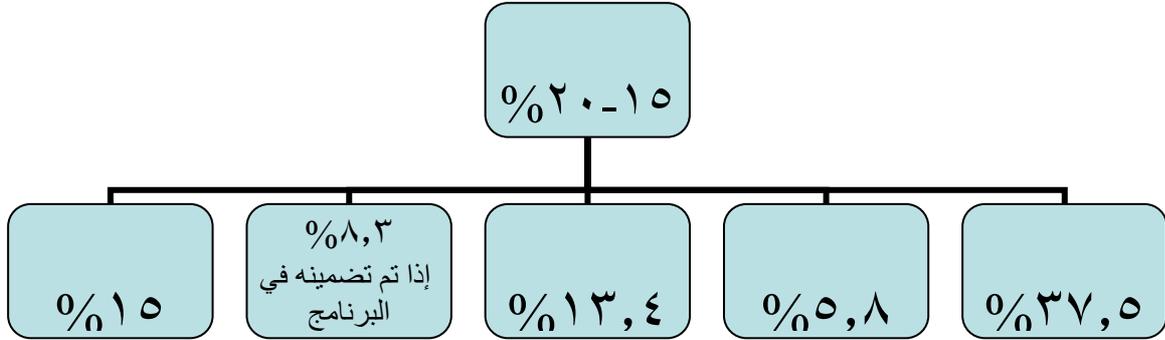
		فنادق		
-	-	-	-	( )
-		( )	-	
-	( )		-	
( )		-	-	

:

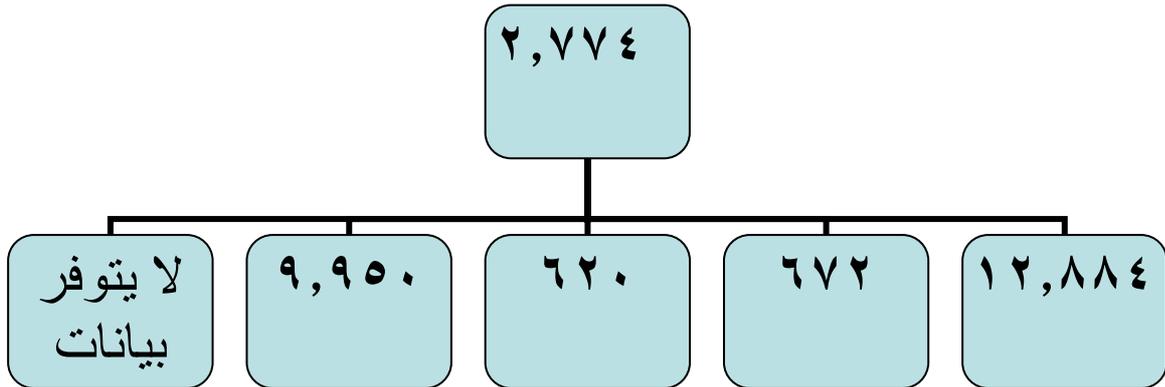
:



:



وفيما يتعلق بعدد العاملين في كل فعالية فيوضحها الشكل التالي



( )

)  
)  
(  
(

.Forward Integration

.Downward- Integration

:

.<sup>(١)</sup>(Holloway, 1985) %

.( )

International Traders

.Discovery

---

<sup>(1)</sup> Holloway. J, (1985), The Business of Tourism, Macdonald and Evans, Second Edition London. P 155.



( )

- )

(

Opportunism

( )

( )

Forward Integration

(<sup>١</sup>) (1985) Holloway

:

:

:

:

Discovery, )

( )

.(Jordan Circle Tour, United Travel Agent

( )

---

(<sup>١</sup>) Holloway. J, (1985), The business of Tourism, Macdonald and Evans, Second Edition, London PP: 82-87.

"Jumbo Jet"

Pan American "

."Airways With International Hotels

International

Traders

Discovery



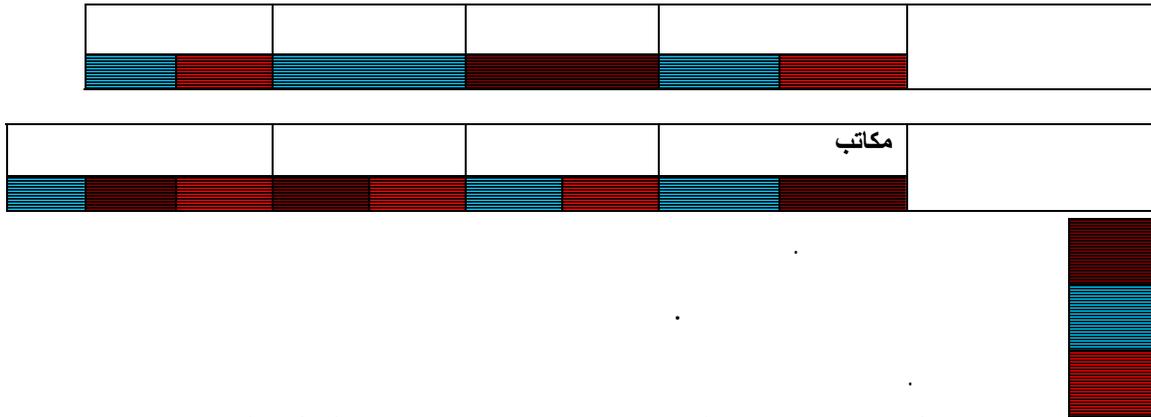
وبناء على الجدول السابق يمكن أن نقدم الملاحظات التالية:

( )

( )

( )

قد يوضح الشكل التالي أنواع الحاكمة في قطاعات السياحة المختلفة حسب المستوى الذي تقع فيه:



شكل (١٩) أشكال وتنوع الحاكمة في كل قطاع من القطاعات السياحية الأردنية

:

( )


\* عمل الباحث.

:

جدول (٦٣) معايير أنواع التوجيه بين الفعاليات السياحية على المستوى المحلي

		√		√		√		√			
√			√	√			√				

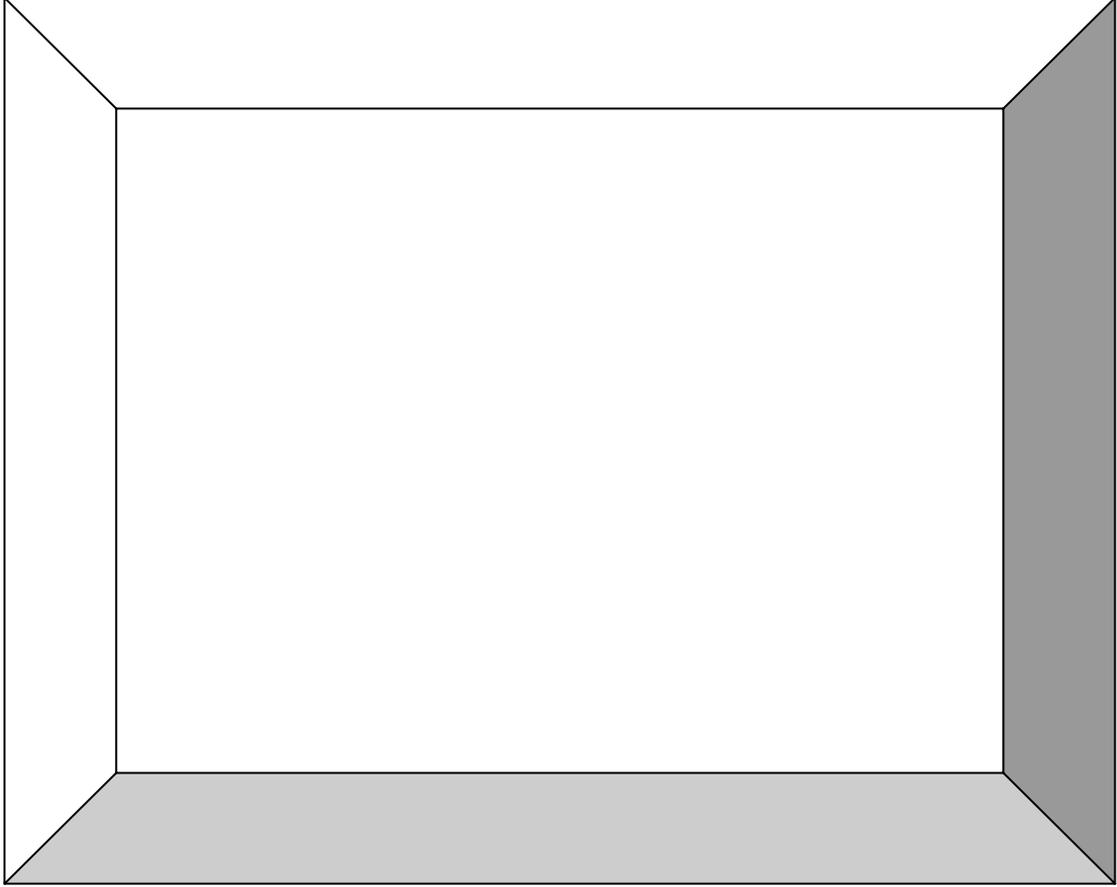
جدول (٦٣) معايير أنواع التوجيه بين الفعاليات السياحية على المستوى المحلي

√			√			√			√		
		√		√		√			√		
		√		√			√			√	
		√	√				√	√			
√				√		√			√		
	√			√		√			√		
	√			√		√			√		
		√	√				√		√		
√			√			√			√		
√			√			√			√		
√			√			√			√		
√			√			√			√		
		√		√			√			√	
√			√				√		√		

:

## جدول (٦٤) ملخص لأنواع الحاكمة على المستوى المحلي

						المكاتب		
				-		-		
	-		-					
				-		-		



(<sup>1</sup>) (Dolan, Humphrey and Harris – pascal, 1999)

. (Humphrey, 2004)

( 1995) Hobday

(Later comer Firm)

:

---

<sup>1</sup>)Dolan, C., Humphrey, J., and Harris –Pascal, C., C., (1999), Horticulture Commodity chain: The Impact of UK market on the Africa Fresh Vegetable Industry; working paper No 96, Brighton; Institute of Development Studies.

<sup>2</sup>)Humphrey, J, (2004), Upgrading in global Value chain, working paper No: 28, International Labour office, Geneva.

<sup>3</sup>)Hobday, M. (1995), Innovation in East Asia: the challenge to Japan, cheltenham, Edward Elgar.

.<sup>(1)</sup>(Hamel and Prahalad,1994)

:

.<sup>2</sup>(Teece and pisano, 1994)

:

---

<sup>(1)</sup> Hamel, G. and pralahad, C. (1994), Competing for the future Cambridge: Harvard Business school press.

