



الاستراتيجية العمانية للسياحة

وزارة السياحة

بعد عشر سنوات من الآن....

... ستصبح السياحة العالمية المحرك الاقتصادي الرئيسي

الرحلات الدولية



أكثر من مليار

المساهمة في الناتج المحلي الاجمالي العالمي



أكثر من ٩ %

التوظيف على المستوى العالمي



أكثر من ١١ %

المواقع والمعالم السياحية العمانية

الطبيعة



الساحل

رأس مركز، مسندم،
محمية جزر الديمانيات، إلخ



الصحراء

رمال الشرقية، الربع الخالي، إلخ



الوديان

وادي شاب، وادي غول، بني خالد،
دربات، السحتن، إلخ



الجبال والتكوينات

جبل شمس، الجبل الاخضر، كهف
الكتان، عيون ولاية نخل الساخنة،
الطريق المعلق في وادي بني عوف،
حديقة الصخور، إلخ



النباتات و الحيوانات

المها، الفهد، الماعز البري، أشجار
التبلدي، الحديقة النباتية، إلخ

الثقافة و التراث



العادات والتقاليد

اسلوب حياة البدو، تربية الإبل، الفنون
والحرفيات، إلخ



الرموز

الخنجر، الكمة، اللبان، السندباد، إلخ



التراث الثقافي

حصون وقلاع، أوبار، قلعات، مواقع
العصرين البرونزي والحديدي، إبراء،
إلخ



مواقع التراث العالمي

الري بالأفلاج، العازي، الأيالي، بات
وخطم والعين، إلخ



المدن و القرى

نزوى، مسقط، مسفاة، منح، كمزار،
إلخ



سيحقق قطاع السياحة
-إذا ما تمت إدارته
بشكل جيد- فوائد جمة
للسلطنة

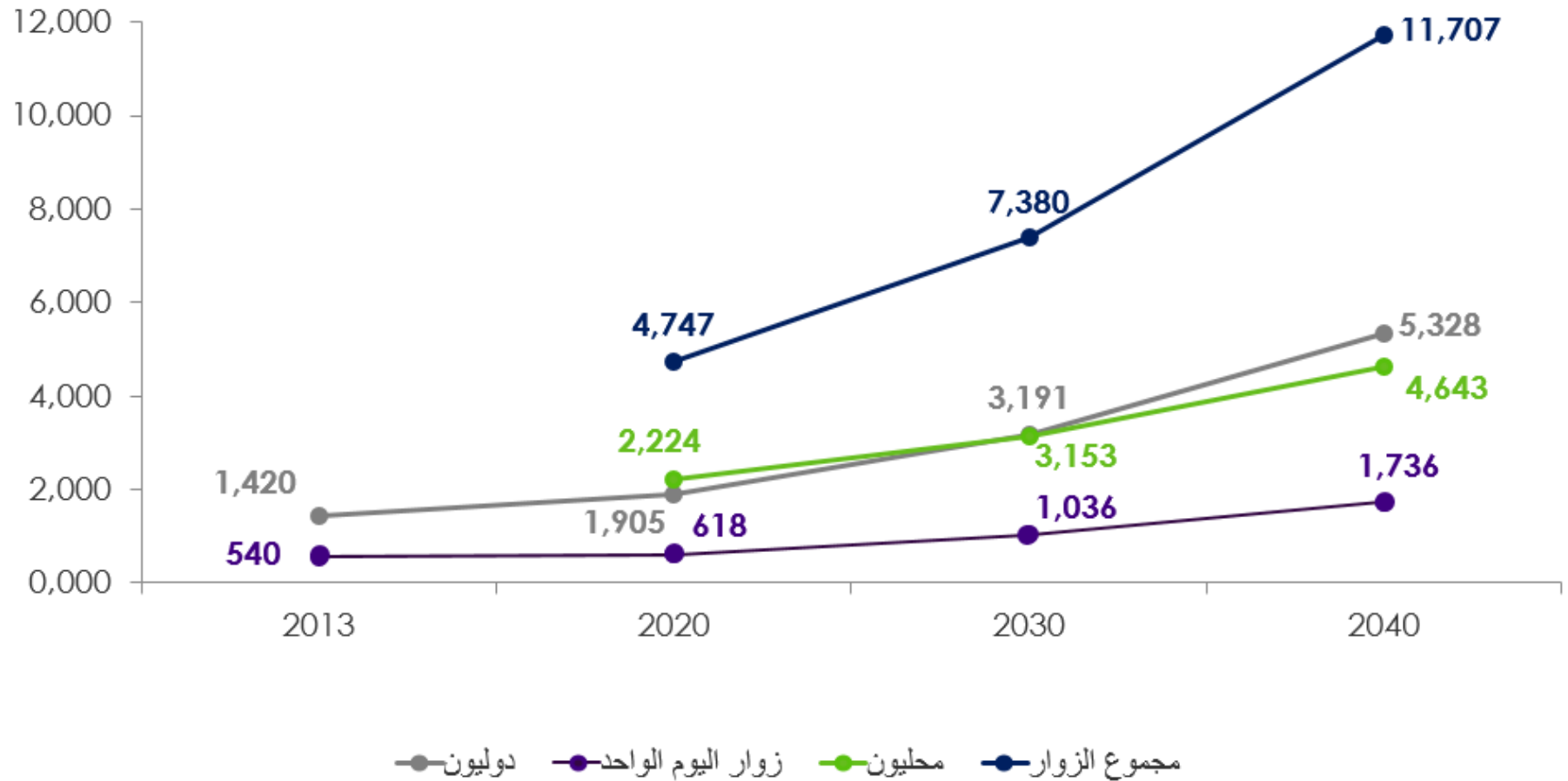


- كانت عمان-على مدى قرون عديدة- مقصداً بارزاً للسفر والتجارة.

- يمثل الترحيب بالضيوف هو أحد سمات السياحة العمانية ، فهو فريد من نوعه لأنه نابع من الصدق والأصالة والمشاركة من الجميع.

- الفرصة متاحة اليوم لأن يتحول النمو في قطاع السياحة العماني إلى محرك قوي للتنوع الاقتصادي والتعبير الثقافي والتطوير الاجتماعي

توقعات الطلب على السياحة في سلطنة عمان إلى (٢٠٤٠م) (بآلاف الزوار)



المصدر: الإستشاري THR و المركز الوطني للإحصاء والمعلومات

مستقبل السياحة في السلطنة.....



مضاعفة الأنشطة الاقتصادية
المرتبطة بالسياحة

من ٨ إلى ١٢ مرة

وفقاً لمنهجيات مختلفة

خمسة فوائد تجلبها السياحة للسلطنة

1

زيادة عدد الوظائف المرتبطة بالقطاع
حتى عام ٢٠٤٠م

أكثر من ٥٠٠ ألف فرصة عمل



2

حجم الاستثمارات المتوقعة
(٢٠١٦ - ٢٠٤٠م)

١٩ مليار ر.ع.
(١٢ % منها استثمارات من القطاع العام)



خمسة فوائد تجلبها السياحة للسلطنة

3

زيادة مساهمة السياحة في
الناتج المحلي الإجمالي
بحلول عام ٢٠٤٠م
وفقاً لمنهجيات مختلفة

من (٦ - ١٠%)



4

تنمية
الاقتصاد المحلي
وتطوير المؤسسات الصغيرة
والمتوسطة

١٢٠٠ مؤسسة صغيرة ومتوسطة حتى عام ٢٠٤٠م
(حالياً ٩٩)

* المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحالية: ١٨٥٠٠ (مسجلة بالهيئة العامة لتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (ريادة) منها ٩٩ مؤسسة سياحية صغيرة ومتوسطة.



5

تحسين
نوعية الحياة
لمستقبل أفضل

تقوية الإعتزاز
بالهوية العمانية

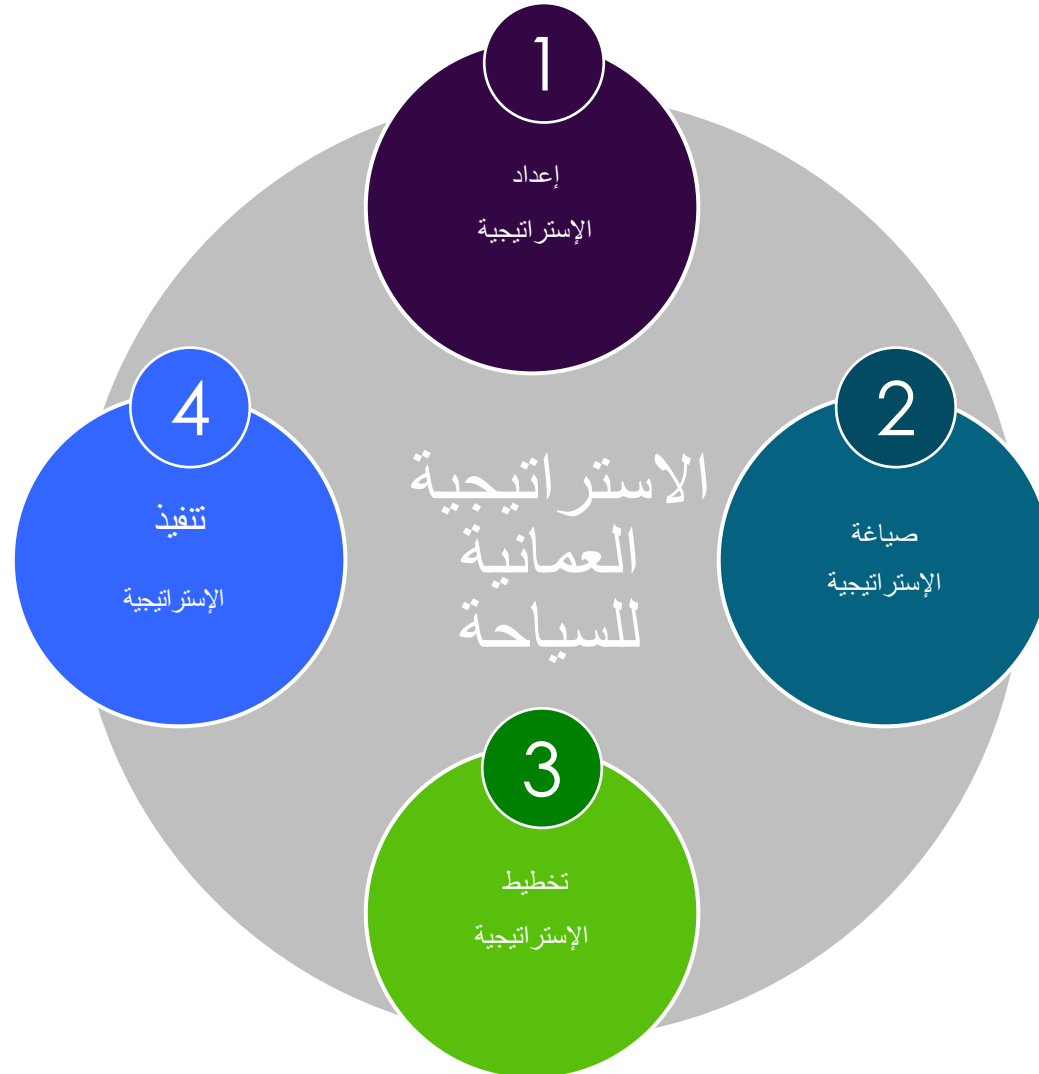


منطق الاستراتيجية



الاستراتيجية
ضرورية لتحسين
مساهمة السياحة
بشكل إيجابي نحو
ازدهار السلطنة.

- إيجاد الميزة التنافسية.
- ١٥ موضوعاً رئيسياً متعلقاً
بالإدارة.

