

جامعة اليرموك  
كلية الاقتصاد والعلوم الادارية  
قسم الاقتصاد

القيمة المضافة والمضاعف  
لقطاع السياحة في الاردن

الطالب

خالد ممدوح طادق سوسان

إشراف

الإستاذ الدكتور حسين علي طلافحة

كانون الأول ١٩٩٦

القيمة المضافة والمضاعف  
لقطاع السياحة في الاردن

اعداد

خالد ممدوح طادق سوسان

بكالوريوس اقتصاد - جامعة اليرموك (١٩٨٧)

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة  
الماجستير في جامعة اليرموك - قسم الاقتصاد

لجنة المناقشة

١. الاستاذ الدكتور حسين علي الطلافة .....  
١٩٩٧/٢/٢٥ (مشرفاً)
٢. الدكتور رياض عبد الله المومني .....  
١٩٩٧/٤/٢٥ (عضواً)
٣. الدكتور قاسم الحموري .....  
١٩٩٧/٢/٢٥ (عضواً)

كانون الاول ١٩٩٦

## الإهداء

إلى رمز وجودي

إلى والديّ الحبيبين

رمز الحنان ♥♥♥

والعطاء والإمان

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## شكر وتقدير

الحمد والشكر لله رب العالمين الذي يسر لي امري وأعانني على اتمام هذا البحث .

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لكل من ساعد في إتمام هذا البحث لاسيما أساتذتي الأفاضل في قسم الاقتصاد وأخص بالذكر أستاذي الفاضل الاستاذ الدكتور حسين علي طلافحة الذي لم يدخر جهداً إلا وأسعفني به وكان مثلاً للأستاذ المربي والاخ الكبير فأشكره من قلبي على ما بذل من إهداء نصيحة وتوجيه.

وكذلك أتوجه بالشكر والعرفان لاستاذي الفاضلين الدكتور رياض المومني والدكتور قاسم الحموري على ما قدماه من نصائح وتوجيهات وملاحظات أثرت هذه الرسالة.

كما وأتقدم بالشكر للأخوة في وزارتي السياحة والتخطيط لما بذلوه من جهد في تسهيل جمع معلومات البحث.

كما اشكر ابنتي عمتي رباح و منى الشيخ سالم لما بذلوه في طباعة هذه الرسالة.

قائمة المحتويات	
الصفحة	الموضوع
٥	- قائمة المحتويات
٩	- قائمة الجداول
ز	- الملخص باللغة العربية
٢	الفصل الاول : المقدمة
٤	• أهمية الدراسة
٥	• هدف الدراسة
١١	• تسلسل الدراسة
١٢	• النموذج
١٥	• الهوامش
١٨	الفصل الثاني : وصف عام لقطاع السياحة الاردني
١٩	تمهيد
٢٠	١- مميزات الاردن السياحية.
٢٠	١-١ الموقع.
٢٠	٢-١ المناخ.
٢٣	٣-١ السمات الطبيعية.
٢٣	٤-١ السمات الدينية.
٢٣	٥-١ السمات الثقافية.
٢٤	٢- مؤشرات سياحية
٢٤	١-٢ المواصلات.
٢٤	١-١-٢ شبكة الطرق.
٢٦	٢-١-٢ النقل الجوي.
٢٦	٢-٢ اعداد القادمون.
٣١	٢-٢ الفنادق.
٣١	٢-٣-١ السعة الفندقية .

الصفحة	الموضوع
٣٣	٢-٣-٢ العاملون في الفنادق.
٣٣	٢-٣-٣ توزيع الفنادق وتصنيفها بعدد النجوم.
٣٦	٢-٤ النفقات السياحية.
٣٩	٢-٥ القروض والتسهيلات الائتمانية.
٤٠	٢-٦ الدخل السياحي وميزان السياحة.
٤٢	٢-٧ الخطط التنموية في الاردن وقطاع السياحة.
٤٣	٢-٧-١ الاهداف.
٤٣	٢-٧-٢ الاجراءات التنظيمية.
٤٤	٢-٧-٣ الاستثمار في الخطط التنموية في مجال السياحة.
٤٦	• الهوامش.
٤٧	<b>الفصل الثالث: النماذج والنتائج التطبيقية</b>
٤٨	١- نموذج مضاعف الانتاج والقيمة المضافة
٤٨	١-١ طريقة جدول المدخلات - المخرجات
٥١	١-٢ المضاعف
٥٥	١-٣ القيمة المضافة
٦٠	٢- نموذج الطلب على السياحة
٦٥	• الهوامش
٦٦	<b>الفصل الرابع: الخلاصة والتوصيات</b>
٧٠	• المراجع
٧٢	• الملاحق
٩١	• الملخص باللغة الانجليزية

قائمة الجداول		
رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
١-٢	عدد الزوار الى المواقع الاثرية في الاردن عام ١٩٩٥ حسب الشهر.	٢١
٢-٢	معدل درجة الحرارة الشهري والسنوي في بعض محطات المملكة لعام ١٩٩٣.	٢٢
٣-٢	اطوال شبكة الطرق في المملكة خلال ١٩٨٥-١٩٩١.	٢٥
٤-٢	النقل الجوي للركاب على متن طائرات الملكية الاردنية خلال ١٩٧٩-١٩٩٣.	٢٧
٥-٢	اعداد القادمين الى الأردن خلال ١٩٦٥-١٩٩٥.	٢٨
٦-٢	عدد الزوار للمواقع الاثرية في الاردن حسب الجنسية خلال عام ١٩٩٥.	٣٠
٧-٢	اعداد السياح القادمين حسب الجنسية للأعوام ١٩٨٩-١٩٩٥.	٣٢
٨-٢	اعداد الفنادق والغرف والاسرة والعاملون خلال الفترة ١٩٦٠-١٩٩٣.	٣٤
٩-٢	الفنادق والغرف والاسرة والعاملون وتصنيف الفنادق في الأردن عام ١٩٩٥.	٣٥
١٠-٢	الدخل والنققات السياحية في الأردن خلال ١٩٥٤-١٩٩٥.	٣٧
١١-٢	توزيع التسهيلات الائتمانية للبنوك المرخصة حسب القطاعات خلال ١٩٧٨-١٩٩٣.	٣٨
١٢-٢	حجم الاستثمار المستهدف في خطط التنمية المتعاقبة في قطاع السياحة الاردني.	٤٥
٣-٣	عناصر القيمة المضافة والمضاعف لقطاع السياحة الاردني	٥٢
٤-٣	تسلسل القطاعات حسب قيمة المضاعف	٥٣
٥-٣	استخدام عنصر العمل حسب القطاع	٥٧
٦-٣	عدد الوظائف لحملة شهادة الدبلوم لكليات المجتمع حسب القطاع	٥٩
٧-٣	دوال الطلب حسب الدولة	٦٣

## الملاحق

٧٣	جدول المدخلات - المخرجات لاردن عام ١٩٨٧	ملحق رقم (١)
٨٣	معكوس المصنوفة التكنولوجية	ملحق رقم (٢)

## المُلخَص

### القيمة المضافة والمضاعف لقطاع السياحة

#### في الأردن

تهدف هذه الدراسة الى بيان اثر الاستثمار في القطاع السياحي على الاقتصاد الأردني. وذلك من خلال ايجاد قيمة مضاعف الإنتاج الكلي، والقيمة المضافة المحلية الكلية، باستخدام جدول المدخلات- المخرجات للأردن عام ١٩٨٢. كذلك تهدف الى دراسة أهم المتغيرات التي تؤثر على كمية السياحة. وذلك من خلال تقدير دالة الطلب للسياحة في الأردن من قبل ستة دول هي، السعودية، الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، ألمانيا، فرنسا، وإيطاليا.

وقد وجدت الدراسة ان كل دينار من الاستثمار في قطاع السياحة في الأردن يُؤد ما قيمته (٢,١٢) دينار من الإنتاج الكلي بشكل مباشر وغير مباشر. وهي قيمة مضاعف الإنتاج للقطاع. ويُؤد ما قيمته (٠,٤٥٣) دينار كدخل لعناصر الإنتاج المحلية. وهي القيمة المضافة المحلية للقطاع. وعند إضافة اثر المستلزمات المستوردة تصبح قيمة المضاعف حوالي (٢,٢) دينار. بينما تصبح مقدار القيمة المضافة حوالي (٠,٥٢٦) دينار.

ووجدت الدراسة أيضاً أن دخل السائح الفردي يؤثر ايجابيا على كمية السياحة المعبر عنها بأعداد السياح. بينما كانت علاقة كلفة السياحة بأعداد القادمين سلبية لبعض الدول، في حين كانت علاقة سعر صرف الدينار الاردني مقابل العملات الاخرى والاستثمارات السياحية والسعة الفندقية بأعداد السياح غير واضحة لعدم معنوية العلاقة لاغلب الدول. وكان للعملية السلمية وما رافقها من أمن واستقرار، الأثر الواضح على زيادة كمية السياحة في الأردن. ووجدت أيضاً أن سمعة الأردن وشهرته في الخارج سياحياً في تناقص عبر الزمن.

وقد أوصت الدراسة بزيادة الاستثمار في قطاع السياحة، لأثره الواضح على الإنتاج والعمالة، وللارتفاع بمستوى الخدمات لتواكب التطورات العالمية.



**الفصل الأول**

**المقدمة**

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## الفصل الاول

### المقدمة

يمتاز الاردن من الناحية السياحية بميزات تجعل منه بلداً سياحياً من الدرجة الاولى. فقد حباه الله بمواقع اثريه وأماكن تاريخية ذات أهمية كبيرة، تدل على ان الأردن قد مرّ بفترات ازدهار حضاري على مر العصور. مثل، مدن جرش، والبتراء، والقصور الاموية، وقبور الصحابة رضوان الله عليهم. ومناخ الأردن مثالي، فهو مشمس دافئ في معظم فترات السنة. كما توجد في الاردن أماكن طبيعية ذات صفات نادرة مثل، البحر الميت، ووادي الاردن الذي يعد اخفض منطقه في العالم. وبالتالي فإن هذه الميزات إذا ما تم استغلالها بالشكل الصحيح، والعمل على تطويرها باستمرار، فمن الممكن الحصول على عوائد مهمة جداً تدفع عجلة الاقتصاد الاردني الى الامام.

وقبل الحديث عن قطاع السياحة الاردني تجدر الاشارة الى ان القطاع يضم الفنادق والمطاعم، مكاتب السياحة والسفر، مكاتب تأجير السيارات السياحية، الادلاء السياحيين، ومتاجر التحف الشرقية<sup>(1)</sup>.

وشهد الاردن وبلدان منطقة الشرق الاوسط العديد من الاحداث السياسية والاقتصادية خلال الاعوام ١٩٨١ - ١٩٩٥ والتي من ابرزها الحرب العراقية الايرانية، وتخفيض الدينار الاردني، وحرب الخليج، وقد ادت هذه الاحداث الى تراجع العديد من القطاعات الاقتصادية ومن ضمنها قطاع السياحة الاردني، فبعدما ازداد العائد من (٥٩٦,٦٤) مليون دولار عام ١٩٨١، الى (٦١٦,٩٤) مليون دولار عام ١٩٨٨. تراجع في السنوات اللاحقة فوصل عام ١٩٩٤ الى (٥٨٢,٤٠) مليون دولار، وبلغ (٣٢٢,٨٧) مليون دولار خلال الستة اشهر الاولى من عام ١٩٩٥<sup>(1)</sup>. كما بلغت النفقات السياحية (٤٠١,٤٥) مليون دولار عام ١٩٨١. وارتفعت الى (٤٧٦,٦١) مليون دولار عام ١٩٨٨، ثم عادت وانخفضت الى (٣٩٤,٥٢) مليون دولار عام ١٩٩٤. و(١٨١,٥٧) مليون دولار خلال الستة اشهر الاولى من عام ١٩٩٥. وقد حقق ميزان السياحة تراجعا

في مقدار الفائض حيث بلغ عام ١٩٨١ حوالي (١٩٥,٤٤) مليون دولار. انخفض عام ١٩٩٤ الى (١٨٧,٨٧) مليون دولار و (١٤١,٣) مليون دولار خلال اول ستة اشهر من عام ١٩٩٥.

وبلغت نسبة التغير في العوائد عام ١٩٨١ (١٦,٧٠٪). انخفضت هذه النسبة الى (٨,٨٠٪-) عام ١٩٨٦. وعلى اثر انتهاء الحرب العراقية الإيرانية ارتفعت الى (٣٦,٣٠٪) عام ١٩٨٩. وفي العام ١٩٩١، انخفضت النسبة الى (٣٦,٤٠٪-) وذلك بعد تأثر المنطقة بحرب الخليج. وبعد انتهاء الحرب عام ١٩٩٢ ارتفعت الى (٤٥,٥٠٪) وبلغت (٢٧,٥٨٪) في النصف الاول من عام ١٩٩٥. نلاحظ من هنا ان القطاع السياحي يتأثر تأثراً واضحاً بما يجري على ساحة الشرق الاوسط من أحداث. وأن الاستقرار في المنطقة يُعدّ من اهم العوامل التي تساعد على تطور قطاع السياحة في الاردن.

أما نسبة العوائد من القطاع السياحي الى الناتج القومي الاجمالي فقد بلغت عام ١٩٨١ (١١,٨٤٪). ثم انخفضت بعد ذلك في السنوات اللاحقة الى ان وصلت الى (٨,٦٨٪) عام ١٩٨٦. ومن ثم ارتفعت الى (١٤,٤٣٪) عام ١٩٨٩. وعلى اثر ازمة الخليج انخفضت فبلغت عام ١٩٩٤ حوالي (٩,٨٣٪)<sup>(٣)</sup>.

ومن المؤشرات الاخرى الدالة على تطور القطاع السياحي في الاردن تزايد اعداد السياح القادمين. فبينما كان عددهم في العام ١٩٨٩ (٦٤١١٤٧) سائح، انخفض هذا الرقم في العام ١٩٩١ خلال ازمة الخليج الى (٤٣٦٥٦٣) سائح. ثم عاد وارتفع الى (٨٤٤٢٦٣) سائح عام ١٩٩٤. الذي شهد مولد اتفاقية السلام بين الاردن واسرائيل. وتشكل نسبة السياح القادمين من دول الخليج العربي حوالي (٦٥,٥١٪) عام ١٩٩٤. بينما بلغت هذه النسبة للسياح الاوروبيين (٢٢,٦٦٪). أما بالنسبة للبلدان الامريكية فبلغت (٨,٢٨٪) و (٣,٥٦٪) للبلدان الاخرى. يلاحظ ايضاً ان نسبة التغير ما بين عامي ١٩٨٩-١٩٩٤ في اعداد السياح القادمين من الدول الاخرى والتي تتضمن اسرائيل بلغت (٩٢,٥٦٪)<sup>(٤)</sup>. ويعزى الازدياد الواضح والذي يقترب من الضعف الى استقبال الاردن في عام ١٩٩٤ للسياح الاسرائيليين، والمنتمين للمجتمعات اليهودية في العالم، بعد توقيع معاهدة السلام الاردنية الاسرائيلية.

ويلاحظ ان اعداد الزوار الى الاماكن التاريخية في الاردن قد ازدادت. وان نسب التغير ما بين عامي ١٩٩٤ و ١٩٩٥ بلغت حوالي (٦٨,١٩%) لمدينة البتراء و (٥٥,٩٨%) لمدينة جرش<sup>(٥)</sup>.

وان هذا الاقبال على الاردن كبلد سياحي يستلزم وجود مرافق وخدمات سياحية متميزة تعمل على توفير الراحة والامن للسائح. ومن هنا نلاحظ أن عدد الغرف للفنادق السياحية قد تطور وازداد من (٥٧٩٣) غرفه عام ١٩٨٤، بطاقة استيعابه مقدارها (١٠٨٣٩) سرير. ووصل الى (٨٤٣٦) غرفة عام ١٩٩٥. بطاقة استيعابه (١٥٨٦٦) سرير<sup>(١)</sup>.

وتلعب مكاتب السياحة والسفر دوراً هاماً في تسويق الاردن سياحياً في الخارج. وبلغت اعدادها عام ١٩٨٤ (٢١١) مكتباً، وارتفعت الى (٣٢٦) مكتباً عام ١٩٩٥. وقد شهد الاردن - في الآونة الاخيرة - توسعاً في عدد مكاتب تأجير السيارات السياحية حتى شمل هذا التوسع العديد من المدن الاردنية غير العاصمة عمان. فبينما كان عدد هذه المكاتب (٤٥) مكتباً، وعدد السيارات السياحية (٦٢٠) سيارة عام ١٩٨٤. ارتفع هذا العدد الى (١٣٤) مكتباً و (٢١٠٥) سيارات عام ١٩٩٥. أما متاجر التحف الشرقية التي تسهم في تعريف السائح على الحضارة العربية والاسلامية فقد ازدادت من (٧٨) متجراً عام ١٩٨٤ الى (١٥٣) متجراً عام ١٩٩٥. ويوفر القطاع السياحي العديد من فرص العمل للأردنيين حيث بلغ عدد العمال في هذا القطاع عام ١٩٨٤ حوالي (٦٣٦٨) عامل. ارتفع في عام ١٩٩٤ الى (٨١٧٢) عامل<sup>(٢)</sup>.

### أهمية الدراسة:

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المهمة التي تدر دخلاً مستمراً من العملات الصعبة. مما يسهم في توفير رؤوس الاموال اللازمة لتنفيذ مشاريع الخطط التنموية. تشهد منطقة الشرق الاوسط في هذه الآونة تغييرات جوهرية وخصوصاً على الصعيد السلمي. وقد لاحظنا مما سبق كيف ان قطاع السياحة الاردني يتأثر بما يجري على ساحة الشرق الاوسط من احداث. وبالتالي فإن السلام يُؤمّن الاستقرار الامني المطلوب لجلب السياح الى هذه المنطقة.

وقد انبثقت عن مؤتمر عمان الاقتصادي، الذي عقِدَ في عام ١٩٩٥، عدة لجان اقتصادية. ومن هذه اللجان، لجنة السياحة. والتي تعمل على الاهتمام بتطوير قطاع السياحة والنهوض به في منطقة الشرق الاوسط. وترأس هذه اللجنة اليابان التي باشرت عملها. حيث قدمت عدة مشاريع تُقدَّر بملايين الدولارات لاستغلال الإمكانيات السياحية التي يتمتع بها الاردن وخصوصاً في العقبة والبحر الميت. ويفتقر قطاع السياحة الأردني الى الدراسات الاقتصادية العلمية المتعلقة به، مما يستدعي وضع دراسة او دراسات تعمل على الاضافة الى ادبيات الاقتصاد السياحي.

### هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى قياس قيمة مضاعف الانتاج والقيمة المضافة لقطاع السياحة الاردني . كما تهدف الى تقدير دوال الطلب على السياحة في الاردن من قبل ستة دول هي السعودية، الولايات المتحدة الامريكية، بريطانيا، المانيا، فرنسا، ايطاليا. وتستخدم في سبيل ذلك طريقة تحليل جدول المدخلات - المخرجات للاردن لقياس قيمة المضاعف والقيمة المضافة. وكذلك تستخدم طريقة الانحدار الخطي المتعدد لتقدير دوال الطلب على السياحة لكل دولة من الدول المشار اليها اعلاه.

### أولاً: الطلب على السياحة :

إن اشتقاق معادلة الطلب للمجتمع على سلعة من السلع، يأتي من خلال اشتقاق معادلة الطلب لكل فرد من افراد هذا المجتمع. وذلك عن طريق تحليل تعظيم المنفعة للمستهلك (الفرد). وتأخذ دالة المنفعة الشكل التالي:<sup>(٨)</sup>

$$u = u (q_1, q_2, \dots, q_n) \dots \dots (١-٣)$$

حيث  $u$  = مستوى المنفعة.

$q_1, q_2, \dots, q_n$  = الكميات المستهلكة من السلع 1 الى  $n$ .

ويحدد الكميات المستهلكة، دخل الفرد، واسعار السلع، كما يلي:<sup>(٩)</sup>

$$y = p_1 q_1 + p_2 q_2 + \dots + p_n q_n \dots \dots (٢-٣)$$

حيث  $y$  = دخل الفرد.

$$= p_1, \dots, p_n \text{ اسعار السلع من 1 الى } n.$$

أي ان دخل الفرد يتوزع على السلع بما يتناسب مع اسعارها، بحيث يحصل على أقصى اشباع. وبمعنى آخر يُعظّم المنفعة من هذه السلع بشكل مشروط مع اسعار السلع ومستوى الدخل والشروط الاولي للتعظيم المشروط تعطي (n+1) معادلات في (n+1) مجاهيل وهي  $(\lambda, q_1, \dots, q_n)$ . والحصول على دوال الطلب لكل سلعة لا يتطلب اكثر من حل هذه المعادلات آنياً في هذه المجاهيل. فهذا يعطينا  $(q_1, \dots, q_n)$  كدوال في  $(y, p_1, \dots, p_n)$ . كما يلي: <sup>(10)</sup>

$$(q_1, \dots, q_n) = g(y, p_1, \dots, p_n) \dots \dots (3-3)$$

المعادلة (3-3) عبارة عن دالة الطلب المشروط لأي سلعة من السلع من  $(1, \dots, n)$ . ومن الممكن ان تكون دالة الطلب على أي سلعة مرتبطة ليس فقط بالدخل وبسعرها، وانما أيضاً بأسعار السلع الاخرى. ومن أهم خواص دوال الطلب، أن الطلب على سلعة ما هو دالة وحيدة القيمة في الاسعار والدخل (A Single Valued Function). أي هناك قيمة واحدة تُعظّم عندها المنفعة لذلك المستهلك والتي تناظر مستوى معين من الدخل والاسعار. والخاصية الثانية لدوال الطلب على سلعة ما، انها متجانسة من الدرجة الصفرية في الاسعار والدخل <sup>(11)</sup> (Homogeneous of degree Zero in Prices and Income) ومعنى هذه الخاصية هو، اذا تغير الدخل بنسبة معينة، وتغيرت الاسعار لجميع السلع بنفس النسبة، فإن الكمية المطلوبة من السلعة تظل كما هي بلا تغير. وتوصل المستهلك الى تعظيم المنفعة الكلية. ومعنى هذه النتيجة من الناحية الاقتصادية هو عدم خضوع المستهلك لظاهرة الخداع النقدي (Money illusion)، حيث ان المستهلك قد يندفع بالزيادة في دخله الامر الذي يؤدي الى استهلاكه لتوليفة اخرى من السلع تؤدي به الى مستوى اقل من المنفعة نظراً لتغير اسعار جميع السلع بنفس النسبة.

ولكي نتمكن من الوصول الى دالة الطلب (للمجتمع) ما علينا سوى جمع دوال الطلب للأفراد. وتنطبق الخواص الرئيسية لدالة الطلب للفرد على دالة الطلب للمجتمع.

يعتمد الطلب على أي سلعة على مجموعة من العوامل ذكرنا منها، سعر السلعة، مستوى الدخل، اذواق المستهلكين، اسعار السلع الاخرى. وهناك أيضاً الفترة الزمنية والتوقعات <sup>(12)</sup>. وتهدف تقديرات الطلب في العادة الى قياس التغيرات التي تطرأ على

الكمية المطلوبة من السلعة نتيجة للتغير في العوامل اعلاه منفردة او مجتمعة. وبالتالي اتخاذ السياسات المناسبة للوصول الى الاستخدام الامثل للموارد الاقتصادية.

وفي دراسة (Richard Blundell) حول سلوك المستهلك قام بتقدير معادلات الطلب على اساس ديمغرافي. ووجد ان اثر السعر على السلعة سلبي وكبير. بينما كان اثر اسعار السلع الاخرى ايجابي بشكل عام (لكافة المجموعات السكانية قيد البحث). اما فيما يتعلق باثر الدخل فقد كان ايجابيا لهذه المجموعات<sup>(١٣)</sup>.

وفي دراسة (Guy Carrin & Jaak Van Dael) لتقدير الطلب على الرعاية الصحية في بلجيكا. وجد الباحثان ان اثر الاسعار النسبية والدخل مهمان. وبما يتناسب مع النظرية<sup>(١٤)</sup>.

أما الطلب على السياحة فيهدف الى قياس اثر التغيرات في العوامل المؤثرة به على كمية السياحة. والتي نعني بها مجموعة من السلع والخدمات والنشاطات التي يطلبها السائح والتي يصعب قياسها بدقة. ولكن يمكن استخدام اعداد السياح أو عدد الليالي التي يقضيها السائح بالمتوسط كمؤشر على كمية السياحة كما فعلت العديد من الدراسات<sup>(١٥)</sup>.

والطلب على السياحة كغيره يعتمد على الدخل (مستوى دخل السائح)، ومؤشر الاسعار للمستهلك، كمقياس لأسعار السلع الاخرى، وسعر صرف العملة المحلية مقابل عملة السائح كمقياس للسعر، وتوقعات السياح فيما يتعلق بالناحيتين السياسية والاقتصادية، والفترة الزمنية.

كما ان عوامل العرض في السياحة تلعب دوراً مهماً في التأثير على الطلب على السياحة. حيث ان تميز الخدمات السياحية في بلد ما تعود عليه بالسمعة والشهرة الممتازة، مما ينعكس ايجابياً على كمية السياحة.

وفي دراسة (Guy Carrin & Jaak Van Dael) وجد ان عوامل العرض تؤثر على الكمية المطلوبة من بعض قطاعات الرعاية الصحية<sup>(١٦)</sup>.

في حالة اعتبار السياحة في البلد المضيف سلعة طبيعية فمن المتوقع ان يكون تأثير مستوى دخل السائح ايجابياً عليها. مما يعني انه كلما ازداد مستوى دخل السائح

فإن كمية السياحة المطلوبة سوف تزيد. وذلك بمقدار معين حسب مرونة الدخل. وبالتالي فإن إشارة معامل الدخل تكون ايجابية. أما إذا كانت الإشارة سلبية فهذا يعني ان السياحة في البلد المضيف تعتبر سلعة رديئة، أي كلما ازداد دخل السائح كلما قل الطلب عليها، ويتجه السائح الى مكان آخر.

وقد بينت دراسة (عمر مرashedه) <sup>(17)</sup> ان تآثير مستوى دخل السائح على اعداد القادمين يختلف باختلاف جنسية السائح. فقد وجد ان العلاقة ايجابية للسعودية. مما يعني ان السياحة في الاردن تعتبر سلعة عادية من جهة نظر السياح من هذه الدولة. بينما كانت العلاقة سلبية لكل من بريطانيا وفرنسا والمانيا. أي كلما ارتفع دخل السائح من هذه الدول، قل اهتمامه بالاردن كجهة سياحية واتجه الى غيرها. ووجد ايضاً ان العلاقة بالنسبة للولايات المتحدة الامريكية كانت ايجابية. ولكن غير معنوية، بمعنى ان دخل السائح لا يؤثر على قراره لزيارة الاردن.

ومن العوامل الاخرى التي تؤثر على الطلب على السياحة، مؤشر الاسعار للمستهلك. وذلك لأن قرار السائح يعتمد على اسعار السلع المرتبطة بالسياحة، بمعنى آخر اسعار السلع والخدمات الموجودة في البلد المضيف. وخير قياس لهذا، مؤشر الاسعار للمستهلك. ومن المتوقع ان يكون اثر السعر على كمية السياحة سالباً. حيث ان زيادة المؤشر، تزيد كلفة السياحة في البلد المضيف وتقل كمية السياحة والعكس صحيح. وحسب ما جاء في دراسة (عمر مرashedه) <sup>(18)</sup> فإن اثر مؤشر الاسعار للمستهلك على اعداد السياح في الاردن كان سلبياً ومعنوياً. وذلك حسب ما هو متوقع.

ويتوقع ان يتأثر الطلب على السياحة ايضاً بسعر صرف عملة البلد المضيف مقابل العملات الاخرى. حيث ان ارتفاع سعر صرف عملة البلد المضيف يؤدي الى انخفاض كمية السياحة. لأن هذا يعني ارتفاع كلفة السياحة بالنسبة للسائح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة (مثل، اسعار السلع والخدمات في البلد المضيف).

وتبين من دراسة (عمر مرashedه) <sup>(19)</sup> أن اثر سعر الصرف للدينار الاردني مقابل العملات الاخرى على اعداد السياح كان سلبياً لبعض الدول حسب ما هو متوقع. بينما كانت العلاقة غير معنوية لدول اخرى. مما يعني ان ارتفاع قيمة الدينار الاردني او انخفاضها لا تؤثر على اعداد السياح من هذه الدول.



وتعتبر الاحداث السياسية والاقتصادية من العوامل المهمة التي يتوقع تأثيرها على الطلب على السياحة. حيث ان توفر الاستقرار السياسي في البلد وما يتبعه من استقرار امني يعتبر حافزاً مهماً للحركة السياحية، وزيادة كمية السياحة. وكذلك الاحداث الاقتصادية من المتوقع ان يكون اثرها كبيراً وخصوصاً في حالات عدم التأكد والتي تتبع الازمات الاقتصادية من تضخم وبطالة... الخ. الامر الذي يؤدي الى التأثير سلبياً على كمية السياحة.

وحين قاس (عمر مرashedه)<sup>(٢٠)</sup> اثر ازمة النفط عام ١٩٧٩ والغزو الاسرائيلي للبنان عام ١٩٨٢ على اعداد السياح من بعض الدول وجد ان هذه الاعداد انخفضت بشكل كبير خلال الازمتين، مما يعكس صدق الفرضية. وقد قامت الباحثة (هيام الخطيب)<sup>(٢١)</sup> في دراستها حول السياحة والسلام بالتحدث عن نتائج عملية السلام في الشرق الاوسط على قطاع السياحة الاردني ودول المنطقة. حيث وجدت ان هناك فرص كثيرة تنشأ عن عملية السلام مثل زيادة اعداد السياح من الاسواق التقليدية بالاضافة الى قدوم سياح من اسرائيل والمجتمعات اليهودية في العالم. وزيادة التوسع في الاستثمارات السياحية وخصوصاً الاجنبية منها. وزيادة عوائد السياحة. كما تنشأ العديد من فرص العمل.

وفي دراسة اخرى للباحث (جميل الجالودي)<sup>(٢٢)</sup> حول اثر السلام في الاقتصاد السياحي الاردني. تم التأكيد على صدق فرضية تأثير السلام الايجابي على السياحة. وذلك بعد ان افترض الباحث عدة سيناريوهات محتملة حول اعداد السياح ومعدل اقامة السائح وانفاقه. حيث ان هذه المتغيرات تزداد مع الدخول في عملية السلام.

وعند تقدير دالة الطلب لأي سلعة فيجب الاخذ بعين الاعتبار الفترة الزمنية والتي تعكس تغير اذواق المستهلكين تجاه السلعة وكذلك الحال بالنسبة للسياحة، فإن الفترة الزمنية تعكس تغير نظرة السائح الى البلد المضيف من حيث السمعة والشهرة.

وتبين من دراسة (عمر مرashedه) ان اشارة هذا المتغير كانت ايجابية للسعودية. مما يعني ان الاردن يتمتع بسمعة طيبة وشهره متزايدة عبر الزمن بالنسبة للسياح السعوديين.

: ولما كان السائح يبحث عن وسائل الراحة والامن والترفيه، فإن الخدمات السياحية بشكل عام تؤثر على الطلب على السياحة أي ان بعض عوامل العرض

(الخدمات السياحية) تؤثر على الطلب على السياحة. وقد ايد هذا ما جاء في دراسة (ياسين الصرايره وآخرون) (٢٣) حول تحسين الخدمات والتسهيلات السياحية. والتي اعتمدت بالأساس على استمزاغ آراء السياح سواءً في مراكز الحدود او في الفنادق. عن طريق توزيع اسبيانات حول مدى توفر وسائل الراحة والخدمات في الاردن. وخرجت بنتيجة مفادها ان هذه الوسائل متوفرة في الأردن، ولكنها غير كافية. وبالتالي فإن العمل على زيادتها وتحسين نوعيتها، وتبسيط الاجراءات الروتينية وعقد البرامج التدريبية للعاملين في القطاع. تؤدي الى زيادة كمية السياحة.

