عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا على القطاع السياحي في محافظة بيت لحم وأوجه المساندة المطلوبة

هند حسين محمود أبو غيث

رسالة ماجستير

القدس – فلسطين

1442هـ/2021م

آثار جائحة كورونا الاقتصادية على السياحة وأوجه المساندة المطلوبة في محافظة بيت لحم

إعداد الطالبة:

هند حسين محمود أبو غيث

بكالوريوس: إدارة أعمال – جامعة القدس المفتوحة

المشرف: د. عبد الوهاب الصباغ

قدمت هذه الرسالة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في التنمية المستدامة– مسار بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية– جامعة القدس

1442هـ/2021

جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

برنامج بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية

إجازة الرسالة

آثار جائحة كورونا الاقتصادية على السياحة في مدينة بيت لحم وأولويات المساعدة المطلوبة من وجهة نظر أصحاب الفنادق والمطاعم وأصحاب مشاغل وبيع الصناعات التراثية في محافظة بيت لحم

اسم الطالبة: **هند حسين محمود أبو غيث**

الرقم الجامعي: **21820237**

المشرف: عبد الوهاب الصباغ

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 19/ 5/ 2021م من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسمائهم وتواقيعهم:

1- رئيس لجنة المناقشة: د. عبد الوهاب الصباغ التوقيع :.....

2- ممتحنا دخليا : د سعدي الكرنز التوقيع :.....

3- ممتحنا خارجيا: د. سمير حزبون التوقيع :.....

1442هـ/2021م

الإهـداء

إلى أمي أدام الله صحتها ومدّ في عُمرها وغمرها بالسعادة في الدنيا والفوز في الآخرة

إلى من هم روح الدعم والمساندة أخوتي وأخواتي يحفظهم الله

إلى كل من علمني حرفاً وأنار لي طريق العلم والمعرفة

هند حسين محمود أبو غيث

إقـرار:

أنا الموقع أدناه أقرُّ بأنَّ ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إلـه حيثما ورد، وأنّ هذه الرسالة ككل، أو أي جزء منها لم يُقدم لنيل أية درجة علمية أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

الاسم: هند حسين محمود أبو غيث

التوقيع: .....

التاريخ ..../...../.....

شـكر وعرفـان

الحمد لله والشكر له كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه عدد خلقه، ورضا نفسه، وزنة عرشه، ومداد كلمات على أن منّ الله عليّ بإنجاز هذه الرسالة والصلاة والسلام على أفضل الخلق نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً كثيرا.

أتقدم بالشكر الجزيل إلى جامعة القدس وإدارة برنامج التنمية الريفية المستدامة – بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية وأساتذته.

كما أتوجه بالشكر والتقدير لسعادة الدكتور عبد الوهاب الصباغ الذي أشرف على إنجاز هذه الرسالة والذي كان بعد الله – عز وجل– المعين الأول على إتمامها فله كل التقدير والاحترام

وأتوجه بالشكر لغرفة تجارة وصناعة محافظة بيت لحم، وللجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، وزارة السياحة والآثار، والمبحوثين والمُحكّمين الذين لم يتوانوا لحظة واحدة في تقديم المساعدة.

وأشكر كل من مدّ لي يد العون من قريب أو بعيد ولو بالدعاء بظهر الغيب.

هند حسين محمود أبو غيث

قائمة المختصرات

الرقم	الاختصار	الاسم باللغة العربية	الاسم باللغة الانجليزية
.1	WHO	منظمة الصحة العالمية	World Health Organization)
.2	UNCTAD	الأونكتاد (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية)	United Nations Conference On Trade and Development
.3	MAS	معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)	Palestine Economic Policy Research Institute
.4	ILO	منظمة العمل الدولية	International Labour Organization
.5	PCBS	الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	Palestinian Central Bureau Of Statistic
.6	WTO	منظمة السياحة العالمية	World Tourism Organization

مصطلحات الدراسة*:

السياحة:

نشاط يقوم به المسافر إلى وجهة رئيسة خارج بيئته المعتادة لأقل من عام، ولأي غرض رئيس (العمل التجاري، أو الترفيه أو لغرض شخصي آخر) باستثناء ما يستخدمه الشخص المقيم في البلد أو المكان الذي يزوره، حيث يصنف الزائر بأنه سائح أو زائر مبيت.

السياحة المحلية:

هي الرحلة السياحية التي تكون وجهتها الرئيسة داخل بلد إقامة الزائر.

السياحة الخارجية:

هي الرحلة السياحية التي تكون وجهتها الرئيسة خارج بلد إقامة الزائر.

السياحة الوافدة:

تتمثل في المجموعات السياحية القادمة إلى فلسطين، وتشتمل على أنشطة الوافدين والبقاء في أماكن خارج بيئتهم المعتادة، ولمدة لا تتجاوز سنة واحدة متتالية، بهدف الاستجمام والراحة، أو القيام بمهمات رسمية وأعمال أخرى.

الاستهلاك السياحي:

يشمل المبلغ المدفوع لحيازة السلع والخدمات الاستهلاكية ولحيازة الأشياء الثمينة للاستخدام الخاص أو للإهداء، ولأغراض الرحلات السياحية وأثنائها، ويناظر المعاملات النقدية (وهي نقطة تركز الاستهلاك السياحي)، إضافة إلى الخدمات المرتبطة بالإقامة أثناء الإجازات على حساب الشخص والتحويلات

* **تم استخدام المصطلحات التالية من الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، (2017).**

الاجتماعية السياحية العينيّة والاستهلاك المحتسب الآخر. حيث يتم تقدير هذه الصفقات باستعمال مصادر تختلف عن المعلومات المجموعة مباشرة من الزوّار، مثل تقارير المبادلات المحلية وتقديرات الإيجارات الخاصة ببيوت الإجازات وحسابات خدمات الوساطة المالية المحتسبة على نحو غير مباشر، ويشتمل كذلك على أية خدمات أخرى يستهلكها السائح.

استهلاك السياحة الخارجية:

هو الاستهلاك السياحي للزائر المقيم خارج الاقتصاد المرجعي.

استهلاك السياحة الوافدة:

هو الاستهلاك السياحي للزائر غير المقيم داخل الاقتصاد المرجعي.

استهلاك السياحة الداخلية:

هو الاستهلاك السياحي لكلا الزوّار المقيمين وغير المقيمين داخل الاقتصاد المرجعي وهو حاصل جمع استهلاك السياحة المحلية واستهلاك السياحة الوافدة.

استهلاك السياحة المحلية:

هو الاستهلاك السياحي للزائر المقيم داخل الاقتصاد المرجعي.

استهلاك السياحة الوطنية:

هو الاستهلاك السياحي للزوّار المقيمين، داخل وخارج الاقتصاد المرجعي، وهو حاصل جمع استهلاك السياحة المحلية واستهلاك السياحة الخارجية.

الشخص الزائر (المسافر):

يستخدم مصطلح الشخص الزائر (المسافر) للتعبير عن أي شخص مسافر إلى مكان غير مكان بيئته المعتادة لمدة تقل عن 12 شهراً، على أن لا يكون الغرض الأساسي من رحلته ممارسة نشاط يدرّ له دخلاً من داخل المكان الذي يزوره.

وفق التوصيات الدولية الخاصة بالإحصاءات السياحية ينظر في فئتين اثنتين للزوار:

- **الزوار الدوليين:** الذين يكون بلد إقامتهم مختلفًا عن البلد الذي يزورونه؛ ويشمل هؤلاء الزوار الرعايا الذين يقيمون بصفة دائمة في الخارج، والذين يمكن أن يمثلوا شريحة مهمة من السوق، ولهم سمات خاصة.
- **الزوار المحليين:** الذين يكون بلد إقامتهم هو البلد الذي يزورونه، ويمكن أن يكونوا من رعايا ذلك البلد أو من الأجانب.

البيئة المعتادة:

البيئة المعتادة هي مجموعة الأماكن التي يقوم الشخص بالتردد عليها ضمن روتين حياته العادية، باستثناء أماكن يتم زيارتها لممارسة الأنشطة الترفيهية فقط، وتتكون من المنطقة المجاورة لبيته أو مكان العمل أو الدراسة، وغيرها من الأماكن التي يتردد عليها بشكل روتيني.

بلد الإقامة المعتاد:

هو البلد الذي يقيم به عادة الشخص المبحوث، أو ينوي الإقامة فيه لمدة عام أو أكثر، وقد تكون جنسيته المسجلة في جواز سفره منسوبة إلى هذه البلد، وقد تكون مختلفة عنها، ويتحدد بلد إقامة الأسرة المعيشية بحسب مركز المصلحة الاقتصادية الغالبة لأفرادها.

بيوت الإجازات (المنازل الثانوية):

لكل أسرة معيشية مسكن رئيس، يتم تعريفه عادة بالإشارة إلى الوقت الذي تقضيه فيه، ويحدد مكان هذا المسكن بلد الإقامة ومكان الإقامة المعتادة لهذه الأسرة المعيشية ولكل أفرادها. وتُعدّ جميع المساكن الأخرى التي تملكها أو تستأجرها الأسرة المعيشية للأجل المتوسط أو الأجل الطويل مساكن ثانوية، وتُستبعد من البيئة المعتادة المساكن الثانوية المستعملة كبيوت للإجازات، أي التي تكون زيارتها أساساً لأغراض الترفيه، بغض النظر عن قربها من مكان الإقامة المعتادة، وعدد مرات

الزيارات ومدة الإقامة، بشرط ألاّ تحوِّل هذه المدة المسكن الثانوي إلى مسكن رئيس للأُسرة المعيشية، وقد يقع بيت الإجازات في نفس الإقليم الوطني الذي توجد فيه الإقامة المعتادة للأُسرة المعيشية أو في بلد أو في إقليم آخر.

مدة الرحلة:

يصنَّف الزائر (المحلي أو الوافد أو الخارج) باعتباره سائحاً (أو زائر المبيت) إذا شملت الرحلة إقامة مبيت لليلة، أو يصنَّف خلاف ذلك باعتباره زائراً ليوم واحد (مسافراً للنزهة). ومعظم زوّار اليوم الواحد هم زوّار محليون، ولكن هناك أيضاً بعض حالات الزوّار الدوليين ليوم واحد، وخاصة في البلدان الصغيرة أو إذا كان عبور الحدود سهلاً بصورة خاصة. وفي بعض البلدان قد يُشكّل استهلاك الزوّار ليوم واحد عنصراً هاماً في الاستهلاك السياحي.

ويمكن وصف خصائص السياحة ليس بعدد الرحلات فقط ولكن أيضاً بعدد ليالى المبيت، ومدة الرحلة تمثّل متغيراً مهماً في تقييم مستوى الطلب على الخدمات السياحية، مثل خدمات إقامة المبيت، وفي تقييم مجموع النفقات المرتبطة بالرحلة.

