



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

معهد التنمية المستدامة

العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء

جائحة كورونا

خضر الياس صالح جقمان

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1443هـ - 2022م

العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء
جائحة كورونا

إعداد

خضر الياس صالح جقمان

بكالوريوس علوم سياسية ودراسات دبلوماسية

جامعة القدس

المشرف د : سمير حزبون

قدمت هذه الرسالة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في
التنمية المستدامة - مسار بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية - عمادة
الدراسات العليا / جامعة القدس

1443 هـ - 2022م



جامعة القدس
عمادة الدراسات العليا

إجازة الرسالة

العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا

اسم الطالب: خضر الياس صالح جقمان

الرقم الجامعي: 21911625

المشرف: الدكتور سمير حزيون

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ: ١٩ / ٦ / ٢٠٢٢م وأجيزت من لجنة المناقشة المكونة من التالية أسماؤهم

وتواقيعهم:

التوقيع: د. م. بدير

١- د. سمير حزيون : مشرفاً ورئيساً

التوقيع: د. محمد صلاح

٢- د. محمود الصلاحات : ممتحناً داخلياً

التوقيع: د. يوسف الننتشة

٣- د. يوسف الننتشة : ممتحناً خارجياً

القدس - فلسطين

1443 هـ 2022 م

إهداء

إلى أمي وأبي أطال لي الله في عمرهما وأمدهما بالصحة والعافية

إلى زوجتي من ملأت حياتي بالتحدي، وتخطي الصعاب رمز الإخلاص والوفاء ورفيقة الدرب

إلى بناتي فلذات الأكباد

إلى اخوتي سندي وعضدي

إلى جميع من تلقيت منهم النصح والدعم الالهي والأصدقاء

إلى أعلى ما نملك... إلى من لا يضاويه رأس مال... إلى الإنسان الذي يتعلم ويتطور... إلى كل هؤلاء

أهدي هذه الدراسة المتواضعة آملاً أن تكون بارقه لدراسات أخرى

إقرار

أقر أنا معد هذه الرسالة - أنها قُدمت إلى جامعة القدس لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة باستثناء ما تم الإشارة له حيثما ورد، وأن هذه الرسالة أو أي جزء منها لم يُقدّم لنيل أية درجة عليا لأية جامعة أو معهد أخرى.

التوقيع 

خضر الياس صالح جقمان

التاريخ : 19 / 6 / 2022م.

شكر وعرفان

أحمد الله وحده وأشكره الذي أعانني على إتمام هذا البحث العلمي المتواضع

وأتقدم بالشكر والعرفان إلى مشرفي الفاضل الدكتور سمير حزبون لما قدمه لي من عون ومساندة

ونصح وإرشاد، كما أشكر الدكتور احمد حرزالله مدير المعهد والدكتور ثمين هيجاي والدكتور عبد الوهاب

الصباغ والى كافة اساتذتي الافاضل خلال فترة دراستي في الجامعة

كما وأتقدم بالشكر والتقدير إلى رئيس جامعة القدس الاستاذ الدكتور عماد ابو كشك

وأشكر جميع العاملين في وزارة السياحة والآثار

ورئيس بلدية بيت لحم المحامي أنطون سلمان

والشكر موصول ايضاً إلى اصحاب ومدراء الفنادق في محافظة بيت لحم

وإلى كل من ساعدنا في إتمام هذا البحث سواء بالمعلومة أو المساندة وصديقي وزميلي بالدراسة

السيد يوسف جميل حسن

مصطلحات الدراسة

تبحث هذه الدراسة في تقييم أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية، وقد وردت مفاهيم ومصطلحات تخدم هدفها، ولهذه المفاهيم والمصطلحات تعريفات نظرية وأخرى إجرائية، وقد تم اعتمادها على النحو الآتي:

السياحة: هي مجال واسع يحمل العديد من أنواع السفر بناء على رغبة المسافر (السائح) بانتقاله من مكان إقامته إلى مكان آخر للاستمتاع أو الترفيه أو الدراسة... الخ، والاقتصاد السياحي يقوم على كل ما يشكل إيرادا للقطاع السياحي بما يحقق النمو والمساهمة في زيادة المردود الملموس ما يسمح بتحقيق التنمية (قرزیز وناصری، 2021، ص124).

السائح: هو كل شخص يقوم بزيارة بلد غير البلد الذي يقيم فيه بصورة معتادة لأي سبب كان على أن لا يكون بهدف الحصول على وظيفة بأجر في البلد الذي يزره، أي تغير مكان إقامته لمدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن سنة (عبد الكريم وآخرون، 2019، ص362).

الزائر: هو أي شخص يزور بلد غير بلده، أو مكان إقامته الاعتيادي لأي سبب دون شغل وظيفة مأجورة أو الإقامة الدائمة في البلد الذي يزره (معافه، 2019، ص17).

التنمية السياحية: هي تحقيق الحاجات للسياح الحاليين والمضيفين في الوقت الذي يتم فيه حماية وتحسين الفرص للأجيال القادمة (عبد المنعم وآخرون، 2019، ص105).

التنمية السياحية المستدامة: هي التي تحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية أو التي صنعها الانسان، وتوفير إجراءات صيانتها بشكل مستمر ليضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكن وللأجيال القادمة (أحمد وآخرون، 2020، ص120).

التراث: إنتاج فترة زمنية تقع في الماضي وتفصلها عن الحاضر مسافة زمنية تشكل خلالها هوة حضارية (مالكي، 2021، ص2263).

كوفيد 19 (Coved 19): هو إحدى الفيروسات التاجية والتي تصيب الجهاز التنفسي وهي تمثل تهديداً قوياً لصحة السكان، وقد صنف هذا الفيروس في العام 2020م بأنها وباءاً عالمياً.

محافظة بيت لحم: تقع مدينة بيت لحم بين مدينتي الخليل والقدس عند التقاء دائرة عرض 31.42° شمالاً وخط طول 35.12 شرقاً، وهي إحدى المدن الرئيسية في محافظة بيت لحم، وتمتد على هضبتين يصل أعلاهما إلى 750م فوق مستوى سطح البحر، وهي جزء من الجبال والهضاب الوسطى في فلسطين التي تنتشر موازية لغور الأردن والبحر الميت (https://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=3299).

المنشأة السياحية في محافظة بيت لحم: يعرفها الباحث بأنها منشأة سياسية مرخصة من قبل جهات الاختصاص وتقدم الخدمات والمنتجات السياحية والتي تقع في محافظة بيت لحم.

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي (الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية) في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا، وتحقيقاً لأهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين في الفنادق ومحلات بيع التحف الشرقية في محافظة بيت لحم والبالغ عددهم (146) المسجلين لدى وزارة السياحة والآثار الفلسطينية، وقد تم أخذ عينة عشوائية بسيطة بلغت (132) مفردة، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث الاستبانة كأداة لجميع البيانات تم توزيعها إلكترونياً على عينة الدراسة، وبعد التأكد من صدق وثبات الأداة أجري التحليل الإحصائي المناسب، وقد اتضح من النتائج أن العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا جاءت بدرجة مرتفعة جداً، كما أشارت النتائج إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى للمتغيرات الديمغرافية (المؤهل العلمي، معدل الدخل الشهري للمنشأة، عدد العاملين في المنشأة)، في حين أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، وسنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي)، وفي ضوء ذلك قدم الباحث مجموعة من التوصيات أهمها: العمل على توفير الكفاءات اللازمة للأفراد العاملين في القطاع السياحي وإجراء التدريبات المناسبة لهم والتي تؤهلهم للعمل في هذا القطاع الحيوي في فلسطين، والعمل على ابتكار وتطوير وسائل ترويجية للمنتجات السياحية، وضرورة إعادة النظر في الإجراءات والسياسات التي اتبعتها الحكومة في الحد من انتشار جائحة كورونا والتي كان لها تأثير واضح على القطاع السياحي.

Title: Factors affecting the sustainability of the performance of the tourism sector in Bethlehem Governorate during the Corona pandemic

Prepared by: Khader Gicaman

Supervisor: Samer Hazboun

Abstract

This study aims to view of Factors affecting the sustainability of the performance of the tourism sector in Bethlehem Governorate during the Corona pandemic, To achieve the objectives of the study, the researcher used the descriptive analytical approach, and the study population consisted of (146) workers in hotels and oriental antiques stores in the Bethlehem Governorate. (55) A single item that represents antiques shops. To achieve the objectives of the study, the researcher used the questionnaire as a tool for all data that was distributed electronically to the study sample, and after verifying the validity and reliability of the tool, the appropriate statistical analysis was conducted.

It was clear from the results that the impact of the Corona pandemic on the performance of hotels and shops selling tourist antiques in the Bethlehem governorate came to a very high degree, and the results indicated that There are no statistically significant differences at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) in the degree of evaluating the performance of hotels and tourist antiques shops in Bethlehem Governorate during the Corona pandemic from a development perspective due to demographic variables (educational qualification, average monthly income of the facility, number of employees in the facility) , while it indicated that there were statistically significant differences at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) in the degree of evaluation of the performance of hotels and shops selling tourist antiques in Bethlehem Governorate during the Corona pandemic from a developmental perspective due to the strong variables. Rafia (gender, years of experience, and job title), and in light of this, the researcher presented a set of recommendations.

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة:

تعتبر السياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية ليس فقط على المستوى الدولي، وإنما أيضاً على المستوى القومي والمحلي، وذلك ما لديها من قدرة على تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات المحلية، نظراً للتداخل والتشابك في أنشطتها مع العديد من القطاعات الخدمائية والصناعية والقطاعات الأخرى، فالقطاع السياحي يعد أحد المصادر الهامة للدخل القومي والعملية الأجنبية للاقتصاد الوطني (مرسي والصادي، 2020، ص2).

وتعد عملية التنمية السياحية المستدامة والشاملة هدفاً رئيسي يتصدر قائمة اهتمامات غالبية الدول، وينبغي لتحقيقها استثمار جميع الموارد المتاحة المادية والبشرية منها، وذلك في إطار استراتيجيات كلية قطاعية، تساهم بفاعلية في دفع عجلة النمو الاقتصادي، وقد كان لانتشار جائحة كورونا على المستوى العالمي، آثاراً سلبية أعاقت حركة السياحة العالمية، انعكست علي القطاعات السياحية في الدول، فألحقت بها أضراراً شديدة، وتسببت في تراجع إيراداتها (الزيني، 2021، ص832).

ويشير فتح الباب (2021، ص465) إلى أن تأثير جائحة كورونا طال مختلف النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بما فيها النشاط السياحي، والذي يعد من الانشطة الاقتصادية السريعة التأثر بالأزمات، ففي أحداث 11 سبتمبر 2001م تراجعت معدلات السياحة العالمية، وكذلك تأثر السياحة بالأزمة المالية العالمية عام 2008، وأخيراً أزمة COVID-19.

ويعتمد قطاع السياحة في جوهره على التنقل والتواصل الاجتماعي، وهما العاملين اللذان قوضهما انتشار جائحة كورونا، وذلك نتيجة فرض التباعد الاجتماعي والذي قلل من متعة العطل والإجازات التي تسمح للمواطنين بالاستجمام والسياحية، لدرجة أن الكثيرين قد اختاروا البقاء في المنزل، وفقاً لذلك، شهد قطاع السياحة أسوأ التداعيات والتحديات التي لحقت به (شكري، 2021، ص3).

وتمثل التنمية السياحية مختلف البرامج التي تسعى إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد إنتاجية القطاع السياحي وبالتالي فهي تنطوي على الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها الأمر الذي يتطلب رسم برامج تخطيط تستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقصر وقت ممكن (مصطفى، 2021، ص136).

ويشير الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ان قطاع السياحة في فلسطين عامة، وفي بيت لحم خاصة، بتدني الناتج المحلي للقطاع السياحي للعام 2020، وذلك بالمقارنة للأعوام 2018-2019، والتي شهد فيها قطاع السياحة نمواً متتالياً وارتفاعاً في الاستثمارات السياحية، فقد بلغ إجمالي القيمة المضافة للأنشطة السياحية (أي القيمة المتولدة لأية وحدة تمارس نشاط سياحي إنتاجي) في فلسطين خلال هذه الاعوام ما مجموعه 408 مليون دولار أمريكي، ليشكل ما نسبته 2.5% من الناتج المحلي الإجمالي في فلسطين، فقد بلغ عدد المنشآت العاملة بهذا القطاع ما مجموعه (10,706) منشآت في فلسطين (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

كما أفاد الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والآثار الفلسطينية، أن أداء القطاع السياحي يواصل انخفاضه بسبب جائحة كورونا وبخاصة في محافظة بيت لحم التي تستقبل سنوياً ما يزيد عن 60% من إجمالي عدد نزلاء الفنادق والزوار الوافدين الى الضفة الغربية، وبالرغم من تسجيل 58765 نزلياً في الفنادق خلال النصف الأول من العام 2021 في الضفة

الغربية، إلا أنه لم تسجل في محافظة بيت لحم أي إقامة لنزلي فندقي خلال النصف الأول من العام 2021، مما يجعلها الأكثر تضرراً على مستوى الوطن، يذكر أن 77.2% من نزلاء الفنادق في الضفة الغربية هم من الفلسطينيين المقيمين في أراضي 1948 و22.5% نزلاء محليون، و فقط 0.3% نزلاء وافدين من خارج فلسطين (وزارة السياحة الفلسطينية والجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2021)

ففي محافظة بيت لحم يساهم قطاع السياحة على مر السنوات السابقة في تحقيق التنمية المستدامة كونه يساهم في إيجاد إيرادات بالعملة الصعبة للمدينة خاصة وللفلسطين عامة، وتوفير فرص عمل فهو أكبر قطاع لتشغيل الأيدي العاملة التي تتوزع على قطاع الخدمات السياحية والمرافق المساندة، وبالتالي ساهم في تخفيض نسب البطالة مما ينعكس إيجاباً على الاقتصاد وزيادة إنتاجيته، حيث يؤدي تنشيط القطاع السياحي في بيت لحم إلى زيادة الطلب على الأيدي العاملة ليس في القطاع السياحي وحده بل في كافة القطاعات المرتبطة في صناعة السياحة كامل.

2.1 مشكلة الدراسة:

عانى القطاع السياحي في العالم حالة من الشلل التام في الأعوام 2020، 2021، وحتى منتصف عام 2022، وذلك بسبب انتشار جائحة كورونا، وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها العديد من الدول للتخفيف من الأثر الاقتصادي لهذه الجائحة، فإن قطاع السياحة لن يتمكن من التعافي إلا بعد أن تتم السيطرة على انتشار هذه الجائحة، ومن ثم رفع الحظر عن السفر بصورة آمنة للمواطنين، وتجدر الإشارة إلى تزايد الاستمرار في الأنشطة السياحية التي يقدمها القطاع السياحي مع تزايد أمد هذه الجائحة (مرسي والصاري، 2020، ص1).

وتشير البيانات التي نشرتها منظمة السياحة العالمية في يناير 2021 (UNWTO)، إلى أن السياحة عانت من أكبر أزمة على الإطلاق في العام 2020 بعد إعلان حالة الطوارئ الصحية والاجتماعية والاقتصادية غير المسبوقة وسط انتشار جائحة كورونا، فقد انخفض عدد السائحين الوافدين الدوليين بسبب قيود السفر الواسعة النطاق والانخفاض الهائل على الطلب السياحي، والذي مثل انهيار في السفر الدولي، حيث ساهم ذلك في زيادة الخسائر الاقتصادية التي لحقت بقطاع السياحة والتي انعكس على الناتج المحلي للدول.

وعلى مستوى الدول العربية بلغت نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال عام 2019 حوالي 11.4%، كما يساهم في توفير العديد من فرص العمل المباشرة وغير المباشرة، وتعزيز العائدات من النقد الأجنبي التي تساهم في رفع مستويات الاحتياطيات الرسمية، انعكاساً لذلك تبذل الكثير من دول المنطقة الجهود من أجل التطوير الدائم لهذا القطاع بهدف زيادة تنافسيته وقدرته على جذب المزيد من السائحين من كافة دول العالم (اسماعيل وقاسم، 2020، ص1).

ويشير النامي وكريم (2020، ص159) في دراسة وباء كورونا وانعكاساته الاقتصادية والاجتماعي، إلى أن القطاع السياحي أول متضرر في القطاعات الاقتصادية بنسبة وصلت إلى (69.9%)، ويرجع سبب ذلك إلى أن السياحة تعتمد بشكل كلي على التنقل نحو أماكن الترفيه.

والجدير بالذكر أن جائحة كورونا لا تزال تلقي بظلالها على السياحة، حيث يواصل أداء القطاع السياحي انخفاضه بسبب جائحة كورونا وبخاصة في محافظة بيت لحم والتي تستقبل سنويا ما يزيد عن 60% من اجمالي عدد نزلاء الفنادق والزوار الوافدين الى الضفة الغربية، وقد بلغ عدد نزلاء الفنادق خلال النصف الاول من العام 2021 في الضفة الغربية 58,765 نزيلة ولم تسجل في محافظة بيت لحم اي اقامة لنزيل فندقي في هذه الفترة، مما يجعلها الأكثر تضرراً على مستوى الوطن، والجدير بالذكر أن تقديرات خسائر

قطاع السياحة الوافدة خلال العام 2020 بلغت 1.021 مليار دولار أمريكي، بعد تراجع انفاق السياحة الوافدة إلى فلسطين بنسبة 68% بالمقارنة مع عام 2019 (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2021).

وانطلاقاً من ان قطاع السياحة في بيت لحم له دوراً مركزياً في النهوض باقتصاد المحافظة من بين محافظات الوطن وذلك لخصوصيتها الدينية العالمية لوجود كنيسة المهد والتي تعتبر قلب فلسطين النابض ومغارة الحليب وحقل الرعاة في مدينة بيت ساحور وغيرها من الاماكن الدينية المسيحية ، حيث يسهم بشكل كبير في زيادة إيرادات خزينة الدولة ورفع مستوى دخل السكان في المدينة إلى جانب المساهمة في تشغيل الايدي العاملة، لكن هذا القطاع تعرض لانتكاسة كبيرة بسبب جائحة كورونا مما انعكس على التنمية المستدامة في بيت لحم ، وبناء على ما تقدم فإن الدراسة الحالية تأتي للإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا؟

3.1 مبررات الدراسة:

تتعلق الدراسة الحالية من المبررات الآتية:

1. تزويد الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية بمزيد من المعلومات عن الواقع السياحي في فلسطين عامة، ومحافظة بيت لحم خاصة.

2. تعد الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية من أكثر القطاعات السياحية في محافظة بيت لحم تضرراً بسبب جائحة كورونا، حيث تعتمد العديد من الأسر عليها في تحقيق مصدر دخل لها، وعليه وجد

الباحث أن هناك أهمية لدراسة هذا القطاع على وجه الخصوص، خصوصاً أن أولى حالات الإصابة بفيروس كورونا ظهرت في إحدى فنادق المحافظة، بالإضافة الى استخدام الفنادق في المراحل الأولى من ظهور الفيروس في مواقع الحجر الصحي.

3. تحفيز محلات بيع التحف السياحية في فلسطين عامة، وبيت لحم خاصة على تقديم خدمات سياحية متنوعة.

4. قلة الدراسات التي تتناول القطاع السياحي في فلسطين عامة ومحافظة بيت لحم خاصة، وخصوصاً في ظل انتشار جائحة كورونا على حد علم الباحث.

4.1 أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة الحالية من خلال تناولها للمفهوم التنموي للسياحة في بيت لحم، حيث تعد هذه المدينة من الأماكن السياحية الهامة ليس على المستوى المحلي والإقليمي بل على المستوى العالمي، وخاصة السياحة الدينية لوجود كنيسة المهد فيها والمعالم والرموز الدينية الأخرى، لهذا فان قطاع السياحة في بيت لحم هو الرافد الاقتصادي للمحافظة ككل، كما أن هذه الدراسة تربط موضوع نمو الفنادق ومحلات التحف السياحية بالتنمية المستدامة في المحافظة، حيث يمكن أن تتحدد أهمية الدراسة في جانبين.

أولاً: الأهمية النظرية:

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال ما يلي:

1. تناولها للعوامل المؤثر على استدامة أداء القطاع السياحي عامة وفي محافظة بيت لحم على

وجه الخصوص، والتي تؤثر وبشكل مباشر في عجلة التنمية وبصورة كبيرة بجائحة كورونا التي

ألقت بظلالها على كافة مناحي الحياة في المحافظة بما فيها الحياة السياحية.

2. ، تعزيز المعرفة العلمية وإثراء المكتبة الأدبية بأبحاث نوعية تخدم الباحثين والدارسين والمهتمين
بمثل هذه الدراسات على المستوى المحلي والعربي والدولي.

3. تقديم إطار فكري اقتصادي سياحي واضح حول تأثير جائحة كورونا على قطاع السياحة ودور
هذا القطاع في التنمية المستدامة في بيت لحم، ما يفيد في التخطيط لوضع آليات مواجهتها
للنهوض باقتصاد هذه المنطقة من دولة فلسطين.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

تتجلى الأهمية التطبيقية للدراسة الحالية فيما يلي:

1. التوصل إلى نتائج قد تفيد أصحاب الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية على تقديم خدمات
سياحية للسائحين المحليين والدوليين متميزة ومنافسة.

2. ، أن أصحاب الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في وضع الخطط التنموية والتي من الممكن
أن تساعد في ذلك وزارة السياحة والآثار والجهات الأخرى في الاستفادة من هذه النتائج على
تجنب التأثيرات المستقبلية لأزمات مشابهة لأزمة جائحة كورونا والتغلب عليها، مما يحقق الدور
التنموي الذي يمكن أن تقدمه الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية.

3. الخروج بتوصيات تخدم جميع الأطراف ذات العلاقة بالسياحة سواء مؤسسات مدنية أو حكومية
في فلسطين.

5.1 أسئلة الدراسة:

تأتي هذه الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيسي: ما العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي
في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا؟، وقد تفرع عنه الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما هو تأثير السياسات والاجراءات الحكومية التي تم اتخاذها في الحد من انتشار جائحة كورونا

على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم؟

2. ما هو تأثير جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية

في محافظة بيت لحم؟

3. ما هو تأثير جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية

في محافظة بيت لحم؟

4. ما انعكاس توفر مقومات تطوير القطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في

محافظة بيت لحم والتي تعمل على تحقيق التنمية السياحة في فلسطين؟.

5. ما هو أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع

التحف السياحية؟

6. ما أهمية وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية

في محافظة بيت لحم؟

7. ما هو دور الفنادق ومحلات بيع التحف السياحة في محافظة بيت لحم في تحقيق التنمية

المستدامة؟.

6.1 أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تقييم أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم بجائحة

كورونا من منظور تنموي، وقد تفرع عنه الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على مدى تأثير السياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.
2. التعرف على أثر جائحة كورونا على حجم الطلب على السياحة في محافظة بيت لحم.
3. معرفة أثر جائحة كورونا على القوى العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية.
4. التعرف على مقومات تطوير القطاع السياحي وتأثيرها على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم والتي تعمل على تحقيق التنمية السياحة في فلسطين
5. التعرف على أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية.
6. التعرف على أثر وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية.
7. التعرف على دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة في محافظة بيت لحم.

7.1 فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: هناك تأثير لجائحة كورونا على استدامة أداء القطاع السياحي الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وقد تفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

1. يوجد تأثير للسياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.
2. هناك تأثير واضح لجائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

3. أثرت جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

4. يوجد أثر لمقومات تطوير القطاع السياحي على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

5. يؤثر النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

6. هناك أثر لوجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة.

7. هناك دور للسياحة في محافظة بيت لحم في تحقيق التنمية المستدامة.

الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، معدل الدخل الشهري للمنشأة، المسمى الوظيفي، عدد العاملين في المنشأة، مدة الإغلاق).

8.1 متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: آثار جائحة كورونا والتي تمثلت بالمتغيرات التالية:

- السياسات والاجراءات الحكومية
- حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
- حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
- مقومات تطوير القطاع السياحي وانعكاسها على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية

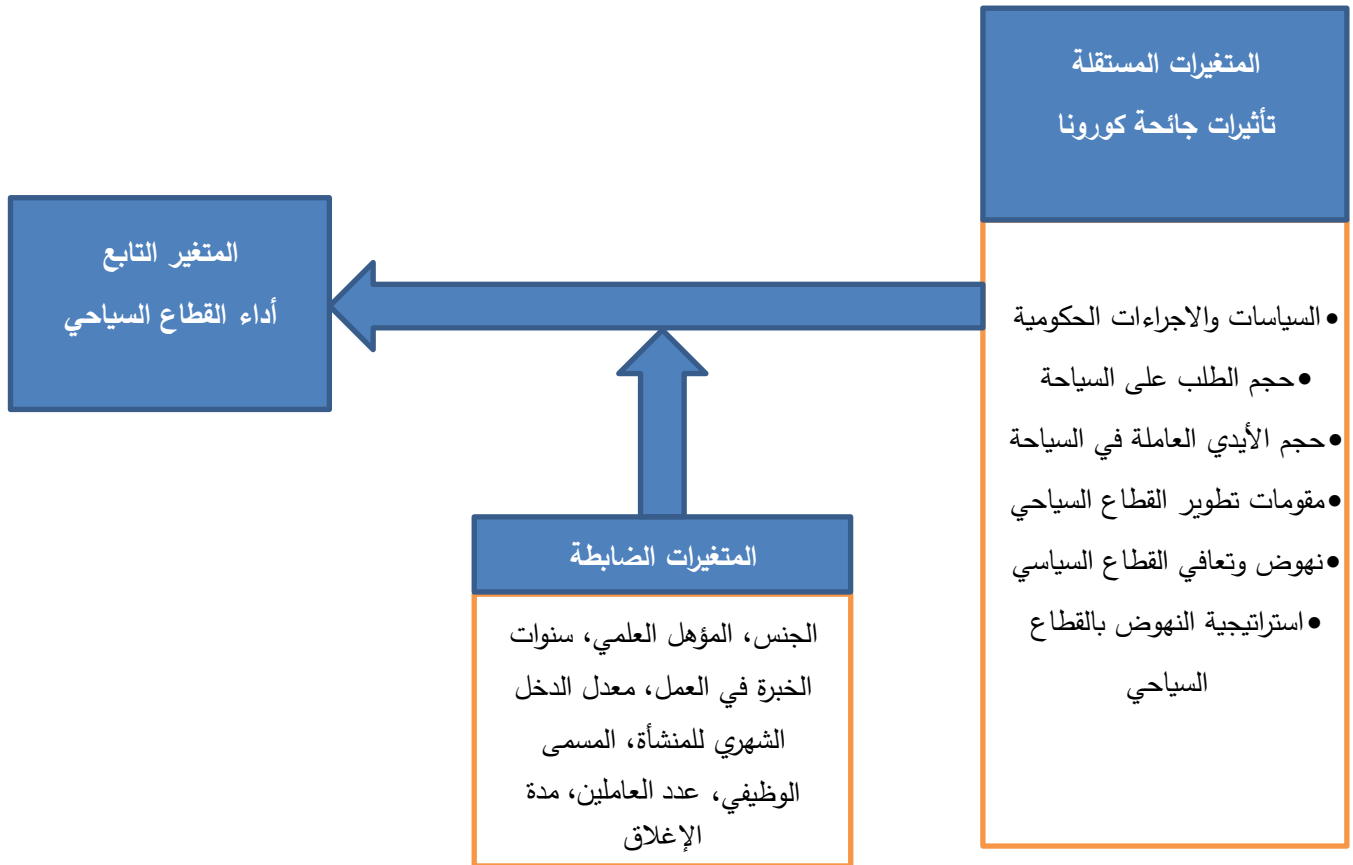
- أثر النهوض والتعافي للقطاع السياسي على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
- أثر وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية.