## ثانياً: المضاعف والقيمة المضافة لقطاع السياحة:

### أ- المضاعف:

يُعرف المضاعف على انه مقدار الزيادة في الانتاج الكلي للأقتصاد بشكل عام الناتجة عن الزيادة بوحدة واحدة في الانفاق في احد القطاعات. ويقاس بقسمة التغير في الدخل او الانتاج على التغير في مستوى الانفاق (استهلاك، استثمار،... الخ) (٢٤).

وقد حاولت العديد من الدراسات قياس قيمة المضاعف لقطاع السياحة في الاردن، إلا انها لم تنجح بذلك وذلك لعدم تمكن هذه الدراسات من ايجاد طريقة تعمل على التغلب على مشكلة تشابك القطاعات الاقتصادية مع بعضها البعض. ومن هذه الدراسات، دراسة (فوزي عارضه) (٢٥) الذي اقترح لحسابه قسمة الواحد الصحيح على حاصل طرح الميل الحدي للانفاق على السياحة في الخارج من قبل الأردنيين من الميل للأدخار. وقد اعترف الباحث بصعوبة قياس المضاعف لقطاع السياحة لعدم توفر البيانات المطلوبة في الطريقة المقترحة من قبله.

في مثل هذه الحالة ممكن قياس قيمة المضاعف باستخدام جدول المدخلات - المخرجات للقطاعات الاقتصادية. ومن محاسن هذه الطريقة انها تتغلب على مشكلة تشابك القطاعات مع بعضها البعض. بل هي في الحقيقة تُبنى على هذا التشابك. وتعتمد هذه الطريقة على ايجاد معكوس المصفوفة التكنولوجية والتي هي عبارة عن حاصل طرح جدول المدخلات-المخرجات من المصفوفة الاحادية (حيث تتكون من الواحد الصحيح في القطر الرئيسي بينما يكون الصفر فيما عدا ذلك). ويمثل حاصل جمع

الأرقام في كل عمود أو قطاع في معكوس المصفوفة التكنولوجية مضاعف الانتاج لذلك العمود أو القطاع.

ولعلم الباحث لم تستخدم هذه الطريقة لقياس قيمة المضاعف لقطاع السياحة في الأردن على الرغم من انها اثبتت نجاحاً كبيراً حين تم استخدامها في دراسة (سيرفت متلو ونادر مريان) <sup>(٢٦)</sup> لقياس قيمة المضاعف لقطاع الاسكان في الأردن.

ب- القيمة المضافة:

هي قيمة دخل عناصر الانتاج (العمل، رأس المال، ... الخ) والمعبر عنها بالأجور وسعر الفائدة والأرباح والضرائب الحكومية غير المباشرة وكذلك اهتلاك رأس المال. وبمعنى آخر هي مجموعة العوائد (الدخول) الناشئة في كل مرحلة من مراحل الانتاج <sup>(٢٧)</sup>. وهناك عدة طرق لقياسها. منها التي استخدمها الباحث (فوزي عارضة) <sup>(٢٨)</sup> لقياس القيمة المضافة لقطاع السياحة في الأردن. حيث قام بطرح نسبة الواردات الى الدخل السياحي من اجمالي الدخل السياحي. وقد بلغت (٥٠%) طبقاً لهذه الطريقة.

ومن الطرق الأخرى لقياس القيمة المضافة، الطريقة المستخدمة في دراسة (سيرفت متلو ونادر مريان) <sup>(٢٩)</sup> حول اثر الاستثمار في قطاع الاسكان على الاقتصاد الاردني. والتي تعتمد على جدول المدخلات- المخرجات. وسنتناول هذه الطريقة بالتفصيل عند حديثنا عن النموذج المستخدم في دراستنا هذه.

### تسلسل الدراسة:

إن نسق الدراسة جرى على النحو التالي: الفصل الاول، المقدمة، وفيها نستعرض الإطار النظري والدراسات السابقة. الفصل الثاني، تم وصف قطاع السياحة في الأردن. أما الفصل الثالث استعرضنا فكرة جدول المدخلات- المخرجات والقياس الإحصائي من خلال النماذج المستخدمة. وفي الفصل الرابع والآخر، الخلاصة والتوصيات.

## النموذج:

كما ذكرنا سابقاً فإننا نستخدم في هذه الدراسة طريقة تحليل مصفوفة المدخلات- المخرجات للأردن. وذلك عن طريق ايجاد معكوس المصفوفة التكنولوجية والتي من خلالها نستطيع ايجاد المضاعفات الإنتاجية والقيمة المضافة لكل قطاع. من هنا نستطيع أن نحكم فيما إذا كان القطاع يصلح لأن يكون قطاعاً ريادياً ام لا.

وتهدف طريقة المدخلات والمخرجات الى ايجاد مستوى الناتج الذي على كل صناعة ان تنتجه في اقتصاد ما، لسد احتياجات الطلب عليها. وبالتالي فإن الناتج (المخرجات) من أي صناعة، يُستخدم كمدخلات انتاج في صناعات عديدة اخرى. وربما يعاد استخدامه في نفس الصناعة. وبالتالي فإن الناتج الصحيح او المستهدف لتلك الصناعة يجب ان يعتمد على متطلبات انتاج (المدخلات) للصناعات الاخرى. ومن جهة اخرى فإن الناتج من الصناعات الاخرى سوف يدخل في مستلزمات انتاج الصناعة الأولى<sup>(٣٠)</sup>. مما يعني ان المقدار الصحيح للناتج من الصناعات الاخرى سوف يعتمد جزئياً على مستلزمات الانتاج لتلك الصناعة. والمصفوفة A<sup>(٣١)</sup> تبين لنا شكل جدول المدخلات-المخرجات<sup>(٣٢)</sup>.

Input	Output مخرجات			
	1	2	....	N
المدخلات				
1	a <sub>11</sub>	a <sub>12</sub>	....	a <sub>1n</sub>
2	a <sub>21</sub>	a <sub>22</sub>	....	a <sub>2n</sub>
.	.	.	.	.
.	.	.	.	.
N	a <sub>n1</sub>	a <sub>n2</sub>	....	a <sub>nn</sub>

= A ..... (٣)

من هنا نرى ان طريقة المدخلات- المخرجات تساعد المخطط الاقتصادي في تجنب الاختناقات التي تنشأ عن عدم معرفة مقدار الناتج المطلوب من كل صناعة. ما ذكرناه في الاعلى يسمى النموذج المغلق. أما النموذج المفتوح فهو الذي يضم قطاع خارجي (مثلاً، المستهلكين الافراد) الذين يحددون (خارجياً) مقدار الطلب النهائي (وهو غير طلب المدخلات او مستلزمات الانتاج) على السلعة لكل صناعه. وأيضاً يزود الاقتصاد بعنصر انتاج رئيسي مثل (العمل) والذي لا يُنتج من قبل الصناعات الموجودة داخل الاقتصاد. ولهذا فإن هناك مقادير تحدد خارج السوق وهذا ما يسمى بالنموذج المفتوح. وإذا كان لصناعة ما ان تنتج ما يكفي فقط لاحتياجات مدخلات الانتاج في

الصناعات الأخرى، مضافاً إليه الطلب النهائي من قبل الأفراد فإن مستوى الإنتاج  $X_n$  يكون

$$X_n = a_{n1} X_1 + a_{n2} X_2 + \dots + a_{nn} X_n + d_n \dots \quad (٤)$$

حيث :  $d_n$  : الطلب النهائي من قبل الأفراد.

$$(1 - a_{11}) X_1 - a_{12} X_2 - \dots - a_{1n} X_n = d_1$$

$$- a_{21} X_1 + (1 - a_{22}) X_2 - \dots - a_{2n} X_n = d_2$$

$$- a_{n1} X_1 - a_{n2} X_2 - \dots + (1 - a_{nn}) X_n = d_n$$

وعلى شكل مصفوفة

$$\begin{vmatrix} (1 - a_{11}) & - a_{12} & \dots & - a_{1n} \\ - a_{21} & (1 - a_{22}) & \dots & - a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ - a_{n1} & - a_{n2} & \dots & (1 - a_{nn}) \end{vmatrix} \begin{vmatrix} X_1 \\ X_2 \\ \vdots \\ X_n \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} d_1 \\ d_2 \\ \vdots \\ d_n \end{vmatrix} \quad (٥)$$

نلاحظ أننا لو أممنا الرقم (١) في القطر الرئيسي للمصفوفة على اليسار فإننا نحصل على المصفوفة  $-A = -(a_{ij})$ . ومن ناحية أخرى فإن المصفوفة اليسرى هي في الواقع حاصل طرح المصفوفة (A) من المصفوفة الاحادية (I) (وهي المصفوفة التي يكون القطر الرئيسي لها الرقم 1، ويكون الصفر في الباقي). المعادلة رقم (٥) يمكن كتابتها على الشكل التالي

$$(I - A)\chi = d \dots \dots \quad (٦)$$

إن المصفوفة (I - A) تسمى المصفوفة التكنولوجية وعندها من الممكن إيجاد معكوس المصفوفة  $(I - A)^{-1}$ . وبالتالي نستطيع ان نصل الى حل للنموذج على النحو التالي

$$\overline{\chi} = (I - A)^{-1} d \dots \dots \quad (٧)$$

حيث ان  $\bar{X}$  مقدار الطلب الكلي لكل سلعة او صناعة على حده. أما فيما يتعلق بتقدير دوال الطلب على السياحة فإن النموذج الاحصائي المقترح يأخذ شكل الانحدار الخطي المتعدد كما يلي

$$Y_i = B_0 + B_1 X_{1i} + \dots + B_n X_{ni} + V_i \quad (\wedge)$$

حيث:  $Y_i$  = كمية السياحة

$X_{1i} \dots X_{ni}$  = المتغيرات الخارجية التي تؤثر على كمية السياحة.

$B_0 \dots B_n$  = معاملات يتم تقديرها.  $V_i$  = قيمة الخطأ.

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## • الهوامش

١. وزارة السياحة، جدول احصاءات سياحية عام ١٩٩٥، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

٢. وزارة السياحة، جدول العائدات والنفقات للسياح الاعوام ١٩٨١ - ١٩٩٥، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

٣. المصدر السابق.

٤. وزارة السياحة، جدول السياح القادمين من الاعوام ١٩٨٩-١٩٩٤، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

٥. وزارة السياحة، جدول اعداد الزوار للأماكن الاثرية عامي ١٩٩٤ و١٩٩٥، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

٦. وزارة السياحة، جدول الاحصاءات السياحية، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

٧. وزارة السياحة، جدول العاملون في النشاط السياحي، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

٨. James Henderson and Richard Quandt, Microeconomic Theory a mathematical approach, McGraw Hill, Singapore, 3rd Edition, 1988, p.p. 13.

Ibid p.p. 13..٩

Ibid p.p. 18-19..١٠

Ibid p.p. 19-20..١١

Ibid p.p. 19..١٢

١٣. Richard Blundell, Consumer Behaviour: Theory and Empirical Evidence - A survey, The Economic Journal, vol 98, (march, 1988) p.p. 16-65.

Guy Carrin and Jaak Van Dael, An empirical model of the demand for health care in Belguim, Applied Economics, vol 16 , 1984, p.p. 317-334.

Omar marashdeh, Regional Downturns and The demand for Jordanian tourism, Al - Jawal corporation , Amman- Jordan, 1995, p.p. 155-170.

Guy Carrin and Jaak Van Dael , op. cit, p.p. 317-334.

Omar marashdeh, op. cit, p.p. 163-164.

Ibid p.p. 163.

Ibid p.p. 163.

Ibid p.p. 163.

Hiyam al- Khateeb, Tourism the Biggest Beneficiary of peace, working paper, the fourth Economic Confrence, 13-15 may 1996, p.p. 3.

٢٢. الجالودي جميل ، اثر السلام في الاقتصاد السياحي الاردني، بحث مقدم الى المؤتمر الاقتصادي الرابع ، جامعة اليرموك ، قسم الاقتصاد، اربد ١٣-١٥ ايار ١٩٩٦، ص ١٣-١٧.

٢٣. ياسين الصرايره وآخرون، تحسين الخدمات والتسهيلات السياحية، بحث مقدم الى المؤتمر الاقتصادي الرابع، جامعة اليرموك، قسم الاقتصاد، اربد ١٣-١٥ ايار ١٩٩٦، ص ٨-١٩.

Edward Shapiro, Macroeconomic Analysis, Harcourt Brace Jovanavich, New York, Fifth edition, '1982, p.p. 89-92.

٢٥. فوزي عارضه، دور السياحة في الاقتصاد الاردني بحث مقدم الى المؤتمر الاقتصادي الرابع، جامعة اليرموك ، قسم الاقتصاد، اربد ١٣-١٥ ايار ١٩٩٦، ص ٨.

Servet and Mryyan Nader, The Impact of Investment in the Housing sector on the Jordanian economy, Dirasat, vol 14, No. 8, Amman 1987, p.p. 69.



Edward Shapiro, op. cit, p.p.30..٢٧

٢٨. فوزي عارضه، دور السياحة في الاقتصاد الاردني بحث مقدم الى المؤتمر الاقتصادي

الرابع، جامعة اليرموك، قسم الاقتصاد، اربد ١٣-١٥ ايار ١٩٩٦، ص ٣.

Servet and Mryyan Nader, op. cit, p.p. 69. .٢٩

٣٠. عبد الخالق العبيدي وجمال سلمان، الاقتصاد الرياضي، جامعة بغداد، بغداد

١٩٩١، ص ٤١١ - ٤١٨.

٣١.  $a_{ij}$  = احتياجات عملية الانتاج في القطاع  $i$  من ناتج القطاع  $j$

٣٢. المصدر السابق، ص ٤١١ - ٤١٨. ايضا Fundamental Alpha C. Change,

Methods of Mathematical Economics, McGraw Hill, Singapore, Third edition, 1984, p.p 117-120, 122- 123.

© Arabic Digital Library - Yamouk University

## الفصل الثاني

### وصف عام لقطاع السياحة الاردني

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## الفصل الثاني

### وصف عام لقطاع السياحة الاردني

#### تمهيد

يعتبر التنقل من اقدم الأنشطة التي قام بها الانسان. فالمجتمعات البدائية كانت بحاجة الى الترحال بحثاً عن المراعي للحيوانات والصيد والماء، لتأمين حاجاتها الاساسية من المأكل والمشرب. والتنقل يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالبحث والمعرفة. وما قامت الحضارات القديمة إلا نتيجة تنقل الجماعات من مكان لآخر، واستقرارها في المناطق التي يوجد بها انهار ومراعي خصبة. مثل، الحضارات المتتالعة التي قامت في العراق، والحضارة الفرعونية في مصر. وفي مهد الاسلام كانت الهجرة حاجة ملحة للمسلمين المضطهدين في مكة. فهاجروا مرتين، الاولى، الى الحبشة، والثانية، الى المدينة المنورة حيث تم بعدها فتح مكة. وفي عصر الدولة الاسلامية وأوجها، كان للانتقال هدفاً آخر، وهو نشر الدين الاسلامي. وتتابع الفتوحات فوصلت الى حدود الصين شرقاً والمغرب واسبانيا غرباً.

وفي العصر الحديث اصبح للتنقل اهدافاً كثيرة متشعبة، وذلك للتطور الكبير الذي حدث لوسائل النقل وسهولتها، ومن هذه الاهداف السياحة. وقد أُتفق على تعريف السياحة في مؤتمر روما عام ١٩٦٣ بأنها "مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغير المكان تغيراً وقتياً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية"<sup>(١)</sup>. وعُرف السائح بأنه "الشخص الذي يسافر الى بلد آخر خارج وطنه ويقيم به لمدة تزيد على أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن اثني عشر شهراً بغير قصد العمل"<sup>(٢)</sup>. وللسياحة فوائد مثل الاحتكاك بمجتمعات اخرى، والتفاعل الثقافي معها، واعطاء فكرة عن قضايا الوطن وتحسين صورته في العالم، ودعم قضاياها السياسية العادلة. كما انها مدرسه يتعلم فيها السائح ويوسع مداركه وفهمه للآخرين والعالم.

## ١- ميزات الأردن السياحية:

### ١-١ الموقع:

يقع الأردن في منطقة متوسطة من العالم حيث كان ممراً للقوافل التجارية التي تتجه من قارة أوروبا غرباً إلى الهند والصين شرقاً والعكس. ولهذه الميزة فقد حرصت الحضارات المتتابعة على فرض هيمنتها على هذه المنطقة، وبالتالي سيطره على تجارة العالم.

وتركت هذه الحضارات في الأردن شواهد كثيرة منها، مدينة البتراء وخزنتها الشهيرة المنحوتة في الصخر الوردي، والتي خلفتها الحضارة النبطية. ومدينة جرش وأعمدتها ومعابدها، وآثار مدينة أم قيس المطلّة على بحيرة طبريا، والمدرج الروماني في عمان. وغيرها من الآثار التي خلفتها الحضارة الرومانية.

وأخيراً، الحضارة الإسلامية التي تركت الكثير من القلاع التي كانت تُستخدم للدفاع ومراقبة الأعداء، مثل، قلعة عجلون، وقلعة الكرك. والقصور التي كان الأمراء المسلمون يستخدمونها أوقات الصيد والراحة والاستجمام. مثل قصر عمره، وقصر الحلابات في الشرق، وقصر هشام في إربحا.

### ١-٢ المناخ:

يمتاز الأردن بمناخ معتدل. كما أن جوّه الدافئ معظم فترات السنة يجعل السياحة غير موسمية. ويتوزع الزخم السياحي على معظم شهور السنة، كما يلاحظ من الجدول رقم (١-٢). حيث يبين أعداد الزوار إلى المواقع الأثرية في الأردن لعام ١٩٩٥ حسب الشهر. وحيث أن درجات الحرارة في شهري كانون ثاني وشباط الأدنى بين شهور السنة، الجدول رقم (٢-٢)، فمن الطبيعي أن يكون عدد الزوار فيهما متدني. وبلغت درجات الحرارة في كل من مطار عمان، وميناء العقبة، (٩،٦°) و(١،١٤°) على التوالي في شهر شباط من عام ١٩٩٣. في حين بلغ عدد الزوار إلى متحف عمان، والعقبة في نفس الشهر من عام ١٩٩٥ حوالي (٢٨٥٠)، (٦٠٠) زائر على التوالي<sup>(٣)</sup>.

وبينما ترتفع درجات الحرارة ابتداءً من شهر آذار فإن أعداد الزوار تبدأ بالارتفاع أيضاً. حيث نلاحظ أن معدل درجات الحرارة في شهر نيسان من عام ١٩٩٣ بلغ (٧،١٦°)، و (٣،٢٤°)، في كل من عمان وميناء العقبة على التوالي. وبلغ عدد

الزوار عام ١٩٩٥ لنفس الشهر الى كل من متحف عمان والعقبة حوالي، (١٠٢٢١)، (٦٥٠) زائر على التوالي. وتشهد الأشهر ، اذار ونيسان وايار ، اكبر عدد من الزوار على مدار السنة في متحف عمان وشهر اذار بالنسبة للعقبة. وذلك لكون الطقس في هذه الاشهر ربيعياً جميلاً. ويبين الجدول (٢-١) أن اعداد الزوار الى المواقع الأثرية عام ١٩٩٥ انخفضت ابتداءً من شهر حزيران، وثبتت بعد ذلك الى نهاية السنة. ما عدا شهري تشرين أول وتشرين ثاني بالنسبة لمدينة البتراء، حيث نلاحظ أن اعداد الزوار ارتفعت بشكل ملحوظ فبلغت (٣٧,٢٠٠) و (٣٥,٤٥٠) زائر لهذين الشهرين على التوالي.

### الجدول (٢ - ١)

محدد الزوار الى المواقع الأثرية في الأردن عام ١٩٩٥ حسب الشهر (\*)

الشهر/ الموقع	البتراء	جرش	العقبة	ام قيس	عجلون	الكرك	متحف عمان
كانون ثاني	١٦٢٦٢	١٣٩٥٠	٥٢٥	٧٨٠٠	٣١٥٠	٤٢٠٠	٢٤٥٠
شباط	١٤١١٠	١٠٨٠٠	٦٠٠	٧٧٥٠	٣٠٥٠	٤٢٥٠	٢٨٥٠
اذار	٣٨٥٥٠	٣٣٢٠٠	١١٧٠	٥٨٣٢٤	٩٤٥٠	٩٠٠٠	٦٦٥٠
نيسان	٤٣٠٥٠	٤٤٤٥٠	٦٥٠	٥٣٤٦٩	١٥٦٠٠	١٢٧٠٠	١٠٢٢١
ايار	٣٦٧٠٠	٣١٩٩٩	٨٠٠	١٨٤٠٠	١٢١٠٠	٨٧٥٠	٥٦٣٣
حزيران	٢٠٢٥٠	١٧٩٠٠	٢٥٠	١٠٦٠٠	٧٠٥٠	٢٢٠٠	٢٢٩٨
تموز	١٩٧٥٠	٢٠٨٤٨	٧٠٠	٢٨٧٩	١٠٥٥٠	٣٦٠٠	٢٤٥٠
آب	٢٧٩٥٠	٢٧٠٠٠	١١٥٠	٣٤٠٠	١٢٥٠٠	٥٣٥٠	٢٤٣٠
ايلول	٢٢٦٥٠	٢١٠٠٠	٤٩٨	٨٤٦٣	٨٥٠٠	٦٥٥٠	٣٦٥٠
تشرين أول	٣٧٢٠٠	٢٦٦٥٠	٨٧٥	٩٣٥٠	٧١٥٠	٨٥٠٠	٧٢٠٠
تشرين ثاني	٣٥٤٥٠	٢٠٤٠٠	١١٦٥	٧٧٥٠	٤٩٥٠	٥٣٥٠	٥١٥٠
كانون أول	٢٥٢٩٩	١٥٢٠٠	١٠٧٠	٦٥٥٠	٣٣٠٠	٣٤٥٠	٣٣٥٠
المجموع	٣٣٧٢٢١	٢٨٣٣٩٧	٩٤٥٣	١٩٤٧٣٥	٩٧٣٥٠	٧٣٩٠٠	٥٤٣٣٢
المعدل السنوي	٢٨١٠٢	٢٣٦١٦	٧٨٦,٣	١٦٢٢٨	٨١١٣	٦١٥٨	٤٥٢٧,٧

المصدر: وزارة السياحة، جدول عدد الزوار الى المواقع الأثرية في الأردن عام ١٩٩٥ حسب الشهر، جدول غير منشور ، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

(\*) عند مراجعة وزارة السياحة تبين ان آلية تسجيل الزوار هي عبارة عن عدد تذاكر الدخول الى المواقع.

الجدول رقم (٢-٣)

معدل درجة الحرارة الشهرية والسنتوي

في بعض محطات المملكة لعام ١٩٩٣

المعدل السنوي	كانون اول	تشرين ثاني	تشرين اول	ايلول	آب	تموز	حزيران	ايار	نيسان	آذار	شباط	كانون ثاني	الشهر
١٧,٥	١٢,٢	١٣,٧	٢١,٩	٢٤,٢	٢٦,٨	٢٥,٥	٢٤,٨	١٩,٦	١٦,٧	١١,٣	٦,٩	٦,٦	مطار عمان
١٧,٦	١٢,٨	١٤,١	٢٢,٨	٢٤,١	٢٦,٠	٢٥,١	٢٤,١	١٩,٢	١٦,٨	١١,٥	٧,٥	٧,٦	اربد
٢٣,٦	١٨,٩	٢١,٣	٢٩,١	٢٩,٧	٣١,٩	٣٠,٩	٢٩,٨	٢٤,٩	٢٢,٦	١٧,٢	١٣	١٣,٤	ديرعلا
٢٥,٢	١٨,٦	٢٢,٧	٢٩,٩	٣٠,٨	٣٥	٣٤,٥	٣٢,٥	٢٧,٩	٢٤,٣	١٨,٦	١٤,١	١٢,٩	الغبية

المصدر: دائرة الإحصاءات العامة، النشرة الإحصائية السنوية لعام ١٩٩٣، جدول معدل درجة الحرارة الشهري والسنتوي في بعض محطات المملكة لعام ١٩٩٣،

رقم (٨/١/١) ص ٩، ٤٤، الأردن ١٩٩٣.

مما سبق نجد ان اعداد الزوار تتأثر بدرجات الحرارة وحالة الطقس فقط في شهري كانون ثاني وشباط، حيث ينخفض عدد الزوار الى أقل من المعدل السنوي بشكل كبير. بينما ترتفع اعداد الزوار الى ما يزيد على المعدل السنوي بشكل كبير خلال اشهر اذار ونيسان وايار. وتتراوح في باقي شهور السنة حول المعدل السنوي، مما لا يؤثر كثيراً على الحركة السياحية.

### ٣-١ السمات الطبيعية:

تتنوع جغرافية الاردن وتضاريسه، فنجد فيه الجبال والوديان والسهول والصحراء والغابات. ومثال على ذلك، منطقة الاغوار والبحر الميت التي تتميز بأنها اخفض منطقة في العالم. وجبال عجلون وغاباتها في الشمال، وجبال الشراه التي تقع في الجنوب حيث نجد وادي رم بطبيعته الصحراوية الخلاصة وواحة الازرق، وخليج العقبة. وتكثر في الاردن ينابيع المياه الحارة، مثل منطقة ماعين والحمة، والتي تعد ثروته هامة على صعيد السياحة العلاجية.

### ٤-١ السمات الدينية:

يزخر الاردن بالعديد من الاماكن الدينية. حيث يضم مقامات الصحابة، رضوان الله عليهم، الذين استشهدوا في المعارك التي جرت على أرضه. والاهتمام بهذه المقامات وأعمارها يسهم بشكل كبير في جلب السياح المسلمين وخاصة العرب. هذا بالإضافة الى المسجد الاقصى وقبة الصخرة وكنيسة القيامة ومهد السيد المسيح والحرم الابراهيمي في فلسطين والتي تعمل على جذب السياح الى الأردن.

### ٥-١ السمات الثقافية:

توجد في الأردن العديد من المتاحف التي تسهم في عرض أهم كنوزه الأثرية والثقافية، وتراث ابناءه وابداعاتهم وتقاليدهم على مرّ العصور. ويتمس الأردن بأنه كان مقصداً للعديد من الناس من مختلف الاصول. فقد تنابعت الهجرات اليه، مثل الهجرة الجركسية والشيشانية في مطلع هذا القرن. والهجرة الفلسطينية الاولى عام ١٩٤٨، والثانية عام ١٩٦٧، كما شهد اكثر من حالة نزوح خلال حرب ١٩٩٠. بالإضافة الى

تنوع ثقافة ابناءه الاصليين. ففي الشمال نجدهم متأثرين بالثقافة الشامية لقربهم من دمشق. وفي الجنوب نجد ثقافتهم تغلب عليها السمة البدوية. مما يعني ان الأردن يمتلك رصيذاً متنوعاً من الثقافات والعادات والتقاليد، وبالتالي تتعدد الخيارات امام السائح.

وتقام في الأردن العديد من المهرجانات الثقافية السنوية مثل مهرجان جرش ومهرجان الفحيص ومهرجان الازرق. كما تقام في العقبة مهرجانات سنوية للألعاب المائية، مما يسهم في جلب السياح.

بعد استعراض السمات السياحية لأردن ننتقل للحديث عن قطاع السياحة في الأردن وذلك بالتركيز على المواصلات وأعداد السياح والنفقات والدخل والنفقات السياحية.

## ٢- مؤشرات سياحية :

### ٢-١ المواصلات:

تعتبر المواصلات عاملاً رئيسياً في تطور السياحة. فعندما يجد السائح ان الانتقال الى الاماكن السياحية سهل ومريح وآمن، فإنه لن يتردد في الذهاب اليها. بل من الممكن ان يعود الى زيارتها مرات اخرى. وفي هذا السياق نتحدث عن شبكة الطرق والنقل الجوي.

### ٢-١-١ شبكة الطرق<sup>(٤)</sup>:

يبين الجدول رقم (٢-٣) اطوال شبكة الطرق في المملكة وانواعها خلال الأعوام ١٩٨٥-١٩٩٣. وتوجد ثلاثة انواع من الطرق، القروية والثانوية والرئيسية. وبلغ مجموع اطوال الطرق بأنواعها الثلاثة سنة ١٩٨٥ (٤٨٨٤) كيلو متر. منها، (٢٠٨٨) كيلو متر قروية و (٨٦٩) كيلو متر ثانوية و(١٩٢٨) كيلو متر رئيسية. نلاحظ هنا ان الطرق القروية هي الاطول في المملكة، واستمرت كذلك عام ١٩٨٦. إلا ان الاهتمام اصبح يتجه نحو الطرق الرئيسية والثانوية ابتداءً من ١٩٨٧، حيث بلغت اطوال شبكة الطرق بأنواعها الثلاث في المملكة حوالي (٥٣١٣) كيلو متر. منها، (١٤٢٨) كيلو متر قروية، ونلاحظ هنا الانخفاض الكبير عن عام ١٩٨٦، حيث بلغ



الجدول (٢-٣)  
اطوال شبكة الطرق في المملكة خلال  
١٩٨٥-١٩٩٣ (كيلو متر)

السنة/ انواع الطرق	١٩٨٥	١٩٨٦	١٩٨٧	١٩٨٨	١٩٨٩	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩٢	١٩٩٣
رئيسية	١٩٢٨	٢٠٠٥	٢٣٥٢	٢٣٩٦	٢٥٤٨	٢٥٢١	٢٥٥٠	٢٦٦٠	٢٧٦٥
ثانوية	٨٦٩	٨٧٩	١٥٣٣	١٦٠٦	١٦٢٦	١٦٦٤	١٦٧٦	١٨١٠	١٨٦٢
قروية	٢٠٨٨	٢١٣٤	١٤٢٨	١٥٢٥	١٦٩٢	١٨٢٢	١٨٩٨	١٩٠٠	٢٠٥١
المجموع	٤٨٨٤	٥٠١٨	٥٣١٣	٥٥٢٧	٥٨٦٥	٦٠٠٧	٦١٢٤	٦٣٧٠	٦٦٧٨

المصدر: دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٩٣، جدول اطوال شبكة الطرق في المملكة، رقم (١/١/٩) ص ١٨٥، ٤٤ع، الاردن ١٩٩٣.

طولها آنذاك (٢١٣٤) كيلو متر. ويعزى هذا الانخفاض الى اعادة تصنيف الطرق من قروية الى ثانوية ورئيسية. وارتفع طول شبكة الطرق الثانوية الى (١٥٣٣) كيلو متر عام ١٩٨٧. بزيادة تصل الى الضعف عن عام ١٩٨٦. حيث بلغت انذاك (٨٧٩) كيلو متر. كما ارتفع طول شبكة الطرق الرئيسية عام ١٩٨٧ الى (٢٣٥٢) كيلو متر. وقد ازدادت اطوال شبكات الطرق الثلاث زيادة تدريجية ما بعد عام ١٩٨٧ الى ان وصل مجموعها عام ١٩٩٣ الى (٦٦٧٨) كيلو متر منها (٢٠٥١) كيلو متر طرق قروية، و(١٨٦٢) كيلو متر طرق ثانوية و (٢٧٦٥) كيلو متر طرق رئيسية.