الغرض من الزيارة:

هو الغرض الذي يخرج من أجله السائح أو الزائر من مكان إقامته المعتاد، حيث من الممكن أن يكون هذا الغرض ترفيهي أو لأهداف دينية أو زيارة الأقارب والأصدقاء أو طبية أو تعليمية أو مهمات رسمية أو أي لأغراض أخرى.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آثار جائحة كورونا الاقتصادية على السياحة وأوجه المساندة المطلوبة في محافظة بيت لحم، وهدفت إلى التحقق من وجود فروق في استجابات المبحوثين حول تأثير الجائحة وأوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي تُعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، طبيعة العمل في القطاع السياحي، مكان العمل، الدخل الشهري، عدد العاملين).

وتحقيقا لأهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة والتي تم تطبيقها على عينة متيسرة، 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 وبلغت المتوسط الحسابي لهذا المجال (3.8)، وأظهرت النتائج أن أبرز أشكال آثار الجائحة على المنشآت السياحية في محافظة بيت لحم تتمثل في ترك العمال لعملهم في هذا القطاع وتراجع دخل المنشئات السياحية التي اعتمدت على السياحة الداخلية في فترة الجائحة.

واتضح أيضاً أن الدرجة الكلية للمجال الثاني وهو أولويات المساعدات المطلوبة للقطاع السياحي قد بلغت (3.7)، وأن أبرز أوجه هذه المساندة تتمثل في القيام برفع الوعي الصحي والممارسات للعاملين في المنشآت السياحية من خلال دورات تدريبية مجانية، وإعفاء رسوم تجديد التراخيص السياحية والأنشطة التجارية المرتبطة بها، وتأجيل سداد كل الالتزمات 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،

وعدد العاملين قبل الجائحة، وذلك لجميع محاور الدراسة، بينما اتضح وجود فروق ذات تبعاً لمتغير الفئة العمرية لجميع محاور الدراسة.

وفي نهاية الدراسة 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 كمجال مُكمّل للسياحة الخارجية، بحيث يمكن الاعتماد عليه عند حدوث أزمات دولية تعيق عمليات التدفق السياحى من الخارج، وتطوير النظم الفنية والإدارية فى مختلف المنشآت السياحية، والارتقاء بكفاءة العاملين بها لمواكبة المعايير الدولية فى المنافسة.

The economic effects of the Corona pandemic on the tourism sector in the Bethlehem Governorate and the required support

Prepared by: Hind Abu Ghaith

Supervisor: Dr. Abdel wahhab Al sabbag.

Abstract：

This study aimed to identify the economic effects of the Corona pandemic on tourism and the aspects of support required in the Bethlehem Governorate, and it aimed to verify the existence of differences in the respondents' responses about the impact of the pandemic and the aspects of support required for the tourism sector due to personal variables (gender, age, nature of work in the tourism sector). place of work, monthly income, number of employees).

In order to achieve the objectives of the study, the researcher used the descriptive approach and the questionnaire tool, which were applied to an accessible sample, where the total population of the study amounted to 146 respondents, while the research sample was an accessible sample of 71 respondents.

It was clear from the results that the effects of the pandemic on the tourism sector, the economic dimension, were to a large extent, and the arithmetic average for this field was (3.8), and the results showed that the most prominent forms of the effects of the pandemic on tourist facilities in the Bethlehem Governorate are the workers leaving their work in this sector and the decline in the income of tourist facilities Which relied on domestic tourism during the pandemic period.

It also became clear that the total score for the second field, which is the priorities of the assistance required for the tourism sector, reached (3.7), and that the most prominent aspects of this support are to raise health awareness and practices for workers in tourist facilities through free training courses, and exemption from fees for renewing tourist licenses and related commercial activities. Postponing the payment of all obligations and loan installments, even personal, for a period of 6 months.

It was clear from the results that there were no statistically significant differences between the average responses of the sample members about the economic effects of the Corona pandemic on the tourism sector in the Bethlehem Governorate and the required aspects of support due to the variables: gender, nature of work in the tourism field, monthly income before the pandemic, and the number of workers before the pandemic , for all axes of the

study, while it became clear that there are significant differences depending on the age group variable for all axes of the study.

At the end of the study, the researcher recommended several recommendations, including preparing to face crises, building resilience, ensuring that tourism is part of the national emergency mechanism and systems, and spreading the culture of domestic tourism among citizens as a complementary field for foreign tourism, so that it can be relied upon when international crises occur that impede tourist flows from abroad. And the development of technical and administrative systems in the various tourist facilities, and the upgrading of the efficiency of their employees to keep pace with international standards in competition.

الفصل الأول:

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

تعدّ الأراضي الفلسطينية وجهة سياحية مهمة، إذ تتوفر فيها عناصر الجذب السياحي، وذلك نظراً لأهميتها الدينية والتاريخية والتراثية، إضافة إلى اعتدال مناخها وموقعها الجغرافي الذي يجاور العديد من البلدان السياحية مثل لبنان ومصر والأردن. فرغم التغيرات الجيوسياسية والتشوهات التي خلقها الاحتلال الإسرائيلي خلال العقود الماضية، إلا أنّ فلسطين لا تزال تمتلك آفاقاً رحبة لنمو وتطور النشاطات السياحية، حيث تعكس الأماكن الدينية فيها مثل المسجد الأقصى وكنيسة القيامة في القدس، إضافة إلى كنيسة المهد في بيت لحم، وعشرات المقامات الدينية والأديرة في أريحا والخليل وسبسطية، تميّز فلسطين كوجهة لملايين المؤمنين من أتباع الديانات السماوية. كما تُعد فلسطين معقلاً للعديد من الآثار التاريخية والدينية؛ مثل قصر هشام ووادي قمران ونهر الأردن، فضلاً عن أماكن الاستجمام الفريدة على مستوى العالم، أبرزها البحر الميت.

يمكن أن تجعل كل ميزات الجذب السياحي هذه من السياحة في فلسطين محركاً أساسياً للاقتصاد، بحيث تسهم بشكل ملحوظ بتنمية اقتصادية مستدامة، فالنشاطات السياحية – بحكم طبيعتها التشغيلية المعتمدة على العمال – تسهم في تخفيف وطأة البطالة، والتي كسرت حاجز العشرين بالمائة خلال السنوات الماضية (الفلاح، 2012).

ولا تختلف فلسطين كثيراً عن دول من حيث الأثر الاقتصادي للسياحة، حيث تؤدي السياحة دوراً مهماً وبارزاً في اقتصاديات معظم دول العالم، إذ تعتمد عليها دول العالم اعتماداً أساسياً كمصدر مهم من

مصادر الدخل القومي، وقد صارت السياحة مقبولة لدى كافة دول العالم اعترافاً بمزاياها العديدة، وبخاصة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية، فهي تجلب العملات الحرة وتتيح فرص عملٍ لعدد كبير من المواطنين للعمل كإداريين وفنيين وعمال مهرة وغيرها، إلى جانب تشجيعها للاستثمار في مجال الخدمات، كإنشاء الفنادق والمطاعم والكافتيريات والنقل السياحي بكافة أنواعه وأشكاله والصناعات اليدوية والفولكلورية، وصناعة التحف ومعدات التخييم والغطس والتصوير، وغيرها من الصناعات المتعددة المتصلة بالسياحة والتي تفوق في مجملها 130 صنعة، لذا يُعد الدخل الذي يمكن أن يحققه قطاع السياحة من المداخيل المالية غير المكلفة والداعمة لتوازن ميزان المدفوعات في معظم البلدان السياحية (الطيراوي، 2020).

كما أن القطاع السياحي والفندقي هو المحرك الحقيقي للدورة الاقتصادية والمورد الأكبر لسد عجز موازنة الدولة، وبما أن الأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة، تكاد تفتقر إلى المواد الأولية، ولا يوجد فيها صناعات متطورة وتدني مردود الزراعة، لذا تؤدي السياحة دوراً مهماً في تنمية اقتصاد فلسطين الذي يرتكز على تجارة الخدمات في جزء كبير منه، والتي ازدادت أهميتها في الاقتصاد الفلسطيني. انطلاقاً من ذلك يستطيع قطاع السياحة دعم الاقتصاد الوطني في الأراضي الفلسطينية لأنه ينوع الأنشطة الاقتصادية، كما يتيح فرصاً جديدة لليد العاملة، وينمى الإيرادات الواردة من العملات التي يتم تداولها في التجارة الدولية؛ لأنّ عملية نقل الأموال بوساطة السائحين من بلد إلى آخر تُسمى صادرات غير منظورة، فكلما زادت موارد دولة ما من السياحة تزيد من قدرتها على التعاقد مع الخارج ومن ثم سداد ديونها، فالموارد السياحية تُنعش التجارة الدولية وتوسّع قاعدة الالتزامات المالية نحو الخارج، سواء على شكل زيادة الواردات أو عن طريق القدرة على سداد المستحقات غير المنظورة كتحويل أجور العمال الأجانب.

وصناعة السياحة تتأثر إما إيجاباً أو سلباً ببعض من الظواهر الاقتصادية الموجودة في الأراضي الفلسطينية، باعتبار أن الأموال التي ينفقها السياح على المبيت والطعام والمواصلات والنشاطات والمشتريات تعدّ من التبادلات التجارية، فيتم إنفاق العائدات التي تجنيها المنشآت السياحية في منشآت اقتصادية أخرى، فيتم إعادة إنتاج الدخل من جديد، ومن خلال هذه الدورة يتم إعادة توزيع العائدات السياحية، فتصبح السياحة فرعاً اقتصادياً حركياً نظراً لتأثيرها الإيجابي في الاقتصاد الوطني العام عبر زيادة حجم المبيعات للسياح، وإيجاد فرص عمل لأبناء الوطن. وبناءً عليه فإن الفاعلية الاقتصادية لصناعة السياحة تكمن في درجة استغلال الطاقات الإنتاجية للثروات السياحية خلال فترة محددة من الزمن لإنتاج وتسويق الحد الأقصى من البضائع والخدمات لتلبية حاجات السياح وبالتإلى فإن السياحة تؤثر على الاقتصاد وذلك من خلال استهلاك السياح لكثير من السلع والبضائع والخدمات السياحية، الأمر الذي يؤثر على ميزان المدفوعات في الأراضي الفلسطينية (الفلاح، 2012).

ومن أبرز المدن السياحية الفلسطينية مدينة بيت لحم التي تُعدّ من أكثر المدن السياحية الجاذبة في فلسطين، فهي مدينة مقدسة بالنسبة للمسيحيين، وتحتوي على العديد من الأماكن السياحية والتاريخية، مما يقارب عدد سائحيها كل عام ثلاثه ملايين سائح وزائر من دول العالم. كما أنّ أغلب سكان مدينة بيت لحم يعملون في قطاع السياحة، سواء في الفنادق أو المحال التجارية التي تختص بالهدايا التذكارية (السوفينير)، أو المكاتب أو المطاعم السياحية، حتى أنّ هناك باعة متجولون يترزقون من السياح (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

لكن بعد أن ابتُلي العالم أجمع بوباء كورونا وبعد أن قيّدت الإجراءات الوقائية حركة السياح والمسافرين من دولة إلى أخرى، أصبحت مدينة بيت لحم التي كانت تعج بملايين الحجاج والسائحين مدينة خالية من الحركة السياحية، لأن معظم مناحي الحياة الاقتصادية في المدينة تعتمد على السياحة.