المتغيرات الضابطة: الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، معدل الدخل الشهري للمنشأة، المسمى الوظيفي، عدد العاملين في المنشأة، مدة الإغلاق.

المتغير التابع: تأثير جائحة كورونا على أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية

9.1 نموذج الدراسة:

يمثل النموذج التالي التفاعل بين المتغيرات المستقلة والضابطة والتابعة للدراسة الحالية:



نموذج يوضح العلاقة بين المتغيرات من إعداد الباحث

10.1 حدود الدراسة:

تشتمل هذه الدراسة على الحدود التالية:

الحدود الموضوعية: يتحدد موضوع الدراسة بمعرفة تأثير أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم بجائحة كورونا.

الحدود البشرية: العاملين في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

الحدود المكانية: الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم وعلى الأخص مدن بيت لحم، وبيت جالا، وبيت ساحور.

الحدود الزمنية: سيستمر تنفيذ هذه الدراسة خلال الفصل الدراسي الأول، وتمتد للفصل الثاني من العام الدراسي 2021/2022م.

الإطار النظري والدراسات السابقة

2. الإطار النظري

1.2 المبحث الأول: السياحة:

1.1.2 مفهوم السياحة:

يوجد العديد من التعريفات للسياحة منها ما هو تقليدي والآخر حديث، فقد حظي مفهوم السياحة بأهمية بالغة لدى الباحثين وصانعي القرار في معظم دول العالم نظرا لما للنشاط السياحي من تأثير على التنمية الاقتصادية والاجتماعية لهذه البلدان، ولهذا فقد تزايد الاهتمام بهذا القطاع منذ بداية القرن العشرين باعتباره موردا اقتصاديا واجتماعيا يستوجب الاهتمام به واستغلاله على أحسن وجه ممكن، فالسياحة هي "سفر الانسان أو ترحاله أو قيامه برحلة للإقامة مؤقتا ولفترة محددة في مكان آخر بعيدا عن مكان إقامته الأصلي سواء في بلده أو في بلد أجنبي، بغرض الترويح الذهني أو الجسمي" (حسن، 2021، 1160).

وتعرف السياحة وفقا للمنظمة العالمية للسياحة بأنها: "تشمل أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة، ويقومون فيها لمدة لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى وتتألف البيئة المعتادة للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان إقامته مضافا إليه الأماكن التي يزورها بصورة مستمرة ومتكررة" (بركان وآخرون، 2020، ص124).

ويمكن تعريف السياحة بأنها مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييرا وقتيا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية أو حرفية، ويعد هذا التعريف من التعاريف الحديثة للسياحة حيث يحدد

العلاقات والخدمات المادية التي ينتفع بها السائح مقابل دفع أجر مادي، وعلاقات أخرى معنوية إنسانية تنتج من تعامل السائح مع شعوب الدول التي يزورها ثقافيا وسلوكيا واجتماعيا (مالكي، 2021، ص2265).

2.1.2 أنواع السياحة:

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات المختلفة لدى السائحين، ومن أهمها ما يلي (بوزعوط وبن يحيى، 2017، ص13-16):

1. **السياحة الثقافية:** وهي كل نشاط استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف التراث العمراني.
2. **السياحة العلاجية:** تعد من الأنواع الهامة للسياحة الحديثة خصوصا في الدول التي تتمتع بوجود العيون والآبار الكبريتية التي تساعد على الشفاء من بعض الأمراض.
3. **السياحة الترفيهية:** هي تغيير مكان الإقامة لفترة لغرض الاستمتاع، والترفيه على النفس.
4. **السياحة الرياضية:** هي الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها.
5. **السياحة الدينية:** هي ذلك التدفق المنظم للسواح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتاريخها.
6. **سياحة المؤتمرات والمعارض:** ارتبطت بالتخصص العلمي والمهني الذي يؤدي إلى عقد اللقاءات والمؤتمرات، وإقامة المعارض.

7. **سياحة التسوق:** تعتمد عليها بعض الدول التي تتخفف فيها أجور العمالة ولديها وفرة في الإنتاج.

8. **السياحة البيئية:** تعرف من أهم الأنواع وتشمل دراسات البيئة النباتية والحيوانية ودراسة حركة الطيور وهجرتها.

ولقد تطور في السنوات العشر الأخيرة مجموعة من أنواع السياحة وخاصة لدينا، منها سياحة الجدار وتوابعه.

3.1.2 خصائص السياحة:

تشمل السياحة كافة الأنشطة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، وعليه فإن من خصائص السياحة ما يلي (حسن، 2021، 1663):

1. تعد السياحة من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدراً رئيسياً للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، حيث أنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة.

2. تتميز مقومات العرض السياحي بالندرة الشديدة والحساسية للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع الدولة بها، كالموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى أساسية وخدماتية تكميلية.

3. السوق المستهدف لقطاع السياحي هو سوق متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدول الأخرى، وكل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

4.1.2 مكونات الأنشطة السياحية:

تتداخل نشاطات السياحة مع العديد من المجالات الأخرى، وفي ما يلي المكونات الأساسية للسياحة التي

يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية تخطيط مستقبلية (طعيبة وعيدة، 2018، ص14-15):

1. **عوامل وعناصر جذب الزوار:** تتضمن العناصر الطبيعية مثل المناخ والتضاريس والشواطئ والبحار

والأنهار والغابات والمحميات، والدوافع البشرية مثل المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية ومدن

الملاهي والألعاب.

2. **مرافق وخدمات الإيواء والضيافة:** مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمطاعم والاستراحات.

3. **خدمات مختلفة:** مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر ومراكز صناعة وبيع

الحرف اليدوية والبنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة والمرشدين السياحيين

4. **خدمات النقل:** تشمل وسائل النقل على اختلاف أنواعها إلى المنطقة السياحية.

5. **خدمات البنية التحتية:** تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه

المستعملة والفضلات الصلبة، وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات.

6. **عناصر مؤسسية:** تتضمن خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة و برامج تعليم وتدريب الموظفين

في القطاع السياحي مثل سن التشريعات والقوانين والهياكل التنظيمية العامة، وتوفير دوافع جذب

الاستثمار في القطاع.

5.1.2 عناصر الجذب السياحي:

تختلف عناصر الجذب السياحي من مكان لآخر ومن بلد لآخر وتتمثل فيما يلي (بوعبد الله والخد، 2019، ص8):

1. **عناصر جذب طبيعية:** وتضم كافة القيم الجمالية الطبيعية من طبيعة الأرض، امتداد البحار والأنهار والسهول والصحراء، والمراكز الصحية الطبيعية من مياه معدنية.

2. **عناصر جذب من صنع الانسان:** وتضم الآثار التاريخية، طريقة معيشة الشعوب وعاداتها وتقاليدها، كما تضم هذه العناصر أيضاً الصناعات التقليدية وصناعة التذكارات السياحية والمناسبات الحضارية، وبصفة عامة يمكن تصنيف عناصر الجذب السياحي إلى العديد من التقسيمات، ويتم تصنيف عناصر الجذب السياحي تبعاً للخصائص الرئيسية المميزة لكل عنصر وتبعاً للدوافع والحاجات التي يشبعها هذا العنصر.

3. **عناصر جذب خاصة:** لقد أظهرت الأحداث الخاصة في السنوات الأخيرة الرغبة في السياحة ودور مهم في جذب أعداد متزايدة من الحركة السياحية، كتنظيم الأولمبياد أو المعارض الدولية أو تنظيم المهرجانات.

6.1.2 التحديات التي تواجه قطاع السياحة:

تتمثل أبرز التحديات والتي يمكن أن تواجه قطاع السياحة بما يلي (اسماعيل وقاسم، 2020، ص20-21):

1. تطوير البنية التحتية لمواقع الجذب السياحي وزيادة الطاقة الاستيعابية للبنية التحتية لقطاع السياحة في المنطقة بشكل عام. ذلك حيث أن البنية التحتية الحالية في كثير من الدول العربية ليست مهيئة لاستقبال الزيادة المتوقعة في عدد السائحين من عدد الأسواق الجديدة.
2. نشر الثقافة السياحة في المجتمع العربي والترويج والتسويق لجذب السياح.
3. ارتفاع وتعدد الرسوم والجبايات وازدواجيتها في بعض الدول العربية.
4. مدى توفر الكوادر البشرية المؤهلة للعمل في مجال الخدمات السياحية، وأهمية توفير التأهيل والتدريب المستمر للكوادر البشرية العاملة في مجال السياحة، وعدم استقرار الظروف الداخلية في بعض الدول العربية
5. ضعف تنافسية أسعار المنتج السياحي في بعض الدول نظرا لارتفاع التكاليف التشغيلية لمقدمي الخدمات السياحية كالطاقة والمياه، وانخفاض مستوى جودة الخدمة المقدمة من ناحية اخرى، ارتفاع مستوى أسعار النقل الجوي وأهمية تنشيط دور الطيران منخفض التكاليف.
6. ضعف أسواق المنتجات السياحية والتحف الأثرية في بعض الدول، وضعف مستوى الترويج السياحي في الخارج للدول المعنية.
7. ضعف مواكبة قطاع السياحة العربي للتطور الهائل لمتطلبات وسلوك السائحين.
8. أهمية التركيز على جذب السائحين من بعض الأسواق الجديدة الواعدة، مثل الأسواق الأوروبية والبرازيلية والروسية والهندية والصينية وغير من الأسواق المشجعة للوفود السياحية والتي تشكل فرصة لزيادة العائدات.

7.1.2 العوامل التي ساعدت على انتشار السياحة:

هناك مجموعة من العوامل والأسباب التي أدت إلى انتشار السياحة أهمها ما يلي(خرخاش وآخرون، 2017، ص215-216):

1. الانتقال من الريف إلى المدينة مما أدى إلى زيادة الطلب على الخدمات، بالإضافة إلى تعرضهم للروتين الذي أدى إلى ضرورة التمتع بإجازة سنوية.
2. زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي وانتشار المعلومات، مما أدى إلى زيادة الرغبة لدى الكثير من الناس إلى زيارة البلدان لغرض الاطلاع على ثقافتهم وأمور معيشتهم.
3. تطور وتقدم وسائل الاتصالات الحديثة التي ساهمت بشكل فعال في السياحة والسفر
4. تقليل ساعات العمل نتيجة دخول الآلات الحديثة مما أدى إلى زيادة أوقات الفراغ وأصبح هناك حاجة إلى السفر.
5. التقدم العلمي في مجالات الطب والأدوية ومعالجة الأمراض، والقضاء على الأوبئة مما ساعد على زيادة السياحة وعدم خوف السواح من تعرضهم إلى الإصابة بالأمراض.
6. زيادة دخل الأفراد والتي تنعكس على زيادة رغبتهم في السفر والتنقل والترحال مما يشجع على السياحة ونموها.

8.1.2 تأثير السياحة على الاقتصاد والمجتمع والسياسة:

يتمثل تأثير السياحة على الاقتصاد والمجتمع والسياسة فيما يلي (قرزيز وناصر، 2021، 125):

1. تدفق رؤوس الأموال : من الممكن أن يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية الشاملة والمستدامة، ويظهر ذلك من خلال مساهمة رؤوس الأموال

الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء الفنادق، القرى السياحية... الخ)، والمدفوعات السيادية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح التأشيرات للدخول إلى البلاد، وفروق تحويل العملة والإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية والإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

2. التأثير على القوى العاملة (العمالة): تحتاج السياحة إلى عدد كبير من العاملين وان تباينت من حيث الحجم والنوعية تبعاً لمستوى أنشطتها في تحديد حجم ونوعية القوى العاملة.

3. خلق وتنمية العلاقات بين القطاعات الاقتصادية والخدمية وبين قطاع السياحة: فالتوسع مثلاً في إنشاء المشروعات السياحية يتبعه توسع أو ظهور مشروعات جديدة تمارس أنشطة اقتصادية خدمية أخرى لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطاً وطلباً وهذا من شأنه أن يؤدي إلى دخول موردين جدد.

4. تنمية المهارات الإدارية وخلق طبقة جديدة من المديرين: إن تواجد الشركات العابرة للقارات في الدول المستقطبة للاستثمارات في مجال السياحة يمكن أن يساعد في ترسيخ أساليب الإدارة الحديثة في المنشآت السياحية وتبرز أهمية العقود الإدارية في مجال إدارة الفنادق كأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال الإدارة وخير مثال على هذا سلسلة فنادق هيلتون في جميع أنحاء العالم.

5. المساهمة في تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم: في حال قيام الدولة بتوزيع أو توجيه إنشاء المشروعات السياحية الجديدة سواء كانت خاصة أو مملوكة للدولة أو أجنبية، فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى تنمية مستدامة، مما يسمح بخلق فرص عمل جديدة، استغلال الموارد الطبيعية، تنمية وخلق مجتمعات حضرية جديدة، إعادة توزيع الدخل بين المناطق الحضرية والريفية... الخ.

6. تأثير السياحة على ميزان المدفوعات: يتوقف نشاط السياحة كنمط من أنماط الأنشطة الاقتصادية المؤثرة على عدة متغيرات كحجم الدخل السياحي ونصيب الدولة منه والنسبة المئوية للدخل السياحي إلى جملة الدخل القومي.

9.1.2 التنمية السياحية المستدامة:

تعرف التنمية السياحية المستدامة والمتوازنة بأنها تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية ومخططة داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة ككل أو داخل إقليم من الدولة تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية (قسوري، 2021، ص59).

10.1.2 جوانب التنمية السياحية:

يمكن أن تتحدد جوانب التنمية السياحية بما يلي (أحمد وآخرون، 2020، ص121):

1. **التنمية الاقتصادية:** تختص بتحسين واستغلال الموارد الاقتصادية لتعمل على زيادة الإنتاج الكلي من السلع والخدمات، وهي ليست مجرد زيادة في الدخل القومي ونصيب الفرد، وإنما إحداث تغيير جذري في هيكل الانتاج.
2. **التنمية الاجتماعية:** وهذا النوع من التنمية يعنى بتغيير الأوضاع الاجتماعية لتتوافق مع روح العصر وتأسيس بناء اجتماعي جديد ينبثق منه علاقات جديدة.

3. **التنمية البيئية:** إن البعد البيئي في مجال التنمية يجعل تركيز البيئيين ينصب على مفهوم الحدود البيئية التي تعني أن لكل نظام بيئي طبيعي حدود معينة لا يمكن لا يمكن تجاوزها من الاستهلاك والاستنزاف، وأن أي تجاوز لهذه الحدود الطبيعية يعني تدهور النظام البيئي بلا رجعة.
4. **التنمية الثقافية:** ويقصد بها التغير في الجوانب المادية وغير المادية للثقافة، بما في ذلك الفنون والعلوم والفلسفة والتكنولوجيا والأذواق الخاصة والمأكول والمشرف واللغة.
5. **التنمية السياحية:** تتم التنمية السياحية عن طريق التركيز على المنتج السياحي وحسن تقديمه، ولتحقيق تنمية سياحية مستدامة يجب مشاركة السكان المحليين في عملية التنمية، وذلك لتحقيق أكبر استفادة لهؤلاء السكان وليس لغيرهم من سكان المناطق الأخرى، وذلك لضمان ولأنهم حيث أن ذلك سوف يحفزهم على المحافظة على المقومات السياحية.

11.1.2 أهمية السياحة المستدامة:

- للتنمية المستدامة السياحية أهمية بالغة، وتتمثل أهميتها فيما يلي (عرود، 2017، ص51-52):
1. تساعد على وضع تصور واضح مبني على فهم أفضل للمقومات السياحية البيئية والطبيعية والثقافية والإنسانية، وتضمن التنمية المستدامة السياحية توزيع عادل للفوائد والكلف وتولد السياحة وظائف محلية بشكل مباشر في قطاع السياحة، وبشكل غير مباشر في عدد من القطاعات الداعمة.
 2. تسعى التنمية المستدامة السياحية إلى إشراك كل شرائح المجتمع في اتخاذ القرارات بما فيها السكان المحليين، وذلك لتعايش السياحة مع المستهلكين الآخرين للموارد، كما تدمج بين التخطيط وتقسيم

المناطق مما يضمن تنمية سياحية ملائمة لتحمل قدرة النظام البيئي، وتحسين وسائل النقل والتواصل المستدامة وغيرها من البنى التحتية الأساسية.

3. تشجع السياحة المستدامة على تحقيق التقدير الذاتي للمجتمعات، من خلال تحقيق تواصل أفضل بين الشعوب بما يسمح بتحقيق التبادل الثقافي بين المجتمعات، وإظهار أهمية الموارد الطبيعية والثقافية لتلك الدول وما يمكن أن تحققه من الرفاه الاقتصادي والاجتماعي لها.

12.1.2 أهداف التنمية السياحية المستدامة:

تقع التنمية السياحية المستدامة على درجة كبيرة من الأهمية، وتتمثل أهداف التنمية السياحية المستدامة فيما يلي (الزيني، 2021، ص842-844):

1. الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية، وذلك لدوام استغلالها في المستقبل مع إتاحة الفرصة للأجيال في المستقبل للاستفادة منها، وهنا يأتي دور الاستدامة في ارتباط بقاء القطاع السياحي بمدى قدرته على اجتذاب السائحين، والتي تتعلق بالجوانب البيئية والطبيعية والتاريخية والثقافية.

2. تبني أسلوب التخطيط العلمي لتنمية وإدارة السياحة، ويكون ذلك في المنطقة المعنية بصورة تتقضى حدوث المشاكل البيئية أو الاجتماعية أو الاقتصادية فالتخطيط البيئي وكذلك دراسة قدرات النقل باعتبارها وسائل فنية هامة، تفيد في تفادي حدوث أو تنامي المشاكل البيئية والتي قد تتولد من الجانب السياحي.

3. مراعاة استمرارية جودة البيئة بكل جوانبها من خلال تحسين الجودة في جميع المواقع، إذ أنه غالباً ما يرغب السائحين في زيارة مواقع معينة تتميز بالطبيعة الساحرة والبيئة النظيفة، وعلى ذلك ينبغي سعة القطاع السياحي لإيجاد الوسائل المناسبة للحفاظ على تلك المواقع، وتحسين جودة البيئة.

4. استدامة رضا السائح لضمان استمرارية زيادة الموقع، حيث أن ذلك يدفع السائح الحالي لكي يكون وسيلة دعائية جيدة للموقع السياحي لدى غيره من السائحين، مما يضمن سهولة تسويق الموقع ويعزز من قدرته التنافسية، وفي المقابل إذا ما فقد أي موقع قدرته على إرضاء السائحين، فهو بالتالي سوف يفقد مكانته في الأسواق السياحية، وتتنخفض معدلات نشاطه السياحي.

5. تعميم منافع السياحة على جميع فئات المجتمع، إذ يترتب على ذلك تبني مفهوم التخطيط العلمي والإدارة الرشيدة في إنماء السياحة، لتنعكس بالمنفعة على النواحي الاجتماعية والاقتصادية على كافة فئات المجتمع المقيمة بالقرب من الموقع السياحي.

13.1.2 نماذج من المشاريع السياحية والتي تساعد على تحقيق التنمية السياحة المستدامة:

يمكن التمييز بين عدة أشكال للتنمية السياحية وهي كما يلي (بورتان وآخرون، 2018، ص5-6):

1. **المنتجات السياحية:** يركز هذا النوع على سياحة الإجازات والعطل، والمنتجات هي في المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام.

2. **القرى السياحية:** وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جدا في أوروبا، كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم والدول العربية، ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء (الشواطئ)، مناطق الموانئ، الجبال، الحدائق العامة، المواقع الأثرية والطبيعية، مواقع علاجية ... الخ، وتختلف مساحات هذا النوع من المواقع وتختلف فيه المواقف الضرورية للإقامة والتكميلية ومنشآت المبيت مثل: المحلات التجارية، والخدمات الترفيهية، والمرافق السكنية مختلفة الأحجام.

3. منتجات المدن: يرتبط هذا النوع بالمنتجات ويتطلب منها دمج برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع (كالفنادق، والمطاعم، والملاهي...) في المنطقة وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في الواقع مثل وجود الشواطئ أو الحمامات المعدنية ... الخ.

4. منتجات الغزلة: أصبح هذا النوع من المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم وتتميز هذه المنتجات بصغر حجمها ودقة تخطيطها، وعادة يتم اختيار مواقعها في مناطق بعيدة عن المناطق العمرانية مثل الجزر والجبال والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المغارات الصغيرة، أو الطرق البرية الضيقة.

14.1.2 واقع القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا:

يعتبر قطاع السياحة من أكثر القطاعات تضرراً بسبب جائحة كورونا، فالقيود المفروضة على السفر، نتج عنها تقلص في عرض خدمات السفر المحلية والدولية، ويمكن النظر إلى ذلك من خلال ما يلي (فلاق وآخرون، 2020، ص343-345):

1. تطور السياحة الوافدة الدولية في العالم: شهدت السياحة الدولية نمواً مستمراً على الرغم من بعض الصدمات العابرة، ولم تعرف السياحة الجدولية التراجع إلا في عام 2003 بفعل المتلازمة التنفسية الحادة (سارز)، وأثناء حرب العراق، وسنة 2009 في خضم الأزمة الاقتصادية والمالية، علما أنها سرعات ما تعافت وعادت إلى الانتعاش القوي في السنوات التالية، إلا أن جائحة كورونا كان لها تأثير كبير على قطاع السياحة، بسبب الانتشار السريع للجائحة، نظراً لإجراءات العزل، فحسب تقديرات

منظمة السياحة العالمية، فإن عدد السياح الدوليين قد انخفض خلال سنة 2020 على المستوى العالمي بنسبة تتراوح بين 1% - 3%، بدلا من نمو كان يتراوح بين 3%-4%.

2. قطاع الطيران: تأثرت شركات الطيران بشكل خاص بسبب انتشار جائحة كورونا، وتطبيق قيود على السفر في معظم دول العالم، حيث تتوقع المنظمة الدولية للنقل الجوي (IATA)، خسارة قدرها 113 مليار دولار من إيرادات المسافرين في جميع أنحاء العالم خلال سنة 2020، وأصبح 15%-23% من إجمالي عدد الوظائف التي تدعمها صناعة النقل الجوي معرضة للخطر، حيث تعرض شركات الطيران الصغيرة للإفلاس كشركة الطيران البريطانية "فلايبي" وهي إحدى أكبر شركات الطيران الخاصة في أوروبا.

3. الفنادق والضيافة: أثر فيروس كورونا بشكل سلبي على قطاع الفنادق والمطاعم في معظم دول العالم، مما نتج عنه انخفاض في أسعار حجز الفنادق نتيجة انخفاض حجوزات الطيران وإغلاق الحدود الجوية في العديد من دول العالم.

وأشار برجم وشاوي (2021، ص 137) في دراستهما إلى خسارة قدرها 850 مليون إلى 1.1 مليار سائح دولي، كما أشار إلى خسارة قدرها 910 مليار دولار أمريكي إلى 1.2 تريليون دولار أمريكي من الإيرادات السياحية، كذلك انخفاض يقدر بنحو 2.7 تريليون دولار أمريكي في الناتج المحلي الإجمالي للسفر والسياحة، كما تعرض 100 - 120 مليون وظيفة تعمل في السياحة بشكل مباشر للخطر، في حين أن 217 دولة ومنطقة حول العالم فرضت قيود على السفر تمثلت فيما يلي:

1. إغلاق حدود كلي أو جزئي نفذته 97 دولة تمثل 45%.
2. تعليق الرحلات الجوية كلياً أو جزئياً نفذته 65 دولة ومنطقة تمثل 30%.
3. عمليات إغلاق حدود تستهدف مجموعة معينة من الجنسيات فرضتها 39 دولة تمثل 18%

4. إجراءات أخرى مثل مطالبة الزائرين بالحجر الصحي نفذتها 16 دولة تمثل 7%.

2.2 المبحث الثاني: السياحة في محافظة بيت لحم:

1.2.2 المواقع التاريخية والأثرية في محافظة بيت لحم، والتي تحظى باهتمام واسع:

إن من أبرز هذه المعالم ما يلي:

1. **كنيسة المهد:** تعد كنيسة المهد أقدم كنيسة في العالم، فبعد أن أصبحت المسيحية الديانة الرسمية

للدولة الرومانية الشرقية في عهد الإمبراطور قسطنطين عام 324، أمرت والدته الملكة هيلانة في عام

335 ببناء كنيسة المهد في نفس المكان الذي ولد فيه السيد المسيح عيسى عليه السلام في مدينة

بيت لحم، وتضم الكنيسة ما يعرف بكهف ميلاد المسيح وأرضيات من الرخام الأبيض ويزين الكهف

أربعة عشرة قنديلا فضيا والعديد من صور وأيقونات القديسين، وقد انتهى بناء الكنيسة عام 339م،

وجاء على النمط البازلتي وهو نمط معماري مقتبس من المعابد الرومانية، والكنيسة عبارة عن مجمع

ديني كبير تحتوي على مبنى الكنيسة بالإضافة إلى مجموعة من الأديرة والكنائس الأخرى التي تمثل

الطوائف المسيحية المختلفة فهناك الدير الأرثوذكسي في الجنوب الشرقي، والدير الأرمني في الجنوب

الغربي، والدير الفرانسيكاني في الشمال الذي شيد عام 1347م لأتباع طائفة الفرانسيكان.