## ٢-١-٢ النقل الجوي:

يبين لنا الجدول رقم (٤-٢) اعداد الركاب الذين نقلتهم طائرات الملكية الأردنية خلال الاعوام ١٩٧٩ ولغاية ١٩٩٣. حيث بلغ عدد الركاب عام ١٩٧٩ (١٠١٤,٣) الف راكب. ارتفع عام ١٩٨٢ الى (١٦٦٥,٨) الف راكب. بزيادة مقدارها (٦٥١,٥) الف راكب، أي ما نسبته (٥٠٪) تقريباً. وذلك خلال ثلاثة اعوام فقط. وارتفع عدد الركاب عام ١٩٨٨ الى (١٢٢٥,٩) الف راكب. إلا أن هذا الارتفاع لم يستمر طويلاً، وذلك عندما بدأت أزمة الخليج عام ١٩٩٠. فبلغ عدد الركاب (٩٦٣,٩) الف راكب بنسبة نمو مقدارها (٢١٪-). وواصل الانخفاض عام ١٩٩١ الى (٧٩٧,٩) الف راكب. وعند انتهاء الازمة عاد وارتفع مجدداً الى مستوياته الطبيعية حيث بلغ عام ١٩٩٣ حوالي (١١٨٦) الف راكب. نلاحظ هنا بأن النقل الجوي كان سريعاً من البداية، ولكنه في السنوات من ١٩٨٣ ولغاية ١٩٩١ كان سلبياً، ما عدا عام ١٩٨٨ الذي شهد نمواً ايجابياً. بالإضافة الى هذا، هناك الركاب الذين يصلون الى الأردن عبر شركات الطيران الأخرى.

## ٢-٢ أعداد القادمون:

يلاحظ من الجدول رقم (٥-٢) ان عدد القادمين عام ١٩٦٦ بلغ (٦١٦,٨٧٥) قادم. إلا أن هذا العدد انخفض انخفاضاً حاداً عام ١٩٦٧، على أثر احتلال اليهود للضفة الغربية، فبلغ (٤٢٥,٦٣٣) قادم. وواصل انخفاضه حتى عام ١٩٧١ الى (٢٥٦,٧٧٥) قادم. حيث شهدت هذه الفترة حالة عدم استقرار على الصعيد الامني الداخلي، خصوصاً

الجدول (٢-٤)

النقل الجوي للركاب على متن طائرات الملكية الأردنية  
خلال ١٩٧٩-١٩٩٣ (بالآلاف)

السنة	عدد الركاب
١٩٧٩	١٠١٤,٣
١٩٨٠	١١١١,٥
١٩٨١	١٤٤٣,٣
١٩٨٢	١٦٦٥,٨
١٩٨٣	١٥٨١,٥
١٩٨٤	١٣٤٦,٨
١٩٨٥	١٢٩٠,٣
١٩٨٦	١١٣٢,٠
١٩٨٧	١١١٩,٧
١٩٨٨	١٢٢٥,٩
١٩٨٩	١٢٠٤,٠
١٩٩٠	٩٦٣,٩
١٩٩١	٧٩٧,٩
١٩٩٢	١١٠٩,٣
١٩٩٣	١١٨٦,٠

المصدر: دائرة الإحصاءات العامة، النشرة الإحصائية السنوية لعام ١٩٩٣، جدول النقل الجوي للركاب، رقم (١١/٢/٩) ص ٢١٣، ع ٤٤٤، الأردن ١٩٩٣.

الجدول (٢-٥)

العداد القادمين للأردن خلال

١٩٦٥-١٩٩٣

السنة	قادم	السنة	قادم
١٩٦٥	٥٠١,٣٤٦	١٩٨٠	١٤٢٧,٩٠٠
١٩٦٦	٦١٦,٨٧٥	١٩٨١	١٣٤٤,٤٠٠
١٩٦٧	٤٢٥,٦٣٣	١٩٨٢	١٨٥١,٨٠٠
١٩٦٨	٣٧٥,٤٣٢	١٩٨٣	١٥٩١,٨٠٠
١٩٦٩	٣٣٩,٨٤٢	١٩٨٤	١٥١٣,٦٠٠
١٩٧٠	٣٢١,٦٥٧	١٩٨٥	١٦٥٦,١٠٠
١٩٧١	٢٥٦,٧٧٥	١٩٨٦	١٧٤٨,١٠٠
١٩٧٢	٢٩٢,٠٤١	١٩٨٧	١٧٥٠,٣٠٠
١٩٧٣	٣٠٧,٧٤٨	١٩٨٨	٢٢٣٤,٦٠٠
١٩٧٤	٥٥٤,٩١٣	١٩٨٩	٢١١٥,٤٠٠
١٩٧٥	٧٠٧,٦٢٣	١٩٩٠	٢٤٣٤,٠٠٠
١٩٧٦	١٠٦٣,٤٩٣	١٩٩١	٢٠٤٤,٨٠٠
١٩٧٧	٩٦١,٩٧٢	١٩٩٢	٤١٠٨,٤٠٠
١٩٧٨	١٠٨٧,٥٨٤	١٩٩٣	٤٢٣٩,٤١٠
١٩٧٩	١٢٣٢,٣٠٠		

المصدر:

(١) السنوات من ١٩٦٥ - ١٩٧٨ : حابس سماوي ، جغرافية السياحة في الاردن، رسالة ماجستير، الملحق رقم (١٠)، عدد السياح القادمين الى الاردن بين عامي ١٩٥٤-١٩٧٨ حسب جنسياتهم، جامعة الاسكندرية ١٩٨١.

(٢) السنوات من ١٩٧٩-١٩٨١ : دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٨١، ع ٣٢، القادمون والمغادرون من ١٩٧٧ - ١٩٨١، جدول رقم (٥١) ص ٦٢، الاردن ١٩٨١.

(٣) السنوات من ١٩٨١-١٩٨٥ : دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٨٥، ع ٣٦، القادمون والمغادرون من ١٩٨١ - ١٩٨٥، جدول رقم (٤١) ص ٥٠، الاردن ١٩٨٥.

(٤) السنوات من ١٩٨٦-١٩٨٩ : دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٨٩، ع ٤٠، القادمون والمغادرون من ١٩٨٥ - ١٩٨٩، جدول رقم (١/١/١٢) ص ٢٨٩، الاردن ١٩٨٩.

(٥) السنوات من ١٩٩٠-١٩٩٣ : دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٩٣، ع ٤٤، القادمون والمغادرون من ١٩٨٩ - ١٩٩٣، جدول رقم (١/١/١٢) ص ٢٨٤، الاردن ١٩٩٣.

اثر قيام احداث ايلول عام ١٩٧٠. ولكن عدد القادمون عاد وارتفع حيث شهد الاردن حالة استقرار على الصعيد الامني فبلغ عام ١٩٧٢ (٢٩٢,٠٤١) قادم. وارتفع عام ١٩٧٣ ارتفاعاً طفيفاً وذلك لكون المنطقة شهدت حرب تشرين اول من نفس العام فبلغ (٣٠٧,٧٤٨) قادم. وبعد انتهاء الحرب ازدادت اعداد القادمين زيادةً كبيرةً فبلغت عام ١٩٧٤ (٥٥٤,٩١٣) قادم. وذلك بنسبة نمو عن عام ١٩٧٣ بلغت (٨٠٪) تقريباً. ونمت اعداد القادمين نمواً سريعاً خلال السنتين التاليتين فبلغت عام ١٩٧٦ (١,٠٦٣,٤٩٣) قادم بنسبة نمو عن عام ١٩٧٤ تقدر بحوالي (٩٢٪). إلا أن العدد انخفض عام ١٩٧٧ فبلغ (٩٦١,٩٧٢) قادم. حيث شهد ذلك العام حالة ترقب وتوتر اثر زيارة الرئيس المصري انور السادات الى الاراضي المحتلة وأجراء محادثات سلام مع اليهود. ثم نما نمواً ايجابياً فبلغ عام ١٩٨٧ (١,٧٥٠,٣٠٠) قادم. وفي عام ١٩٨٨ ارتفع ارتفاعاً مفاجئاً يقدر بحوالي (٥٠٠,٠٠٠) قادم فبلغ (٢,٢٣٤,٦٠٠) قادم. ويعود هذا الى تخفيض قيمة الدينار الاردني في ذلك العام. مما ادى الى زيادة الطلب الخارجي على السياحة في الأردن. وعلى أثر انتهاء الحرب العراقية الايرانية ارتفع السى (٢,٤٣٤,٠٠٠) قادم عام ١٩٩٠. إلا أن الحال لم يستمر طويلاً، حيث نشأت ازمة الخليج والتي اثرت كثيراً على اعداد القادمين فبلغت عام ١٩٩١ (٢,٠٤٤,٨٠٠) قادم بانخفاض مقداره (٤٠٠,٠٠٠) قادم تقريباً. وبعد انتهاء الازمة تضاعف عدد القادمين فوصل عامي ١٩٩٢ و ١٩٩٣ الى (٤,١٠٨,٤٠٠) و (٤,٢٣٩,٤١٠) قادم على التوالي. وذلك على اثر دخول الاردن بمفاوضات السلام مع الجانب الاسرائيلي. من هنا يمكن القول ان حالة عدم الاستقرار في المنطقة اثرت بشكل مباشر على السياحة الأردنية.

أما بالنسبة للسياحة الداخلية فيبين الجدول رقم (٢-٦) اعداد الزوار الاردنيين للأماكن الاثرية مقارنةً بأعداد السياح الاجانب. ونلاحظ ان هناك اتجاه عام لدى الزوار الاردنيون للذهاب الى الاماكن السياحية القريبة من المدن الرئيسية. مثل المتحف الفلوكلوري، حيث بلغ عدد الزوار الاردنيون اليه عام ١٩٩٥ (٣٩,٣٣٥) زائر، مما يشكل حوالي (٧٥٪) من المجموع الكلي للزوار الى هذا المتحف. وايضاً مدينة العقبة حيث بلغ عدد الزوار الأردنيين حوالي (٦٢١٤) زائر بنسبة (٦٥٪) من المجموع الكلي للزوار اليها. ونجد هذا الاتجاه واضحاً عند مقارنة اعداد الزوار الاردنيين الى مدينة

الجدول (٦-٢)  
 اعداد الزوار للمواقع الأثرية في الأردن  
 حسب الجنسية خلال عام ١٩٩٥

عجلون	ام قيس	العقبة	متحف عمان	المتحف الفلوكلوري	الكرك	متحف مادبا	جرش	البتراء	
٤٤٦٥٠	٥٠١٠٠	٣٢٣٩	٤٨٥١٨	١٠٥٠٠	٥٧٤٧٠	٧٥٢١	١٩٧٩٥٠	٢٩٤٨٠٩	السياح الاجانب
٥٢٧٠٠	١٤٤٦٣٥	٦٢١٤	٥٨١٤	٣٩٣٣٥	١٦٤٣٠	١٣٦٣	٨٥٤٤٧	٤٢٤١٢	السياح الاردنيون
٩٧٣٥٠	١٩٤٧٣٥	٩٤٥٣	٥٤٣٣٢	٤٩٨٣٥	٧٣٩٠٠	٨٨٨٤	٢٨٣٣٩٧	٣٣٧٢٢١	المجموع
-	-	٦٦٧٣	٥٤٣٨١	٣٦٦٠٠	٥٣٨١٢	٨٢٥٠	١٨١٦٩٢	٢٠٠٥٠٥	مجموع عام ١٩٩٥

المصدر: وزارة السياحة، جدول اعداد الزوار للمواقع الأثرية في الأردن حسب الجنسية خلال عام ١٩٩٥، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

جرش والتي تتوسط المدن الرئيسية مثل عمان واربد والزرقاء. حيث بلغ عدد الزوار الكلي اليها عام ١٩٩٥ حوالي (٢٨٣٣٩٧) زائر منهم (٨٥٤٤٧) اردنيون. وبلغت نسبة الزوار الأردنيون الى المجموع الكلي للزوار لمدينة جرش (٣٠٪). وبالمقارنة مع مدينة البتراء البعيدة نسبياً عن المدن الرئيسية، فقد بلغ عدد الزوار اليها عام ١٩٩٥ حوالي (٣٣٧٢٢١) زائر منهم (٤٢٤١٢) اردنيون، بنسبة تصل الى (١٣٪) فقط. ويتضح هذا الاتجاه اكثر عندما نعلم ان عدد الزوار الى مدينة أم قيس بلغ عام ١٩٩٥ (١٤٤٦٣٥) زائر اردني و (٥٠١٠٠) زائر اجنبي. وزار مدينة عجلون (٥٢٧٠٠) زائر اردني و (٤٤٦٥٠) زائر اجنبي. ويعزى هذا الاتجاه الى أن نوعية الخدمات المقدمة الى السائح الاردني بما يتناسب مع دخله غير كافية مثل الإقامة والمأكل. مما يدفعه الى الاكتفاء بزيارة الاماكن القريبة من اقامته.

وفيما يتعلق بالسياحة العربية والخليجية منها، فنلاحظ من الجدول (٢-٧) ان اعداد السياح من دول الخليج العربي، مقارنةً مع السياح الاجانب من دول امريكا واوروبا وجنوب شرق آسيا، تشكل النسبة الأكبر من المجموع الكلي للسياح. حيث ان هذه النسبة بلغت عام ١٩٩٤ حوالي (٦٥٪). وانخفضت عام ١٩٩٥ الى (٥٣٪). وبالتالي فإن الاهتمام بنوعية الخدمات وتطويرها بما يتناسب مع اذواق هذه الفئة من السياح، والتي غالباً ما تكون سياحة علاجية، يعتبر عاملاً رئيسياً ومهماً يدفع بعجلة النمو لقطاع السياحة الى الامام .

## ٢-٣ الفنادق:

### ٢-٣-١ السعة الفندقية:

بلغ عدد الفنادق عام ١٩٦٠ (٣١) فندقاً تحتوي على (٨٤٢) غرفة تضم (١٥٥٦) سرير. ونتيجة لفقدان الاردن للضفة الغربية عام ١٩٦٧، وعلى الرغم من ارتفاع عدد الفنادق الى (٩٠) فندقاً عام ١٩٦٨، فقد انخفض عدد الغرف الى (١٣٣٦) غرفة بطاقة استيعابية مقدارها (٣١٢١) سرير. وقد استمر النمو الايجابي التدريجي في اعداد الفنادق والغرف والاسرة خلال الفترة من ١٩٦٨ ولغاية ١٩٧٨. حيث بلغ عدد الفنادق (١٧٠) فندق تضم (٣٦٤٠) غرفة بسعة (٧٦٥٠) سرير.

وقد شهد الأردن فترة نشاط اقتصادي خلال السنوات ١٩٨٠ ولغاية ١٩٨٣. ازداد على اثرها عدد الفنادق ليصل عام ١٩٨٣ الى (٢٣٣) فندقاً وبلغ عدد الغرف

الجدول (٧-٢)

احداث السياح القادمين حسب الجنسية

للاعوام ١٩٨٩-١٩٩٥

السنة	الدول الامريكية*	الدول الاوروبية	دول الخليج العربي	الدول الاخرى**	دولة اسرائيل	المجموع
١٩٨٩	٤٨٢٥٧	١٢٧١٤٨	٤٥٢٥٥٩	١٣١٨٣	-	٦٤١١٤٧
١٩٩٠	٣٨٥٣٨	١١٧٣٦٦	٤٠٤٥٦٧	١٣٥٥٦	-	٥٧٤٠٢٧
١٩٩١	٢٣٩٧٨	٥٧٩٦٨	٣٤٨٢١٦	٦٤٠١	-	٤٣٦٥٦٣
١٩٩٢	٣٩٢٥٠	١٣٠٨٩٨	٤٩٠٦٢٩	١٢٨٠٤	-	٦٦٣٥٨١
١٩٩٣	٥١٥١٢	١٥١٤٧٥	٥٤٧٠٠٦	١٥٦٠٧	-	٧٦٥٦٠٠
١٩٩٤	٦٩٨٧٨	١٩١٢٨٢	٥٥٣٠٥٠	٣٠٠٥٣	١٠٧٦٧	٨٥٧٦١٠
١٩٩٥	١٠٣٣٤٦	٢٥٥٤٩٦	٥٦٦٥٦١	٤٨٠٦٧	١٠٠٠٧٩	١٠٧٣٥٤٩
النسبة سنة ٩٤	%٨,٢٥	%٢٢,٣١	%٦٤,٤٩	%٣,٥٦	%١,٢٢٥	%١٠٠
النسبة سنة ٩٥	%٩,٦٣	%٢٣,٨	%٥٢,٧٧	%٤,٥	%٩,٣	%١٠٠
التغير ٩٤/٩٥	%٤٧,٨٩	%٣٢,٩٥	%٢,٤٤	%٥١,٤٤	%٨٢٩,٥	%٢٥,١٨

المصدر: وزارة السياحة والآثار، جدول اعداد السياح القادمين حسب الجنسية للاعوام ١٩٨٩-١٩٩٥،  
جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

\*الدول الامريكية هي دول قارتي أمريكا الشمالية والجنوبية.

\*\*الدول الاخرى هي استراليا، نيوزيلندا، اليابان، سنغافوره، هونج كونج، اندونيسيا، افريقيا الجنوبية.



(٧١٦٨) غرفة وعدد الاسرة (١٤٢٧٣) سرير. أما في السنوات التالية والتي شهدت حالة ركود اقتصادي فقد انخفض عدد الفنادق والغرف والاسرة ليصل عام ١٩٨٥ الى (٢٢٣) فندقاً و (٥٤٧٩) غرفة و (١٠١٧٩) سرير. وبعد انتهاء أزمة الخليج وبعد ان شهد النمو في اعداد الفنادق والغرف والاسرة فترة ثبات نسبية خلال ستة اعوام ارتفع العدد عام ١٩٩٣ الى (٢٥٤) فندقاً و (٨٣٨٤) غرفة و (١٦٧٩١) سرير.

### ٢-٣-٢ العاملون في الفنادق:

يتبين لنا من الجدول رقم (٢-٨) ان النمو في عدد العاملين في القطاع الفندقي كان سريعاً جداً خلال الفترة ١٩٨٠ لغاية ١٩٨٣. فقد بلغ عدد العاملين في الفنادق عام ١٩٨٠ حوالي (٢٩٥٣) عامل. ارتفع الى (٤٨٨٦) عامل عام ١٩٨٣، وهي سنة نشاط اقتصادي. وابتداءً من عام ١٩٨٦ وانتهاءً بعام ١٩٩٢ شهد معدل النمو لعدد العمال في الفنادق تصاعداً تدريجياً حيث بلغ عام ١٩٨٦ (٤٨٠٧) عامل. ووصل الى (٦٣٩٨) عامل عام ١٩٩٢. وانخفض بعدها الى (٥٢٩٠) عامل عام ١٩٩٤. ووفق احصاءات وزارة السياحة فإن العمالة الوافدة تشكل ما نسبته (١١٪) من اجمالي العمالة في هذا القطاع وذلك لعام ١٩٩٥<sup>(٥)</sup>.

### ٢-٣-٢ توزيع الفنادق وتصنيفها بعدد النجوم:

بلغ عدد الفنادق المصنفة والمنتجعات الكلي في الأردن عام ١٩٩٥ (١٤٦) فندقاً ومنتجعين. ويلاحظ من الجدول (٢-٩) ان عمان تحظى بنصيب الاسد منها، حيث بلغ عدد الفنادق فيها (٩٨) فندقاً وعدد المنتجعات اثنين. تحتوي على (٦٠٥٨) غرفة و (١١٠١٥) سرير. وبلغ عدد العاملين فيها (٤٢٩٤) عامل. وذلك لموقعها المتوسط على خارطة الاردن، وتوفر الخدمات فيها بشكل متميز عن باقي المناطق الاخرى. وتأتي العقبة في المرتبة الثانية بعد عمان من حيث عدد الفنادق الذي بلغ (٢٧) فندقاً، تحتوي على (١٤٤٥) غرفة و (٢٩٣٩) سرير. ويعمل فيها (٨٠٣) عامل. اما البتراء فتضم

**الجدول (٢-٨)**  
**احداث الفنادق والغرف والاسرة والعمالون**  
**خلال الفترة ١٩٦٠-١٩٩٣**

السنة	الفنادق	الغرف	الاسرة	العمالون	السنة	الفنادق	الغرف	الاسرة	العمالون
١٩٦٠	٣١	٨٤٢	١٥٥٦	-	١٩٧٧	١٤٥	٢٨٥٣	٦٠٨٢	-
١٩٦١	٣١	٩١٨	١٧٠٥	-	١٩٧٨	١٧٠	٣٦٤٠	٧٦٥٠	-
١٩٦٢	٣٧	١٥٠١	١٩٧٩	-	١٩٧٩	١٥٦	٣٦٨٩	٧٦١٣	-
١٩٦٣	٣٧	١١٩٧	٢١٩٥	-	١٩٨٠	١٧٠	٤٣٧٢	٩٠٣٧	٢٩٥٣
١٩٦٤	٥١	١٥٨٩	٣٠٥٦	-	١٩٨١	١٧٧	٥٠٠١	١٠٥٦٢	٣٣٥٢
١٩٦٥	٥٩	٢٠٤٣	٣٩٤١	-	١٩٨٢	٢١٩	٦٣٧٣	١٢٦٩٣	٤٠٨٨
١٩٦٦	٦٧	٢٤٨٦	٤٩٠٩	-	١٩٨٣	٢٣٣	٧١٦٨	١٤٢٧٣	٤٨٨٦
١٩٦٧	٨٧	٣٠٧٦	٥٩٩١	-	١٩٨٤	٢٢٦	٧٠٥٦	١٤٠٤٢	٤٨٤٥
١٩٦٨	٩٠	١٣٣٦	٣١٢١	-	١٩٨٥	٢٢٣	٥٤٧٩	١٠١٧٩	٤٣١٨
١٩٦٩	٩١	١٤٤٩	٣٣٢٩	-	١٩٨٦	٢١٥	٦٩٢٩	١٣٧٣٦	٤٨٠٧
١٩٧٠	٩٢	١٤٤٨	٣٣٩٦	-	١٩٨٧	٢٢٠	٧١٨١	١٤٢٢٩	٥٠٢١
١٩٧١	٩٤	١٥٤٤	٣٦٠٣	-	١٩٨٨	٢١٩	٧٢٦٥	١٤٣٠٨	٥٦٩٨
١٩٧٢	٩٩	١٥٥٦	٣٦٣٩	-	١٩٨٩	٢٢٣	٧٤٥٨	١٥١٣٤	٦١٠٢
١٩٧٣	١٠٢	١٥٦٧	٣٧٤٧	-	١٩٩٠	٢٢٤	٧٥٧٦	١٥٣٠٢	٦١٧٤
١٩٧٤	١٠٥	١٦٦٠	٣٨٨٧	-	١٩٩١	٢٢٣	٧٥٩٢	١٥٦٢٤	٦٢٥٤
١٩٧٥	١١٩	٢٠٤٨	٤٦٧٤	-	١٩٩٢	٢٤١	٨٠٨٣	١٦٣١٥	٦٣٩٨
١٩٧٦	١٣١	٢٢٨٧	٥٢٥١	-	١٩٩٣	٢٥٤	٨٣٨٤	١٦٧٩١	٥١٠٧

المصدر:

(١) السنوات من ١٩٦٠ - ١٩٧٨ : حابس سماوي ، جغرافية السياحة في الاردن، رسالة ماجستير، الملحق رقم (١٣)، تطور عدد الفنادق والاسرة والغرف في الاردن للفترة ١٩٦٠-١٩٧٨، جامعة الاسكندرية ١٩٨١.

(٢) السنوات من ١٩٧٩ - ١٩٨١ : دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٨٢، ٣٣ع، الفعاليات السياحية، تطور القوى العاملة في الفعاليات السياحية خلال ١٩٧٦-١٩٨١، جدول رقم (٤١، ٤٢) ص ٥٣، ٥٤، على التوالي، الاردن ١٩٨٢.

(٣) السنوات من ١٩٨٢ - ١٩٨٩ : دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٨٩، ٤٠ع، الفعاليات السياحية، تطور القوى العاملة في الفعاليات السياحية خلال ١٩٨٢-١٩٨٩، جدول رقم (١/٢/١٢، ٣/٢/١٢) ص ٣١٥، ٣١٧، على التوالي، الاردن ١٩٨٩.

(٤) السنوات من ١٩٩٠ - ١٩٩٣ : دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٩٣، ٤٤ع، الفعاليات السياحية، تطور القوى العاملة في الفعاليات السياحية خلال ١٩٨٩-١٩٩٠، جدول رقم (٢/٢/١٢، ٣/٢/١٢) ص ٣١١، ٣١٢، على التوالي، الاردن ١٩٩٣.

\* بلغ عدد العاملين عام ١٩٩٤ (٥٢٩٠) عامل.

الجدول (٢-٩)

الفنادق والغرف والاسرة والعاملون وتصنيف الفنادق

في الأردن عام ١٩٩٥

منتجعات	نجمة واحدة	نجمتان	ثلاثة نجوم	اربعه نجوم	خمس نجوم	خمس نجوم ديوكس	مجموع العاملين	اجنب	اردنيون	عدد الاسرة	عدد الغرف	عدد الفنادق	
٧	٣٥	٣٢	٢٠	٥	٣	٣	٤٢٩٤	٢٣٩	٤٠٥٥	١١٠١٥	٦٠٥٨	١٠٠	عمان
-	١٤	٦	٦	١	-	-	٨٠٣	٣٥٥	٤٨٨	٢٩٣٩	١٤٤٥	٢٧	العقبة
-	٧	١	-	٤	-	-	٤٩٧	٧	٤٩٠	١١٠٩	٥٥٧	٧	البتراء
-	٣	١	٢	-	-	-	٩٢	١٧	٧٥	٤٥٤	٢٠٠	٦	لربد
-	١	٧	-	-	-	-	٩١	١٩	٧٢	٣٤٩	١٧٦	٨	المدن الأخرى
٧	٥٥	٤٧	٢٨	١٠	٣	٣	٥٧٧٢	٦٣٢	٥١٤٠	١٥٨٦٦	٨٤٣٦	١٤٨	مجموع العام

المصدر: وزارة السياحة، جدول الفنادق والغرف والاسرة والعاملون وتصنيف الفنادق في الأردن عام

١٩٩٥، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

سبعة فنادق و (٥٥٧) غرفة و (١١٠٩) سرير ويعمل بها (٤٩٢) عامل. وفي اربد يوجد (٦) فنادق تحتوي على (٢٠٠) غرفة و (٤٥٤) سرير ويعمل بها (٩٢) عامل. أما باقي فنادق المملكة وعددها ثمانية فنتوزع على باقي المدن الاخرى. وتحتوي على (١٧٦) غرفة، و (٣٤٩) سرير بينما بلغ عدد العاملين فيها (٩١) عامل.

ومن حيث التصنيف حسب النجوم، ففي الأردن (٦) فنادق خمسة نجوم عام ١٩٩٥، وجميعها موجودة في العاصمة عمان. بينما وُجِدَتْ (١٠) فنادق اربعة نجوم، خمسة منها في عمان واربعة في البتراء وواحد في العقبة. وبالمقارنة مع العدد الكلي للفنادق والبالغ (١٤٨) فندقاً، فإن نسبة الفنادق المتميزة والبالغة (١١٪) تقريباً تُعدُّ ضئيلة جداً. ولذلك وجب تحسين مستوى الخدمة الفندقية وتوزيعها بشكل اكثر عدالة على كافة المناطق السياحية. وذلك لتوفير الراحة للسائح. خصوصاً إذا ما علمنا ان هناك منافسة للعقبة من الدول المجاورة. وان الخدمات في ايلات المقابلة للعقبة والمطلّة عليها ضخمة جداً من حيث المنتجعات السياحية والفنادق المتميزة. وايضاً المنافسة من دولة مصر ومنتجعاتها على البحر الاحمر وفي شبه جزيرة سيناء. وبالتالي لا بد من تطوير الخدمات السياحية في العقبة خوفاً من فقدان السوق السياحية لصالح الدول المجاورة.