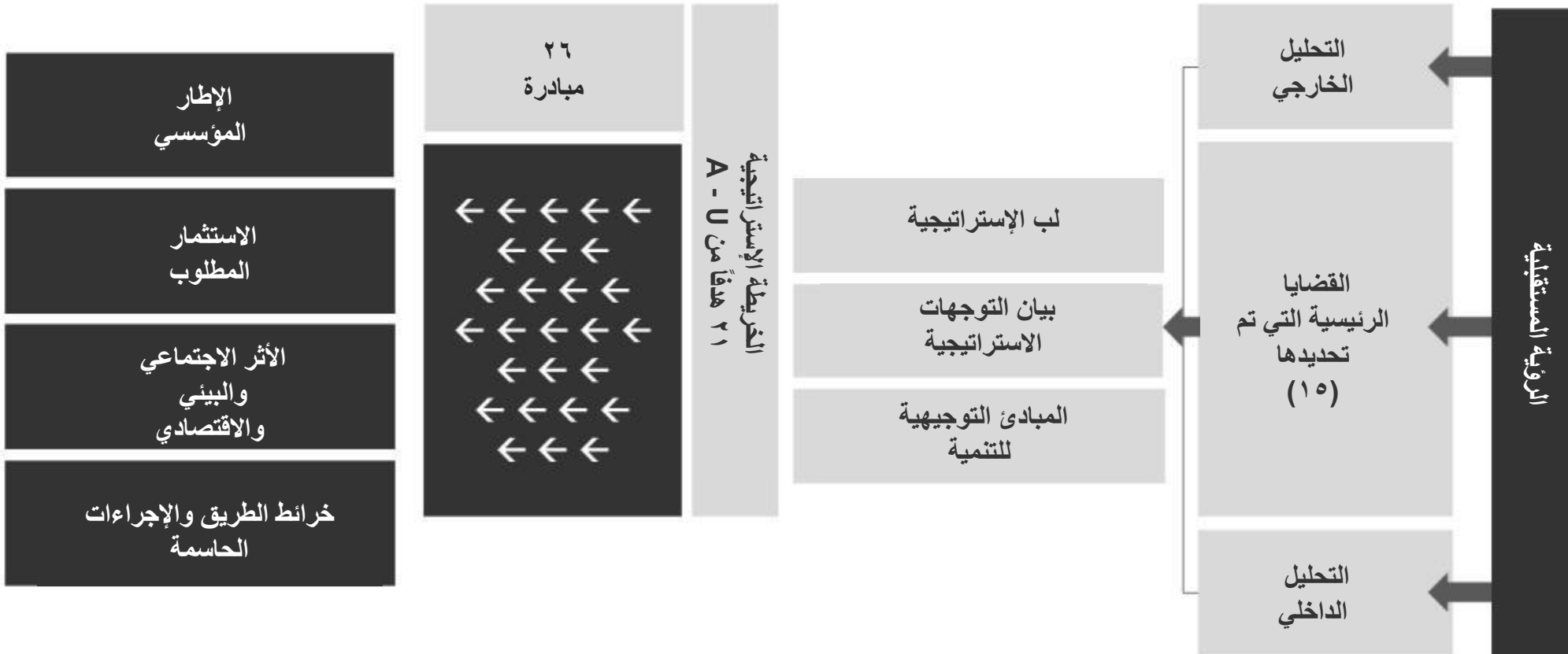


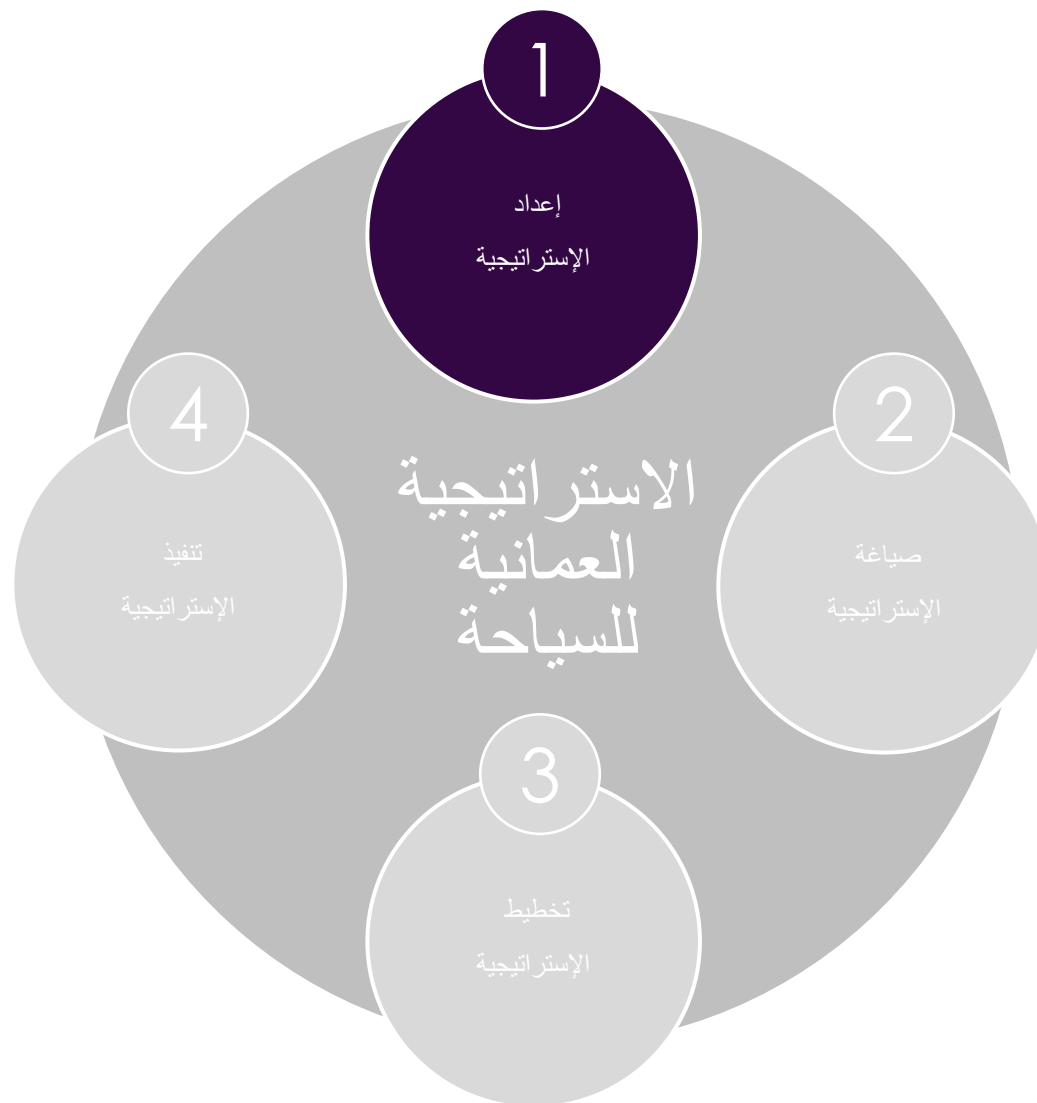
١
الإعداد

٢
الصياغة

٣
التخطيط

٤
التنفيذ





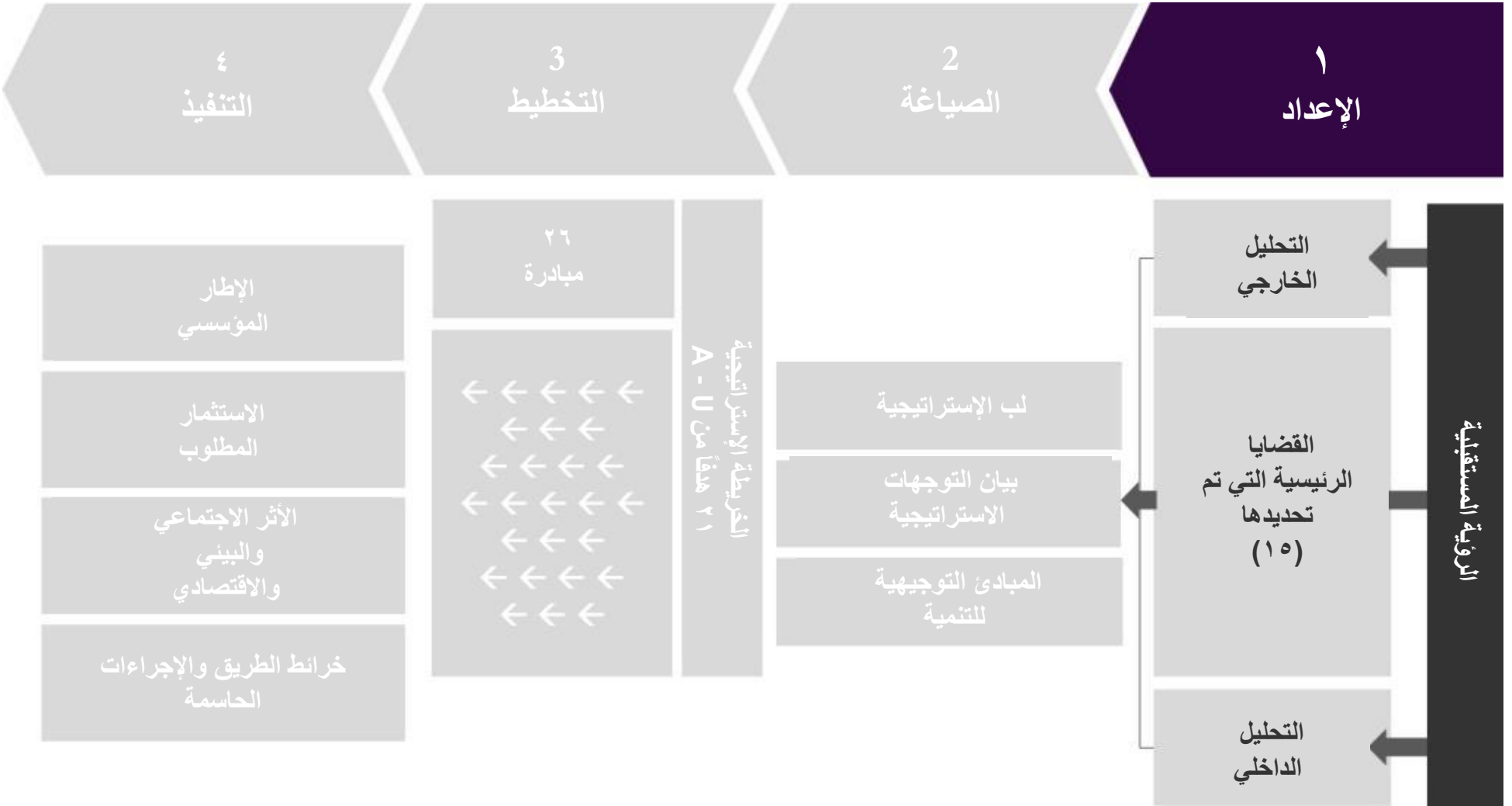


الاستراتيجية العمانية للسياحة

إعداد الإستراتيجية



مشروع ذو أربع مراحل



الاستراتيجية: عملية تشاركية

مشاركة أكثر من ٧٠٠ شخص



عدد المشاركين	
المقابلات (٣٢)	61
مجموعات التركيز (٩)	92
الاستبيانات (٣)	288
حملات ترويجية (١٠)	500+
حلقات العمل والجلسات العامة	100+
جلسات العصف الذهني	100+
جلسات الخبراء	100+
الوحدات التدريبية (٨)	200+
جولات معاينة المواقع	٣ أسابيع

دور بارز لفريق إدارة
المشروع في وزارة السياحة: ردود فعل، تعليقات،
طلبات
للتوضيح، الخ

رسالة السياحة العمانية:

" نريد تنويع اقتصادنا
وخلق فرص عمل من
خلال تقديمنا للعالم
تجارب سياحية ثرية
بطابع عماني "



الرؤية العمانية للسياحة بحلول عام ٢٠٤٠م:



"أن تصبح السلطنة في عام ٢٠٤٠م من أهم المقاصد السياحية التي يزورها السائح لقضاء العطلات، وللاستكشاف والاجتماعات؛ وأن تجذب (٥) مليون سائح دولي"

المبادئ التوجيهية للتطوير السياحي في السلطنة



1 تحسين نوعية حياة المواطنين العمانيين، مع تحقيق فوائد للجهات المعنية الأخرى في الوقت نفسه.

2 ترسيخ ثقافة السلطنة، وتراثها وتقاليدها.

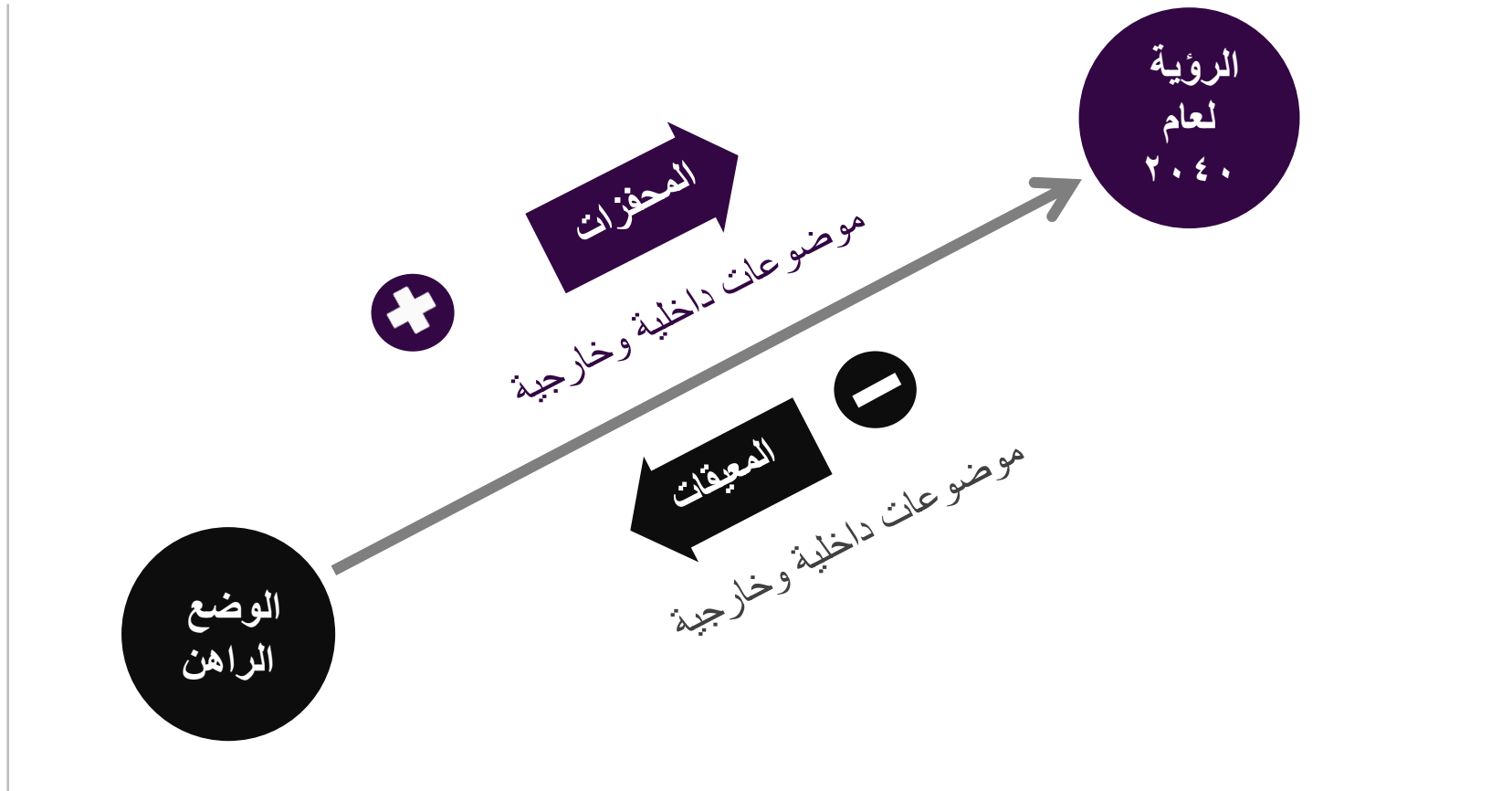
3 الحفاظ على الموارد الطبيعية وضمان استدامتها.

لا تنشأ الاستراتيجية العمانية للسياحة جذب الأعداد الكبيرة من السياح، بل توجه الاهتمام نحو دعوة أعداد أقل من الزوار المتميزين الذين يتوقع أن يقيموا لفترات أطول، وينفقوا أموالاً أكثر، محققين بذلك فوائد أكبر دون ترك تأثيرات سلبية على الثقافة والبيئة.

- السياحة في عمان سوف تعتمد على التعامل الوثيق مع الزائر، بدلاً من التعامل مع وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- سوف تكون أصيلة وليست اصطناعية.
- سوف تعزز من مكانة الثقافة العمانية بدلاً من التنازل عنها.
- سوف تكون مصدر فخر للمنطقة كلها.
- وسوف ينظر إليها العالم على أنها كنز حقيقي.

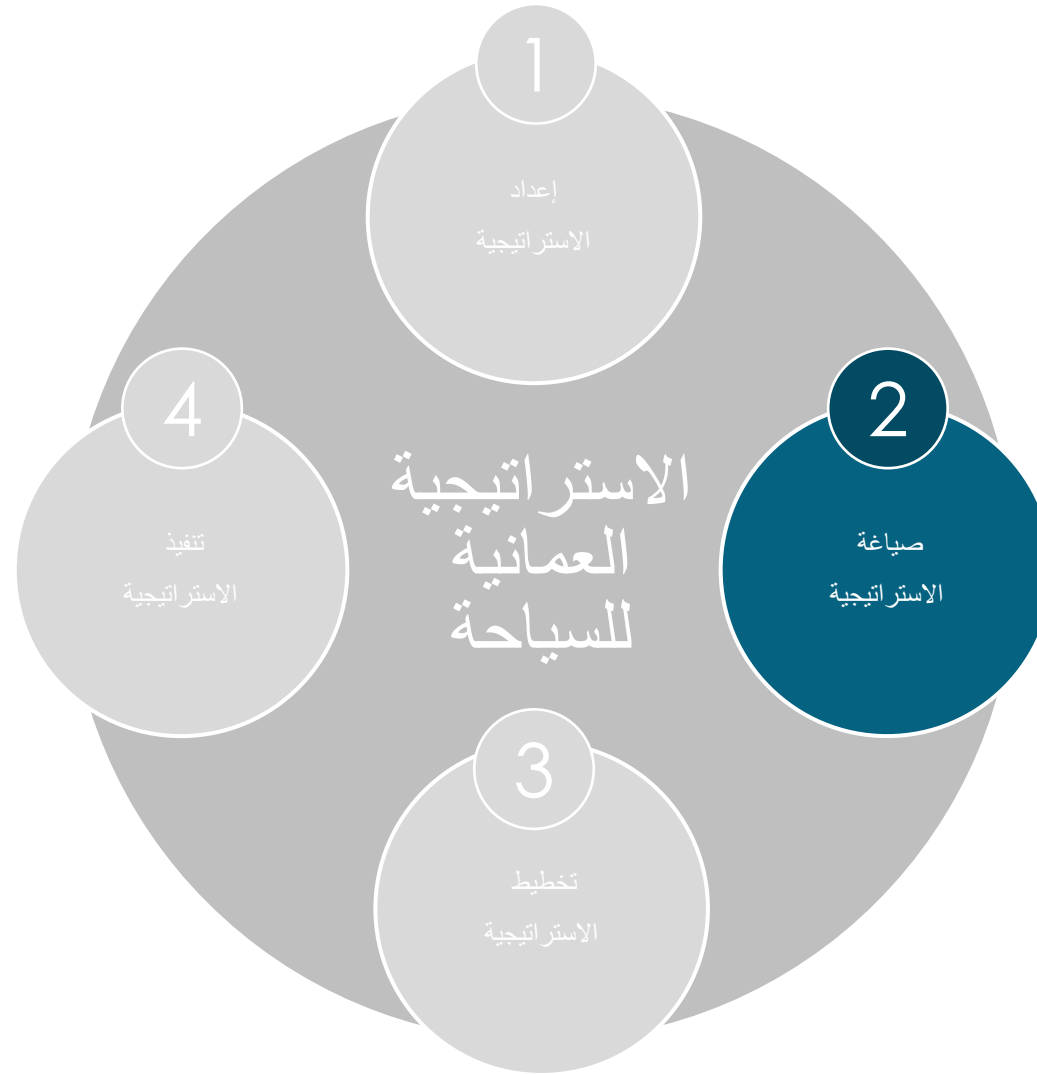


التحليل الاستراتيجي



١٥ موضوعاً أساسياً

الريادة في القدرة التنافسية	11	التشغيل والجودة	6	التخطيط والتطوير	1
الوضع التنافسي الراهن	12	تخطيط وإدارة التسويق	7	الاستثمار وريادة الأعمال	2
الإطار القانوني والتنظيمي	13	عمليات التسويق	8	إشراك المجتمعات المحلية	3
الحوكمة	14	جذب المواهب والإبقاء عليها	9	استدامة البيئة الطبيعية والثقافية	4
الإدارة	15	تطوير رأس المال البشري	10	التجارب	5