2. **مغارة الحليب:** تقع إلى الجنوب الشرقي من الكنيسة وهي المكان التي أرضعت فيه مريم العذراء يسوع

الطفل عندما كانت مختبئة من جنود هيرودس أثناء توجهها إلى مصر. ويقال أن بعض قطرات من

حليب العذراء قد سقطت على صخرة مما أدى إلى تحول لون الصخرة إلى الأبيض.

3. **دير ابن عبيد:** بناه ثيودوسيوس في العام 500 للميلاد ويقع الدير شرقي قرية العبيدية التي تبعد تسعة كيلومترات عن بيت لحم. ويقال أن الرجال الحكماء قد استراحوا في هذا الدير بعد أن حذرهم الله في الحلم بأن لا يعودوا إلى هيرودوس.

4. **دير مار سابا:** تم بناؤه على موقع يطل على وادي قدرون ويبعد (11) كيلومترا إلى الشرق من دير بن عبيد. وقد أسس الدير القديس سابا اليوناني في العام 482 بعد الميلاد. وعندما توفي القديس سابا في العام 531 تم دفنه في نفس الدير وتم نقل رفاتة فيما بعد إلى القسطنطينية، ولاحقا إلى فينيسيا في ايطاليا على يد الصليبيين، ومن ثم تم إعادة رفاتة إلى ديريه في العام 1965، حيث تم وضعه في صندوق زجاجي. ويحافظ الدير على نفس نمط الحياة الذي كان سائدا في عهد قسطنطين، حيث لا يسمح للنساء بالدخول إلى الدير.

5. **آبار النبي داوود:** تقع هذه الآبار إلى الشمال من بيت لحم وقد سميت بهذا الاسم نسبة إلى القصة الشهيرة في الكتاب المقدس من نبوءة صموئيل الثانية 14:23- حين شرب النبي داوود من هذه الآبار بينما كان الفلسطينيين يطاردونه .

6. **دير مار الياس:** يقع دير وكنيسة مار الياس على بعد كيلومترين إلى الشمال الشرقي من الطنطور. ويقع هذا الدير على تلة تطل على القدس وبيت لحم وبيت ساحور .

7. **مسجد بلال (قبر راحيل):** يعتبر هذا المبنى الصغير العلامة التقليدية لقبر راحيل وهي زوجة يعقوب التي ماتت في بيت لحم بعد ولادة ابنها بنيامين. ويعتبر هذا الموقع مقدسا للمسيحيين والمسلمين واليهود. وقد تم بناء الحرم الحالي والجامع خلال الفترة العثمانية وذلك على طريق القدس - الخليل قرب المدخل الشمالي لبيت لحم.

8. **دير الجنة المقفلة:** يقع هذا الدير في قرية أرطاس والتي تقع على بعد كيلومترين من برك سليمان. وقد قام ببناء الدير مطران مونتيفيديو عاصمة أروجووي في أمريكا الجنوبية في العام 1901م، وتقوم الراهبات بإدارة هذا الدير.

9. **كنيسة العذراء:** تقع في بيت جالا وتتبع للروم الأرثوذكس.

10. **كنيسة القديس نقولا:** تقع في بيت جالا وتتبع للروم الأرثوذكس.

11. **حقل الرعاة للروم الأرثوذكس:** يقع إلى الشرق من مدينة بيت ساحور، حيث ظهر فيه ملاك الرب إلى الملائكة وأخبروهم بالنبأ السعيد وهو مولد يسوع وحينها هللت ملائكة السماء " المجد لله في الأعالي وعلى الأرض السلام وللناس المسرة." فعندما أتت القديسة هيلانة إلى بيت لحم قامت ببناء كنيسة المهد وكنيسة أخرى على مغارة الرعاة والتي هدمت وأعيد بناؤها ثلاث مرات.

12. **كنيسة حقل الرعاة لللاتين:** تقع كنيسة حقل الرعاة لللاتين على بعد 600م إلى الشمال من كنيسة حقل الرعاة للروم الأرثوذكس. وقد اشترى الآباء الفرنسيين الأرض المبني عليها الكنيسة في منتصف القرن التاسع عشر. ويمثل هذا المكان الموقع الذي ظهر فيه الملائكة للرعاة وأخبرهم بالنبأ السار وهو ميلاد يسوع المسيح. أما الكنيسة الحالية فقد تم بناؤها في العام 1954، على صخرة كبيرة يقال أنها قاعدة لكنيسة قديمة مدمرة. وقد قامت كندا بتمويل بناء الكنيسة والتي جاءت على شكل خيمة وسميت ملائكة الرعاة. وقد كانت الكنيسة آخر عمل فني للمهندس المعماري الإيطالي أنطونيو بورلوستو.

13. **حقل الرعاة للبروتستانت:** عند زيارة السائح كنيستي حقل الرعاة للروم الأرثوذكس واللاتين يتجه شرقا فإنه يجد مرج مليء بأشجار الصنوبر، وفي وسط هذا المرج يوجد مبنى جمعية الشبان المسيحية.

وعلى الجانب الشرقي من المبنى يوجد مغارة فيها الكثير من البقايا الفخارية. وتذكر هذه المغارة عند طائفة البروتستانت الذين خبروا بميلاد يسوع المسيح.

14. قصر هيرويون: تم بناؤه على تلة تبعد ستة كيلومترات إلى الجنوب من بيت لحم. وتحتوي هذه القلعة على بقايا لقصر ضخم بناه الملك هيرودوس لزوجته في العام 37 قبل الميلاد، وقد تم إحضار الماء إلى القلعة من برك سليمان. وكان القصر يحتوي على أبنية فخمة وأسوار مدورة وغرف محصنة وحمامات وحدائق.

15. برك سليمان: تحتوي برك سليمان على ثلاث برك ضخمة مستطيلة الشكل والتي تتسع (160.000) متر مكعب من الماء، ويحيط بالبرك أشجار الصنوبر وتتجمع المياه في البرك عن طريق مياه الأمطار التي تسقط على الجبال حولها. وقد ذكر في الإنجيل بأن الملك سليمان الحكيم بنى هذه البرك لزوجاته. في السابق كان يتم ضخ مياه البرك إلى بيت لحم والقدس (وكالة الانباء الفلسطينية - وفا، https://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=3456).

16. دير الخضر: يقع هذا الدير في مدينة الخضر بمحافظة بيت لحم.

2.2.2 المشاكل التي تواجه القطاع السياحي في محافظة بيت لحم:

يمكن أن تتحدد المشاكل التي تواجه القطاع السياحي في عدة مجالات، ومن أهم هذه المشاكل ما يلي:

أولاً: أبرز المشاكل والمعوقات التي تواجه قطاع الفنادق:

1. وجود نسبة كبيرة جداً من السائحين (الزوار) العابرين - ليوم واحد فقط- والذين يزورون المواقع

الأثرية والدينية ولا يبيتون داخل الفنادق المحلية أو حتى الشراء من المتاجر المحلية، وبالتالي لا

يوجد أي إيراد من هذه الشريحة.

2. قصور في العلاقة بين منظومة التعليم والتدريب وبين احتياجات سوق العمل، وبالتالي عدم وجود

كوادر مؤهلة بالكفاءة المطلوبة في بعض التخصصات ذات العلاقة بالسياحة.

3. نظرة المجتمع السلبية تجاه الطواقم العاملة في قطاع السياحة، وتدني مستويات أجور العاملين في

هذا القطاع.

4. تدني مستويات أجور عاملي القطاع وعدم تطبيق نظام التوصيف المهني الذي من شأنه تمييز

خريجيه ممن درسوا المهنة وحصلوا على شهادات كفاءة بصورة نظامية عن تعلموها خلال العمل

فقط حيث يساهم هذا في استمرار ضعف جاذبية القطاع للأيدي العاملة الشابة

5. قلة نسبة الإناث العاملات في الأنشطة السياحية وخصوصاً الأنشطة المرتبطة بالفنادق (غرفة

تجارة وصناعة محافظة بيت لحم، 2020، ص17).

ثانياً: أبرز المشاكل والمعوقات التي تواجه نشاط تجارة وصناعة التحف الشرقية:

من أبرز الحرف السياحية التي يتم إنتاجها يدوياً في مشاغل الحرف السياحية (مشغل خشب الزيتون)

مغارة الميلاد، الصليب المقدس، ونجمة الميلاد، والعشاء الأخير، وهي تصنع من خشب الزيتون وأخرى

من الصدف، أما من الناحية التجارية فهي تأخذ طابع التجارة المحلية داخل محافظة بيت لحم (فنادق

ومحلات بيع التحف الشرقية، وباعة متجولين) أو تكون تجارة خارجية، تصدر من خلالها المنتوجات إلى الولايات المتحدة وألمانيا وبريطانيا وذلك كون أكثرية السواح منها كاثوليك، ومن أبرز المشاكل والمعوقات والتي تواجه هذه الحرف والتجارة ما يلي:

1. توقف تصدير المنتجات الخاصة بعيد الميلاد المجيد بالكامل التي كان من المقرر تصديرها إلى

الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا مما أدى إل تكديس البضائع داخل المشاغل.

2. الشيكات المرتجعة وعدم قدرة أصحاب المشاغل على تحصيلها.

3. توقف عدد كبير من عمال المشاغل عن العمل مع التزام أصحابها بدفع الرواتب والذي سبب عبئاً عليهم.

4. ارتفاع أسعار المواد الخام من خشب زيتون وصدف.

5. فرض معيقات من قبل سلطة النقد الفلسطينية على أصحاب المشاغل للحصول على دفاتر شيكات.

6. عدم تساهل أصحاب العقارات مع أصحاب المشاغل المستأجرين غير الملاكين بتأجيل الالتزامات التي تترتب عليهم أو منحهم فترة سماح لتسديدها(غرفة تجارة وصناعة محافظة بيت لحم، 2020، ص7).

3.2 الدراسات السابقة:

يتناول الباحث في هذه الدراسة بعضاً من الدراسة السابقة والتي تناولت تأثيرات جائحة كورونا على القطاع السياحي، وقد تم تقسيمها إلى دراسات محلية وعربية وأخرى أجنبية، تم ادراجها من الأحدث إلى الأقدم، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

1.3.2 الدراسات العربية:

1. دراسة أبو غيث (2021) بعنوان "الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا على القطاع السياحي في

محافظة بيت لحم وأوجه المساندة المطلوبة"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آثار جائحة كورونا الاقتصادية على السياحة وأوجه المساندة المطلوبة في محافظة بيت لحم، وتحقيقاً لأهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة والتي تم تطبيقها على عينة ممتسرة، حيث بلغ إجمالي مجتمع الدراسة (146) مبحوث أما عينة البحث فقد كانت عينة ميسرة بلغت (71) مبحوث، وقد اتضح من النتائج أن آثار الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي كانت بدرجة كبيرة، وأظهرت النتائج أن أبرز أشكال آثار الجائحة على المنشآت السياحية في محافظة بيت لحم تتمثل في ترك العمال لعملمهم في هذا القطاع وتراجع دخل المنشآت السياحية التي اعتمدت على السياحة الداخلية في فترة الجائحة. واتضح أيضاً أن أولويات المساعدات المطلوبة للقطاع السياحي كانت بدرجة كبيرة، وأن أبرز أوجه هذه المساندة تتمثل في القيام برفع الوعي الصحي والممارسات للعاملين في المنشآت السياحية من خلال دورات تدريبية مجانية، واعفاء رسوم تجديد التراخيص السياحية والأنشطة التجارية المرتبطة بها، وتأجيل سداد كل الالتزامات وأقساط القروض حتى

الشخصية لمدة 6 أشهر، واتضح من النتائج أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا على القطاع السياحي في محافظة بيت لحم وأوجه المساندة المطلوبة تُعزى لمتغيرات: الجنس، وطبيعة العمل في المجال السياحي، والدخل الشهري قبل الجائحة، عدد العاملين قبل الجائحة، وذلك لجميع محاور الدراسة، بينما اتضح وجود فروق ذات تبعاً لمتغير الفئة العمرية لجميع محاور الدراسة. وفي ضوء ذلك أوصت الباحثة بتوصيات عدة، منها الاستعداد لمواجهة الأزمات وبناء المرونة وضمان أن السياحة جزء من آلية ونظم الطوارئ الوطنية، ونشر ثقافة السياحة الداخلية بين المواطنين كمجالٍ مكملٍ للسياحة الخارجية.

2. دراسة شكري (2021) بعنوان "ما بعد جائحة كورونا: دروس من تجارب دولية لسياسات تعافي

السياحة"

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل آثار جائحة COVID-19 على صناعة السياحة والأداء الاقتصادي العام، علاوة على ذلك تصف الدراسة التوصيات التي قدمتها منظمتان دوليتان (منظمة السياحة العالمية، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي) لتحقيق انتعاش صناعة السياحة، كما تستعرض التدابير المتخذة لضمان مرونة السياحة في إسبانيا وجنوب إفريقيا، ولتحقيق ذلك استخدمت الدراسة تهجاً نوعياً لتحليل البيانات من مصادر مختلفة، مثل المواقع الإلكترونية الرسمية والأخبار والبيانات الصحفية حول الإجراءات الحكومية في مختلف البلدان والأدبيات المتعلقة بإدارة الأزمة، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة دخول السياحة في مأزق عالمي أدى إلى سلسلة من المناقشات حول الحاجة إلى تغيير نماذج الأعمال السياحية لتصبح أكثر استدامة، وأن الانتعاش المستدام والواسع النطاق في السفر والسياحة الدوليين يتطلب تعاوناً دولياً، كما أشارت الدراسة إلى أن الصناعة السياحية الناجحة لا تتطلب القدرة على التعرف على التغيير فحسب، بل يتطلب ذلك الاستجابة الفعالة لهذا التغيير، كما أشارت أيضاً إلى توافق الآراء على

أن الانتعاش في السفر والسياحة الدوليين سوف يطول ويخضع لدرجة عالية من عدم اليقين، وأخيراً في حالة استمرار انخفاض السفر لفترة أطول بسبب التغييرات في تفضيلات السائحين أو تأثيرات طويلة الأجل للأزمة الاقتصادية، فقد تحتاج بعض البلدان المعتمد على السياحية إلى الشروع في رحلة طويلة وصعبة لتتويع اقتصاداتها.

3. دراسة أسعد (2021) بعنوان "دراسة تحليلية لأثر جائحة كورونا في الطلب السياحي لمنشآت

المبيت في محافظة اللاذقية"

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر لجائحة كورونا على الطلب السياحي لمنشآت المبيت في محافظة اللاذقية، وبيان واقع الطلب السياحي على منشآت المبيت قبل جائحة كورونا، إضافة إلى تحديد التغييرات في هيكل الطلب السياحي في منشآت المبيت (الفنادق، والشاليهات والشقق المفروشة، والزوار) خلال فترة جائحة كورونا في محافظة اللاذقية عام 2020. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أثرت جائحة كورونا على الطلب السياحي الكلي لمنشآت المبيت في محافظة اللاذقية بشكل كبير في عام 2020 مقارنة بعام 2019، كما أوضحت أنه يوجد تحسن في الطلب السياحي الكلي على منشآت المبيت في محافظة اللاذقية في الأعوام الثلاث قبل الجائحة، كما كشفت عن تأثير الجائحة على مكونات الطلب السياحي (الفنادق، الشقق المفروشة، الزوار) في محافظة اللاذقية في عام 2020، وتأثر الطلب السياحي على الفنادق بشكل أقل من الطلب السياحي على الشاليهات والشقق والزوار.

4. دراسة أنيس (2021) بعنوان "أثر فيروس كورونا (كوفيد-19) على السياحة العالمية دراسة

جغرافية"

تهدف هذه الدراسة إلى رصد ودراسة الآثار الناتجة عن فيروس كوفيد-19 على السياحة العالمية من حيث حجم السياحة والإيرادات السياحية وقطاع الطيران والفنادق والعمالة وغير ذلك من الآثار الاقتصادية على دول العالم في ظل هذه الجائحة العالمية، كما يلقي الضوء على مستقبل السياحة العالمية والسيناريوهات المتوقعة واجراءات التعافي من آثار هذه الأزمة، واستخدم الباحث في هذه الدراسة عدة مناهج، المنهج الموضوعي الإقليمي، والمنهج الاقتصادي، والمنهج المقارن، والأسلوب الوصفي التحليلي، وقد توصل الباحث إلى أنه وخلال الربع الأول من العام 2020 حدث انخفاض كبير في جوانب النشاط السياحي العالمي، وبدأ التأثير تدريجياً ينتقل إلى دول العام، وكان أكثر التأثيرات في قارة آسيا بسبب ظهور الفيروس في مدينة ووهان الصينية، تلاها قارة أوروبا حيث أنها القارة السياحية الأولى في العالم من حيث إرسال واستقبال السائحين، كما حدث انخفاض على النقل الجوي والذي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنشاط السياحي، هذا أدى إلى انخفاض الحجوزات للنقل الجوي، مما أدى إلى الانخفاض على طلب الخدمات الفندقية، حيث أدى ذلك إلى انخفاض في الإيرادات للغرف الفندقية على المستوى العالم، كما أوضحت الدراسة أن هناك تبايناً واضحاً بين قارة وأخرى وبين الأقاليم الرئيسية في العالم من حيث توقع عدد السائحين الدوليين والمحليين، والناتج الاجمالي المحلي السياحي. وكذلك الوظائف السياحية المفقودة في قطاع السياحة، وفي ضوء ذلك أوصت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها: التركيز على أنماط السياحة في الأماكن المفتوحة مثل السياحة الجغرافية، والسياحة البيئية، وسياحة السفاري، والريفية والمغامرات، والتركيز على الدعاية السياحية على دول الجوار بالدرجة الأولى للمنتجات التي يمكن الوصول إليها براً بالسيارات الخاصة.

5. دراسة الزيني (2021) بعنوان "واقع التنمية السياحية المستدامة في ظل جائحة كورونا"

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع التنمية السياحية المستدامة في ظل جائحة كورونا، وتحديد المتطلبات التشريعية والقانونية والحد من أثر جائحة كورونا على القطاع السياحي، وبناء على طبيعة الدراسة فقد استخدم المنهج التحليلي، وكان من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها: أن السياحة المستدامة أصبحت منهجاً تتبناه كافة المؤسسات السياحية العالمية وعلى رأسها منظمة السياحة العالمية، كما كشفت النتائج أن تطبيق مفهوم السياحة المستدامة يتميز بتحقيق مزايا تنافسية وعوائد مادية ومعنوية تنعكس إيجاباً على جميع المؤسسات السياحية وتساهم بشكل فعال في الناتج المحلي الإجمالي والاقتصاد القومي للدولة، كما بينت أن دعم السياحة من قبل كافة الأطراف سواء الحكومية أو مؤسسات القطاع السياحي الخاص والمنظمات غير الحكومية أو السكان المحليين والسائحين أنفسهم يساهم بشكل فعال في بلوغ الأهداف المشتركة وتحقيق التنمية السياحية المستدامة، وفي ضوء ذلك قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات منها: تعزيز القدرة التنافسية للسياحية على الصعيد الدولي من خلال تحسين الهياكل الأساسية والاهتمام بالحفاظ على الأصول الطبيعية والتاريخية والسعي لتطوير ما لديها من أصول سياحية بطريقة مستدامة وصديقة للبيئة، وبالتالي ضمان استمرارية مساهمة السياحة في الاقتصاد القومي على المدى الطويل.

6. دراسة قزمال وسلامة (2021) بعنوان "أهمية إدارة الأزمات في الفنادق والسياحة المصرية في

التعامل مع فيروس كورونا المستجد "كوفيد - 19"

تهدف هذه الدراسة إلى تطوير فهم هادف لطرق إدارة الأزمات والأزمات لإدارتها حتى يتمكن الموظفون من استخدامها كأداة قيمة للتغييرات الإيجابية. تم توزيع 300 استبيان على الموظفين العاملين في وظائف مختلفة داخل الإدارات المختلفة بالفنادق المصرية التي تم فحصها، فقط 264 استبانة صالحة وجاهزة

للتحليل بنسبة 88%. أجريت الدراسة من أكتوبر 2020 حتى مارس 2021، وجدت الدراسة أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين فئات الوظائف الوظيفية للموظفين فيما يتعلق بالقواعد التي يجب أن يجدها الفندق مفيدة أثناء الأزمات، ومدى تأثير دعم الفنادق للعمال لتجنب فيروس كورونا مع تأكيد العثور على أن المزايا تختلف بغض النظر عن منصب الموظف الوظيفي، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوية بين العامل الأكثر تأثيرا لدى النزلاء في إدارة الأزمات في الفنادق المصرية في التعامل مع فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، وبينت تأثير القواعد التي يجب أن يجدها الفندق مفيدة أثناء الأزمات، من ناحية أخرى أكدت الدراسة أن النتيجة تشير إلى أن هناك حاجة لتجنب تداخل الأوامر بين السياسات وأداء السياحة والضيافة في مصر، وتجنب عدم وضوح الرؤية للجنة إدارة الأزمات وتجنب القرارات المتضاربة والتأكد من تنفيذها للسياحة والضيافة في مصر.

2.2.2 دراسات أجنبية:

1. دراسة (Bulchand-Gidumal, 2022) بعنوان: "انتعاش سياحة الجزر بعد COVID-19

باستخدام إطار وجهة سياحية ذكية"

"Post-COVID-19 recovery of island tourism using a smart tourism destination framework"

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن انتعاش سياحة الجزر بعد COVID-19 باستخدام إطار وجهة سياحية ذكية، لا سيما تلك الجزر المبنية حول السياحة الجماعية، وبالنسبة لهذه الجزر التي تعتمد بشكل كبير على السياحة الخارجية، في هذه الدراسة تمت مراجعة الأدبيات والمقترحات المتاحة حول استعادة السياحة بعد أزمة COVID-19 وتأثيرها في إطار وجهة سياحية ذكية متكاملة تم اقتراحها، وتم التحقق

من صحة هذه الإجراءات بعد ذلك باستخدام طريقة Delphi مع 36 مشاركًا من جميع أصحاب المصلحة في جزيرة Gran Canaria بإسبانيا، وكانت أكثر الإجراءات المتفق عليها هي تطوير نماذج أعمال جديدة حول السياحة وقطاعات جديدة للنشاط الاقتصادي، وضمان صحة وسلامة المشاركين في السياحة، ومساعدة شركات السياحة ماليًا، وشرح حالة الوجهة في الأسواق الأصلية، وأظهرت النتائج أنه بعيدًا عن الخطاب المرتبط أحيانًا بمقترحات وإجراءات وجهات السياحة الذكية، فإن استخدام إجراءات ملموسة ومحددة موجّهة لحالات محددة يمكن أن تساهم في التحضير لإدارة الأزمات، والتعافي بعد الأزمات.

2. دراسة (Scarlett, 2021) بعنوان: "انتعاش السياحة والأثر الاقتصادي"

"Tourism recovery and the economic impact: A panel assessment"

تبحث هذه الدراسة في التأثير الاقتصادي للسياحة على النمو الاقتصادي ومتغيرات الاقتصاد الكلي في 46 دولة بعد جائحة كورونا، وذلك باستخدام تقدير GMM - system، فقد وجد أن السياحة لها تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية على النمو الاقتصادي، من خلال النموذج الخطي، بحث يكون التأثير الإيجابي على النمو أعلى بنسبة 50 في المائة إذا تم استخدام عائدات السياحة بالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي كمقياس للسياحة، عندما يتم النظر في المواصفات غير الخطية، يتبين أن التخصص السياحي عند المستويات الأعلى يخفف من التأثير الإيجابي على النمو. ومع ذلك، فإن زيادة إيرادات السائحين لها تأثير إيجابي على النمو، بغض النظر عن مقياس السياحة، فإن الزيادة في السياحة تؤدي إلى تحسن في الخدمات والقيمة المضافة للزراعة من الناتج المحلي الإجمالي وكذلك آفاق العمالة في قطاعي الخدمات والصناعة وبين العاملين، ومن المتوقع أن تؤثر الزيادة في عائدات السياحة بالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي بشكل إيجابي على صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى نسبة الناتج المحلي

الإجمالي، وتشير النتائج إلى أنه يجب على صانعي السياسات تحديد سياساتهم عندما تكون صناعة السياحة في مرحلة التعافي.

3. دراسة (Volgger and et all, 2021) بعنوان: "انتعاش السياحة المحلية أثناء جائحة

COVID-19: مقارنة تجريبية للتدخلات"

"Recovery of domestic tourism during the COVID-19 pandemic: An experimental comparison of interventions"

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على انتعاش السياحة المحلية في استراليا أثناء جائحة COVID-19، وتحاول الجهات السياحية استعادة الزيارة في السياحة من خلال تنفيذ استراتيجيات تسويق التعافي في أسواق السياحة المحلية، في إطار قبول المخاطر، حيث تقارن هذه الدراسة فعالية التدابير التي يمكن أن تتخذها الوجهة لتشجيع السياح المحليين على الزيارة أثناء أو في أعقاب أزمة الصحة العامة المستمرة، وتجري تجربة عشوائية معقدة مع (666) أستراليا تختبر العوامل المؤثر على نية الحجوزات في الفنادق، بما في ذلك رسائل الاتصال المختلفة وإجراءات النظافة، وسياسات الخصم والإلغاء وشروط إطار العمل، واستندت العوامل إلى النظرية والمقابلات النوعية التي أجريت مع خبراء الصناعة والسياح المحتملين، وتوصلت الدراسة إلى أن وجود الزوار الدوليين والارتفاع المفاجئ في حالات COVID يقلل من نوايا حجز السياح المحليين خلال جائحة COVID-19. يمكن الحصول على تأثيرات إيجابية على نوايا الحجز من خلال الإعلانات المحتجزة والخصم وسياسات الإلغاء المرنة.

4. دراسة (Mínguez and et all, 2021) بعنوان: "التعليم العالي وتربية السياحة المستدامة: هل

طلاب السياحة مستعدون لقيادة التغيير في حقبة ما بعد الجائحة"

"Higher education and the sustainable tourism pedagogy: Are tourism students ready to lead change in the post pandemic era?"