فقد شكّلت الإجراءات الوقائية في العام 2020 تحديًا كبيراً للمجتمع العالمي، وأدى انتشار فيروس كورونا الجديد، المعروف باسم كوفيد- 19، إلى أزمة صحية لا مثيل لها في مختلف أنحاء العالم، وكان للأزمة تأثيرات غير مسبوقة وخطرة على كافة جوانب تواصل الناس وعملهم وإنتاجهم وتجارتهم واستهلاكهم وحياتهم. وكان قطاع السفر والسياحة من القطاعات الأكثر تضرراً بحلول 7 أيار من العام 2020، حيث حظرت 113 دولة السفر من أجل احتواء انتشار فيروس كوفيد- 19 (مركز التجارة الدولية، 2020).

نتيجة لذلك توقعت منظمة السياحة العالمية أن ينخفض عدد السياح الدوليين بنسبة 60% إلى 80% في عام 2020 مقارنةً بعام 2019، ويعني ذلك انخفاضاً قدره 15 إلى 20 مرة أكبر مما كان عليه الحال خلال الأزمة المالية العالمية عام 2008 (مركز التجارة الدولية (2020)

وفي ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم إثر جائحة كوفيد – 19 (كورونا)، وما خلفته من آثار طالت مختلف مناحي الحياة، فقد انعكست بشكل كبير على الظروف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والصحية، وفرضت واقعاً جديداً وظروفاً استثنائية وتغييراً في المجتمع، سواء على ظروف المعيشة الصحية والثقافية والاجتماعية أو النشاطات الاقتصادية، مما وضع حياة الأفراد أمام تحديات كبيرة ومعقدة وتحتاج إلى رصد ومتابعة لكي يتم التخطيط وتبني سياسات وتدخلات تساهم في الحد من آثار وتبعات الجائحة (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

وعليه، هدفت الباحثة من هذه الدراسة تحليل الواقع السياحي في بيت لحم جرّاء تفشي فيروس كورونا، ومعرفة الخسائر التي تكبدها أصحاب الفنادق والمحال التجارية والمطاعم وغيرها، وذلك من أجل إيجاد حلول لإعادة إنعاش السياحة في فلسطين عامة وبيت لحم بشكل خاص وكذلك دراسة كيف يمكن إعادة الثقة للسائحين لتشجيعهم على زيارة بيت لحم.

2.1 مشكلة الدراسة

كان لتفشي فيروس كورونا أثر كبير على قطاع السياحة في العالم، وخاصة قطاع السياحة في فلسطين عامة ومدينة بيت لحم خاصة، حيث إن هذه المدينة تحتوي على العديد من الأماكن السياحية الدينية والتاريخية، ويُعدّ القطاع السياحي الأهم من بين القطاعات الأخرى، إذ يبلغ معدل نسبة الوافدين إلى هذه المدينة (35%) من مجموع السياح الوافدين لجميع مناطق الضفة الغربية، بحسب إحصائيات الجهازي المركزي للإحصاء الفلسطيني بدءاً من العام 2010 حتى نهاية العام 2019، لكن مع تفشي وباء كورونا في دول العالم ومع وضع قيود للسفر من دولة إلى أخرى، فقد أحدث هذا الوباء مشكلة كبيرة في قطاع السياحة، وأدى إلى انخفاض كبير وملموس في إيرادات قطاع السياحة وما يتبعه من صناعات محلية، وعليه تتمثل مشكلة هذه الدراسة بالسؤال الآتي:

ما آثار جائحة كورونا الاقتصادية على السياحة وأوجه المساندة المطلوبة في محافظة بيت لحم؟

3.1 مبررات الدراسة:

بما أن القطاع السياحي هو الأكثر تضرراً بسبب جائحة كورونا فسيكون آخر قطاع يستعيد عافيته، لذا تم اختيار موضوع الدراسة من قِبل الباحثة لجملة من المبررات، أهمها:

- تواجه وزارة السياحة أزمة كبيرة بسبب انتشار فيروس كورونا، حيث إنها تركت آثاراً اقتصادية سلبية، لذا جاءت هذه الدراسة لمعرفة المشكلات الاقتصادية التي نتجت – ولا تزال– عن هذا الفيروس، كذلك معرفة السبل والطرق التي ستقوم بها وزارة السياحة لإنعاش قطاع السياحة من جديد.
- الحداثة، حيث إنّ هذه الدارسة تتناول ظاهرة حديثة وهي فيروس كورونا وآثاره على قطاع السياحة.

- محدودية الدراسات والأبحاث حول الظاهرة، لذا قد تكون لهذه الدراسة خصوصية معينة تظهر من نتائجها.
- كثرة الانتقادات الموجهة من العاملين وأصحاب المهن المرتبطة بهذا القطاع للجهات الرسمية حول الحلول لهذه المشكلة ولآثارها على أنشطتهم والذي أظهرته بعض الدراسات، وعليه ظهرت الحاجة إلى مثل هذه الدراسة الإدارية للكشف عن نواحي الخلل والقصور ومعالجتها.
- كون الباحثة مهتمة بهذا الموضوع نتيجة ملاحظتها المباشرة للآثار السلبية التي نتجت عن انتشار فيروس كورونا على القطاع السياحي في مدينة بيت لحم.

4.1 أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة كونها تبحث في موضوع جديد وهو فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19)، والذي عمل على إيقاف عجلة الحياة الاقتصادية والاجتماعية وكافة مناحي الحياة، وكون قطاع السياحة يُشكّل ركيزة قوية للاقتصاد الوطني الفلسطيني، فهذه الدراسة تُظهر المشكلات والمعوقات التي خلفتها جائحة كورونا، والتي بدورها تعيق تطوير السياحة في فلسطين بشكل عام وبيت لحم بشكل خاص، كذلك تعود أهمية هذه الدراسة في أنها تسلط الضوء على بعض التحديات التي واجهها العاملون ويواجهونها في قطاع السياحة.

كذلك يمكن أن تساهم هذه الدراسة بإعطاء حلول ولو مبدئية لتفادي هذه الخسائر ولإنعاش الحياة من جديد في مدينة بيت لحم.

5.1 أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس: معرفة آثار جائحة كورونا الاقتصادية على السياحة وأوجه المساندة المطلوبة في محافظة بيت لحم.

ويتفرع عنه الأهداف الثانوية:

1. التعرف على آثار جائحة كورونا الاقتصادية على القطاع السياحي من وجهة نظر أصحاب الفنادق والمطاعم وأصحاب مشاغل ومحلات الصناعات الحرفية في محافظة بيت لحم.
2. تحديد أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر أصحاب الفنادق والمطاعم وأصحاب مشاغل ومحلات الصناعات الحرفية في محافظة بيت لحم.
3. التعرف على الفروقات في استجابات المبحوثين حول آثار جائحة كورونا الاقتصادية تُعزى لخصائص المبحوثين (الجنس، العمر، طبيعة العمل في القطاع السياحي، مكان العمل، الدخل الشهري، عدد العاملين).
4. التعرف على الفروقات في استجابات المبحوثين حول أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي تُعزى لخصائص المبحوثين (الجنس، العمر، طبيعة العمل في القطاع السياحي، مكان العمل، الدخل الشهري، عدد العاملين).

6.1 أسئلة البحث:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن الأسئلة الآتية:

السؤال الأول: ما آثار جائحة كورونا الاقتصادية على القطاع السياحي من وجهة نظر أصحاب الفنادق والمطاعم وأصحاب مشاغل ومحلات الصناعات الحرفية في محافظة بيت لحم؟

السؤال الثاني: ما أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر أصحاب الفنادق والمطاعم وأصحاب مشاغل ومحلات الصناعات الحرفية في محافظة بيت لحم؟

السؤال الثالث: هل توجد فروقات في استجابات المبحوثين حول آثار جائحة كورونا الاقتصادية على القطاع السياحي تُعزى لخصائص المبحوثين: (الجنس، والعمر، وطبيعة العمل في القطاع السياحي، ومكان العمل، والدخل الشهري، وعدد العاملين)؟

السؤال الرابع: هل توجد فروقات في استجابات المبحوثين حول أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي تُعزى لخصائص المبحوثين: الجنس، والعمر، وطبيعة العمل في القطاع السياحي، ومكان العمل، والدخل الشهري، وعدد العاملين)؟

7.1 فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسة: لجائحة كورونا آثار اقتصادية على القطاع السياحي في محافظة بيت لحم.

وللتحقق من صحة هذه الفرضية طرحنا الفرضيات الفرعية الآتية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين حول آثار الجائحة الاقتصادية تُعزى لخصائص المبحوثين الديمغرافية (الجنس، والعمر، وطبيعة العمل في القطاع السياحي، ومكان العمل، والدخل الشهري، وعدد العاملين).
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين حول أوجه المساندة المطلوبة للحد من آثار جائحة كورونا على القطاع السياحي وخصائص المبحوثين الديموغرافية (الجنس، والعمر، وطبيعة العمل في القطاع السياحي، ومكان العمل، والدخل الشهري، وعدد العاملين).

8.1 متغيرات الدراسة:

الخصائص الديمغرافية: (الجنس، والعمر، وطبيعة العمل في القطاع السياحي، ومكان العمل، والدخل الشهري، وعدد العاملين).

المتغيرات التابعة: آثار جائحة كورونا الاقتصادية وأوجه المساندة المطلوبة.

9.1 حدود الدراسة:

الحدود المكانية : محافظة بيت لحم.

الحدود الزمنية : العام 2021.

الحدود البشرية: أصحاب الفنادق والمطاعم وأصحاب مشاغل ومحلات الصناعات الحرفية في محافظة بيت لحم.

الحدود الموضوعية: تقتصر هذه الدراسة على دراسة آثار جائحة كورونا الاقتصادية على القطاع السياحي وأوجه المساندة المطلوبة في محافظة بيت لحم.