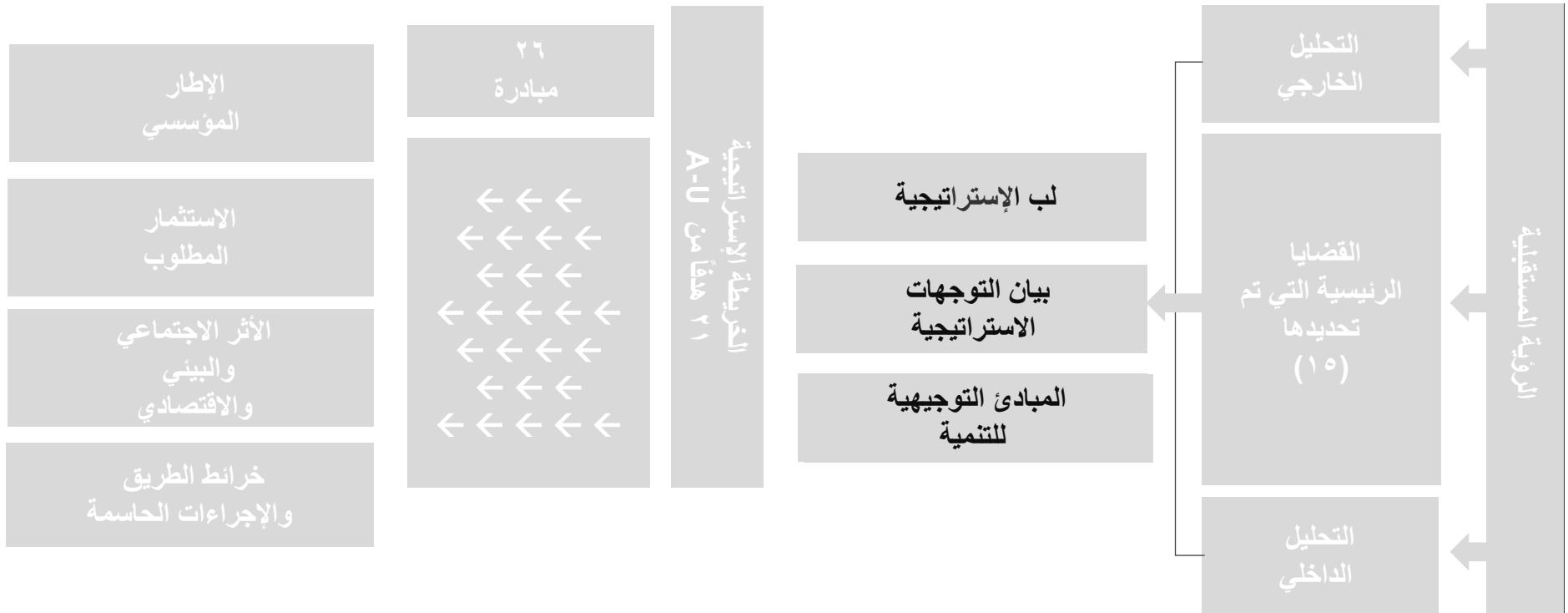


الاستراتيجية العمانية للسياحة

صياغة الاستراتيجية



مشروع على أربع مراحل



هيكل الاستراتيجية



المكونات الرئيسية للباستراتيجية



المكون الأول: النطاق

ستطلق السلطنة تسعة نماذج سياحية مختلفة

4

الاهتمامات الخاصة



3

الطبيعة والمغامرات



2

السياحة والثقافة



1

إجازات الاسترخاء



8

زوار اليوم الواحد



7

الاجتماعات والمناسبات



6

المهرجانات



5

العطلات القصيرة والتوقف للراحة



9

زيارة الأصدقاء والأقارب

المكون الثاني: الميزة التنافسية

تجارب سياحية فريدة



ما هي التجربة ؟

التجربة

=

ذكريات باقية

مشاعر ايجابية

انبهار

+

إعجاب

النشاط السياحي

من أولويات "المجتمع المعاصر" البحث عن التجارب



قائمة التجارب السياحية العمانية



سلطنة
عمان
وزارة السياحة



أهم التجارب السياحية المقترحة

الجولة الكبرى حول عمان،
مغامرة الطرق الوعرة



الحصون والقلاع، إعادة تمثيل
الماضي



المراكب الشراعية، الإبحار إلى
الأخوار البحرية



القرى العمانية، إبراز نمط الحياة
التقليدية



الأودية والطبيعة، والانشطة
الرياضية



حكاية طريق اللبان والبخور



تعشيش وتفريخ السلاحف



عراقة الأسواق العمانية التقليدية
ونكهاتها



أمثلة لأفضل وأقوى التجارب السياحية:

الجولة الكبرى حول عمان

أماكن فاخرة للإقامة



خدمات إنقاذ ممتازة



خدمات شخصية تحت الطلب



الاسترخاء في أماكن طبيعية هادئة



اكتشاف التقاليد العمانية



ركوب الهجن في الصحراء



أودية وعرة و مدهشة



حصون و قلاع رائعة



أمثلة لأفضل وأقوى التجارب السياحية:

المراكب الشراعية، الإبحار إلى الأخوار المذهلة

السفن التقليدية وإمكانية قضاء الليل فيها



قوارب ذات خدمات فاخرة للإقامة



مراسي بحرية (مارينا) من الدرجة الأولى



طاقم إبحار على درجة عالية من المهارة



التمتع بالهدوء وسط بيئة فريدة من الممرات البحرية



ممارسة الغوص في المياه الصافية



إلقاء الصنارة و التمتع بوجود من السمك الطازج



مشاهدة الدلافين المرحية



تجارب سياحية ذات طابع عماني خاص

فعاليات إحياء طريق اللبان والبخور



الترحيب بتقديم القهوة والتمور



وجبات الإفطار العمانية



المحلات العمانية



تجربة اللباس العماني التقليدي



التجارب ذات البصمة العمانية (بعض الخيارات)

قضاء ليلة فاخرة وسط الطبيعة تحت
سماء ساطعة بالنجوم



موسم الخريف



الحياة البدوية



جمال التراث الاسلامي



الغوص بحثًا عن كنوز تحت الماء



مراقبة النجوم



البحر، والشمس والشواطئ الرملية



منتجات التمور وبخور اللبان



التراث الثقافي



سباقات الهجن التقليدية



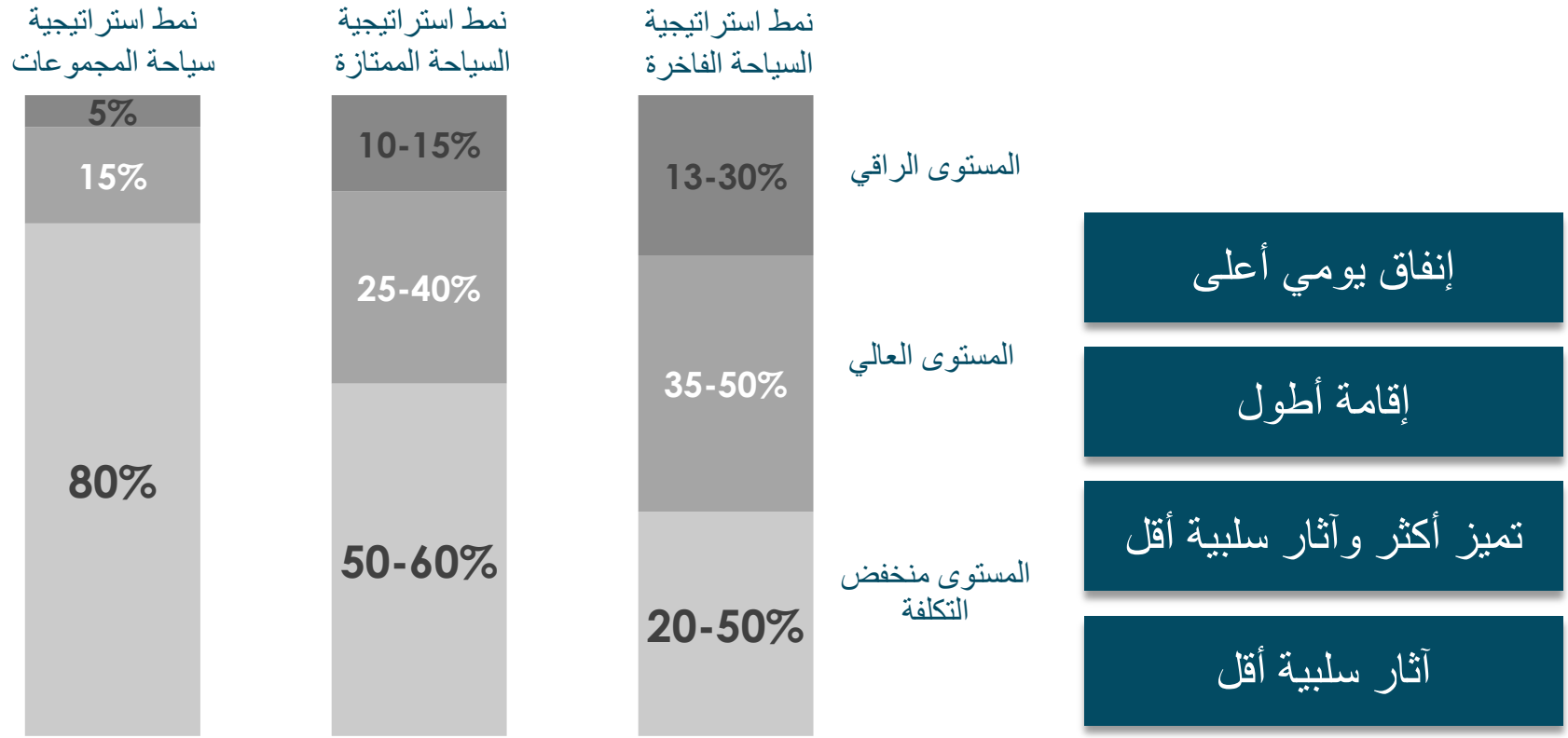
احتفالات الاعياد العمانية التقليدية



الفنون الحرفية العمانية



العنصر الثالث: نمط استراتيجية الطلب الممتاز



*تتبنى الاستراتيجية العمانية للسياحة استراتيجية الطلب الممتاز، والذي بموجبه سيزور عمان بحلول عام ٢٠٤٠ حوالي ٥,٣ مليون سائح دولي سنوياً، و ١,٧ مليون من زوار اليوم الواحد، و ٤,٦ مليون زائر محلي، ويمثل ذلك أعداد زوار أقل مع إنفاق واسهام اقتصادي أعلى، و آثار سلبية أقل..

نماذج إحصائية

نماذج إحصائية

تعرض مقدار

تأثير السياحة

على المؤشرات

الاقتصادية الكبرى في البلاد

DASHBOARD - AGGREGATED MODEL 2040

CUSTOMER BEHAVIOUR

Average Stay	Pleasure	Business	VFR	Day Visitors	Domestic
World Average	6,50	3,00	10,70		4,00
Premium	7,00	3,00	10,70		5,00
Luxury	7,50	3,00	10,70		5,00

Average expenditure per day	Pleasure	Business	VFR	Day Visitors	Domestic
World Average	300	375	30	30	150
Premium	550	550	54	70	220
Luxury	1.100	750	75	125	450

Price elasticity of demand	Pleasure	Business	VFR	Day Visitors	Domestic
World Average	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Premium	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70
Luxury	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50

% hotel consumption	Pleasure	Business	VFR	Day Visitors	Domestic
%	100%	97%	10%		30%

Double Occupancy Rate	Pleasure	Business	VFR	Day Visitors	Domestic
DOR	1,85	1,10	1,85		3,20

HOTEL PERFORMANCE

Hotel offer performance	Occupancy	Invest./room	Empl./room	Indr./room	Index./room
3*	60%	200.000	0,70	3,29	2,79
4*	60%	250.000	1,00	3,95	3,35
5*	60%	400.000	1,50	4,28	3,63
5*GL	60%	500.000	2,00	4,61	3,91

TOURISM MODELS

Clients Mix	Model A				
	Pleasure	Business	VFR	Day Visitors	Domestic
World Average	80%	80%	80%	80%	80%
Premium	15%	15%	15%	15%	15%
Luxury	5%	5%	5%	5%	5%

	Model B				
	Pleasure	Business	VFR	Day Visitors	Domestic
World Average	50%	60%	60%	40%	40%
Premium	40%	25%	30%	50%	50%
Luxury	10%	15%	10%	10%	10%

	Model C				
	Pleasure	Business	VFR	Day Visitors	Domestic
World Average	20%	50%	50%	20%	20%
Premium	50%	35%	35%	50%	50%
Luxury	30%	15%	15%	30%	30%

Effort required to implement each model	Model A	Model B	Model C
% hotel investment / total investment	42%	44%	48%

RESULTS

Tourism arrivals	Model A	Model B	Model C
Pleasure	2.819.787	2.483.178	2.086.163
Business	1.346.603	1.271.758	1.238.427
VFR	1.698.489	1.572.659	1.508.364
Day Visitors	2.171.329	1.735.590	1.491.461
Domestic	5.215.238	4.643.524	4.176.327
Total	13.251.445	11.706.710	10.500.743

Room nights	Model A	Model B	Model C
Pleasure	10.031.338	9.026.587	7.857.862
Business	3.363.312	3.236.500	3.184.252
VFR	171.618	343.237	444.932
Day Visitors	1.238.462	1.629.654	1.871.128
Total	14.804.731	14.235.978	13.358.174

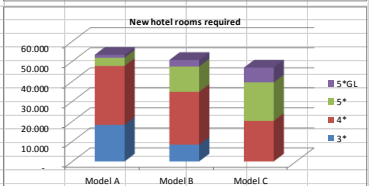
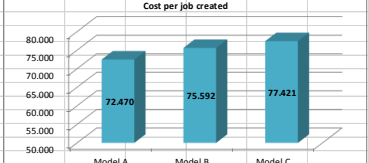
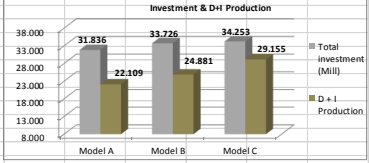
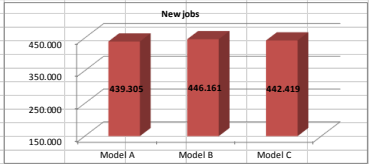
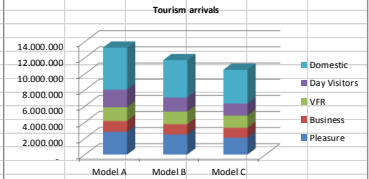
Average daily expenditure	Model A	Model B	Model C
Pleasure	352	436	610
Business	410	457	474
VFR	34	39	42
Day Visitors	36	52	70
Domestic	169	205	257
Average	196	237	299

Average expenditure per tourist	Model A	Model B	Model C
Pleasure	2.330	2.965	4.302
Business	1.230	1.370	1.422
VFR	365	416	448
Day Visitors	36	52	70
Domestic	711	941	1.231
Average	953	1.214	1.587