<sup>(2)</sup>Teece, D. and pisano, G. (1994) The Dynamic Capabilities of Firms: an Introduction, Industrial and Corporate Change. 3, PP537 – 566.

: : :

( ) (2000) Humphrey and Schmitz

:

.Process upgrading .

.Product upgrading .

. Chain upgrading .

( ) (2000) Kaplinsky and Morris

. Functional upgrading

.( )

:

<sup>(1)</sup> Humphrey, G. and Schmitz, H. (2000), Governance and Upgrading: linking industrial cluster and global value chain Research, IDS working paper Brighton: Institute of Development studies, University of Sussec.

kaplinsky. R and Morris M, (2000), Handbook for value Chain Research, Bellagio workshop.<sup>2</sup> )<sup>(2)</sup>

( )

**:Process Upgrading**

: : :

(Humphrey and Memedovie, 2003)

:

()

()

()

()

:

: : :

()

:

()

()

()

- ( )

government

<sup>(1)</sup> Humphrey.J, and Memedovie, O. (2003). The Automotive Industry Value Chain: What Prospects For Upgrading By Developing Countries? Vienna, UNIDO.

shift to) (governance

:

: : : :

( - )

.( )

:

: : : :

(JITOA)

( - )

(Code of ethics)

:

.( )

( )

( )

( )

( )

( )

,

,

,

.

:-

: : : :

)

(

,

,

-

-

,

:

( )


\* :

( )

:

( )

).

.(

**:Product Upgrading :** :

( )

: ( )

- ( )

'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	
'	'		'	'		'	'		'	'		'	'	



:

:

:::

(Reservation systems)

:

:

(

( )

( )

.(Open Sky Policy)

:AMADEUS

(

. ( AVIS, Hertz, Dollars, Budget)

%

(Luft Hansa, Iberia, Air France)

%

Amadaus

Amadeus

:

: (

) : (

( ) (

( ) : (

) . ( )

.( Amadeus

:

: : : :

(NGO )

:

:

( )

(٢) خدمات الإقامة: وتتمثل في إقامة المخيمات السياحية في المحميات المختلفة مثل مخيم رم

:

-

:

%

%

%

)

.( //

:



**:Barter agreement (**

**:Royal vacation (**

(e- )

(octopus

(wholesalers)

.travel agent

travel)

.(Credit Card )

( )

(% - )

: **Zuwer package** (

: **Royal plus** (

)

.( //

:

: : : :

:

.

.

.

.

.

:

.

.

.

:

:

:

:

( )

:

( )

		/					



## :Chain Upgrading : : :

. (Lee and chen,2000)

, )  
 .( , , ) (

, ,

:

—: (

---

(<sup>72</sup>) Lee, J and Chen. J, (2000) , Dynamic Synergy Creation with Multiple Business Activities: Toward a Competence- based Growth Model for Contract Manufacturers, in Saanches. R and Hene . A (eds). Research in Competence- based Research, Advances in Applied Business strategy series Vol.C , JAI Press.

.( )

) . ( % - )

( ) (

.

:

(

.

:

%

.

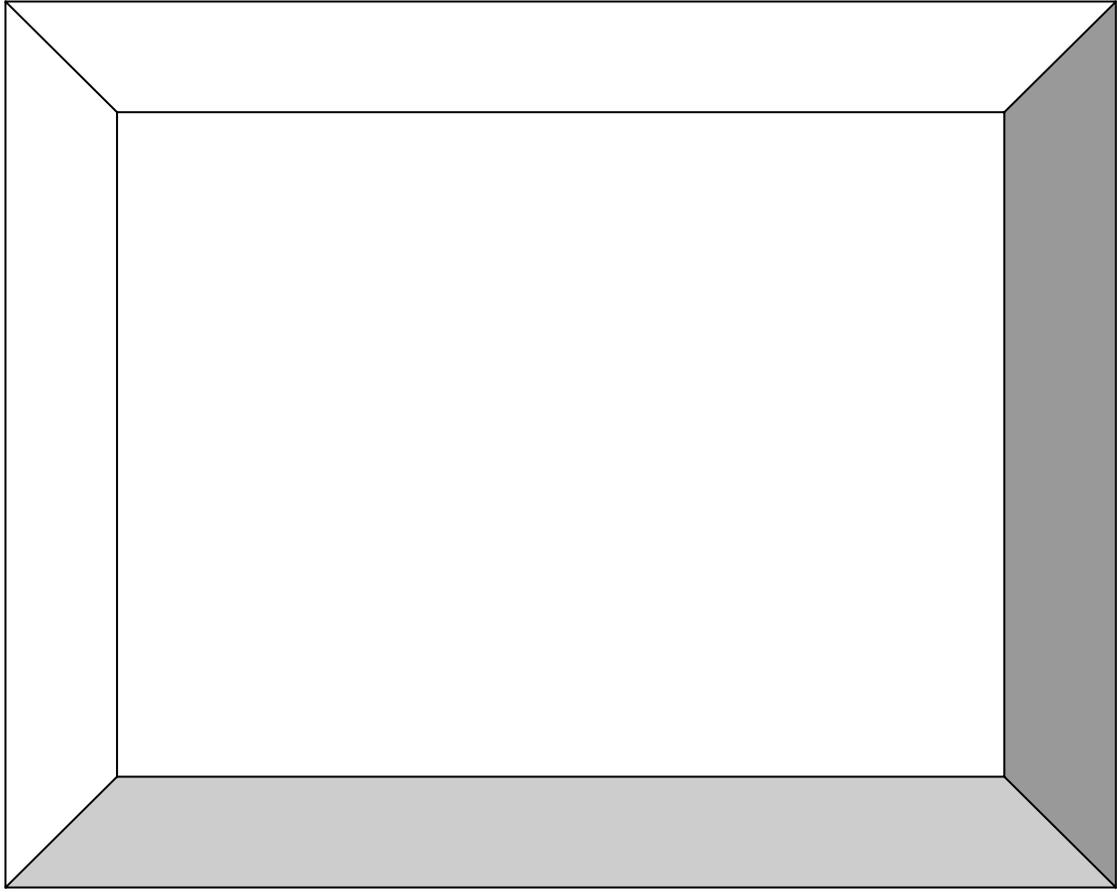
(

) .

) . (

%

.( // )"



:

:

:

Market Governance

.Relational Governance

:

( )

(% )

( )