10.1 هيكل الدراسة:

الفصل	المحتويات
الفصل الأول	خطة الدراسة (مقدمة، مشكلة الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، أسئلة الدراسة، فرضيات الدراسة)
الفصل الثاني	الإطار النظري والدراسات السابقة
الفصل الثالث	منهجية الدراسة
الفصل الرابع	تحليل البيانات واختبار الفرضيات
الفصل الخامس	مناقشة نتائج الدراسة وتوصياتها

الفصل الثاني:

الإطار النظري والأدبيات السابقة:

أولاً: الاطـار النظـري

1.2 أهمية القطاع السياحي وخصائصها عالمياً:

1.2.1 السياحة وأهميتها الاقتصادية:

أصبحت السياحة في نهاية السبعينيات من القرن العشرين ثاني أهم بند في التجارة العالمية، ويسبقها في هذا ذلك قطاع النفط فقط، ومن هنا أدركت معظم الدول الأهمية الكبرى للسياحة، فاهتمت بفتح أسواق جديدة إلى جانب تلك التقليدية، وعملت على تأهيل المرافق العامة بما يتناسب وتقديم برامج وخدمات سياحية ذات نوعية عالية من شأنها زيادة فترة إقامة السائح، إضافةً لتطوير وسائل الترويج السياحي والفندقي. وتنظر الدول المتقدمة خاصة إلى السياحة كجزء من تحقيق التكامل الاقتصادي ورفاهية مواطنيها، حيث عملت هذه الدول على إنشاء منظمات دولية تهتم بتخطيط السياحة وتنظيمها، ومنها الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية الرسمية (UIOTO) الذي سرعان ما تحول إلى منظمة دولية متخصصة في شؤون السياحة عرفت باسم المنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة (OMT).

حيث تُشكل السياحة 10.4% من الناتج الإجمالي العالمي، وتمثل ما قيمته 9 تريليون دولار أمريكي في عام 2019، ويوفر قطاع السياحة حوالي 1.2 مليون فرصة عمل شهرياً مباشرة في جميع أنحاء

العالم، ويتوقع أن يرتفع العدد إلى 1.5 مليون وظيفة شهرياً، أي ما نسبته 4.3% من إجمالي العمالة على مستوى العالم في حلول عام 2029.(عبد المنعم وآخرون، 2020، ص1-2).

كذلك تعدّ السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية، ومن منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يؤدي دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات ومصدراً للعملات الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة وهدفاً لتحقيق برامج التنمية (عوده، 2011).

وعلى الصعيد البيئي تعدّ السياحة عامل جذب للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية، إضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها (السيد، 2020).

فلاقى القطاع السياحي اهتماماً كبيراً، حيث تتضح الأهمية الإجمالية للسياحة في مجالات الإنتاج والصناعات السياحية التي لاقت اهتماماً وإقبالاً كبيراً من قبل السائحين، حيث تساعد السياحة على قيام صناعات ثابتة تؤثر على الدخل القومي. ويُعد الاستثمار في القطاع السياحي من الاستثمارات التي تجلب عائداً مساوياً لما تقدمه باقي الصناعات الأخرى، حيث يعمل الاستثمار في هذا القطاع على تحسين البنية التحتية وفي استخدام وسائل النقل، وتنشيط القطاع المالي والمصرفي وفي بناء مؤسسات تجارية جديدة. عدا عن ذلك فإن إنفاق السياح يخلق طلباً متزايداً على الإنتاج المحلي والدخل القومي، كما يعمل على جذب النقد الأجنبي بصورة أسرع من باقي الصناعات الأخرى، حيث تزيد أهمية الاستثمار السياحي كلما أقيمت مشاريع تعتمد بشكل أساسي على الإمكانيات والمواد المحلية (عبد الحق، 2009).

وهو تماماً ما يناسب الدول النامية لأنها لا تستطيع أن تحصل على احتياجاتها من النقد الأجنبي من خلال عمليات التصدير، لذا نعتبر أن استغلال القطاع السياحي مناسباً لها؛ لأنها تعتمد في مدخلاته

على مواردها المحلية، فمشروعاتها لا تحتاج إلى الاستثمارات العالية جداً، ولكن تعتبر مردوداتها سريعة.

إنّ دول العالم مهما كان مستواها التنموي تعتمد في بناء اقتصادياتها أساساً على الزراعة والصناعة، وإلى جانب هذين القطاعين المهمين تأتي السياحة في المرتبة الثالثة كونها تصنف ضمن قطاع الخدمات، وهي لاتقل أهمية عن سابقتها، نظراً للدور الهام الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية، حيث ظلت فكرة السياحة مرتبطة بفكرة التجارة الدولية، وبعمليات تسديد وموازنة أو تغطية العجز فيه. كما تعدّ السياحة وسيلة فعالة لجلب العملة الصعبة وامتصاص البطالة؛ لأنها نشاط يعتمد على الأيدي العاملة، مما جعل الكثير من الدول تولي اهتماماً خاصاً لهذا الميدان، حيث عمدت إلى تخصيص رؤوس أموال هائلة للاستثمار فيه، فأصبحت السياحة في الآونة الأخيرة مجالاً للتنافس الشديد بين الدول، فالسياحة حالياً هي صناعة تجارية وقطاع اقتصادي هام في عملية التنمية، فقد أظهرت تجربة العديد من البلدان الأهمية التي يكتسبها هذا القطاع من النشاط، إذ يحقق مردوداً مالياً كبيراً ويجلب عدداً هائلاً من السواح (موفق، 2002).

فقد حققت السياحة الدولية نمواً متسارعاً اعتباراً من عقود الستينيات والسبعينيات والثمانينيات، حيث حققت نمواً مثيراً، واستطاعت بعض من الدول النامية أن تستفيد من النمو السياحي العالمي، بينما تحاول دول أخرى، وهي تلك التي تفصلها مسافات بعيدة عن الأسواق المصدرة للسياحة، الإفادة من النمو السياحي العالمي ومن التطورات السريعة في النقل الجوي والبحري والبري، فقد أضحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج. وهي صناعة متعددة المراحل ومتداخلة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، وعليه تعدّ عاملاً مساعداً لعملية التنمية الاقتصادية خصوصاً في مجال البنية التحتية للاقتصاد(التوني، 2001).

فلا شكّ أنّ هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام، فقد اهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تشترك اقتصادياً وواقعياً مع تنمية قطاع السياحة، مثل النقل والاتصالات والمياه والكهرباء والخدمات الصحية، كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح، وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها ازداد عدد السياح الوافدين إليها (التوني، 2001).

لذا فإن السياحة عبارة عن مجموع الأنشطة البشرية التي تتعلق بالسفر، وصناعة تهدف إلى إشباع حاجة السائح، وتتعدد الزوايا التي ينظر منها للسياحة، فالنظرة للسياحة من الناحية الاقتصادية تختلف عن النظرة إليها من الناحية الاجتماعية أو السياسية أو القانونية أو التكنولوجية أو البيئية، إذ تتميز السياحة بالعديد من الخصائص التي تميزها عن غيرها من القطاعات وعن المنتجات المادية الملموسة، فهي قطاع لا يقل أهمية عن القطاعات الاقتصادية ومصدراً مهماً للعملة الصعبة، وعاملاً مهماً في تحقيق توازن ميزان المدفوعات، كما أنه قطاع يشارك في إيجاد فرص عمل جديدة لتقليل نسبة البطالة، ويعمل على تحقيق التوازن الجغرافي بين المناطق الحضرية والريفية، ويُعد عاملاً مهماً في تحقيق التنمية المستدامة في الدول النامية (عبد القادر، 2011).

وإن من أهم خصائص السياحة أنها سريعة النمو في مختلف بلدان العالم، وتتميز بكثافة العمالة، ومصدر مهم للتنمية والتوظيف، خاصة للذين تقل لديهم فرصة الوصول إلى سوق العمل، وهي صناعة مهمة لفئات النساء والشباب والعمال المهاجرين وسكان الريف. وتسهم بقوة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية وفي الحد من نسبة الفقر. وعلى الرغم من الانتكاسات الموسمية إلا أن معدل السياحة الدولية الوافدة زاد بمقدار 3.4 ٪ في المتوسط سنوياً بين العامين 1995 و2010. ففي العام 1950 سجلت صناعة السياحة معدل سياحة دولية وافدة بلغ 25 مليون سائحاً فقط؛ ونما معدل

الوصول إلى 277 مليوناً عام 1980، ثم إلى 675 مليوناً عام 2000، ثم إلى 922 مليوناً عام 2008، ثم إلى 940 مليوناً عام 2010، ثم و1.350 مليار عام 2012 (منظمه العمل الدولية، 2013).

2.1.2 آثار السياحة في التنمية الاقتصادية:

يمكن إجمال أهم آثار ومساهمات القطاع السياحي اقتصادياً بالنقاط الآتية:

أولاً: الإسهام في تكوين اليد العاملة وتوظيفها: تتصف صناعة السياحة بأنها نشاط اقتصادي متزايد فيما يتعلق باستخدام الأيدي العاملة، حيث تتطلب عدد كبير من العاملين تبعاً لمستوى الأنشطة السياحية، لذا تحد من نسبة البطالة (سلامة، 2018).

ثانياً: تحقيق التوازن الجغرافي: يتمركز التصنيع ومشروعات الأعمال الصناعية عموماً في المدن الكبرى، وبخاصة العواصم، مما يجلب أكبر عدد من السكان والسياح إليها، فعلى المدينة أن تتحمل عبء التكاليف والنزوح الريفي الذي يؤدي إلى خلق مناطق مهجورة كثيرة وشاسعة، لكن السياحة تسهم بطريقة فاعلة وإيجابية في تنمية هذه المناطق وتخفيف العبء على المدن، إذ تعدّ السياحة في هذا المجال وسيلة ممتازة لإحداث توازن جغرافي؛ لأن إنشاء مشروع سياحي يتطلب شروط جذب سياحي وجمال طبيعي، وهذا ما يكون قائماً في المناطق الريفية، كذلك فإن إنشاء مناطق سياحية من شأنه أن يقرّبها أكثر بباقي مناطق البلاد. فتؤدي التنمية السياحية المستدامه إلى توزيع مشروعات سياحية جديدة في مناطق البلاد المختلفة، وبخاصة أنّ المواقع الأثرية والدينية والتاريخية تتوزع على المناطق، ويعني هذا أن تنمية المناطق الريفية وغيرها يعني حصول تنمية متوازنة للأقاليم الجغرافية عن طريق إيجاد عمل وتحسين مستوى المعيشة وزيادة رفاهية واستغلال الموارد الطبيعية، وسيترتب على توزيع الدخول بين المناطق والأقاليم المختلفة تحقيق حالة التوازن الاقتصادي وإعادة توزيع الدخل والتنمية

وتطوير هذه المناطق باعتبارها مناطق جذب سكاني، فتؤدي للحد من الهجرة غير المتوازنة بين الحضر والريف (بو درباله، 2017).