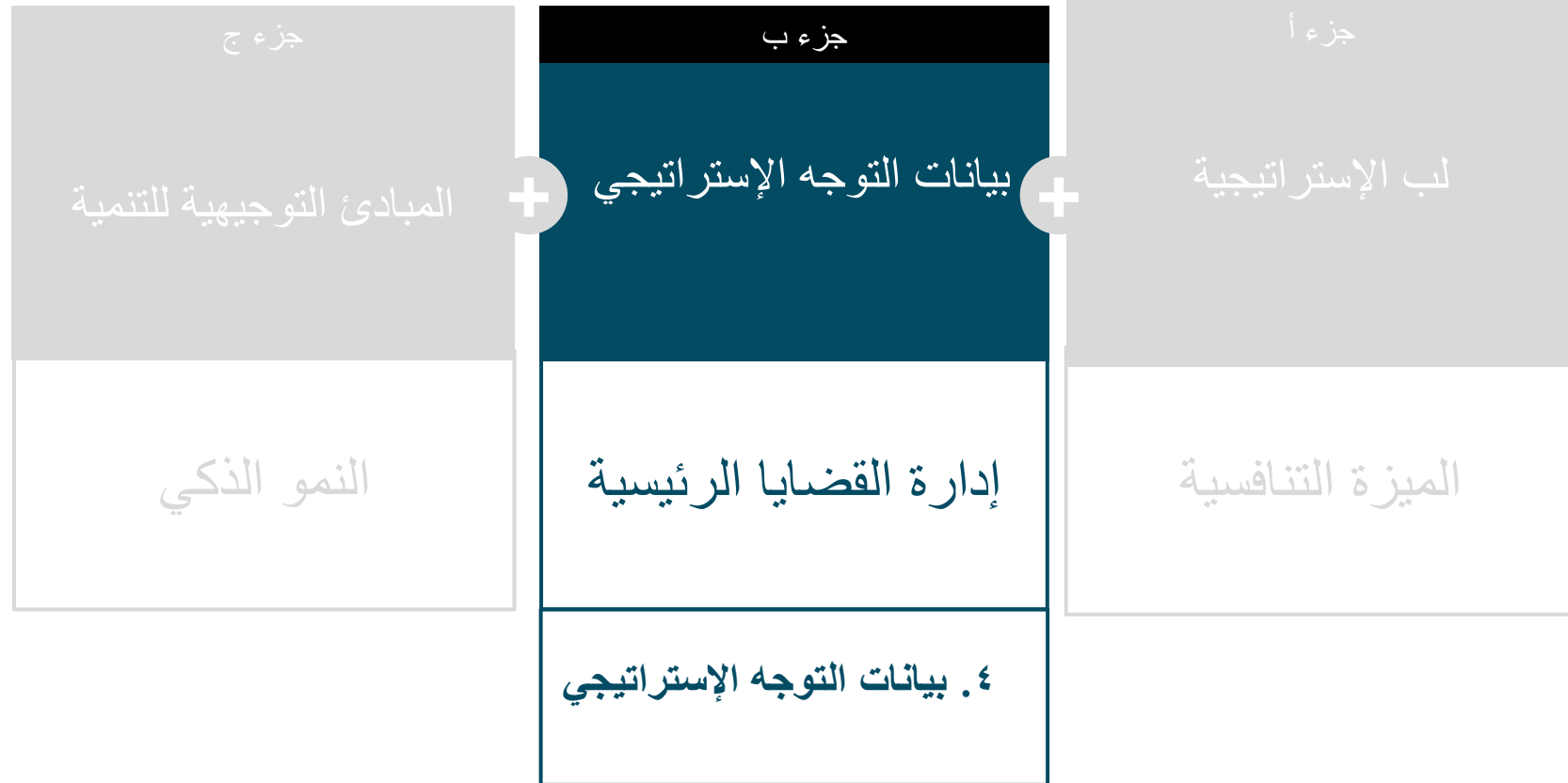
Hotels rooms required	Model A	Model B	Model C
3*	18.260	8.383	
4*	29.437	26.368	20.238
5*	4.078	12.656	19.262
5*GL	1.458	3.228	7.354
Total to develop	53.233	50.635	46.854
Total (existing +)	67.602	65.004	60.996

Cost per job created	Model A	Model B	Model C
Jobs / investme	72.470	75.592	77.421

Economy impact	Model A	Model B	Model C
Job creation	439.305	446.161	442.419
D + I Production	22.109	24.881	29.155
% PIB	5,2%	5,9%	6,9%
Total investmer	31.836	33.726	34.253
ROI	10,4%	11,1%	12,8%
Carbon footprint	1.088.066	1.070.478	1.018.869



العنصر الأساسي للتوجهات الإستراتيجية



15 موضوعاً أساسياً

التخطيط و التنمية	1	التشغيل والجودة	6	القيادة التنافسية	11
الاستثمارات و ريادة الأعمال	2	تخطيط وإدارة التسويق	7	الشروط التنافسية الحالية	12
إشراك المجتمعات المحلية	3	عمليات التسويق	8	الإطار القانوني والتنظيمي	13
استدامة البيئة الطبيعية والثقافية	4	جذب المواهب والابقاء عليها	9	الحوكمة	14
التجارب	5	تنمية رأس المال البشري	10	الإدارة	15

العنصر الرابع: ٧١ توجهاً إستراتيجياً

71 توجهاً إستراتيجياً

تعزيز قدرات التسويق السياحي في عمان

تأسيس نظام دائم لدراسة السوق وتحليله

تحسين إستراتيجية التسويق في عمان

تنفيذ خطة عالمية للتسويق على مدى السنوات ال ٣ المقبلة

15 سؤالاً إستراتيجياً

كيف يمكن للتسويق السياحي
في عمان أن يحسن من
أدائه؟

15مسألة يتعين معالجتها

مثال

تخطيط وإدارة التسويق

المكونات الأساسية للمبادئ التوجيهية للتنمية



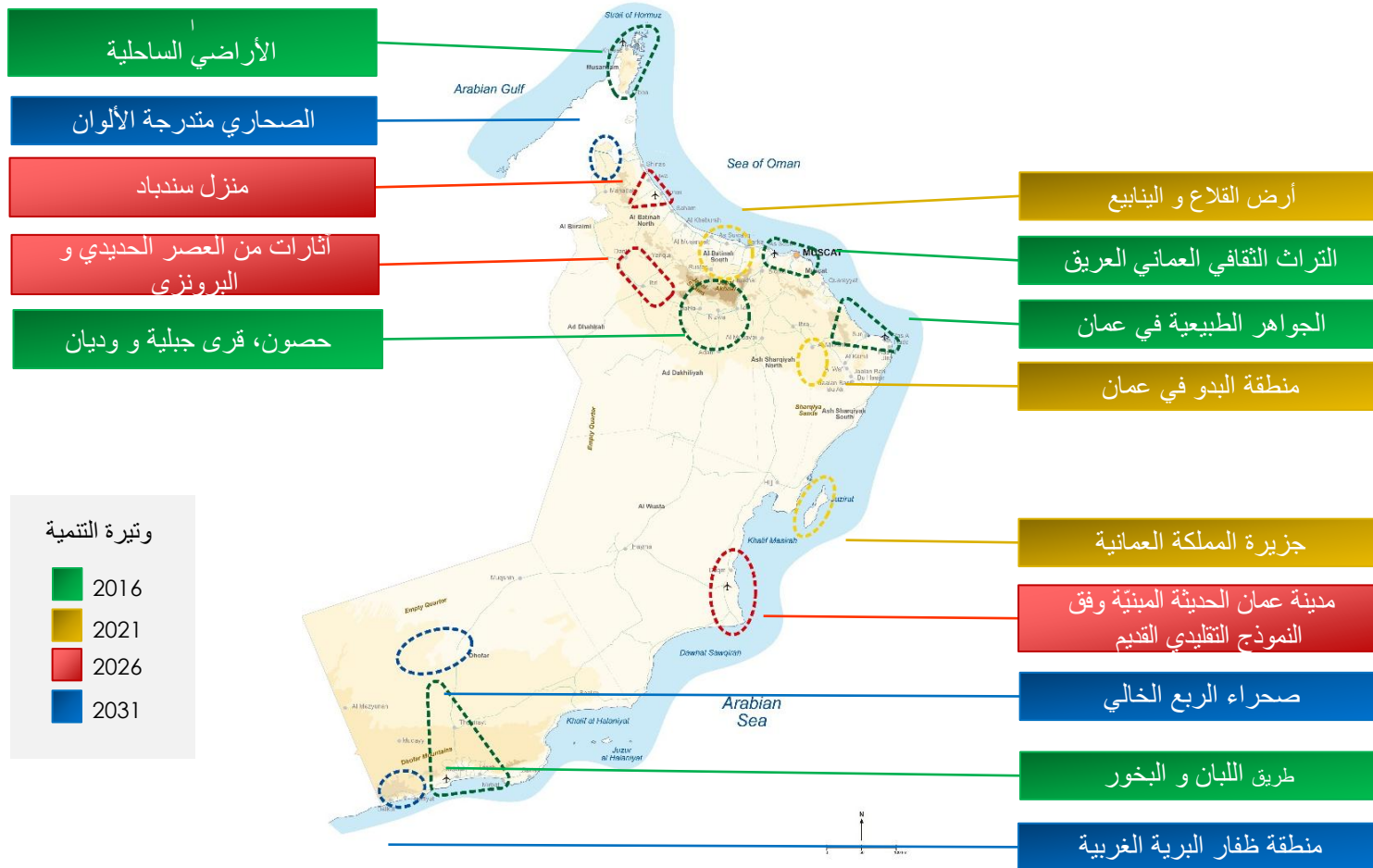
العنصر الخامس: خمسة مفاهيم تخطيطية



المناطق السياحية ذات الأهمية الوطنية هي مناطق واسعة (٢٠٠- ٢٠٠٠ هكتار) تحتوي على منتجات عديدة تشترك في البنى التحتية الضخمة والمعدات، تشكل هذه المناطق وجهات سياحية في حد ذاتها، وهي عادة تضم حوالي ٦٠٠٠ غرفة للإقامة.

العنصر السادس: ١٤ منطقة تجمع سياحي مقترحة

المناطق المقترحة ٢٠١٦-٢٠٤٠



النموذج المطروح: حددت خمس مناطق ذات أولوية

		2016 2020	2021 2025	2026 2030	2031 2040
أ. مسندم	الأراضي الساحلية	●	■		
ب. نزوى, جبل شمس (الداخلية)	الحصون، القرى الجبلية والوديان	●	➔		
ج. مسقط	التراث الثقافي العماني الراقى	●	➔		
د. صلالة، البليد (موقع التراث العلمي)، سمهرم و وادي لوكة (مواقع مدرجة في سجل التراث العلمي (ظفر)	طريق اللبان والبخور	●	➔		
هـ. أودية الساحل الشرقي، و رأس الجنز (جنوب الشرقية)	جواهر الطبيعة في عمان	●	➔		
و. الرستاق، نخل و الحزم (جنوب الباطنة)	أرض القلاع و الينابيع	●	■		
ز. رمال الشرقية (شمال الشرقية)	منطقة البدو في عمان	●	■		
ح. جزيرة مصيرة (جنوب الشرقية)	ملكة الجزر العمانية	●	■		
ط. صحار (شمال الباطنة)	موطن السندباد	●	●	■	
ي. الدقم (الوسطى)	مدينة عمان الحديثة المبنية وفق النموذج التقليدي القديم	●	●	■	
ك. مقابر بات، الخطم، و العين (الظاهرة)	آثار من العصرين الحديدي والبرونزي	●	●	■	
ل. البريمي	الصحاري متدرجة الألوان		●	●	■
م. الربع الخالي (ظفار)	صحراء الربع الخالي		●	●	■
ن. غرب صلالة و جبل قمر (ظفار)	منطقة ظفار البرية الغربية		●	●	■

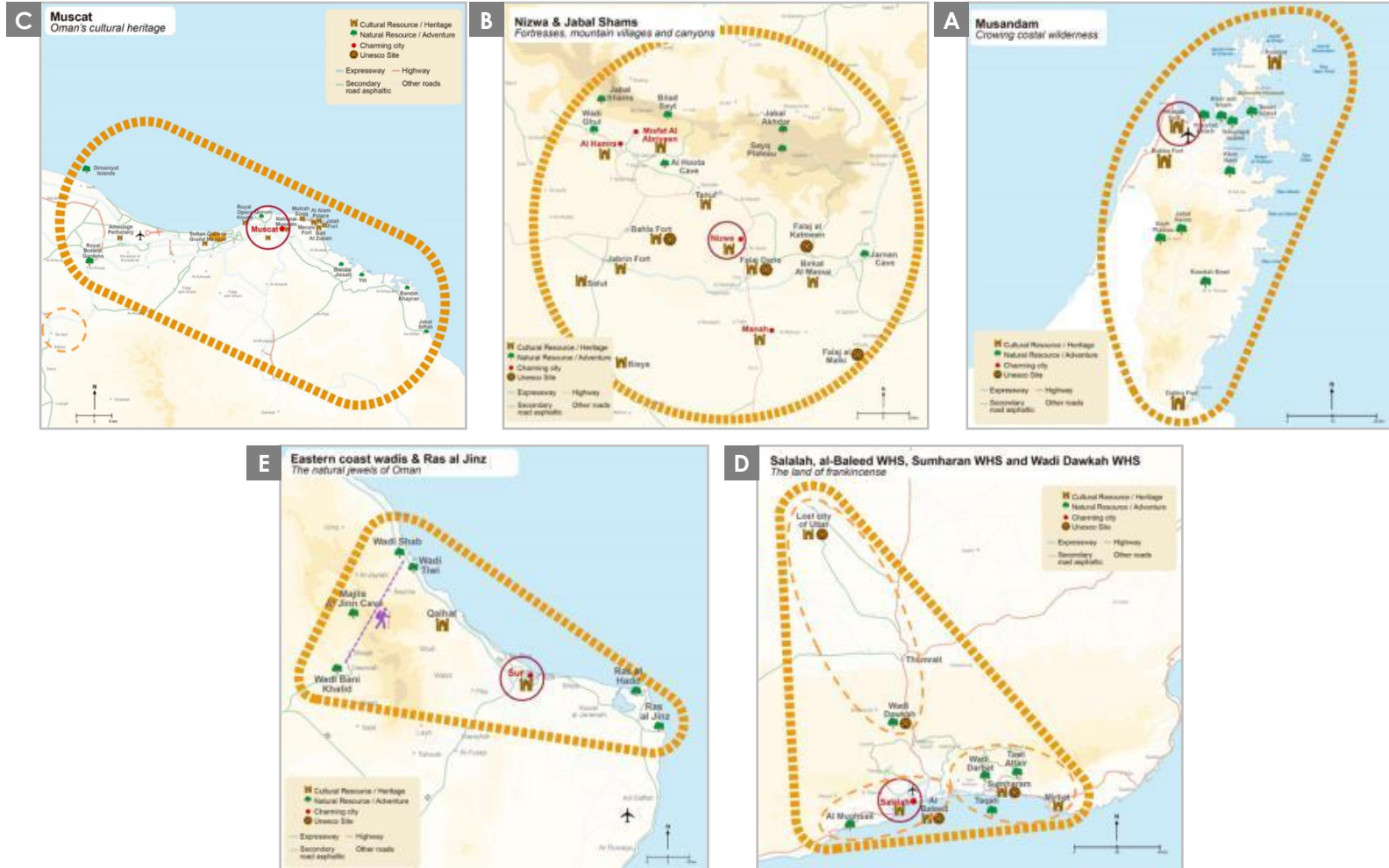
● التخطيط المبدئي

● مخطط

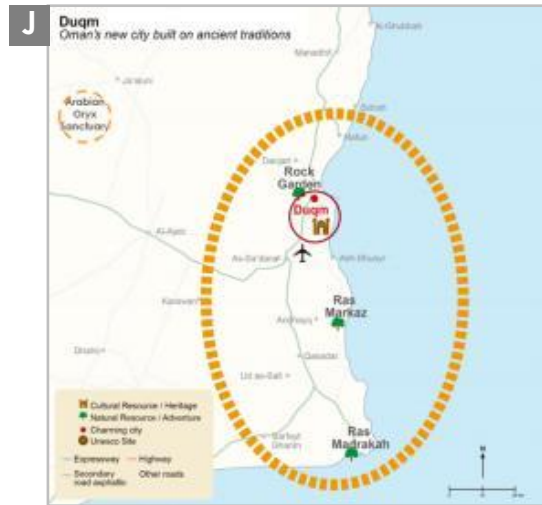
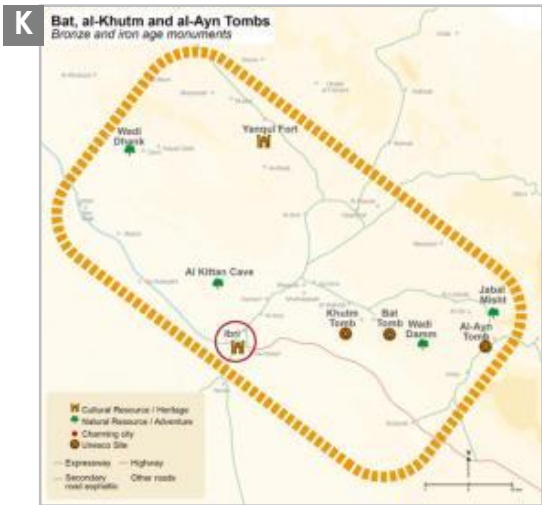
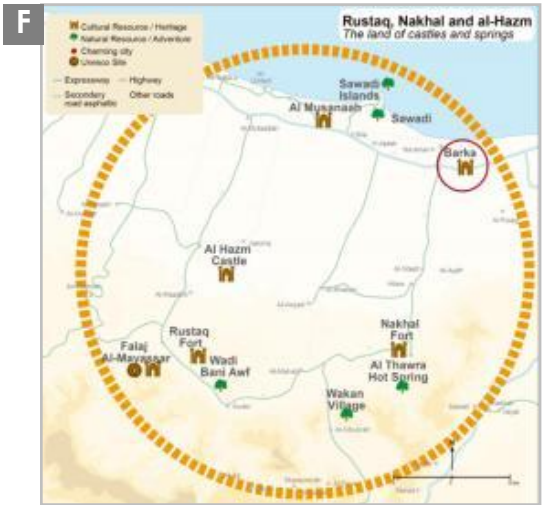
■ إطلاق