## ٢-٤ النفقات السياحية:

يتبين من الجدول (٢-١٠) ان النفقات السياحية بلغت عام ١٩٦٧ حوالي (٥,٣٥) مليون دينار. ارتفعت عام ١٩٦٩ الى (٧,٩٨) مليون دينار. بنسبة نمو مقدارها (٥٠٪) تقريباً. وواصلت النفقات نموها فبلغت عام ١٩٧٤ (١٧,٤٣) مليون دينار بنسبة نمو تُقدر بحوالي (١١٨٪) عن عام ١٩٦٩. إلا ان النمو الحقيقي يُعدُّ اقل من ذلك بكثير وذلك لكون عام ١٩٧٣ شهد ارتفاعاً كبيراً بالأسعار نتج عن ارتفاع اسعار النفط الخام. وارتفعت النفقات السياحية ارتفاعاً تدريجياً حتى بلغت عام ١٩٨٠ (١٠٧,٨٥) مليون دينار بنسبة نمو مقدارها (٥١٨,٨٪) عن عام ١٩٧٤. وفي عام ١٩٨٥ بلغت النفقات السياحية (١٦٦,٤٠) مليون دينار ووصلت نسبة النمو الى (٥٤٪) عن عام ١٩٨٠. وذلك بعد ان شهدت بداية الثمانينات فترة نشاط اقتصادي. وعلى الرغم من ارتفاع النفقات السياحية عام ١٩٨٩ الى (٢٤٢,٤٠) مليون دينار، بنسبة نمو وصلت الى (٦١٪)، إلا أن تخفيض الدينار الاردني عام ١٩٨٨ يُعدُّ العامل الرئيسي في هذا الارتفاع الكبير. وبمعنى آخر ان النمو الحقيقي ربما يكون في هذه السنه سلبياً فيما لو أخذنا بعين

الجدول (١١-٣)

توزيع التسهيلات الائتمانية للبنوك المرخصة حسب القطاعات

خلال السنوات ١٩٧٨-١٩٩٣

(مليون دينار)

قطاع عام	سياحة خاص	اخرى	اصحاب المهن والافراد	مؤسسات مالية	سياحة ورفائيق ومطاعم	خدمات النقل	انشاءات	تجارة عامة	صناعة	تحنين	زراعة	بلديات ومؤسسات عامة	المجموع	نهاية السنة
٠,٠٢٤	٦,٥٨٨	١٩,٣٢٢	٢١,٢١٢	١,١٨٤	٦,١١٢	٨,٣٧٩	١٠٠,٥٤١	١٠٠,٥٤١	٣٦,٥٧٨	١,٧١١	١٢,٧٠٦	٢٤,٠٢٣	٣٣٢,٧٩٩	١٩٧٨
٠,٠٢٨	٩,٦٢٩	١٧,٠٨٢	٢٩,٦٦٢	٤,٧٥٦	٩,٦٥٧	١٣,٠٤٠	١٥٠,٩٩٤	١٣٤,٢٢٦	٥٦,٤٧٧	٤٠,٣٢٨	١٧,٣٦١	٢٧,٧٥٦	٤٦٥,٠٥٩	١٩٧٩
٠,٠٣٢	١١,٨١١	٢٠,٢٧٣	٣٨,٧١٧	٨,٦٩٩	١١,٨٤٣	١٤,٤٧٩	١٨٠,٧٥٨	١٦٦,٩٥٦	٦٨,٧١٨	٤,٣٥٧	١٧,٢٠٥	٣١,٨٥١	٥٦٣,٨٥٦	١٩٨٠
٠,٠٤٥	١٥,٨٤٥	٣١,٤٧١	٦٠,٨٢٤	٩,٣٥٩	١٥,٨٩٠	٢٣,٢٨٦	٢٠١,٠٣٦	٢٢٥,٧٩١	٨٢,٤٣٧	٦,٨٢٧	١٩,٣٨٦	٤٥,٠٠٠	٧٣١,٣١٧	١٩٨١
٠,٠٦٥	٢٠,٤٢١	٤١,١٧٤	٦٩,٥٩٦	١٩,٦٠٢	٢٠,٤٨٥	٣٢,٨٨٧	٢١٦,٧٥٣	٢٨٤,٩٤٤	٩٨,٥٣٢	١٤,٠٦٩	٢٤,٦٣٠	٦٤,٤٩٩	٨٨٢,١٧١	١٩٨٢
٠,٠٦٥	٢٥,٦١٨	٤٢,٩٩٨	١٠٨,٠٩٦	٢٥,٦٣٧	٢٥,٦٨٣	٥٠,٤٨٣	٢١٧,٣٤٥	٢٧٦,٦٥٠	١١٨,٤٢٨	٢٠,٥٤٢	٢٥,٦٢٦	٦٥,٤٣٤	١,٠٣٠,٩٢٢	١٩٨٣
٠,٠٨٥	٢٣,٦٣١	٥٠,٩١٣	١٢١,٤٥٩	٢٩,٥٩٢	٢٣,٧١٦	٥٨,٤٨٢	٣٢٤,٠٥٥	٢٩٦,٠٩٧	١٤٢,٣٧٢	٢٧,٤١٦	٢٥,٦٥٩	٨٥,٠٦٤	١,١٨٤,٨٢٥	١٩٨٤
٠,١١٧	٢٩,٧٠٨	٥٢,٢٢١	١٢٧,٥٢٣	٢٦,٩٣٣	٢٩,٨٢٥	٦٤,٠٢٩	٣٣١,٥٦٩	٣٠٨,٥٥٥	١٥٧,١٦٥	٣٢,٠٧٠	٢٦,٢٩٨	١١٧,١٨٨	١,٢٧٤,٤٦٦	١٩٨٥
٠,١٤٣	٣٧,٣٨٨	٥٢,٤٥٤	١٣٧,٢٥٥	٢٩,٢٠٩	٣٧,٥٣٠	٤٩,٣٦٤	٣٥٣,٦٧٨	٣٢٨,٧٤٤	١٧٦,٧٤٣	٤٤,٢١٨	٣٢,٦١٧	١٤٢,٤٨٣	١,٣٩٥,٤١٢	١٩٨٦
٠,٢٠٤	٣٢,٣١٨	٦٤,٤٨٢	١٥٩,٣١٢	٣١,٤٥٤	٣٢,٥٢٢	٣٨,٧٩٩	٣٥٨,٢٤٧	٣١٣,٧٧٣	١٧٥,٣١٢	٤٥,٣٥٥	٤٠,٠٢٤	٢٠٣,٨٠٣	١,٥١٣,٠٣٣	١٩٨٧
٠,٢١٦	٢٦,٨٢٠	٦١,٣٧٦	٢٠٢,٠٤٣	٢٩,٢٨٢	٢٧,٠٣٦	٥١,٩٩٦	٣٧٤,٤٧٦	٤٠٢,٤٨٠	١٨٨,١٥٨	٣٣,٢٨٢	٤٧,١٥٦	١١٥,٧٧٧	١,٦٢٤,٠١٢	١٩٨٨
٠,٢١٨	٣٠,٥٨٩	٧٥,٧٠٠	٢٥٢,٨٠٠	٣١,٣٠٠	٣٠,٨٠٧	٤٢,٩٠٠	٣٩٩,١٠٠	٣٩١,٥٠٠	٢١٩,٧٠٠	١٩,٣٠٠	٤٧,٤٠٠	٢١٧,٧٠٠	١,٧٢٩,٢٠٠	١٩٨٩
٠,٢١٩	٣٣,٠٤٤	١١٠,٨٠٠	٢٨٨,٥٠٠	٤٥,٥٠٠	٣٣,٢٦٣	٤٢,٥٠٠	٤٢٢,٧٠٠	٤٠٧,٨٠٠	٢٢٤,٦٠٠	١٢,٣٠٠	٥٣,٧٠٠	٢١٨,٨٠٠	١,٨١٣,٥٠٠	١٩٩٠
٠,٢٠٢	٣١,٥٧٢	١١٠,١٠٠	٣١٨,٨٠٠	٣٥,٦٠٠	٣١,٧٧٢	٦٥,٥٠٠	٤٣٦,٣٠٠	٤٦٥,٩٠٠	٢٤٥,٣٠٠	٥,٢٠٠	٤٩,٨٠٠	٢٠١,٥٠٠	١,٩٦٥,٨٠٠	١٩٩١
٠,٢١٤	٣٧,٥٨٦	١٦٠,٨٠٠	٣٧٥,٣٠٠	٤٨,٨٠٠	٣٧,٣٠٠	٥٤,٠٠٠	٤١٣,٢٠٠	٥٢٥,١٠٠	٢٦٥,٨٠٠	٢٠,٠٠٠	٥٤,٤٠٠	٢١٣,٦٠٠	٢,٢١٨,٣٠٠	١٩٩٢
٠,٢٥٨	٥٨,٥٤٢	٢٠٤,٤٠٠	٤١٥,٥٠٠	٥٤,٢٠٠	٥٨,٨٠٠	٦٠,٩٠٠	٥١٣,٧٠٠	٦٠٧,٥٠٠	٣٢٦,٨٠٠	٥٣,٣٠٠	٦٤,٧٠٠	٢٥٨,١٠٠	٢,٦١٦,٩٠٠	١٩٩٣

المصدر:

(١) السنوات من ١٩٧٨-١٩٨٩ : دائرة الاحصاءات العامة، التشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٨٩، ع ٤٠، توزيع تسهيلات الائتمانية للبنوك المرخصة حسب القطاعات ١٩٧٨-١٩٨٩، جدول رقم (١٠/١٧) ص ٤٠٥، الأردن ١٩٨٩.

(٢) السنوات من ١٩٩٠-١٩٩٣ : دائرة الاحصاءات العامة، التشرة الاحصائية السنوية لعام ١٩٩٣، ع ٤٤، توزيع تسهيلات الائتمانية للبنوك المرخصة حسب القطاعات ١٩٨٨-١٩٩٣، جدول رقم (١٢/١٧) ص ٤٠٩، الأردن ١٩٩٣.

الجدول (٢-١٠)

الدخل والنفقات السياحية في الأردن

خلال ١٩٥٤-١٩٩٥ (مليون دينار)

السنة	الدخل السياحي	النفقات السياحية	الميزان	% نسبة الدخل السياحي الى الناتج القومي	السنة	الدخل السياحي	النفقات السياحية	الميزان	% نسبة الدخل السياحي الى الناتج القومي
١٩٥٤	٢,٢١	١,٢٣	٠,٨٨+	%٤,١	١٩٧٥	٣٥,٧٢	٣٣,٧٦	١,٩٦+	%١٣,٩
١٩٥٥	٢,٤٥	١,١٣	١,٣٢+	%٤,٣	١٩٧٦	٦٨,٨٦	٣٢,١٤	٣٦,٧٢+	%١٣
١٩٥٦	١,٤٩	٠,٩٠	٠,٩٥+	%٢,٢	١٩٧٧	٩٥,٢١	٣٥,١٠	٦٠,١١+	%١٥,٤
١٩٥٧	١,٢٢	١,٦٨	٠,٤٦-	%١,٦	١٩٧٨	١٠٤,٢٩	٦٣,٥٩	٤٠,٧٠+	%١٤,٧
١٩٥٨	١,٢٢	١,٦١	٠,٣٩-	%١,٥	١٩٧٩	١٣٣,٣٤	٨٩,٧٢	٤٣,٦٢+	%١٣,٥
١٩٥٩	٢,٨٥	١,٩٣	٠,٩٢+	%٣,٣	١٩٨٠	١٥٤,٩٢	١٠٧,٨٥	٤٧,٠٧+	%١٢,٩
١٩٦٠	٣,٢٣	٢,٢٢	١,٠١+	%٣,٥	١٩٨١	١٨٠,٨٠	١٢١,٦٠	٥٩,٢٠+	%١١,٨٤
١٩٦١	٤,٣٤	٢,٤٤	١,٩٠+	%٣,٨	١٩٨٢	١٨٣,٥٠	١٣١,٣٠	٥٢,٢٠+	%١٠,٣٩
١٩٦٢	٥,٠٥	٣,٤٢	١,٦٣+	%٤,٤	١٩٨٣	١٨٣,١٠	١٣٢,٤٠	٥٠,٧٠+	%٩,٧٥
١٩٦٣	٦	٣,٢٠	٢,٨٠+	%٥	١٩٨٤	١٧٣,٣٠	١٤٦,٥٠	٢٦,٨٠+	%٨,٦٩
١٩٦٤	٨,٠٢	٣,٦٣	٤,٣٩+	%٥,٧	١٩٨٥	٢٠٤,٢٠	١٦٦,٤٠	٣٧,٨٠+	%١٠,١٣
١٩٦٥	٩,٨١	٤,٢٩	٥,٥٢+	%٦,٢	١٩٨٦	١٨٦,٣٠	١٥٥,٢٠	٣١,١٠+	%٨,٦٨
١٩٦٦	١١,٢٦	٥,٢٣	٦,٠٣+	%٦,٤	١٩٨٧	١٩٦,٤٠	١٥٠,٧٠	٤٥,٧٠+	%٩,١٠
١٩٦٧	٦,٧٩	٥,٣٥	١,٤٤+	%٣,٧	١٩٨٨	٢٣٠,٨٠	١٧٨,٣٠	٥٢,٥٠+	%١٠,٦١
١٩٦٨	٤,٦	٥,٧٠	١,١٠-	%٢,٧	١٩٨٩	٣١٤,٦٠	٢٤٢,٤٠	٧٢,٢٠+	%١٤,٤٣
١٩٦٩	٤,٥٣	٧,٩٨	٣,٤٥-	%٢,٢	١٩٩٠	٣٣٩,٨٠	٢٢٢,١٠	١١٦,٠+	%١٣,٩٩
١٩٧٠	٤,٨٥	٩,٤٣	٤,٥٨-	%٢,٥	١٩٩١	٢١٦,٠٠	١٩١,٩٠	٢٤,١٠+	%٨,٢٠
١٩٧١	٦,٣٥	٩,٦٩	٣,٣٤-	%٣,١	١٩٩٢	٣١٤,٣٠	٢٣٨,١٠	٧٦,٢٠+	%٩,٥٠
١٩٧٢	٨,٣٠	١١,٢٧	٢,٩٧-	%٣,٦	١٩٩٣	٣٩٠,٢٠	٢٣٩,١٠	١٥١,٠+	%١٠,٤٥
١٩٧٣	١٠,٧١	١١,٢٨	٠,٥٧-	%٤,٢	١٩٩٤	٤٠٦,٤٠	٢٧٥,٣٠	١٣١,١+	%٩,٨٣
١٩٧٤	١٧,٢٩	١٧,٤٣	٠,١٤-	%٥,٢	١٩٩٥	٢٢٥,٣٠	١٢٦,٧٠	٩٨,٦٠+	-

المصدر:

(١) السنوات من ١٩٥٤ - ١٩٧٨ : حابس سماوي ، جغرافية السياحة في الاردن، رسالة ماجستير،  
الدخل السياحي في الاردن ومساهمته في الدخل القومي بين عامي ١٩٥٤-١٩٧٨، الملحق رقم (٥٢)،  
جامعة الاسكندرية ١٩٨١.

(٢) السنوات من ١٩٧٩-١٩٩٥ : وزارة السياحة، جدول الدخل والنفقات السياحية في الاردن ، جدول  
غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.  
\*حسابات سنة ١٩٩٥ لأول ستة أشهر.

الاعتبار اثر التخفيض. وتراجعت قيمة النفقات خلال عامي ١٩٩٠ و ١٩٩١ فبلغت (٢٢٣,١٠) و (١٩١,٩٠) مليون دينار على التوالي. وذلك لتأثر الاقتصاد بأحداث ازمة الخليج. إلا أن النفقات عادت وارتفعت مجدداً بعد انتهاء الازمة فوصلت عام ١٩٩٤ الى (٢٧٥,٣٠) مليون دينار بنسبة نمو مقدارها (٤٤%) تقريباً.

## ٢-٥ الاستثمارات السياحية (القروض والتسهيلات الائتمانية الممنوحة لقطاع السياحة من قبل البنوك المرخصة):

تبين من الجدول (٢-١١) ان القروض والتسهيلات الائتمانية الممنوحة لقطاع السياحة من قبل البنوك المرخصة عام ١٩٧٩ بلغت حوالي (٩,٧) مليون دينار. ولو أخذنا نسبة القروض الى الناتج القومي الاجمالي فنجد بأنها تصل الى (١%) من نفس العام. مما يدل على ان دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية ليس رئيسياً. وقد ارتفع حجم القروض والتسهيلات الائتمانية السياحية فوصلت الى (١٥,٩) مليون دينار عام ١٩٨١ بنسبة نمو عن عام ١٩٧٩ مقدارها (٦٤%) إلا أنها حافظت على نفس النسبة المتدنية من الناتج القومي الاجمالي والبالغة (١%) فقط.

ونما حجم القروض فوصل عام ١٩٨٦ الى (٣٧,٥) مليون دينار. بنسبة نمو مقدارها (١٣٦%) عن عام ١٩٨١. وازدادت نسبة القروض الى الناتج القومي الاجمالي فبلغت (٢%). وازداد الاعتماد على البنوك كمصدر تمويل للمشاريع السياحية. وانخفضت هذه النسبة خلال الاعوام ١٩٨٨ ولغاية ١٩٩٢ الى (١%) وذلك على أثر الاحداث الاقتصادية والسياسية التي شهدتها المنطقة خلال هذه الفترة. مثل، تخفيض الدينار الاردني، وحرب الخليج. وعلى اثر انتهاء ازمة الخليج عادت القروض السياحية وارتفعت فبلغت (٥٨,٨) مليون دينار عام ١٩٩٣. بنسبة نمو مقدارها (٥٨%) عن عام ١٩٩٢. كما ارتفعت نسبة القروض الى الناتج القومي الاجمالي فوصلت الى (٢%) من نفس العام. وبلغت نسبة التسهيلات الائتمانية السياحية الممنوحة للقطاع الخاص الى نسبتها للقطاع العام حوالي (٣٤,٧%) عام ١٩٧٩. وارتفعت هذه النسبة عام ١٩٨٣ الى (٣٩,٢%). انخفضت بعدها الى ان وصلت عام ١٩٩٣ الى (٢٢,٧%) تقريباً. مما يعني ان الاستثمارات الحكومية في قطاع السياحة ضئيلة جداً. ويعطينا مؤشراً على ان الاستثمارات في القطاع السياحي تعتمد بشكل كبير على القطاع الخاص.

أما عن نسبة التسهيلات الائتمانية الممنوحة لقطاع السياحة (عام+خاص) الى المجموع الكلي للتسهيلات الائتمانية الممنوحة للقطاعات العام والخاص، فبلغت عام ١٩٧٩ حوالي (٢٪). إرتفعت في عام ١٩٨٣ الى (٣٪). أما في عام ١٩٩٣ فوصلت هذه النسبة الى (٢٪) تقريباً. وعند مقارنتها مع مثيلاتها من القطاعات الأخرى. نجد ان قطاع السياحة يحتل مركزاً متأخراً بينها. حيث ان نسبة التسهيلات الائتمانية الممنوحة لقطاع الصناعة الى المجموع الكلي للتسهيلات في الاقتصاد بلغت عام ١٩٩٣ حوالي (١٢,٥٪) بينما بلغت نسبتها الى الناتج القومي الاجمالي حوالي (٨,٨٪) من نفس العام. وبلغت النسبة لقطاع الانشاءات وقطاع التجارة العامة الى المجموع الكلي للتسهيلات في نفس العام حوالي (٢٠٪) و (٢٣٪) على التوالي. بينما بلغت النسبة الى الناتج القومي الاجمالي حوالي (١٤,١٪) و (١٧,٦٪) على التوالي. ويتساوى نصيب قطاع السياحة من التسهيلات مع قطاعات الزراعة والتعدين وخدمات النقل بشكل تقريبي. حيث بلغت نسبة التسهيلات الائتمانية لهذه القطاعات الى المجموع الكلي للتسهيلات (٣٪) و (٢٪) و (٢٪) على التوالي. في حين بلغت النسبة الى الناتج القومي الاجمالي حوالي (٢٪) و (١٪) و (٢٪) على التوالي عام ١٩٩٣. نستدل من هذه النسب أن حجم الاستثمار في قطاع السياحة منخفض إذا ما قارناه بالقطاعات الأخرى. وأنه لا يشكل سوى الجزء اليسير من حجم الاستثمار الكلي، وذلك لشح المشاريع الاستثمارية المقدمة من الحكومة. وعدم توفر معلومات كافية حول جدوى الاستثمار في القطاع ونقص الموارد الاقتصادية اللازمة لتنفيذ هذه المشاريع.

## ٢-٦ الدخل السياحي وميزان السياحة :

بلغ الدخل السياحي عام ١٩٦٦ حوالي (١١,٢٦) مليون دينار. وقد شكل ما نسبته حوالي (٦,٤٪) من الدخل القومي الاجمالي. وحقق ميزان السياحة (الدخل- النفقات) فائضاً مقداره (٦,٠٣) مليون دينار. كما ويتبين لنا من الجدول (٢-١٠) ان الدخل انخفض عام ١٩٦٨- بعد ان شهدت المنطقة حرب عام ١٩٦٧- الى (٤,٦) مليون دينار. وشكل ما نسبته (٢,٧٪) من الدخل القومي الاجمالي. وحقق ميزان السياحة عجزاً مقداره (١,١٠) مليون دينار. وعلى الرغم من ارتفاع الدخل السياحي خلال الفترة ١٩٦٨ ولغاية ١٩٧٤، إلا أن ميزان السياحة حقق عجزاً متواصلًا خلال هذه الفترة، التي شهدت ازمتا داخلية وحروب اقليمية، فبلغ الدخل عام ١٩٧٤ حوالي



(١٧,٢٩) مليون دينار. وشكل ما نسبته (٥,٢%) من الناتج القومي الاجمالي. بينما بلغ العجز في الميزان (٠,١٤) مليون دينار. وارتفع الدخل السياحي عام ١٩٧٥ الى (٣٥,٧٢) مليون دينار بنسبة نمو عن عام ١٩٧٤ مقدارها (١٠,٧%) تقريباً. وكما ذكرنا في السابق عند الحديث عن النفقات السياحية ان السبب الرئيسي في هذا الارتفاع الكبير يُعزى الى التضخم في الاسعار الناتج عن ارتفاع اسعار النفط الخام. ولكن عند النظر الى نسبة مساهمة الدخل السياحي في الناتج القومي الاجمالي نجد انها بلغت (١٣,٩%) عام ١٩٧٥. حيث تضاعفت النسبة ثلاثة اضعاف تقريباً عن عام ١٩٧٤. مما يعطينا مؤشراً واضحاً ان حجم قطاع السياحة في الاقتصاد الاردني أخذ بالنمو بشكل كبير. وحقق ميزان السياحة في ذلك العام فائضاً مقداره (١,٩٦) مليون دينار. واستمر الدخل السياحي بالارتفاع فبلغ عام ١٩٧٧ حوالي (٩٥,٢١) مليون دينار. وبلغت نسبة النمو عن عام ١٩٧٥ حوالي (١٦٧%). وبلغت نسبة الدخل السياحي الى الناتج القومي الاجمالي حوالي (١٥,٤%). بينما ارتفع الفائض في ميزان السياحة ارتفاعاً كبيراً وصل الى (٦٠,١١) مليون دينار. أي تضاعف ثلاثين ضعفاً تقريباً خلال سنتين. وارتفع الدخل السياحي تدريجياً وبنسب نمو جيدة، حتى بلغ عام ١٩٨٥ حوالي (٢٠٤,٢٠) مليون دينار. وتراجعت نسبة مساهمته في الناتج القومي الاجمالي الى (١٠,١٣%). وحقق ميزان السياحة فائضاً مقداره (٣٧,٨٠) مليون دينار. بنسبة نمو مقدارها (٤١%) عن عام ١٩٨٤.

وخلال الركود الاقتصادي انخفض الدخل في عامي ١٩٨٦ الى (١٨٦,٣٠) مليون دينار. وحقق الفائض في ميزان السياحة نمواً سلبياً عام ١٩٨٦ بلغ (١٨%-)، إلا أنه عاد وارتفع عام ١٩٨٧ فبلغت نسبة النمو حوالي (٤٧%)، بعد ان بلغ الدخل السياحي لنفس العام حوالي (١٩٦,٣) مليون دينار.

وعلى اثر نشوء ازمة الخليج وخاصة في عام ١٩٩١. انخفض الدخل السياحي الى (٢١٦) مليون دينار بعد ان وصل الى (٣٣٩,٨) مليون دينار عام ١٩٩٠. وتراجعت نسبته الى الناتج القومي الاجمالي فبلغت (٨,٢٠%). بينما حقق الميزان فائضاً مقداره (٢٤,١٠) مليون دينار. بنسبة نمو بلغت (٧٩%-) عن عام ١٩٩٠.

وبعد انتهاء الازمة عام ١٩٩٢، ارتفع الدخل الى (٣١٤,٣٠) مليون دينار. بنسبة نمو مقدارها (٤٦%) عن عام ١٩٩١. وازداد الفائض في ميزان السياحة فبلغ (٧٦,٢)

مليون دينار بنسبة نمو (٢١٦٪). وقد ساهم دخول الاردن بمفاوضات السلام مع اليهود، واستقرار المنطقة أمنياً، بارتفاع الدخل السياحي حتى بلغ عامي ١٩٩٣ و ١٩٩٤ (٣٩٠,٢٠) و (٤٠٦,٢٠) مليون دينار على التوالي. وبلغت نسبة النمو عام ١٩٩٤ (٢٩٪) عن عام ١٩٩٢. وتراوحت نسبة الدخل الى الناتج القومي الاجمالي بحدود (١٠٪). وحقق الميزان فائضاً عامي ١٩٩٣ و ١٩٩٤ مقداره (١٥١,١٠) و (١٣١,١٠) مليون دينار على التوالي.

نستطيع الآن بعد ان استعرضنا واقع قطاع السياحة الاردني ان نقوم بتلخيص اهم الخصائص والمشاكل التي تواجهه. فقد لاحظنا مدى تأثير القطاع وحساسيته للأحداث السياسية والتقلبات الاقتصادية في المنطقة. حيث ان ازمة سياسية تعكس مباشرة على اعداد السياح القادمين والاستثمارات السياحية تأثراً بالغاً بذلك. ويشكل هذا الدخل نسبة مرتفعة من الناتج القومي الاجمالي. وذلك على الرغم من قلة الاستثمارات السياحية وتذبذبها من سنة لأخرى. حيث تتركز هذه الاستثمارات في منطقة عمان في حين تنتشر المواقع الاثرية والسياحية في جميع انحاء المملكة. الامر الذي يؤدي الى نقص المرافق والتسهيلات الملائمة للسياحة. وتنفذ العديد من المشاريع بدون اعداد دراسات جدوى اقتصادية. ويلاحظ ايضاً تدني مستوى الاستثمار الحكومي في القطاع برغم كونه مصدراً جيداً لجلب العملات الصعبة، كما تفنقر الاجهزة الحكومية المختلفة للتنسيق فيما بينها في مجال دعم السياحة، وايضاً هناك ضعف في التواصل ما بين القطاعين العام والخاص.

ويشكل المغتربون الاردنيون والعرب رافداً جيداً للقطاع على الرغم من قلة الاهتمام بهم ومحدودية البرامج التي تساعد على اطالة مدة اقامتهم. وينصب الاهتمام على السياح الاجانب فقط. ويلاحظ ايضاً نقص الكوادر والايدي العاملة المدربة في مختلف مجالات السياحة الامر الذي انعكس سلبياً على المستويات التسويقية والتخطيطية والادارية.

## ٢-٧ الخطط التنموية في الأردن وقطاع السياحة :

هدفت الخطط التنموية المتعاقبة الى التغلب على المشاكل التي تواجه القطاع، وتحديد اولوياته واهدافه. ونلخص فيما يلي اهم الاهداف التي جاءت في هذه الخطط.

## ٢-٧-١ الأهداف السياحية في الخطط التنموية المتعاقبة<sup>(١)</sup>:

١. زيادة دخل المملكة السياحي، وتحقيق فائض متزايد في رصيد الدخل والمدفوعات السياحية.
٢. تنشيط العمل السياحي الخارجي والداخلي والاقليمي العربي لزيادة عدد السياح القادمين وإطالة مدة إقامتهم. وذلك بخلق الحوافز لاجتذاب السياح وتشجيع السياحة المحلية.
٣. تطوير الامكانيات السياحية في المملكة، على اساس التخطيط الاقليمي، لتتوسع الخدمات السياحية بما يتلائم مع متطلبات السياحة الدولية والعربية والمحلية.
٤. توفير القوى العاملة المدربة اللازمة للخدمات السياحية ورفع مستوى الاداء. والتركيز على القدرات المحلية وتطويرها لادارة الفنادق والمرافق السياحية وانشاء شركات تختص بذلك.
٥. تطوير الحرف والصناعات التقليدية وتبويبها لحفز السياح والمواطنين على زيادة المشتريات منها.
٦. المحافظة على البيئة التاريخية والحضارية والجمالية خلال انشاء المرافق والخدمات.
٧. تطوير المتاحف في مختلف المحافظات.
٨. زيادة جهد التنقيب عن مواقع اثرية جديدة وحماية وصيانة وترميم الابنية والمواقع الاثرية.
٩. التعرف بأهمية الأردن التاريخية والحضارية والدينية.
١٠. تخفيض كلفة الخدمات السياحية بما يتلائم مع امكانيات جميع شرائح السياح.

## ٢-٧-٢ الاجراءات التنظيمية<sup>(٢)</sup>

وللمساعدة في تحقيق الاهداف، لا بد من اتخاذ العديد من الاجراءات التي تنظم العمل السياحي. مثل تعديل القوانين والانظمة السياحية لتتسجم مع التطورات الحديثة في مجال السياحة. والتعاون والتنسيق مع مختلف الفعاليات السياحية المحلية والعربية والدولية لرفع مستوى الاداء. كما يتطلب تحقيق الاهداف ايجاد حلول لكافة القضايا المتعلقة بالتسهيلات السياحية من اجراءات دخول واقامة وجمارك وصحة. وتوفير الوسائل الضرورية لخلق انماط جديدة من السياحة مثل السياحة الصحراوية والعلاجية والرياضية. وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في حقل السياحة وتقديم التسهيلات اللازمة لذلك. وأخيراً توفير

الخدمات الترفيهية بما يتناسب مع القيم والاخلاق، وتشجيع تكوين الفرق الفلوكلورية المحلية، لتساعد على زيادة الانفاق واطالة مدة الاقامة.

### ٢-٣ الاستثمار السياحي في الخطط التنموية:

بلغ حجم الاستثمار السياحي المستهدف في خطة التنمية الخمسية ١٩٧٦-١٩٨٠ حوالي (٢٢,٣١٢) مليون دينار منها (١٧,١٣٢) مليون دينار إستثمارات القطاع الخاص بنسبة (٧٧٪) و (٦٧٢) الف دينار استثمارات القطاع العام بنسبة (٢٣٪). ويبين الجدول (٢-١٢) أن هذه الاستثمارات قد ازدادت بالتدريج خلال سنوات الخطة. فبلغت عام ١٩٧٦ حوالي (٢,٦٥٤) مليون دينار. ووصلت (٦,٥٤٥) مليون دينار عام ١٩٨٠. وبلغت نسبة النمو عام ١٩٨٠ حوالي (١٤٧٪) عن عام ١٩٧٦.

أما في خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨١-١٩٨٥، فبلغت الاستثمارات السياحية حوالي (٥٢,٧٤٦) مليون دينار. وارتفعت نسبة مساهمة القطاع الخاص فبلغت حوالي (٨٩٪) أي ما يعادل (٤٦,٨٠١) مليون دينار بينما بلغ حجم الاستثمار السياحي للقطاع العام حوالي (٥,٩٤٠) مليون دينار بنسبة مقدارها (١١٪) فقط. ويُلاحظ الفارق في حجم الاستثمار المستهدف بين السنوات الاولى للخطة مع الاخيرة، حيث بلغ عام ١٩٨١ حوالي (٥,٦٥٥) مليون دينار. يرتفع بشكل متسارع ليصل الى (١٥,٥٩٣) مليون دينار عام ١٩٨٥. وذلك بنسبة نمو لعام ١٩٨٥ تقدر بحوالي (١٧٦٪) عن عام ١٩٨١.

وتواصل الخطط التنموية الاعتماد بشكل كبير على القطاع الخاص في تنفيذ المشاريع السياحية. فقد بلغ حجم الاستثمار السياحي في خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨٦-١٩٩٠ حوالي (٥٨,٨٩٥) مليون دينار. منها (٣٨,٣٠٠) مليون دينار للقطاع الخاص بنسبة (٦٥٪) و (٢٠,٥٩٥) مليون دينار للقطاع العام بنسبة (٣٥٪). ويُلاحظ ان حجم الاستثمار للقطاع الخاص قد انخفض، وكذلك نسبة مساهمته في المجموع الكلي للاستثمارات السياحية. وزيادة حجم الاستثمار في القطاع العام ونسبة مساهمته في المجموع الكلي للاستثمارات السياحية مقارنة بالخطة السابقة. إلا ان ذلك لم يغير من كون القطاع الخاص يُشكل النسبة الكبرى من مجموع الاستثمارات السياحية.

وشهد عام ١٩٨٦ انخفاضاً شديداً في حجم الاستثمار السياحي المستهدف فبلغ (٢,٦٢٠) مليون دينار فقط. ويرتفع خلال الاعوام ١٩٨٧ و١٩٨٨ فيبلغ (١٣,٤٨٠) و

(١٥,٥٥٥) مليون دينار على التوالي. أما في عامي ١٩٨٩ و ١٩٩٠ فينخفض الى (١٤,٢٩٥) و (١٢,٩٤٥) مليون دينار على التوالي.

### الجدول (٢-١٢)

حجم الاستثمار المستهدف في الخط التنموية المتعاقبة  
في قطاع السياحة الأردني (الفئة دينار)

السنة	حجم الاستثمار السياحي قطاع عام	حجم الاستثمار السياحي قطاع خاص	حجم الاستثمار السياحي (عام+خاص)
١٩٧٦	٥٢٢	٢١٣٢	٢٦٥٤
١٩٧٧	٥٤٣	٢٠٠٠	٣٢٤٣
١٩٧٨	١٤٦٥	٢٧٠٠	٤١٦٥
١٩٧٩	١٣٠٥	٤٤٠٠	٥٧٠٥
١٩٨٠	٦٤٥	٥٩٠٠	٦٥٤٥
١٩٨١	١٥٥٠	٤١٠٥	٥٦٥٥
١٩٨٢	١٩٢٠	٦٣٦٨	٨٢٨٨
١٩٨٣	٦٨٠	٩٣٦٥	١٠٠٤٥
١٩٨٤	٧٧٠	١٢٣٩٥	١٣١٦٥
١٩٨٥	١٠٢٠	١٤٥٧٣	١٥٥٩٣
١٩٨٦	٢٠٢٠	٦٠٠	٢٦٢٠
١٩٨٧	٥٤٨٠	٨٠٠٠	١٣٤٨٠
١٩٨٨	٤٣٣٠	١١٢٢٥	١٥٥٥٥
١٩٨٩	٤٧٢٠	٩٥٧٥	١٤٢٩٥
١٩٩٠	٤٠٤٥	٨٩٠٠	١٢٩٤٥

المصدر:

١. المجلس القومي للتخطيط، خطة التنمية الخمسية ١٩٧٦ - ١٩٨٠، ص ١٥٤-١٥٥، عمان ١٩٧٥، ص (١٥٤-١٥٥).
٢. المجلس القومي للتخطيط، خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨١ - ١٩٨٥، ص ١٣٤، عمان ١٩٨٠، ص ١٣٤.
٣. وزارة التخطيط، خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨٦ - ١٩٩٠، عمان ١٩٨٥، ص ٣٦٤.