ثالثاً: تأثير السياحة على ميزان المدفوعات: يكمن الهدف الرئيس لكل سياسة في العمل على جلب العملة الصعبة، فميزان المدفوعات ناتج عن الفرق بين الإيرادات والنفقات، لذا يمكن وضع ميزاناً خاصاً للسياحة يسمى (الميزان السياحي) وهو ناتج عن الفرق بين الإيرادات (دخول العملة الصعبة)، وتعتبر الايرادات المتحصلة من الخدمات السياحية من العملة الصعبة كصادرات غير ملموسة، وتقيّد في الجانب الدائن من الميزان التجاري غير المنظور الذي نجد فيه الخدمات المتبادلة بين الدولة والعالم الخارجي، كما يعتبر إنفاق المواطنين المقيمين بالخارج على السياحة استيراد غير منظور، ويقيّد في الجانب المدين للميزان التجاري، وبهذه العمليات يتم إعداد الميزان السياحي للتعرف على الأثر الصافي على ميزان المدفوعات ومعرفة الرصيد الحقيقي للدولة، حيث نجد بأن الميزان السياحي يمثل الفرق بين إنفاق السياح الأجانب بالداخل ونفقات المواطنين بالخارج، ويُظهر هذا الميزان في حالة عجز أو حالة فائض، حيث يدعم الميزان التجاري بصفة عامة، وتشجيع السياحة يؤدي إلى تكوين أثر إيجابي في ميزان المدفوعات (شنتير، 2018).

رابعاً: أثر السياحة على الإنفاق: يمكن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقويم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة للسائح؛ بمعنى أنّ أي إنفاق من السائح يكون مقابل خدمة سياحية يحصل عليها، كالإنفاق على الخدمة الفندقية التي تشمل الإيواء والإطعام ومختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق، هذا الإنفاق يمثل انتقال الأموال من السياح إلى أصحاب المؤسسات الفندقية، كما أن هناك نوع آخر من الإنفاق ليس من جانب السائح إنما من جانب الدولة السياحية، كالإنفاق على المشاريع السياحية، مما يؤدي إلى تنشيط الحركة الاقتصادية (شنتير، 2018).

3.1.2 خصائص السياحة:

تعدّ السياحة صناعة متميزة لاعتبارات متعددة، أهمها:

1. تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر، إذ تعدّ واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي (الدولة المضيفة) لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب تكاليف نقلها وتكاليف إنتاجها.
2. إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي: الموارد السياحية الطبيعية والتاريخية والأثرية) لا تباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائداً بطبيعتها، إلا إذا بيعت على شكل منتج سياحي، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة تتمثل في التسهيلات السياحية، والتي يجب أن تتواجد جنباً إلى جنب مع الموارد السياحية، حيث تتمثل هذه التسهيلات في أربع مجموعات:
   أ توفّر الهياكل الأساسية/ القاعدية: كشبكات النقل والخدمات المرفقة (المياه، الكهرباء والاتصالات وغيرها)، ووسائل الاتصال، وتوفير الأمن والإستقرار.
   ب توفّر منشآت الإقامة: الهياكل الفندقية وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية (المخيمات، والقرى السياحية، وغيرها).
   ج توفّر النقل بأنواعه: البري والبحري والجوي.
   د توفر المنشآت السياحية الترفيهية: كأماكن اللهو والتسلية، ومحلات بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية.
3. إن المنتج السياحي منتج مركب، فهو مزيج مشكّل من مجموعة عناصر متعددة يتكامل بعضها مع البعض الآخر، وتؤثر بالقطاعات الأخرى وتتأثر بها في المجتمع، فالسياح يستهلكون مجموعة

من السلع والخدمات، منها التي تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة والإطعام والنقل والهدايا والتذكارات ودور اللهو، ومنها ما يتعلق بالتي تبيعها المنشآت الأخرى (التجارية مثلاً)، ومنها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى في البلد المضيف، وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض، بحيث لو انخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الإجراءات الجمركية، انخفض التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تسهم في تقديم المنتج السياحي، فصناعة السياحة صناعة متكاملة، وبالمثل لو ارتفع مستوى السلعة أو الخدمة زاد التدفق السياحي وتأثرت العناصر وأثرت في القطاعات الأخرى.

4 إن السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار؛ لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية وبمرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل، إضافة إلى مشكلة الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي عن طريق:

أ تعرض الطلب السياحي لتأثيرات خارجية: فقد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة، كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف، وكالتغيرات المناخية غير المنتظرة، إضافة إلى قرارات الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين الخروج به.

ب تتميز السياحة بمرونة عالية بحسب السعر والدخل، وهذا يعني أن قرارات الدولة بشأن السياحة قد تتأثر كثيراً بالتغيرات الطفيفة في الأسعار والدخول، فبالنسبة للمرونة السعرية فإنه يمكن تحديدها بسهولة، مقارنة بمرونة المدخولات، نظراً لكون آثار المرونة السعرية تكون سريعة، أما التغيرات في الدخول فإنها تكون بصفة عامة أكثر تدرجاً، ومن ثم لا يتم تحديدها إلا بعد مدة من الزمن (عادة سنة).

جـ موسمية النشاط: إنّ النشاط السياحي في غالبيته نشاط موسمي، فهناك عوامل تؤدي إلى الموسمية، أهمها تركز العطل المدرسية والعطل في المنشآت الصناعية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسواح تدعو إلى هذه الظاهرة، ومن الواضح أن سياحة الإجازات والعطل التي تمثل قدراً كبيراً من وقت النشاط السياحي هي التي تدعم هذه الظاهرة. أما بالنسبة للأشكال الأخرى من النشاط السياحي (سياحة الأعمال وسياحة المؤتمرات والسياحة العلاجية وغيرها) لا يكون لها علاقة بمشكلة الموسمية التي تقضي في النشاط السياحي إلى:

- يؤدي عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر إلى ضرورة تحقيق أرباح كافية خلال فترة الموسم لمواجهة التراجع خلال الفترات الباقية من السنة.
- ضياع المواد نتيجة تعطل الطاقة الإنتاجية في الفترات غير الموسمية، مما يؤدي إلى وجود بطالة موسمية.

- إن التوسع في العرض أثناء فترة الموسمية يؤدي إلى زيادة التركز الموسمي، وقد بذلت محاولات عديدة للتخفيف من مشكلة الموسمية في القطاع السياحي، نذكر منها:

- إطالة موسم العطل والإجازات لفترة النشاط الموسمي، من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلب السياحي، كأن توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة.
- تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر خلال السنة، وهو اتجاه قوي في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع، وخصوصاً تلك الدول التي يسود فيها شتاء قاسي مثل الدول الاسكندنافية وكندا وشمال الولايات المتحدة الأمريكية.
- تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة الموسمية، لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار التميزية (كواش، 2005).

2.2 واقع القطاع السياحي الفلسطيني:

1.2.2 أهمية القطاع السياحي الفلسطيني:

تتمتع عدة مناطقي فلسطين بميزات سياحية متميزة، ومن النواحي الدينية والجغرافية والتاريخية، كالمعالم المقدسة في القدس وبيت لحم، والمواقع التاريخية في الخليل ونابلس وسبسطية، إضافة إلى أماكن الاستجمام الفريدة على مستوى العالم مثل البحر الميت، وبما أن القطاع السياحي والفندقي هو المُحرك الحقيقي للدورة الاقتصادية والمورد الأكبر لسد عجز موازنة الدولة يستطيع قطاع السياحة دعم الاقتصاد الوطني في الأراضي الفلسطينية لأنه ينوع الأنشطة الاقتصادية، كما يتيح فرصاً جديدة للأيدي العاملة، ويُنمى الإيرادات الواردة من العملات التي يتم تداولها في التجارة الدولية؛ لأن عملية نقل الأموال بوساطة السائحين هي صادرات غير منظورة، فالموارد السياحية تنعش التجارة الدولية وتوسع قاعدة الالتزامات المالية نحو الخارج (الفلاح، 2012).

وبحسب وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا، 2016) فإن أهمية السياحة في فلسطين تتمثل بالآتي:

- تسهم الأموال التي ينفقها السياح في زيادة العائدات التي تجنيها المنشآت الاقتصادية السياحية وغير السياحية، فيتم إعادة إنتاج الدخل من جديد ويتم إعادة توزيع العائدات السياحية، فتصبح السياحة فرعاً اقتصادياً حركياً.
- إن الفاعلية الاقتصادية لصناعة السياحة تكمن في درجة استغلال الطاقات الإنتاجية للثروات السياحية خلال فترة محددة من الزمن لإنتاج وتسويق الحد الأقصى من البضائع والخدمات لتلبية حاجات السياح، ف استهلاك السياح لكثير من السلع والبضائع والخدمات السياحية يؤثر على ميزان المدفوعات في الأراضي الفلسطينية.
- تؤدي السياحة إلى تنمية الاقتصاد في المناطق الفلسطينية التي تفتقر إلى المواد الأولية والموارد الطبيعية ولا يوجد فيها صناعات متطورة.

- تسهم السياحة في توريد العملات الأجنبية والتحويلات الخارجية.

2.2.2 الاحتلال الإسرائيلي واستهداف القطاع السياحي:

تزدهر السياحة في ظل السلام والاستقرار، وتتأثر سلباً وبشكل كبير بالحروب والكساد وعدم الاستقرار السياسي، وقد شكلت الظروف السياسية التي مرت بها الأراضي الفلسطينية بصورة عامة والناجمة عن الاحتلال الإسرائيلي وإجراءاته القمعية عائقاً أمام تطور صناعة السياحة في فلسطين، وذلك رغم الأهمية الكبيرة التي تتمتع بها الأراضي المقدسة على صعيد الحركة السياحية. ويعتبر الاحتلال الإسرائيلي من أهم العوامل التدميرية للمواقع الأثرية والدينية في فلسطين، خاصة ما يتعلق منها بالمواقع الدالة على عروبة المنطقة وإسلاميتها، أو ذات الصلة بالديانتين الإسلامية والمسيحية فيها، فبعد الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة العام 1967، قامت سلطات الاحتلال باستبدال السلطات الإدارية الأردنية في الضفة الغربية والمصرية في قطاع غزة بما يسمى (الإدارة المدنية الإسرائيلية) التي قامت بتشكيل وحدة إدارية تُعنى بالشؤون السياحية والآثار، والتي نجحت في إعاقة الفعاليات السياحية العربية وتشجيع الإسرائيلية. كما عملت على طمس المظاهر السياحية الإسلامية والمسيحية ومحاولة تزييف وإظهار مظاهر "يهودية" الأمر الذي أدى إلى شل الحركة السياحية في الضفة الغربية وقطاع غزة. وعملت سلطات الاحتلال على استبدال القوانين الأردنية والمصرية بأوامر عسكرية، بهدف الحد من النشاطات السياحية في الضفة الغربية وقطاع غزة وفرض محددات تنسجم مع الأهداف الاستيطانية الإسرائيلية، ما أدى إلى توقف الحركة الاستثمارية في المجالات السياحية وضعف المرافق السياحية العاملة وإهمال المواقع الأثرية، وبالتالى تراجع حجم الأداء السياحي في الضفة الغربية وقطاع غزة (شوملي، 1999).