➔ إعادة إطلاق

التنمية ٢٠١٦ - ٢٠٢٠ م



التطوير المخطط ما بين ٢٠٢١ - ٢٠٢٥ و ما بين ٢٠٢٦ - ٢٠٣٠



2021-2025

2026-2030

المكون السابع: أماكن جديدة للإقامة بحلول عام ٢٠٤٠م



المصدر: التصورات المحتملة للاستشاري THR
١- مجموع الوحدات في المنتجعات، والمدن والمناطق المعزولة. الوحدات العقارية مشمولة بالمجموع

أماكن جديدة للإقامة بحلول عام ٢٠٤٠م

<p>الفنادق (١٠ أنواع). للأعمال، الأسر، الاستمتاع بالبحر، الاجتماعات، إلخ</p>	<p>١. الفنادق ووحدات الخدمة الفندقية</p>	
<p>وهي شبيهة بالفنادق ذات ١ - ٢ نجمة. لا ينطبق عليها مفهوم (فندق)</p>	<p>٢. النزل (١ ، ٢ نجمة) ووحدات الخدمة الفندقية</p>	
<p>فلل، منازل متنقلة، قوارب شراعية، مزارع ريفية، إلخ</p>	<p>٣. مختلف أماكن المبيت الخاصة ووحدات الخدمة الفندقية</p>	

أماكن للإقامة جديدة بحلول عام ٢٠٤٠

دور استراحة تقدم خدمة المطاعم

٤. دور استراحة، غرف للإيجار،
وحدات للمبيت والافطار.



تقبل بعض المنازل المتنقلة،
والأجنحة الصغيرة

٥. مواقع للتخييم، خدمة التخييم الفاخر،
قرى سياحية، وحدات مبيت ذات خدمة
فندقية



أكثر من ٦٠% من أماكن المبيت الجديدة ستكون في المنتجعات

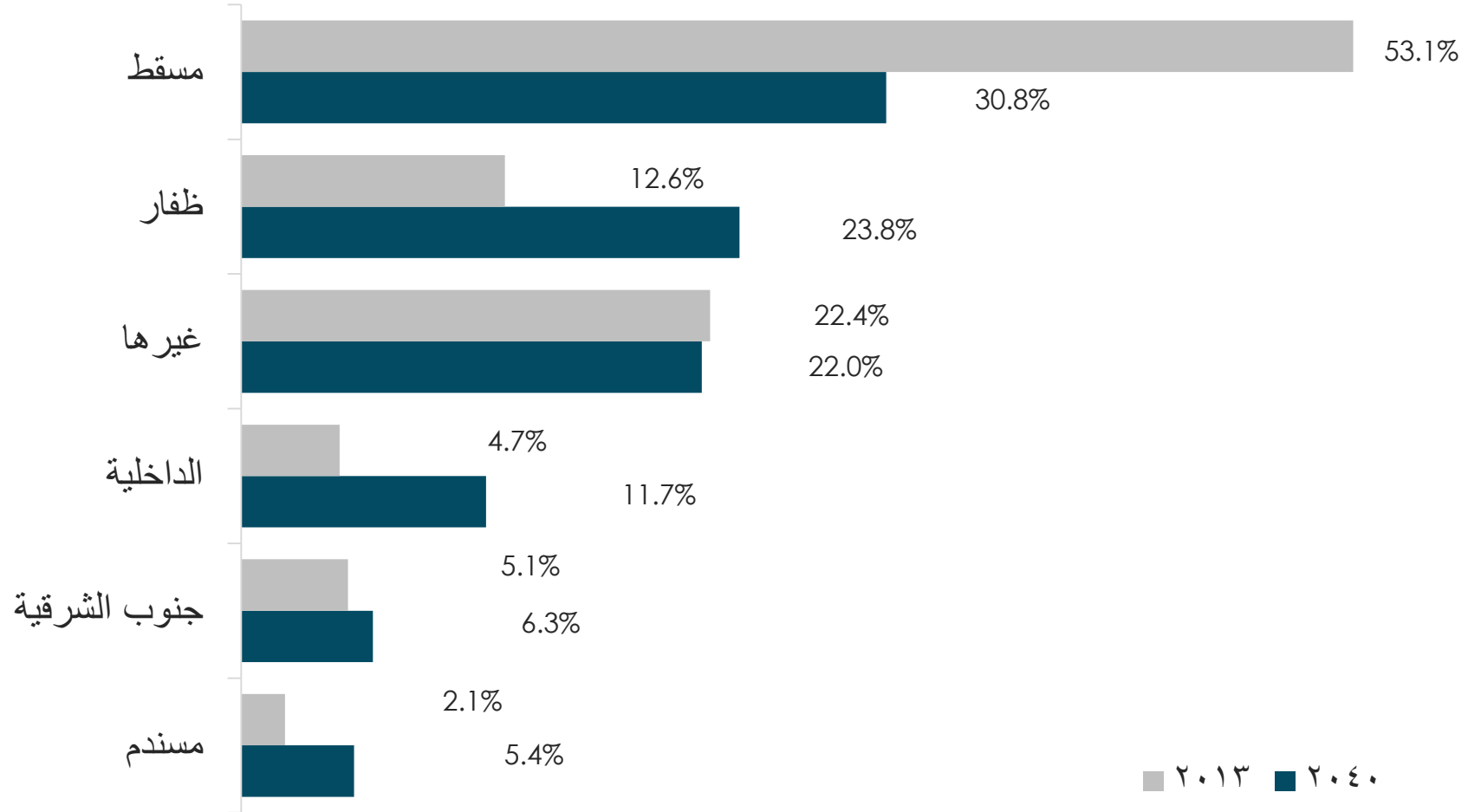
الحجم	%	(1)مجموع وحدات المبيت	متوسط عدد الوحدات لكل منتج	عدد المنتجعات (الأقصى - الأدنى)	
المنتجعات الصغيرة	15	7,538	300	23	28
المنتجعات الكبيرة	25	12,563	1,000	11	14
المنتجعات الضخمة	60	30,152	2,000	14	17
المجموع	100	50,253		47	58

أماكن الفنادق + أماكن الخدمة + أماكن العقارات¹

من ٢ إلى ٦ منتج لكل تجمع سياحي²

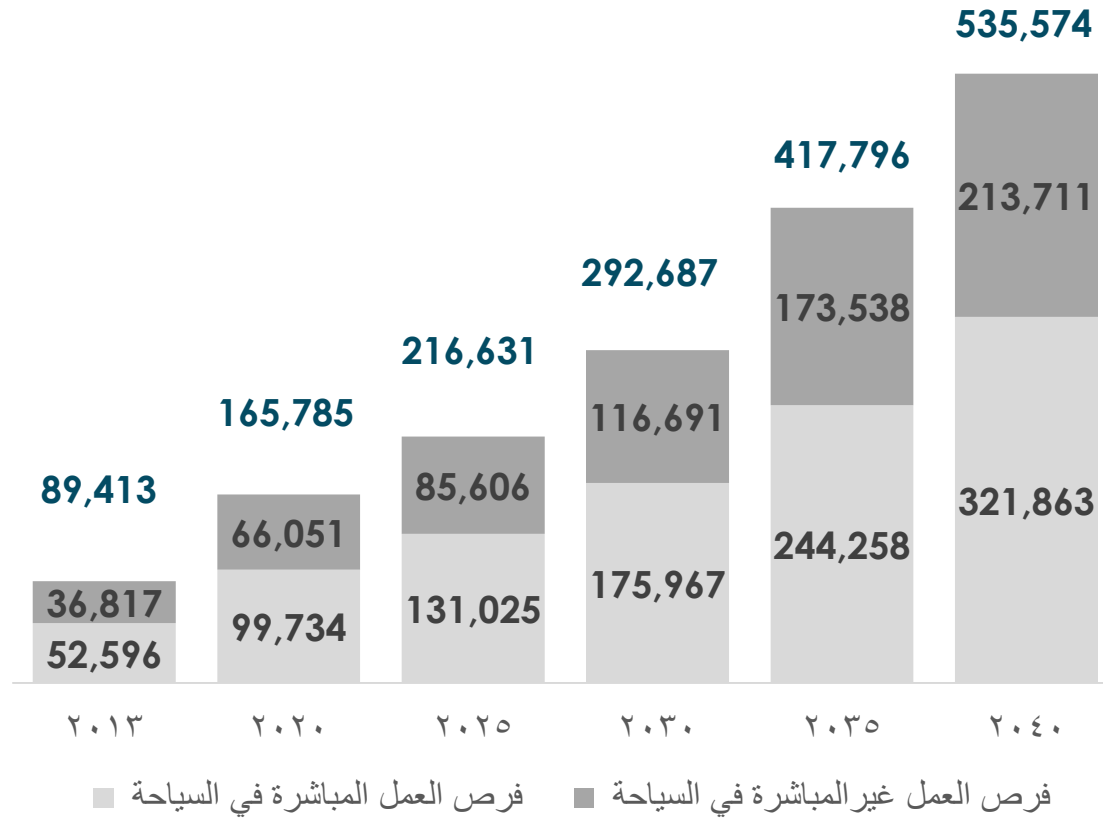
المصدر: الإستشاري THR

توزيع أماكن الإقامة في المحافظات المخطط لها بحلول عام ٢٠٤٠م



المكون الثامن: تطوير رأس المال البشري

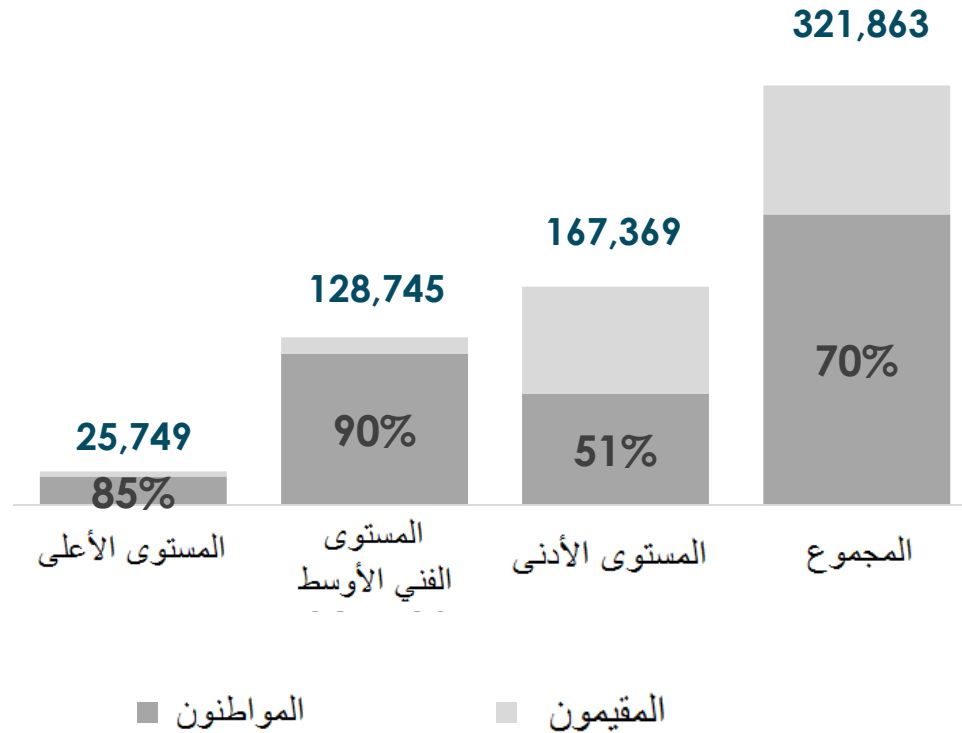
مجموع فرص العمل في السياحة (المباشرة وغير المباشرة) بحلول عام ٢٠٤٠م



المصدر: التصورات المحتملة للإستشاري THR

* لا تتضمن فرص العمل في الإنشاءات المباشرة و غير المباشرة المطلوبة، التي تتناسب مع الإستثمارات، و التي تقدر بـ ٢٠٢٠٠ وظيفة بحلول عام ٢٠٤٠م

فرص العمل المباشرة حسب المستوى الوظيفي (٢٠٤٠)



المصدر: توقعات للإستشاري THR
*المستوى الوظيفي:

المستوى الأعلى: يتضمن مناصب المدراء ورؤساء الأقسام الذين يقودون، يشرفون أو يديرون قسماً معيناً من شركة، برنامجاً أو مشروعاً.
المستوى الفني الأوسط: يتضمن مناصب تتطلب معرفة نظرية و عملية لإختصاص ما ، ومناصب الدعم الفني و التشغيلي للوظائف ذات المهارات العالية والمتوسطة.
المستوى الأساسي: يتضمن مواقع العمل ذات الرواتب الأدنى، بشكل خاص للأشغال اليدوية و العمالية و الأعمال الصناعية