## ملحق ٢ دور الجمعيات في العمل السياحي

تشرّف هذه على جميع مكاتب السياحة والسفر العاملة في المملكة باستثناء مكاتب الحج والعمرة التي تحولت تبعيتها منذ مطلع عام ٢٠٠٥ إلى وزارة الأوقاف، وتعد عضوية المكاتب في الجمعية إجبارية،		جمعية وكلاء السياحة والسفر
<p>من الواجبات الموكلة إلى الجمعية: ١. رعاية مصالح الجمعية وأعضائها والمحافظة على حقوقهم. ٢. التعاون والتنسيق مع الوزارة والدوائر والمؤسسات والجمعيات السياحية الأخرى المختصة في جميع المجالات المتعلقة في العمل السياحي. ٣. جمع المعلومات والإحصاءات السياحية وتصنيفها وتزويد الجهات المختصة بها. ٤. إعداد الدراسات والمقترحات المتعلقة بمشاريع القوانين والأنظمة ذات الصلة السياحية. ٥. عقد المؤتمرات والاجتماعات والندوات والمعارض السياحية داخل المملكة وخارجها والمشاركة بها. ٦. إنشاء مركز تدريب مهني والإشراف عليه وتطوير عمله وإصدار الشهادات للخريجين وتصديقها من قبل الوزارة. ٧. المشاركة في تحديد مفهوم الاعتراف والمصطلحات السياحية. ٨. التعاون مع الجهات والهيئات المهنية السياحية العربية منها والدولية والانضمام إليها. ٩. العمل على حل الخلافات التي تقع بين الأعضاء من جهة أو بين الأعضاء والغير من جهة أخرى. ١٠. تصديق شهادات الخبرة للعاملين في مجال السياحة والسفر وإصدار المجلات والنشرات الدورية المهنية</p>		
الجمعية هي الممثل الرسمي للمكاتب امام الوزارة وجمعيات وكلاء السياحة العالمية	أما عن مصادر تمويل الجمعية فقد كانت عند بداية التأسيس تتلقى الدعم من وزارة السياحة وتوقف هذا الأمر في الوقت الحالي، فأصبحت الجمعية تعتمد على المصادر التالية: اشتركت الأعضاء: والتي تصل إلى ١٥٠ دينار سنويا عن كل عضو. يتبع إلى الجمعية مركز تدريب للموظفين العاملين في المكاتب والتي تتقاضا الجمعية مقابلها ٤٠ دينار من كل متدرب.	
تقدم الجمعية ١٥ ألف دينار إلى هيئة تنشيط السياحة للمساعدة في طباعة المنشورات السياحية	هي الممثل الشرعي للمكاتب الأردنية امام الجمعيات الشياحية الأردنية منها: جمعية الفنادق الأردنية، وجمعية الادلاء الاردنية، وجمعية المطاعم السياحية، وهيئة تنشيط السياحة.	
فيما يتعلّق في بالخدمات التطويرية التي تقدمها الجمعية للأعضاء يمكن حصرها فيما يلي: إنشأ مركز تدريب لموظفي المكاتب السياحية. تقديم اجهزة حاسب إلى وزارة الداخلية لتقوم بدورها بإبلاغ المكاتب باي تطور يحدث في قوانين وزارة الداخلية على الجنسيات القادمة للاردن	للجمعية شبكة من الاتصالات مع بعض الوزارات والمؤسسات الحكومية منها: شركة الطيران المدني، والملكية الأردنية، ووزارة السياحة، ووزارة الأوقاف خاصة بعد تبعية مكاتب الحج والعمرة إليها، ووزارة النقل: لتسهيل عمل المكاتب مع النقل السياحي، ووزارة الخارجية: من أجل تسهيل السياحة القادمة، ووزارة الداخلية:	
تفتقد الجمعية إلى القوة في ممارسة عملها بسبب عدم تعاون الأعضاء معها لذلك سعى الأعضاء إلى إنشاء جمعية وكلاء السياحة القادمة، حيث يشير هؤلاء كيف لنا ان نتساوى في التعامل مع المكاتب الصغيرة او تلك العاملة في مجال التذاكر	رئيس الجمعية عضو دائم في هيئة تنشيط السياحة	
<p>من الواجبات الموكلة إلى الجمعية: ١. رعاية مصالح الجمعية وأعضائها والمحافظة على حقوقهم. ٢. التعاون والتنسيق مع الوزارة والدوائر والمؤسسات والجمعيات السياحية الأخرى المختصة في جميع المجالات المتعلقة في العمل السياحي. ٣. جمع المعلومات والإحصاءات السياحية وتصنيفها وتزويد الجهات المختصة بها. ٤. إعداد الدراسات والمقترحات المتعلقة بمشاريع القوانين والأنظمة ذات الصلة السياحية. ٥. عقد المؤتمرات والاجتماعات والندوات والمعارض السياحية داخل المملكة وخارجها والمشاركة بها. ٦. التنسيق مع الجهات الرسمية والأهلية المعنية بحماية البيئة. ٨. التعاون مع الجهات والهيئات المهنية السياحية العربية منها والدولية والانضمام إليها. ٩. العمل على حل الخلافات التي تقع بين الأعضاء من جهة أو بين الأعضاء والغير من جهة أخرى. ١٠. تصديق شهادات الخبرة للعاملين في مجال السياحة والسفر وإصدار المجلات والنشرات الدورية المهنية</p>		
رئيسها عضو دائم في هيئة تنشيط السياحة	تقوم باستيفاء ما نسبته (٠,٠٥%) من فنادق الثلاثة والأربعة والخمسة نجوم ومن ثم توريدها إلى هيئة تنشيط السياحة	هي عضو في مجلس ادارة هيئة تنشيط السياحة
<p>للجمعية مجلس إدارة يتألف من: الرئيس وخمسة أعضاء من فنادق الثلاث والأربعة والخمسة نجوم، وكذلك عضو واحد عن كل من فنادق النجمة والنجمتين، وعضو واحد يمثل المنشآت السياحية الأخرى، وكذلك عضو واحد يمثل الفنادق غير السياحية. ومن أهم الواجبات الموكلة إلى المجلس النظر في الخلافات المهنية الناشئة بين الأعضاء من جهة وبينهم وبين الغير من جهة أخرى واتخاذ الإجراءات المناسبة بشأنها، وكذلك النظر في الانتساب إلى أي اتحاد أو جمعية سياحية أخرى.</p>		
هي المسؤولة عن رعاية مصالح الادلاء	تلجأ إليها مكاتب السياحة والسفر لطلب الادلاء خاصة في الموسم المرتفع نتيجة لانشغال غالبية الادلاء في هذه الفترة	سعت مؤخرا إلى تصميم مواقع الكترونية لكل دليل بشكل مستقل حتى تتمكن المكاتب الخارجية للتعامل معهم
بعد ان يقدم الدليل اوراقه إلى وزارة السياحة للحصول على ترخيص ترسله الوزارة إلى الجمعية وتم له مقابلة شخصية ويتم الحكم على مدى ملاءمته للعمل حسب الشخصية، والنطق، اللباس... الخ. وإذا تمت موافقة الجمعية يرسل الدليل إلى احد مراكز اللغات المعتمدة من الجمعية مثل المعهد الفرنسي، غوته، البريطاني، او إلى السفارات صاحبة اللغة التي يرغب الدليل التحدث بها، وذلك من اجل فحص الدليل لغويا بالمهارات الأربعة المتعارف عليها في كل لغة، ويشترط في علامة النجاح ان تكون ٨٠ فما فوق. ثم يرسل الدليل إلى كلية عمون لاجتياز الدورة المقررة هناك ثم يعود مرة أخرى إلى الجمعية لعمل امتحان آخر يركز على المعلومات الأثرية والدرابية بالمهنة، حيث تشارك الجمعية بحوالي ٢٥% من مجموع العلامات الخاصة باجتياز الدليل للدورة	تسعى الجمعية إلى المطالبة بحقوق الادلاء في حالة تخلف المكاتب عن دفع حقوقهم حيث تلجأ في البداية إلى الحل الودي، وإذا لم يتم التوصل إلى حل فأتتها تسعى إلى الوزارة.	هي عضو مؤازر في هيئة تنشيط السياحة
هي الجهة المخولة بعملية التسويق والترويج السياحي في الاردن وخارجه من خلال المنشورات والافلام السياحية عن الاردن	هي الجهة التي تدعو الفعاليات السياحية المختلفة إلى حضور المعارض العالمية	لها مكاتب تمثيلية في ثمان دول في العالم للترويج للسياحة الاردني
<p>أما عن ميزانية الهيئة فيتم تحصيلها كالاتي: ١. مكاتب السياحة والسفر التي تحقق أكثر من (٥٠٠٠) ليلة فأكثر تدفع إلى الهيئة سنويا (١٠٠٠) دينار. وهذه إجبارية حيث لا يستطيع المكتب الترخيص في وزارة السياحة إلا عند دفع المبلغ إلى الهيئة. ٢. مكاتب السياحة التي لم تحقق (٥٠٠٠) ليلة سياحية تدفع للهيئة سنويا (٥٠٠) دينار، وهذه اختيارية لمن يرغب في أن يكون عضو مؤازر. ٣. مساهمة الحكومة الأردنية والتي بلغت عام ٢٠٠٥ (١٠) مليون دينار أردني. ٤. ٥% من ١٠% من ضريبة الخدمة للفنادق. ٥. رسوم الاشتراكات والانتساب من الأعضاء. ٦. مساهمة الملكية الأردنية بحوالي (٥٠٠٠٠) دينار. ٧. مساهمة شركات النقل السياحي المتخصص بمبلغ (٢٥٠٠٠) دينار سنويا لكل منها. ٨. مساهمة شركات الطيران الوطنية الأخرى بمبلغ (٢٥٠٠٠) دينار سنوي لكل منها.</p>		
تنص المادة(٢٦) من نظام هيئة تنشيط السياحة انه وفي حالة تخلف أي عضو عن دفع الرسوم والمساهمات والالتزامات المترتبة عليه للهيئة فانه يلغى العمل في رخصة ممارسته في القطاع الذي يعمل به لحين تسديد ذلك		
جمعية المطاعم السياحية	هي عضو مؤازر في هيئة تنشيط السياحة	
جمعية متاجر التحف الشرقية	هي عضو مؤازر في هيئة تنشيط السياحة	

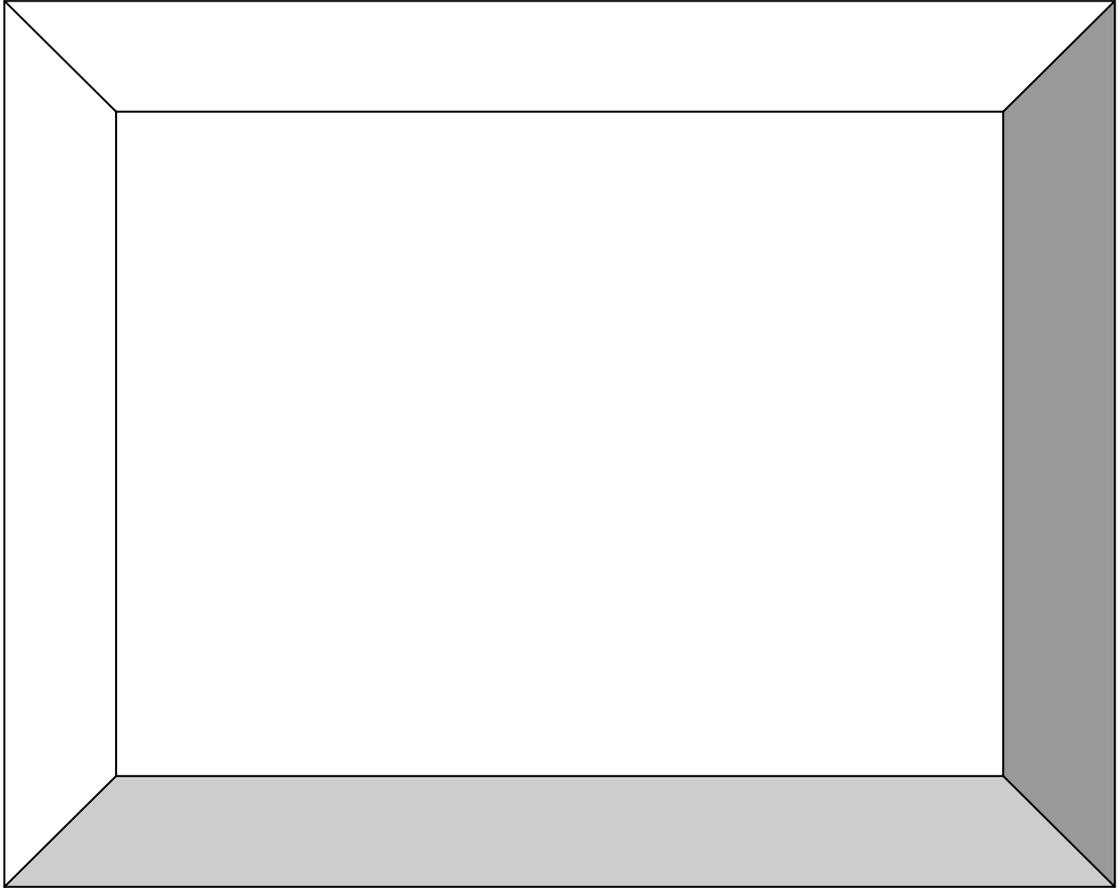
Royal :

.Vacation

:

## Code of Ethics





: \_\_\_\_\_ :

( ) •

) ( ) •

.(

:( ) •

( ) •

( ) •

( ) •

:( ) •

), : ( ) , •

,(

: ( ) •

( ) •

- Ayoubi, H.(2000): **Market Analysis of the Tourism Sector in Jordan: Potential Products and Services to be Introduced to the Market by Women**, Amman, Jordan.
- Barham, N. (2002): **Sectoral Actors in the Jordanian Economy**. In : G. Joffe (ed): Jordan in transition. London, S. 278-297.
- Barrett, H.R., Ilbery, B.W., Browne, A.W. and Binns, T. (1999): **Globalization and the Changing Networks of Food Supplies: the Importation of Fresh Horticultural Produce From Kenya into the UK**. Transaction Brits. Geogr. NS 24, S. 159-174.
- Boian. G, (1988), **Marketing in the Tourism Industry**, London.
- 5. Cancun. Q, (2002), **Report of the International Colloquium on Regional Governance and sustainable Development in Tourism-driven Economic**, Mexico 20-22. February 2002, www.unpan.org.
- CELTTA, (2001), **Study on Electronic Commerce in the Value Chain of the Tourism Sector**, Ministry of technology, Spain.
- 
- Cohen.E, (1979), **Rethinking the Sociology of Tourism**, Annals of Tourism Research, Vol. 6, pp. 18-35.
- Cheong.M. and Miller. M, (2000), **Power and Tourism: A Foucauldian Observation**, Annals of Tourism Research, V.27, No. 2. pp. 371-390.
- Clancy, M. (1998): **Commodity Chains, Services and Developments: Theory and Preliminary Evidence From the Tourism Industry**. Revue of international political economy 5, S. 122-148.