## • الهوامش:

١. حابس سماوي، جغرافية السياحة في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الإسكندرية، قسم الجغرافيا، الإسكندرية ١٩٨١، ص ٢.
٢. المصدر السابق، ص ٢.
٣. تم استخدام المعدل الشهري لدرجات الحرارة لعام ١٩٩٣، لعدم توفره لعام ١٩٩٥. ولكونه لا يختلف كثيراً من عام لآخر.
٤. لا تتوفر احصاءات عن اطوال الطرق الى المناطق السياحية.
٥. وزارة السياحة، جدول اعداد الفنادق والغرف والاسرة والعاملون لعام ١٩٩٥، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.
٦. المجلس القومي للتخطيط، خطة التنمية الخمسية ١٩٧٦-١٩٨٠، عمان ١٩٧٥، ص ١٢٩.
- المجلس القومي للتخطيط، خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨١-١٩٨٥، عمان ١٩٨٠، ص ١٥٠-١٥١.
- وزارة التخطيط، خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨٦-١٩٩٠، عمان ١٩٨٥، ص ٣٤٨.
٧. المجلس القومي للتخطيط، خطة التنمية الخمسية ١٩٧٦-١٩٨٠، عمان ١٩٧٥، ص ١٣٠.
- المجلس القومي للتخطيط، خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨١-١٩٨٥، عمان ١٩٨٠، ص ١٥١.
- وزارة التخطيط، خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨٦-١٩٩٠، عمان ١٩٨٥، ص ٣٤٩.

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## الفصل الثالث النماذج والنتائج التطبيقية

## الفصل الثالث

### النماذج والنتائج التطبيقية

يبين هذا الفصل النتائج التطبيقية للنماذج المقترحة . وهي، أولاً، نموذج حساب مضاعف الانتاج والقيمة المضافة لقطاع السياحة باستخدام جدول المدخلات - المخرجات الاردني لعام ١٩٨٧، ومعكوس المصفوفة التكنولوجية. ثانياً، نموذج تقدير معادلة الطلب على السياحة الاردنية خلال عام ١٩٧٨-١٩٩٣.

#### ١- نموذج مضاعف الانتاج والقيمة المضافة :

##### ١-١ طريقة جدول المدخلات - المخرجات:

يتكون جدول المدخلات - المخرجات من عدد ( $n$ ) من القطاعات الاقتصادية والتي تكون بمجموعها الاقتصاد القومي. مثل الانشاءات، النقل، السياحة... الخ. ولنفرض ان ناتج كل قطاع الكلي هو ( $X_i$ ). وأن توزيع هذا الناتج يتم على النحو التالي: أولاً، يُستخدم جزء من انتاج أي قطاع في القطاع نفسه. ثانياً، جزء يذهب الى القطاعات الاخرى. وأخيراً، يبقى جزء للأستهلاك أو الاستثمار أو التصدير أو زيادة المخزون.

وعموماً فإن الانتاج ( $X_i$ ) يتوزع في صورة مدخلات للقطاعات الاخرى ( $a_{ij}$ ) حيث،  $j = 1, \dots, n$ . ويطلق عليها التدفقات القطاعية. وصورة طلب نهائي ( $y_i$ )<sup>(١)</sup>.

ويوضح الجدول التالي العملية:



الجدول (٣-١)

المنتجات المستخدمة	الانتاج					Y <sub>i</sub>	X <sub>i</sub>
	1	2	.....	n			
1	a <sub>11</sub>	a <sub>12</sub>	.....	a <sub>1n</sub>	Y <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	
2	a <sub>21</sub>	a <sub>22</sub>	.....	a <sub>2n</sub>	Y <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	
.	.	.	.	.	.	.	
.	.	.	.	.	.	.	
.	.	.	.	.	.	.	
n	a <sub>n1</sub>	a <sub>n2</sub>	.....	a <sub>nn</sub>	Y <sub>n</sub>	X <sub>n</sub>	
V <sub>1</sub>	V <sub>1</sub>	V <sub>2</sub>	.....	V <sub>n</sub>	Y/V	-	
X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	.....	X <sub>n</sub>		X	

حيث يبين كل صف من الصفوف من ( 1, ..., n ) كيفية التصرف في منتجات قطاع معين بين مدخلات لمختلف القطاعات بما فيها القطاع نفسه وبين طلب نهائي. ويُفرض ان الانتاج مقياس بالنقود أي ان (a<sub>ij</sub>) و (y<sub>i</sub>) عبارة عن قيم نقدية. بالتالي فإن مجموع كل صف عبارة عن قيمة الانتاج الكلي للقطاع.

ويبين كل عمود مصادر المدخلات المستخدمة في القطاع وكمياتها. فالقطاع الاول يحصل على الكمية (a<sub>11</sub>) من القطاع 1 نفسه، والكمية (a<sub>21</sub>) من القطاع 2 وهكذا. ومن الواضح ان قيمة انتاج القطاع تكون اكبر من قيمة المدخلات المستخدمة فيه عادة. والفرق بين قيمة الانتاج الكلي للقطاع ومجموعة قيم المدخلات التي استخدمها هي عبارة عن القيمة المضافة، والتي رمزنا لها بالرمز (v<sub>i</sub>). وبالتالي فإننا نستطيع كتابة معادلة توضح تقسيم الناتج الكلي لهذا القطاع الى مدخلات انتاج من مختلف القطاعات و القيمة المضافة المتحققة في القطاع:

$$a_{1j} + a_{2j} + \dots + a_{nj} + v_j = x_j \quad \dots \dots \dots (٣-٤)$$

ونستطيع جمع عناصر أي عمود إذا افترضنا ان المتغيرات التي تظهر في الجدول تقاس بالنقود. أي انها عبارته عن القيم النقدية للمدخلات وللقيمة المضافة، وتمثل عوائد عناصر الانتاج المختلفة، كعائد العمل (الاجور)، وعائد راس المال (الفوائد)، وعائد الارض (الريع)، وعائد التنظيم (الارباح). فإننا نستطيع ان نوضح المكونات المختلفة للقيمة المضافة لكل قطاع، وذلك باستبدال الصف (v<sub>i</sub>) بمجموعة من الصفوف،

كل صف منها مكوناً قسماً من مكونات القيمة المضافة. وبالمثل فإننا يمكن ان نستبدل عمود الطلب النهائي بمجموعة من الاعمدة يمثل كل عمود منها نوعاً من أنواع الطلب النهائي.

بالإضافة الى ما سبق، هناك القيمة المضافة غير المباشرة والتي يمكن الحصول عليها بالاستعانة بمعكوس المصفوفة التكنولوجية  $(I-A)^{-1}$ ، والتي سبق تعريفها (٢). حيث إن حل نظام المعادلات لإيجاد المستويات المثلى لانتاج القطاعات الاقتصادية يتطلب إيجاد معكوس المصفوفة التكنولوجية وذلك كما يلي:

$$\bar{X} = (I-A)^{-1} \bar{y} \quad \dots (٥-٣)$$

وفيما يلي شكل هذه المصفوفة، والتي تظهر بالجدول (٢-٣):

الجدول (٢-٣)

Direct and Indirect Purchases						
Sector	1	2	3	4	.....	n
1	$S_{11}$	$S_{12}$	$S_{13}$	$S_{14}$	.....	$S_{1n}$
2	$S_{21}$	$S_{22}$	$S_{23}$	$S_{24}$	.....	$S_{2n}$
3	$S_{31}$	$S_{32}$	$S_{33}$	$S_{34}$	.....	$S_{3n}$
4	$S_{41}$	$S_{42}$	$S_{43}$	$S_{44}$	.....	$S_{4n}$
.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.
n	$S_{n1}$	$S_{n2}$	$S_{n3}$	$S_{n4}$	.....	$S_{nn}$
	$m_1$	$m_2$	$m_3$	$m_4$	.....	$m_n$

إن مدخلات كل عمود في هذه المصفوفة عبارة عن المشتريات المباشرة وغير المباشرة لكل قطاع من القطاعات التي تمثلها الاعمدة من انتاج القطاعات الاخرى (او مدخلات انتاج ذلك القطاع) وذلك لتلبية الطلب النهائي بمقدار دينار واحد. وبالتالي فإن  $S_{11}$  هي المشتريات المباشرة وغير المباشرة للقطاع 1 من انتاج القطاع 1 نفسه. وأن  $S_{21}$  هي المشتريات المباشرة وغير المباشرة للقطاع 1 من انتاج القطاع 2 ، وهكذا.

إن حاصل جمع مدخلات كل عمود يعطي مضاعف الانتاج لكل قطاع. وبالتالي فإن  $(m_i)$  مثلاً هو مضاعف الانتاج للقطاع  $i$  :

$$m_i = S_{1i} + S_{2i} + S_{3i} + S_{4i} \dots + S_{ni} \dots (٦-٣)$$

إن استثمار دينار واحد في القطاع (i) يولد ما مقداره ( $m_i$ ) دينار من الانتاج الكلي في الاقتصاد بشكل مباشر وغير مباشر (٣).

أما حساب القيمة المضافة غير المباشرة للقطاع (i) يتطلب طرح مدخلات العمود (i) في جدول المدخلات - المخرجات (٣-١)، من مدخلات العمود (i) في معكوس المصفوفة التكنولوجية، الجدول رقم (٣-٢)، ومن ثم نعمل على ضرب حاصل الطرح بصف القيمة المضافة المباشرة ( $V_i$ ) من جدول المدخلات - المخرجات (٣-١). فنحصل بالتالي على اجمالي القيمة المضافة غير المباشرة ( $IV_i$ ) (٤).

وللحصول على اجمالي القيمة المضافة ( $TV_i$ ) نجمع القيمة المضافة المباشرة ( $V_i$ ) والقيمة المضافة غير المباشرة ( $IV_i$ ):

$$(TV_i) = (V_i) + (IV_i) \dots (٣-٧)$$

٢-١ المضاعف:

يبين جدول المدخلات-المخرجات للأردن عام ١٩٨٧، الملحق رقم (١)، والصادر عن دائرة الاحصاءات العامة (٥)، المشتريات المباشرة لكل قطاع من قطاعات الانتاج المحلي. ولا تتضمن مكونات الجدول رسوم الواردات. حيث وُضعت هذه الرسوم في صف منفصل. ولا يتضمن الجدول بيانات لقطاع السياحة ككل. ولكن توجد بيانات عن قطاع الفنادق والمطاعم فقط. وعليه فقد تم استخدام اداء هذا القطاع كمؤشر على اداء قطاع السياحة.

ويبين الجدول رقم (٣-٣) مضاعف الانتاج لقطاع الفنادق والمطاعم الاردني. حيث بلغ (٢,١) دينار. أي ان الاستثمار في هذا القطاع بدينار واحد، يؤدي الى التأثير على القطاعات الاقتصادية الاخرى بواسطة تفاعلها مع بعضها البعض، وزيادة الانتاج الكلي بما قيمته (٢,١) دينار.

ويبين الملحق رقم (٢) ان مجموع مدخلات العمود رقم (٤٤)، والذي يمثل قطاع الفنادق والمطاعم، يساوي (٢,١٢) دينار تقريباً، وهي قيمة المضاعف.

وكما يبين الجدول رقم (٣-٤) ترتيب القطاع من بين القطاعات الاقتصادية الاخرى حسب قيمة مضاعف الانتاج. حيث بلغ عدد هذه القطاعات (٥١) قطاعاً مثلهم جدول المدخلات-المخرجات للأردن عام ١٩٨٧. وجاء ترتيب القطاع، العشرون.

الجدول (٣-٣)

مخاضر القيمة المضافة والمضاعف لقطاع السياحة الأردني

العنصر	دينار لكل دينار من الاستثمار في قطاع السياحة الأردني
١ - الاجور والمنافع الاخرى	
أ- الاجور المباشرة	٠,٢٦
ب- الاجور غير المباشرة	٠,٠٧
ج- اجمالي الاجور	٠,٣٣
٢- مكونات القيمة المضافة الأخرى	
أ- الضرائب غير المباشرة	٠,٠٢٣
ب- الربح	٠,١٠
٣- القيمة المضافة المحلية	
(٢+١)	٠,٤٥٣
٤- الواردات	
أ- الواردات المباشرة	٠,٠١٢
ب- الواردات غير المباشرة	٠,٠٦١
ج- اجمالي الواردات	٠,٠٧٣
٥- القيمة المضافة الاجمالية	٠,٥٢٦
٦- المضاعف	٢,١
٧- المضاعف مع الواردات	٢,٢

المصدر: حسب وجمعت البيانات من جدول المدخلات - المخرجات (الملحق رقم (١))

ومعكوس المصفوفة التكنولوجية (الملحق رقم (٢)).

الجدول (٣-٤)

تسلسل القطاعات حسب قيمة المضافات

تسلسل	القطاع	تسلسل حسب 1-0	المضاعف	تسلسل	القطاع	تسلسل حسب 1-0	المضاعف
١	الدعائمات	٢٦	٢,٧٧٠٢	٢٧	المنتجات المدنية غير العلب	٣٢	١,٩١١٤
٢	قطع النيار وخدمات الصيانه	٣٨	٢,٧٢٦٧	٢٨	النسوجات	١٧	١,٩١٠٠
٣	الألبان	٩	٢,٦٣٢٨	٢٩	الخزف والزجاج	٣٠	١,٨٩١٦
٤	الأعلاف	١٤	٢,٥٠٨١	٣٠	اللياه	٤١	١,٨٣٩٢
٥	الدواجن والمواشي	٣	٢,٤٦٠١	٣١	المدات و قطع نيار لقطاع النقل	٣٧	١,٨٣٥٨
٦	الأدوية	٢٣	٢,٤٣٦١	٣٢	الفوسفات	٥	١,٨١٢٨
٧	الملابس والمنتجات	١٨	٢,٤٣٠١	٣٣	منتجات الصلب	٣٤	١,٨١٠٩
٨	الصابون والطور، مواد التجميل	٢٥	٢,٣٩١١	٣٤	الخدمات الأخرى	٥١	١,٧٥٦٥
٩	الطاط والبلاستيك	٢٩	٢,٣٧٨٦	٣٥	المقاع والمناجم	٧	١,٧٢٥٠
١٠	الأسمدة، والمبيدات الحشرية	٢٤	٢,٣٥١٥	٣٦	النقل والتخزين	٤٥	١,٥٩٦٤
١١	المنتجات الحيوانية الطبخة والمحفظة	٨	٢,٣٤١٦	٣٧	الاسمنت والجير	٣١	١,٥٦٥١
١٢	مطاحن الحبوب	١٠	٢,٣١١٣	٣٨	الصحة	٤٩	١,٥٥٩٨
١٣	الصناعات الكيماوية الأخرى	٢٧	٢,٣٠٨٨	٣٩	المحاصيل الحقلية	١	١,٤٩٨٧
١٤	المخابز	١١	٢,٢٧١٧	٤٠	التأمين والمال	٤٧	١,٤٨٥١
١٥	الشوكولاته، والحلويات	١٢	٢,٢٦٣٩	٤١	المنتجات الزراعية الأخرى	٤	١,٤٦٣٧
١٦	المنتجات المصنعة الأخرى	٣٩	٢,١٤٤٦	٤٢	البوتاس	٦	١,٤٤٥٤
١٧	المشروبات	١٥	٢,١٤٣٩	٤٣	التجارة	٤٣	١,٤٢٩٠
١٨	الصناعات الغذائية الأخرى	١٣	٢,١٤٢٦	٤٤	الخضار والفواكه	٢	١,٤١٨٩
١٩	الدخان	١٦	٢,١٤٢٣	٤٥	الكهرباء	٤٠	١,٤٠٣٨
٢٠	الفنادق والمطاعم	٤٤	٢,١٢٤٣٧	٤٦	التعليم	٥٠	١,٣٨٩٢
٢١	المدات والالات الكهربائية	٣٦	٢,١٠٠٤	٤٧	الخشب، الفلين، والاثاث	٢٠	١,٣٢٩٧
٢٢	البناء	٤٢	٢,٠٧٢٢	٤٨	المعارات	٤٨	١,٣١٩٣
٢٣	المواد المتملقة بالطباعة	٢٢	٢,٠٦٥٩	٤٩	المنتجات المدنية الاساسية	٣٣	١,٢٩٢٩
٢٤	الالات غير الكهربائية	٣٥	٢,٠٥٧٦	٥٠	الاتصالات	٤٦	١,١٧٨٤
٢٥	الجلود والمنتجات الجلدية	١٩	٢,٠٤٥٤	٥١	منتجات البترول والغاز	٢٨	١,١١٥٨
٢٦	الورق والمنتجات الورقية	٢١	١,٩٢٩٦				

المصدر : حسبت وجمعت البيانات من معكوس المصفوفة التكنولوجية (الملحق رقم (٢)).

نلاحظ من الترتيب ان القطاعات التي تستخدم في انتاجها عناصر منتجها محلياً هي القطاعات ذات الترتيب المتقدم. وبمعنى آخر أن حجم الاثر المباشر وغير المباشر من قبل القطاع على الانتاج الكلي في الاقتصاد يعتمد بالدرجة الاولى على مدى استخدام ذلك القطاع للعناصر المنتجة محلياً. وذلك لأن مكونات جدول المدخلات-المخرجات للأردن عام ١٩٨٧ لا تتضمن اثر الواردات الذي تم وضعه في الصف رقم (٥٢) بشكل منفصل. الملحق رقم (١). ويختلف الترتيب إذا ما اضفنا تأثير الواردات على المضاعف وذلك لأختلاف نسبة المستوردات المستخدمة في الانتاج من قطاع الى آخر (ورد في دراسة " سيرفت متلو ونادر مريان" حول اثر قطاع الاسكان على الاقتصاد الاردني، ان ترتيب مضاعف الأنتاج لمصفاة البترول كان السادس. وعندما استنتنا الباحثان اثر رسوم الواردات انخفض الترتيب الى الاخير)<sup>(١)</sup>.

وقد بلغت قيمة المضاعف لقطاع الفنادق والمطاعم الاردني بعد إضافة رسوم الواردات (٢,٢) دينار. وتبعاً لكلا الحالتين فإن قيمة المضاعف مرتفعة نسبياً إذا ما قارناها بالقطاعات الأخرى.

ومن حسنات استخدام طريقة جدول المدخلات-المخرجات لحساب قيمة المضاعف، انها تمكننا من حساب قيمة المضاعفات الجزئية Submultipliers لكل قطاع على حده. وعند مقارنة هذه المضاعفات الجزئية، نلاحظ، من الملحق رقم (٢)، ان قطاع الفنادق والمطاعم يستخدم ما قيمته (٠,٠٨) دينار و (٠,٠٧) دينار و (٠,٠٧) دينار من قطاعات، المنتجات الغذائية الأخرى، الانتاج الحيواني المذبوح والمعد مسبقاً والمحفوظ، وقطاع الخضروات والفاكهة على التوالي، وذلك بشكل مباشر وغير مباشر حتى يتمكن من تلبية الطلب النهائي بمقدار دينار واحد.

ونستطيع القول ان اكبر تأثير للقطاع ينصب على القطاعات المنتجة للأغذية بمختلف انواعها. وتلي صناعات الاغذية من حيث التأثير بقطاع الفنادق والمطاعم قطاع التجارة. حيث بلغ المضاعف الجزئي له (٠,١٠) دينار. ومن ثم قطاعات الخدمات مثل النقل (٠,٠٧) دينار والصيانة (٠,٠٦) دينار والكهرباء (٠,٠٥) دينار والاتصالات (٠,٠٤) دينار.

أما اثر القطاع على قطاعات الصناعة التحويلية فينحصر في المنتوجات البترولية والمتضمنه للغاز والاسفلت (٠,٠٥) دينار، والمنتوجات المعدنية المصنعة (٠,٠٥) دينار.

ويتأثر قطاع الفنادق والمطاعم بالعديد من القطاعات الاقتصادية. ومن اكثرها تأثيراً به قطاعات الخدمات بشكل عام. حيث بلغ المضاعف الجزئي لقطاع التأمين والشؤون المالية (٠,٠٦) دينار [ العمود رقم (٤٧) الصف (٤٤) الملحق (٢) ]، والمياه (٠,٠٦) دينار [ العمود (٤١) والصف (٤٤) الملحق (٢) ]، وقطاع الصحة (٠,٠٤) دينار [ العمود (٤٩) الصف (٤٤) الملحق (٢) ]. بينما بلغت القيمة لقطاع الخدمات الاخرى (٠,١٣) دينار [ العمود (٥١) الصف (٤٤) الملحق (٢) ].

وبلي قطاع الخدمات، قطاع الصناعة التحويلية في التأثير على قطاع الفنادق والمطاعم. حيث بلغت قيمة المضاعف الجزئي لقطاع الآلات غير الكهربائية حوالي (٠,٠٧) دينار [ العمود (٣٥) الصف (٤٤) الملحق (٢) ]. كذلك قطاع المستلزمات الطبية (٠,٠٤) دينار [ العمود (٢٣) الصف (٤٤) الملحق (٢) ]. والعمود ومساحيق التجميل والصابون (٠,٠٤) دينار [ العمود (٢٥) الصف (٤٤) الملحق (٢) ].

### ١-٣ القيمة المضافة

يشير الجدول رقم (٣-٣) الى ان قيمة تعويضات عنصر العمل المباشره في قطاع الفنادق والمطاعم الأردني، بلغت (٠,٢٦) دينار لكل دينار من الاستثمار في القطاع<sup>(٧)</sup>. وقد استُخرجت هذه النسبة مباشرة من جدول المدخلات-المخرجات في الأردن لعام ١٩٨٧ [ العمود (٤٤) الصف (٥٥) الملحق رقم (١) ]. بينما بلغت قيمة التعويضات غير المباشرة حوالي (٠,٠٧) دينار. وذلك بعد ان تم احتسابها من حاصل الفرق لعمود قطاع الفنادق والمطاعم رقم (٤٤) في جدول المدخلات-المخرجات [ الملحق رقم (١) ]، والعمود رقم (٤٤) في المصفوفة التكنولوجية المعكوسة [ الملحق رقم (٢) ]، وضربه (الفرق) في صف تعويضات عنصر العمل المباشرة في جدول المدخلات-المخرجات [ الصف (٥٥) من الملحق رقم (١) ]، كما هو مبين اعلاه في الفصل السابق.

وتشكل قيمة التعويضات غير المباشرة حوالي (٢٦٪) من التعويضات المباشرة. وبلغت اجمالي تعويضات العمال المباشرة وغير المباشرة حوالي (٠,٣٣) دينار.

وبالمقارنة مع القطاعات الأخرى في الملحق رقم (١)، نجد أن قطاع الفنادق والمطاعم يحتل مركزاً متقدماً من حيث كثافة استخدامه لعنصر العمل. فقد احتل القطاع المركز السادس من بين (٥١) قطاعاً. كما يتبين من الجدول رقم (٣-٥) الذي يعرض أكثر ستة قطاعات استخداماً لعنصر العمل، كما يعرض أقل ستة قطاعات استخداماً لهذا العنصر. وقد جاء ترتيب القطاع بعد القطاعات الخدمية الرئيسية مثل التعليم، والمياه، والتأمين. وقد استخدمت القيمة المضافة المباشرة لعنصر العمل؛ المستخرجة من [الملحق رقم (٢) الصف رقم (٥٥)] كمقياس لكثافة الاستخدام. والتي بلغت لقطاع الفنادق والمطاعم حوالي (٠,٢٦) دينار.

وبناءً على ما سبق فإن استثمار مليون دينار في القطاع يؤمن دخلاً لعنصر العمل مقداره (٣٣٠,٠٠٠) دينار منه، (٢٦٠,٠٠٠) دينار بشكل مباشر، و (٧٠,٠٠٠) دينار بشكل غير مباشر ( القيمة المضافة غير المباشرة لعنصر العمل مضروبه في مليون دينار).



الجدول رقم (٣-٥)  
استخدام عنصر العمل حسب القطاع

دينار أردني

التسلسل	رقم القطاع	القطاعات الأكثر استخداماً لعنصر العمل	تمويضات عنصر العمل لكل دينار من الاستثمار	التسلسل	رقم القطاع	القطاعات الأقل استخداماً لعنصر العمل	تمويضات عنصر العمل لكل دينار من الاستثمار
١	٥٠	التعليم	٠,٥٣	١	٤٨	المعارف	٠,١٠٢
٢	٤	المنتجات الزراعية الأخرى	٠,٥١٤	٢	٨	المنتجات الحيوانية المذبوحة والمعلبة	٠,١٠٤
٣	٤١	المياه	٠,٥١	٣	١٠	المطاحن	٠,١٤٦
٤	٤٧	التأمين والمالية	٠,٣٦١	٤	٣٨	الصيانة وقطع الغيار	٠,١٥٢
٥	٢٢	المواد الطباعية ومواد النشر	٠,٢٦٧	٥	٣٣	المنتجات المعدنية الأساسية	٠,١٦٦
٦	٤٤	الفنادق والمطاعم	٠,٢٥٥	٦	٢٦	الدهانات	٠,١٧٢

المصدر: جدول المدخلات - المخرجات الملحق رقم (١) الصف (٥٥)

وعليه فإن استثمار مليون دينار في قطاع الفنادق والمطاعم يؤمن ما مقداره (١٥٥) وظيفة لحملة الشهادة الجامعية المتوسطة، الذين يتقاضون راتباً ابتدائياً مقداره (١٤٠) دينار. والذين تخرجوا من كليات المجتمع المتخصصة، مثل الكلية الفندقية في عمان وبعض الكليات التي تضم تخصصات إدارة المطاعم والفنادق والأنشطة السياحية المختلفة.

كما ان استثمار مليون دينار في القطاع يوفر ما مقداره (٤٢) وظيفة بشكل غير مباشر في القطاعات الأخرى، اذا ركزنا على حملة الشهادة الجامعية المتوسطة بوصفها أكثر فئة تعاني من مشكلة البطالة. وعند مقارنة عدد الوظائف (التي يؤمنها استثمار مليون دينار في القطاع) لحملة الشهادة الجامعية المتوسطة مع القطاعات الأخرى، نجد من الجدول رقم (٣-٦) ان القطاع يتفوق على قطاعات الصحة، والاتصالات، والنقل، والمحاصيل الحقلية، والفوسفات. بينما يتأخر عن قطاعات التعليم، المياه، التأمين، وقطاع المنتجات الزراعية الأخرى.

وعندما نعلم ان نسبة الايدي العاملة الاجنبية في قطاع الفنادق لعام ١٩٩٥<sup>(٨)</sup>، بلغت (١١٪)، فإن استثمار مليون دينار في القطاع يوفر ما مقداره (١٣٨) وظيفة للعمال الأردنيين، إذا افترضنا تساوي الاجور بين العمالة الوافدة والمحلية.

وخلاصة القول ان قطاع الفنادق والمطاعم يعتمد على كثافة عماليه عالية في الانتاج لذلك فإن الاستثمار في هذا القطاع يتناسب مع الاوضاع الاقتصادية السائدة في الأردن منذ بداية الثمانينات.

ويبين الجدول رقم (٣-٣) ان المكونات الأخرى للقيمة المضافة عبارة عن قيمة الضرائب غير المباشرة والتي بلغت (٠,٠٢٣) دينار، قيمة الربح والتي بلغت (٠,١٠) دينار. وعليه فإن اجمالي القيمة المضافة المحلية بعد جمع الارقام اعلاه حوالي (٠,٤٥٣) دينار لكل دينار من الاستثمار في القطاع.

وتم استخراج قيمة المستلزمات المستوردة المباشرة وغير المباشرة من الملحق رقم (١) وذلك باتباع نفس اسلوب استخراج تعويضات عنصر العمل. حيث بلغت المستلزمات المستوردة المباشرة حوالي (٠,٠١٢) دينار لكل دينار من الاستثمار في قطاع الفنادق والمطاعم.

## الجدول رقم (٣-٦)

عدد الوظائف لحملة شهادة الدبلوم لكليات المجتمع  
والتي يؤمنها استثمار مليون دينار اردني في بعض القطاعات  
الاقتصادية التي تضمنها جدول المدخلات - المخرجات الاردني  
لعام ١٩٨٢

التسلسل	رقم القطاع	القطاع	عدد الوظائف
١	٥١	التعليم	٣١٦
٢	٤١	المياه	٣٠٤
٣	٤	المنتجات الزراعية الاخرى	٣٠٤
٤	٤٧	المالية والتأمين	٢١٤
٥	٤٤	الفنادق والمطاعم	١٥٥
٦	٤٩	الصحة	١٤٣
٧	٤٦	الاتصالات	١١٩
٨	١	المحاصيل الحقلية	١١٩
٩	٥	الفسفات	٩٥
١٠	٤٥	النقل	٨٩

\* حُسبت هذه الأرقام على افتراض ان الراتب الابتدائي لحملة الدبلوم مقداره (١٤٠) دينار اردني.

كما يتبين من الجدول (٣-٣) ان قيمة المستلزمات المستوردة غير المباشرة بلغت (٠,٠٦١) دينار. نلاحظ هنا ان قيمة المستلزمات المستوردة غير المباشرة تعادل حوالي خمسة اضعاف المستلزمات المستوردة المباشرة. وبالتالي نستطيع القول ان قطاع الفنادق والمطاعم يعتمد بدرجة كبيرة على عناصر الانتاج المُصنَّعة محلياً. مما يعني ان استخدام سياسة التعرف الجمركية لا تؤثر بشكل مباشر على القطاع. وعند مقارنة المحتوى الاستيرادي للقطاع مع القطاعات الاخرى، فنجده يقع ضمن مجموعة القطاعات القليلة الاستخدام للمستلزمات المستوردة. وذلك بعد ان استخدمنا القيمة المضافة المباشرة للمستلزمات المستوردة الصف (٥٢) الملحق (١)، كمقياس للمحتوى الاستيرادي. وقد بلغ هذا المقياس (٠,٧٤) دينار للقطاع (٢٨) مصفاة البترول، و (٠,٥٠) دينار، للقطاع (٣٣) المنتجات المعدنية الاساسية. و (٠,١٩) دينار للقطاع (٢١) الورق ومنتجاته، و(٠,١٧) دينار للقطاع (١٧) منتجات الاقمشة. فيما بلغ (٠,٠٢) دينار فما دون لباقي القطاعات الاخرى، التي من ضمنها قطاع الفنادق والمطاعم.

## ٢- نموذج الطلب على السياحة:

تستخدم هذه الدراسة نموذج (عمر مرشده)<sup>(٩)</sup>. لتقدير دالة الطلب على السياحة في الأردن. وتعديله ليضم بعض المتغيرات الجديدة. وخاصة فيما يتعلق بجانب تأثير قوى العرض في قطاع السياحة الاردني، وأثر السلام، على الطلب على السياحة.

ويتأثر الطلب على السياحة بعدة عوامل. وقد سبق الحديث في هذا الفصل عن بعض منها، مثل، دخل السائح، ومؤشر الاسعار للمستهلك، وسعر الصرف للعملة المحلية مقابل عملة السائح، وتوقعات السائح فيما يتعلق بالناحيين السياسية والاقتصادية.

وهناك عوامل اخرى متعلقة بجانب العرض في قطاع السياحة من المتوقع ان يكون لها اثر بالغ على الطلب مثل، الاستثمارات السياحية، والتي نعبر عنها بمتغير القروض لقطاع السياحة من البنوك المرخصة للقطاعين العام والخاص. ومن المتوقع ان يكون اثرها ايجابياً على كمية السياحة. وذلك لعلاقتها المباشرة بتنويع النشاطات السياحية والترفيهية وتحسين الخدمات المقدمة للسائح.

وكذلك تطور السعة الفندقية. والتي نعبر عنها بأعداد الاسرة والتي من المتوقع ان يكون اثرها ايجابياً ايضاً وذلك لأن زيادة اعداد الاسرة تؤدي الى امكانية استضافة

اعداد اكبر من السياح. ويتوقع ان يكون اثر السلام وخاصة على اعداد السياح من الدول الامريكية والاوروبية ايجابياً. وذلك لتوفر الامن والاستقرار في المنطقة تبعاً لهذه العملية السلمية.

وبالتالي فإن شكل النموذج للطلب على السياحة يصبح كما يلي:

$$\begin{aligned} \text{Log (TQ/ PoP)}_{ij} = & b_0 + b_1 \text{Log (GNP/PoP)}_{ij} + b_2 \text{Log CPI}_j + \\ & + b_3 \text{Log } e_{ij} + b_4 \text{Log (TL)}_j + b_5 \text{Log (BN)}_j + \\ & + b_6 D_j + b_7 (\text{Trend})_j + V_j \quad \dots\dots (٨-٣) \end{aligned}$$

حيث:

$TQ_{ij}$  = كمية السياحة والمعبر عنها بأعداد السياح من الدول (i) بالسنة (j).