تسعى هذه الدراسة إلى تقييم درجات السياحة في إسبانيا من وجهة نظر كل من الطلاب والمعلمين من أجل إظهار إلى أي مدى يعتبرون الطلاب مؤهلين بشكل كافٍ لمواجهة التحديات المطلوبة في قطاع السياحة، وقد لجأنا الباحثون إلى علم أصول التدريس في السياحة المستدامة (Sustainability of Tourism Program)، وهو إطار للتحليل النقدي لدراسات السياحة على أساس ستة مجالات لمحو الأمية ستستخدمها هذه المقالة للتحليل التجريبي، تم تقييم معرفة القراءة والكتابة الأساسية في STP في استبيان تم التحقق منه إحصائيًا موجهاً إلى (393) مستجيبًا وتم إجراء تحليل البيانات باستخدام تقنيات وصفية تحليلية. وأظهرت النتائج أن درجات السياحة لا تلبي احتياجات طلاب اليوم، خاصة بسبب النقص الكبير في قضايا الاستدامة، كما كشفت عن الفجوات الكبيرة بين تصور المعلمين والطلاب، وأن هناك دعوات لمزيد من الاستدامة علم أصول التدريس السياحي في التعليم العالي.

5. دراسة (Liu & et all, 2021) بعنوان: "ردود فعل المارة عبر الإنترنت تجاه ممارسات التحيز

لشركات السياحة أثناء جائحة COVID-19"

"Cyber-bystanders' reactions toward tourism companies' prejudice practice during the COVID-19 pandemic"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى ردود فعل للسائحين عبر الإنترنت تجاه ممارسات التحيز لشركات السياحة أثناء جائحة COVID-19 من خلال الكشف عن عملية كيفية تحديد للسائحين عبر الإنترنت وتقييمهم والاستجابة لهم عبر الإنترنت لممارسات التحيز في سياق صناعة السياحة، وطورت الدراسة

نموذجًا مفاهيميًا لفحص العوامل المؤثرة وعلاقتها الداخلية بردود فعل للسائحين عبر الإنترنت، وتم اقتراح نموذج متعدد المراحل على أساس نظرية المقارنة الاجتماعية، وتم إجراء مسح عبر الإنترنت في الصين، وتم جمع 558 استبيانًا صالحًا للاستخدام، وتم تقدير نموذج العمليات الثلاث باستخدام اختبار توسط Bootstrap وتحليل الانحدار الهرمي، وأشارت النتائج إلى أن عملية التعرف على تحيز الشركات السياحية للسائحين عبر الإنترنت يمكن أن تؤثر على ردود أفعالهم من خلال تأثير سلوكيات التقييم الخاصة بهم. وفي الوقت نفسه، فإن المشاعر الجماعية على وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير معتدل على العلاقة بين عملية تقييم المتفرجين عبر الإنترنت وردود أفعالهم على ممارسات التحيز.

6. دراسة (Hu & et all, 2021) بعنوان: "تجنب الذعر أثناء الأوبئة: COVID-19 والشركات

المرتبطة بالسياحة"

"Avoiding panic during pandemics: COVID-19 and tourism-related businesses"

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على تجنب الذعر أثناء الأوبئة: COVID-19 بالتطبيق على الشركات المرتبطة بالسياحة، فقد أحدث جائحة COVID-19 آثارًا مدمرة على نطاق غير مسبوق على الشركات المرتبطة بالسياحة بسبب قيام الحكومات بفرض قيود على التنقل وإغلاق الأعمال في جميع أنحاء العالم، وتقدم وقد شملت الدراسة 1212 شركة مرتبطة بالسياحة في مقاطعة جيانغشي في الصين في أواخر فبراير 2020. وقد غطى الاستطلاع مواضيع مختلفة، بما في ذلك آثار التقييم الذاتي لـ COVID-19، واستجابات الأعمال، وسلوك المسؤولية الاجتماعية، و السياسات الحكومية المتوقعة، وكشفت النتائج المستخلصة من نماذج اللوغاريتم ذات التأثيرات المختلطة (المطلوبة) أن الشركات الصغيرة الحجم تبدو معرضة لتأثير كورونا بشكل خاص، ويتم تحديد سلوك المسؤولية الاجتماعية من خلال حجم الأعمال

والظروف الوبائية المحلية والاعتماد على السياحة المحلية، كما تفضل الشركات المختلفة سياسات المساعدة الحكومية المتميزة، واستنادًا إلى نتائج التقدير من نماذج الاقتصاد القياسي.

7. دراسة (Singh & et all, 2021) بعنوان: "تقييم تأثير الإغلاق وسط جائحة COVID-19

على صناعة السياحة في وادي كشمير ، الهند"

"Impact assessment of lockdown amid COVID-19 pandemic on tourism industry of Kashmir Valley, India"

جاءت هذه الدراسة لتقييم تأثير الإغلاق وسط جائحة COVID-19 على صناعة السياحة في وادي كشمير، الهند، وذلك من جانبين مهمين: أولاً يتعلق بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية غير المسبوقة التي تواجهها صناعة السياحة في كشمير وسط الظروف الحالية، وثانياً تتعلق بالتغيير الكبير في مهنة السياحة والأنشطة الأخرى بسبب إغلاق COVID-19. واعتمدت الدراسة على البحث الوثائقي مع المقابلات شبه المنظمة، باستخدام أخذ العينات الهادف، وتوفر نتائج الدراسة تقيماً سريعاً للأثار المبلغ عنها لـ COVID-19 على السياحة في كشمير طوال عام 2020 مع انخفاض سريع في وصول السياح بما في ذلك قيود السفر الموثقة، وكشف البحث أن أصحاب المصلحة في السياحة غيروا وسائل معيشتهم من السياحة التي توقفت إلى وسائل أخرى ممكنة والتأثيرات الإقليمية المتباينة للوباء على المراكز السياحية، فضلاً عن الانعكاسات الخطيرة على التنمية الاقتصادية لوادي كشمير، وتكشف النتائج أيضاً أن المجموعات الاقتصادية الأدنى (أصحاب المصلحة في السياحة) تأثرت بشدة بهذا الوباء. وبالتالي فإن التعرف على الآثار المبكرة لـ COVID-19 وتلخيص تقديرات الأضرار التي لحقت باقتصاد السياحة وسط الإغلاق وما بعده أمر مهم لاستعادة الأنشطة السياحية في كشمير، وهو أمر حيوي لسبل عيش الناس.

4.2 تعقيب على نتائج الدراسات السابقة

من خلال استعراض الباحث للدراسات السابقة، يتضح حداثة هذه الدراسات، وهذا يدل على أهمية دراسة تأثيرات جائحة كورونا على القطاع السياحي، ويلاحظ بأن هناك العديد من الجهود التي بذلت من الباحثين لدراسة هذا الموضوع الحيوي بصورة عامة، وسعت الدراسة الحالية إلى دراسة أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي، في ظل الافتقار إلى الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بمتغيراته في البيئة الفلسطينية على وجه الخصوص حسب علم الباحث، فقد أشارت دراسة (Bulchand-Gidumal, 2022) إلى استخدام إجراءات ملموسة ومحددة موجهة لحالات محددة يمكن أن يوفر خارطة طريق قيمة لإدارة الوجهات السياحية، كما كشفت دراسة أبو غيث (2021) أن أبرز أشكال آثار الجائحة على المنشآت السياحية في محافظة بيت لحم تتمثل في ترك العمال لعملهم في هذا القطاع وتراجع دخل المنشآت السياحية التي اعتمدت على السياحة الداخلية في فترة الجائحة، وأظهرت دراسة شكري (2021) دخول السياحة في مأزق عالمي أدى إلى سلسلة من المناقشات حول الحاجة إلى تغيير نماذج الأعمال السياحية لتصبح أكثر استدامة، وبينت دراسة أسعد (2021) أن أثر جائحة كورونا على الطلب السياحي الكلي لمنشآت المبيت في محافظة اللاذقية جاء بدرجة كبيرة، وكشفت دراسة أنيس (2021) إلى أنه وخلال الربع الأول من العام 2020 حدث انخفاض كبير في جوانب النشاط السياحي العالمي، لتكشف دراسة الزيني (2021) أن السياحة المستدامة أصبحت منهجاً تتبناه كافة المؤسسات السياحية العالمية وعلى رأسها منظمة السياحة العالمية، وبينت دراسة قرمال وسلامة (2021) وجود علاقة ارتباط معنوية بين العامل الأكثر تأثيراً لدى النزلاء في إدارة الأزمات في الفنادق المصرية في التعامل مع فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، وبينت دراسة (Scarlett, 2021) أن التخصص السياحي عند المستويات الأعلى يخفف من التأثير الإيجابي على

النمو، وأظهرت دراسة (Volgger and et all, 2021) وجود الزوار الدوليين والارتفاع المفاجئ في حالات COVID يقلل من نوايا حجز السياح المحليين خلال جائحة COVID-19، كما كشفت دراسة (Mínguez and et all, 2021) أن درجات السياحة لا تلبى احتياجات الطلب اليوم، خاصة بسبب النقص الكبير في قضايا الاستدامة، وأوضحت دراسة (Liu & et all, 2021) إلى أن عملية التعرف على تحيز الشركات السياحية للسائحين عبر الإنترنت يمكن أن تؤثر على ردود أفعالهم من خلال تأثير سلوكيات التقييم الخاصة بهم، كما كشفت دراسة (Hu & et all, 2021) أن الشركات الصغيرة الحجم تبدو معرضة لتأثير كورونا بشكل خاص، وأظهرت دراسة (Singh & et all, 2021) أن أصحاب المصلحة في السياحة غيروا وسائل معيشتهم من السياحة التي توقفت إلى وسائل أخرى ممكنة والتأثيرات الإقليمية المتباينة للوباء على المراكز السياحية.

مميزات الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث:

هدف الدراسة: تنوعت الاتجاهات البحثية للدراسات السابقة التي هدفت إلى بيان تأثير جائحة كورونا على القطاع السياحي، في حين سعت الدراسة الحالية إلى دراسة العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا.

مجتمع الدراسة وعينتها: تنوعت الاتجاهات البحثية في تحديد مجتمع الدراسة وعينتها في الدراسات السابقة التي وكان معظمها قد تم تطبيقه في منظمات الأعمال بشكل عام، في حين سيتم تطبيق الدراسة الحالية على الفنادق ومحلات بيت التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

منهجية الدراسة: لقد اعتمدت الدراسات السابقة مناهج متعددة، كالمنهج الوصفي، والمقارن، والمنهج التاريخي، والاستقرائي، وتفاوتت الدراسات الأجنبية في مناهجها المستخدمة، أما الدراسة الحالية اعتمدت في تحقيق أهدافها على المنهج الوصفي التحليلي، إذ يلائم هذا المنهج الدراسات التي تتبنى استقصاء الظاهرة التي أظهرتها مشكلة الدراسة، ثم تحليلها، وتفسيرها، ومقارنتها، وتقييمها وفق أسس منهجية علمية رصينة.

الفصل الثالث

منهجية وإجراءات الدراسة

1.3 مقدمة:

يتضمن هذا الفصل وصفاً مفصلاً لمنهجية الدراسة وإجراءاتها التي اتبعتها الباحثة في تنفيذ الدراسة من حيث المقدمة، منهج الدراسة، وصف مجتمع وعينة الدراسة، إعداد أداة الدراسة "الاستبانة"، إجراءات التحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها والتحليل الإحصائي لخصائص العينة "المعالجات الإحصائية" للدراسة، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

2.3 منهج الدراسة:

بناءً على طبيعة البيانات والمعلومات اللازمة لهذه الدراسة، ولتحقيق أهدافها، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة والتي تحتاج إلى جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص الدلالات والوصول إلى النتائج التي يمكن تعميمها، حيث أن المنهج الوصفي يرتبط غالباً بدراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية، ويعتمد على وصف الظاهرة كما هي، وجمع البيانات والمعلومات اللازمة عنها، وتصنيف هذه المعلومات وتنظيمها، بالإضافة إلى الكتب والمراجع والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة (Saunders et al, 2016).

3.3 مصادر جمع البيانات:

استخدمت الباحثة مصدرين أساسيين للمعلومات:

1. المصادر الثانوية: تم الرجوع إلى مصادر البيانات الثانوية لمعالجة الإطار النظري والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات، والمقالات، والتقارير، والأبحاث والدراسات

السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث، والمطالعة في المواقع الإلكترونية، وذلك من أجل وضع الدراسة في متناول القارئ ومساعدته على فهمها بصورة أكثر وضوحاً وإشراقاً.

2. المصادر الأولية: لمعالجة الجانب التحليلي لموضوع الدراسة، حيث تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للحصول على البيانات غير المعالجة، حيث تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض، كما أنه تم تفرغ البيانات غير المعالجة على برنامج التحليل الإحصائي. (Statistical Package For Social Sciences, SPSS). وذلك من أجل إجراء المعالجة الإحصائية للبيانات والوقوف على النتائج، من أجل الوصول إلى التوصيات والمقترحات والتي من الممكن أن تساعد صناع القرار وترشدهم نحو اتخاذ قراراتهم وفقاً للنتائج وفقاً للأسس والمناهج العلمية المستخدمة في معالجة مثل هذه الظواهر.

4.3 مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع أصحاب الفنادق ومحلات بيت التحف السياحية في محافظة بيت لحم من العام 2022م، والبالغ عددهم (146)، بواقع (54) فندق بسبة بلغت (37.0%)، و(92) محل بيع تحف شرقية بنسبة بلغت (63.0%)، وذلك حسب احصائية وزارة السياحة والآثار الفلسطينية.

5.3 عينة الدراسة:

استخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية البسيطة لأصحاب الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم من العام 2022م، وتكونت عينة الدراسة من (132) مفردة من أصحاب الفنادق والمحلات بيع التحف الشرقية في محافظة بيت لحم والعاملين فيها، بحيث بلغ عدد المشاركين من الفنادق (77) و(55) من المحلات بيع التحف، وتم توزيع أداة الدراسة "الاستبانة" عليهم، والجدول رقم

(1.3) يبين خصائص العينة الديموغرافية:

جدول (1.3): خصائص العينة الديموغرافية

النسبة %	العدد	مستويات المتغير	المتغير
68.9 %	91	ذكر	الجنس
31.1 %	41	أنثى	
22.0 %	29	توجيهي أو أقل	المؤهل العلمي
31.1 %	41	دبلوم	
47.0 %	62	بكالوريوس فأعلى	
13.6 %	18	أقل من 3 سنوات	سنوات الخبرة
31.1 %	41	من 3 - 6 سنوات	
30.3 %	40	من 7 - 10 سنوات	
25.0 %	33	11 سنة فأكثر	
34.1 %	45	أقل 10000 شيقل	معدل الدخل الشهري للمنشأة
34.1 %	45	10001 - 15000 شيقل	
18.9 %	25	15001 - 20000 شيقل	
12.9 %	17	أكثر من 20000 شيقل	
36.4 %	48	مالك المنشأة	المسمى الوظيفي
10.6 %	14	مدير عام	
9.1 %	12	محاسب	
16.7 %	22	دليل سياحي	
27.3 %	36	غير ذلك	
65.9 %	87	1 - 5 عاملا	عدد العاملين
2.3 %	3	6 - 11 عاملا	
17.4 %	23	12 - 15 عاملا	
14.4 %	19	16 عامل فأكثر	
1.5 %	2	أسبوعان	مدة الإغلاق
98.5 %	130	أربع أسابيع	

6.3 الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة:

توضح المعطيات الواردة في الجدول (1.3) خصائص العينة الديمغرافية وفقاً للمتغيرات: (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، معدل الدخل الشهري للمنشأة، المسمى الوظيفي، عدد العاملين في المنشأة، مدة الإغلاق)، وذلك كما يلي:

1.6.3 توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس:

توضح المعطيات الواردة في الجدول (1.3) أن (68.9%) من أفراد عينة الدراسة من الذكور، مقابل (31.1%) من الإناث.

2.6.3 توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي:

توضح المعطيات الواردة في الجدول (1.3) أن (22.0%) من أفراد عينة الدراسة مؤهلاتهم العلمية توجيهي فأقل، وبلغت نسبة أفراد عينة الدراسة والذين مؤهلاتهم العلمي دبلوم (31.1%)، وجاءت نسبة الذين مؤهلاتهم العلمي بكالوريوس فأعلى (47.0%).

3.6.3 توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة:

توضح المعطيات الواردة في الجدول (2.3) أن (13.6%) من أفراد عينة الدراسة سنوات خبرتهم أقل من 3 سنوات، وبلغت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين أعمارهم من 3 - 6 سنوات (31.1%)، وجاء ما نسبته (30.3%) من أفراد عينة الدراسة سنوات خبرتهم من 7 - 10 سنوات، في حين أن (25.0%) من أفراد عينة الدراسة سنوات خبرتهم كانت 11 سنة فأكثر

4.6.3 توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة:

بينت المعطيات الواردة في الجدول (1.3) أن (34.1%) من أفراد عينة الدراسة معدل الدخل الشهري للمنشأة التي يعملون فيها أقل من 10000 شيقل، وأن (34.1%) من أفراد عينة الدراسة كان معدل الدخل الشهري لمنشأتهم بين 10001 - 15000 شيقل، وكان ما نسبته (18.9%) من أفراد عينة الدراسة معدل الدخل الشهري في منشأتهم تراوح بين 15001 - 20000 شيقل، كما بلغت نسبة الذين معدل الدخل الشهري لمنشأتهم أكثر من 20000 شيقل بلغ (12.9%).

5.6.3 توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المسمى الوظيفي:

بينت المعطيات الواردة في الجدول (1.3) أن (36.4%) من أفراد عينة الدراسة مالكون للمنشأة قيد الدراسة، وأن (10.6%) من أفراد عينة الدراسة مدرء في هذه المنشآت، وكان ما نسبته (9.1%) من أفراد عينة الدراسة محاسبون في هذه المنشآت، كما بلغت نسبة الذين يعملون في هذه المنشآت بوظيفة دليل سياحي بلغت (16.7%)، وغير ذلك من الوظائف كانت نسبتهم في عينة الدراسة (27.3%).

6.6.3 توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير عدد العاملين:

بينت المعطيات الواردة في الجدول (1.3) أن (65.6%) من المنشآت في عينة الدراسة يعمل فيها بين 1 - 5 عاملاً، وأن (2.3%) من هذه المنشآت في عينة الدراسة يعمل فيها بين 6 - 11 عاملاً، وكان ما نسبته (17.4%) من المنشآت في عينة الدراسة يعمل فيها بين 12 - 15 عاملاً، وبلغت نسبة المنشآت في عينة الدراسة والتي يعمل فيها 16 عاملاً فأكثر (14.4%).

7.6.3 توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير مدة الإغلاق:

بينت المعطيات الواردة في الجدول (1.3) أن (1.5%) من المنشآت في عينة الدراسة أغلقت لمدة أسبوعان، وبلغت نسبة المنشآت في عينة الدراسة والتي أغلقت أربع أسابيع فأكثر (98.5%).

7.3 أداة الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، حيث تم تطوير أداة الدراسة بعد الرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة والكتب والمراجع العلمية والأطروحات ذات العلاقة بموضوع الدراسة من أجل إعداد أداة الدراسة؛ وذلك للعوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا، وقد تم تطوير الأداة بعد الرجوع إلى الدكتور المشرف ومجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والتخصص، وتكونت الأداة من قسمين هي:

القسم الأول: تضمن القسم الأول من أداة الدراسة على البيانات الشخصية والتي تمثل مجموعة من المؤشرات الخاصة بالمبحوثين (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، معدل الدخل الشهري للمنشأة، المسمى الوظيفي، عدد العاملين في المنشأة، مدة الإغلاق) لتحديد صفات الأفراد المشاركين في هذه الدراسة.

القسم الثاني: تكون القسم الأول من مجالات الدراسة حيث احتوى كل مجال على عدد من الأسئلة المغلقة، وقد تركزت في الاختيار على سلم خماسي وفقاً لمقياس ليكرت (Likert Scale) بدرجاته الخمسة (بدرجة كبيرة جداً، وبدرجة كبيرة، وبدرجة متوسطة، وبدرجة قليلة، وبدرجة قليلة جداً)، والتي كانت موزعة كما يلي:

تأثيرات جائحة كورونا: تم قياسها من خلال الأبعاد التالية:

1. **السياسات والإجراءات الحكومية:** وتكون من (11) فقرة وجاءت لتقييم السياسات والإجراءات التي اتخذها الحكومة الفلسطينية للحد من انتشار فيروس كورونا والتي كان لها تأثير مباشر على القطاع السياحي في محافظة بيت لحم.
2. **حجم الطلب:** وتكون من (6) فقرات هدفت إلى تقييم حجم الطلب على خدمات الفنادق والمنتجعات السياحية من التحف.
3. **حجم الأيدي العاملة:** تكون من (7) فقرات وجاءت لتقييم حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بين التحف السياحية أثناء جائحة كورونا.
4. **مقومات تطوير القطاع السياحي:** احتوى على (8) فقرات، وجاءت لتقييم مقومات تطوير القطاع السياحي في محافظة بيت لحم وانعكاسها على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية.
5. **النهوض وتعافي القطاع السياحي:** وتكون من (9) فقرات وجاءت لتقديم متطلبات النهوض بالقطاع السياحي للتعافي من تأثيرات جائحة كورونا وخصوصاً في قطاع الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية.
6. **وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي:** وتكون من (8) فقرات وجاءت لتقييم استراتيجية النهوض بالقطاع السياحي وخصوصاً الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.
7. **دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة:** وتكون من (14) فقرة وجاءت للتعرف على دور السياحة في تحقيق التنمية في محافظة بيت لحم.

8.3 صدق أداة الدراسة:

صدق الاستبانة ويعني التحقق من صلاحية أداة الدراسة لقياس ما بنيت لقياسه، وبذلك بأن تشمل الاستبانة على جميع العناصر اللازمة للتحليل، وأن تكون فقراتها ومفرداتها واضحة لكل من يستخدمها، وقد قام الباحث بتقنين فقرات الاستبانة وذلك للتأكد من صدق أداة الدراسة، وقد تم التأكد من فقرات الاستبانة بطريقتين:

1.8.3 الصدق الظاهري للأداة (صدق المحكمين):

قام الباحث بتصميم الاستبانة بصورتها الأولية، ومن ثم التحقق من صدق أداة الدراسة بعرضها على الدكتور المشرف ومجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والتخصص، تألفت من (5) محكمين، ويوضح الملحق رقم (1) أسماء المحكمين الذين تفضلوا بتحكيم أداة الدراسة، حيث قاموا مشكورين بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حولها من حيث: مدى وضوح لغة الفقرات وسلامتها لغوياً، ومدى شمول الفقرات للجانب المدروس، وإضافة أي معلومات أو تعديلات أو فقرات يرونها مناسبة، وتم أخذها بعين الاعتبار عند إخراج الأداة بشكلها النهائي.

2.8.3 صدق الاتساق الداخلي والصدق البنائي لأداة الدراسة "الاستبانة":

قام الباحث بالتحقق من صدق أداة الدراسة بحساب معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) لفقرات المقياس مع الدرجة الكلية لكل مجال من مجالات أداة الدراسة، وذلك كما هو واضح في الجدول (2.3).