- Daniel, R (2004), **Report on value chain: Analysis of existing Theories, Methodologies and Discussions of the value chain approaches within the Development cooperation sector**, LBL, Bern
- Dianne. D, (2005), **Policy Networks and The Local Organization of Tourism**, Tourism management, Australia.
- Diego. M, and Juan.M (2000), **successful Relationships Between Hotels and Agencies**, Annals of Tourism Research, V.27, N.3, pp-737-762.
- Dolan, C. and Humphrey, J. (2000): **Governance and Trade in Fresh Vegetables: the Impact of UK Supermarkets on the African Horticulture Industry**. Journal of Developments Studies 37, S. 147-177.
- Dorothy.M, Hubert.S, (2001), **Manual For Value Chain Research On Homeworkers In The Garment Industry**,UK
- Dwyer.L and Peter.F, (1994), **Foreign Tourism Investment: Motivation and Impact**, Annals of Tourism Research, Vol.21, No.3, pp 512-537.
- Fisun. Y, Bill. B and Atila. Y, (2005), **Centralized and Decentralized Tourism governance in Turkey**, Annals of Tourism Research, V.32, No.4, October, pp 859-886.
- Gareth. S and Allan. M,( 1979), **Critical Issues in Tourism: Geographical Perspective**, Blackwell, Oxford.
- Gereffi, G. & Korzeniewicz, M. (eds) (1994): **Commodity Chains & Global Capitalism**. Westport, Conn.
- Gereffi, G (1994), **The Organization of Buyer-Driven Commodity Chains ; How U.S Retailers shape overseas production Network, in commodity chains and Global Capitalism**, London, Praeger.

- Gereffi. G, Korniewicz. M, and Korniewicz. R, (1994), **Commodity Chain and Global Capitalism**, Westport, Conn: Green wood press.
- Gereffi, G. (1996): **Global Commodity Chains: New Forms of Coordination and Control Among Nations and Firms in International Industries**. *Competition & change* 4, S. 227-439.
- Gereffi, G. (1999): **International Trade & Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain**. *Journal of International Economics* 48, S.37-70.
- Gereffi. G, Humphrey. J, Kaplinsky. R, Sturgeon. J (2001), **Globalization Value Chain and Development**, *IDS Bulletin*, Vol.32, No.3
- Gereffi, G. Humphrey, T.(2003): **The Governance Of Global Value chains**, ([www.globalchain.org](http://www.globalchain.org))
- Gereffi. G, Humphrey. J and Sturgeon. T, (2003), **The Governance of Global Value Chain**, Forth coming in *Review of International Political Economy* (see <http://www.globalvaluechains.org>), November4,2003.
- Gereffi. G, Humphrey. J and Sturgeon. T, (2003), **The Governance of Global Value Chain**, Forthcoming in *Review of International Political Economy*, November 4, 2003 (see <http://www.globalvaluechains.org>).
- Gereffi.G, Humphrey. J, Sturgeon. T, (2003), **The Governance of Global Value Chain**, *International Political Economy*, (see <http://www.globalvaluechains.org>.)
- Gunjan. S, **Relationships Networks and Learning Regions**, (2005), **Case Evidence From The Peak District National Park**. *Tourism Management*, Vol. 26 , Issue 2, , pp277-289.
- Gwynne, R. N. (1999): **Globalization, Commodity Chains &**

**FruitExporting regions in Chile.** TESH, (1990), **Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie** 90, S. 211-225.

- Hall, C., (1994), **Tourism and Politics: Policy, Power and Place**, WILEY, London.
- Heide.J, (1994). **Interorganizational Governance in Marketing Channels**, Journal of Marketing. 58, pp: 71-85
- Henry Maddick, (1973) **Democracy, Decentralization and development**, London; Asia publishing house,.
- Holloway, J, (1985), **The Business of Tourism**, Macdonald and Evans, Second Edition.
- Humphrey. J and Schmits. H, (2000), **Governance and Upgrading in Global Value Chain**, Paper for the Bellagio Value Chain Workshop, UK.
- **Impact of Implementing GST on Inbound Tour Operators**, (2004) Jordan, Inbound Tour Operator association,.
- Kaplinsky, R and Morris.M, (2000), **Handbook for Value Chain Research**. London, (www.ids.ac.uk/global).
- Kim. S, Thomas. F and Regan. D, (2004), **Trust and Online relationship: An Exploratory study from New Zealand**, Tourism Management, Vol. 25, No. 2, PP: 195-207.
- Koral Goymen, (2000): **Tourism and Governance in Turkey**, Annals of Tourism Research, V.27, No.4. 1025-1048.
- Lisa L. Martin, (2001), **Governance Patterns in Tourism: The Leverage of Economic Theories**, Department of Government, Harvard University.
- Ludwing.T, (2004), **Vertical Integration in European package Tour Business**, Annals of Tourism Research, Vol.3, No.2, pp: 475-478.
- Menkhoff, T,(1992). **Xinyon or How To Trust Trust? Chaineese**

**Non-contractual Business Relations and Social Structure: The Singapore Case**, International Asienforum 23 (1-2). PP 261-288.

- McConkey. D, (1998), **Planning in a Changing Environment**, Business Horizons, Vol. 31, No. 5.
- McCormick. D and Schmitz. H, (2001), **Manual for Value Chain Research on Home workers In the Garment Industry**, London.
- Pavlovich .K, (2001), **The Evolution and Transformation of Tourism Destination Network**, The Waitomo Cave, New Zealand, Tourism Management Vol.24, PP.203-216.
- Pearce, D.G, (1992), **Tourism Organization**, Longman Scientific and Technical, Harlow
- Porter .M, (1990), **The Competitive Advantage of Nations**, Macmillan, London.
- Raphael Kaplinsky and Mike Marries. (2000): **Handbook For Value Chain Research**. London.
- Rhode. R, (1997), **Understanding Governance Policy Networks, Governance, Reflexivity, and Accountability**, Open University Press, Buckingham.
- Rita.D, Diego. R, and Juan.M, (2003), **Understanding European Tour Operators' Control on Accommodation C companies: an empirical evidence**, Tourism Management V.24, No.2, pp: 135-147.
- Roath. A, Miller. S and Cavusgil. S, (2002), **A conceptual framework of relational governance in foreign distributor relationships**, International business review, vol.11, No.1, PP: 1-16.
- Robert.W, Charles.R, and John.W, (1995), **Tourism Principles, Practices**, London, 7<sup>th</sup> Edit
- Romano. T, (2005), **Quality and Sustainability For Integrated Management of Tourism Destination**, Revista Eletronica De Turismo, Vol 4, No 1 ([www.presidentekennedy.br/retur](http://www.presidentekennedy.br/retur)).

- **TIAC submission to industry Canada, National Tourism strategy stake holder Consultations**, (2003) Tourism Industry association of Canada, 25 November, [www.tiac-aitc.ca](http://www.tiac-aitc.ca)
- Tyler. D and Dinan. C, (2001), **The Role of Interest Groups in England's Emerging Tourism Policy Network**, Current Issues in Tourism 4(2001) (2-4). PP.210-252.
- Verwaal. E and Hesselmanns, M, (2004), **Drivers of Supply Network Governance: an Exploration study of the Dutch chemical Industry**, European Management Journal, Vol. 22, No.4, PP: 442-451.
- Wilmes, F. (2001), **Paradies ohne profit**. Preussag, Capital.11/2001, pp 34 -40)



( )

	( )			
	:			
	( ) ( )	-		
		-		
		-		

-				
-				
	)			
	(			
	( )			
	)			



	( )			
	:  "	-		
	( )	-		
		:		
	( )	-		
		-		
		-		



، ( )

:  
( ، ، ، ، ، )