فرص العمل السياحية في سلطنة عمان

١. المكاتب والوكالات المنظمة للجولات السياحية

٢. النقل / شركات نقل الركاب

٣. الأعمال الفندقية والإقامة السياحية

٤. شركات تنظيم المؤتمرات والمناسبات التجارية

٥. شركات الدعم الكلي المحلي

٦. شركات الترفيه والمناسبات الثقافية

٧. المؤسسات السياحية

٨. شركات المعلوماتية والبرمجة

٩. شركات تقديم المعلومات والإستشارات

١٠. السياحة السكنية

١١. وسائط نشر المعلومات السياحية



أكثر من ٢٠٠ من مؤسسات الأعمال

العنصر التاسع: وجهة سياحية مستدامة



المصدر: الإستشاري THR عن نشرة زر إنكلترة

إشراك المجتمع المحلي

تحقيق فوائد اقتصادية للمجتمع المحلي

تحسين نوعية حياة المجتمع المحلي

المساهمة في إعداد القيادات المحلية
بهدف استدامة السياحة

تشجيع ومتابعة تأييد الاستدامة لصناعة
السياحة

كيف يمكن
للتطوير السياحي
في عُمان أن
يحسن ويعزز
حياة المجتمعات
المحلية ؟



استدامة البيئة الطبيعية والثقافية

المساهمة في حماية البيئة الطبيعية

المساهمة في الحفاظ على البيئة الثقافية

رفع مستوى الوعي بضرورة حماية البيئة

توفير القيادة وتكوين ارتباطات فيما يتعلق باستدامة السياحة

كيف يمكن
للتطوير السياحي
في عُمان أن
يحسن ويعزز
حياة المجتمعات
المحلية؟





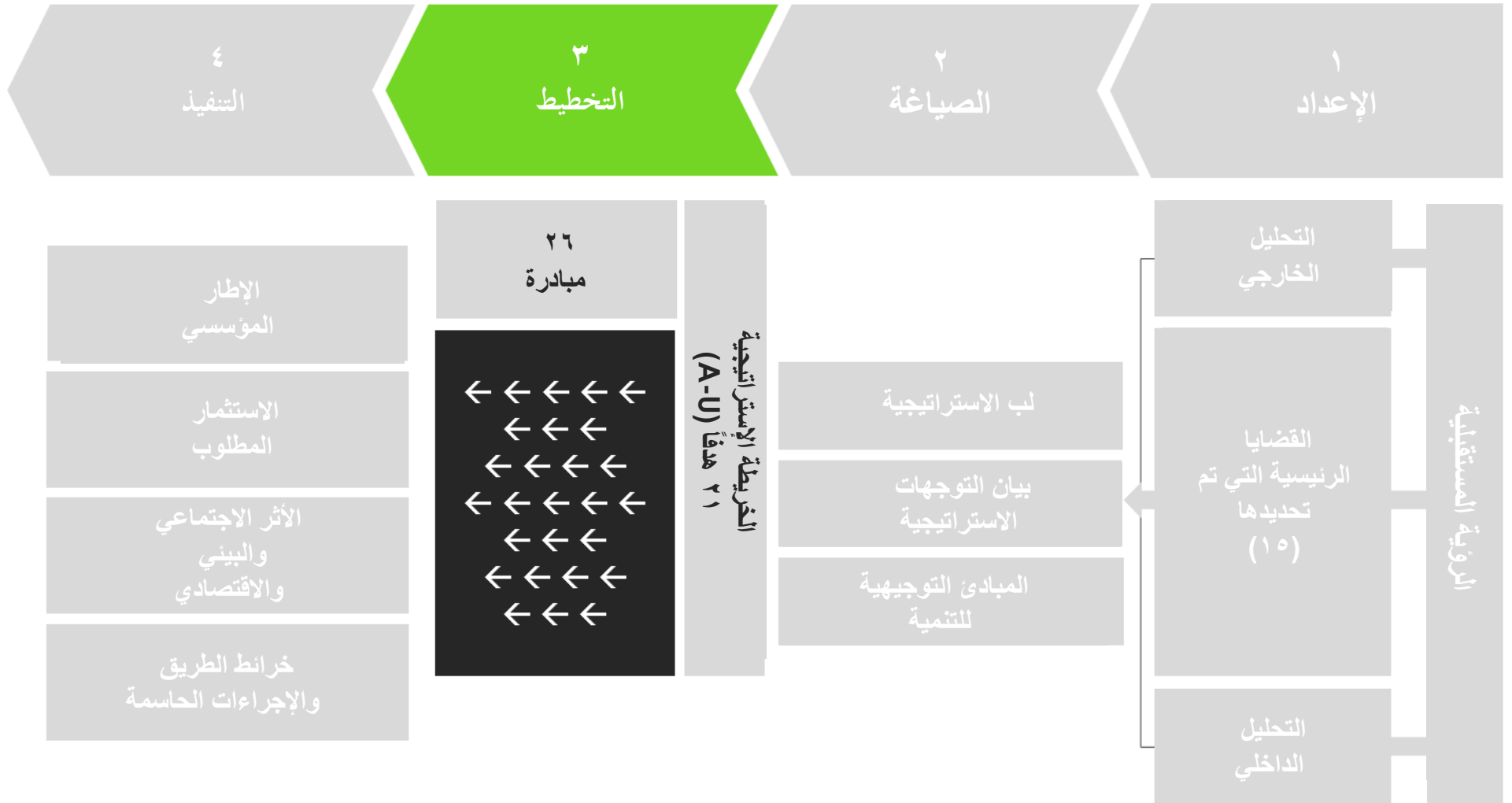


الإستراتيجية العمانية للسياحة

تخطيط الإستراتيجية



مشروع ذو أربع مراحل



أداة لمتابعة وتقييم الأداء خارطة الإستراتيجية

بطاقة الأداء المتوازن



خارطة الاستراتيجية

الرؤية

ان تصبح السلطنة في عام ٢٠٤٠م أحد أهم المقاصد التي يزورها السياح لقضاء العطلات والاستكشاف والاجتماعات، وأن تجذب أكثر من (٥) خمسة مليون سائح دولي

الغايات والأهداف ٢٠٤٠

استعادة الجهات المعنية

العمليات (البنوع)

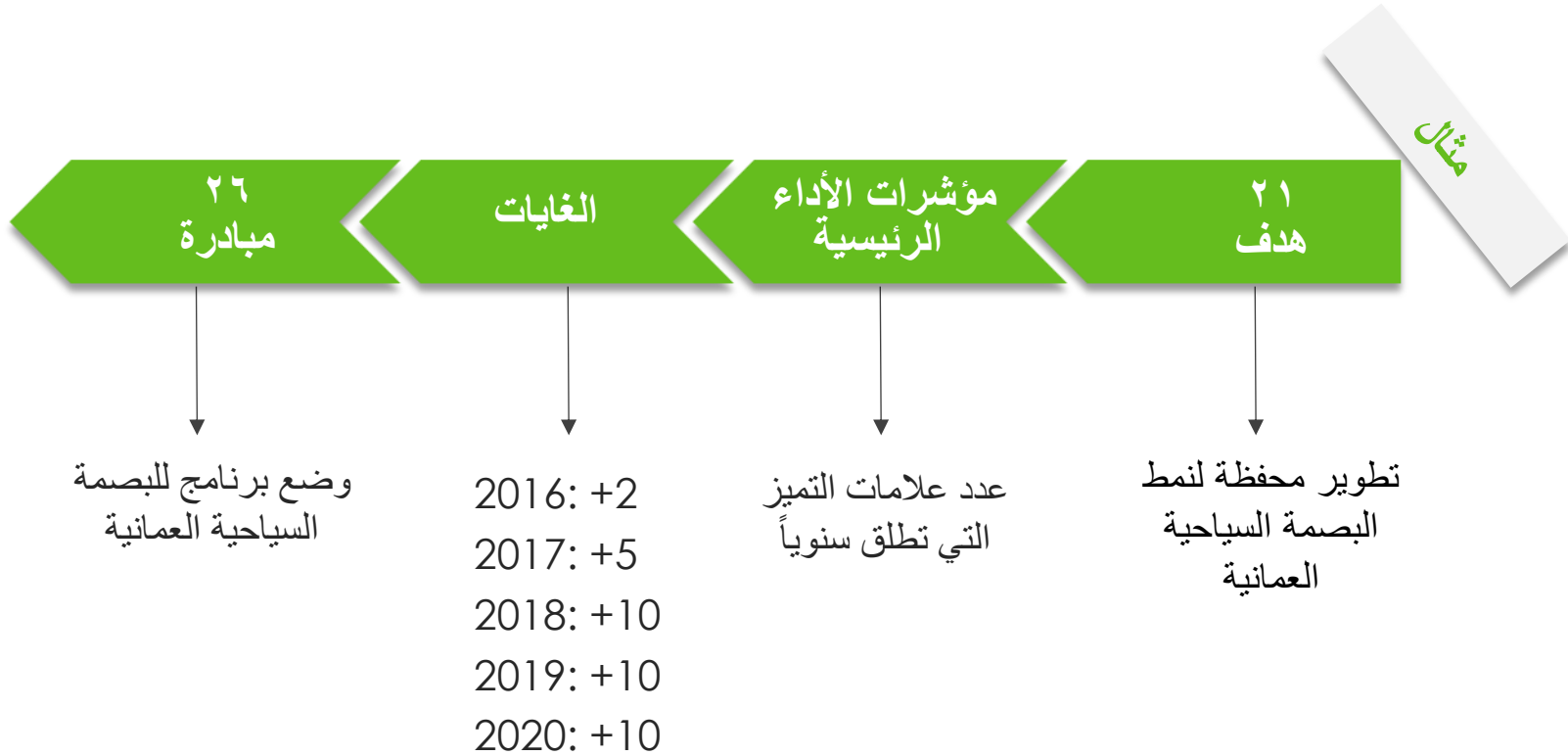
تطوير القدرات (الممكنات)

عدد السياح الدوليين أكثر من ٥ مليون	عدد الليالي الفندقية ١٤ مليون	مؤشر المسؤولية الاجتماعية ١٠٠٠/٨٥٠	الفرص الوظيفية ٥٣٥ ألف	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ٥,٩%
--	----------------------------------	---------------------------------------	---------------------------	--

المجتمع تحقيق قيمة للمجتمع بتحسين نوعية الحياة مع إستدامتها	الشركاء تحقيق قيمة للمستثمرين بتوفير البيئة الاستثمارية والفرص الجذابة	الزبائن تحقيق قيمة للزبائن من خلال تجربة سياحية استثنائية
---	--	---



بطاقة الأداء المتوازن



المبادرات المحركة

تنفيذ المبادرة العمانية للتخطيط السياحي (NTPI)	.1
تفعيل وحدة خاصة للاستثمار السياحي (TISU)	.2
إطلاق برنامج خاص لريادة الأعمال السياحية (TEP)	.3
تفعيل كيان مختص للسياحة المستدامة (NCST)	.4
وضع برنامج لمشاركة المجتمع المحلي والمنافع	.5
وضع برنامج للاستدامة البيئية والثقافية	.6
تفعيل كيان مختص للتجارب السياحية العمانية (OEA)	.7

المبادرات المحركة

8.	وضع برنامج للبصمة السياحية العمانية (SEP)
9.	تطبيق نظام الجودة العمانية للسياحة (NTQS)
10.	تفعيل كيان مختص بإسم/ زر عمان/ (VO) التسويقية
11.	تنفيذ خطة التسويق الذكية لمدة ٣ سنوات
12.	تنفيذ برنامج خاص بالعلاقات الإعلامية
13.	تشغيل وحدة للتسويق الإلكتروني ضمن اليان المختص ببرنامج/ زر عمان / (VO) بمقاييس عالمية
14.	تفعيل برنامج لدعم تسويق صناعة السياحة

مبادرات التمكين

تنفيذ برنامج للتوعية والحوافز	.15
إنشاء صفحة على الإنترنت للوظائف في قطاع السياحة	.16
تعزيز نظام التعليم السياحي	.17
تعزيز نظام التدريب السياحي	.18
إطلاق البرنامج الخاص بمراكز الطبخ	.19
تفعيل كيان مختص بالتنافسية السياحية (NTCU)	.20

مبادرات التمكين

تحسين القدرة التنافسية بشكل انتقائي	.21
تحديث الإطار القانوني السياحي بشكل متعمق	.22
إعادة هندسة الإجراءات لنظامي الترخيص والمصادقة الحاليين	.23
إنشاء نظام حوكمة للسياحة	.24
تنفيذ نظام محسن للإدارة السياحية الوطنية	.25
إعادة هندسة الإجراءات لنظام إدارة المعلومات السياحية	.26