جدول (2.3): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات لكل مجال من

مجالات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية له

الرقم	الفقرات	قيمة (ر)	الدلالة الإحصائية
السياسات والاجراءات الحكومية			
1	أدت سياسات الإغلاق إلى الحد من الأنشطة السياحية في محافظة بيت لحم	0.550	0.000
2	قلل تقييد السوق السياحي بساعات عمل محددة من مشتريات النشاط السياحي	0.587	0.000
3	تسببت سياسات الإغلاق لدول الجوار إلى الحد من السياحة الوافدة	0.499	0.000
4	تسببت سياسات الإغلاق في ارتفاع تكاليف السفر والسياحة	0.536	0.000
5	زادت سياسات الإغلاق (الحجر الصحي) من تردد السائحين لممارسة السياحة	0.550	0.000
6	تكدت سياسات إغلاق القطاع السياحي نفقات ومصروفات إضافية	0.464	0.000
7	أدت الإجراءات الاحترازية إلى زيادة النفقات التشغيلية	0.500	0.000
8	انخفضت نسبة الإقبال على السياحة نتيجة الاجراءات الاحترازية	0.558	0.000
9	تراجعت الأرباح بسبب ارتفاع تكاليف السياحة	0.508	0.000
10	أدت الإجراءات الاحترازية إلى إغلاق بعض المنشآت السياحية	0.653	0.000
11	تؤثر كثرة فحوصات كورونا وتعقيد الاجراءات على السياحة	0.707	0.000
حجم الطلب			
12	تراجع الطلب على المنتجات والخدمات السياحية وارتفاع أسعارها	0.626	0.000
13	تراجع الطلب على المنتجات والخدمات السياحية نتيجة توفر البدائل السياحية الداخلية	0.630	0.000
14	لزيادة حجم الطلب هناك توجه لإدخال خدمات سياحية جديدة مثل المسارات السياحية	0.707	0.000
15	يقل استعمال شعار "جاهزين" من الإقبال على الخدمات السياحية	0.784	0.000
16	ارتفعت نسبة التوجه نحو التسويق الإلكتروني للمنتجات والخدمات السياحية	0.695	0.000
17	قللت الاجراءات الصحية مثل توفير المعقمات والكمادات من التوجه للسياحة	0.765	0.000
18	أدى إغلاق بعض المؤسسات السياحية نتيجة إصابة بعض العاملين إلى	0.950	0.000

		ارتفاع مستوى الخسائر	
0.000	0.792	حجم الأيدي العاملة	
0.000	0.615	أدى تراجع السياحة إلى انخفاض حجم القوى العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	19
0.000	0.513	تعاني الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية من عدم توفر المصاريف التشغيلية بسبب قلة الإيرادات	20
0.000	0.542	أثر انتشار فيروس كورونا على عدد ساعات العمل في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	21
0.000	0.708	استمرت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية بنفس القوى العاملة التي كانت عليها قبل الجائحة	22
0.000	0.759	أبقت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية على العمال من ذوي الخبرة فقط	23
0.000	0.624	خفضت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية جزء من القوة العاملة لديها	24
0.000	0.739	أوقفت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية كافة القوى العاملة وأبقت على الإداريين فقط	25
0.000	0.886	مقومات تطوير القطاع السياحي	
0.000	0.707	توفير مسارات سياحية مؤهلة للمعالم السياحية	26
0.000	0.676	إعادة ترميم وتأهيل المناطق الأثرية	27
0.000	0.780	التوسع في التعليم السياحي والفندقي لخلق كوادر إدارية وفنية ترتقي بمستوى الأداء الخدمي للنشاط السياحي	28
0.000	0.730	تجديد اللوحات الإرشادية في المناطق الأثرية	29
0.000	0.648	التوسع في الأفلام التسجيلية عن المزارات الأثرية والهامة ومناطق الجذب السياحي	30
0.000	0.756	تشجيع إقامة القرى السياحية ينمي القطاع السياحي	31
0.000	0.727	تشجيع الاستثمار في مجال السياحة الداخلية	32
0.000	0.658	العمل على تنويع الخدمات السياحية في مختلف المناطق	33
0.000	0.881	أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي	
0.000	0.666	الاعتماد على نشاطات وأسواق متعددة في المجال السياحي	34
0.000	0.598	يعتمد السائحون والزوار الأجانب جزءاً من برامج الترويج للصادرات الوطنية	35
0.000	0.570	رفع مستوى التنافسية بالسياحة الداخلية من خلال تعزيز الترابط وتيسير السفر	36

0.000	0.729	تزويد المجتمعات والمجموعات الضعيفة بالقدرة على تطوير منتجات سياحية جديدة	37
0.000	0.720	تسهيل مخططات السياحة الاجتماعية وتعزيزها لتستهدف كبار السن والأسر والشباب والأشخاص ذوي الإعاقة	38
0.000	0.740	توظيف التسويق الإلكتروني من خلال الشراكة بين المؤسسات السياحية ووزارة السياحة	39
0.000	0.734	انشاء مرصد سياحة مستدامة وطنية ومحلية لقياس جميع أبعاد السياحة بالشراكة مع أصحاب المصلحة	40
0.000	0.757	بناء قدرات المؤسسات السياحية في استقطاب السياحة الوافدة	41
0.000	0.597	تحسين خدمات السلامة العامة في المواقع السياحية	42
0.000	0.801	استراتيجية النهوض بالقطاع السياحي	
0.000	0.766	تحفيز الاحتفاظ بالوظائف وتقديم الدعم للعاملين في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	43
0.000	0.736	حماية الفئات الأكثر تعرضا للمخاطر الناجمة عن السياحة	44
0.000	0.796	دعم سيولة الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	45
0.000	0.746	إعادة النظر في الضرائب والرسوم التي تؤثر على المنشآت السياحية	46
0.000	0.680	شعور السائح بالأمن والأمان	47
0.000	0.757	إدراج السياحة في حزم المساعدات خلال حالات الطوارئ الاقتصادية	48
0.000	0.714	تسهيل ممارسة السائح الأجنبي للسياحة	49
0.000	0.762	توفير مصادر إرشاد ومعرفة للسائح	50
0.000	0.402	دور السياحة في تحقيق التنمية	
0.000	0.459	تخلق السياحة فرص عمل دائمة	51
0.000	0.414	تخلق السياحة فرص عمل موسمية	52
0.000	0.495	تساعد الجباية السياحية في توفير السيولة لإنشاء المشاريع السياحية والتنمية	53
0.000	0.530	تزيد من نشاط الحرفيين والنشاط الحرفي	54
0.000	0.498	تساهم في تطوير البنية التحتية	55
0.000	0.602	تحسن من المستوى المعيشي للفرد	56
0.000	0.596	تساعد على التعايش مع مختلف الثقافات	57

0.000	0.608	تعمل على تدفق العملة الأجنبية	58
0.000	0.564	تساعد في التهيئة العمرانية للمناطق السياحية	59
0.000	0.554	تطوير الصناعات اليدوية المحلية كصناعة الفخار والألبسة التراثية	60
0.000	0.622	تحسن من مستوى الخدمات السياحية والفندقية	61
0.000	0.581	تقضي على العديد من المشاكل، كالبطالة والركود الاقتصادي	62
0.000	0.661	تحقق السياحة الرفاهية للمجتمع	63
0.000	0.484	تفيد المجتمع من خلال الخدمات التي توفرها المشاريع السياحية مثل تجميل الطرق وتجميل المناطق كإقامة الحدائق.	64

تشير المعطيات الواردة في الجدول (4.3) إلى أن جميع قيم مصفوفة ارتباط فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية لكل مجال من مجالات أداة الدراسة دالة إحصائياً، مما يشير إلى قوة الاتساق الداخلي، كما تشير النتائج إلى أن جميع مجالات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية للأداة دالة إحصائياً، مما يشير إلى قوة الصدق البنائي، وأنها تشترك معاً في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا، على ضوء الإطار النظري الذي بني المقياس على أساسه.

9.3 ثبات أداة الدراسة:

تحقق الباحث من ثبات أداة الدراسة من خلال طريقة الاتساق الداخلي وذلك بحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا، حيث تعتمد طريقة كرونباخ ألفا على حساب تباينات الفقرات، وعلى الرغم من أن قواعد القياس في القيمة الواجب الحصول عليها غير محددة، إلا أن الحصول على قيمة ألفا أكثر أو تساوي (60%) يعتبر مقبولاً، وذلك كما هو موضح في الجدول (3.3).

جدول (3.3): نتائج معاملات ثبات أداة الدراسة

كرونباخ ألفا	عدد الفقرات	مقياس الدراسة ومجالاتها
0.771	11	السياسات والاجراءات الحكومية على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
0.812	7	حجم الطلب على خدمات الفنادق ومنتجات التحف السياحية
0.766	7	حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
0.860	8	مقومات تطوير القطاع السياحي وانعكاسها على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
0.855	9	أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
0.885	8	أثر وجود استراتيجية النهوض بالقطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
0.822	14	دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة
0.946	64	الدرجة الكلية

تشير المعطيات الواردة في الجدول (4.3) أن قيم ثبات أداة الدراسة في مجالاتها أداة الدراسة تراوحت بين (76.6% - 88.5%)، كما وبلغت قيمة الثبات عند الدرجة الكلية لأداة الدراسة (94.6%)، وبذلك تتمتع الأداة (الاستبانة) بدرجة عالية من الثبات وقابلة لاعتمادها لتحقيق أهداف الدراسة.

10.3 خطوات تطبيق الدراسة:

1. تحديد موضوع الدراسة والمتمثل في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا.

2. بعد التأكد من صدق أداة الدراسة (الاستبانة) قام الباحث بعمل استبانة الكترونية وأخرى ورقية وتوزيعها على أفراد عينة الدراسة.

3. قام أفراد عينة الدراسة بتعبئة الاستبانة بما هو مطلوب منهم وبعد ذلك قام الباحث بالتحقق من الاستجابات، وذلك تمهيداً لتفريغها إلى برنامج التحليل الإحصائي (SPSS V20).

4. تم اهمال جميع المتغيرات التي نسبة الاستجابة فيها تقل عن 5%، وبهذا يتم اهمال متغير مدة الإغلاق

5. تمت عملية التحليل باستخدام برنامج التحليل الاحصائي (SPSS V20)، والوصول إلى التوصيات.

11.3 متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: تأثيرات جائحة كورونا وتم قياسها من خلال الأبعاد التالية:

- **السياسات والإجراءات الحكومية:** وتمثل السياسات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة الفلسطينية للحد من انتشار الفيروس، فقد كان لها تأثير مباشر على حركة السياحة.
- **حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية:** يمثل هذا المتغير الطلب على الخدمات السياحية خصوصاً خدمات المبيت للفنادق ومبيت التحف عند محلات بيع التحف، فقد أدى انتشار الفايروس إلى تراجع في الطلب على الخدمات السياحية.
- **حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية:** نتيجة للإغلاق وسياسات الحد من انتشار فيروس كورونا والتي كان أبرزها الإغلاق ومنع الحركة، دفع بعض المنشأة إلى

التقلص من حجم الأيدي العاملة لديها خصوصاً في ظل ارتفاع التكاليف المتمثلة في الاجور وغيرها مع انعدام الدخل.

• مقومات تطوير القطاع السياحي وانعكاسها على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية:

يبحث هذا المتغير في المقومات التي ينبغي العمل على توفيرها والتي تعمل على تطوير السياحة في محافظة بيت لحم.

• نهوض وتعافي القطاع السياسي وأثره على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية:

يبحث هذا المتغير في آليات النهوض بالقطاع السياحي والسير به نحو التعافي من تأثيرات جائحة كورونا.

• أثر وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف

السياحية: يبحث هذا المتغير في مدى وجود استراتيجية واضحة للنهوض بالقطاع السياحي.

المتغيرات الضابطة:

1. الجنس وله مستويان (ذكر، أنثى).
2. المؤهل العلمي وله ثلاثة مستويات (توجيهي أو أقل، دبلوم، بكالوريوس فأعلى).
3. سنوات الخبرة وله أربع مستويات (أقل من 3 سنوات، من 3 - 6 سنوات، من 7 - 10 سنوات، 11 سنة فأكثر)
4. معدل الدخل الشهري للمنشأة وله أربع مستويات (أقل من 10000 شيقل، 1001 - 15000 شيقل، 15001 - 20000 شيقل، أكثر من 20000 شيقل).

5. المسمى الوظيفي وله خمسة مستويات (مالك المنشأة، مدير عام، محاسب، دليل سياحي، غير ذلك)

6. مدة الإغلاق وله أربعة مستويات (اسبوع، اسبوعان، ثلاثة اسابيع، اربعة أسابيع فأكثر)

المتغير التابع: أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية

12.3 المعالجة الإحصائية:

بعد جمع الاستبانات والتأكد من صلاحيتها للتحليل، قام الباحث بمراجعتها وذلك تمهيداً لإجراء المعالجات الإحصائية للبيانات بعد إدخالها للحاسوب، فقد أعطيت البيانات أرقاماً معينة، فقد أعطيت بدرجة كبيرة جداً (5) درجات، وبدرجة كبيرة (4) درجات، وبدرجة متوسطة (3) درجات، وبدرجة قليلة (2) درجتين، وبدرجة قليلة جداً (1) درجة واحدة، بحيث كلما زادت الدرجة زادت العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا.

وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation)، ومعادلة الثبات كرونباخ ألفا، واختبار "ت" لعينة مستقلة (One Sample T -Test)، واختبار "ت" (T-Test)، واختبار التحليل الأحادي (One Way ANOVA Analysis)، واختبار (LSD) للمقارنات البعدية، وذلك باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS V20).

13.3 الأساليب الإحصائية:

اعتمد الباحث على مجموعة من الأساليب الإحصائية والتي يوفرها برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وهي كما يلي:

1. أسلوب الاحصاء الوصفي: تم استخدام الاحصاء الوصفي ايجاد مقاييس النزعة المركزية كالمتوسطات الحسابية، والأوزان النسبية، ومقاييس التشتت كالانحراف المعياري، وأيضا تم استخدام هذا الاسلوب في حساب التكرارات والنسب المئوية اللازمة في التحليل الإحصائي.

2. معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation): تم استخدام معامل ارتباط بيرسون للتحقق من صدف أداة الدراسة من خلال ايجاد العلاقة بين فقرات كل محور مع الدرجة الكلية له.

3. معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha): استخدمت معادلة الثبات لمعرفة درجة ثبات أداة الدراسة والتي تتراوح بين (0 - 1)، وتعتبر النسبة (60%) مقبولة في إجراء البحوث العلمية.

4. اختبار "ت" لعينة واحدة (One Sample T-Test) وكذلك لعينتين مستقلتين (Independent T-Test).

5. تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA Analysis) لفحص الفروق بين أكثر من فئتين في المتغيرات.

6. اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين فئات المتغيرات المستقلة

7. بعد إعطاء اتجاهات أفراد العينة أرقاماً تمثل أوزاناً لاتجاهاتهم من (1-5) تم حساب فرق أعلى قيمة من أدنى قيمة وهي (1-5)، وهو ما يسمى بالمدى، تم قسمة قيمة المدى على عدد الخيارات المطلوبة في الحكم على النتائج وهو (5) ليصبح النتائج $5 \div 4 = 0.80$ ، وبالتالي نستمر في زيادة

هذه القيمة ابتداء من أدنى قيمة وذلك لإعطاء الفترات الخاصة بتحديد الحالة أو الاتجاه بالاعتماد على الوسط الحسابي، وذلك كما هو موضح في الجدول (4.3):

جدول (4.3): مفاتيح التصحيح

الدرجة	المتوسط الحسابي
منخفضة جدا	1.79 - 1.00
منخفضة	2.60 - 1.80
متوسطة	3.40 - 2.61
مرتفعة	4.20 - 3.41
مرتفعة جدا	5.00 - 4.21

14.3 أخلاقيات الدراسة:

إن البحث العلمي هو عملية أخلاقية ومنهجية في ذات الوقت، وخلال كتابة الباحث لهذه الدراسة التزم بالمواصفات الأخلاقية إلى جانب المواصفات المعرفية والمنهجية، وحرص على الأمور التالية:

1. الابتعاد عن السرقة الأدبية والعلمية والتزام الدقة والصدق والأمانة والشفافية في التوثيق.
2. حفظ حقوق المساهمين في البحوث والدراسات بحقهم الأدبي عند نشر الدراسة.

نتائج الدراسة ومناقشتها

1.4 مقدمة:

يتضمن هذا الفصل عرضاً كاملاً ومفصلاً لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، حول العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا، وذلك من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة، والتحقق من صحة فرضياتها باستخدام التقنيات الإحصائية المناسبة.

2.4 الإجابة عن أسئلة الدراسة:

1.2.4 الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس: ما العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (1.4).

جدول (1.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في

محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المقياس
مرتفعة جدا	0.309	4.49	العوامل المؤثرة على أداء الفنادق في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا
مرتفعة جدا	0.484	4.35	العوامل المؤثرة على أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا

تشير المعطيات الواردة في الجدول (1.4) أن العوامل المؤثر على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم خلال جاء بدرجة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.49) مع انحراف معياري (0.309)، كما تظهر النتائج أن أثر جائحة كورونا على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جاء بدرجة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.35) مع انحراف معياري (0.484)، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى درجة خطورة هذه الفيروس والتي كانت نتائجها وتأثيراتها كبيرة جدا على حياة المواطنين، فقد أودى هذا الفايروس بحياة الملايين من سكان العالم، كما أن انتشاره بشكل واسع وسريع كان يعود بالدرجة الأولى إلى السفر، وخصوصاً من الوفود السياحية، فقد كانت بداية انتقال هذا الفايروس إلى فلسطين من خلال سواح أجنبية، كما أن استخدام الفنادق كأماكن لعزل المصابين بالفيروس كان له تأثير مباشر على رغبة الزوار في النزول في الفنادق، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أبو غيث (2021)، ودراسة شكري (2021)، ودراسة أسعد (2021)، ودراسة أنيس (2021)، ودراسة (Hu & et all, 2021) ودراسة (Singh & et all, 2021)

وقد انبثق عن التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1.1.2.4 الإجابة عن السؤال الفرعي الأول: ما هو تأثير السياسات والاجراءات الحكومية التي تم اتخاذها في الحد من انتشار جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تأثير السياسات والاجراءات الحكومية التي تم اتخاذها في الحد من انتشار جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (2.4).

جدول (2.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تأثير السياسات والإجراءات الحكومية التي تم اتخاذها

في الحد من انتشار جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

الرقم	الفقرات	الفنادق		محلات بيع التحف	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	أدت سياسات الإغلاق إلى الحد من الأنشطة السياحية في محافظة بيت لحم	4.92	0.390	4.87	0.388
2	قلل تقييد السوق السياحي بساعات عمل محددة من مشتريات النشاط السياحي	4.81	0.430	4.64	0.522
3	تسببت سياسات الإغلاق لدول الجوار إلى الحد من السياحة الوافدة	4.71	0.455	4.65	0.517
4	تسببت سياسات الإغلاق في ارتفاع تكاليف السفر والسياحة	4.60	0.520	4.49	0.635
5	زادت سياسات الإغلاق (الحجر الصحي) من تردد السائحين لممارسة السياحة	4.73	0.504	4.55	0.571
6	تكدت سياسات إغلاق القطاع السياحي نفقات ومصروفات إضافية	4.62	0.539	4.53	0.604
7	أدت الإجراءات الاحترازية إلى زيادة النفقات التشغيلية	4.57	0.715	4.60	0.710
8	انخفضت نسبة الإقبال على السياحة نتيجة الإجراءات الاحترازية	4.49	0.599	4.45	0.571
9	تراجعت الأرباح بسبب ارتفاع تكاليف السياحة	4.70	0.488	4.49	0.663
10	أدت الإجراءات الاحترازية إلى إغلاق بعض المنشآت السياحية	4.66	0.576	4.53	0.663
11	تؤثر كثرة فحوصات كورونا وتعقيد الإجراءات على السياحة	4.70	0.515	4.55	0.741
	الدرجة الكلية	4.68	0.221	4.57	0.398

تشير المعطيات الواردة في الجدول (2.4) أن تأثير السياسات والاجراءات الحكومية التي تم اتخاذها في الحد من انتشار جائحة كورونا على الفنادق في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.68) مع انحراف معياري (0.22)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (1) والتي نصت على (أدت سياسات الإغلاق إلى الحد من الأنشطة السياحية في محافظة بيت لحم) بمتوسط حسابي (4.92) مع انحراف معياري (0.39) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (2) والتي نصت على (قلل تقييد السوق السياحي بساعات عمل محددة من مشتريات النشاط السياح) بمتوسط حسابي (4.81) مع انحراف معياري (0.43)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (8)، والتي نصت على (تكدت سياسات إغلاق القطاع السياحي نفقات ومصروفات إضافي) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.49) مع انحراف معياري (0.60)، تلاها الفقرة رقم (7) والتي نصت على (أدت الإجراءات الاحترازية إلى زيادة النفقات التشغيلية)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.57) مع انحراف معياري (0.42).

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (2.4) أن مدى تأثير السياسات والاجراءات الحكومية التي تم اتخاذها في الحد من انتشار جائحة كورونا على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.57) مع انحراف معياري (0.40)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (1) والتي نصت على (أدت سياسات الإغلاق إلى الحد من الأنشطة السياحية في محافظة بيت لحم) بمتوسط حسابي (4.87) مع انحراف معياري (0.39) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (3) والتي نصت على (تسببت سياسات الإغلاق لدول الجوار إلى الحد من السياحية الوافدة) بمتوسط حسابي (4.65) مع انحراف معياري (0.82)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (8)، والتي نصت على (تكدت سياسات إغلاق القطاع السياحي نفقات ومصروفات إضافي) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.45) مع انحراف معياري (0.57)، تلاها الفقرة رقم (4) والتي نصت على

(تسببت سياسات الإغلاق في ارتفاع تكاليف السفر والسياحة)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.49) مع انحراف معياري (0.64).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى لجوء العديد من دول العالم إلى اتخاذ إجراءات سريعة للحد من انتشار هذا الفيروس الغامض، فقد كان من الصعب الوصول إلى علاج فعال وسريع مع انتشاره، الأمر الذي دفع الحكومات وعلى مستوى دول العالم إلى اتخاذ سلسلة من الإجراءات بغرض الحد من انتشار دائرة الفيروس، الأمر الذي انعكس وبشكل واضح على حركة المواطنين عامة والسياحة خاصة، سواء السياحة الخارجية حيث عملت العديد من الدول إلى اتخاذ إجراءات صارمة في تنقل المواطنين، أو على المستوى المحلي والذي تمثل في الحد من التنقل بين المحافظات، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أنيس (2021)، ودراسة (Bulchand-Gidumal, 2022).

2.1.2.4 الإجابة عن السؤال الفرعي الثاني: ما هو تأثير جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات

الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثيرات جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (3.4).

جدول (3.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثيرات جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق

ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

الدرجة	محلات بيع التحف		الفنادق		الفقرات	الرقم
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
مرتفعة جدا	0.663	4.69	0.488	4.84	تراجع الطلب على المنتجات والخدمات السياحية وارتفاع أسعارها	12
مرتفعة جدا	0.832	4.29	0.602	4.35	تراجع الطلب على المنتجات والخدمات السياحية نتيجة توفر البدائل السياحية الداخلية	13
مرتفعة جدا	0.952	4.27	0.787	4.45	زيادة حجم الطلب هناك توجه لإدخال خدمات سياحية جديدة مثل المسارات السياحية	14
مرتفعة جدا	0.936	4.29	0.753	4.45	يقل استعمال شعار "جاهزين" من الإقبال على الخدمات السياحية	15
مرتفعة جدا	0.742	4.49	0.681	4.51	ارتفعت نسبة التوجه نحو التسويق الإلكتروني للمنتجات والخدمات السياحية	16
مرتفعة جدا	0.985	4.25	0.771	4.34	قللت الإجراءات الصحية مثل توفير المعقمات والكمامات من التوجه للسياحة	17
مرتفعة جدا	0.767	4.49	0.699	4.53	أدى إغلاق بعض المؤسسات السياحية نتيجة إصابة بعض العاملين إلى ارتفاع مستوى الخسائر	18
مرتفعة جدا	0.642	4.40	0.412	4.50	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (3.4) أن أثر جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق

في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.50) مع انحراف معياري

(0.41)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (12) والتي نصت على (تراجع الطلب على المنتجات والخدمات

السياحية وارتفاع أسعارها) بمتوسط حسابي (4.84) مع انحراف معياري (0.49) في المرتبة الأولى،

تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (18) والتي نصت على (أدى إغلاق بعض المؤسسات السياحية نتيجة إصابة بعض العاملين إلى ارتفاع مستوى الخسائر) بمتوسط حسابي (4.53) مع انحراف معياري (0.70)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (17)، والتي نصت على (قللت الاجراءات الصحية مثل توفير المعقمات والكمامات من التوجه للسياحة) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.34) مع انحراف معياري (0.77)، تلاها الفقرة رقم (13) والتي نصت على (تراجع الطلب على المنتجات والخدمات السياحية نتيجة توفر البدائل السياحية الداخلية)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.35) مع انحراف معياري (0.60).

كما تشير المعطيات الواردة في الجدول (3.4) أن أثر جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.40) مع انحراف معياري (0.64)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (12) والتي نصت على (تراجع الطلب على المنتجات والخدمات السياحية وارتفاع أسعارها) بمتوسط حسابي (4.69) مع انحراف معياري (0.66) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (16) والفقرة (18) والتي نصت على (ارتفعت نسبة التوجه نحو التسويق الإلكتروني للمنتجات والخدمات السياحية) و(أدى إغلاق بعض المؤسسات السياحية نتيجة إصابة بعض العاملين إلى ارتفاع مستوى الخسائر) بمتوسط حسابي (4.49) مع انحراف معياري (0.74) و(0.77)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (17)، والتي نصت على (قللت الاجراءات الصحية مثل توفير المعقمات والكمامات من التوجه للسياحة) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.25) مع انحراف معياري (0.99)، تلاها الفقرة رقم (14) والتي نصت على (لزيادة حجم الطلب هناك توجه لإدخال خدمات سياحية جديدة مثل المسارات السياحية)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.27) مع انحراف معياري (0.95).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الإجراءات والسياسات التي تم اتخاذها والتي ادت إلى تراجع الطلب على السياحة، كما أن اغلاق بعض المنشآت السياحية نتيجة إصابة إحدى العاملين فيها كان له تأثير مباشر في التوجه لتلك المنشأة، هذه من ناحية، ومن ناحية أخرى التذبذب في الاجراءات الصحية وتوفير متطلبات السلامة، فقد شهدت المراحل الأولى من انتشار الوباء حدوث نقص حاد في توفير متطلبات الوقاية والسلامة الصحية والتي كان ابسطها توفر أقنعة الوجه، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أنيس (2021)

3.1.2.4 الإجابة عن السؤال الفرعي الثالث: ما هو تأثير جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثيرات جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (4.4).

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثيرات جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

الرقم	الفقرات	الفنادق		محلات بيع التحف		الدرجة
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
19	أدى تراجع السياحة إلى انخفاض حجم القوى العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	4.88	0.323	4.55	0.812	مرتفعة جدا
20	تعاني الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية من عدم توفر المصاريف التشغيلية بسبب قلة الإيرادات	4.51	0.553	4.42	0.832	مرتفعة جدا
21	أثر انتشار فايروس كورونا على عدد ساعات	4.40	0.613	4.22	0.762	مرتفعة جدا

					العمل في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	
مرتفعة جدا مرتفعة	1.052	4.07	0.958	4.29	استمرت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية بنفس القوى العاملة التي كانت عليها قبل الجائحة	22
مرتفعة جدا مرتفعة	1.161	3.95	0.930	4.29	أبقت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية على العمال من ذوي الخبرة فقط	23
مرتفعة جدا	0.865	4.25	0.732	4.42	خففت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية جزء من القوة العاملة لديها	24
مرتفعة جدا مرتفعة	0.982	4.13	0.754	4.49	أوقفت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية كافة القوى العاملة وأبقت على الإداريين فقط	25
مرتفعة جدا	0.670	4.23	0.380	4.47	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (4.4) أن مدى تأثير جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.47) مع انحراف معياري (0.38)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (19) والتي نصت على (أدى تراجع السياحة إلى انخفاض حجم القوى العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية) بمتوسط حسابي (4.88) مع انحراف معياري (0.32) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (20) والتي نصت على (تعاني الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية من عدم توفر المصاريف التشغيلية بسبب قلة الإيرادات) بمتوسط حسابي (4.51) مع انحراف معياري (0.55)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (22) والفقرة (23)، والتي نصت على (استمرت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية بنفس القوى العاملة التي كانت عليها قبل الجائحة)، و(أبقت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية على العمال من ذوي الخبرة فقط) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.22) مع انحراف معياري (0.96) و(0.93)، تلاها الفقرة رقم (24)

والتي نصت على (خفضت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية جزء من القوة العاملة لديها)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.42) مع انحراف معياري (0.75).