$PoP_{ij}$  = عدد السكان في الدولة (i) بالسنة (j).

$GNP_{ij}$  = الناتج القومي الاجمالي في الدولة (i) بالسنة (j).

$CPI_j$  = مؤشر الاسعار للمستهلك في الأردن للسنة (j).

$e_{ij}$  = سعر صرف عملة الدولة (i) بالدينار الاردني للسنة (j).

$TL_j$  = القروض السياحية للقطاعين العام والخاص في الأردن بالسنة (j).

$BN_j$  = اعداد الاسرة في الأردن في السنة (j).

$D_j$  = متغير Dummy يأخذ القيمة 1 في سنوات السلام والقيمة صفر عدا ذلك.

$(Trend)_j$  = متغير الاتجاه لقياس سمعة الأردن وشهرته.

$V_j$  = الخطأ.

عند تقدير معادلة الطلب على السياحة رقم (٨-٣) لكل من السعودية، الولايات المتحدة الامريكية، بريطانيا، المانيا، فرنسا، وايطاليا، خلال الفترة من ١٩٧٨-١٩٩٤، كانت النتائج كما في الجدول رقم (٧-٣). الذي يبين ان مرونة الطلب الداخلية ايجابية لكل من السعودية، الولايات المتحدة الامريكية، المانيا، فرنسا، وايطاليا. ولكن العلاقة

كانت غير معنوية في حالة السعودية. وينضح ان السفر الى الأردن من وجهة نظر السائح من الدول الامريكية والاوروبية يعتبر نشاطاً طبيعياً يرتبط ايجابياً مع الدخل. في حين ان السفر من وجهة نظر المواطنين السعوديين لا يرتبط مع الدخل وانما لأعتبارات اخرى مثل، السياحة العلاجية، أو وجود اقارب لهم في الأردن... الخ.

وبلاحظ من الجدول ان اثر مؤشر الاسعار للمستهلك كان سلبياً ومعنوياً كما ينسجم مع الفرضية لكل من امريكا وفرنسا مما يعني ان زيادة تكلفة السياحة في الاردن تؤثر سلباً على اعداد السياح القادمين من هاتين الدولتين، وبينما كان الاثر ايجابياً لباقي الدول كانت العلاقة غير معنوية مما يعني اننا غير واثقين من صحة هذا الاثر. من هنا نرى ان اتباع سياسة تخفيض الاسعار امر مطلوب لزيادة كمية السياحة بشكل واضح من امريكا وفرنسا.

وعند النظر الى الجدول رقم (٣-٧) نجد ان اثر سعر الصرف على اعداد القادمين كان ايجابياً لبعض الدول بينما كان سلبياً للبعض الاخر وفي كلا الحالتين كانت العلاقة غير معنوية. مما يعني اننا غير واثقين من ان زيادة سعر صرف الدينار الاردني مقابل العملات الاخرى تعمل على التأثير على اعداد القادمين بالزيادة او النقصان. يمكننا ان نعلل ذلك بأن السائح من الدول المعنية في دراستنا يخصص لرحلته مبالغ كبيرة نسبياً (مع بقاء دخله ثابتاً) لا تتأثر بالارتفاع والهبوط للدينار الأردني، والذي عادةً ما يكون تدريجياً-عدا سنة ١٩٨٨.

أما بالنسبة للاستثمارات السياحية وأعداد الاسرة، فقد اظهرت النتائج أن هذين المتغيرين لا يؤثران على كمية السياحة المُعَبَّرُ عنها بأعداد القادمين. وذلك لعدم معنوية العلاقة لكافة الدول قيد البحث ما عدا فرنسا فيما يتعلق بأعداد الاسرة وقد كانت العلاقة معنوية ولكن سلبية أي أن زيادة السعة الفندقية تنقص اعداد السياح الفرنسيين. ومن الممكن القول هنا ان الزيادة ربما تكون في الفنادق ذات التصنيف المنخفض من حيث عدد النجوم. وكذلك كانت علاقة الاستثمارات السياحية بأعداد السياح الامريكيين سلبية ومعنوية مما سبق نستطيع القول ان الاستثمارات السياحية ربما لم ترتق للمستوى المطلوب عالمياً، كأثناء المنتجات والمدن السياحية، والتي تُعتبر من الحوافز المهمة للحركة السياحية.

الجدول (٣-٧)

دوال الطلب حسب الدولة

المتغير	الدولة					
	السعودية	امريكا	بريطانيا	المانيا	فرنسا	ايطاليا
الثابت	١٧,٥٥٣٦٢٥ (١,٩٠٠٠٨١٥)	-٨,٧٦٦٧٩٧٤ (-٢,٢١٢٢٣٤١)	٤,٦٢٠٣٦٣٨ (١,٨٨١٨٨٥)	-٥,١٤٠٤٠٨ (-٠,٣٩٩٠٠٤٤)	١١,٠٤٢٠١٤ (٠,٨٤٤٢٨)	١٠,٨٥٠١٤٩ (٠,٨٦٤٢٨٧٦)
الدخل الفردي	٠,١٠٤٧٢٦٤ (٠,٢٩٤١٠١٤)	٩,٣٨٨٢٣١٤ (٥,١٥١٥٢٢٥)	٢,٤٠٧٤٩٤٥ (٣,٠٦١٧٢)	١,٦١٦٣١٠٧ (١,٨٣٨٤٧٧١)	١٠,٧٦٥٩٨٨ (٧,٢٩٧٦٩٥)	٣,٨٥٤٢٠٦١ (٢,٠٢٢١٩٧٨)
مؤشر الاسعار للمستهلك	-٠,٠٤٥١٤٦٤ (-٠,٤١٦٠٣٥٢)	-٠,٢٩٥٦٩١٢ (-٣,١٢٠٤٤٤٨)	٠,٠١٨٣٤٦١ (٠,٢٨٧٥٦٥)	٠,٠٨٧٠٣٦ (٠,٤٢٩٧٣٤)	-٠,٨٠٥٨١٥١ (-٢,٧٢٥٤١٨)	٠,١٥١١٧٤٨ (٠,٦٠٣٤٩٩٤)
سعر الصرف	-٠,٣٧٦٢٩١٤ (-٠,٦٦٤٩٥٦٧)	٠,٣٢٤٤٥٥٢ (١,٥٦٣٨٦٣٢)	-٠,٠٥١٠٥٨ (-٠,٣٩٦٠١٨٨)	-٠,١٣٥٨٨٣ (-٠,٢٣٥٣٠٤)	٠,٥٢١٦٧٦٩ (٠,٦٩٤٤٣٨٧)	٠,٤٣٩٤٤٥٩ (٠,٩٢٧٣٦٣٩)
القروض السياحية	٠,١١٥٨٥٧٨ (٠,٢٥٣٧٠٩١)	-٠,٤٦٩٩٨٥١ (-٢,٣٥٤٦٥٤)	٠,١٣٠٩٦٣٩ (٠,٧٥٦٥٩٣٦)	٠,٤٥٣٣٨٧٥ (٠,٥٦٤٢١٥١)	-٠,٨٦٩١٥٩٧ (-٠,٩٩٦٩٧١٢)	-١,١٣٣٢٥١١ (-١,٤٧٨٨١٣)
اعداد الاسرة	-٠,٨٤٦٢٢٤٤ (-١,٢٢٩٠٧٣٤)	-٠,٤٠١٧٥٨٦ (-١,٠٣٠٩٦٤٦)	٠,٢٥٢٧٦٣ (٠,٧٤٦٠٠٥)	٠,٢٢٧٠٢٩٥ (٠,٢٩٠٣٨٤٨)	-٤,٠٧٧٩٠٨ (-٢,٨٨٦٢٨٧)	-٠,٣٧٩٣٤١٢ (-٠,٣٠٤٠٣٦٣)
Dummy	-٠,٠٥٢٣٥٤٤ (-٠,١٨٤٢٣٣٥)	١,٧٦٦٥٠٩٠ (٤,١٤٢٦٨٣٩)	١,٥٧٧٦٣٩ (٤,٠٥٤٠٢٩٩)	٠,٧٨٣٩٦٠٤ (١,٧٠٠٢٥٥)	٢,٥٦٠٦٥٧ (٢,١٥٣١٠٧٦)	١,٦٥٥٥٤٣٢ (٢,٥٧١٩٧١٣)
الاتجاه	٠,٠٩٩٢٢٣٥ (١,١٧٦٢٢٢٨)	-٠,٥٧٦٨٩٥٣ (-٥,٨٥٦٥٠٦٣)	-٠,٢٣٧٤٣٤٦ (-٤,١٠٠٠٨٣)	-٠,١٣٨٩٨٣٩ (-١,٠٢٤٤٠٠٤)	-٠,٤٦٧٥٣ (-١,٥٠٥٣٧١)	-٠,٣٣٩٢١١٨ (-٢,٠٣٦٧٧٤)
R-Squard	٠,٧٥٩	٠,٩٢٤	٠,٨٣٤	٠,٧١٧	٠,٧١٢	٠,٧٣٢

إن من أهم النتائج في هذه الدراسة، ان عملية السلام وما رافقها من استقرار  
أمني قد أثرت بشكل كبير على اعداد السياح. حيث نلاحظ من الجدول (٣-٧) أن  
العلاقة معنوية وايجابية لكل من الولايات المتحدة الامريكية، بريطانيا، المانيا، وايطاليا.  
بمعنى ان توفر الاستقرار في الأردن والمنطقة بشكل عام، يؤدي الى تدفق اكبر للسياح  
من الدول المعنية. وكانت العلاقة ايجابية لكن غير معنوية لكل من فرنسا، والسعودية.

ومن النتائج المهمة التي اظهرتها الدراسة ان معامل الاتجاه العام، والذي يقيس  
شهرة الاردن وسمعته في الخارج كانت سلبية لكل من الولايات المتحدة الامريكية  
وبريطانيا ومانيا وفرنسا وايطاليا. مما يعني ان هناك ضعف في عملية تسويق الاردن  
سياحياً في الخارج. وبالتالي فالواجب اعادة النظر في السياسات التسويقية والدعائية،  
لجلب اعداد اكبر من السياح.



## • الهوامش:

١. عبد الخالق العبيدي، سلمان جمال، الاقتصاد الرياضي، جامعة بغداد، كلية الادارة والاقتصاد، ١٩٩١، ص ٤١١-٤١٨.

٢. Servet and Mryyan Nader, op.cit, p.p.69.

Ibid p.p. 67.

Ibid p.p. 69-70.

٥. لا يتوفر لدى دائرة الاحصاءات العامة جدول مدخلات-مخرجات للقطاعات الاقتصادية الأردنية احدث من عام ١٩٨٧.

6. Servet and Mryyan Nader, The Impact of Investment in the Housing sector on the Jordanian economy, Dirasat, vol 14, No. 8, Amman 1987, p.p. 70.

٧. حتى نحصل على الملحق رقم (١)، والذي يمثل جدول المدخلات-المخرجات للأردن عام ١٩٨٧، بشكل نسب مئوية نقوم بقسمة كل صف من صفوف الجدول على الصف رقم (٥٧) والذي يمثل الانتاج الكلي لكل قطاع بالأسعار الجارية.

٨. وزارة السياحة، جدول اعداد الفنادق والغرف والاسرة والعاملون في القطاع الفندقي لعام ١٩٩٥، جدول غير منشور، قسم الاحصاء، عمان ١٩٩٦.

٩. Omar marashdeh, Regional Downturns and The demand for Jordanian tourism, Al - Jawal corporation , Amman- Jordan, 1995, p.p. 161.

**الفصل الرابع**  
**الخلاصة والتوصيات**

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## الفصل الرابع

### الخلاصة والتوصيات

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المهمة التي تجلب دخلاً جيداً من العملات الصعبة. وبالتالي فهو يُعد من الروافد القوية للاقتصاد، وللمشاريع التنموية. حيث يعمل الدخل السياحي على تقليص العجز في ميزان المدفوعات .

ويُشكل السياح العرب وخصوصاً من دول الخليج الجزء الأكبر من السياح القادمين للأردن. ومن ثم يأتي السياح الاوروبيون والامريكيون.

ويعتبر قطاع السياحة من القطاعات الريادية في الاقتصاد الأردني حسب قيمة مضاعف الإنتاج. حيث ان استثمار دينار واحد في القطاع يخلق طلباً فعالاً ومؤثراً على القطاعات الأخرى بما مقداره (٢,١٢) دينار. وذلك بعد حذف اثر مستلزمات الإنتاج المستوردة.

ويؤدّد كل دينار من الاستثمار في القطاع دخلاً لعناصر الإنتاج المحلية مقداره (٠,٤٥٣) دينار. وهذا ما يسمى بالقيمة المضافة المحلية. وبعد حساب اثر المستلزمات المستوردة فإن القيمة المضافة الكلية بلغت (٠,٥٢٦) دينار. وعليه فقد بلغت نسبة عناصر الإنتاج المحلية المستخدمة في القطاع السياحي حوالي (٨٥٪)، في حين بلغت نسبة العناصر المستوردة حوالي (١٥٪) فقط.

ويعتبر القطاع من القطاعات الكثيفة استخدام عنصر العمل. وأن استثمار مليون دينار في هذا القطاع يوفر ما مقداره (١٥٥) وظيفة لهذا العنصر من حملة دبلوم كلية المجتمع. منها، (١٣٨) وظيفة للعمالة المحلية والباقي تشغله العمالة الوافدة.

إن حجم التسهيلات الائتمانية الممنوحة للقطاع ضئيلة، إذا ما قورنت بحجم التسهيلات للقطاعات الأخرى. ويدل على ذلك نقص الفنادق ذات الخدمة المتميزة، وعدم توزيعها بعدالة على كافة المناطق السياحية، وتركزها في العاصمة عمان. كما ان

الاستثمارات السياحية لا زالت دون المستوى المطلوب، ولا تتناسب مع متطلبات السياح القادمين للأردن وحاجاتهم المختلفة.

ويعتمد السفر الى الأردن من قبل السياح من الدول المتقدمة على متوسط دخل الفرد في هذه البلدان. كما ان سعر صرف الدينار الأردني كان ضعيف الأثر على الطلب على السياحة الى الأردن. في حين كان أثر مؤشر الاسعار للمستهلك واضحا وخصوصا في حالي امريكا وفرنسا. وكان للاستقرار والأمن اكبر الأثر في جلب السياح الى الأردن. لذلك فقد أدى دخول الأردن في العملية السلمية الى جذب العديد من السياح اليه.

ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة، أن سمعة الأردن السياحية في الخارج أخذت بالانحسار مما يعكس ضعف سياسات الدعاية والإعلان والتسويق السياحي الأردنية.

وعلى ضوء نتائج الدراسة يمكن اقتراح التوصيات التالية:-

نظراً لنقص المعروض من الخدمات السياحية في الأردن فلا بد من إعادة النظر في قوانين الاستثمار لقطاع السياحة الأردني. بما يعمل على تقديم الحوافز للمستثمرين العرب والأجانب، لتشجيعهم على الاستثمار في القطاع. بالتالي فمن الضروري العمل على إنشاء مكتب لدراسات الجدوى، يختص بالمشاريع السياحية. يضم عاملين مؤهلين من مختلف التخصصات. ويعمل على تقديم المشاريع السياحية المدروسة للمستثمرين وترويجها وعدم اقتصرها على الفنادق والمطاعم. ومن ثم توفير القروض السياحية والتسهيلات الائتمانية الممنوحة للقطاعين العام والخاص. وذلك بما يتناسب مع الطلب على السياحة الأردنية.

ومن الواجب تحسين نوعية الخدمات المقدمة للسائح وخاصة العرب منهم. وتبسيط إجراءات الجمارك والجوازات، وتفعيل دور المكاتب السياحية المتواجدة في المطارات والحدود.

ومن التوصيات الأخرى العمل على تحسين نوعية الوسائل الترفيهية بما لا يخرج عن نطاق اخلاقنا وعاداتنا وترويجها، بما يتناسب مع ادواق السياح. وذلك لحفزهم على الأنفاق بصورة اكبر وبما يتناسب مع دخلهم.

ومن المهم أيضاً العمل على زيادة وعي العاملين في قطاع السياحة الأردني، وذلك بعقد برامج تدريبية تعمل على تحسين أدائهم من الناحيتين السلوكية والعملية.

إن التركيز على التعاون الإقليمي في المجال السياحي يعمل على تخفيف حدة المنافسة الإقليمية التي يواجهها الأردن في المجالات السياحية. خصوصاً إذا علمنا أن الأردن محاط بجيران يمتلكون مقومات سياحية ضخمة. مثل، مصر وثوراتها الهائلة التي خلفتها الحضارة الفرعونية. وكذلك، فلسطين التي تضم حالياً المقدسات الدينية للديانات السماوية الثلاث. وسوريا، بما تضم من طبيعة خلابة ومتنوعة، وأماكن تاريخية، وأسواق تقليدية. بالتالي فإن استمرار الأردن في المضي بالعملية السلمية، يوفر الأمن والاستقرار. كما يعمل على إمكانية إنشاء مجلس للتعاون الإقليمي السياحي. بحيث يتم اعتبار منطقة الشرق الأوسط كوجهة سياحية واحدة. ووضع بلدان المنطقة في برنامج زيارة واحد.

وأخيراً التركيز على دور الدعاية والإعلان في المجال السياحي خارجياً. واستغلال وجود المحطة الفضائية الأردنية وغيرها من الوسائل للترويج السياحي. وزيادة ثقافة المواطن الأردني السياحية ليكون رافداً أساسياً في عملية الدعاية. وكذلك من المهم البحث عن أسواق سياحية أخرى وخصوصاً دول شرق آسيا.

## المراجع

### • المراجع باللغة العربية

١. الجالودي جميل ، اثر السلام في الاقتصاد السياحي الاردني، بحث مقدم الى المؤتمر الاقتصادي الرابع ، جامعة اليرموك ، قسم الاقتصاد، اربد ١٣-١٥ ايار ١٩٩٦.
٢. دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية ١٩٨١، ع ٣٢، الاردن ١٩٨١.
٣. دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية ١٩٨٢، ع ٣٣، الاردن ١٩٨٢.
٤. دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية ١٩٨٥، ع ٣٦، الاردن ١٩٨٥.
٥. دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية ١٩٨٩، ع ٤٠، الاردن ١٩٨٩.
٦. دائرة الاحصاءات العامة، النشرة الاحصائية السنوية ١٩٩٣، ع ٤٤، الاردن ١٩٩٣.
٧. سماوي حابس، جغرافية السياحة في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الاسكندرية، قسم الجغرافيا، الاسكندرية ١٩٨١.
٨. الصرايره ياسين وآخرون، تحسين الخدمات والتسهيلات السياحية، بحث مقدم الى المؤتمر الاقتصادي الرابع ، جامعة اليرموك ، قسم الاقتصاد، اربد ١٣-١٥ ايار ١٩٩٦.
٩. الطراونة رولا، تطور الحركة السياحية في الاردن، بحث غير منشور، جامعة اليرموك، قسم الاقتصاد، اربد ١٩٩٦.
١٠. عارضه فوزي، دور السياحة في الاقتصاد الاردني بحث مقدم الى المؤتمر الاقتصادي الرابع ، جامعة اليرموك ، قسم الاقتصاد، اربد ١٣-١٥ ايار ١٩٩٦.
١١. العبيدي عبد الخالق، سلمان جمال، الاقتصاد الرياضي، جامعة بغداد، كلية الادارة والاقتصاد، ١٩٩١.
١٢. المجلس القومي للتخطيط، خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨١-١٩٨٥، عمان ١٩٨٠.
١٣. المجلس القومي للتخطيط، خطة التنمية الخمسية ١٩٧٦-١٩٨٠، عمان ١٩٧٥.
١٤. وزارة التخطيط ، خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ١٩٨٦-١٩٩٠، عمان ١٩٨٥.

• المراجع باللغة الانجليزية :

1. Henderson James and Quandt Richard, Microeconomic Theory a mathematical approach, McGraw Hill, Singapore, 3rd Edition, 1988.
2. marashdeh Omar, Regional Downturns and The demand for Jordanian tourism, Al - Jawal corporation , Amman- Jordan, 1995.
3. al- Khateeb Hiyam, Tourism the Biggest Beneficiary of peace, working paper, the fourth Economic Confrence, 13-15 may 1996.
4. Servet and Mryyan Nader, The Impact of Investment in the Housing sector on the Jordanian economy, Dirasat, vol 14, No. 8, Amman 1987.
5. Shapiro Edward, Macroeconomic Analysis, Harcourt Brace Jovanavich, New York, Fifth edition, 1982.
6. Gordon Robert J., Microeconomics, Scott Foresmanand co., Glenview, fourth edition, 1987.
7. Gujarati Damodar N., Basic Econometrics, McGraw Hill, Singapore second Edition, 1988.
8. Maddala G.S., Introduction to Econometrics, Macmillan, New York 1989.
9. Blundell Richard, Consumer Behaviour: Theory and Empirical Evidence - A survey, The Economic Journal, vol 98, (march, 1988) p.p 16-65.
10. Carrin Guy and Van Dael Jaak, An empirical model of the demand for health care in Belguim, Applied Economics, vol 16, p.p 317- 334, 1984.
11. Change Alpha C., Fundamental Methods of Mathematical Economics, McGraw Hill, Singapore, Third edition, 1984.

## الملاحق

\* ملحق رقم (١) : جدول مدخلات - مخرجات الاردن عام ١٩٨٧

\* ملحق رقم (٢) : معكوس المصفوفة التكنولوجية

© Arabic Digital Library - Yarmouk University



ملحق رقم (1)

جدول مبيعات - مخرجات الأردن عام 1987

بالآلاف دينار

COMMODITY SALES	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.
1. Field Crops	2314.74	0.00	1793.93	0.00	0.00	0.00	0.00	2.89	0.33	13006.28	328.07	28.42	1043.22	4705.54	83.21
2. Vegetables & Fruits	0.00	3047.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	21.28	2.34	14.65	1.14	173.63	6138.94	0.00	88.64
3. Livestock	75.80	3261.72	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	19227	2488.71	0.00	0.05	210.69	0.36	0.00	48.05
4. Other Agricultural Products	72.11	2758.31	41.47	6.13	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.97	15.34	0.00
5. Phosphate	0.00	0.00	0.00	0.00	14701.42	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
6. Potash	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7. Other Mining & Quarr. Pro.	42.33	23.03	0.00	0.00	0.00	0.00	79.76	0.15	0.02	0.11	0.03	1.19	44.14	0.00	0.00
8. Slaughtered Pigs, Prep; Meat Pro.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	69.87	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
9. Dairy Products	0.00	0.00	3500.79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.11	1233.13	26.77	39.97	342.30	33.49	1295.19	23.79
10. Grain Mill Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.49	0.63	256.63	4258.07	311.37	149.43	285.91	0.00
11. Bakery Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	1.92	0.01	0.00	0.00
12. Chocolate & Confectionery	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.22	0.02	29.71	104.97	8.95	0.00	0.00
13. Other Food Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.54	0.03	16.51	928.50	145.79	1107.02	1668.99	2912.79	299.39	1815.31
14. Animal Feed	0.00	0.00	29425.85	0.06	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	13367.20	0.00
15. Beverages	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.29	0.00	48.05
16. Tobacco Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
17. Textile Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	89.88	1.97	0.00	16.28	6.91	0.00
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	0.00	0.00	0.00	0.00	0.16	0.00	0.00	0.00	0.07	0.00	0.23	0.00	0.04	0.00	0.00
19. Leather & Leather products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.32	0.00	0.00	0.00	0.08	0.00	0.26	0.00	0.16	0.00	0.00
20. Wood, Cork & Furniture	4.87	0.00	41.27	0.00	0.00	0.00	11.88	0.67	29.15	0.46	0.04	7.10	201.17	15.27	0.56
21. Paper and paper Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	105.86	0.19	12.60	63.40	40.35	235.05	70.59	104.32	166.18
22. Printing & Publishing	0.00	0.01	0.00	0.00	67.18	48.36	18.04	0.15	18.41	6.64	9.96	9.64	25.52	5.32	19.86
23. Pharmaceuticals	0.00	0.08	1141.25	0.00	0.00	11.00	0.11	0.01	0.00	0.00	0.00	0.05	1.80	803.11	0.00
24. Fertilizers & Insecticides	48.16	2376.39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
25. Soap, Detergents & Cosmetics ...Etc.	0.00	0.00	0.00	0.00	3.55	0.00	4.23	0.03	17.27	2.92	16.61	4.27	9.52	1.25	30.97
26. Paints	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.41	0.00	0.02	0.00	0.07	0.00	0.16	0.00	0.00
27. Other chemical Products	1.05	0.64	32.61	0.00	781.87	13.02	528.13	0.72	123.61	0.50	114.71	15.88	226.19	12.07	528.23

COMMODITY SALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
28. Petroleum refinery products	720.65	418.30	542.15	142.26	5573.83	2842.45	821.02	0.71	113.20	76.24	596.93	82.36	236.09	233.47	117.37
29. Rubber & Plastic Products	332.78	1363.19	61.31	104.53	133.72	0.00	7.34	0.66	1346.46	674.28	313.98	141.85	218.80	22.68	73.53
30. Pottery, China & Glass Products	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	7.06	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.33	0.00	123.06
31. Cement, Lime & Plaster	27.74	14.52	0.00	0.00	0.00	0.00	85.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
32. Other non-Metallic Mineral Products	0.00	0.00	0.00	144.22	0.00	0.00	63.11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
33. Basic Metal Products	85.88	146.88	4.51	0.00	0.00	0.00	86.67	0.03	11.13	0.02	0.12	0.95	8.98	1.67	0.21
34. Fabricated Metal Products	7.95	22.56	2.22	183.16	2367.27	950.27	558.16	74.00	129.28	59.12	90.48	241.00	823.63	46.61	4113.78
35. Machinery (non-Electrical)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.93	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
36. Electrical Machinery & Equipment	0.00	0.00	0.00	0.00	81.40	0.00	14.32	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00
37. Transport - Equipment's & spare Parts	361.19	209.66	0.00	0.00	2945.85	0.00	0.08	53.36	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
38. Repairs & Maintenance Services	949.95	551.41	31.01	62.61	969.93	1425.05	523.90	0.44	225.25	89.30	135.50	77.99	150.91	23.37	175.24
39. Other Manufactured Products	0.00	0.02	0.00	0.00	5.74	388.93	4.00	0.05	1.29	0.03	7.83	2.99	22.68	0.00	0.02
40. Electricity	0.00	0.02	677.05	29.06	2098.86	1212.58	131.11	56.36	201.36	456.16	144.30	119.69	243.72	292.14	197.98
41. Water	0.00	0.01	483.25	0.00	24.14	32.09	33.84	42.68	45.05	5.43	43.75	28.35	106.96	183.24	15.52
42. Construction	0.00	0.01	10.35	0.00	0.00	0.00	85.14	0.01	0.26	0.01	0.81	0.08	13.64	3.83	11.65
43. Trade	441.06	8004.68	12510.41	50.17	1306.67	285.76	174.08	25555.81	616.28	1184.66	997.76	367.60	420.64	4809.93	287.35
44. Hotels & Restaurants	0.00	0.00	0.00	0.00	33.98	4.48	12.21	0.13	10.87	3.24	19.20	21.45	25.22	2.97	23.37
45. Transport & Storage	437.48	1431.73	175.30	70.79	11010.86	140.04	606.98	2875.60	232.92	336.54	939.94	216.87	975.32	732.28	285.66
46. Communications	0.00	0.01	0.00	0.00	83.48	36.50	28.56	0.43	30.30	11.72	23.49	34.42	119.01	23.79	34.56
47. Finance, Insurance & Business Services	336.14	1331.83	1364.56	39.77	1322.95	557.21	433.43	862.00	358.19	324.25	242.11	198.44	706.49	162.14	686.85
48. Real Estate	0.00	0.09	0.00	0.00	19.38	1.60	31.88	0.35	67.35	42.81	374.52	151.09	374.43	16.75	23.64
49. Health	0.00	0.01	61.84	0.00	391.15	0.00	6.87	0.02	2.21	1.53	7.89	7.03	7.09	33.40	49.27
50. Education	0.00	0.00	0.00	0.00	29.26	6.38	0.15	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.15	0.00	0.00
51. Other Services	0.00	0.00	0.00	0.00	39.05	0.00	0.70	0.15	2.39	2.00	3.87	3.23	77.34	0.00	10.79
52. Complement, Imports	95.72	84.19	0.31	26.19	693.58	6.93	70.70	0.00	40.83	0.00	22.36	227.01	2.48	256.16	0.64
53. Sales by Final Demand	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
54. Indirect Taxes less imputed duties	307.58	36.80	493.53	61.85	2505.93	986.64	428.73	609.12	83.58	229.68	290.00	79.11	31.92	126.57	93.05
55. Compensation of Employees	4148.32	11852.61	7855.50	1576.87	13904.71	5544.33	1708.44	281.39	1491.62	916.74	2286.59	1055.80	1942.22	3287.37	1684.19
56. Gross operating surplus	10012.19	62470.01	14982.73	567.41	26593.43	13593.30	3839.32	16523.34	1195.08	2179.29	2547.47	1291.95	4541.27	6604.04	3727.05
57. commodity output at basic prices	20823.69	99406.24	76763.20	3065.60	87689.65	28089.48	10491.95	66276.72	11060.39	19747.73	15037.18	7464.76	21946.46	37778.78	14587.64

	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.
<b>COMMODITY SALES</b>															
1. Field Corps	7419.25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.04	0.00	0.00	0.00	2.62	0.00
2. Vegetables & Fruits	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.04	0.00	0.00	0.00	2.79	0.00
3. Livestock	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.24	0.07	0.01	0.00	48.44	0.00
4. Other Agricultural Products	0.00	0.00	0.71	0.79	0.58	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.33
5. Phosphate	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.13	0.00	6768.12	0.00	0.00	581.13	0.00	0.00	0.00
6. Potash	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7. Other Mining & Quarr. Pro.	0.00	0.00	0.01	0.13	0.61	0.00	0.00	0.0	6354.28	1.11	252.35	558.85	1810.68	2.01	0.00
8. Slaughtered Pigs, Meat Pro.	0.00	0.00	0.00	284.08	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.63	345.25
9. Dairy Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	32.71	1.75	0.28	0.00	23.99	0.00
10. Grain Mill Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.43	0.03	12.38	0.66	0.11	0.00	0.00	0.00
11. Bakery Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.44	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00
12. Chocolate & Confectionery	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.80	0.04	0.01	0.00	0.00	0.00
13. Other Food Products	138.79	0.00	0.28	0.46	0.24	145.96	0.05	107.55	7.46	63.92	3.38	283.30	0.00	74.53	0.13
14. Animal Feed	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
15. Beverages	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	1.51	0.00
16. Tobacco Products	42.09	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
17. Textile Products	0.00	3372.63	16126.58	118.51	43.43	77.45	0.19	0.00	0.00	0.03	0.00	75.99	0.01	6.90	12.15
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	1.39	11.05	0.09	1.39	0.01	0.00	0.00	0.61	0.04	8.79	0.47	1.80	8.93	1.60	0.00
19. Leather & Leather products	1.26	12.86	0.11	1447.73	2.48	0.00	0.00	0.00	0.00	10.24	0.55	0.15	0.00	15.01	0.01
20. Wood, Cork & Furniture	1169.07	0.00	0.58	8.24	467.69	83.19	0.10	22.24	17.87	0.21	0.00	227.05	4.74	1.40	38.04
21. Paper and paper Products	643.13	113.20	56.34	27.18	1.28	6378.37	3205.27	849.85	169.23	1488.60	84.85	489.75	0.01	200.51	38.56
22. Printing & Publishing	311.24	11.43	11.28	7.80	13.82	38.67	170.61	110.24	21.44	42.07	16.55	58.97	82.78	26.64	9.42
23. Pharmaceuticals	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	3142.05	217.84	0.00	0.00	16.63	0.00	0.00	0.00
24. Fertilizers & Insecticides	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1356.58	94.05	0.00	0.00	7.18	0.00	0.00	0.08
25. Soap, Detergents & Cosmetics ...Etc.	33.36	132.78	19.49	0.89	21.45	643.87	8.54	2.54	5.58	274.27	14.93	7.75	17.94	4.57	3.67
26. Paints	0.00	0.00	0.01	0.01	50.23	0.00	0.00	0.00	0.00	2.96	939.29	1.17	3.79	11.84	42.54
27. Other chemical Products	48.38	92.42	0.94	331.19	46.57	321.04	597.69	4876.88	7191.39	4449.00	3666.05	9911.04	511.51	10953.69	514.83