## ملحق (٤) دور الوزارات والمؤسسات المختلفة في التشريع السياحي

قانون رقم (١٤) لسنة ١٩٨٨ ينص على انشاء جمعيات خاصة بالمهن السياحية في الاردن لكن هذا القانون غفل عن انشاء جمعيات حماية البيئة بالترويج والتسويق السياحي لذا جاء قانون عام ١٩٩٧ ياضافة بند يتعلق في انشاء هيئة تنشيط السياحة ويحدد مواردها المالية.		وزارة السياحة	
المادة رقم (٣) من سنة ١٩٨٨ حدد مسؤولية الوزارة في المحافظة على المواقع السياحية وتطويرها، لكنه لم يحدد آلية التطوير لذا جاء قانون عام ٢٠٠٢ ليوضح ذلك من خلال اضافة عبارة) من خلال التنظيم، والادارة، والاشراف على تنفيذ البنية التحتية والانشاءات الاساسية بها. وبهذا نرى ان مسؤولية الحكومة تحولت إلى (تنظيم، وادارة، واشراف) تاركة الامور الاخرى إلى القطاع الخاص. كما اضيف إلى نفس المادة بعض البنود الجديدة مثل: - عقد الاتفاقيات السياحية مع المنظمات والهيئات السياحية الاقليمية والدولية، ولكن هذا البند فيه تناخل مع المادة (١٩) من نظام هينو تنشيط السياحة في البند (هـ) والذي ينص على نفس النقطة.			
المادة (٤) في قانون عام ١٩٨٨ نص على تشكيل (المجلس الاعلى للسياحة) برئاسة وزير السياحة وعضوية كل من الوزراء التاليين(الداخلية، الصناعة والتجارة، والثقافة والتراث القومي) والمدير العام للضمان الاجتماعي، ورئيس الملكية الاردنية، ورئيس الملكية الاردنية، ورئيس سلطة اقليم العقبة والمدير العام للضمان الاجتماعي والامين العام لوزارة السياحة. وثلاث اعضاء من القطاع الخاص. لكن عدلت هذه المادة في عام ٢٠٠٢ ليصبح اسم المجلس (المجلس الوطني للسياحة) والعضوية اصحبت من الامناء العاملين للوزارة التالية( السياحة، الداخلية، المالية، التخطيط، النقل) ودير عام مؤسسة تشجيع الاستثمار، ومدير عام المؤسسة العامة لحماية البيئة، واحد موظفي سلطة اقليم العقبة، وثمانية اعضاء من القطاع الخاص		يرى ان التعديل في هذه المادة قد حدث على النحو التالي: - تحويل اسم المجلس إلى المجلس الوطني للسياحة - زيادة مساهمة القطاع الخاص من ثلاثة اعضاء إلى ثمانية اعضاء مع مراعاة في ذلك تمثيل المهن السياحية المختلفة.	
المادة (٦) لعام ١٩٨٨ حددت مسؤولية المجلس الاعلى للسياحة الا ان قانون ٢٠٠٢ قد احدث بعض التعديلات على هذه المسؤوليات على النحو التالي:		من اهم التغييرات التي حدثت في هذه المادة ما يلي: - قانون ١٩٨٨ نص على ان من مسؤوليات المجلس تحديد الاسعار للخدمات الا ان قانون ٢٠٠٢ حدد ذلك بدوره في وضع اسس تحديد الاسعار وكأنه اعلان من الحكومة على دور السوق في توجيه السعر. - كانت من المسؤوليات عام ١٩٨٨ انشاء مراكز التدريب السياحي ولكن نتيجة لضعف الحكومة في ذلك فقد غير القانون ليصبح عام ٢٠٠٢ وضع سياسات التعليم والتدريب والتأهيل السياحي. مما ساهم في افتتاح الكثير من اقسام السياحة في الجامعات المختلفة.	
قانون عام ١٩٨٨		قانون عام ٢٠٠٢	
- وضع السياسات العامة للسياحة - اقتراح مشروعات القوانين والانظمة المتعلقة بالسياحة - اقتراح عقد الاتفاقيات مع الدول والمنظمات والهيئات السياحية الدولية - انشاء مراكز التدريب السياحي والفندقي ووضع البرامج لها - وضع اسس ترخيص المهن - تحديد اسعار الخدمات السياحية واجورها - وضع اسس الحوافز اللازمة للتسويق السياحي والترويج له		- وضع السياسات العامة للسياحة - اقتراح مشروعات القوانين والانظمة المتعلقة بالسياحة - اقتراح عقد الاتفاقيات مع الدول والمنظمات والهيئات السياحية الدولية - انشاء مراكز التدريب السياحي والفندقي ووضع البرامج لها - وضع اسس ترخيص المهن - تحديد اسعار الخدمات السياحية واجورها - وضع اسس الحوافز اللازمة للتسويق السياحي والترويج له	
المادة (٧) من قانون عام ١٩٨٨ نص على تشكيل ( لجنة السياحة ) التي تسعى إلى تنفيذ القرار التي يصدرها المجلس الوطني للسياحة، وكانت عضوية (لجنة السياحة) في عام ١٩٨٨ من مندوبين عن كل من الوزارات التالية( الداخلية، الصحة، التموين) اثنين من موظفي القطاع الخاص. الا ان العضوية تغيرت عام ٢٠٠٢ اصحبت من مندوب عن الوزارات التالية( الداخلية، الصحة) وامانة عمان، واربعة من اصحاب المهن السياحية		يرى ان التغيير حدث في: - ادخال امانة عمان في العضوية. - تضاعف مشاركة القطاع الخاص.	
المادة (١٢) من قانون عام ١٩٨٨ حيث عدلت الفقرة (٩) من القانون الاصلي المتعلقة بالغاء الرخصة السياحية لاصحاب المهن " اذا ارتكب عملا ماسا بمصلحة او سمعة السياحة الوطنية او المهن السياحية بما في ذلك ممارسة المهنة بصورة تنتافي مع الاخلاق والاداب العامة والنظام العام" الا انه تم اضافة العبارة التالية عام ٢٠٠٢ " والعرف السياحي ولائحة الاداب والسلوك الخاص بكل منها"		هذا التعديل يشير إلى توجه الوزارة إلى تطبيق معايير أخلاقيات المهنة Code of conduct التي سمعت اليه جمعية السياحة الوافدة الجديدة	
المادة(١٣) من قانون ١٩٨٨ تنص على التزام شركات الادارة المحلية والاجنبية عند تنفيذ احكام الاتفاقيات بينها على تدريب القوى البشرية الاردنية على مختلف المستويات الادارية والفندقية والسياحية حيث تخضع هذه البرامج لموافقة المجلس الاعلى للسياحة، وكذلك تنفيذ برامج تسويقية للمملكة من ميزانيتها السنوية بالتعاون والتنسيق مع الوزارة، الا ان التغيير في ذلك تم بان تزود الوزارة عند توقيع هذه الاتفاقيات على بنسخ منها، وكذلك الاصرار على تدريب القوى البشرية وتنفيذ برامج تسويقية بالتعاون مع الوزارة وهيئة تنشيط السياحة.		تم البغاء دور المجلس الوطني للسياحة في الموافقة على البرامج التدريبية والتأكيد على دور الوزارة في توجيه هذه الشركات في تدريب الكوادر البشرية في البرامج السياحية	
وزارة الداخلية		- لها دور كبير في تحديد الجنسيات المقيدة وغير المقيدة التي تدخل إلى الأردن وتزويد الجهات المعنية بها	
وزارة النقل		تنص المادة (١٢) من نظام النقل السياحي المتخصص ان لوزير السياحة اصدار تعرفات واجور النقل السياحي البري التي تتقاضاها الشركات بناء على تنسيب لجنة مشتركة من وزارة السياحة ووزارة النقل	
وزارة الاوقاف		الاشراف على المواقع التاريخية الاسلامية المفتوحة امام السياحة الدينية	
المملكة الاردنية		هي الناقل الوطني لزوار الاردن	
مديرية الامن العام		اعفاء المجموعات السياحية من رسوم التأشيرة اذا كان عدد افرادها خمسة اشخاص فاكتر وتزيد اعمارهم عن ١٨ سنة، على ان يكون دخولهم بكفالة مكتب سياحي اردني معتمد على الاقل اقامة المجموعة في المملكة لكل زيارة عن ليلتين	
وزارة البيئة		تنص الفقرة (ك) من المادة (٤) لنظام معية الفنادق الاردنية " ان على المنشآت السياحية والفنادق التنسيق مع الجهات الرسمية والهلية المعنية بحماية البيئة لرفع مستوى المهنة ونشر الوعي السياحي	
هي عضو دائم في هيئة تنشيط السياحة كما إنها عضو في مجلس ادارة الهيئة كما إنها مكلفة بدفع مبلغ سنوي إلى ميزانية الهيئة يبلغ (٥٠)الف دينار		هي عضو في المجلس الوطني للسياحة	
تتعق المجموعات السياحية من ضريبة المغادرة اذا زاد عددها عن خمسة عشر شخصا دون التقيد بمدة الإقامة والعمر		هي المترفة على شؤون الشرطة السياحية	
يتم تنسيق المكاتب معها من أجل الرحلات العارضة وكذلك احضار السياح من الدول المختلفة		ليس لها رحلات على بعض دول العالم مما يساهم في اضعاف السياحة من هناك	
تشرف على ترخيص المركبات السياحية والتأكد من مواصفاتها والخدمات المزودة بها		سعت وزارة البيئة إلى تطبيق معايير التمية المستدامة بما في ذلك السياحة المستدامة من خلال الاجندة ٢١.	

الجمعية الملكية لحماية الطبيعة	على جميع مكاتب السياحة والسفر التي تحضر سياحة بيئية التنسيق مع هذه الجمعية لتسهيل دخولها إلى المحميات الطبيعية	تطبيق مفهوم طاقة الحمل في المحميات الطبيعية	تقوم بالترويج إلى السياحة البيئية في الاردن من خلال وحدة السياحة فيها	توفير البنية التحتية والفوقية لتسهيل الحركة السياحية في المحميات المختلفة من: تدريب الادلاء المحليين، واقامة المخيمات السياحية، وتشجيع السكان المحليين على الاندماج في السياحة في مواقع المحميات في(ضانا، عجلون، الازرق، الشومري،دبين، الموجب)	تساهم في صناعة التحف الشرقية الخاصة بالمحميات من المنتجات النباتية والحيوانية من خلال معرض ومشغل متوفي في المقر الرئيسي للوحدة في عمان	تقوم بحضور المعارض السياحية السنوية بدعوة من الهيئة من اجل الترويج إلى السياحة البيئية، كما ان لديها دائرة متخصصة في طباعة المنشورات السياحية الخاصة بالبيئة
وزارة التربية والتعليم العالي	اتشاء العديد من المدارس والكلبات واقسام الجامعات التي تدرس السياحة والفندقة	الإشراف على دورة الدلالة السياحية من خلال كلية عمون التي اصيحت في مطلع عام ٢٠٠٥ تسمى جامعة الاردن التطبيقية				
وزارة التخطيط	هي من اكبر الجهات الممولة لكثير من مشاريع تطوير السياحة في الاردن	عضو في اللجنة الوطنية لحماية التراث العمراني والحضري	عضو في المجلس الوطني للسياحة			
سلطة اقليم العقبة	هناك استقلالية في تبعية مكاتب السياحة هناك في تبعتها إلى جمعية وكلاء السياحة والسفر	عضو في المجلس الوطني للسياحة	هي الجهة المشرفة على السياحة في منطقة رم			
وزارة الصناعة والتجارة	عضو في المجلس الوطني للسياحة	عضو في لجنة النقل السياحي				
وزارة المالية	عضو في المجلس الوطني للسياحة	عضو في اللجنة الوطنية لحماية التراث العمراني والوطني، وكذلك تنص المادة (١٥) من قانون حماية التراث العمراني على ان لمجلس الوزراء بناء على تنسيب وزير المالية منح مالك الموقع التراثي مجموعة من الحوافز منها: الاعفاء من ضريبة الدخل وضريبة الخدمات المتأتية من استغلال الموقع التراثي بما يتلاءم وصفته، وكذلك الاعفاء من رسوم نقل الملكية عند شراء المبنى التراثي لغايات ترميمه بقصد الحفاظ عليه. وكذلك اعفاء المواد الانشائية والديكورات المستخدمة في اعادة تأهيل الموقع التراثي او ترميمه او الحفاظ عليه من الضريبة العامة على المبيعات				
وزارة الصحة	عضو في المجلس الوطني للسياحة	عضو في لجنة السياحة	الإشراف على تطبيق معايير الصحة العامة في الفنادق والمنتشات السياحية	الإشراف على تطبيق معايير الصحة العامة في المطاعم والاستراحات السياحية حسب الفقرة (ج) من المادة (٥) من نظام المطاعم السياحية		
المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي	عضو في المجلس الوطني للسياحة	امتلاك والمساهمة في عدد من الفنادق في المملكة				
معاهد اللغات الاجنبية في المملكة	عدد امتحان اللغة التي سيتعامل بها الدليل حيث يشترط اجتياز هذا الامتحان من قبل الدليل لمزاولة المهنة					
مديرية الدفاع المدني	الإشراف على توفير وسائل السلامة العامة ومتطلبات الوقاية والعمل على ابقائها جاهزة للاستعمال والمحافظة عليها وفقا لمتطلبات الدفاع المدني في المتنات والفنادق السياحية					
المؤسسة الاقتصادية لتنمية المشاريع	عضو في هيئة تنشيط السياحة وفي مجلس ادارتها					