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (4.4) أن مدى تأثير جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.23) مع انحراف معياري (0.67)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (19) والتي نصت على (أدى تراجع السياحة إلى انخفاض حجم القوى العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية) بمتوسط حسابي (4.55) مع انحراف معياري (0.81) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (20) والتي نصت على (تعاني الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية من عدم توفر المصاريف التشغيلية بسبب قلة الإيرادات) بمتوسط حسابي (4.42) مع انحراف معياري (0.83)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (23)، والتي نصت على (أبقت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية على العمال من ذوي الخبرة فقط) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (3.95) مع انحراف معياري (1.16)، تلاها الفقرة رقم (22) والتي نصت على (استمرت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية بنفس القوى العاملة التي كانت عليها قبل الجائحة)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.07) مع انحراف معياري (1.05).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الإغلاق العام الذي شهدت المحافظة وكذلك إغلاق بعض المنشآت التي ظهرت فيها إصابات أدى إلى تراجع في أعداد العاملين فيها، وقد يرجع ذلك إلى تراجع الدخل والذي يوفر لصالح المنشأة القدرة على دفع الأجور للعاملين، مع وجود نقص حاد في المصاريف التشغيلية لتلك المنشآت، مما دفع بتلك المنشأة إلى المحافظ على الحد الأدنى من القوى العاملة لديها وخصوصاً ممن تتوفر لديهم الخبرة العالية في مجال عملها، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أبو غيث (2021)، ودراسة أنيس (2021).

4.1.2.4 الإجابة عن السؤال الفرعي الرابع: ما انعكاس توفر مقومات تطوير القطاع السياحي على

الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم والتي تعمل على تحقيق التنمية السياحية

في فلسطين؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لانعكاس توفر

مقومات تطوير القطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم والتي

تعمل على تحقيق التنمية السياحية في فلسطين، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (5.4).

جدول (5.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لانعكاس توفر مقومات تطوير القطاع السياحي على الفنادق

ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم والتي تعمل على تحقيق التنمية السياحية في فلسطين

الدرجة	محلات بيع التحف		الفنادق		الفقرات	الرقم
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
مرتفعة جدا	0.918	4.44	0.634	4.60	توفير مسارات سياحية مؤهلة للمعالم السياحية	26
مرتفعة جدا	0.847	4.36	0.734	4.44	إعادة ترميم وتأهيل المناطق الأثرية	27
مرتفعة جدا	0.870	4.27	0.750	4.26	التوسع في التعليم السياحي والفندقي لخلق كوادر إدارية وفنية ترتقي بمستوى الأداء الخدمي للنشاط السياحي	28
مرتفعة جدا مرتفعة	0.811	4.16	0.719	4.22	تجديد اللوحات الإرشادية في المناطق الأثرية	29
مرتفعة جدا مرتفعة	0.809	4.11	0.785	4.32	التوسع في الأفلام التسجيلية عن المزارات الأثرية والهامة ومناطق الجذب السياحي	30
مرتفعة	0.898	4.16	0.689	4.38	تشجيع إقامة القرى السياحية ينمي القطاع السياحي	31
مرتفعة جدا	0.804	4.27	0.724	4.36	تشجيع الاستثمار في مجال السياحة الداخلية	32

مرتفعة جدا	0.786	4.42	0.754	4.47	العمل على تنوع الخدمات السياحية في مختلف المناطق	33
مرتفعة جدا	0.652	4.28	0.466	4.38	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (5.4) أن انعكاس توفر مقومات تطوير القطاع السياحي على الفنادق في محافظة بيت لحم والتي تعمل على تحقيق التنمية السياحة في فلسطين جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.38) مع انحراف معياري (0.47)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (26) والتي نصت على (توفير مسارات سياحية مؤهلة للمعالم السياحية) بمتوسط حسابي (4.60) مع انحراف معياري (0.63) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (33) والتي نصت على (العمل على تنوع الخدمات السياحية في مختلف المناطق) بمتوسط حسابي (4.47) مع انحراف معياري (0.75)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (29)، والتي نصت على (تجديد اللوحات الإرشادية في المناطق الأثرية) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.22) مع انحراف معياري (0.72)، تلاها الفقرة رقم (28) والتي نصت على (التوسع في التعليم السياحي والفندقي لخلق كوادر إدارية وفنية ترتقي بمستوى الأداء الخدمي للنشاط السياحي)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.26) مع انحراف معياري (0.75).

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (5.4) أن انعكاس توفر مقومات تطوير القطاع السياحي على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم والتي تعمل على تحقيق التنمية السياحة في فلسطين جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.28) مع انحراف معياري (0.65)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (26) والتي نصت على (توفير مسارات سياحية مؤهلة للمعالم السياحية) بمتوسط حسابي (4.44) مع انحراف معياري (0.92) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (33)

والتي نصت على (العمل على تنويع الخدمات السياحية في مختلف المناطق) بمتوسط حسابي (4.42) مع انحراف معياري (0.79)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (30)، والتي نصت على (التوسع في الأفلام التسجيلية عن المزارات الأثرية والهامة ومناطق الجذب السياحي) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.11) مع انحراف معياري (0.81)، تلاها الفقرة رقم (29) والتي نصت على (تجديد اللوحات الإرشادية في المناطق الأثرية)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.1) مع انحراف معياري (0.81). ويعزو الباحث هذه النتيجة أنه لكل عمل مقوماته، ولكي تستطيع السياحة العودة لنشاطها وتوفير التنمية المستدامة، فإن هذا يتطلب توفير مجموعة من المقومات، وإعادة النظر في الوضع الراهن للمقومات الموجودة والعمل على تطويرها بما يحقق التنمية المستدامة في ظل التحديات الجديدة، خصوصاً تلك التي فرضتها جائحة كورونا.

5.1.2.4 الإجابة عن السؤال الفرعي الخامس: ما هو أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات

جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تأثير النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (6.4).

جدول (6.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تأثير النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات

جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية

الدرجة	محلات بيع التحف		الفنادق		الفقرات	الرقم
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
مرتفعة جدا	0.762	4.58	0.670	4.70	الاعتماد على نشاطات وأسواق متعددة في المجال السياحي	34
مرتفعة جدا	0.704	4.36	0.661	4.51	يعتمد السائحون والزوار الأجانب جزءاً من برامج الترويج للصادرات الوطنية	35
مرتفعة جدا مرتفعة	0.870	4.15	0.667	4.36	رفع مستوى التنافسية بالسياحة الداخلية من خلال تعزيز الترابط وتيسير السفر	36
مرتفعة جدا	0.875	4.29	0.741	4.29	تزويد المجتمعات والمجموعات الضعيفة بالقدرة على تطوير منتجات سياحية جديدة	37
مرتفعة جدا مرتفعة	0.905	4.18	0.744	4.38	تسهيل مخططات السياحة الاجتماعية وتعزيزها لتستهدف كبار السن والأسر والشباب والأشخاص ذوي الإعاقة	38
مرتفعة جدا	0.912	4.27	0.718	4.48	توظيف التسويق الإلكتروني من خلال الشراكة بين المؤسسات السياحية ووزارة السياحة	39
مرتفعة جدا	0.870	4.27	0.837	4.34	انشاء مراصد سياحة مستدامة وطنية ومحلية لقياس جميع أبعاد السياحة بالشراكة مع أصحاب المصلحة	40
مرتفعة جدا	0.775	4.25	0.718	4.48	بناء قدرات المؤسسات السياحية في استقطاب السياحة الوافدة	41
مرتفعة جدا	0.767	4.31	0.724	4.36	تحسين خدمات السلامة العامة في المواقع السياحية	42
مرتفعة جدا	0.596	4.30	0.461	4.43	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (6.4) أن أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات جائحة كورونا على الفنادق جاء بدرجة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.43) مع انحراف معياري (0.46)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (34) والتي نصت على (الاعتماد على نشاطات وأسواق متعددة في المجال السياحي) بمتوسط حسابي (4.70) مع انحراف معياري (0.74) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (35) والتي نصت على (يعتمد السائحون والزوار الأجانب جزءاً من برامج الترويج للصادرات الوطنية) بمتوسط حسابي (4.51) مع انحراف معياري (0.66)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (37)، والتي نصت على (تزويد المجتمعات والمجموعات الضعيفة بالقدرة على تطوير منتجات سياحية جديدة) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.29) مع انحراف معياري (0.74)، تلاها الفقرة رقم (40) والتي نصت على (انشاء مراصد سياحة مستدامة وطنية ومحلية لقياس جميع أبعاد السياحة بالشراكة مع أصحاب المصلحة)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.34) مع انحراف معياري (0.84).

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (6.4) أن أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات جائحة كورونا على محلات بيع التحف السياحية جاء بدرجة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.30) مع انحراف معياري (0.60)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (34) والتي نصت على (الاعتماد على نشاطات وأسواق متعددة في المجال السياحي) بمتوسط حسابي (4.58) مع انحراف معياري (0.76) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (35) والتي نصت على (يعتمد السائحون والزوار الأجانب جزءاً من برامج الترويج للصادرات الوطنية) بمتوسط حسابي (4.36) مع انحراف معياري (0.70)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (36)، والتي نصت على (رفع مستوى التنافسية بالسياحة الداخلية من خلال تعزيز الترابط وتيسير السفر) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.15) مع انحراف

معياري (0.87)، تلاها الفقرة رقم (38) والتي نصت على (تسهيل مخططات السياحة الاجتماعية وتعزيزها لتستهدف كبار السن والأسر والشباب والأشخاص ذوي الإعاقة)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.18) مع انحراف معياري (0.91).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى ضرورة البحث في الإجراءات والسياسات التي من شأنها أن تساعد قطاع السياحة على النهوض والتعافي من التأثيرات التي تركتها جائحة كورونا، والتي ضربت قطاع السياحة بشكل مباشر وفي جميع الدول، وذلك من خلال رفع المستوى التنافسي لهذا القطاع بين القطاعات الأخرى.

6.1.2.4 الإجابة عن السؤال الفرعي السادس: ما أهمية وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ل فقرات أهمية وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (7.4).

جدول (7.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ل فقرات أهمية وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي

على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

الرقم	الفقرات	الفنادق		محلات بيع التحف	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
43	تحفيز الاحتفاظ بالوظائف وتقديم الدعم للعاملين في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	4.65	0.703	4.35	1.022

مرتفعة جدا	0.917	4.22	0.748	4.40	حماية الفئات الأكثر تعرضا للمخاطر الناجمة عن السياحة	44
مرتفعة جدا	0.927	4.25	0.857	4.36	دعم سيولة الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	45
مرتفعة جدا	0.944	4.33	0.847	4.31	إعادة النظر في الضرائب والرسوم التي تؤثر على المنشآت السياحية	46
مرتفعة جدا	0.751	4.25	0.849	4.26	شعور السائح بالأمن والأمان	47
مرتفعة جدا	0.838	4.24	0.812	4.30	إدراج السياحة في حُزم المساعدات خلال حالات الطوارئ الاقتصادية	48
مرتفعة جدا	0.799	4.25	0.837	4.34	تسهيل ممارسة السائح الأجنبي للسياحة	49
مرتفعة جدا	0.751	4.25	0.865	4.43	توفير مصادر إرشاد ومعرفة للسائح	50
مرتفعة جدا	0.658	4.27	0.603	4.38	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (7.4) أن أهمية وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على الفنادق في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.38) مع انحراف معياري (0.60)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (43) والتي نصت على (تحفيز الاحتفاظ بالوظائف وتقديم الدعم للعاملين في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية) بمتوسط حسابي (4.65) مع انحراف معياري (0.70) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (50) والتي نصت على (توفير مصادر إرشاد ومعرفة للسائح) بمتوسط حسابي (4.43) مع انحراف معياري (0.87)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (47)، والتي نصت على (شعور السائح بالأمن والأمان) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.26) مع انحراف معياري (0.85)، تلاها الفقرة رقم (48) والتي نصت على (إدراج السياحة في حُزم المساعدات خلال حالات الطوارئ الاقتصادية)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.30) مع انحراف معياري (0.81).

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (7.4) أن أهمية وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على الفنادق في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.27) مع انحراف معياري (0.66)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (43) والتي نصت على (تحفيز الاحتفاظ بالوظائف وتقديم الدعم للعاملين في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية) بمتوسط حسابي (4.35) مع انحراف معياري (1.02) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (46) والتي نصت على (إعادة النظر في الضرائب والرسوم التي تؤثر على المنشآت السياحية) بمتوسط حسابي (4.33) مع انحراف معياري (0.94)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (44)، والتي نصت على (حماية الفئات الأكثر تعرضا للمخاطر الناجمة عن السياحة) حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.22) مع انحراف معياري (0.92)، تلاها الفقرة رقم (48) والتي نصت على (إدراج السياحة في حُزم المساعدات خلال حالات الطوارئ الاقتصادية)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.24) مع انحراف معياري (0.84).

ويعزو الباحث هذه النتيجة وأنه من الضروري توفير الخطط الاستراتيجية المستقبلية والتي يمكن أن تحقق أهداف السياحة وتساعد في تحقيق التنمية المستدامة، فلا بد من النظر في توفير وخلق السياحة لفرص عمل، وتطوير الأنشطة السياحية، وتوفير ما يمكن أن يشعر السائح بالأمن والاستقرار في البلد الذي يقوم بزيارته.

7.1.2.4 الإجابة عن السؤال الفرعي السابع: ما هو دور الفنادق ومحلات بيع التحف السياحة في

محافظة بيت لحم في تحقيق التنمية المستدامة؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات دور الفنادق ومحلات بيع التحف السياحة في محافظة بيت لحم في تحقيق التنمية المستدامة، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (8.4).

جدول (8.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات دور الفنادق ومحلات بيع التحف السياحة في محافظة

بيت لحم في تحقيق التنمية المستدامة

الرقم	الفقرات	الفنادق		محلات بيع التحف	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
51	تخلق السياحة فرص عمل دائمة	4.65	0.703	4.58	0.712
52	تخلق السياحة فرص عمل موسمية	4.40	0.748	4.44	0.601
53	تساعد الجباية السياحية في توفير السيولة لإنشاء المشاريع السياحية والتنمية	4.36	0.857	4.35	0.645
54	تزيد من نشاط الحرفيين والنشاط الحرفي	4.31	0.847	4.42	0.658
55	تساهم في تطوير البنية التحتية	4.26	0.849	4.35	0.645
56	تحسن من المستوى المعيشي للفرد	4.30	0.812	4.31	0.836
57	تساعد على التعايش مع مختلف الثقافات	4.34	0.837	4.18	0.905
58	تعمل على تدفق العملة الأجنبية	4.43	0.865	4.38	0.850
59	تساعد في التهيئة العمرانية للمناطق السياحية	4.65	0.703	4.20	0.803
60	تطوير الصناعات اليدوية المحلية كصناعة الفخار والألبسة التراثية	4.40	0.748	4.25	0.775
61	تحسن من مستوى الخدمات السياحية والفندقية	4.36	0.857	4.35	0.821

مرتفعة جدا	0.782	4.38	0.847	4.31	تقضي على العديد من المشاكل، كالبطالة والركود الاقتصادي	62
مرتفعة جدا	0.865	4.35	0.849	4.26	تحقق السياحة الرفاهية للمجتمع	63
مرتفعة جدا	0.729	4.36	0.812	4.30	تفيد المجتمع من خلال الخدمات التي توفرها المشاريع السياحية مثل تلبيط الطرق وتجميل المناطق كإقامة الحدائق	64
مرتفعة جدا	0.473	4.35	0.329	4.23	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (8.4) أن دور الفنادق في محافظة بيت لحم في تحقيق التنمية المستدامة جاء بدرجة مرتفعة جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.23) مع انحراف معياري (0.33)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (51) والفقرة (59)، والتي نصت على (تخلق السياحة فرص عمل دائمة)، و(تساعد في التهيئة العمرانية للمناطق السياحية)، بمتوسط حسابي (4.65) مع انحراف معياري (0.70) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (58) والتي نصت على (تعمل على تدفق العملة الأجنبية) بمتوسط حسابي (4.43) مع انحراف معياري (0.87)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (55) والفقرة رقم (63)، والتي نصت على (تساهم في تطوير البنية التحتية)، و(تحقق السياحة الرفاهية للمجتمع)، حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.26) مع انحراف معياري (0.85)، تلاها الفقرة رقم (59) والتي نصت على (تساعد في التهيئة العمرانية للمناطق السياحية)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.34) مع انحراف معياري (0.74)، تلاها الفقرة رقم (57) والتي نصت على (تساعد على التعايش مع مختلف الثقافات) وجاءت بمتوسط حسابي (4.35) مع انحراف معياري (0.76)، والفقرة رقم (60) والتي نصت على (تطوير الصناعات اليدوية المحلية كصناعة الفخار والألبسة التراثية) وجاءت بمتوسط حسابي (4.35) مع انحراف معياري (0.77).

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (8.4) أن دور محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في تحقيق التنمية المستدامة جاء بدرجة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.35) مع انحراف معياري (0.47)، وجاءت أهم الفقرات: الفقرة رقم (51) والتي نصت على (تخلق السياحة فرص عمل دائمة)، بمتوسط حسابي (4.58) مع انحراف معياري (0.71) في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (52) والتي نصت على (تعمل على تدفق العملة الأجنبية) بمتوسط حسابي (4.44) مع انحراف معياري (0.60)، وكان أقل الفقرات أهمية الفقرة رقم (57)، والتي نصت على (تساعد على التعايش مع مختلف الثقافات)، حيث بلغ المتوسط الحسابي عندها (4.18) مع انحراف معياري (0.91)، تلاها الفقرة رقم (59) والتي نصت على (تساعد في التهيئة العمرانية للمناطق السياحية)، فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.20) مع انحراف معياري (0.80).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن السياحة تعتبر عصب وشريان الحياة الرئيسي في محافظة بيت لحم، فهي تعد مصدراً رئيسياً في توفير فرص عمل للعديد من القطاعات المختلفة في المحافظة بشكل مباشر وغير مباشر، لذلك لا بد من الاهتمام بالسياحة كمورد رئيسي في تحقيق التنمية المستدامة من خلال قدرتها على خلق فرص عمل للكثير من الأسر في المحافظة، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الزيني (2021)، واختلفت مع دراسة (Mínguez and et all, 2021).

3.4. فحص واختبار فرضيات الدراسة:

1.3.4 الفرضية الرئيسية الأولى: هناك تأثير لجائحة كورونا على أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم من منظور تنموي.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا على أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم من منظور تنموي، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (9.4).

جدول (9.4): نتائج اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا على أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم من منظور تنموي.

قيمة الاختبار = 0.05					
المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
تأثير لجائحة كورونا على أداء الفنادق في محافظة بيت لحم من منظور تنموي	4.49	0.310	76	125.585	0.000
تأثير لجائحة كورونا على أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم	4.35	0.484	54	66.011	0.000

تشير المعطيات الواردة في الجدول (9.4) أن هناك تأثير لجائحة كورونا على أداء الفنادق في محافظة بيت لحم من منظور تنموي، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.49) مع انحراف معياري (0.31)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير لجائحة كورونا على أداء الفنادق في محافظة بيت لحم من منظور تنموي، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (125.585) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (9.4) أن هناك تأثير لجائحة كورونا على أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم من منظور تنموي، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.35) مع انحراف معياري (0.48)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير لجائحة كورونا على أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم من منظور تنموي، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (66.011) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

وقد تفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

1.1.3.4 الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير للسياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار (One Sample T- test) لتأثير السياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (10.4).

جدول (10.4): نتائج اختبار (One Sample T- test) لتأثير السياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

قيمة الاختبار = 0.05					
المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
تأثير السياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق في	4.68	0.221	76	183.964	0.000

					محافظة بيت لحم
0.000	50.248	54	0.398	4.58	تأثير السياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

تشير المعطيات الواردة في الجدول (10.4) أنه يوجد تأثير للسياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.68) مع انحراف معياري (0.22)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير للسياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (183.964) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (10.4) أنه يوجد تأثير للسياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.58) مع انحراف معياري (0.40)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير للسياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (50.248) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

2.1.3.4 الفرضية الفرعية الثانية: هناك تأثير واضح لجائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات

الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا

على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما

هو موضح في الجدول رقم (11.4).

جدول (11.4): نتائج اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق

ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

قيمة الاختبار = 0.05					
المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
تأثير جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق في محافظة بيت لحم	4.50	0.412	76	94.637	0.000
تأثير جائحة كورونا على حجم الطلب على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم	4.40	0.612	54	50.248	0.000

تشير المعطيات الواردة في الجدول (11.4) أن هناك تأثير واضح لجائحة كورونا على حجم الطلب على

خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا

وبمتوسط حسابي (4.50) مع انحراف معياري (0.41)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص

على أنه لا يوجد تأثير واضح لجائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف

السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (94.637) وهي أكبر من

قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (11.4) أن هناك تأثير واضح لجائحة كورونا على حجم الطلب على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.40) مع انحراف معياري (0.61)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير واضح لجائحة كورونا على حجم الطلب على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (50.248) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

3.1.3.4 الفرضية الفرعية الثالثة: أثرت جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (12.4).

جدول (12.4): نتائج اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

قيمة الاختبار = 0.05					
مستوى الدلالة	قيمة ت	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
0.000	102.055	76	0.380	4.47	أثرت جائحة كورونا على حجم الأيدي

					العاملة في الفنادق في محافظة بيت لحم
0.000	46.193	54	0.670	4.23	أثرت جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

تشير المعطيات الواردة في الجدول (12.4) أن هناك تأثير لجائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.47) مع انحراف معياري (0.38)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير لجائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (102.055) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (12.4) أن هناك تأثير لجائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.23) مع انحراف معياري (0.67)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير لجائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (46.193) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

4.1.3.4 الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر لمقومات تطوير القطاع السياحي على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار (One Sample T- test) لأثر مقومات تطوير القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (13.4).

جدول (13.4): نتائج اختبار (One Sample T- test) لأثر مقومات تطوير القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

قيمة الاختبار = 0.05					
مستوى الدلالة	قيمة ت	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
0.000	81.504	76	0.466	4.38	أثر مقومات تطوير القطاع السياحي على الفنادق في محافظة بيت لحم
0.000	48.063	54	0.652	4.28	أثر مقومات تطوير القطاع السياحي على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

تشير المعطيات الواردة في الجدول (13.4) أنه يوجد أثر لمقومات تطوير القطاع السياحي على خدمات الفنادق في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.38) مع انحراف معياري (0.47)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد أثر لمقومات تطوير القطاع السياحي على خدمات الفنادق في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت

(51.504) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)،

وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

تشير المعطيات الواردة في الجدول (13.4) أنه يوجد أثر لمقومات تطوير القطاع السياحي على محلات

بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جداً وبمتوسط حسابي (4.28)

مع انحراف معياري (0.65)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد أثر

لمقومات تطوير القطاع السياحي على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً

لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (48.063) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما

أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

5.1.3.4 الفرضية الفرعية الخامسة: يؤثر النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه على خدمات الفنادق

ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار (One Sample T- test) لأثر النهوض بالقطاع

السياحي وتعافيه على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك كما هو

موضح في الجدول رقم (14.4).

جدول (14.4): نتائج اختبار (One Sample T- test) لأثر النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه على خدمات الفنادق

ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

قيمة الاختبار = 0.05					
مستوى الدلالة	قيمة ت	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
0.000	83.462	76	0.461	4.43	تأثير النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه على خدمات الفنادق في محافظة بيت لحم

0.000	52.874	54	0.596	4.30	تأثير النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم
-------	--------	----	-------	------	---

تشير المعطيات الواردة في الجدول (14.4) أن النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه يؤثر على خدمات الفنادق في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.43) مع انحراف معياري (0.46)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير للنهوض بالقطاع السياحي وتعافيه على خدمات الفنادق في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (83.462) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

كما تشير المعطيات الواردة في الجدول (14.4) أن النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه يؤثر على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.30) مع انحراف معياري (0.60)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير للنهوض بالقطاع السياحي وتعافيه على محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (52.874) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

6.1.3.4 الفرضية الفرعية السادسة: هناك أثر لوجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق ومحلات بيع

التحف السياحية في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار (One Sample T- test) أثر وجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (15.4).

جدول (15.4): نتائج اختبار (One Sample T- test) أثر وجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق ومحلات بيع التحف

السياحية في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة.

قيمة الاختبار = 0.05					
مستوى الدلالة	قيمة ت	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
0.000	63.047	76	0.603	4.38	أثر وجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة
0.000	47.566	54	0.658	4.27	أثر وجود استراتيجيات للنهوض محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة

تشير المعطيات الواردة في الجدول (15.4) أن هناك أثر لوجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.38) مع انحراف معياري (0.60)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد أثر لوجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (63.047) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (15.4) أن هناك أثر لوجود استراتيجيات للنهوض بمحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في ما يحقق التنمية المستدامة، وقد وجاء ذلك بدرجة مرتفعة جدا وبمتوسط حسابي (4.27) مع انحراف معياري (0.68)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد أثر لوجود استراتيجيات للنهوض بمحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في ما يحقق التنمية المستدامة، وذلك وفقاً لقيمة "ت" المحسوبة والتي بلغت (47.566) وهي أكبر من قيمة "ت" الجدولية البالغ قيمتها (2.02)، كما أن مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05) القيمة المعتمدة من الباحث لقبول الفرضية.

2.3.4 الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، معدل الدخل الشهري للمنشأة، المسمى الوظيفي، عدد العاملين في المنشأة، مدة الإغلاق)

1. الجنس:

للتحقق من صحة الفرضية السابقة حسب متغير الجنس، تم استخدام اختبار (ت) في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس، وقد حصل الباحث على النتائج كما هي موضحة في جدول رقم (16.4).