	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.
<b>COMMODITY SALES</b>															
28. Petroleum refinery products	59.74	34.05	22.22	13.36	64.85	356.30	13.04	51.87	1859.50	139.53	37.26	541.98	6197.15	214.38	523.17
29. Rubber & Plastic Products	0.00	6.73	219.10	183.66	56.52	26.84	0.22	523.12	49.67	330.74	17.72	530.66	0.91	245.23	95.85
30. Pottery, China & Glass Products	0.00	0.00	0.00	0.00	6.18	0.00	0.00	756.71	52.46	0.59	0.00	4.07	2.82	23.73	536.10
31. Cement, Lime & Plaster	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	58.18	34.18	0.00	0.00
32. Other non-Metallic Mineral Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	79.36	222.88	0.00
33. Basic Metal Products	0.00	0.00	0.01	1.78	80.97	0.00	0.00	0.00	0.00	9.99	0.25	1.18	35.81	11.21	0.01
34. Fabricated Metal Products	394.47	368.12	106.57	111.96	523.27	411.28	69.29	465.98	1209.38	429.00	543.93	343.57	1708.63	558.05	202.31
35. Machinery (non-Electrical)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	2.36	0.00	0.00
36. Electrical Machinery & Equipment	0.00	0.00	0.01	0.01	0.08	0.00	0.00	0.00	6.82	0.01	0.00	0.59	23.48	4.42	0.00
37. Transport - Equipments & spare Parts	0.00	0.00	0.00	0.00	0.22	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	63.16	0.00	0.00
38. Repairs & Maintenance Services	83.85	152.19	146.63	52.92	171.90	339.24	92.63	67.31	109.92	63.03	26.42	197.59	86.25	337.48	66.13
39. Other Manufactured Products	2.19	7.89	287.27	8.77	25.19	0.20	20.68	0.00	58.93	13.96	0.75	5.76	339.72	0.02	0.32
40. Electricity	3.74	252.67	155.86	78.30	176.56	249.40	82.02	138.61	19.74	182.31	24.45	313.80	197.55	596.77	205.57
41. Water	0.47	3.23	10.87	4.27	16.32	12.89	4.58	26.61	3.28	24.99	10.12	63.39	11.41	26.71	11.71
42. Construction	0.00	0.01	2.50	0.82	0.63	0.03	2.87	0.00	0.00	31.60	1.69	3.16	28.19	1.44	0.35
43. Trade	185.43	243.45	471.23	372.32	106.41	261.17	134.17	219.79	154.87	417.07	133.95	251.40	72.28	269.71	31.66
44. Hotels & Restaurants	1.61	15.92	34.66	9.52	28.29	21.38	14.08	48.36	12.29	27.77	8.25	27.66	5.63	32.86	13.38
45. Transport & Storage	242.05	259.67	478.27	122.80	301.24	226.98	252.42	545.04	1715.90	421.85	244.09	680.76	808.03	423.01	217.72
46. Communications	42.03	27.24	92.50	24.89	47.49	53.11	59.28	70.07	45.73	40.45	16.06	59.97	43.60	81.01	19.50
47. Finance, Insurance & Business Services	470.84	268.48	425.21	142.71	515.09	560.04	305.19	1373.84	745.99	453.42	236.20	967.35	2312.73	629.75	296.30
48. Real Estate	9.07	22.98	522.90	116.26	947.31	61.38	168.47	33.77	15.11	18.31	20.10	62.66	7.88	91.34	29.32
49. Health	84.17	13.00	1.12	24.27	11.67	38.43	5.03	27.91	34.62	16.22	5.00	11.90	0.11	11.64	21.96
50. Education	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	2.30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.57	0.03	0.00	0.00
51. Other Services	3.47	53.68	2.81	2.66	4.36	0.00	0.43	32.86	10.48	15.64	0.84	9.69	0.28	0.57	2.56
52. Complement. Imports	326.16	1821.51	730.64	314.87	3875.29	3852.58	76.12	590.82	3991.09	868.70	46.46	3017.11	115833.02	1388.62	74.47
53. Sales by Final Demand	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
54. Indirect Taxes less imputed duties	36.25	311.31	136.15	-127.28	1955.89	617.81	33.45	-180.68	1025.35	224.61	78.09	525.24	2208.46	258.69	230.80
55. Compensation of Employees	2377.88	1396.60	2180.02	1253.28	2870.91	2602.51	2419.13	3356.78	3019.46	1475.01	561.58	2113.99	11371.01	2850.52	1309.73
56. Gross operating surplus	1120.09	1921.05	2821.44	1468.84	4398.44	3231.23	1317.25	3211.37	1608.50	1595.69	810.27	3590.61	12651.24	3683.87	1391.40
57. commodity output at basic prices	15251.82	10926.14	24792.13	6409.24	16834.15	20613.67	9052.93	21829.43	36601.44	13189.47	7804.44	25606.97	156365.86	23346.62	6285.33

	COMMODITY SALES																										
	31.	32.	33.	34.	35.	36.	37.	38.	39.	40.	41.	42.	43.	44.													
1. Field Corps	0.00	0.00	0.00	19.41	0.00	0.00	0.00	63.24	35.92	0.00	0.00	92.99	149.44	268.44													
2. Vegetables & Fruits	0.00	0.00	0.00	143.04	0.00	0.00	0.00	0.06	0.00	0.00	0.00	24.80	419.93	2800.97													
3. Livestock	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	18.41	35.17	0.00	0.00	28.69	0.94	475.17													
4. Other Agricultural Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7.19	2.11	0.00	0.00	25.51	1007.15	0.00													
5. Phosphate	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6768.12	109.40	0.00	21.43	6.25	0.00	118.79	0.00													
6. Potash	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00													
7. Other Mining & Quar. Pro.	744.35	3796.88	12.47	172.14	2.91	186.80	0.73	134.46	4.22	20.12	5.87	9705.23	92.88	0.00													
8. Slaughtered Pigs, Prep, Meat Pro.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.93	1.84	0.00	0.00	0.00	30.99	4461.67													
9. Dairy Products	0.00	0.00	0.00	0.73	0.00	0.00	0.00	9.29	0.00	0.00	0.00	0.66	7.48	1192.22													
10. Grain Mill Products	0.00	0.00	0.00	3.27	0.00	0.00	0.00	2.25	0.00	0.00	0.00	0.00	17.37	820.43													
11. Bakery Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.96	0.00	0.00	0.00	7.22	873.76													
12. Chocolate & Confectionery	0.00	0.00	0.00	0.19	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	1.05	0.00													
13. Other Food Products	0.00	0.00	0.00	68.09	0.02	0.00	0.01	11.93	0.83	0.00	0.00	0.36	609.30	3903.43													
14. Animal Feed	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.58	44.82	0.00													
15. Beverages	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	4.32	1873.51													
16. Tobacco Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.11	0.00													
17. Textile Products	0.00	0.00	0.01	37.42	0.48	0.04	0.19	19.31	37.60	0.01	0.00	12.51	1615.50	0.04													
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	0.00	0.05	8.97	0.90	0.01	0.00	0.00	0.18	0.01	4.98	6.15	0.00	8.58	0.02													
19. Leather & Leather products	0.00	0.00	0.00	1.61	0.02	0.00	0.01	10.40	5.90	5.06	0.00	0.01	144.22	0.00													
20. Wood, Cork & Furniture	0.00	3.69	0.54	338.26	19.27	92.03	11.40	80.29	15.56	0.05	0.02	5651.38	853.05	0.04													
21. Paper and paper Products	1766.31	1.76	40.72	184.53	3.86	12.77	3.75	72.93	69.48	0.35	21.20	0.80	1010.13	74.37													
22. Printing & Publishing	32.42	16.46	30.63	37.95	9.04	5.19	2.17	22.46	5.29	149.18	11.96	230.26	30.97	2020.66													
23. Pharmaceuticals	0.00	0.00	0.00	0.04	0.00	0.00	0.00	0.54	0.02	0.00	0.00	0.22	161.14	1.24													
24. Fertilizers & Insecticides	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.21	0.00	0.00	0.00	20.62	0.61	0.00													
25. Soap, Detergents & Cosmetics ...Etc.	0.00	0.05	7.30	11.06	5.96	2.32	0.42	57.89	0.59	36.54	0.00	50.14	25.95	674.66													
26. Paints	0.00	6.52	0.08	444.82	7.41	4.11	3.95	1292.99	0.03	0.00	0.00	2095.55	30.94	0.01													
27. Other chemical Products	13.30	29.06	185.57	560.06	9.74	735.77	7.81	437.04	200.26	21.70	197.49	474.11	703.97	1.09													

	31.	32.	33.	34.	35.	36.	37.	38.	39.	40.	41.	42.	43.	44.
<b>COMMODITY SALES</b>														
28. Petroleum refinery products	7175.70	168.71	833.24	266.13	133.05	42.59	11.56	564.85	38.35	21425.44	684.16	8954.82	2985.08	727.09
29. Rubber & Plastic Products	0.00	133.26	0.36	81.05	35.90	64.42	13.51	1596.06	840.84	0.04	0.01	1109.06	1878.60	0.06
30. Pottery, China & Glass Products	0.00	0.30	0.12	784.84	44.70	1.85	3.99	78.78	30.76	0.00	0.00	3358.91	36.25	0.12
31. Cement, Lime & Plaster	434.08	3996.41	6.39	121.89	4.55	12.76	0.00	27.83	148.33	0.00	0.00	40768.98	49.90	0.00
32. Other non-Metallic Mineral Products	0.00	80.57	3.63	98.85	3.46	9.40	0.05	15.73	7.50	0.00	0.00	30004.97	36.88	0.00
33. Basic Metal Products	38.24	165.65	3583.36	7953.55	916.64	1206.88	379.65	872.93	4097.08	0.00	0.00	41209.95	134.08	0.02
34. Fabricated Metal Products	1356.99	272.54	533.68	1386.69	127.67	113.63	38.92	702.19	502.41	182.25	1.09	18807.66	422.64	1815.31
35. Machinery (non-Electrical)	0.00	3.03	0.02	156.26	1365.90	1.03	0.76	77.83	0.00	0.00	0.00	2820.48	8.62	0.00
36. Electrical Machinery & Equipment	0.00	0.80	34.09	38.52	60.56	71.40	0.09	7318.32	2.14	0.02	0.01	6807.90	55.54	0.26
37. Transport - Equipments & spare Parts	0.00	0.00	0.01	51.42	0.67	0.06	0.26	3158.73	2.50	0.00	0.00	45.61	137.33	0.09
38. Repairs & Maintenance Services	81.12	249.82	1016.90	352.78	33.34	26.42	9.56	182.13	12.41	976.86	746.20	2075.56	2073.47	2721.72
39. Other Manufactured Products	0.00	0.00	0.00	0.55	0.01	0.00	0.00	10.20	388.10	8.90	32.01	1.52	1010.76	0.41
40. Electricity	4599.72	364.69	726.60	327.04	43.52	88.65	5.25	334.42	185.49	27.36	8313.21	284.45	5057.59	2430.83
41. Water	7.09	206.86	4.27	16.32	3.27	3.15	0.73	139.48	29.61	73.17	0.00	2122.72	368.09	1140.88
42. Construction	0.00	2.99	0.04	105.78	6.05	17.85	3.71	19.53	2.34	27.64	114.09	33624.16	1106.98	1221.79
43. Trade	2.94	849.66	33.54	1474.07	130.66	24.06	20.78	4043.38	1398.54	65.03	43.88	23853.42	2366.94	2648.08
44. Hotels & Restaurants	41.21	38.88	6.54	83.7	23.42	2.70	1.11	128.56	16.17	28.73	120.24	215.78	86.88	192.08
45. Transport & Storage	3759.36	1822.98	399.58	650.29	101.99	74.38	18.25	5318.83	305.74	187.39	675.32	13294.62	21805.01	2082.63
46. Communications	67.62	44.77	23.06	132.32	27.62	11.21	2.97	136.70	36.92	98.39	101.40	924.42	6374.15	2374.05
47. Finance, Insurance & Business Services	1932.80	447.88	653.42	1086.68	168.61	105.52	62.23	1250.68	245.42	1148.43	356.13	13374.06	16325.43	1870.80
48. Real Estate	16.40	220.10	16.36	967.86	57.34	27.12	7.67	2241.73	254.49	85.69	166.87	1050.47	27673.22	1681.39
49. Health	232.22	7.41	47.31	22.97	10.70	1.45	0.61	8.54	3.77	2.44	0.03	118.74	19.04	158.50
50. Education	0.00	0.00	0.00	0.12	0.00	0.01	0.00	0.14	0.04	18.16	0.00	38.72	15.20	0.00
51. Other Services	0.00	0.05	4.42	2.08	2.12	0.10	0.45	33.95	10.89	18.33	0.01	333.69	3428.72	2.25
52. Complement. Imports	8.98	116.47	20676.35	2400.69	30.81	79.78	12.18	4430.19	25.67	17.41	3.65	2204.21	3240.56	830.84
53. Sales by Final Demand	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.00	0.00	0.00	0.00
54. Indirect Taxes less imputed duties	3031.53	1009.90	1987.68	1240.65	127.10	94.58	29.29	-7582.12	314.30	8595.20	312.10	15414.36	3258.52	1525.64
55. Compensation of Employees	5815.84	3280.20	2696.57	5512.32	1014.46	776.26	222.94	4554.69	1562.86	12429.67	10459.47	83446.73	59335.26	17023.61
56. Gross operating surplus	2377.32	5353.33	7600.05	6267.70	812.01	537.38	159.53	6030.57	1087.59	25507.00	-1879.69	37525.42	174717.46	6910.43
57. commodity output at basic prices	54934.53	22691.70	41177.33	33627.02	5344.86	4433.70	1036.50	88047.26	11966.24	71182.99	20501.12	404219.80	341105.04	66800.62

	45.	46.	47.	48.	49.	50.	51.	52.	Imputed Bank service charge	Total Intermediate Demand	Resident HHs Consumption	Private non-profit Services	GGFC Public administration	GGFC Education
COMMODITY SALES	45.	46.	47.	48.	49.	50.	51.	52.						
1. Field Corps	0.00	9.97	1.22	5.25	0.16	0.00	3.33			31377.90	24851.67	0.00	1.34	0.00
2. Vegetables & Fruits	0.00	104.00	12.57	0.07	72.79	0.00	38.84			13108.02	88132.22	194.36	22.80	85.54
3. Livestock	37.08	17.64	2.06	0.00	0.29	0.00	5.89			25983.47	29276.48	0.00	5.43	33.78
4. Other Agricultural Products	4.84	0.00	12.41	0.87	0.00	0.00	0.91			3966.87	512.99	0.00	143.44	16.71
5. Phosphate	0.52	0.00	16.98	5.62	0.00	0.00	0.00			22329.66	0.00	0.00	0.00	0.00
6. Potash	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7. Other Mining & Quarr. Pro.	0.04	0.00	16.71	5.63	0.00	0.00	0.01			24390.12	78550.52	0.00	625.25	0.00
8. Slaughtered Pres. Prep. Meat Pro.	0.13	165.65	19.39	0.08	36.67	0.00	55.26			5129.59	11896.95	0.00	39.44	165.92
9. Dairy Products	0.00	44.27	5.31	0.00	22.87	0.00	16.36			7853.45	21827.10	130.63	10.73	23.72
10. Grain Mill Products	0.00	30.46	3.55	0.37	0.50	0.00	10.16			6164.49	21827.05	631.19	47.18	16.45
11. Bakery Products	0.00	32.44	3.86	0.01	42.52	7.49	11.69			982.36	14587.05	0.00	12.71	31.82
12. Chocolate & Confectionery	0.00	0.00	0.38	0.00	0.00	4.02	4.19			154.60	10574.83	0.00	27.05	33.81
13. Other Food Products	7.49	144.98	27.03	2.15	10.44	0.00	90.14			14399.12	44100.13	500.28	171.48	183.91
14. Animal Feed	0.00	0.00	0.00	3.19	0.00	0.00	0.00			42847.23	0.00	0.00	2.93	7.24
15. Beverages	0.00	69.56	8.35	0.04	26.18	4.11	25.45			2062.43	15073.31	0.00	16.79	20.02
16. Tobacco Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			42.20	16163.61	0.00	0.00	0.00
17. Textile Products	22.61	0.16	20.72	1.45	15.93	9.82	20.95			21768.14	14217.79	0.00	4963.46	55.01
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	656.98	0.12	16.39	0.13	11.81	4.27	5.15			761.38	52267.66	112.85	540.62	65.95
19. Leather & Leather products	10.69	0.00	0.89	0.45	0.00	1.33	0.01			1672.18	7614.21	0.00	22.33	4.01
20. Wood, Cork & Furniture	3.47	0.05	19.36	3.16	0.00	9.39	42.92			9496.81	13460.40	0.00	893.24	87.25
21. Paper and paper Products	448.07	46.99	1815.19	8.98	6.65	13.83	46.96			20194.32	10173.53	0.00	462.65	111.88
22. Printing & Publishing	202.07	89.89	464.15	1.90	113.16	216.42	268.03			5122.29	2370.75	255.71	2078.08	3768.23
23. Pharmaceuticals	4.21	0.00	0.22	0.61	846.50	8.89	0.09			6357.65	8798.39	268.30	2867.69	29.49
24. Fertilizers & Insecticides	0.71	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00			3904.61	4883.08	0.00	35.44	50.50
25. Soap, Detergents & Cosmetics ...Etc.	13.36	35.63	879.52	0.88	43.40	65.25	490.69			3684.20	13128.12	0.00	1101.70	40.24
26. Paints	5.42	0.01	3.49	0.99	0.00	0.00	12.25			4965.09	3453.17	0.00	110.72	0.02
27. Other chemical Products	15.68	16.44	706.57	5.36	284.00	50.31	723.02			51270.75	6320.34	20.11	1093.18	645.08

	45.	46.	47.	48.	49.	50.	51.	Imputed Bank service charge	Total Intermediate Demand	Resident H.Hs Consumption	Private non-profit Services	GGFC Public administration	GGFC Education
<b>COMMODITY SALES</b>								52.	53.	54.	55.	56.	57.
28. Petroleum refinery products	58498.01	198.57	1881.99	233.11	109.34	324.04	201.36		128102.81	42014.32	120.27	7326.21	526.80
29. Rubber & Plastic Products	6072.73	0.07	889.96	2.85	2.64	150.39	60.83		40014.68	1004.92	0.00	352.21	83.68
30. Pottery, China & Glass Products	0.01	0.00	3.74	1.66	80.92	0.00	3.49		5946.57	13474.41	0.00	247.55	88.58
31. Cement, Lime & Plaster	0.17	10.79	38.67	14.93	0.00	0.00	1.74		45857.81	0.00	0.00	476.27	0.00
32. Other non-Metallic Mineral Products	23.40	5.84	28.77	10.33	0.00	27.87	0.00		30866.85	1300.85	0.00	0.00	10.07
33. Basic Metal Products	0.38	0.03	42.87	17159.44	0.00	0.00	26.45		78275.45	0.00	0.00	551.47	520.30
34. Fabricated Metal Products	564.55	97.14	87.43	15.44	142.31	0.00	182.06		44467.44	17158.57	0.00	7876.96	131.59
35. Machinery (non-Electrical)	496.66	0.00	14.65	1.10	1.44	0.00	0.00		4956.83	8760.63	0.00	3382.65	0.00
36. Electrical Machinery & Equipment	40.68	836.36	42.14	2.45	0.00	0.00	277.91		15720.41	14999.10	0.00	286.41	140.80
37. Transport- Equipments & spare Parts	40.22	91.96	10.31	0.99	19.53	92.28	70.68		27365.21	22566.76	0.00	9219.50	0.87
38. Repairs & Maintenance Services	36061.51	250.56	9748.04	16.99	179.78	157.82	233.92		64592.26	7870.78	110.83	8592.67	839.60
39. Other Manufactured Products	2121.51	55.00	952.40	1.23	204398	321.78	119.82		6434.31	19811.70	0.00	4261.25	1118.96
40. Electricity	2221.65	767.67	1702.19	12.40	246.74	212.51	922.07		37412.27	22746.50	83.75	3921.08	1056.94
41. Water	736.93	58.10	37.04	1.94	89.87	143.49	78.55		6560.58	11374.39	27.45	1569.87	470.72
42. Construction	813.85	61.10	83.79	23708.98	77.41	454.06	161.54		61812.73	0.00	352.87	14450.33	345.41
43. Trade	1911.89	266.64	1277.37	13.75	295.29	251.73	499.92		113809.33	205325.93	268.54	1647.29	3647.29
44. Hotels & Restaurants	690.96	42.27	702.41	0.73	48.83	39.35	240.14		3209.45	3408.85	174.56	1924.38	203.75
45. Transport & Storage	30161.68	329.30	4868.47	38.11	248.80	278.94	425.18		115784.94	193947.83	549.50	12518.80	1424.02
46. Communications	3764.41	97.70	1950.35	7.56	144.22	123.69	236.40		17829.15	22880.55	241.75	1289.85	264.58
47. Finance, Insurance & Business Services	13527.43	1013.81	4616.51	8490.38	277.03	914.12	577.81		87074.67	6003.83	516.60	8582.10	11.82
48. Real Estate	3915.50	427.07	4686.14	27.02	942.11	650.74	1417.26		49763.27	293304.34	466.32	3453.86	1949.85
49. Health	2.10	5.88	2.89	0.60	67.20	19.67	2.09		1609.52	1008.79	360.34	178.39	9.03
50. Education	26.33	3.45	1.09	0.22	0.43	432.98	0.01		578.78	17563.92	0.00	233.35	1.42
51. Other Services	97.64	59.94	262.16	3.84	0.05	24.52	2395.31		6960.38	17162.23	0.00	3183.02	35.09
52. Complement. Imports	37943.46	30.84	952.54	12.05	303.96	0.00	13.93		211669.14	184847.87		101569.19	135.50
53. Sales by Final Demand	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		2.00	39397.29		-12524.80	-17507.40
54. Indirect Taxes less imputed duties	24394.95	164.79	1255.51	1116.90	118.32	199.34	240.91		69816.22	79240.21	-86.19	-7279.67	-102.15
55. Compensation of Employees	66086.23	9686.00	51466.73	430.89	3596.25	10820.60	5815.13		456727.82	5900.00	20100.00	243824.23	90592.08
56. Gross operating surplus	156953.10	32767.15	50754.02	198475.52	6014.39	4524.66	6369.78		965752.90		300.00	15909.00	4252.84
57. commodity output at basic prices	448601.28	48136.32	142416.48	249888.38	14745.72	20559.70	22446.65		3029162.74	1654389.26	25700.00	451619.10	92446.10



	GGFC Health	GGFC Others	Gross fixed Capital formate	Change in Stocks	Tourists consumption	Exports others	Total final Demand	Total Demand	Less comp-el. Imports + Duties+ duties on exempted Imports	Less Commodity Taxes Net
	58.	59.	60.	61.	62.	63.	64.	65.	66.	67.
<b>COMMODITY SALES</b>										
1. Field Corps	8.39	0.00	0.00	14722.07	0.00	2752.90	42336.37	73714.27	52890.58	20823.69
2. Vegetables & Fruits	371.48	1.24	0.00	-8.52	4046.43	16728.74	109574.30	122682.32	23276.08	99406.24
3. Livestock	27.20	0.00	0.00	20000.00	0.00	5735.72	55078.61	81062.08	4298.88	76763.20
4. Other Agricultural Products	0.00	0.49	0.00	-539.21	0.00	19.02	153.44	4120.31	1054.71	3065.60
5. Phosphate	0.00	0.00	0.00	5437.03	0.00	59922.95	65359.99	87689.65	0.00	87689.65
6. Potash	0.00	0.00	0.00	-443.53	0.00	28533.01	28089.48	28089.48	0.00	28089.48
7. Other Mining & Quarr. Pro.	0.00	0.00	0.00	-1542.38	0.00	325.68	-591.45	23798.67	13306.72	10491.95
8. Slaughtered Pres. Prep; Meat Pro.	369.36	0.00	0.00	2523.21	8086.80	1162.70	90897.94	96027.53	29750.81	66276.72
9. Dairy Products	94.42	0.00	0.00	124.05	454.48	314.51	13049.50	20902.94	9842.55	11060.39
10. Grain Mill Products	60.55	0.00	0.00	888.25	754.86	1593.50	25819.09	31983.58	12235.85	19747.73
11. Bakery Products	213.94	0.00	0.00	28.46	1306.22	222.22	16402.42	17384.78	2347.60	15037.18
12. Chocolate & Confectionery	0.00	0.00	0.00	243.61	633.73	916.26	12429.28	12583.88	5119.12	7464.76
13. Other Food Products	276.08	0.00	0.00	2530.64	4894.43	5684.79	58341.73	72940.85	50994.39	21946.46
14. Animal Feed	0.00	0.00	0.00	-857.66	0.00	1576.33	728.85	43576.08	5797.30	37778.78
15. Beverages	47.74	0.00	0.00	872.55	318.65	67.91	16416.97	18479.40	3891.76	14587.64
16. Tobacco Products	0.00	0.00	0.00	-14.84	281.51	1009.89	17440.16	17482.36	2230.54	15251.82
17. Textile Products	41.73	0.00	334.07	-677.92	37.53	11295.52	30267.19	52035.33	41109.19	10926.14
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	35.76	5.54	0.00	268.13	122.35	1255.11	54673.96	55435.34	30643.21	24792.13
19. Leather & Leather products	0.00	0.15	0.00	111.83	19.11	595.44	8367.08	10039.26	3629.84	6409.42
20. Wood, Cork & Furniture	0.00	0.00	13799.29	-143.84	83.18	1838.85	30018.33	39515.14	22680.99	16834.15
21. Paper and paper Products	63.07	0.00	0.00	1703.18	218.32	4783.82	17516.44	37710.76	17097.09	20613.67
22. Printing & Publishing	27.98	34.94	0.00	15.56	568.02	649.84	9769.11	14891.40	5838.47	9052.93
23. Pharmaceuticals	2164.22	1328.19	0.00	-163.08	1126.69	18583.65	35003.56	41361.21	19531.78	21829.43
24. Fertilizers & Insecticides	0.00	0.36	0.00	3725.11	0.00	29628.55	38323.04	42227.65	5626.21	39901.44
25. Soap, Detergents & Cosmetics ...Etc.	108.58	6.94	0.00	531.00	41.86	2355.78	17314.22	20998.42	7808.95	13189.47
26. Paints	12.55	0.00	0.00	-217.35	0.00	1579.20	4938.32	9903.41	2098.97	7804.44
27. Other chemical Products	312.88	9.54	0.00	1077.42	0.00	14890.21	24368.77	75639.52	50032	25606.97

	GGFC Health	GGFC Others	Gross fixed Capital formation	Change in Stocks	Tourists consumption	Exports others	Total Final Demand	Total Demand	Less comp-d Imports + Duties+ duties on exempted Imports	Less Commodity Taxes Net
	58.	59.	60.	61.	62.	63.	64.	65.	66.	67.
<b>COMMODITY SALES</b>										
28. Petroleum refinery products	389.45	79.51	0.00	9122.04	6563.91	191.35	66333.86	194436.67	37870.81	156565.86
29. Rubber & Plastic Products	59.79	0.00	462.25	2691.89	369.80	4783.98	9808.53	49823.21	26476.59	23346.62
30. Pottery, China & Glass Products	9.09	0.00	0.00	-1098.22	8.56	725.13	13455.11	19401.68	13116.35	6285.33
31. Cement, Lime & Plaster	0.00	0.00	0.00	239.49	0.00	8500.66	9216.41	55074.22	139.69	54934.53
32. Other non-Metallic Mineral Products	9.16	0.00	0.00	240.70	0.00	1205.21	2764.99	33631.84	10940.14	22691.70
33. Basic Metal Products	0.00	0.00	0.00	2732.08	0.00	2023.95	5827.81	84103.26	42925.93	41177.33
34. Fabricated Metal Products	57.27	0.04	16626.88	1880.85	84.55	6552.06	50368.78	94836.21	61209.19	33627.02
35. Machinery (non-Electrical)	0.00	9.56	15438.43	-6.45	25.88	6570.93	34181.62	39138.45	33793.59	5344.86
36. Electrical Machinery & Equipment	33.68	18.96	26863.59	1397.90	1543.51	2241.90	47525.85	63246.26	58812.56	4433.70
37. Transport - Equipments & spare Parts	0.00	0.00	0.00	939.34	531.84	3455.76	36714.08	64079.30	63042.80	1036.50
38. Repairs & Maintenance Services	915.39	100.82	0.00	0.00	5024.91	0.00	23455.00	88047.26	0.00	88047.26
39. Other Manufactured Products	35.48	2773.81	21156.87	511.73	0.00	2479.01	52148.81	58583.12	46616.88	11966.24
40. Electricity	218.85	278.73	0.00	0.00	724.19	4740.68	33770.72	71182.99		71182.99
41. Water	261.10	23.71	0.00	-13.90	227.00	0.00	13940.54	205051.12		20501.12
42. Construction	92.87	40.37	326292.78	0.00	0.00	832.44	342407.07	404219.80		404219.80
43. Trade	391.20	138.71	2104.50	0.00	9697.79	7356.99	227295.71	341105.04		341105.04
44. Hotels & Restaurants	9026	131.03	0.00	0.00	57739.35	0.00	63591.17	66800.62		66800.62
45. Transport & Storage	502.49	305.92	5846.10	0.00	47507.81	117714.88	380317.35	496102.29	47501.01	448601.28
46. Communications	80.57	87.87	0.00	0.00	5462.00	0.00	30307.17	48136.32		48136.32
47. Finance, Insurance & Business Services	126.75	504.96	0.00	0.00	2377.86	37217.89	55341.81	142416.48		142416.48
48. Real Estate	653.81	56.93	0.00	0.00	0.00	0.00	200085.31	249848.58		249848.58
49. Health	0.00	1325.83	0.00	0.00	1173.82	0.00	13136.20	14745.72		14745.72
50. Education	1.28	0.09	0.00	0.00	2180.87	0.00	19980.92	20559.70		20559.70
51. Other Services	34.91	10.46	0.00	0.00	24802.78	1357.78	46586.27	53546.65	31100.00	22446.65
52. Complement. Imports	56.00	847.00	94887.57	3030.52		1980.00	387353.65	599022.79		599022.79
53. Sales by Final Demand	-2236.60	-5245.60	-49713.76		2220.00	45608.87	-2.00	0.00		0.00
54. Indirect Taxes less imputed duties	87.03	-356.45	-5698.55	4369.77	5099.39	9239.43	84512.83	1554329.05	-45688.78	200017.83
55. Compensation of Employees	23467.73	4231.56					388115.60	844843.42		844843.42
56. Gross operating surplus	1113.96	993.30					21869.10	987622.00		987622.00
57. commodity output at basic prices	30606.47	7744.48	468400.01	76231.52	196360.00	478800.00	3482496.95	6511659.68	850990.90	