وبالرغم من أن بروتوكول باريس الاقتصادي الذي أبرم بين الطرفين الفلسطيني والإسرائيلي في العام 1994 قد تضمن فصلاً خاصاً بالسياحة، إلا أن الجانب الإسرائيلي واصل وضع المعيقات وعدم الالتزام بتنفيذ الاتفاقات الخاصة بالسياحة، وهو ما شكل عقبة رئيسية أمام تنشيط الحركة السياحية الفلسطينية، ومن بين هذه المعيقات مماطلة الجانب الإسرائيلي في تسليم المواقع الأثرية والطبيعية إلى السلطة الوطنية الفلسطينية، مما يحد من قدرة السلطة على تطويرها والاستفادة منها سياحياً.

وصعّد الاحتلال من حربه ضد القطاعات الاقتصادية المختلفة، كما مختلف جوانب الحياة الفلسطينية، من خلال أعمال القصف والتدمير والتجريف للمصانع والمنشآت الاقتصادية والأراضي الزراعية وبناء جدار الفصل العنصري الذي شكل ضربة قاصمة للقطاع السياحي، كما مارست سلطات الاحتلال الإسرائيلي حملة عدائية مكثفة ضد الشعب الفلسطيني في الخارج، خاصة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية لضرب النشاط السياحي في فلسطين وذلك من خلال توليد شعور عند السياح بأن الأراضي الفلسطينية غير آمنة وغير مستقرة وغير مهيأة لاستقبال السياح، فسعت إلى اجتذاب السياح نحوها وضرب السياحة في الأقطار المجاورة. كما نجحت بالمس بالسياحة الداخلية جراء السياسات التي اتبعتها في تقطيع أوصال الأراضي الفلسطينية وعزلها عن بعضها، وعلى الرغم من ذلك فقد عادت السياحة ولو جزئياً بسبب السياح القادمين من أجل التضامن مع الشعب الفلسطيني وتوثيق سياسة الفصل العنصري.

3.2 مؤشرات النشاط السياحي في فلسطين:

شهد قطاع السياحة في فلسطين نمواً خلال الأعوام 2006 – 2019، وذلك من حيث الارتفاع في الاستثمارات فيه، وإساهمه في الناتج المحلي الإجمالي، وبلغ إجمالي المردود المالي لأية وحدة تمارس نشاط سياحي في فلسطين في العام 2018 حوالي 408 ملايين دولار أمريكي، مشكلاً نسبة بلغت

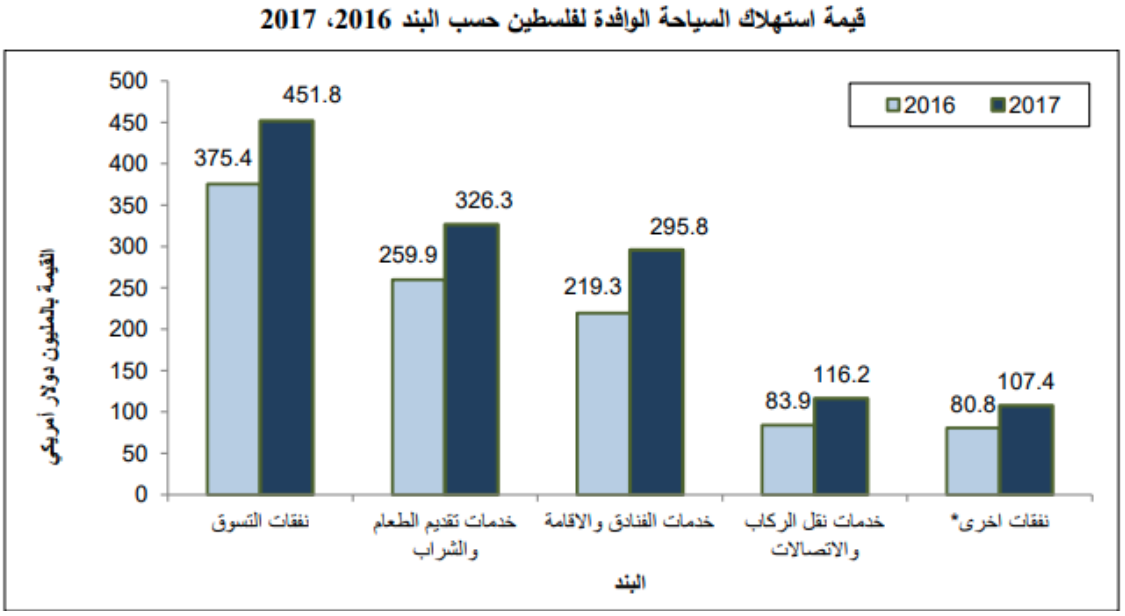
2.5% من الناتج المحلي الإجمالي، ويبلغ عدد المنشآت العاملة بهذا القطاع (10,706) منشآت (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

جدول (1.2): إنفاق السياحة المحلية في فلسطين حسب البند وفئات الزوار، 2017– 2018

البند	فئات الزوار				المجموع	
	زوار مع مبيت		زوار اليوم الواحد			
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
خدمات الفنادق والاقامة	10440.6	10587	–	–	10440.6	10587
خدمات تقديم الطعام والشراب	4326.7	4351.6	83451.3	83830.7	87778	88182.3
نفقات التسوق	3953.7	3958.7	4715.4	4751.3	8669.1	8710
خدمات نقل الركاب والاتصالات	2529.8	2547.4	15254.5	15425.6	17784.3	17973
–خدمات نقل الركاب	2375.5	2388.8	14266.8	14413	16642.3	16801.8
–الاتصالات	154.3	158.6	987.6	1012.6	1141.9	1171.2
نفقات اخرى*	1980.9	1983.3	31736.7	33278.6	33717.6	35261.9
المجموع	23231.6	23427.9	135157.9	137286.2	158389.5	160714.1

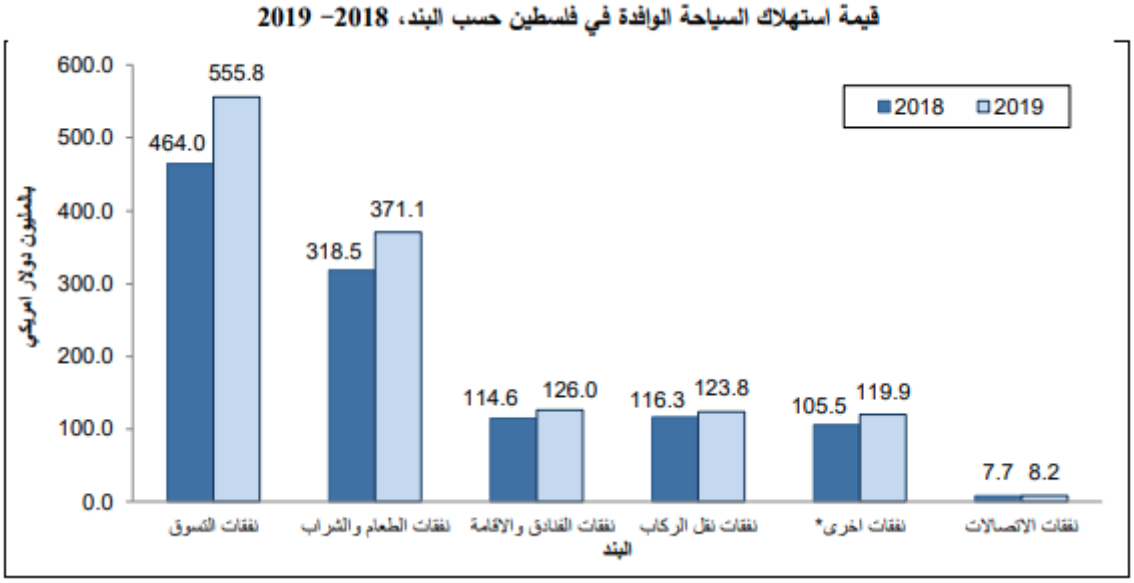
إنّ إجمالي ما ينفق على قطاع السياحة في فلسطين يشكل ما يقارب 9% من الناتج المحلي الإجمالي أي ما يعادل 1.5 مليار دولار أمريكي موزعة بنسبة 89% على انفاق السياحة الوافدة، و11% على السياحة المحلية (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

شكل (1.2): قيمة استهلاك السياحة الوافدة لفلسطين حسب البند 2016، 2017



(الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني)

شكل (2.2): قيمة استهلاك السياحة الوافدة في فلسطين حسب البند، 2018–2019



ووفقاً لإحصاءات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على موقعه الإلكتروني، فإن مؤشرات ونسب القطاع السياحي في فلسطين كانت على النحو الآتي:

بلغ عدد العاملين في الأنشطة ذات العلاقة بالقطاع السياحي نحو 37,700 عاملاً بنسبة بلغت 4% من إجمالي العاملين من فلسطين، يتوزع العدد من الضفة الغربية بنحو 29,000 عاملاً، ومن قطاع غزة نحو 8,700 عاملاً. خلال عام 2018، يشكلون ما نسبته 4% من إجمالي العاملين.

وتُعد محافظتي بيت لحم والقدس وأريحا الوجهة الرئيسية والقبلة الدينية للسياح الوافدين إلى فلسطين، نظراً لقدسيتهما وأهميتهما الدينية لأتباع الديانات السماوية عامة وللحجاج المسيحيين خاصة.

قد شهدت المواقع السياحية في الضفة الغربية خلال النصف الأول من العام 2019 حركة نشطة للزوار الوافدين نتج عنها 1,726,560 زيارة إلى المواقع السياحية في الضفة الغربية، وفقد ارتفع عدد زيارات الوافدين خلال النصف الأول من العام الحالي بنسبة 17% بالمقارنة مع ذات الفترة من العام السابق، كما ارتفع بنسبة 23% مقارنة مع النصف الأول من العام 2017.

تركزت زيارات الوافدين إلى محافظة بيت لحم بنسبة 38% يليها محافظة أريحا والأغوار بنسبة 35% من مجموع الزيارات الوافدة، ثم محافظتي جنين ونابلس بنسبة 10% لكل منهما. فيما توزعت 7% من الزيارات الوافدة على بقية المحافظات.

فيما يتعلق بأبرز جنسيات الزوار الوافدين، فقد كان للزوار الفلسطينيين المقيمين في أراضي 1948 النصيب الأكبر من الزيارات الوافدة بنسبة 41%، وبعدد 714 ألف زيارة، يليها القادمون من الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 7% وبعدد 117 ألف زيارة، ثم روسيا الاتحادية بنسبة 6% وبعدد 99 ألف زيارة، ثم رومانيا بنسبة 5% بعدد 83 الف زيارة، ثم بولندا بنسبة 4% وبعدد 72 ألف زيارة، فيما توزعت 37% من الزيارات الوافدة على بقية الجنسيات بعدد 641 ألف زيارة.

جدول (2.2): عدد نزلاء الفنادق حسب الجنسية خلال النصف الأول للأعوام (2017–2019).