جدول (16.4): نتائج اختبارات في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء

جائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس

المنشأة	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت المحسوبة	الدالة الإحصائية
فنادق	ذكر	48	4.46	0.344	75	-0.988	0.326
	أنثى	29	4.53	0.242			
محلات بيت تحف	ذكر	43	4.29	0.527	53	-3.734	0.001
	أنثى	12	4.60	0.079			

تشير المعطيات الواردة في الجدول (16.4) أنه توجد لا فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم أداء الفنادق في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير الجنس، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.326) أي أن هذه القيمة أكبر من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ت) المحسوبة بلغت (0.988) وهي أقل من القيمة (ت) الجدولية والبالغة (1.98)، وقد كانت إجابات المبحوثين بدرجة مرتفعة جدا حيث بلغ المتوسط الحسابي عند الذكور (4.46) وعند الإناث (4.53)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء الفنادق.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (16.4) أنه توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.001) أي أن هذه القيمة أقل من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ت) المحسوبة بلغت (3.734) وهي أكبر من القيمة (ت) الجدولية والبالغة (1.98)، وقد كانت إجابات المبحوثين بدرجة مرتفعة جدا حيث بلغ المتوسط الحسابي عند الذكور (4.29) وعند الإناث (4.60)، وجاءت الفروق لصالح الإناث والتي كانت درجة تقييمهن لأداء محلات

بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم بجائحة كورونا من منظور تنموي أعلى من الذكور، وبذلك ترفض الفرضية الصفرية عند درجة تقييم محلات بيع التحف السياحية. وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة ابو غيث (2021).

2. المؤهل العلمي:

للتحقق من صحة الفرضية السابقة حسب متغير المؤهل العلمي، تم استخدام اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وقد توصل الباحث إلى النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (17.4).

جدول (17.4): نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت

لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المنشأة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
فنادق	بين المجموعات	0.004	2	0.002	0.019	0.981
	داخل المجموعات	7.296	74	0.099		
	المجموع	7.300	76			
محلات بيع تحف	بين المجموعات	0.332	2	0.166	0.702	0.500
	داخل المجموعات	12.297	52	0.236		
	المجموع	12.629	54			

تشير المعطيات الواردة في الجدول (17.4) أنه لا توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم أداء الفنادق في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.981) أي أن هذه القيم أكبر من قيمة

ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (0.019) وهي أقل من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (3.09)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء الفنادق.

تشير المعطيات الواردة في الجدول (17.4) أنه لا توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.500) أي أن هذه القيم أكبر من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (0.702) وهي أقل من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (3.09)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم محلات بيع التحف السياحية.

ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم (18.4) والذي يوضح الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

جدول (18.4): الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء

القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المؤهل العلمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي	المنشأة
0.247	4.47	20	توجيهي فأقل	فنادق
0.248	4.49	16	دبلوم	
0.361	4.48	41	بكالوريوس فأعلى	
0.310	4.49	77	المجموع	
0.537	4.39	9	توجيهي فأقل	محلات بيع تحف

0.293	4.42	25	دبلوم	
0.630	4.26	21	بكالوريوس فأعلى	
0.484	4.35	55	المجموع	

3. سنوات الخبرة:

للتحقق من صحة الفرضية السابقة حسب متغير سنوات الخبرة، تم استخدام اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير سنوات الخبرة، وقد توصل الباحث إلى النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (19.4).

جدول (19.4): نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت

لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير سنوات الخبرة

المنشأة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
فنادق	بين المجموعات	0.013	3	0.004	0.044	0.988
	داخل المجموعات	7.286	73	0.100		
	المجموع	7.300	76			
محلات بيع تحف	بين المجموعات	1.799	3	0.600	2.824	0.048
	داخل المجموعات	10.830	51	2.12		
	المجموع	12.629	54			

تشير المعطيات الواردة في الجدول (19.4) أنه لا توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم أداء الفنادق في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير سنوات الخبرة، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.988) أي أن هذه القيم أكبر من قيمة

ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (0.044) وهي أقل من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (2.70)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء الفنادق.

تشير المعطيات الواردة في الجدول (19.4) أنه توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير سنوات الخبرة، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.048) أي أن هذه القيم أقل من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (2.824) وهي أكبر من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (2.70)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية.

ولمعرفة مصدر الفروق تم استخراج نتائج اختبار (LSD) للفروق في درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، وذلك كما هو موضح في الجدول (20.4)

جدول (20.4): نتائج اختبار (LSD) للفروق في درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	أقل من 3 سنوات	من 3 - 6 سنوات	من 7 - 10 سنوات	11 سنة فأكثر
أقل من 3 سنوات	0.02579	0.02333	*0.41750	
من 3 - 6 سنوات			-0.00246	*0.39171
من 7 - 10 سنوات				*0.39417
11 سنة فأكثر				

تشير المعطيات الواردة في الجدول (20.4) أن الفروق كانت بين الذين سنوات خبرتهم أقل من 3 سنوات وبين الذين سنوات خبرتهم 11 سنة فأكثر، وجاءت الفروق لصالح الذين سنوات خبرتهم أقل من 3 سنوات، كما جاءت الفروق بين الذين سنوات خبرتهم تراوحت بين 3 - 6 سنوات وبين الذين سنوات خبرتهم 11 سنة فأكثر، كما جاءت الفروق بين الذين سنوات خبرتهم تراوحت بين 7 - 10 سنوات وبين الذين سنوات خبرتهم 11 سنة فأكثر، وكانت الفروق لصالح الذين سنوات خبرتهم تراوحت بين 7 - 10 سنوات والذين كانت درجة تقييم لأداء محلات بيع التحف السياحية أعلى من الذين سنوات خبرتهم 11 سنة فأكثر، ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم (21.4) والذي يوضح الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

جدول (21.4): الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء

القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير سنوات الخبرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	سنوات الخبرة	المنشأة
0.261	4.45	10	أقل من 3 سنوات	فنادق
0.218	4.48	22	من 3 - 6 سنوات	
0.394	4.49	28	من 7 - 10 سنوات	
0.305	4.49	17	11 سنة فأكثر	
0.310	4.48	77	المجموع	
0.284	4.49	8	أقل من 3 سنوات	محلات بيع تحف
0.249	4.46	19	من 3 - 6 سنوات	
0.482	4.47	12	من 7 - 10 سنوات	

0.663	4.07	16	11 سنة فأكثر	
0.484	4.35	55	المجموع	

4. معدل الدخل الشهري للمنشأة:

للتحقق من صحة الفرضية السابقة حسب متغير معدل الدخل الشهري للمنشأة، تم استخدام اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة، وقد توصل الباحث إلى النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (22.4).

جدول (22.4): نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت

لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة

المنشأة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف الإحصائية	الدلالة الإحصائية
فنادق	بين المجموعات	0.358	3	0.119	1.254	0.296
	داخل المجموعات	6.942	73	0.095		
	المجموع	7.300	76			
محلات بيع تحف	بين المجموعات	0.641	2	0.320	1.389	0.258
	داخل المجموعات	11.989	52	0.231		
	المجموع	12.629	54			

تشير المعطيات الواردة في الجدول (22.4) أنه لا توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم أداء الفنادق في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.296) أي أن هذه القيم

أكبر من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (1.254) وهي أقل من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (2.70)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء الفنادق.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (22.4) أنه لا توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.258) أي أن هذه القيم أكبر من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (1.389) وهي أقل من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (2.70)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة ابو غيث (2021)

ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم (23.4) والذي يوضح الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة.

جدول (23.4): الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء

القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	معدل الدخل الشهري للمنشأة	المنشأة
0.438	4.39	21	أقل من 1000 شيقل	فنادق
0.235	4.52	23	10001 - 15000 شيقل	
0.267	4.46	16	15001 - 20000 شيقل	
0.225	4.57	17	أكثر من 20000 شيقل	
0.310	4.49	77	المجموع	

0.657	4.23	24	أقل من 1000 شيقل	محلات بيع تحف
0.229	4.46	22	10001 - 15000 شيقل	
0.349	4.43	9	15001 - 20000 شيقل	
0.484	4.35	55	المجموع	

5. المسمى الوظيفي:

للتحقق من صحة الفرضية السابقة حسب متغير المسمى الوظيفي، تم استخدام اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، وقد توصل الباحث إلى النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (24.4).

جدول (24.4): نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء

جائحة كورونا تعزى لمتغير المسمى الوظيفي

المنشأة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
فنادق	بين المجموعات	0.476	4	0.119	1.254	0.296
	داخل المجموعات	6.824	72	0.095		
	المجموع	7.300	76			
محلات بيع تحف	بين المجموعات	2.402	4	0.600	2.935	0.030
	داخل المجموعات	10.227	50	0.205		
	المجموع	12.629	54			

تشير المعطيات الواردة في الجدول (24.4) أنه لا توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)

بين متوسطات درجة تقييم أداء الفنادق في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى

لمتغير المسمى الوظيفي، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية بلغت (0.296) أي أن هذه القيم أكبر من

قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (1.254) وهي أقل من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (2.46)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء الفنادق.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (24.4) أنه توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.030) أي أن هذه القيم أقل من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (2.935) وهي أكبر من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (2.46)، وبذلك ترفض الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية.

ولمعرفة مصدر الفروق تم استخراج نتائج اختبار (LSD) للفروق في درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، وذلك كما هو موضح في الجدول (25.4)

جدول (25.4): نتائج اختبار (LSD) للفروق في درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم

خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير المسمى الوظيفي

المسمى الوظيفي	مالك المنشأة	مدير عام	محاسب	دليل سياحي	غير ذلك
مالك المنشأة		0.09333	*0.57000	-0.17769	0.11500
مدير عام			0.47667	-0.27103	0.02167
محاسب				-0.74769*	-0.45500*
دليل سياحي					0.29269
غير ذلك					

تشير المعطيات الواردة في الجدول (25.4) أن الفروق كانت بين مالكي المنشآت والمحاسبين، وجاءت الفروق لصالح مالكي المنشأة والذين كانت درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي أعلى منه عند المحاسبين، كما وجاءت الفروق بين المحاسبين والأداء السياحيين والآخرين، وكانت الفروق لصالح الأداء السياحيين والآخرين والذين كانت درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي أعلى منه عند المحاسبين، وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة ابو غيث (2021)، ودراسة قزمال وسلامة (2021).

ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم (26.4) والذي يوضح الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

جدول (26.4): الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء

القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المسمى الوظيفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المسمى الوظيفي	المنشأة
0.219	4.53	30	مالك المنشأة	فنادق
0.207	4.48	8	مدير عام	
0.763	4.22	6	محاسب	
0.262	4.48	9	دليل سياحي	
0.270	4.50	24	غير ذلك	
0.310	4.49	77	المجموع	
0.301	4.41	18	مالك المنشأة	محلات بيع تحف
0.345	4.32	6	مدير عام	

0.972	3.84	6	محاسب	
0.226	4.59	13	دليل سياحي	
0.500	4.30	12	غير ذلك	
0.484	4.35	55	المجموع	

6. عدد العاملين في المنشأة:

للتحقق من صحة الفرضية السابقة حسب متغير المسمى الوظيفي، تم استخدام اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير عدد العاملين في المنشأة، وقد توصل الباحث إلى النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (27.4).

جدول (27.4): نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت

لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير عدد العاملين في المنشأة

المنشأة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
فنادق	بين المجموعات	0.335	2	0.167	1.777	0.176
	داخل المجموعات	6.965	74	0.094		
	المجموع	7.300	76			
محلات بيع تحف	بين المجموعات	0.140	3	0.047	0.191	0.902
	داخل المجموعات	12.489	51	0.245		
	المجموع	12.629	54			

تشير المعطيات الواردة في الجدول (27.4) أنه لا توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم أداء الفنادق في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير عدد العاملين في المنشأة، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.176) أي أن هذه القيم أكبر

من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (1.777) وهي أقل من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (3.09)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء الفنادق.

كما وتشير المعطيات الواردة في الجدول (27.4) أنه لا توجد فروق دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة تقييم محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير عدد العاملين في المنشأة، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية بلغت (0.902) أي أن هذه القيم أكبر من قيمة ألفا (0.05)، كما أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (0.191) وهي أقل من القيمة (ف) الجدولية والبالغة (3.09)، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية عند درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة ابو غيث (2021)

ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم (28.4) والذي يوضح الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير عدد العاملين في المنشأة.

جدول (28.4): الأعداد، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء

القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير عدد العاملين في المنشأة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	عدد العاملين في المنشأة	المنشأة
0.347	4.23	44	1 - 5 عامل	فنادق
0.206	4.57	16	12 - 15 عامل	
0.269	4.55	17	16 عامل فأكثر	
0.310	4.49	77	المجموع	
0.535	4.34	43	1 - 5 عامل	محلات بيع تحف

0.261	4.41	3	6 - 11 عامل	
0.240	4.43	7	12 - 15 عامل	
0.057	4.56	2	16 عامل فأكثر	
0.484	4.35	55	المجموع	

النتائج والاستنتاجات والتوصيات

1.5 مقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى استعراض أهم النتائج والاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، وما خلص إليه الباحث بعد عمليات التحليل والمعالجة الإحصائية للبيانات، واختبار فرضيات الدراسة، وذلك للوقوف على العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا، وبعد ذلك يقدم الباحث مجموعة من التوصيات والمقترحات.

2.5 النتائج والاستنتاجات:

بعد إجراء هذه الدراسة فإن الباحث قد توصل إلى النتائج والاستنتاجات التالية:

1.2.5 نتائج أسئلة الدراسة:

1. أشارت النتائج إلى أن أثر جائحة كورونا على أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جاء بدرجة مرتفعة جداً.
2. أن أثر السياسات والاجراءات الحكومية التي تم اتخاذها في الحد من انتشار جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جداً.
3. أن أثر جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جداً.

4. أن مدى تأثير جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا.

5. أن انعكاس توفر مقومات تطوير القطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم والتي تعمل على تحقيق التنمية السياحة في فلسطين جاء بدرجة مرتفعة جدا.

6. أن أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية جاء بدرجة مرتفعة جدا.

7. أن أهمية وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم جاء بدرجة مرتفعة جدا.

8. أن دور الفنادق ومحلات بيع التحف السياحة في محافظة بيت لحم في تحقيق التنمية المستدامة جاء بدرجة مرتفعة جدا.

9. أظهرت النتائج وجود آثاراً اقتصادية على الدخل العائد من النشاطات السياحية وكذلك وجود تأثير على البطالة

2.2.5 نتائج فرضيات الدراسة:

إن تحليل فرضيات الدراسة أظهرت النتائج التالية:

1. هناك تأثير لجائحة كورونا على أداء الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم من منظور تنموي.

2. يوجد تأثير للسياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.

3. هناك تأثير واضح لجائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.
4. هناك تأثير لجائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.
5. يوجد أثر لمقومات تطوير القطاع السياحي على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.
6. أن النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه يؤثر على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.
7. تشير هناك أثر لوجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة.
8. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى للمتغيرات الديمغرافية (المؤهل العلمي، معدل الدخل الشهري للمنشأة، عدد العاملين في المنشأة).
9. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة تقييم أداء بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، وسنوات الخبرة، المسمى الوظيفي).

3.5 التوصيات:

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها بعد إجراء التحليل الإحصائي فإن الباحث يوصي بما يلي:

توصيات لأصحاب الفنادق:

1. العمل على توفير الكفاءات اللازمة للأفراد العاملين في القطاع السياحي وإجراء التدريبات المناسبة لهم والتي تؤهلهم للعمل في هذا القطاع الحيوي في فلسطين.
2. المحافظة على الأيدي العاملة في هذا القطاع وتقليل معدل الدوران الوظيفي مما يمكن هذه الفنادق في المحافظة على الكفاءات التي تمتلكها.
3. توفير برامج عمل مشتركة بين الفنادق المنشآت السياحية الأخرى العاملة في محافظة بيت لحم.
4. العمل على استقطاب السياحة الوافدة من خلال تقديم برامج سياسية تشاركية مع وزارة السياحة والمؤسسات السياحية تعمل على تحريك هذا القطاع بعد حالة الركود التي أدت بها جائحة كورونا.

توصيات لأصحاب محلات بيع التحف:

1. العمل على ابتكار وتطوير وسائل ترويجية للمنتجات السياحية.
2. توفير المواد الخام التي تستخدم في إنتاج التحف السياحية وعلى الأخص الأخشاب.
3. تفعيل الدور التشاركي بين أصحاب محلات بيع التحف ومؤسسات المجتمع المدني في الترويج للمنتجات السياحية خلال الأزمات.
4. العمل على تسويق السياحة في فلسطين بما يزيد من الإقبال على هذا القطاع وزيادة الطلب عليه وعلى المنتجات السياحية الفلسطينية.
5. الاستفادة من تجارب وخبرات العاملين في قطاع بيع التحف السياحية في دول العالم

توصيات عامة:

1. ضرورة إعادة النظر في الإجراءات والسياسات التي اتبعتها الحكومة في الحد من انتشار جائحة كورونا والتي كان لها تأثير واضح على القطاع السياحي
2. ووضع الخطط المستقبلية لتجنب تأثير أزمات مماثلة يمكن أن تحدث مستقبلاً وتؤثر على السياحة في محافظة بيت لحم خاصة وفلسطين عامة.
3. منح المنشآت العاملة في القطاع السياحي إعفاءات ضريبية كمساعدة حكومية تعمل على التخفيف من حدة تأثير جائحة كورونا على هذا القطاع الحيوي.
4. وضع سياسات وخطط تساعد في تعافي القطاع السياحي وتعمل على نهوض به.
5. أن تعطي الحكومة الفلسطينية هذا القطاع مزيداً من الاهتمام وعدم التهميش له، حيث أنه يمكن الاعتماد عليه في تحقيق التنمية المستدامة في محافظة بيت لحم وباقي المحافظات الفلسطينية وخصوصاً التي تحتوي على المزارات السياحية والمواقع الأثر ذات الاهتمام من قبل السائح المحلي والوافد.
6. عمل دراسة تتناول أداء القطاع السياحي بكافة مكوناته في فلسطين.

المصادر والمراجع

المراجع العربية:

1. أسعد، باسل.(2021).دراسة تحليلية لآثر جائحة كورونا في الطلب السياحي لمنشآت المبيت في محافظة اللاذقية، مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 43، العدد4، ص51-70.
2. اسماعيل، محمد وقاسم، جمال.(2020).أثر قطاع السياحة على النمو الاقتصادي في الدول العربية، صندوق النقد العربي، أكتوبر، ص1-28.
3. أنيس، عدلي.(2021).أثر فيروس كورونا (كوفيد-19) على السياحة العالمية: دراسة جغرافية، مجلة كلية الآداب، جامعة القاهرة، المجلد 81، العدد3، ص221-274.
4. الزيني، احمد.(2021).واقع التنمية السياحية المستدامة في ظل جائحة كورونا، العدد36، الجزء 2، ص881-832.
5. شكر، بن زعرور.(2021).ما بعد جائحة كورونا: دروس من تجارب دولية لسياسات تعافي السياحة، MPRA، الجزائر، /https://mpra.ub.uni-muenchen.de/108924/ .
6. عبد المنعم، طارق وبدر الدين، رانيا والمغاوي، منى وموسى، سيد.(2019).تطبيق مبادئ التنمية السياحية المستدامة بمنطقة وادي النظرون، مجلة كلية السياحة والقنادق، جامعة المنصورة، العدد5، ص100-126.
7. فتح الباب، مصطفى.(2021).أثر جائحة COVID-19 وانعكاساتها على السياحة العالمية: دراسة جغرافية بالتطبيق على مصر، المجلة الجغرافية العربية، المجلد 52، العدد77، ص428-470.

8. قرزیز، نبیلة وناصری، نصر الدین.(2021).تحديات الاقتصاد السياحي في الجزائر قبل وما بعد جائحة كورونا، مجلة الاقتصاد والتنمية، المجلد4، العدد3، ص121-136.
9. مالکی، سمیرة.(2021).دور التراث العمراني والسياحة الثقافية في التنمية الاقتصادية: الآثار الإسلامية الأندلسية في إسبانيا، مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية، المؤتمر الدولي السابع: التراث والسياحة والفنون بين الواقع والمأمول، عدد خاص 2، ص2261-2274.
10. مرسي، سلوى والصادي، زينب.(2020).تداعيات أزمة فيروس كورونا المستجد على القطاع السياحي المصري، سلسلة أوراق السياسات حول التداعيات المحتملة لأزمة كورونا على الاقتصاد المصري، معهد التخطيط القومي، جمهورية مصر العربية، ص1-26.
11. مصطفى، سهيلة.(2021).النزل البيئية الريفية كنموذج واعد لاستدامة السياحة الداخلية في الدول العربية في ظل تفشي فيروس كورونا، مجلة اضافات اقتصادية، المجلد 5، العدد1، ص125-144.
12. النامي، زهير وكريم، إلهام.(2020).وباء كورونا وانعكاساته الاقتصادية والاجتماعية بالمغرب: دراسة ميدانية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد2، العدد2، ص152-170.
13. برجم، حنان وشاوي، شافية.(2021).تشخيص تأثير فيروس كوفيد19 على تسويق السياحة في العالم، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد1، ص130-150.
14. فلاق، صليحة وشارفي، سامية وفوقة، فاطمة.(2020).السياحة الافتراضية كمدخل لتفعيل القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا بالإشارة لتجربة إمارة دبي، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 10، العدد2، ص335-351.
15. حسن، احمد.(2020).دور السياحة في تحقيق النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في واحة سيوه "في ظل التحديات الراهنة"، مجلة كلية الشريعة و القانون بطنطا، العدد 36، العدد2، ص1652-

16. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.(2020).تقرير بعنوان الإحصاء الفلسطيني ووزارة السياحة والآثار يصدران بياناً صحفياً بمناسبة يوم السياحة العالمي، 2020/09/27، متوفر <https://www.pcbs.gov.ps/postar.aspx?lang=ar&itemID=3816>
17. غرفة تجارة وصناعة محافظة بيت لحم.(2020).تقرير بعنوان: أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه أنشطة القطاعات الاقتصادية في محافظة بيت لحم.
18. بوعبد الله، محمد والحد، عبد الكريم.(2019).التسويق السياحي في الجزائر وأثره على التنمية السياحية المستدامة، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، الجزائر .
19. خرخاش، سامية وعربوة، محاد وميلي، سمية.(2017).واقع مؤهلات صناعة السياحة في الجزائر وآفاقها لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد4، ص211-230.
20. عبد الكريم، أسامة ومحمد، عبد الحسين ولوتي، محمد.(2019).أطراف العلاقة السياحية (الدولة المصدرة، السائح، الدولة المستقبلة) وأثرها في تنشيط الحركة السياحية، مجلة معين، العدد2، ص360-377.
21. عرود، وردة.(2017).الاقتصاد السياحي والتنمية المستدامة للأقاليم الساحلية في الجزائر: مقارنة ب تحليل التكاليف والمزايا، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، الجزائر .
22. طعيبة، عيسى وعيدة، خليل.(2018).السياحة الداخلية كأداة للتنمية المحلية: دراسة حالة غابة قطية ببلدية الشارف ولاية الجفلة، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر .
23. بركان، دليلة وبولغلام، نور الدين وشمشام، حفيظة.(2020).السياحة البيئية كعامل أساسي

لتحقيق التنمية السياحية المستدامة "ولاية بسكرة نموذجا"، مجلة تماء للاقتصاد والتجارة، المجلد 4، العدد2، ص122-136.

24. بورتان، مصطفى والهناني، فرح وأمنة، شحات.(2018).السياحة البيئية في المناطق الحدودية وتأثيرها على التنمية السياحة، مجلة الاقتصاد والقانون، العدد2، ص1-13.

25. بوزعوط، زهيرة وبن يحي، سامية.(2017).دور السياحة في تنشيط برامج التنمية المحلية في ولاية جيجل، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل، الجزائر.

26. أحمد، ابراهيم ومنصور، سعاد وعياد، تامر.(2020).دراسة إمكانية التنمية السياحية في منطقة المثلث الذهبي، مجلة كلية السياحة والفنادق، المجلد 4، العدد 1، ص119-132.

27. أبو الغيث، هند.(2021). الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا على القطاع السياحي في محافظة بيت لحم وأوجه المساندة المطلوبة، رسالة ماجستير، جامعة القدس، أبو ديس.

28. قرمال، هاني، وأبو زيد، أسماء.(2021). أهمية إدارة الأزمات في الفنادق والسياحة المصرية في التعامل مع فيروس كورونا المستجد "كوفيد- 19، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد 20، العدد4، ص337-369.

29. معافة، وليد.(2019).دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية: دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب (2010-2015)، اطروحة دكتوراه، جامعة باتنة01، الجزائر.

30. قسوري، إنصاف.(2021).واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر ودورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار، المجلد 2، العدد 2، ص53-

.70

المواقع الإلكترونية:

[/http://www.bethlehem-city.org](http://www.bethlehem-city.org) بلدية بيت لحم:

https://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=3299 وكالة الانباء الفلسطينية وفا:

المراجع الأجنبية:

1. Aranda, Luis & Sanchez-Fernandez, Juan & Bastidas-Manzan, Ana-Bel'en.(2021). Tourism research after the COVID-19 outbreak: Insights for more sustainable, local and smart cities, *Sustainable Cities and Society*(73).
2. Bulchand-Gidumal, Jacques.(2022.). Post-COVID-19 recovery of island tourism using a smart tourism destination framework, *Journal of Destination Marketing & Management* 23, 100689
3. Hu, Hasheng., Yang, Yang., and Zhang, Jin.(2021). Avoiding panic during pandemics: COVID-19 and tourism-related businesses, *Tourism Management* 86, pp 1- 6
4. Liu, Jingyu., Long, Anna.,Li, Minglong., and Bai, Billy.(2021). Cyber-bystanders' reactions toward tourism companies' prejudice practice during the COVID-19 pandemic, *Journal of Hospitality and Tourism Management* 49, pp74–83
5. Mínguez, Carmen & Martínez-Hernandez , Carlos & Yubero , Claudia (2021). Higher education and the sustainable tourism pedagogy: Are tourism students ready to lead change in the post pandemic era? , *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education* (29).
6. Mínguez, Carmen., Martínez-Hernandez, Carlos., and Yubero, Claudia.(2021.).Higher education and the sustainable tourism pedagogy: Are tourism students ready to lead change in the post pandemic era, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education* 29, pp 1-14
7. Scarlett, Hubert.(2021). Tourism recovery and the economic impact: A panel assessment, *Research in Globalization* (3).
8. Scarlett, Hubert.(2021). Tourism recovery and the economic impact: A panel assessment, *Research in Globalization* 3, 100044.
9. Singh, Abha., Jamal, Saleha., and Ahmad, Wani.(2021). Impact assessment of lockdown amid COVID-19 pandemic on tourism industry of Kashmir Valley, India, *Research in Globalization* 3, pp 2-13.