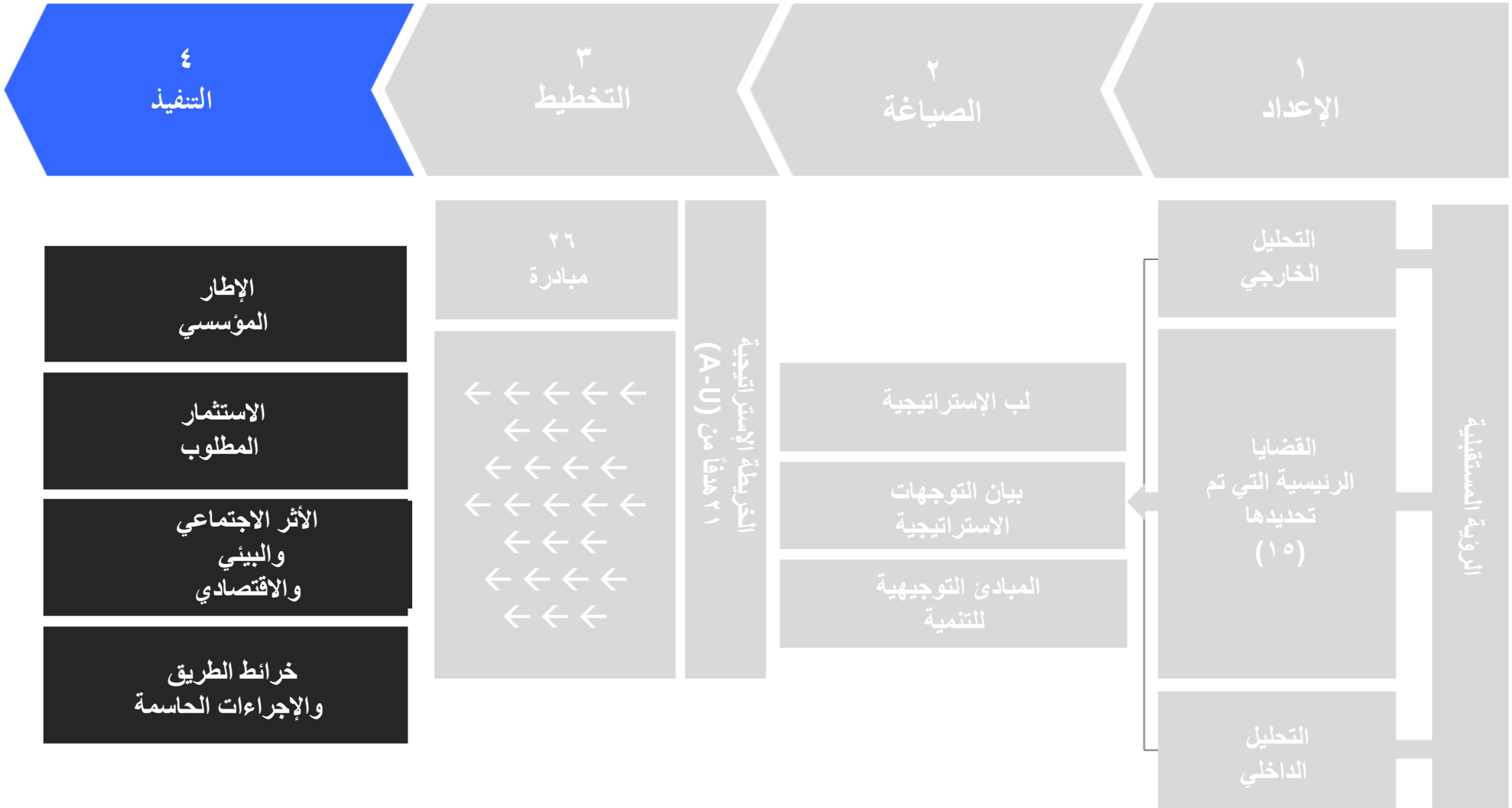


الإستراتيجية العمانية للسياحة

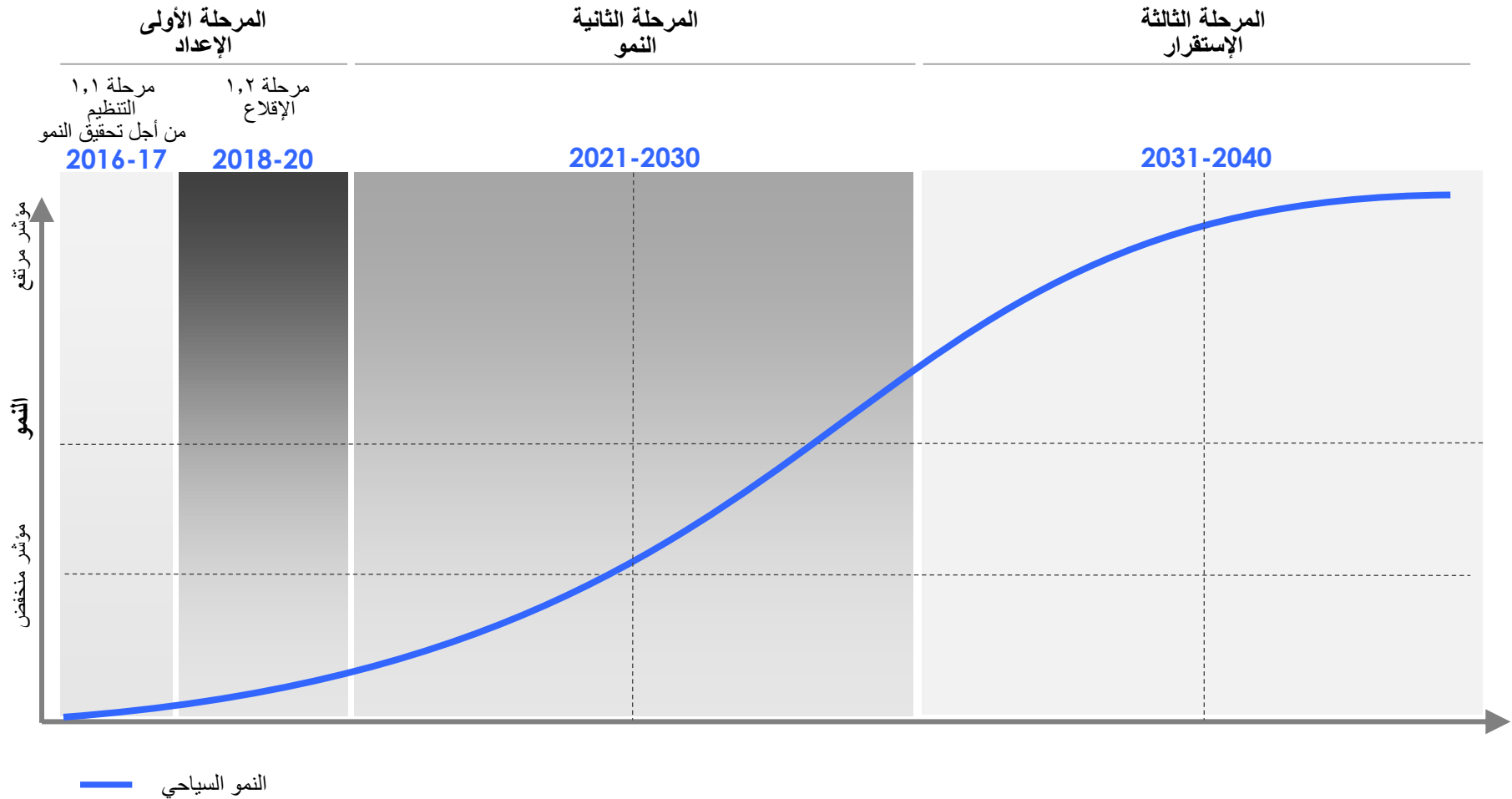
تنفيذ الإستراتيجية



مشروع ذو أربع مراحل



المراحل الثلاث للإستراتيجية العمانية للسياحة



الهيئات الأساسية لبرنامج التنفيذ:

اللجنة الوزارية للسياحة

الكيان المختص بإدارة الاستراتيجية
(وزارة السياحة)

* مكتب إدارة الإستراتيجية وحدة ضمن وزارة السياحة



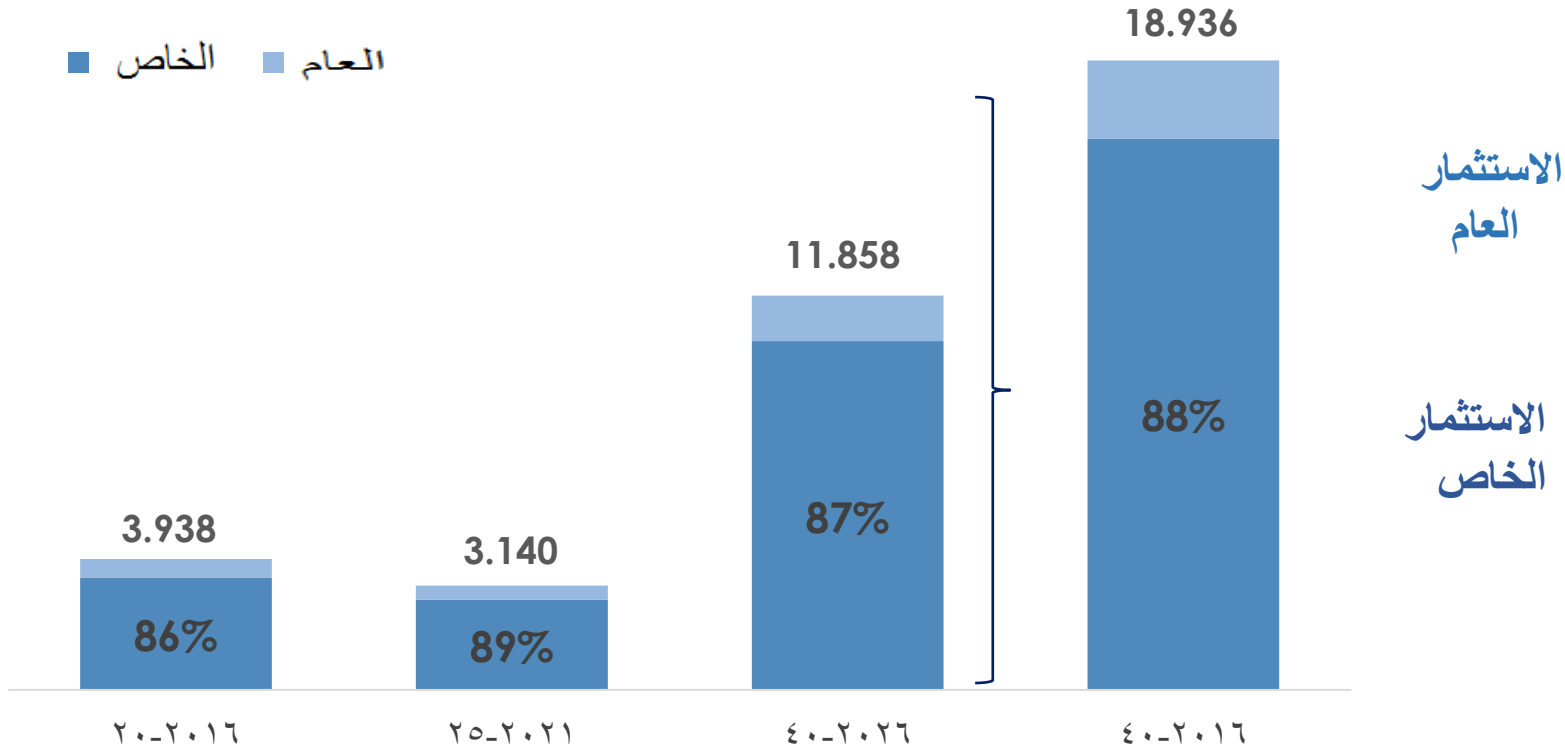
أكثر من ٣٠ جهة من القطاع العام المعنية بالتنفيذ

القطاع العام	
الوزارات	الشركات و المؤسسات العامة
<ul style="list-style-type: none"> التجارة و الصناعة الإسكان البيئة و الشؤون المناخية الثقافة و التراث القوى العاملة النقل و الاتصالات التعليم العالي المالية البلديات الإقليمية 	<ul style="list-style-type: none"> عمران الطيران العماني صندوق الاستثمارات العامة مؤسسة سكك حديد عمان الشركة الوطنية للعبارات، الجامعات
هيئات حكومية أخرى	السلطات المحلية
<ul style="list-style-type: none"> المجلس الأعلى للتخطيط شرطة عمان السلطانية المركز الوطني للإحصاء و المعلومات الهيئة العامة للطيران المدني الهيئة العامة لتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 	<ul style="list-style-type: none"> المحافظات و الولايات و البلديات الهيئة الاقتصادية الخاصة بالدقم سلطات الموانئ لمسقط، خصب و صلالة و الدقم

أكثر من 500 جهة من القطاع الخاص المعنية بالتنفيذ

القطاع الخاص	
إدارة المقاصد السياحية	المنتجات والخدمات السياحية
<ul style="list-style-type: none"> • شركات إدارة المقاصد السياحية • المشغلون المحتملون ومسوقو التجارب السياحية 	<ul style="list-style-type: none"> • نظم التوزيع العالمية • وكالات السفر على الإنترنت • شركات السفر والسياحة التقليدية
الإقامة	خدمات مهنية
<ul style="list-style-type: none"> • المنتجعات وسلاسل الفنادق • المستثمرون والمطورون 	<ul style="list-style-type: none"> • المرشدون السياحيون المستقلون • الاستشاريون الخارجيون
التعليم والتدريب السياحي	خدمات النقل
<ul style="list-style-type: none"> • الجامعات الخاصة • مزودو التدريب 	<ul style="list-style-type: none"> • بعض شركات الطيران المختارة • شركات السيارات والمركبات
المنظمات الإقليمية والدولية	الجمعيات
<ul style="list-style-type: none"> • المنتدى الاقتصادي العالمي • منظمة السياحة العالمية • مجلس التعاون الخليجي 	<ul style="list-style-type: none"> • غرفة تجارة وصناعة عمان • الجمعيات المهنية

إجمالي الاستثمارات المطلوبة (عام + خاص، بمليارات ر،ع)



المصدر: توقعات للإستشاري THR * السعر الرسمي للدولار الأمريكي = ٠,٣٨٥٢٥٠ ريال
ملاحظة: كل الأرقام تم تقريبها ولذلك قد توجد فروقات طفيفة.

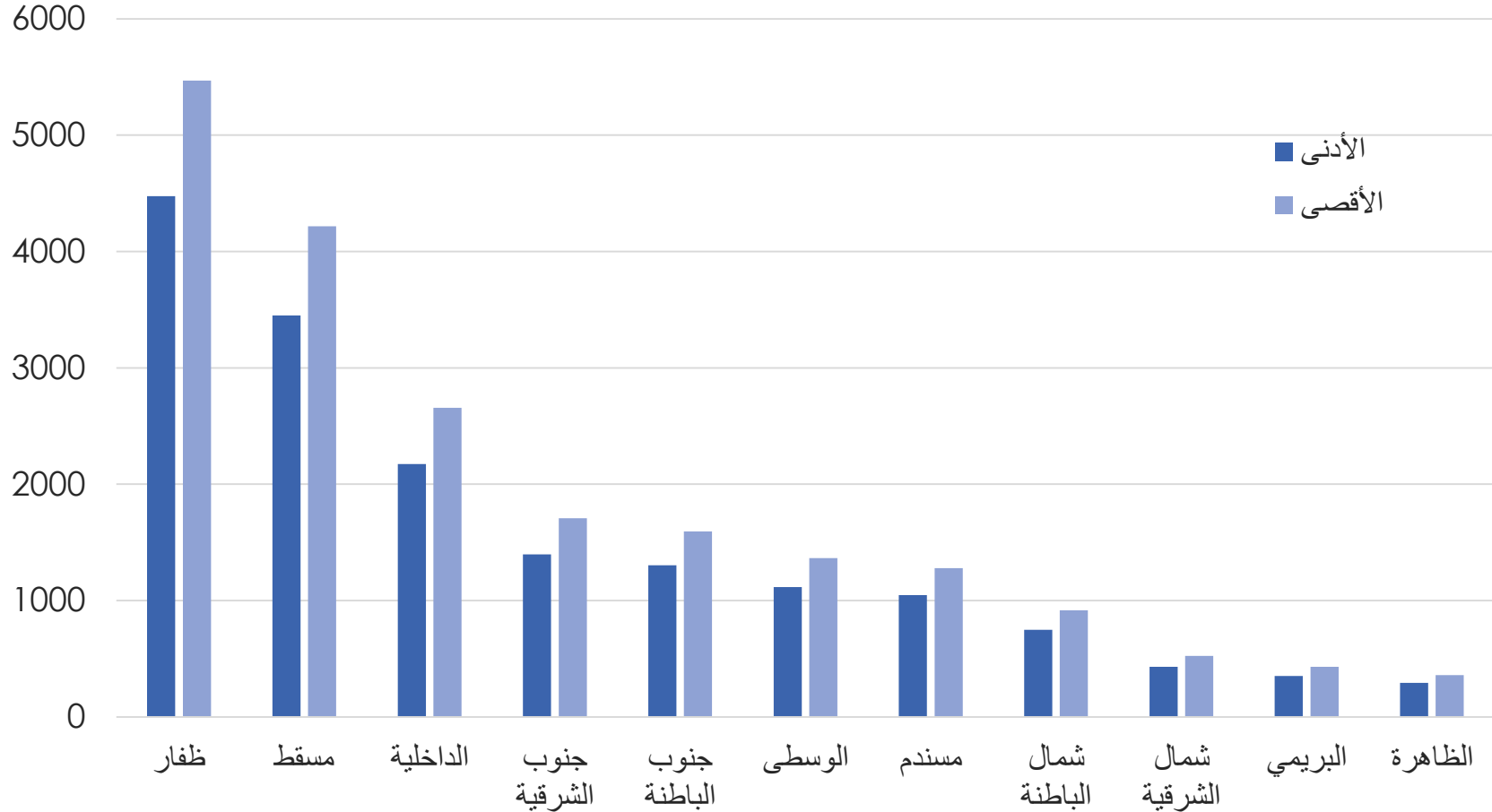
مجموع الاستثمارات حسب نوعها بين عامي ٢٠١٦ - ٢٠٤٠ (بمليارات الريالات)

النوع	مرحلة ١,١ 2016 - 17	مرحلة ١,٢ 2018 - 20	مرحلة ٢ 2021-25	مرحلة ٣ 2026 - 40	المجموع 2016-40	%	النسبة % للمال العام
١. الاستثمارات الإدارية	.025	.044	.059	.157	.285	1	92
٢. نظام التجارب السياحية	.042	.087	.089	.227	.445	3	75
٣. البنى الأساسية والمرافق	.824	1.237	1.672	6.621	7.852	41	16
٤. أماكن الإقامة و المنتجات	.695	.984	1.319	4.854	10.354	55	5
المجموع	1.586	2.351	3.140	11.858	18.936	100	12

المصدر: اوقعات للإستشاري THR * السعر الرسمي للدولار الأمريكي = ٠,٣٨٥٢٥٠ ريال
ملاحظة : كل الأرقام رفعت لأقرب رقم تقريبي و لذلك قد توجد فروقات طفيفة.

توزيع الاستثمارات الصلبة المخططة (٢+٣+٤)

الاستثمارات الصلبة حسب المحافظة للمرحلة ٢٠١٦ - ٢٠٤٠ (بملايين الريالات)



النوع ١. ميزانية استثمارات الموارد الإدارية (إدارة الاستراتيجية العمانية للسياحة) (بملايين الريالات)

الموضوع	مرحلة ١			مرحلة ٢		مرحلة ٣	
	2016-17	2018-20	2021-2025	2026-2040	المجموع	%	
١. التخطيط والتطوير	1	2	2	6	11	4	
٢. المسؤولية الاجتماعية والبيئية	3	3	4	12	22	8	
٣. تقديم تجربة سياحية استثنائية	2	1	2	7	12	4	
٤. جذب المزيد من الزبائن ذوي المردود العالي	13	28	37	99	177	62	
٥. تطوير رأس المال البشري	3	5	8	21	37	13	
٦. تحسين أداء القوى التنافسية الخمس (تحليل بورتر)	2	2	3	6	13	4	
٧. التحكم بالمنظومة وإدارتها	2	2	3	7	14	5	
المجموع	26	43	59	157	285	100	

المصدر: التصورات المحتملة للإستشاري THR * السعر الرسمي للدولار الأمريكي = ٠,٣٨٥٢٥٠ ريال
ملاحظة: كل الأرقام تم تقريبها ولذلك قد توجد فروقات طفيفة.