وزارة السياحة  
والآثار  
الهيكل التنظيمي



## تحليل بيانات مكاتب السياحة والسفر لسنة ٢٠٠٤

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر 1
4.41	49	216	4.78	19	الاسترالية
7.59	58	440	6.46	19	الالمانية
13.06	80	1045	4.68	24	الايطالية
7.42	248	1839	4.66	31	البريطانية
5.29	24	127	5.58	12	الهولندية
4.73	111	525	6.63	28	الفرنسية
5.34	136	726	8.94	15	الروسية
9.17	303	2780	3.38	27	الاسرائيلية
6.77	143	968	6.5	22	الاسبانية
4.02	406	1632	2.65	41	الامريكية
	1558	10298			
	2524	15844			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل الإقامة	عدد المكاتب	شهر 2
4.02	49	193	4.36	18	الاسترالية
8.68	105	903	6.98	24	الالمانية
9.36	67	618	6.4	20	الايطالية
6.41	293	1872	5.38	38	البريطانية
8.55	53	453	5.96	17	الهولندية
7.53	224	1672	7.4	36	الفرنسية
5.92	37	219	9.36	10	الروسية
6.06	362	362	5.63	25	الاسرائيلية
8.82	132	1156	12.27	132	الاسبانية
4.14	358	1474	2.83	37	الامريكية
	1680	8922			
	2769	19104			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر 3
6.23	13	81	6	4	الاسترالية
9.81	69	657	7.36	7	الالمانية
14.52	44	639	7.41	4	الايطالية
9.54	110	1049	6.27	12	البريطانية
14.33	3	43	3.33	2	الهولندية
8.68	77	651	7.43	10	الفرنسية
3.89	54	210	8.85	4	الروسية
7.12	195	1389	3.24	9	الاسرائيلية
23.68	302	7150	6.4	15	الاسبانية
5.2	325	1685	2.38	15	الامريكية
	<b>1192</b>	<b>13554</b>			
	<b>3313</b>	<b>16314</b>			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر 4
4.26	47	200	4.07	15	الاسترالية
10.04	212	1405	9.98	33	الالمانية
15.82	247	1503	5.47	35	الايطالية
7.04	147	993	7.34	26	البريطانية
13.01	91.00	1184.00	7.78	12.00	الهولندية
7.57	310	2323	7.62	33	الفرنسية
3.60	154	554	9.86	10	الروسية
6.78	787	5330	3.46	27	الاسرائيلية
17.43	117	2039	5.85	18	الاسبانية
9.63	262	2514	3.44	40	الامريكية
	<b>2374</b>	<b>18045</b>			
	<b>2795</b>				

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر 5
3.41	86	293	5.09	24	الاسترالية
10.42	214	2229	9.26	35	الالمانية
13.7	142	1946	12.33	34	الايطالية
6.75	256	1727	7.37	43	البريطانية
12.33	81	999	7.84	20	الهولندية
8.08	286	2312	7.58	43	الفرنسية
3.27	132	431	9.66	15	الروسية
5.64	827	4661	4.57	30	الاسرائيلية
9.8	227	2225	11.35	27	الاسبانية
4.92	514	2528	3.31	49	الامريكية
	<b>2765</b>	<b>19351</b>			
	<b>4125</b>	<b>31024</b>			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر 6
9.92	48	476	17.64	23	الاسترالية
6.21	104	645	8.47	26	الالمانية
12.71	111	1411	9.97	23	الايطالية
5.31	222	1178	5.24	38	البريطانية
7.36	36	265	7.85	10	الهولندية
8.36	163	1363	6.77	38	الفرنسية
4.93	61	301	10.51	17	الروسية
5.47	813	4444	4.02	34	الاسرائيلية
9.42	229	2158	9.77	33	الاسبانية
5.19	499	2591	3.15	57	الامريكية
	<b>2286</b>	<b>14832</b>			
	<b>3718</b>	<b>25522</b>			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر 7
8.51	61	193	13.17	21	الاسترالية
6.21	82	368	6.3	23	الالمانية
6.15	109	1224	8.44	23	الايطالية
6.03	250	1154	5.25	39	البريطانية
8.3	43	333	6.16	7	الهولندية
5.88	181	959	6.09	35	الفرنسية
5.94	63	220	5.9	15	الروسية
6.32	1398	7717	6.23	33	الاسرائيلية
9.34	369	3570	14.46	21	الاسبانية
5.32	451	1955	5.65	56	الامريكية
	<b>3007</b>	<b>17693</b>			
	4937	28371			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر 8
3.22	45	145	5.62	20	الاسترالية
4.67	84	392	8.52	26	الالمانية
14.48	210	3041	8.89	35	الايطالية
5.01	295	1476	4.9	39	البريطانية
8.84	45	398	7.09	11	الهولندية
4.95	200	989	7.98	33	الفرنسية
4.55	105	478	10.24	15	الروسية
5.06	1966	9811	4.52	29	الاسرائيلية
10.22	584	5967	15.83	33	الاسبانية
3.53	494	1391	3.18	46	الامريكية
	4028	24088			
	5739	35287			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر ٩
5	67	335	6.73	21	الاسترالية
8.37	165	1356	9.04	30	الالمانية
11.8	124	1463	8.7	26	الايطالية
9.11	310	2823	8.8	38	البريطانية
9.81	80	785	7.61	14	الهولندية
9.6	229	2179	7.72	40	الفرنسية
6.24	98	612	10.32	19	الروسية
4.36	1070	4670	4.15	26	الاسرائيلية
12.14	399	4843	17.1	28	الاسبانية
5.34	415	2382	3.09	49	الامريكية
	2957	21448			
	4555	32429			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر 10
3.73	79	295	7.76	21	الاسترالية
12.31	275	3384	9.98	36	الالمانية
14.33	180	2580	10.6	32	الايطالية
6.7	612	4102	6.64	43	البريطانية
10.53	128	1337	7.39	17	الهولندية
10.47	375	3926	7.76	43	الفرنسية
4.32	187	807	9.25	19	الروسية
4.95	443	2195	3.08	32	الاسرائيلية
10.38	401	4152	17.08	31	الاسبانية
6.92	541	3738	3.43	53	الامريكية
	3221	26516			
	4449	39195			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر ١١
6.95	64	445	13.59	22	الاسترالية
10.91	188	2051	7.74	32	الالمانية
9.2	108	994	9.5	26	الايطالية
25.59	591	15121	4.16	39	البريطانية
9	104	936	6.41	18	الهولندية
11.74	235	2759	8.41	43	الفرنسية
5.49	146	8.2	8.11	20	الروسية
4.53	713	3226	3.78	30	الاسرائيلية
12.21	260	3174	10.26	29	الاسبانية
9.66	423	4087	4.36	57	الامريكية
	2832	32801.2			
	4262	47389			

معدل عدد أفراد المجموعة	عدد المجموعات	مجموع السياح	معدل مدة الإقامة	عدد المكاتب	شهر ١٢
2.98	61	182	5.63	21	الاسترالية
4.73	101	478	7.34	21	الالمانية
13.5	105	1417	13.42	30	الايطالية
24.4	488	11859	3.66	44	البريطانية
5.46	65	355	5.67	10	الهولندية
7.54	175	1320	7.33	36	الفرنسية
5.12	116	589	27.14	17	الروسية
5.42	514	2931	3.38	23	الاسرائيلية
11.58	261	3023	12.61	33	الاسبانية
5.07	432	2177	3.81	56	الامريكية
	1886	24331			
	3589	34865			

## ملحق (٧) استبانة المكاتب

بسم الله الرحمن الرحيم

تهدف هذه الاستبانة إلى جمع المعلومات المتعلقة بمهمة وواجبات مكاتب السياحة والسفر في خدمة العملية السياحية، وستكون إجاباتكم سرية ولن تستخدم إلا لأغراض علمية فقط، ونأمل منكم الإجابة بدقة وحرص لتكون النتائج دقيقة ونزودكم بها حال الانتهاء من الدراسة.

الطالب: اكرم الرواشده  
درجة الدكتوراه في الجغرافيا

معلومات خاصة:

اسم المكتب:

تاريخ المقابلة:

عنوان المكتب ورقم تلفونه:

البريد الإلكتروني للمكتب:

أجريت المقابلة مع:

س١: متى بدأ عمل مكتبكم في قطاع السياحة؟

س٢: كيف جاءت فكرة إنشاء المكتب؟

س٣: ما طبيعة عملكم قبل السياحة:

س٤: المستوى العلمي: ١- لصاحب المكتب.....

٢- مدير المكتب.....

لا

نعم

س٥: هل لمكتبكم فروع أخرى؟

( كم عددها على الصعيدين ١- الداخلي )

( ٢- الخارجي )

لا

نعم

س٦: هل يتبع مكتبكم لمكاتب أخرى؟

( كم عددها على الصعيدين ١- الداخلي ) وما أهمية ذلك المكتب.....

( ٢- الخارجي ) وما أهمية ذلك المكتب.....

س٧: ما هو نوع العمل الذي يقوم به مكتبكم في مجال السياحة؟

١. تذاكر

٢. تنظيم رحلات

٣. أخرى حددها.....

.....

.....

وهل هناك نوع معين من السياحة يركز عليه المكتب.....

س٨: الأسواق والمكاتب التي يتعامل معها مكتبكم:

الأسواق	أمريكا	ألمانيا	إيطاليا	فرنسا				
عدد المكاتب في كل سوق								

وهل هناك أسواق أخرى تم إلغاء التعامل معها في الآونة الأخيرة..... ما هي.....

س٩: ما هو الهيكل التنظيمي للمكتب:

الوظيفة	العدد	الواجبات

س ١١: ما هي المراحل والخطوات التي يقوم بها مكتبكم في جذب المجموعات السياحية (chains)

س ١٢: كيف يتم تنظيم عمل مكتب السياحة والسفر مع القطاعات التالية:

القطاع	طريقة تنظيم العمل
الفنادق	
الدليل	
النقل	
المطاعم	

س ١٣: كم عدد المرات التي تزور فيها الفندق سنوياً لمعرفة التغيير والخدمة المقدمة لزيائكم؟

س ١٤: ما هي المعايير التي تؤخذ بالاعتبار عند اختياركم للفندق في المواقع التالية:

المنطقة	الأسس والمعايير
عمان	
البتراء	
العقبة	
البحر الميت	

س ١٥: من الذي يرسم البرنامج السياحي لمكتبكم؟

س ١٦: كيف يتم تنظيم عملكم مع الفنادق؟

٢. شفويًا

١. عقود

٣. أخرى ، حددها.....