10. Soliku, Ophelia & Kyiire, Bona & Mahama, Ali & Kubio, Chrysantus.(2021).Tourism amid COVID-19 pandemic: impacts and implications for building resilience in the eco-tourism sector in Ghana's Savannah region, *Heliyon*(7)
11. UNWTO.(2021).World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2021, <https://www.eun-wto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.1>.
12. Volgger, Michael & Taplin, Ross & Aebli, Annika.(2021). Recovery of domestic tourism during the COVID-19 pandemic: An experimental comparison of interventions, *Journal of Hospitality and Tourism Management* (48).
13. Volgger, Michael., Taplin, Ross., and Aebli,Annika.(2021). Recovery of domestic tourism during the COVID-19 pandemic: An experimental comparison of interventions, *Journal of Hospitality and Tourism Management* 48, pp 428–440

الملاحق:

ملحق رقم (1): أسماء المحكمين

ملحق رقم (2): الاستبانة.

ملحق رقم (3): كتاب جمع معلومات من الجامعة موجهة لوزارة السياحة والآثار

ملحق رقم (4.أ): كشف بأسماء الفنادق

ملحق رقم (4.ب): كشف بأسماء محلات بيع التحف الشرقية

ملحق رقم (1) أسماء المحكمين.

الرقم	الاسم	مكان العمل	المسمى الوظيفي
1	د احمد حرزالله	معهد التنمية المستدامة	محاضر
2	د اياد لافي	معهد التنمية المستدامة	محاضر
3	د ثمين هجاوي	معهد التنمية المستدامة	محاضر
4	د عبد الوهاب الصاغ	معهد التنمية المستدامة	محاضر
5	د جورج حنا ابو الذنين	جامعة دار الكلمة	محاضر

ملحق رقم (2) الاستبانة.

جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

برنامج الماجستير في بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية



استبانة استطلاع للرأي

حضرة السادة المحترمون

تهدف هذه الاستبانة إلى اعداد "العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا"، الرجاء الإجابة عن أسئلتها وفقراتها بموضوعية، علماً انه لن يتم الكشف عن هويتكم من خلال المعلومات المطلوبة والمتوقع أن تدلوا بها، ولن يتم تقديم أي معلومات واردة في هذه الدراسة إلى أي جهة كانت، سيتعامل الباحث مع جميع المعلومات التي تقدمونها بأقصى درجة من الثقة والسرية، إن قراركم بالمشاركة في هذه الدراسة طوعي تماماً، إذا كنتم لا ترغبون في المشاركة، فلا تعيدوا الاستبيان إلينا، وإن قررتم المشاركة، فالرجاء الإجابة عن الأسئلة في المكان المخصص لها، كما يمكنكم تعبئة الاستبانة في الوقت الذي يناسبكم، لا توجد تكاليف مرتبطة باستكمال الاستبيان بخلاف وقتكم، أرجو أن يكون عندك الاستعداد لتعبئة الاستبيان.

شكرا لك على تعاونكم.

إشراف: د. سمير حزيون

الباحث: خضر جمقان

القسم الاول: البيانات الشخصية: الرجاء وضع (✓) عند رمز الإجابة التي تنطبق عليك؛ لكل مما

يأتي:

1. الجنس: () ذكر () أنثى
2. المؤهل العلمي: () توجيهي أو أقل () دبلوم () بكالوريوس فأعلى
3. سنوات الخبرة: () أقل من 3 سنوات () من 3 - 6 سنوات () من 7 - 10 سنوات () 11 سنة فأكثر
4. معدل الدخل الشهري للمنشأة: () أقل 10000 شيقل () 10001 - 15000 شيقل () 15001 - 20000 شيقل () أكثر من 20000 شيقل
5. المسمى الوظيفي: () مالك المنشأة () مدير عام () محاسب () دليل سياحي () غير ذلك: _____
6. عدد العاملين في المنشأة: () 1 - 5 () 6 - 11 () 12 - 15 () 16 فأكثر
7. مدة الاغلاق: () اسبوع () اسبوعان () ثلاثة اسابيع () أربعة أسابيع () 16 فأكثر

القسم الثاني: محاور الاستبانة

فيما يلي مجموعة من الفقرات المعبرة عن أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي، يرجى التكرم بقراءتها واختيار الإجابة المناسبة بوضع إشارة (✓) في المكان الذي يعبر عن رأيكم:

الرقم	مجالات الدراسة				
	درجة كبيرة جدا	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة قليلة	درجة قليلة جدا
تأثير السياسات والإجراءات الحكومية على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية					
1.					أدت سياسات الإغلاق إلى الحد من الأنشطة السياحية في محافظة بيت لحم
2.					قلل تقييد السوق السياحي بساعات عمل محددة من مشتريات النشاط السياحي
3.					تسببت سياسات الإغلاق لدول الجوار إلى الحد من السياحة الوافدة
4.					تسببت سياسات الإغلاق في ارتفاع تكاليف السفر والسياحة
5.					زادت سياسات الإغلاق (الحجر الصحي) من تردد السائحين لممارسة السياحة
6.					تكدت سياسات إغلاق القطاع السياحي نفقات ومصروفات إضافية
7.					أدت الإجراءات الاحترازية إلى زيادة النفقات التشغيلية
8.					انخفضت نسبة الإقبال على السياحة نتيجة الإجراءات الاحترازية
9.					تراجعت الأرباح بسبب ارتفاع تكاليف السياحة
10.					أدت الإجراءات الاحترازية إلى إغلاق بعض المنشآت السياحية
11.					تؤثر كثرة فحوصات كورونا وتعقيد الإجراءات على السياحة
حجم الطلب على خدمات الفنادق ومنتجات التحف السياحية					
12.					تراجع الطلب على المنتجات والخدمات السياحية وارتفاع أسعارها
13.					تراجع الطلب على المنتجات والخدمات السياحية نتيجة توفر البدائل السياحية الداخلية
14.					لزيادة حجم الطلب هناك توجه لإدخال خدمات سياحية جديدة مثل المسارات السياحية
15.					يقل استعمال شعار "جاهزين" ¹ من الإقبال على الخدمات السياحية
16.					ارتفعت نسبة التوجه نحو التسويق الإلكتروني للمنتجات والخدمات السياحية
17.					قللت الإجراءات الصحية مثل توفير المعقمات والكمامات من التوجه للسياحة
18.					أدى إغلاق بعض المؤسسات السياحية نتيجة إصابة بعض العاملين إلى ارتفاع مستوى الخسائر

¹ شعار جاهزين: أن المنشأة جاهزة لاستقبال النزلاء / الزبائن

حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية				
				19. أدى تراجع السياحة إلى انخفاض حجم القوى العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
				20. تعاني الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية من عدم توفر المصاريف التشغيلية بسبب قلة الإيرادات
				21. أثر انتشار فايروس كورونا على عدد ساعات العمل في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
				22. استمرت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية بنفس القوى العاملة التي كانت عليها قبل الجائحة
				23. أبقى الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية على العمال من ذوي الخبرة فقط
				24. خفضت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية جزء من القوة العاملة لديها
				25. أوقفت الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية كافة القوى العاملة وأبقى على الإداريين فقط
مقومات تطوير القطاع السياحي وانعكاسها على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية				
				26. توفير مسارات سياحية مؤهلة للمعالم السياحية
				27. إعادة ترميم وتأهيل المناطق الأثرية
				28. التوسع في التعليم السياحي والفندقي لخلق كوادر إدارية وفنية ترتقي بمستوى الأداء الخدمي للنشاط السياحي
				29. تجديد اللوحات الإرشادية في المناطق الأثرية
				30. التوسع في الأفلام التسجيلية عن المزارات الأثرية والهامة ومناطق الجذب السياحي
				31. تشجيع إقامة القرى السياحية ينمي القطاع السياحي
				32. تشجيع الاستثمار في مجال السياحة الداخلية
				33. العمل على تنويع الخدمات السياحية في مختلف المناطق
أثر النهوض وتعافي القطاع السياحي من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية				
				34. الاعتماد على نشاطات وأسواق متعددة في المجال السياحي
				35. يعتمد السائحون والزوار الأجانب جزءاً من برامج الترويج للصادرات الوطنية
				36. رفع مستوى التنافسية بالسياحة الداخلية من خلال تعزيز الترابط وتيسير السفر
				37. تزويد المجتمعات والمجموعات الضعيفة بالقدرة على تطوير منتجات سياحية جديدة
				38. تسهيل مخططات السياحة الاجتماعية وتعزيزها لتستهدف كبار السن والأسر والشباب والأشخاص ذوي الإعاقة
				39. توظيف التسويق الإلكتروني من خلال الشراكة بين المؤسسات السياحية ووزارة السياحة
				40. انشاء مرصد سياحة مستدامة وطنية ومحلية لقياس جميع أبعاد السياحة بالشراكة مع

					أصحاب المصلحة
					41. بناء قدرات المؤسسات السياحية في استقطاب السياحة الوافدة
					42. تحسين خدمات السلامة العامة في المواقع السياحية
أثر وجود استراتيجية النهوض بالقطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية					
					43. تحفيز الاحتفاظ بالوظائف وتقديم الدعم للعاملين في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
					44. حماية الفئات الأكثر تعرضاً للمخاطر الناجمة عن السياحة
					45. دعم سيولة الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية
					46. إعادة النظر في الضرائب والرسوم التي تؤثر على المنشآت السياحية
					47. شعور السائح بالأمن والأمان
					48. إدراج السياحة في حُزم المساعدات خلال حالات الطوارئ الاقتصادية
					49. تسهيل ممارسة السائح الأجنبي للسياحة
					50. توكير مصادر إرشاد ومعرفة للسائح
دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة					
					51. تخلق السياحة فرص عمل دائمة
					52. تخلق السياحة فرص عمل موسمية
					53. تساعد الجباية السياحية في توفير السيولة لإنشاء المشاريع السياحية والتنمية
					54. تزيد من نشاط الحرفيين والنشاط الحرفي
					55. تساهم في تطوير البنية التحتية
					56. تحسن من المستوى المعيشي للفرد
					57. تساعد على التعايش مع مختلف الثقافات
					58. تعمل على تدفق العملة الأجنبية
					59. تساعد في التهيئة العمرانية للمناطق السياحية
					60. تطوير الصناعات اليدوية المحلية كصناعة الفخار والألبسة التراثية
					61. تحسن من مستوى الخدمات السياحية والفندقية
					62. تقضي على العديد من المشاكل، كالبطالة والركود الاقتصادي
					63. تحقق السياحة الرفاهية للمجتمع
					64. تفيد المجتمع من خلال الخدمات التي توفرها المشاريع السياحية مثل تبليط الطرق وتجميل المناطق كإقامة الحدائق.

انتهى الاستبيان

ملحق رقم (3): كتاب جمع معلومات من الجامعة موجّهة لوزارة السياحة والآثار



بسم الله الرحمن الرحيم

معهد التنمية المستدامة

Institute of Sustainable Development



الى من يهّمه الامر،،،

حضرة معالي وزيرة السياحة والآثار الفلسطينيّة المحترمة

الموضوع: إجراء مقابلة

تحية طيبة وبعد،،،

يفيد برنامج التنمية المستدامة - بناء مؤسسات وتنمية موارد بشرية - جامعة القدس بأن الطالب خضر الياس جقمان ورقمه الجامعي "21911625" هو أحد طلبة معهد التنمية المستدامة في جامعة القدس حيث يقوم بإجراء دراسة تقييمية لأداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا.

وعليه يود إجراء مقابلة مع سعادتك لغرض جمع بيانات ومعلومات حول الجائحة وانعكاساتها على القطاع السياحي في محافظة بيت لحم، لذا نلتمس منكم الموافقة على هذه المقابلة وتحديد موعداً لإجرائها بما يتناسب وظروف العمل لديكم

وتفضلوا بقبول الاحترام

د. احمد حرز الله

مدير معهد التنمية المستدامة


Institute of Sustainable Development



Jerusalem - Abu Deis
Tel / Fax: 009722790345
P.O.Box: 51000, 20002
email: srd@alquds.edu

القدس - أبو ديس
تلفاكس 009722790345
ص.ب: 51000 أو 20002
البريد الإلكتروني: srd@alquds.edu

ملحق رقم (أ.4): كشف بأسماء الفنادق

الرقم	اسم الفندق	الرقم	اسم الفندق
1.	فندق بيت لحم	28.	فندق الإفريست
2.	فندق الأراضي المقدسة	29.	فندق منتجع الجولدن بارك
3.	فندق السلام	30.	فندق آنجل
4.	فندق بيت لحم ان	31.	فندق ستار بيت لحم
5.	فندق دووم	32.	فندق ومطعم أرارات
6.	سانت فنسنت جست هاوس	33.	أمباسادور ستي
7.	بيت السلام	34.	فندق إيمان ريجنسي بالاس
8.	فندق منتجع مراد السياحي	35.	دار ستي عزيزة
9.	فندق البردايس	36.	فندق اورينت بالاس
10.	فندق سانتا ماريا	37.	فندق رزידنس
11.	فندق جبل داود	38.	جست هاوس السرايا
12.	فندق أجراس المهد	39.	لفندق الماسي
13.	فندق المهد	40.	ذا وولد اوف هوتيل
14.	فندق بيت الرعاة	41.	هيروديون جيست هاوس
15.	فندق سانت جيرائيل	42.	نسطاس ولد ان جست هاوس
16.	فندق سانت أنطونيو	43.	بنك سيرفينج
17.	فندق سانت مايكل	44.	حبيبي هوستيل
18.	فندق شبرد بلازا	45.	نزل حوش الصبار
19.	فندق قرية الزيتون السياحية	46.	فندق اينوفيشين
20.	فندق الكمندر	47.	فندق منولي بلازا
21.	فندق الشبرد	48.	نزل شارع النجمة
22.	فندق قصر جاسر	49.	فندق سانت جوزيف
23.	فندق العائلة المقدسة	50.	وايت دايموند هونيل
24.	فندق سهارى	51.	فندق صن رايز
25.	فندق ساحة المهد	52.	بنسيون مرمره
26.	فندق سانت نيقولاس	53.	بست لحم سويتس
27.	فندق جراند بيت لحم	54.	فندق تلال بيت لحم

المصدر: وزارة السياحة الفلسطينية: [#/https://tourism.ps/bethlehem-hotels-table](https://tourism.ps/bethlehem-hotels-table)

ملحق رقم (4.ب): كشف بأسماء محلات بيع التحف الشرقية

الرقم	اسم المنشأة	الرقم	اسم المنشأة
1.	آارات سوفنير شوب للتحف الشرقية	47.	عيسى سوفنير
2.	أوليف تري ماستر بيسيس	48.	غطاس سوفنير شوب للتحف الشرقية
3.	إدوارد الأعمى للتحف الشرقية	49.	قسطنطين للتحف الشرقية
4.	الأقواس الثلاثة للتحف التذكارية والمجوهرات	50.	كلير انسطاس للتحف الشرقية
5.	البركة للهدايا والتحف الشرقية	51.	كندو ستور
6.	الجمعية التعاونية الحرفية لصناعات الأراضي المقدسة	52.	كوين هيلانا للتحف الشرقية
7.	القافلة للتحف الشرقية	53.	كيليكيا للتحف الشرقية
8.	القمر الأخضر للتحف الشرقية	54.	لاما إخوان
9.	المتجر الشرقي للتحف	55.	مار يوسف للتحف الشرقية
10.	المهد للتحف الشرقية	56.	متجر أبو شنب للتحف الشرقية
11.	اليجا للتحف الشرقية	57.	متجر الأراضي المقدسة للتحف الشرقية
12.	باب المغارة القديمة للتحف الشرقية	58.	متجر البامبينو للفنون والنحت
13.	بيت الميلاد للتحف الشرقية	59.	متجر الديوان للتحف الشرقية
14.	بيت الهدايا للتحف الشرقية	60.	متجر القناة الرومانية للتحف الشرقية
15.	بيت لحم 2000	61.	متجر النخيل للتحف الشرقية
16.	بيت لحم تنفيتي للتحف الشرقية	62.	متجر زهرة السهل الساحلي
17.	بيت لحم سوفنير سنتر للتحف الشرقية	63.	متجر فراس للتحف
18.	جلوري ماري	64.	متجر قطان سوفنير
19.	جلوريا للاستثمار والتحف الشرقية	65.	متجر نجمة المهد/ مغارة المهد
20.	جوني سوفنير للتحف الشرقية	66.	متجر يوحنا المعمدان
21.	ريمون كندو للتحف الشرقية	67.	متحف الأراضي المقدسة الفنية للهدايا والتحف الشرقية
22.	زلف للتحف الشرقية	68.	متري سوفنير
23.	ساحة النجمة للتحف الشرقية	69.	مخزن البدوي للتحف الشرقية
24.	سان جورج للهدايا	70.	مخزن الراعي الصالح
25.	سان جون للتحف الشرقية	71.	مخزن الملائكة للتحف الشرقية
26.	سانت جورجوس للتحف الشرقية	72.	مخزن الملك داوود للتحف الشرقية
27.	سانت مايكل للتحف الشرقية	73.	مخزن الملوك
28.	سانتا كاترينا	74.	مخزن الميلاد
29.	سنتواري المدينة القديمة	75.	مخزن بيت لحم الجديد لبيع الهدايا والتحف الشرقية

30.	سوق أمير السلام للتحف الشرقية	.76	مخزن بيت لحم الشرقي
31.	سوق الملك سليمان للتحف الشرقية	.77	مخزن بيت لحم للهدايا
32.	سوق الملك سليمان للتحف الشرقية 2	.78	مخزن حقل بوعز للتحف الشرقية
33.	شجرة الحياة للتحف الشرقية	.79	مخزن عدنان للتحف الشرقية
34.	شركة الأقواس الثلاثة 2	.80	مخزن مغارة الحليب الفني للتحف الشرقية
35.	شركة الإفريست للتحف الشرقية	.81	مخزن نجمة بيت لحم
36.	شركة الزايد للتحف الشرقية	.82	مخزن هيروديون
37.	شركة بيت ساحور للتحف الشرقية	.83	مراد للتحف والهدايا
38.	شركة روك للتحف الشرقية	.84	مركز التراث الفلسطيني - مها السقا
39.	شركة سانت باتريك للتحف الشرقية	.85	مشغل الزغبى لخشب الزيتون
40.	شركة نتيفيتي للتحف الشرقية	.86	معرض أكرم انسطاس للنحت والفنون
41.	طبش للمجوهرات والتحف الشرقية	.87	معرض المشغل لشركة الميلاد
42.	طوني سوفينير شوب للتحف الشرقية	.88	معرض بيت لحم الفني للتحف الشرقية
43.	عادل للتحف الشرقية	.89	مغارة بيت لحم الصغيرة للتحف الشرقية
44.	عبد جفت شوب للهدايا والنثريات والتحف الشرقية	.90	هليلويا للتحف الشرقية
45.	عمانوثيل سكلب بولسكي للتحف الشرقية	.91	هولي فاميلي للتحف الشرقية
46.	عيسى أبو عيطة وأولاده	.92	هولي لاند فنواي ستورز

المصدر: وزارة السياحة الفلسطينية [/https://tourism.ps/souvenir](https://tourism.ps/souvenir/)

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
49	خصائص العينة الديموغرافية	1.3
55	نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات لكل مجال من مجالات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية له	2.3
59	نتائج معاملات ثبات أداة الدراسة	3.3
64	مفاتيح التصحيح	4.3
65	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا	1.4
67	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مدى تأثير السياسات والاجراءات الحكومية التي تم اتخاذها في الحد من انتشار جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم	2.4
70	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثيرات جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم	3.4
72	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثيرات جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم	4.4
75	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لانعكاس توفر مقومات تطوير القطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم والتي تعمل على تحقيق التنمية السياحية في فلسطين	5.4
78	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تأثير النهوض وتعافي القطاع السياحي من تأثيرات جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية	6.7
80	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات أهمية وجود استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم	7.4
83	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات دور الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في تحقيق التنمية المستدامة	8.4
86	نتائج اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا على أداء الفنادق ومحلات بيع	9.4

	التحف السياحية في محافظة بيت لحم من منظور تنموي.	
87	نتائج اختبار (One Sample T- test) لتأثير السياسات والاجراءات الحكومية للحد من جائحة كورونا على الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.	10.4
89	نتائج اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا على حجم الطلب على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.	11.4
90	نتائج اختبار (One Sample T- test) لتأثير جائحة كورونا على حجم الأيدي العاملة في الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.	12.4
92	نتائج اختبار (One Sample T- test) لأثر مقومات تطوير القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.	13.4
93	نتائج اختبار (One Sample T- test) لأثر النهوض بالقطاع السياحي وتعافيه على خدمات الفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم.	14.4
95	نتائج اختبار (One Sample T- test) أثر وجود استراتيجيات للنهوض بالفنادق ومحلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم في بما يحقق التنمية المستدامة.	15.4
97	نتائج اختبار "ت" في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس	16.4
98	نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المؤهل العلمي	17.4
99	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المؤهل العلمي	18.4
100	نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير سنوات الخبرة	19.4
101	نتائج اختبار (LSD) للفروق في درجة تقييم أداء محلات بيع التحف السياحية في محافظة بيت لحم خلال جائحة كورونا من منظور تنموي تعزى لمتغير سنوات الخبرة	20.4
102	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير سنوات الخبرة	21.4
103	نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة	22.4

104	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير معدل الدخل الشهري للمنشأة	23.4
105	نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المسمى الوظيفي	24.4
106	نتائج اختبار (LSD) للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المسمى الوظيفي	25.4
107	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير المسمى الوظيفي	26.4
108	نتائج اختبار التباين للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير عدد العاملين في المنشأة	27.4
109	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في العوامل المؤثرة على استدامة أداء القطاع السياحي في محافظة بيت لحم أثناء جائحة كورونا تعزى لمتغير عدد العاملين في المنشأة	28.4

فهرس الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
123	أسماء المحكمين	1
124	الاستبانة	2
129	كتاب تسهيل جمع معلومات من الجامعة موجهة لوزارة السياحة والآثار	3
130	كشف بأسماء الفنادق	أ.4
131	كشف أسماء محلات بيع التحف الشرقية	ب.4

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	عنوان المحتوى	رقم المحتوى
-	الغلاف	-
-	إجازة الرسالة	-
-	الإهداء	-
أ	الإقرار	-
ب	الشكر والعرفان	-
ج	مصطلحات الدراسة	-
هـ	الملخص بالعربية	-
و	الملخص بالإنجليزية	-
الفصل الأول: الاطار العام للدراسة		
1	المقدمة	1.1
3	مشكلة الدراسة	2.1
5	مبررات الدراسة	3.1
6	أهمية الدراسة	4.1
7	أسئلة الدراسة	5.1
8	أهداف الدراسة	6.1
9	فرضيات الدراسة	7.1
10	متغيرات الدراسة	8.1
11	نموذج الدراسة	9.1
12	حدود الدراسة	10.1

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

13	المبحث الأول: السياحة	1.2
13	مفهوم السياحة	1.1.2
14	أنواع السياحة	2.1.2
15	خصائص السياحة	3.1.2
16	مكونات الأنشطة السياحية	4.1.2
17	عناصر الجذب السياحي	5.1.2
17	التحديات التي تواجه قطاع السياحة	6.1.2
19	العوامل التي ساعدت على انتشار السياحة	7.1.2
19	تأثير السياحة على الاقتصاد والمجتمع والسياسة	8.1.2
21	التنمية السياحية المستدامة	9.1.2
21	جوانب التنمية السياحية	10.1.2
22	أهمية السياحة المستدامة	11.1.2
23	أهداف التنمية السياحية المستدامة	12.1.2
24	نماذج من المشاريع السياحية والتي تساعد على تحقيق التنمية السياحية المستدامة	13.1.2
25	واقع القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا	14.1.2
27	المبحث الثاني: السياحة في محافظة بيت لحم	2.2
27	المواقع التاريخية والأثرية في محافظة بيت لحم، والتي تحظى باهتمام واسع	1.2.2
31	المشاكل التي تواجه القطاع السياحي في محافظة بيت لحم	2.2.2
33	الدراسات السابقة	3.2
33	الدراسات العربية	1.3.2
38	الدراسات الأجنبية	2.3.2
44	تعقيب على الدراسات السابقة	4.2

الفصل الثالث: طريقة وإجراءات الدراسة

47	مقدمة	1.3
47	منهج الدراسة	2.3
47	مصادر جمع البيانات	3.3
48	مجتمع الدراسة	4.3
48	عينة الدراسة	5.3
50	الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة	6.3
52	أدوات الدراسة	7.3
54	صدق أداة الدراسة	8.3
54	الصدق الظاهري للأداة	1.8.3
54	صدق الاتساق الداخلي والصدق البنائي	2.8.3
58	ثبات أداة الدراسة	9.3
59	خطوات تطبيق الدراسة	10.3
60	متغيرات الدراسة	11.3
62	المعالجة الإحصائية	12.3
63	الأساليب الإحصائية	13.3
64	أخلاقيات الدراسة	14.3

الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها

65	مقدمة	1.4
65	الإجابة عن أسئلة الدراسة	2.4
65	الإجابة عن التساؤل الرئيسي	1.2.4
66	الإجابة عن السؤال الفرعي الأول	1.1.2.4
69	الإجابة عن السؤال الفرعي الثاني	2.1.2.4
72	الإجابة عن السؤال الفرعي الثالث	3.1.2.4

75	الإجابة عن السؤال الفرعي الرابع	4.1.2.4
77	الإجابة عن السؤال الفرعي الخامسة	5.1.2.4
80	الإجابة عن السؤال الفرعي السادس	6.1.2.4
83	الإجابة عن السؤال الفرعي السابع	7.1.2.4
86	فحص واختبار الفرضيات	3.4
86	الفرضية الرئيسة الأولى	1.3.4
96	الفرضية الرئيسة الثانية	2.3.4
الفصل الخامس: ملخص النتائج والاستنتاجات والتوصيات		
111	مقدمة	1.5
111	النتائج والاستنتاجات	2.5
111	نتائج أسئلة الدراسة	1.2.5
112	نتائج فرضيات الدراسة	2.2.5
114	التوصيات	3.5
المصادر والمراجع		
116	المصادر والمراجع العربية	-
120	المواقع الإلكترونية	-
120	المصادر والمراجع الأجنبية	-