النوع ٢. استثمارات نظام التجارب السياحية (بملايين الريالات)

الموضوع	الوحدة	وحدات ٢٠١٦ - ٢٠٤٠	مجموع الاستثمارات	مرحلة 1.1	مرحلة 1.2	مرحلة 2	مرحلة 3	النسبة % للمال العام
١. أهم التجارب السياحية العمانية	تجربة	10	231	23	46	46	116	80
٢. التجارب ذات الطابع الخاص بعمان (تفعيل ودعم)	تجربة	10	19	2	4	4	10	80
٣. التجارب ذات البصمة العمانية (تفعيل ودعم)	تجربة	50	8	0.4	1	2	4	60
٤. تفعيل المواقع والمعالم السياحية العمانية	موقع / معلم	20	31	2	5	6	18	70
٥. تحسين القرى الخلابية والمراكز السياحية	قرية	10	116	12	23	23	58	70
٦. متفرقات + ١٠%	-	-	40	4	8	8	21	70
المجموع		100	445	42	87	89	227	75

المصدر: التصورات المحتملة للإستثماري THR * السعر الرسمي للدولار الأمريكي = ٠,٣٨٥٢٥٠ ريال
ملاحظة: كل الأرقام تم تقريبها ولذلك قد توجد فروقات طفيفة.

نماذج نمو الناتج المحلي الإجمالي (بملايين الريالات)

	نمو الناتج المحلي الإجمالي +2%	نمو الناتج المحلي الإجمالي +2.5%	نمو الناتج المحلي الإجمالي +3.5%
الناتج المحلي الإجمالي ٢٠٣٠	44,602	48,468	57,166
الناتج المحلي الإجمالي ٢٠٤٠	53,343	62,044	80,639

المصدر: التصورات المحتملة للإستشاري THR * السعر الرسمي للدولار الأمريكي = ٠,٣٨٥٢٥٠ ريال
الناتج المحلي الإجمالي في عام ٢٠١٣ = ٣١٨٥٣,٢٤ مليون ريال
ملاحظة: كل الأرقام تم تقريبها ولذلك قد توجد فروقات طفيفة.

مساهمة السياحة في الاقتصاد العماني

مساهمة السياحة في الاقتصاد العماني
2030

نسبة دخل السياحة من الناتج المحلي الإجمالي (%)

سيناريوهات لدخل السياحة	نمو الناتج المحلي الإجمالي (%)		
	نمو الناتج المحلي الإجمالي (2%)	نمو الناتج المحلي الإجمالي (2.5%)	نمو الناتج المحلي الإجمالي (3.5%)
ملائم	7.3	6.8	5.7
الاستراتيجية	6.8	6.2	5.3
معتدل	6.2	5.7	4.8

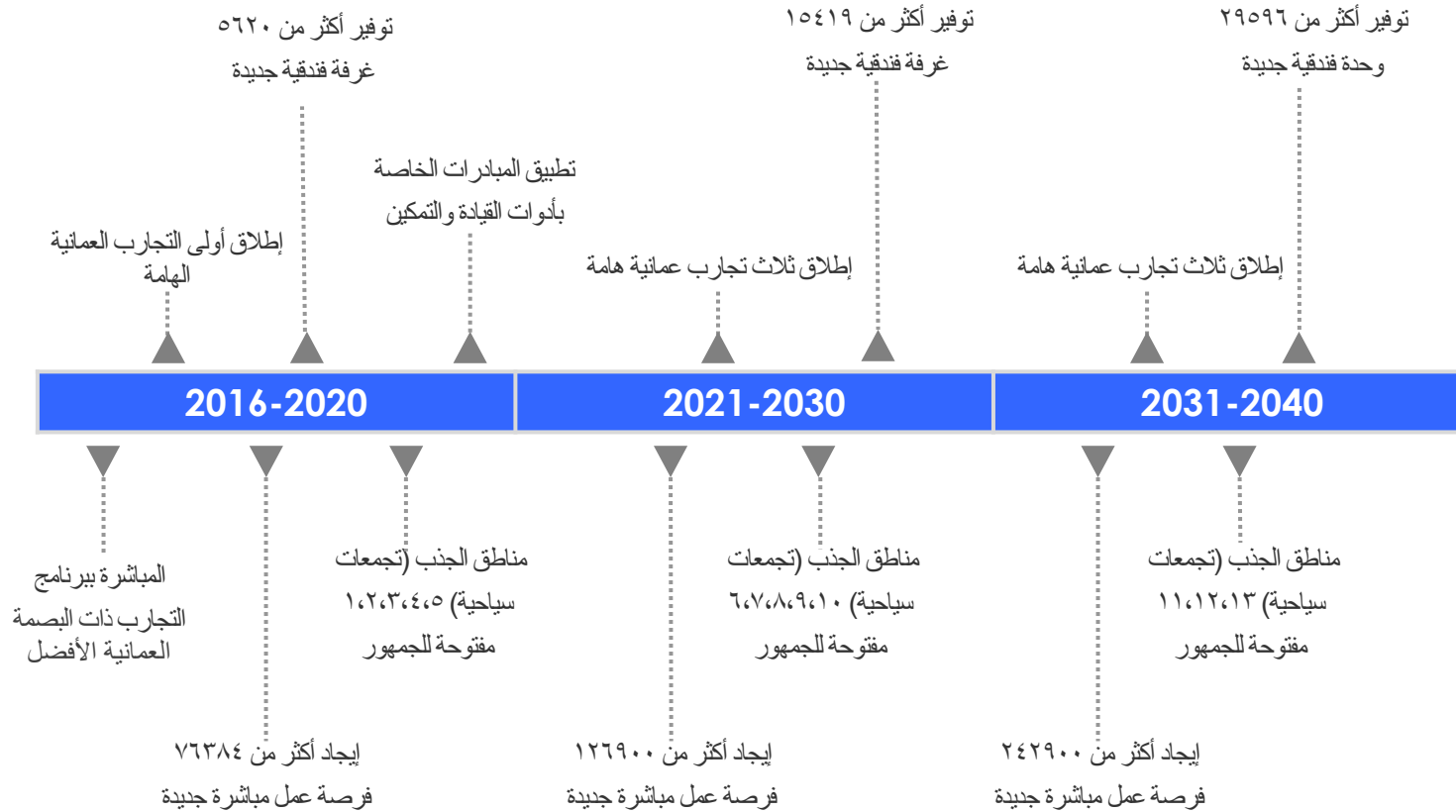
مساهمة السياحة في الاقتصاد العماني
2040

نسبة دخل السياحة من الناتج المحلي الإجمالي (%)

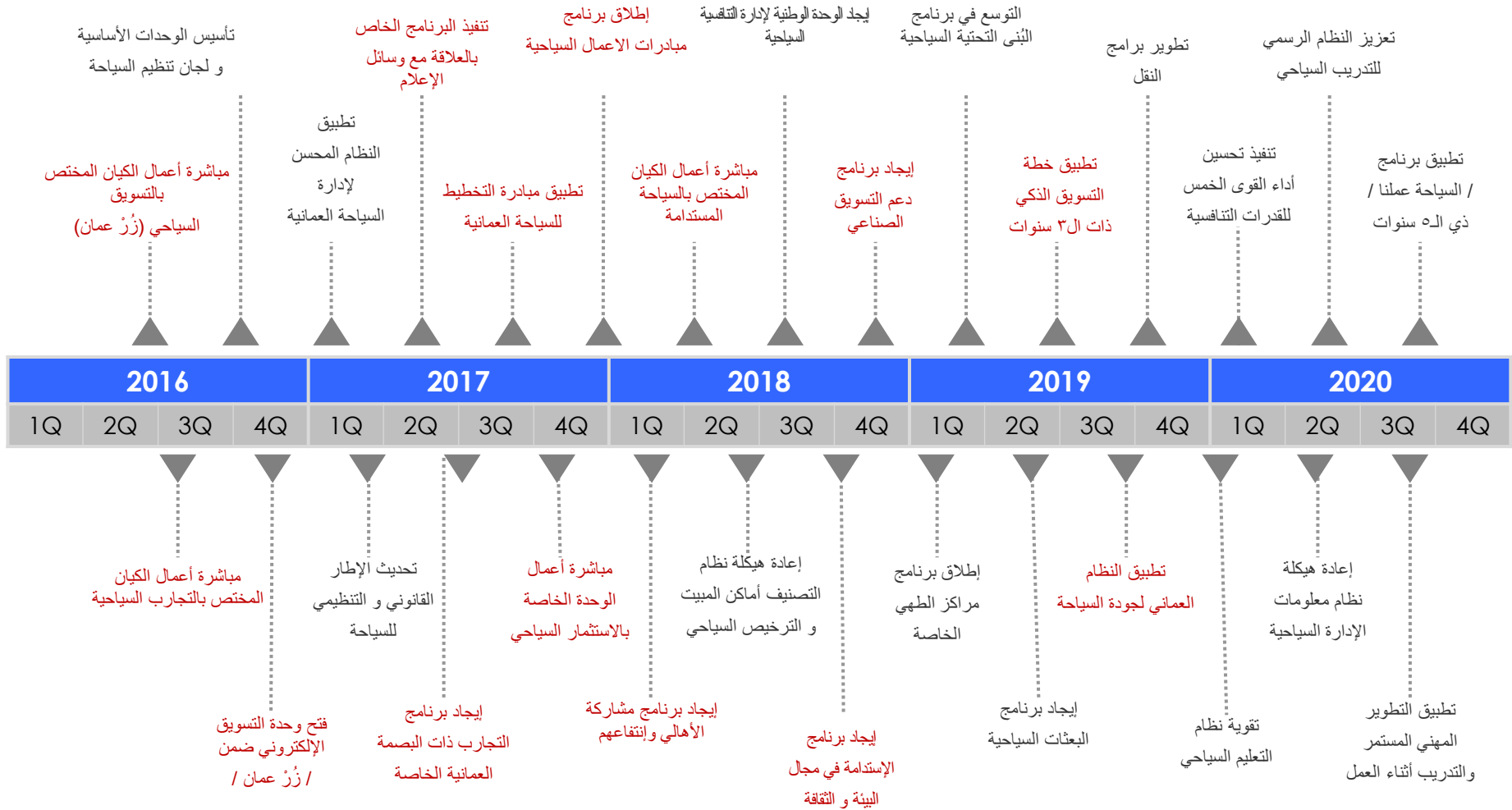
سيناريوهات لدخل السياحة	نمو الناتج المحلي الإجمالي (%)		
	نمو الناتج المحلي الإجمالي (2%)	نمو الناتج المحلي الإجمالي (2.5%)	نمو الناتج المحلي الإجمالي (3.5%)
ملائم	10.4	9.1	7.0
الاستراتيجية	9.5	8.3	6.4
معتدل	8.6	7.6	5.9

المصدر: توقعات الإستشاري THR

خارطة الطريق للتنفيذ (٢٠١٦ - ٢٠٤٠)



الخمس سنوات الأولى من تطبيق خارطة الطريق (٢٠١٦ - ٢٠٢٠)



أعمال حاسمة يجب إنجازها

1

مباشرة أعمال
اللجنة
الوزارية المشتركة

2

فتح مكتب
مدير الاستراتيجية
ووحدة إدارة الاستراتيجية

3

الموافقة على
تمويل
الاستراتيجية العمانية للسياحة

4

إطلاق عملية تطبيق
التنظيم الجديد
لوزارة السياحة

5

إطلاق مساعدة
الدعم الفني
لمدة قصيرة

6

ترجمة الاستراتيجية
إلى خطة عمل
وطنية للسياحة

أعمال حاسمة يجب إنجازها

9

البدء بتنفيذ
خطة التسويق
الاستراتيجي

8

تطبيق إعادة هيكلة
الإطار القانوني
و التنظيمي

7

إطلاق الكيان المختص
للتجارب السياحية

12

تنسيق أعمال
عمران والطيران العماني
مع الاستراتيجية

11

إطلاق
واحدة من التجارب الهامة
وتجربتين ذات طابع عماني خاص

10

البدء بتطبيق
المخطط الرئيسي
ل TZNI مسقط

أعمال حاسمة يجب إنجازها

14

استغلال ونشر
الجهود من أجل
هذا المخطط الوطني



13

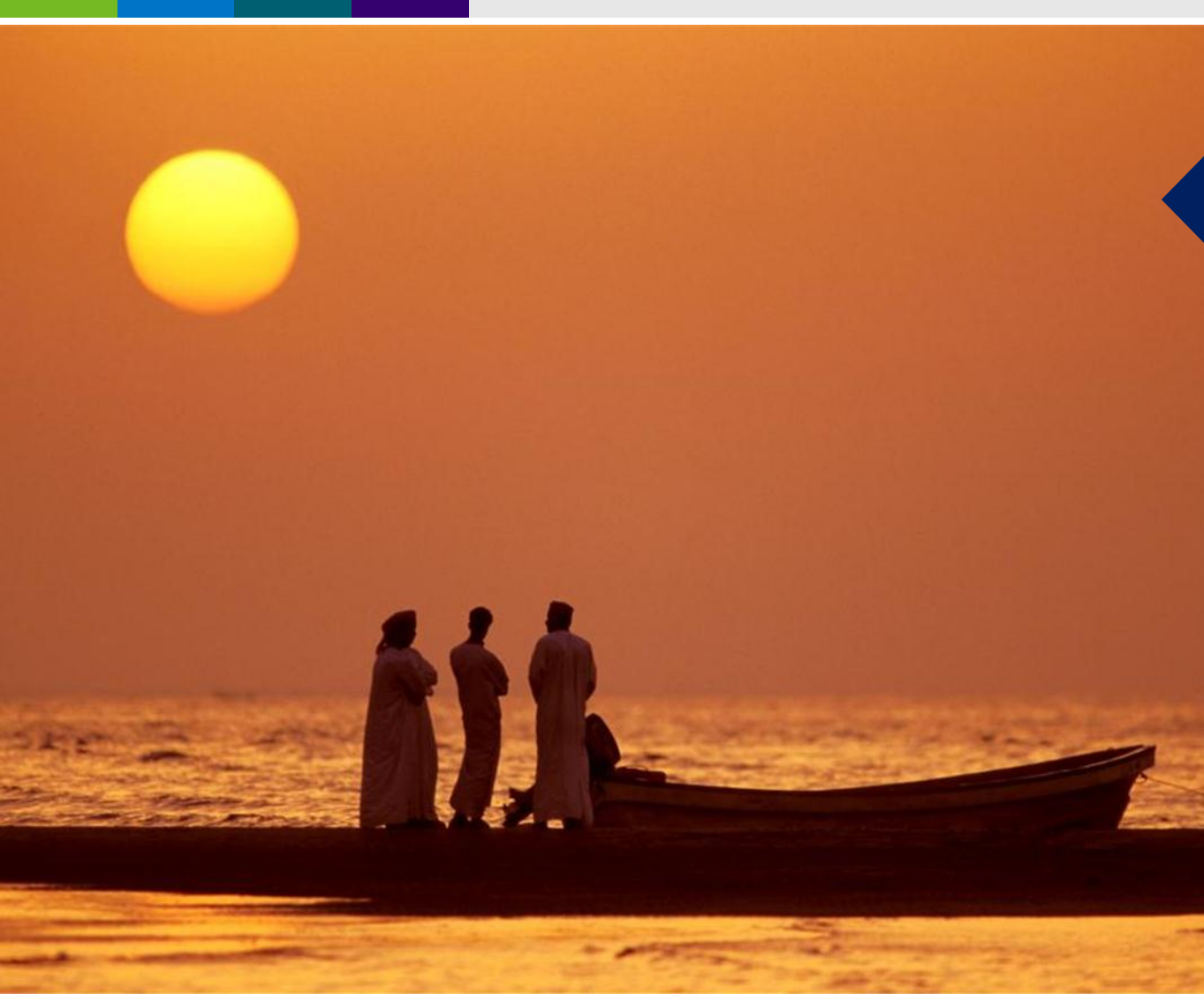
البدء بتطبيق
برنامج تعليمي عملي
لموظفي وزارة السياحة





هذه هي الروعة
التي ستظهر
عندما نطبق
منطق الاستراتيجية العمانية
للسياحة.
إنها فرصة هائلة
ومهمة وطموحة.
وهو حلم نتمناه
و يتطلب منكم الالتزام
والجهد.





وهو سوف يمثل للسلطنة الرخاء،
والإنتعاش الاقتصادي،
والازدهار الثقافي.
وسوف يعني للعالم
وجود مقصد أصيل
في شبه الجزيرة العربية.
الاستراتيجية جاهزة الآن،
يبقى علينا أن نحولها إلى.....

واقع جميل ساحر



سلطنة
عمان
وزارة السياحة

شكراً

الاستراتيجية العمانية للسياحة