س ١٧: كم عدد الفنادق التي يتعامل معها مكتبكم بصورة دائمة موزعة حسب التصنيف والمنطقة؟

المنطقة	*****	****	***	**	*	غير مصنف
عمان						
البتراء						
العقبة						
البحر الميت						

س ١٩: ما هي الطريقة التي يعمل بها الدليل لدى مكتبكم:

٢. حسب الحاجة

١. موظف براتب / عمولة

٣. أخرى حددها.....

س ٢٠: كم عدد الإدلاء التابعين لمكتبكم بصورة مستمرة؟ وما معايير ذلك؟

س ٢١: هل تشارك في الفعاليات التالية على المستوى عالمي ومحلي؟

المعارض عالمية مثل	لماذا هذه بالذات	المعارض محلية مثل	لماذا هذه بالذات

س ٢٢: ما هي أنواع التحديثات التي على مكاتب السياحة والسفر إدخالها بصفة مستمرة إلى عملهم؟ وهل يأخذ بها مكتبكم؟

التحديثات	هل يأخذ بها مكتبكم

س ٢٣: ما هي الإجراءات أو التشريعات التي تنص عليها الاتفاقيات مع المكاتب الخارجية لتحديد عمل مكتبكم؟

التشريعات	هل يأخذ بها المكتب

س ٢٤: ما هي الإجراءات التي تعلمتها من التعامل مع المكاتب الخارجية؟

- ١
- ٢
- ٣

س ٢٥: من وجه نظرك ما هي العوامل الداخلية التي تحد من عمل مكاتب السياحة والسفر وما هي العوامل التي تشجع وتنشط عملهم:

العوامل الحادة من النشاط	العوامل المنشطة

س٢٦: أرجو ذكر أسماء المكاتب التي تتعامل معها في الخارج مع ذكر السوق وصفة التعامل؟

الدولة	اسم المكتب	صفة التعامل (مستمر/مؤقت)	سبب الاستمرارية

س٢٧: كيف يتم تنظيم عملكم مع tour operators؟ وهل تستطيع تغيير شركتك معه؟

س٢٨: ما نوع العقود التي يتعامل بها مكتبكم مع tour operator؟

١. طويلة الأمد
٢. قصيرة الأمد
٣. شفوية
٤. مكتوبة
٥. أخرى هي.....

س٢٩: السوق الرئيسي الذي تتعاملون معه هو ..... وهل مكتبكم وكيل حصري لهذا السوق؟.....

س٣٠: هل يمارس tour operator سلطة في تحديد عمل ومهام travel agent؟ ما هي؟

- ١.
- ٢.
- ٣.

س٣١: عندما يتم تحديد الاتفاقية بين tour operator and travel agent ما هي الأمور التي يتم تبادلها بين الطرفين؟

من T.O إلى T.A	من T.A إلى T.O

س٣٢: ما هي التسهيلات التي تمنحها وزارة السياحة / الداخلية/ الدولة ، لمكاتب السياحة والسفر عند جذب المجموعات السياحية:

تسهيلات السياحة	الداخلية	النقل	أخرى

س٣٣: هل الموسمية من وجهة نظرك تؤثر في قوة التفاوض بين المكاتب والفعاليات السياحية الأخرى (حيث يقال أن الفندق يتحكم في المكتب في وقت الذروة السياحية والعكس)؟ وكيف؟

س٣٤: ما هي طرق اتصال مكتبكم مع العالم الخارجي:

- ١،  
٢،  
٣،  
٤،  
٥،  
٦.

س٣٥: هل يتم إعلامكم مباشرة بالتغيرات التي تحدث بالأسواق التي تتعاملون معها (مثل تغيير وجهة السياح، أهداف السياحة، حاجة المستهلك) حدد بعض من هذه التغيرات؟

- نعم  
لا  
١.  
٢.  
٣.

مدى استجابتكم لهذه التغيرات

س٣٧: كيف يتم متابعة تقييم الخدمة لضيوفكم في الفعاليات التالية؟

الفعالية	طريقة التقييم
مكتبكم نفسه	
الدليل	
الفندق	
المطعم	
الموقع	
النقل	

س٣٨: هل يعمل مكتبكم بنظام الاستمارة؟

س٣٩: معظم الحركة السياحية الأردنية تتم إلى مناطق محدده مثل (البتراء، البحر الميت، العقبة) لماذا لا يكون هناك وجهة إلى مناطق جديدة وأنواع جديدة من السياحة؟

س٤٠: كيف يتم تحديد مدة الإقامة في الأردن ، وكذلك مدة الإقامة في كل موقع سياحي؟

س٤١: في حالة حدوث أي خلل في البرنامج السياحي ما هي الغرامات المترتبة عل مكتبكم؟

س٤٢: ما هو نوع العلاقة بينكم وبين الحكومة وهل هناك تأثير متبادل؟

س٤٣: لماذا لا يكون لمكتبكم فروع في الأسواق الخارجية حتى تكون كامل السلسلة السياحية في يدكم؟

س٤٤: هل هناك تعاون بين المكاتب الأردنية من أجل تكامل الخدمة السياحية؟ وما شكل هذا التعاون؟

س٤٥: هل هناك منافسة بين المكاتب الأردنية على :  
أ- جذب المجموعات السياحية بشكل عام؟ وكيف؟

ب- منافسة على السوق الواحد وما هي نقاط المنافسة؟

س٤٦: ما هي الميزة التنافسية لمكتبكم عن المكاتب الأخرى؟

س٤٧: كيف يحقق مكتبكم الأرباح خاصة وأنه يوزع الأموال التي تأتي من الخارج على الأنشطة السياحية الأخرى؟

س٤٨: ما هو حجم عملكم مع السوق العربية؟ وأسباب ذلك؟

س٤٩: ما أهمية ألمانيا بالنسبة لمكتبكم؟

س٥٠: هل يتم تجديد العروض السياحية الخاصة بكم من سنة لآخرى على صعيد

- السعر:

- البرنامج:

إذا كانت الإجابة بنعم لماذا؟

وإذا كانت الإجابة لا لماذا؟

س٥١: ما هي العلاقة التي تربط مكتبكم مع جمعية مكاتب السياحة الاردنية؟

س٥٢: هل انتم اعضاء في منظمات عالمية اخرى؟ حددها مع ذكر فوائد العضوية؟

# GOVERNANCE FORMS IN VALUE CHAINS OF THE INTERNATIONAL TOURISM IN JORDAN

By:

Akram Atif Abd-Alraheem

Supervisor:

Dr. Nasim Faris Barham

## ABSTRACT

This study investigates the governance forms in the value chains of the international tourism in Jordan. First of all, it studies the value chains through which the tourists pass starting from the origin country till the destination represented by: tour operators in the origin country, Incoming Agents, guides, hotels, and tourism transport companies in the destination, hence their characteristics, roles, and power.

Also it highlights the activists concerning Tourism Network in public and private sectors, as well as the relations between them, hence clearing the one who has the power of monitoring the Jordanian Tourism.

The value chains theory is considered as one of the recent theories that explain the development differentiation operation, and the issue of advancement and development between nations. This theory was applied in many economic sectors as (Garment industry, horticulture trading), but this study attempted to apply it in the tourism sector where it required a study of all effective items in the tourism movement from the origin country till the destination. And because of the difficulties in studying effective items of the Tourism Network in the origin country, this study was focused on the local level.

A sample from the active local institutes in both public and private sectors were met to know the nature of the relation between them in the tourism network, and between the effective sides in the tourism activity abroad like travel agents or tour operators.

Due to that the travel agents are the effective item in the Tourism Network which links the local tourism activities with tour operators abroad, a sample from these offices specialized in the incoming tourism field were met and asked about their work, and relations with the tourism activists on both international and local levels through a special questionnaire (appendix 7) where 70 travel agents from 130 offices were involved.

As well as meeting the effective items in the local tourism field represented by many associations as: Jordanian travel agents, Jordanian incoming tour operators, Jordanian hotels, Jordanian guide tourism, the Jordanian union of tourism associations, and the tourism unit of the royal association for nature reserve. In addition to 50 guides work in the tourism guiding services and the marketing unit of the royal Jordanian.

After all the researcher found that the tourism value chain theory is suffering from a weakness in the mechanism of measurement, where most of studies focused on the criteria of each type without determine a clear way of measurement, hence the researcher aimed to collect all criteria and develop a measurement that could be a guide for researchers in the future studies.

Inconclusions: there was a weakness of organizing between the institutes work in the Jordanian tourism field, which reflexed on the tourism movement. And the attention about the Jordanian tourism sector increased with the beginning of the third millennium when the government realized its role in serving the Jordanian economy and in employing the workers. The signs of this attention appeared through adding the institution

approach on the associations work in this field, as well as seeking for polices and strategies with effective effects in releasing the tourism movement especially in the Jordanian strategy for the years 2004-20010.

The researcher found also that some of the Jordanian tourism activities are distinguished by power especially in travel agents field, and hotels, others by monopoly especially the tourism transport (Tourism Coalition Company). For guides and restaurants they are distinguished by competition. It was observed that Jordanian government seeks to activate and double the role of the private sector in tourism after the second half of the twentieth century nineties. And the powerful chain in the tourism sector on the local level divided by the travel agent and the hotel depending on the season, where in the high season the hotel governs the sector, but in the low season the travel agent is the governor.

We can say that the travel agents had its power on the local level because of its ability of coordination between different tourism activities, and holding the responsibility if any disturbance occurred in the tourism program in front off the tour operators. For the government legislations they had the biggest role in giving these agents their power which represented by giving their groups the discharge from the leaving visa and entrance fees.

The researcher found a weakness in the nature of the relations between the owners of tourism activities that lead some of them to achieve the vertical or horizontal integration. where some of incoming agents seek to own the different activities like: transport and accommodations to impose it's dominance on the tourism network, as well as some hotels especially three stars ones which seek for own travel agents.

The type of governance forms which controls the relation between the local incoming agents and the tour operators is balanced networks in the first degree.