الجنسية	2017	2018	2019
فلسطين	20.961	17.119	27.231
أراضي 1948	33.875	30.549	33.283
آسيا	54.427	61.114	73.820
الولايات المتحدة وكندا	24.247	24.463	29.054
الاتحاد الأوروبي	96.274	139.033	162.695
دول أوروبا الأخرى	14.204	14.062	13.683
دول أخرى	15.847	15.082	23.664
المجموع	**259.835**	**301.422**	**363.385**

(الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2019)

وتُعد محافظة بيت لحم المحافظة الأولى في سياحة المبيت، إضافة إلى سياحة زوار اليوم الواحد، يليها محافظة القدس، فقد تركز تواجد النزلاء في فنادق محافظة بيت لحم بنسبة 64% من مجموع النزلاء، يليها فنادق محافظة القدس بنسبة 16%، فمحافظة أريحا والأغوار بنسبة 6%، فمحافظة رام الله والبيرة بنسبة 5%، في حين بلغت نسبة نزلاء الفنادق في محافظة نابلس 4%، كما توزع 5% من النزلاء في بقية محافظات الضفة.

بلغ عدد الفنادق العاملة في الضفة الغربية 132 فندقاً في شهر حزيران 2019 وبلغ عدد الغرف 7,279 غرفة، وعدد الاسرَّة 15,946 سريراً.

وهناك ارتفاع في قيمة إستهلاك السياحة الوافدة خلال عام 2017، حيث تُشير بيانات حسابات السياحة الفرعية للعام 2017 في فلسطين إلى ارتفاع القيمة الإجمالية لاستهلاك السياحة الوافدة عن العام 2016 بنسبة 27%، حيث سجل مجموع استهلاك السياحة الوافدة 1,019.3 مليون دولار أمريكي في عام 2016 (تشمل استهلاك الزوار الوافدين مع مبيت والزوار الوافدين لليوم الواحد) ليصل إلى 1,297.5 مليون دولار أمريكي في عام 2017، ويعزى هذا الارتفاع إلى ازدياد عدد الزوار الوافدين مع مبيت بنسبة 23%.(الإحصاء الفلسطيني ، وزارة السياحة والآثار، 2019)

4.2 آثار جائحة كورونا على القطاع السياحي العالمي وعلى السياحة الفلسطينية:

1.4.2 آثار جائحة كورونا على القطاع السياحي العالمي والعربي:

بحسب التقديرات لمنظمة السياحة العالمية فإنه من المتوقع أن يتراجع قطاع السياحة إلى نسبة تتراوح ما بين 60–80%، مما يهدد الملايين من فرص العمل المباشرة وغير المباشرة للخطر، مما يزيد من البطالة، وتشير تقديرات المجلس العالمي للسفر والسياحة إلى أن تفشي الفايروس يهدد بفقدان 50 مليون وظيفة في قطاع السياحة، أي ما نسبتة من 12–14% من إجمالي العمالة في الدول النشيطة سياحياً (عبد المنعم وآخرون، 2020، ص3).

وأشار صندوق النقد الدولي في إبريل 2020 إلى تداعيات جائحة الكورونا الاقتصادية على الأسواق العالمية والسلع الأولية، حيث شهد الاقتصاد العالمي أسوأ ركود يسجل، وبدلاً من أن يكون هناك حالة نمو في الاقتصاد العالمي تبعاً لواقع الحال للاقتصاد العالمي، إلا أن السوق انكمشت بنسبة 3%، حيث تأثرت الدول الصناعية المتقدمة ودول العالم الثالث على حد سواء، ومع نهاية العام فإنه من المتوقع أن ينكمش الاقتصاد في الدول الاقتصادية المتقدمة بنسبة 6.1%، وفي الدول النامية بنسبة 1%.(صندوق النقد الدولي، 2020، ص1).

وفي إطار توقع مسار الاقتصاد في ظل الجائحة، فقد بين صندوق النقد الدولي أن الوضع العالمي غير مستقر، إذ يمكن أن تسير الأمور إلى الأسوأ، وتعتمد حدة الأزمة على عدة عوامل تتفاعل فيما بينها على نحو يتعذر التنبؤ به (صندوق النقد الدولي، 2020، ص157).

حيث زادت المؤشرات بأن التأثير الاقتصادي الذي سينتج عن هذا الوباء سيكون كارثي على الاقتصاد العالمي وسيقود إلى حالة ركود قوية ستصيب دول العالم أجمع، خصوصاً تراجع الدول المنتجة وعلى رأسها الصين والعديد من دول أوروبا. وحسب أخر تقرير صادر عن منظمة التجارة والتنمية "الأونكتاد" التابعة للأمم المتحدة، والتصريحات الصادرة عن رئيس قسم العولمة واستراتيجيات التنمية في هذه المنظمة ريتشارد كوزيل، فإن الأزمة التي سببها انتشار وباء كورونا ستعزز الأزمة المالية العالمية الموجودة أصلا من العام 2008، والتي هي موجودة بسبب هشاشة النظام المالي العالمي. وتشير بعض الدراسات أن تزايد أزمة الديون وقلة الإنتاج سيؤدي إلى ظهور العديد من حالات الإفلاس الاقتصادي وانهيار لقيم وأصول العديد من البورصات العالمية، بسبب الشعور بالذعر وصعوبة التوقعات والتنبؤ لحركة الأسواق.

ولربما بدأت مؤشرات هذه الأزمة تظهر في الهبوط الحاد في أسعار النفط، وذلك بهبوط سعر البرميل من 70 دولار إلى 33 دولار دون سابق إنذار، إضافة إلى الارتفاع الذي بدأ يظهر على الأسعار العالمية والمحلية، بسبب انخفاض نسق المشتريات التصنيعية في العالم، وهذا يعود لضعف الإنتاج بسبب انشغال الدول باتخاذ التدابير لمواجهة فيروس كورونا من جهة، ومن جهة أخرى بسبب حالة الاغلاقات الحدودية بين الدول بسبب مخاطر انتقال العدوى. (منظمة التحرير الفلسطينية، 2020)

فقد ارتفع ناتج قطاع السياحة على مستوى الدول العربية ليصل إلى 313.6 مليار دولار في عام 2019 مقابل 281.5 مليار دولار في عام 2018 مسجلاً بذلك زيادة قدرها 2.2% مقارنة بعام 2018، وفق بيانات صندوق النقد العربي فقد سجل ناتج القطاع أعلى مستوى له في السعودية، حيث

بلغ 79.5 مليار دولار في عام 2019، يليها كل من الإمارات ومصر بناتج للقطاع بلغ 58.2 مليار دولار، و48.3 مليار دولار في عام 2019 على التوالي، حيث استحوذت كل من السعودية والإمارات ومصر على أعلى حصة من إجمالي ناتج قطاع السياحة في الدول العربية، حيث بلغت حصة الدول الثلاث مجتمعة حوالي 59% من إجمالي ناتج القطاع على مستوى الدول العربية، أي ما يعادل حوالي 186 مليار دولار أمريكي خلال عام 2019. وترتفع الأهمية النسبية للقطاع السياحي إلى أكثر من 10% من الناتج المحلي الإجمالي في عدد من الدول العربية مثل السعودية ومصر والإمارات وفلسطين، وأيضاً تونس والمغرب.(عبد المنعم وآخرون، 2020، ص2).

إضافة لذلك فإن معظم دول العالم قد أوقفت مطاراتها عن العمل، إلا لدواعي إجلاء رعايا الدول الأخرى، وذلك للحد من تفشي فايروس كورونا، الأمر الذي أدى إلى تراجع كبير في نشطة السياحة والسفر، وأثناء الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2020 انخفضت السياحة الدولية بنسبة 22%، بالرغم من أنها لم تكن قد بدأت غالبية الدول بإغلاق مطاراتها بالكامل، إلا في منتصف شهر مارس من العام 2020 (عبد المنعم وآخرون، 2020، ص3).

أما بالنسبة لعام 2021، فقد أشارت مديرة صندوق النقد الدولي Georgieva Kristalina إلى ثلاثة سيناريوهات للاقتصاد العالمي، وهي: (1) نمو بنسبة 5.8%، (2) انكماش بنسبة 5%، (3) انكماش بنسبة 8%. وبالاستناد إلى بيانات الصندوق بحسب السيناريو الأساسي، فمن المتوقع أن تسجل المنطقة العربية (باستثناء سوريا وليبيا) نسبة نمو 3.8% خلال العام 2021، دون تقديرات لهذا النمو بحسب السيناريوهين الآخرين. وعليه، نُقدّر أنه في حال تحقق السيناريو السيء وانكمش الاقتصاد العالمي بنسبة 5%، فقد ينكمش اقتصاد المنطقة العربية بنسبة 7%، أما في حال انكمش الاقتصاد العالمي بنسبة 8%، فقد ينكمش اقتصاد المنطقة العربية بنسبة 9.2.% (اتحاد المصارف العربية، 2020).

4.2. آثار جائحة كورونا على الاقتصاد والقطاع السياحي الفلسطيني:

تأثر الاقتصاد الفلسطيني بجائحة كورونا وتداعياتها، وسجل تراجعاً في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 12% خلال العام 2020 فمع بداية التأثر بجائحة كورونا خلال الربع الأول من عام 2020، شهد الاقتصاد الفلسطيني تراجعاً نسبته 4% مقارنة مع الربع المناظر 2019، ليزداد التراجع في ظل تعمق الجائحة، ونتيجة لإجراءات حالة الطوارئ بإغلاق جزئي في فترات وشامل في فترات متقطعة، وقد تركز الإغلاق أثناء الربع الثاني من عام 2020، حيث سجل الناتج المحلي الإجمالي تراجعاً حاداً بلغ 20% مقارنة مع نفس العام 2019، وخلال النصف الثاني من عام 2020، بدأت معظم الأنشطة الاقتصادية بالتعافي تدريجياً وذلك من منطلق الموازنة بين الاقتصاد والصحة، حيث ارتفع الناتج المحلي الإجمالي، إلا أن مستواه ظل أقل مما كان عليه قبل الجائحة، فقد متأثراً أيضاً بإجراءات الاحتلال الإسرائيلي المتعلقة بحجز عائدات المقاصة والتي استمرت لأكثر من سبعة أشهر متتالية، حيث تشكل تلك الأموال ما نسبته 70% من إجمالي الإيرادات وتعتبر المصدر الأساسي لتغطية النفقات الجارية. ومن حيث الإنفاق تراجع الإستهلاك الكلي في فلسطين خلال نفس العام بنسبة 6%، كما تراجع الاستثمار الكلي بنسبة 36% (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

وسجل نشاط الخدمات قيمة تراجع بنسبة 10%، وكان المتضرر الأكبر منه النشاط السياحي بما يشمل المطاعم والفنادق، حيث توقف أكثر من 10 آلاف عامل عن العمل في هذا القطاع، كما تراجع نشاط قطاع الإنشاءات بنسبة 35%، لتراجع الطلب على البناء في تلك الفترة، وانخفض عدد رخص الأبنية بنسبة 45% خلال فترة الإغلاق الشامل في فترة الربع الثاني 2020، ثم نشاط الصناعة الذي تراجع بنسبة 12% خلال عام 2020، حيث شهد النصف الأول من عام 2020 انخفاض كميات الإنتاج الصناعي بنسبة 6% إلا أنه خلال النصف الثاني من عام 2020 بدأ هذا النشاط بالتعافي

التدريجي ولكن بمستوى أقل مما كان علية قبل الجائحة نتيجة أزمة المقاصة، وشهد نشاط الزراعة تراجعاً بنسبة 11% (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

وعانى الميزان التجاري من استمرار عجز الميزان التجاري وتراجع في حجم التبادل التجاري مع العالم الخارجي، وانخفضت الواردات والصادرات من وإلى فلسطين، وبلغ حجم التبادل التجاري للعام 2020 من وإلى فلسطين 10 مليارات دولار أمريكي وبنسبة تراجع بلغت 10%، مقارنة مع عام 2019، وذلك نتيجة لانخفاض الصادرات بنسبة 7% لتصل إلى2.5 مليار دولار أمريكي، وانخفاض الواردات بما نسبته 11% لتصل إلى 7.4 مليار دولار أمريكي خلال عام 2020، ليشهد الميزان التجاري تراجعاً في العجز ويصل حوالي 5 مليار دولار أمريكي. وبلغ رصيد الدين العام حوالي 3.5 مليار دولار أمريكي في نهاية الربع الثالث 2020 بارتفاع حوالي 24% مقارنة مع الربع الأخير من عام 2019 الذي وصل حوالي 2.8 مليار دولار أمريكي.