ملحق رقم (أ)  
معرض المصنوفة التكنولوجية  
بالآلاف دينار

COMMODITY SALES	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.
1. Field Corps	1125.68	4.04	115.84	0.23	0.17	0.21	0.32	34.05	36.35	751.86	242.95	57.28	69.21	228.80	16.07
2. Vegetables & Fruits	0.32	1032.13	4.58	0.66	0.45	0.44	1.05	2.62	34.11	3.91	26.57	102.76	333.74	6.68	50.33
3. Livestock	4.30	34.53	1017.69	0.17	0.13	0.14	0.20	295.68	259.38	3.48	2.92	45.15	12.07	14.87	5.79
4. Other Agricultural Products	4.03	29.03	2.10	1002.11	0.11	0.09	0.15	1.81	1.77	3.00	1.94	3.50	10.25	2.28	1.69
5. Phosphate	1.58	6.30	1069	1.16	1202.45	0.67	3.14	0.92	4.77	2.02	1.97	2.17	3.29	1.93	3.10
6. Potash	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7. Other Mining & Quarr. Pro.	4.68	5.86	2.53	10.58	2.88	2.70	1011.15	1.62	5.70	4.39	3.84	4.00	6.54	3.03	6.62
8. Slaughtered Pigs, Prep. Meat Pro.	0.04	0.04	0.12	0.06	0.12	0.06	0.18	1001.21	0.24	0.09	0.19	0.34	0.21	0.12	0.28
9. Dairy Products	0.38	2.60	75.63	0.10	0.07	0.06	0.11	22.02	1145.21	1.93	4.03	56.40	3.02	60.94	2.66
10. Grain Mill Products	0.04	0.18	4.77	0.03	0.04	0.03	0.07	1.45	2.11	1013.28	287.67	45.11	8.10	12.13	1.15
11. Bakery Products	0.01	0.01	0.03	0.01	0.04	0.01	0.04	0.03	0.05	0.02	1000.04	0.33	0.04	0.03	0.06
12. Chocolate & Confectionery	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.07	0.01	2.04	1014.38	0.48	0.01	0.06
13. Other Food Products	0.77	1.14	14.34	0.99	0.81	0.67	2.11	5.53	115.68	10.13	89.74	269.61	1154.93	21.74	147.00
14. Animal Feed	2.56	20.51	603.79	0.41	0.08	0.09	0.13	175.50	153.91	2.08	1.76	26.81	7.18	1556.45	3.44
15. Beverages	0.02	0.02	0.04	0.02	0.05	0.02	0.07	0.05	0.11	0.03	0.08	0.16	0.15	0.05	1003.43
16. Tobacco Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
17. Textile Products	0.54	0.89	2.36	0.62	0.76	0.49	1.17	3.60	2.28	7.77	3.48	2.05	2.34	2.44	1.84
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	0.07	0.06	0.13	0.08	0.28	0.05	0.16	0.17	0.16	0.11	0.19	0.13	0.14	0.12	0.13
19. Leather & Leather products	0.06	0.08	0.17	0.07	0.05	0.05	0.06	0.28	0.25	0.13	0.14	0.11	0.09	0.15	0.08
20. Wood, Cork & Furniture	1.33	0.75	2.54	1.39	1.55	1.06	3.65	2.07	6.96	1.66	2.31	5.54	12.43	2.47	6.21
21. Paper and paper Products	2.54	2.34	8.20	3.57	3.47	3.09	22.18	5.29	14.21	9.04	10.54	53.84	10.45	12.54	26.88
22. Printing & Publishing	0.37	0.26	0.87	0.49	1.61	2.00	2.69	0.57	3.29	0.93	1.53	2.65	2.09	1.05	2.88
23. Pharmaceuticals	0.21	1.37	32.96	0.07	0.42	0.50	0.19	9.81	8.61	0.24	0.27	1.69	0.67	39.19	0.58
24. Fertilizers & Insecticides	2.64	24.84	2.44	0.03	0.05	0.05	0.07	0.76	1.48	1.87	1.23	2.72	8.22	3.14	1.31
25. Soap, Detergents & Cosmetics ...Etc.	0.26	0.21	0.73	0.28	0.43	0.32	1.61	0.62	2.90	0.80	1.90	3.01	1.36	0.88	3.80
26. Paints	1.25	0.34	0.54	1.61	1.39	1.65	2.73	0.49	1.38	1.15	1.01	1.44	1.37	0.66	5.42
27. Other chemical Products	32.42	26.56	36.36	39.99	34.77	20.08	109.88	19.02	157.37	54.28	58.24	53.49	50.92	40.06	99.86

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.
<b>COMMODITY SALES</b>															
28. Petroleum refinery products	50.93	16.60	39.51	64.51	117.26	125.36	108.70	29.77	50.04	53.07	79.05	44.42	40.67	41.14	38.42
29. Rubber & Plastic Products	34.73	20.43	21.71	43.82	13.94	16.17	21.45	12.86	160.04	62.56	49.37	44.18	28.12	23.10	20.56
30. Pottery, China & Glass Products	0.43	0.33	1.60	1.88	1.36	1.25	2.70	0.70	1.47	0.56	0.07	1.66	1.73	1.90	17.40
31. Cement, Lime & Plaster	1.95	0.79	0.91	9.15	0.60	0.67	11.37	1.04	1.45	1.67	1.36	1.26	1.31	1.04	2.32
32. Other non-Metallic Mineral Products	0.71	1.76	0.71	48.15	0.50	0.48	7.44	0.80	2.12	1.02	1.10	1.21	1.36	0.71	1.66
33. Basic Metal Products	23.58	7.07	9.20	23.20	33.02	24.78	38.73	9.73	19.04	20.01	16.91	23.70	23.35	11.36	88.41
34. Fabricated Metal Products	5.84	5.56	6.94	67.85	39.96	40.38	63.90	5.59	29.26	10.35	16.89	52.22	51.39	8.86	308.62
35. Machinery (non-Electrical)	0.21	0.12	0.22	0.56	0.62	0.37	1.50	0.28	0.04	0.26	0.37	0.53	0.53	0.24	2.11
36. Electrical Machinery & Equipment	4.99	1.12	1.87	2.59	4.03	4.89	7.33	1.84	3.96	4.28	3.30	2.99	2.64	2.27	3.36
37. Transport - Equipment's & spare Parts	34.78	5.57	7.06	7.60	48.81	14.83	17.27	5.91	12.03	25.89	13.75	9.38	8.96	10.30	9.15
38. Repairs & Maintenance Services	57.57	11.55	18.32	28.16	31.33	55.74	64.49	16.04	41.82	48.18	35.29	30.11	25.74	23.19	30.84
39. Other Manufactured Products	0.50	0.60	1.44	0.50	1.48	14.86	1.52	2.21	1.56	0.82	1.81	1.78	2.25	1.32	1.17
40. Electricity	3.88	4.41	26.29	15.47	33.51	47.01	21.48	16.63	40.52	29.76	25.00	31.39	21.40	23.81	26.79
41. Water	0.45	0.68	10.43	0.91	1.04	1.56	4.19	4.38	8.79	0.98	4.20	6.59	6.42	8.70	2.95
42. Construction	1.10	1.51	4.09	1.30	1.75	1.09	11.06	6.39	4.07	2.08	5.09	5.18	4.82	3.66	4.93
43. Trade	36.85	96.36	257.98	27.93	28.19	24.21	34.79	467.43	146.53	90.07	104.15	93.08	64.29	218.96	51.56
44. Hotels & Restaurants	0.37	0.26	0.75	0.57	1.15	0.58	2.09	0.66	2.36	0.71	2.07	4.11	2.10	0.83	3.32
45. Transport & Storage	36.36	30.25	66.27	39.12	171.39	15.45	80.68	95.79	68.50	51.73	98.56	67.83	76.65	63.11	51.49
46. Communications	1.65	2.49	6.91	1.79	4.04	2.70	5.79	10.48	9.32	3.74	6.04	10.24	9.47	6.83	7.45
47. Finance, Insurance & Business Services	9.06	6.71	17.85	6.65	11.84	11.53	40.91	22.44	40.50	14.55	17.82	34.41	33.29	18.26	52.48
48. Real Estate	5.98	9.25	24.80	6.60	7.70	6.01	12.79	41.35	27.00	13.16	39.52	38.73	30.70	22.30	21.93
49. Health	0.13	0.16	1.54	0.21	5.54	0.12	0.98	0.52	0.93	0.26	0.75	1.41	0.59	1.60	4.02
50. Education	0.01	0.01	0.03	0.01	0.44	0.25	0.05	0.04	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
51. Other Services	0.52	1.16	3.16	0.40	1.07	0.39	0.71	5.45	2.65	1.24	2.01	2.81	5.47	2.76	2.26
52. Total requirements	1498.69	1418.87	2460.08	1463.65	1812.84	1445.43	1725.03	2343.55	2632.77	2311.27	2271.72	2263.93	2142.57	2508.05	2143.92

	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.
<b>COMMODITY SALES</b>								0							
1. Field Corps	549.88	0.29	0.34	2.32	0.15	0.99	0.58	1.10	0.50	2.02	1.13	1.51	0.04	1.48	0.37
2. Vegetables & Fruits	3.77	0.90	0.86	1.40	0.46	4.26	2.28	4.70	2.04	5.22	4.59	6.81	0.12	4.87	1.35
3. Livestock	2.29	0.24	0.30	17.22	0.13	0.32	0.26	0.47	0.22	1.25	0.47	0.48	0.02	2.82	0.27
4. Other Agricultural Products	2.14	0.16	0.22	0.56	0.09	0.22	0.19	0.24	0.15	0.25	0.28	0.30	0.01	0.25	0.16
5. Phosphate	1.38	1.35	1.25	4.29	0.55	2.26	4.13	30.12	232.95	16.97	25.10	46.01	0.24	22.15	5.24
6. Potash	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7. Other Mining & Quarr. Pro.	3.38	2.11	2.03	4.46	1.46	2.92	4.25	27.74	185.69	15.33	59.13	38.57	12.60	21.19	67.15
8. Slaughtered Pigs; Meat Pro.	0.12	0.35	0.36	57.57	0.17	0.19	0.24	0.35	0.16	0.36	0.28	0.23	0.01	0.38	0.27
9. Dairy Products	0.28	0.17	0.18	1.43	0.08	0.26	0.18	0.25	0.11	3.16	0.50	0.23	0.01	1.53	0.16
10. Grain Mill Products	0.13	0.10	0.10	0.17	0.05	0.19	0.13	0.22	0.09	1.19	0.28	0.23	0.01	0.19	0.10
11. Bakery Products	0.04	0.05	0.06	0.06	0.03	0.04	0.05	0.07	0.04	0.10	0.06	0.05	0.00	0.05	0.06
12. Chocolate & Confectionery	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00	0.07	0.01	0.01	0.00	0.01	0.00
13. Other Food Products	12.03	1.50	1.45	3.20	0.62	13.64	6.80	14.64	5.62	16.27	13.49	22.45	0.18	15.07	3.19
14. Animal Feed	0.37	0.15	0.19	10.24	0.08	0.20	0.16	0.29	0.14	0.75	0.29	0.29	0.01	1.68	0.16
15. Beverages	0.05	0.10	0.12	0.11	0.07	0.08	0.10	0.15	0.07	0.14	0.12	0.10	0.01	0.17	0.12
16. Tobacco Products	1002.77	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
17. Textile Products	1.44	1448.84	942.80	36.61	4.18	8.73	4.01	3.39	2.46	5.10	5.07	8.13	0.17	4.76	4.41
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	0.18	1.57	1001.07	0.42	0.06	0.11	0.12	0.20	0.22	0.86	0.29	0.25	0.07	0.24	0.14
19. Leather & Leather products	0.21	2.27	1.52	1291.95	0.23	0.10	0.07	0.08	0.06	1.13	0.19	0.10	0.01	0.91	0.06
20. Wood, Cork & Furniture	80.83	1.49	1.39	4.07	1029.39	7.61	4.24	7.49	5.33	7.59	10.24	16.47	0.31	8.58	9.51
21. Paper and paper Products	75.99	28.99	23.72	16.55	2.78	1461.41	532.22	89.31	23.69	191.15	50.93	52.74	1.08	39.89	20.13
22. Printing & Publishing	21.60	2.34	2.21	2.55	1.24	3.58	1021.08	8.36	2.61	5.89	5.57	4.80	0.66	3.83	2.99
23. Pharmaceuticals	0.53	0.20	0.16	1.09	0.08	0.29	0.26	1169.23	7.45	0.69	0.85	1.40	0.01	0.81	0.44
24. Fertilizers & Insecticides	1.41	0.05	0.04	0.15	0.02	0.14	0.11	73.11	1003.19	0.35	0.42	0.73	0.01	0.40	0.13
25. Soap, Detergents & Cosmetics...Etc.	5.14	19.40	13.69	1.56	1.72	47.07	18.40	4.00	1.50	1028.13	4.78	2.84	0.20	0.25	1.96
26. Paints	1.65	1.42	1.23	0.97	4.39	1.20	0.97	1.63	1.75	1.70	1139.13	1.25	0.29	2.00	9.78
27. Other chemical Products	35.92	46.06	42.44	152.86	18.68	79.09	148.02	506.52	367.01	616.41	914.08	1678.77	8.70	805.93	188.42

	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.
<b>COMMODITY SALES</b>															
28. Petroleum refinery products	38.07	28.02	26.83	25.56	14.75	42.78	31.19	48.64	117.07	54.54	57.43	66.78	1044.75	56.83	1044.75
29. Rubber & Plastic Products	22.21	11.39	20.54	48.38	8.91	14.05	13.22	48.76	20.56	48.71	32.17	44.82	1.22	1038.32	1.22
30. Pottery, China & Glass Products	1.22	1.56	1.29	1.08	1.47	1.10	0.83	45.88	3.84	1.77	3.10	1.41	0.39	2.59	0.39
31. Cement, Lime & Plaster	1.37	0.68	1.03	1.27	1.07	0.66	0.04	2.06	3.39	2.56	3.66	4.80	0.61	4.36	0.61
32. Other non-Metallic Mineral Products	0.64	0.48	0.71	1.02	0.74	0.46	0.57	1.02	1.86	1.18	1.33	1.03	0.70	10.47	0.70
33. Basic Metal Products	23.98	20.73	23.46	16.54	23.48	15.76	14.73	18.54	28.41	21.98	35.40	16.08	5.48	19.52	5.48
34. Fabricated Metal Products	36.46	55.51	42.68	31.39	36.14	36.79	25.17	46.07	62.10	53.89	105.50	33.57	13.18	43.79	13.18
35. Machinery (non-Electrical)	0.40	0.49	0.44	0.36	0.41	0.35	0.32	0.49	0.79	0.56	0.92	0.42	0.13	0.46	0.13
36. Electrical Machinery & Equipment	3.73	2.86	2.85	2.23	1.65	2.92	2.80	2.63	3.72	2.70	3.08	2.84	0.44	3.43	0.44
37. Transport - Equipments & spare Parts	20.56	7.96	7.78	6.12	4.37	8.57	7.89	7.98	16.50	7.77	8.96	9.24	1.12	9.81	1.12
38. Repairs & Maintenance Services	41.25	29.45	28.83	21.82	16.14	31.77	29.04	25.83	32.22	26.54	29.85	28.62	2.54	33.82	2.54
39. Other Manufactured Products	1.08	1.84	13.46	2.84	1.98	0.73	3.19	1.50	3.04	2.37	1.54	1.48	2.42	1.12	2.42
40. Electricity	6.63	38.65	33.62	25.00	13.87	23.12	21.56	23.95	18.53	31.88	24.45	29.76	2.23	43.16	2.23
41. Water	0.73	1.05	1.37	2.02	1.33	1.61	1.67	3.51	2.25	4.31	4.64	4.91	0.20	3.91	0.20
42. Construction	2.01	1.96	4.17	4.90	6.80	1.83	3.81	2.38	3.48	5.15	3.64	2.52	0.51	2.50	0.51
43. Trade	37.62	43.31	51.72	112.33	12.82	30.11	32.42	29.60	25.75	52.82	43.85	28.62	2.31	32.53	2.31
44. Hotels & Restaurants	0.91	2.81	3.43	2.69	2.10	2.18	2.82	4.31	1.77	3.84	3.27	2.68	0.14	3.06	0.14
45. Transport & Storage	44.07	48.40	56.61	49.74	25.71	30.26	50.48	69.63	113.97	71.01	85.28	68.38	7.96	59.11	7.96
46. Communications	5.51	6.11	8.76	9.08	4.14	5.93	10.48	8.69	5.51	8.35	8.18	6.92	0.60	8.10	0.60
47. Finance, Insurance & Business Services	29.04	24.40	23.28	24.52	21.81	28.43	33.64	82.34	30.09	48.14	56.41	53.35	2.95	43.45	2.95
48. Real Estate	13.44	11.64	32.06	37.15	61.86	11.45	27.59	13.12	9.89	14.08	17.13	12.91	1.05	14.43	1.05
49. Health	5.91	1.95	1.38	5.22	0.83	2.95	1.76	2.43	2.50	2.16	1.62	1.27	0.04	1.23	0.04
50. Education	0.02	0.03	0.03	0.04	0.01	0.19	0.10	0.11	0.15	0.13	0.16	0.28	0.00	0.15	0.00
51. Other Services	0.09	8.62	6.06	2.26	0.57	0.65	0.69	2.90	1.09	2.50	1.32	1.38	0.05	1.00	0.05
52. Total requirements	2142.29	1910.00	2430.10	2045.40	1329.70	1929.57	2065.85	2436.08	2351.51	2391.10	2770.16	2308.78	1115.83	2378.57	1115.83

	31.	32.	33.	34.	35.	36.	37.	38.	39.	40.	41.	42.	43.	44.
<b>COMMODITY SALES</b>														
1. Field Corps	0.13	0.23	0.08	1.16	0.32	0.40	0.21	1.56	4.26	0.06	0.28	0.54	0.84	25.67
2. Vegetables & Fruits	0.47	0.66	0.23	5.97	0.95	1.63	0.69	2.22	1.30	0.13	0.65	0.90	2.19	66.27
3. Livestock	0.10	0.19	0.06	0.38	0.32	0.21	0.17	1.14	3.52	0.05	0.30	0.24	0.26	34.31
4. Other Agricultural Products	0.04	0.18	0.03	0.34	0.16	0.11	0.12	0.70	0.64	0.02	0.07	0.35	3.07	2.31
5. Phosphate	0.40	1.10	0.55	1.79	0.99	8.60	1.26	8.88	2.93	0.61	1.47	1.09	0.96	1.66
6. Potash	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7. Other Mining & Quar. Pro.	16.55	173.85	1.55	10.54	4.57	52.00	3.50	14.05	4.75	4.38	3.84	45.91	1.81	3.92
8. Slaughtered Pres. Prep. Meat Pro.	0.12	0.22	0.04	0.26	0.49	0.14	0.16	0.35	0.41	0.05	0.46	0.17	0.29	67.30
9. Dairy Products	0.06	0.11	0.03	0.17	0.21	0.11	0.10	0.63	0.44	0.03	0.19	0.10	0.13	23.09
10. Grain Mill Products	0.04	0.07	0.02	0.20	0.14	0.07	0.06	0.16	0.12	0.01	0.12	0.06	0.12	17.01
11. Bakery Products	0.03	0.05	0.01	0.05	0.10	0.03	0.03	0.06	0.13	0.01	0.09	0.03	0.05	13.17
12. Chocolate & Confectionery	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.06
13. Other Food Products	0.81	0.09	0.39	3.84	1.31	4.55	1.12	5.55	2.55	0.22	1.06	1.13	2.67	76.80
14. Animal Feed	0.06	0.13	0.03	0.24	0.20	0.13	0.11	0.72	2.12	0.03	0.18	0.18	0.36	20.38
15. Beverages	0.05	0.09	0.02	0.11	0.21	0.06	0.07	0.13	0.09	0.02	0.19	0.07	0.08	28.33
16. Tobacco Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
17. Textile Products	0.60	0.89	0.46	2.74	0.95	1.96	1.07	3.41	6.55	0.21	0.70	1.25	7.31	1.50
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	0.15	0.21	0.27	0.17	0.14	0.17	0.17	0.26	0.20	0.10	0.41	0.17	0.16	0.14
19. Leather & Leather products	0.03	0.06	0.02	0.12	0.06	0.06	0.06	0.51	0.83	0.10	0.07	0.08	0.59	0.11
20. Wood, Cork & Furniture	0.81	1.53	0.60	12.25	6.53	25.52	12.69	9.55	3.65	0.30	0.84	17.79	3.23	2.83
21. Paper and paper Products	49.65	14.70	3.28	13.90	6.76	17.66	11.13	18.52	16.80	1.99	4.41	11.15	6.88	24.60
22. Printing & Publishing	1.34	1.79	1.07	2.11	3.26	2.78	3.09	2.67	1.63	2.43	2.02	1.66	0.68	31.94
23. Pharmaceuticals	0.32	0.16	0.11	0.18	0.28	0.33	0.14	0.41	0.34	0.02	0.05	0.17	0.60	1.42
24. Fertilizers & Insecticides	0.03	0.04	0.02	0.18	0.05	0.15	0.04	0.16	0.09	0.01	0.03	0.10	0.10	1.75
25. Soap, Detergents & Cosmetics ...Etc.	1.91	0.87	0.42	1.28	2.24	1.64	1.38	2.14	1.13	0.70	0.60	1.02	0.99	11.75
26. Paints	0.76	1.58	0.82	16.67	3.37	2.42	5.74	19.39	1.44	0.42	1.04	8.17	0.60	1.96
27. Other chemical Products	12.22	36.36	18.01	61.45	33.54	311.87	43.34	264.56	102.74	7.97	31.71	35.72	17.18	40.90

	31.	32.	33.	34.	35.	36.	37.	38.	39.	40.	41.	42.	43.	44.
<b>COMMODITY SALES</b>														
28. Petroleum refinery products	179.69	80.22	33.58	34.54	57.88	48.93	35.18	52.47	39.40	316.38	172.06	73.12	28.72	48.34
29. Rubber & Plastic Products	5.48	18.11	8.43	12.53	17.65	29.75	22.85	269.42	83.55	4.44	13.96	13.25	12.32	23.80
30. Pottery, China & Glass Products	0.92	1.12	0.54	27.16	13.53	1.87	5.66	3.72	4.65	0.25	0.39	11.92	0.47	1.99
31. Cement, Lime & Plaster	1008.51	180.26	0.43	5.73	2.35	5.67	1.23	3.06	14.45	0.33	1.21	126.68	1.88	3.49
32. Other non-Metallic Mineral Products	0.44	1005.29	0.31	4.00	1.67	3.49	0.98	3.90	2.16	0.33	0.89	82.24	1.41	2.49
33. Basic Metal Products	12.25	25.67	1104.77	283.74	274.30	321.51	421.10	162.95	410.52	5.08	11.62	154.18	14.29	28.32
34. Fabricated Metal Products	31.61	31.32	16.95	1054.04	42.08	43.55	49.41	39.88	58.04	7.47	6.54	67.46	5.09	47.68
35. Machinery (non-Electrical)	0.37	0.79	0.18	6.77	1343.70	0.81	1.46	2.03	0.54	0.10	0.26	10.89	0.34	0.37
36. Electrical Machinery & Equipment	1.38	3.53	3.55	4.10	18.07	1019.33	3.21	87.79	2.85	1.45	4.42	21.41	2.40	6.15
37. Transport - Equipments & spare Parts	3.85	9.38	8.01	8.74	6.58	7.57	1008.02	271.67	6.53	4.30	12.88	6.90	5.08	15.97
38. Repairs & Maintenance Services	14.03	35.00	30.16	26.50	23.71	27.13	28.87	1030.59	22.60	15.69	48.33	24.71	17.13	57.17
39. Other Manufactured Products	1.12	1.24	0.26	0.76	0.81	0.76	0.81	1.77	1034.55	0.95	2.43	1.17	3.95	1.30
40. Electricity	87.85	41.95	21.06	21.23	21.00	35.29	17.19	27.67	33.88	1002.18	408.90	24.34	19.10	53.84
41. Water	0.65	10.39	0.43	1.90	1.49	2.18	1.31	3.66	3.58	1.18	1000.92	7.31	1.56	18.94
42. Construction	1.10	4.44	0.55	8.22	4.78	6.91	6.10	8.28	5.20	0.93	8.03	1093.92	12.95	25.57
43. Trade	6.32	50.66	7.45	55.44	42.06	18.95	30.38	183.29	133.55	4.70	13.47	84.30	1013.85	102.30
44. Hotels & Restaurants	1.31	2.73	0.40	3.26	6.54	1.63	1.85	3.27	2.28	0.55	6.39	1.73	0.88	1003.99
45. Transport & Storage	81.16	121.76	16.17	38.78	41.53	43.54	34.47	108.48	54.01	7.46	45.22	74.07	75.77	66.07
46. Communications	3.12	5.71	1.30	6.88	9.61	5.45	5.48	9.84	7.91	1.88	6.95	6.66	20.68	40.42
47. Finance, Insurance & Business Services	27.89	24.18	5.58	29.45	33.88	27.49	55.60	40.78	23.70	4.86	10.25	37.12	41.67	29.87
48. Real Estate	4.61	19.00	3.04	38.76	22.73	14.21	15.82	50.35	38.05	2.72	12.64	17.21	86.45	42.08
49. Health	4.46	1.36	1.33	1.31	3.20	1.08	1.24	0.94	1.11	0.07	0.12	1.30	0.16	2.83
50. Education	0.04	0.03	0.01	0.03	0.02	0.07	0.02	0.07	0.04	0.26	0.12	0.13	0.06	0.04
51. Other Services	0.21	0.75	0.27	0.92	1.26	0.57	1.08	2.98	2.81	0.38	0.38	2.16	11.64	1.79
52. Total requirements	1565.05	1911.40	1292.88	1810.91	2057.59	2100.37	1835.77	2726.65	2144.59	1403.80	1839.16	2072.23	1429.03	2124.37



	45.	46.	47.	48.	49.	50.	51.
<b>COMMODITY SALES</b>							
1. Field Corps	0.27	1.37	0.42	0.09	1.31	0.32	1.77
2. Vegetables & Fruits	0.48	3.54	0.93	0.13	6.47	0.44	5.13
3. Livestock	0.34	1.82	0.43	0.04	1.62	0.22	2.03
4. Other Agricultural Products	0.11	0.14	0.21	0.04	0.29	0.09	0.32
5. Phosphates	1.20	0.33	1.41	0.20	3.06	0.66	2.68
6. Potash	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7. Other Mining & Quar. Pro.	3.58	1.42	2.28	4.56	4.08	2.44	4.29
8. Slaughtered Pigs, Prep. Meat Pro.	0.20	3.53	0.58	0.03	2.82	0.22	3.67
9. Dairy Products	0.14	1.22	0.28	0.02	2.02	0.12	1.47
10. Grain Mill Products	0.06	0.90	0.16	0.01	0.98	0.18	1.01
11. Bakery Products	0.04	0.69	0.11	0.01	2.96	0.42	0.76
12. Chocolate & Confectionery	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.20	0.22
13. Other Food Products	1.00	4.19	1.70	0.18	3.50	0.86	8.30
14. Animal Feed	0.21	1.08	0.26	0.05	0.97	0.14	1.21
15. Beverages	0.08	1.49	0.25	0.01	1.92	0.29	1.66
16. Tobacco Products	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
17. Textile Products	2.06	0.21	1.01	0.18	3.17	1.38	2.74
18. Wearing Apparel & Knitted Textiles	1.62	0.03	0.21	0.04	0.88	0.27	0.36
19. Leather & Leather products	0.10	0.01	0.08	0.01	0.05	0.13	0.08
20. Wood, Cork & Furniture	1.17	0.73	1.34	1.77	1.54	1.45	4.27
21. Paper and paper Products	4.92	3.60	24.55	1.87	13.09	9.78	19.48
22. Printing & Publishing	1.07	2.16	4.05	0.33	8.85	11.47	14.79
23. Pharmaceuticals	0.08	0.09	0.08	0.03	67.54	0.63	0.19
24. Fertilizers & Insecticides	0.03	0.10	0.04	0.01	4.39	0.06	0.17
25. Soap, Detergents & Cosmetics ...Etc.	0.56	1.04	7.53	0.29	3.76	4.02	26.10
26. Paints	1.86	0.27	1.59	0.87	0.81	0.57	1.53
27. Other chemical Products	37.95	10.36	40.98	5.60	74.42	21.98	94.03

	45.	46.	47.	48.	49.	50.	51.
<b>COMMODITY SALES</b>							
28. Petroleum refinery products	154.97	13.35	30.45	10.94	26.29	29.67	39.31
29. Rubber & Plastic Products	39.74	3.38	28.73	2.49	11.05	14.10	13.35
30. Pottery, China & Glass Products	0.55	0.21	0.49	1.19	9.32	0.56	0.97
31. Cement, Lime & Plaster	0.92	0.73	1.30	12.15	2.10	3.95	2.67
32. Other non-Metallic Mineral Products	0.93	0.45	0.99	7.89	1.25	3.76	1.63
33. Basic Metal Products	19.79	10.24	19.97	90.99	20.84	18.21	25.67
34. Fabricated Metal Products	8.34	4.63	6.57	7.80	17.95	5.21	17.81
35. Machinery (non-Electrical)	1.85	0.10	0.43	1.06	0.46	0.38	0.38
36. Electrical Machinery & Equipment	8.23	18.50	7.33	2.45	2.20	1.98	16.55
37. Transport - Equipments & spare Parts	24.43	4.17	20.64	1.67	6.75	8.61	9.38
38. Repairs & Maintenance Services	91.88	8.30	77.64	6.15	19.71	14.93	21.38
39. Other Manufactured Products	5.97	1.41	7.59	0.30	14.97	17.13	6.89
40. Electricity	10.44	18.28	16.97	4.19	24.60	17.16	53.99
41. Water	2.29	1.44	0.93	0.75	6.90	7.67	4.94
42. Construction	4.23	2.81	5.37	103.97	13.55	28.89	17.75
43. Trade	23.25	10.66	26.40	9.16	32.43	21.34	38.13
44. Hotels & Restaurants	2.18	1.08	5.55	0.31	3.99	2.47	12.65
45. Transport & Storage	1085.77	11.44	49.65	9.40	31.73	23.96	37.30
46. Communications	10.66	1002.79	15.91	1.09	12.02	7.93	14.60
47. Finance, Insurance & Business Services	24.15	11.05	1028.88	25.62	15.23	38.03	24.21
48. Real Estate	15.82	11.18	39.99	1002.81	70.28	37.52	78.09
49. Health	0.14	0.19	0.21	0.22	1004.89	1.12	0.38
50. Education	0.08	0.08	0.03	0.01	0.06	1021.53	0.04
51. Other Services	0.70	1.59	2.56	0.30	0.67	1.79	1120.16
52. Total requirements	1596.42	1178.37	1485.05	1319.32	1559.75	1386.22	1756.47

# ABSTRACT

## THE VALUE ADDED AND THE MULTIPLIER FOR THE TOURISM SECTOR IN JORDAN

This study aims to find the impact of investing in the tourism sector on the other sectors in the Jordanian economy. Through finding the output multiplier, and the value added of the sector using the Input - Output table for Jordan, which has been established in 1987, the study also aims to estimate the demand functions for Jordanian tourism by six countries, Saudi Arabia, USA, Britain, Germany, France, and Italy.

It has been found that for every Jordanian Dinar of investment in the tourism sector, makes (2.1) JD's of output directly and Indirectly. Which is the output multiplier. and makes (0.453) JD as an income for local factors of production. This is called the local value added. When we add the Import's impact, the output multiplier becomes (2.2) JD's and the value added become's (0.526) JD.

The study found also that the tourist's personal income, affects positively the number of tourists in Jordan, while the relationship between the cost of tourism and the number of tourists was negative for some countries. The relationship between the number of tourists and the exchange rate, tourism investments and the number of beds was unobvious because it was insignificant. Where as the impact of the peace process, which provides security and stability in the region, was very obvious.

It has been found also that the Jordanian reputation outside is decreasing by time .

The study advises to increase the investment in the sector, for it's obvious positive impact on production and employment in the economy. And, to higher the level of tourism services to accompany the world's standards.