But for the economic benefits of the travel agents they are achieved through following steps according to the time direction as follow:

- Determining a margin profit reaches in mediate to 25%.
- The ability of negotiation with the different tourism activities depending on the size of work that agents give for these activities.
- Owning the different tourism activities in fields of transports and accommodations (forward integration).
- Achieving backward integration of tourism fields through opening offices in the countries which send tourists to be as a tour operator.

## ملحق ٢ دور الجمعيات في العمل السياحي

تشرّف هذه على جميع مكاتب السياحة والسفر العاملة في المملكة باستثناء مكاتب الحج والعمرة التي تحولت تبعيتها منذ مطلع عام ٢٠٠٥ إلى وزارة الأوقاف، وتعد عضوية المكاتب في الجمعية إجبارية،		جمعية وكلاء السياحة والسفر
<p>من الواجبات الموكلة إلى الجمعية: ١. رعاية مصالح الجمعية وأعضائها والمحافظة على حقوقهم. ٢. التعاون والتنسيق مع الوزارة والدوائر والمؤسسات والجمعيات السياحية الأخرى المختصة في جميع المجالات المتعلقة في العمل السياحي. ٣. جمع المعلومات والإحصاءات السياحية وتصنيفها وتزويد الجهات المختصة بها. ٤. إعداد الدراسات والمقترحات المتعلقة بمشاريع القوانين والأنظمة ذات الصلة السياحية. ٥. عقد المؤتمرات والاجتماعات والندوات والمعارض السياحية داخل المملكة وخارجها والمشاركة بها. ٦. إنشاء مركز تدريب مهني والإشراف عليه وتطوير عمله وإصدار الشهادات للخريجين وتصديقها من قبل الوزارة. ٧. المشاركة في تحديد مفهوم الاعتراف والمصطلحات السياحية. ٨. التعاون مع الجهات والهيئات المهنية السياحية العربية منها والدولية والانضمام إليها. ٩. العمل على حل الخلافات التي تقع بين الأعضاء من جهة أو بين الأعضاء والغير من جهة أخرى. ١٠. تصديق شهادات الخبرة للعاملين في مجال السياحة والسفر وإصدار المجلات والنشرات الدورية المهنية</p>		
الجمعية هي الممثل الرسمي للمكاتب امام الوزارة وجمعيات وكلاء السياحة العالمية	أما عن مصادر تمويل الجمعية فقد كانت عند بداية التأسيس تتلقى الدعم من وزارة السياحة وتوقف هذا الأمر في الوقت الحالي، فأصبحت الجمعية تعتمد على المصادر التالية: اشتركاات الأعضاء: والتي تصل إلى ١٥٠ دينار سنويا عن كل عضو. يتبع إلى الجمعية مركز تدريب للموظفين العاملين في المكاتب والتي تتقاضا الجمعية مقابلها ٤٠ دينار من كل متدرب.	
تقدم الجمعية ١٥ ألف دينار إلى هيئة تنشيط السياحة للمساعدة في طباعة المنشورات السياحية	هي الممثل الشرعي للمكاتب الأردنية امام الجمعيات الشياحية الأردنية منها: جمعية الفنادق الأردنية، وجمعية الادلاء الأردنية، وجمعية المطاعم السياحية، وهيئة تنشيط السياحة.	
فيما يتعلّق في بالخدمات التطويرية التي تقدمها الجمعية للأعضاء يمكن حصرها فيما يلي: إنشأ مركز تدريب لموظفي المكاتب السياحية. تقديم أجهزة حاسب إلى وزارة الداخلية لتقوم بدورها بإبلاغ المكاتب باي تطور يحدث في قوانين وزارة الداخلية على الجنسيات القادمة للاردن	للجمعية شبكة من الاتصالات مع بعض الوزارات والمؤسسات الحكومية منها: شركة الطيران المدني، والملكية الأردنية، ووزارة السياحة، ووزارة الأوقاف خاصة بعد تبعية مكاتب الحج والعمرة إليها، ووزارة النقل: لتسهيل عمل المكاتب مع النقل السياحي، ووزارة الخارجية: من أجل تسهيل السياحة القادمة، ووزارة الداخلية:	
تفتقد الجمعية إلى القوة في ممارسة عملها بسبب عدم تعاون الأعضاء معها لذلك سعى الأعضاء إلى إنشاء جمعية وكلاء السياحة القادمة، حيث يشير هؤلاء كيف لنا ان نتساوى في التعامل مع المكاتب الصغيرة او تلك العاملة في مجال التذاكر	رئيس الجمعية عضو دائم في هيئة تنشيط السياحة	
<p>من الواجبات الموكلة إلى الجمعية: ١. رعاية مصالح الجمعية وأعضائها والمحافظة على حقوقهم. ٢. التعاون والتنسيق مع الوزارة والدوائر والمؤسسات والجمعيات السياحية الأخرى المختصة في جميع المجالات المتعلقة في العمل السياحي. ٣. جمع المعلومات والإحصاءات السياحية وتصنيفها وتزويد الجهات المختصة بها. ٤. إعداد الدراسات والمقترحات المتعلقة بمشاريع القوانين والأنظمة ذات الصلة السياحية. ٥. عقد المؤتمرات والاجتماعات والندوات والمعارض السياحية داخل المملكة وخارجها والمشاركة بها. ٦. التنسيق مع الجهات الرسمية والأهلية المعنية بحماية البيئة. ٨. التعاون مع الجهات والهيئات المهنية السياحية العربية منها والدولية والانضمام إليها. ٩. العمل على حل الخلافات التي تقع بين الأعضاء من جهة أو بين الأعضاء والغير من جهة أخرى. ١٠. تصديق شهادات الخبرة للعاملين في مجال السياحة والسفر وإصدار المجلات والنشرات الدورية المهنية</p>		
رئيسها عضو دائم في هيئة تنشيط السياحة	تقوم باستيفاء ما نسبته (٠,٠٥%) من فنادق الثلاثة والأربعة والخمسة نجوم ومن ثم توريدها إلى هيئة تنشيط السياحة	هي عضو في مجلس ادارة هيئة تنشيط السياحة
<p>للجمعية مجلس إدارة يتألف من: الرئيس وخمسة أعضاء من فنادق الثلاث والأربعة والخمسة نجوم، وكذلك عضو واحد عن كل من فنادق النجمة والنجمتين، وعضو واحد يمثل المنشآت السياحية الأخرى، وكذلك عضو واحد يمثل الفنادق غير السياحية. ومن أهم الواجبات الموكلة إلى المجلس النظر في الخلافات المهنية الناشئة بين الأعضاء من جهة وبينهم وبين الغير من جهة أخرى واتخاذ الإجراءات المناسبة بشأنها، وكذلك النظر في الانتساب إلى أي اتحاد أو جمعية سياحية أخرى.</p>		
هي المسؤولة عن رعاية مصالح الادلاء	تلجأ إليها مكاتب السياحة والسفر لطلب الادلاء خاصة في الموسم المرتفع نتيجة لانشغال غالبية الادلاء في هذه الفترة	سعت مؤخرا إلى تصميم مواقع الكترونية لكل دليل بشكل مستقل حتى تتمكن المكاتب الخارجية للتعامل معهم
بعد ان يقدم الدليل اوراقه إلى وزارة السياحة للحصول على ترخيص ترسله الوزارة إلى الجمعية وتم له مقابلة شخصية ويتم الحكم على مدى ملاءمته للعمل حسب الشخصية، والنطق، اللباس... الخ. وإذا تمت موافقة الجمعية يرسل الدليل إلى احد مراكز اللغات المعتمدة من الجمعية مثل المعهد الفرنسي، غوته، البريطاني، او إلى السفارات صاحبة اللغة التي يرغب الدليل التحدث بها، وذلك من اجل فحص الدليل لغويا بالمهارات الأربعة المتعارف عليها في كل لغة، ويشترط في علامة النجاح ان تكون ٨٠ فما فوق. ثم يرسل الدليل إلى كلية عمون لاجتياز الدورة المقررة هناك ثم يعود مرة أخرى إلى الجمعية لعمل امتحان آخر يركز على المعلومات الأثرية والدرابية بالمهنة، حيث تشارك الجمعية بحوالي ٢٥% من مجموع العلامات الخاصة باجتياز الدليل للدورة	تسعى الجمعية إلى المطالبة بحقوق الادلاء في حالة تخلف المكاتب عن دفع حقوقهم حيث تلجأ في البداية إلى الحل الودي، وإذا لم يتم التوصل إلى حل فأتها تسعى إلى الوزارة.	هي عضو مؤازر في هيئة تنشيط السياحة
هي الجهة المخولة بعملية التسويق والترويج السياحي في الاردن وخارجه من خلال المنشورات والافلام السياحية عن الاردن	هي الجهة التي تدعو الفعاليات السياحية المختلفة إلى حضور المعارض العالمية	لها مكاتب تمثيلية في ثمان دول في العالم للترويج للسياحة الاردني
<p>أما عن ميزانية الهيئة فيتم تحصيلها كالاتي: ١. مكاتب السياحة والسفر التي تحقق أكثر من (٥٠٠٠) ليلة فأكثر تدفع إلى الهيئة سنويا (١٠٠٠) دينار. وهذه إجبارية حيث لا يستطيع المكتب الترخيص في وزارة السياحة إلا عند دفع المبلغ إلى الهيئة. ٢. مكاتب السياحة التي لم تحقق (٥٠٠٠) ليلة سياحية تدفع للهيئة سنويا (٥٠٠) دينار، وهذه اختيارية لمن يرغب في أن يكون عضو مؤازر. ٣. مساهمة الحكومة الأردنية والتي بلغت عام ٢٠٠٥ (١٠) مليون دينار أردني. ٤. ٥% من ١٠% من ضريبة الخدمة للفنادق. ٥. رسوم الاشتراكات والانتساب من الأعضاء. ٦. مساهمة الملكية الأردنية بحوالي (٥٠٠٠٠) دينار. ٧. مساهمة شركات النقل السياحي المتخصص بمبلغ (٢٥٠٠٠) دينار سنويا لكل منها. ٨. مساهمة شركات الطيران الوطنية الأخرى بمبلغ (٢٥٠٠٠) دينار سنوي لكل منها.</p>		
تنص المادة(٢٦) من نظام هيئة تنشيط السياحة انه وفي حالة تخلف أي عضو عن دفع الرسوم والمساهمات والالتزامات المترتبة عليه للهيئة فانه يلغى العمل في رخصة ممارسته في القطاع الذي يعمل به لحين تسديد ذلك		
جمعية المطاعم السياحية	هي عضو مؤازر في هيئة تنشيط السياحة	
جمعية متاجر التحف الشرقية	هي عضو مؤازر في هيئة تنشيط السياحة	