وقد توقف أكثر من 66 ألف عامل عن العمل خلال العام 2020، أدى لارتفاع معدل البطالة إلى 27.8% مما يعكس انخفاض نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 14%، ودخول فئات جديدة إلى دائرة الفقر والفقر المدقع.

انخفض إجمالي عدد العاملين في سوق العمل من 951 ألف عامل عام 2019 إلى 884 ألف عامل عام 2020، وارتفع معدل البطالة من 26.3% إلى 27.8%، وذلك بسبب التأثير بتداعيات جائحة كورونا على مفاصل الاقتصاد الكلي. خلال فترة الإغلاق الشامل (خلال الربع الثاني 2020)، انخفض عدد العاملين في سوق العمل المحلية الفلسطينية بمقدار 78 ألف عامل، وانخفض عدد العاملين في إسرائيل والمستعمرات بحوالي 34 ألف عامل، وارتفع عدد العاملين في سوق العمل المحلية الفلسطينية بمقدار 12 ألف عامل خلال الربع الثالث من عام 2020 مقارنة بالربع السابق من نفس العام، كما ارتفع عدد العاملين في إسرائيل والمستعمرات بحوالي 33 ألف عامل.

وخسرت منشآت القطاع الخاص أكثر من نصف إنتاجها أو نصف مبيعاتها خلال فترة الإغلاق الشامل وتشير النتائج أن أكثر من ثلثي المنشآت الاقتصادية تعرضت للإغلاق بمعدل يقارب الشهر والنصف خلال الفترة (2020/3/5–2020/5/31)، تركز الإغلاق في قطاع الخدمات وبمحافظة بيت لحم، لتعاني 63% من تلك المنشآت من وقف الإمدادات المتعلقة بمدخلات الإنتاج من مواد خام ومستلزمات إنتاج، وتراجع في مستوى الإنتاج أو حجم المبيعات بحوالي النصف لتضطر حوالي 14% من المنشآت الفلسطينية لتسريح جزء من العاملين لديها لمواجهة تلك الأزمة.

كشف البنك الدولي عن أن الاقتصاد الفلسطيني سينكمش بنسبة 8% في 2020، تحت تأثير أزمتي جائحة كورونا وتعطل تحويل عائدات المقاصة. وأشار أيضاً في أحدث تقاريره: "بعد ثلاث سنوات متتالية من نمو اقتصادي يقل عن 2%، أثبت عام 2020 أنه عام صعب للغاية حيث يواجه الاقتصاد الفلسطيني أزمات ثلاث تشد كل منها الأخرى: تفشي جائحة كورونا، وتباطؤ اقتصادي حاد، ومواجهة سياسية أخرى بين السلطة الفلسطينية والحكومة الإسرائيلية، ما يعطل تحويل إيرادات المقاصة. و71% من المؤسسات قد أغلقت أبوابها لفترات متباينة، وتعرّض معظم المؤسسات إلى انخفاض في مستوى الطلب على منتجاتها خلال الأشهر الثلاث من الإغلاق وصلت لغاية 93%، كما تعرضت المؤسسات الإنشائية إلى انخفاض بنسبة 56% في انتاجها، وكانت نفس النسبة للمؤسسات الخدماتية. (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

وبالإجمال، أكد البنك الدولي أن الاقتصاد الفلسطيني يتجه لانكماش بنسبة 7.9% في عام 2020 كاملاً، على أن يعود لنمو إيجابي ولكن بوتيرة بطيئة ليسجل نمواً بنسبة 2.3% في 2021 و2.4% في 2022.

وقد قدرت خسائر إيرادات السياحة الداخلية والتي تشمل السياحة الوافدة من الخارج والسياحة المحلية بما يقارب 1.15 مليار دولار أمريكي جراء الانخفاض الحاد في السياحة الوافدة والمحلية خلال العشرة شهور آذار–كانون أول/2020.

وتشير التقديرات الأولية إلى تراجع انفاق السياحة الوافدة إلى فلسطين بنسبة 68% بالمقارنة مع عام 2019 لتبلغ 466 مليون دولار أمريكي، لتقدر خسائر قطاع السياحة الوافدة إلى فلسطين بحوالي 1.021 مليار دولار أمريكي لعام 2020. وقدرت خسائر الانفاق على السياحة المحلية في فلسطين خلال عام 2020 بقيمة 134 مليون دولار أمريكي. (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

وعلى الرغم من ارتفاع عدد الزوار الذي شهدته المواقع السياحية في الضفة الغربية خلال شهري كانون ثاني وشباط من العام الجاري بنسبة وصلت إلى 7%، إلا أن هذه المواقع شهدت خلال النصف الأول من العام 2020 هبوطاً كبيراً في عدد الزيارات الوافدة بنسبة 64% مقارنة بذات الفترة من العام السابق، حيث بلغ عددها خلال النصف الأول من العام 2020 نحو 658.2 الف زيارة، منها 46% من الفلسطينيين المقيمين في أراضي 1948، وتركز هذا الانخفاض في عدد الزوار خلال الربع الثاني في عام 2020. كما شهدت كافة المحافظات انخفاضاً في عدد الزيارات الوافدة خلال النصف الأول من العام الحالي بنسب تراوحت بين 60% في كل من محافظتي نابلس وأريحا والأغوار، و88% في محافظة رام الله والبيرة. (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020).

لكن أثر جائحة كورونا على الأنشطة السياحية كان كبيراً وبخاصة في محافظتي بيت لحم والقدس التي تستقبل العدد الأكبر من النزلاء والسياح، حيث يتواجد ما نسبته 81% من إجمالي عدد نزلاء الفنادق في محافظتي بيت لحم والقدس، مما يجعلهما الأكثر تضرراً على مستوى الوطن. ولقد تأثرت العمالة المرتبطة بالقطاع السياحي حيث وعلى الرغم من أن عدد العاملين في الأنشطة ذات العلاقة بالقطاع السياحي خلال الربع الثاني من العام 2020 نحو 33 الف عاملاً يشكلون ما نسبته 3.7%

من إجمالي العاملين في فلسطين، وبالمقارنة مع ذات الفترة من العام السابق، فقد انخفض العدد بنسبة 23%، حيث وصل عددهم في حينه نحو 43 الف عامل.

السياحة في محافظة بيت لحم

1. يبلغ عدد الفنادق في محافظة بيت لحم 73 فندقاً، وهي تشكل ما نسبته 29% من الفنادق في فلسطين، ويبلغ إجمالي عدد الغرف 3646 غرفة.
2. يعتمد اقتصاد محافظة بيت لحم على السياحة بنسبة تصل إلى 60%، إذ يعمل نحو 3000 عامل في عشرات الفنادق المقامة في المدينة، ويعتمد عدد مشابه تقريباً بشكل غير مباشر على عمل الفنادق، مثل سائقي سيارات الأجرة، والأدلاء السياحيين، والمطاعم والمقاهي، وتجار التحف والهدايا والأعمال اليدوية ومشاغل خشب الزيتون والحرف اليدوية.
3. سجلت فنادق محافظة بيت لحم في العام 2018 ما يقارب 401.979 نزيلاً و 1.174.793 ليلة مبيت.
4. أكتشفت أول 7 حالات مصابة بفيروس كورونا في محافظة بيت لحم، يوم 2020/3/5، وتبين أن العدوى انتقلت إليهم من خلال وفد يوناني زار المحافظة، واكتشفت إصابته بعد عودته إلى اليونان.
5. زار فلسطين أكثر من 3.5 مليون سائح وزائر، خلال العام 2019، وحُجزت غالبية غرف الفنادق في المدن الفلسطينية بالكامل، وخاصة فنادق محافظة بيت لحم.
6. بلغ حجم الدخل الفندقي من السياحة الداخلية والأجنبية، في العام 2019، نحو 50 مليون دولار، وكانت التوقعات تشير إلى زيادة الدخل خلال العام 2020.

7. حوّلت وزارة الصحة أحد فنادق محافظة بيت لحم إلى مقر للحجر الصحي، بعد أن اكتشفت فيه إصابات بالفيروس.
8. تشير التقديرات إلى أن تدهور قطاع السياحة في بيت لحم سيكون له تأثير بالغ على كافة القطاعات الاقتصادية في المدينة، لأنها تعتمد على قطاع السياحة بنسبة تصل إلى 60%.

من المتوقع أن تتضرر محافظة بيت لحم بنسبة أكبر من غيرها، ففيها تقريباً 33% من نسبة الغرف الفندقية في فلسطين، وكانت تصل نسبة الإشغال في الغرف في الفترة (آذار – أيار) من كل عام إلى 90–95%، بينما لم تتجاوز نسبة إشغالها 12% في نفس المدة من العام 2020، ثم توقفت بشكل كلي بعد إعلان حالة الطوارئ. (عطاونه وآخرون، 2020).

جدول (3.2): **عدد المنشآت السياحية العاملة وعدد العاملين في القطاع الخاص والقطاع الأهلي في محافظة بيت لحم، 2017**

النشاط الاقتصادي	عدد المنشآت	عدد العاملين
صناعة الحرف اليدوية (خشب الزيتون)	181	454
بيع الهدايا التذكارية ومنتجات الحرف اليدوية بالتجزئة	116	354
أنشطة الإقامة قصيرة المدى	53	916
أنشطة الإقامة قصيرة المدى الأخرى	1	50
مرافق الإقامة الأخرى	2	23
أنشطة المطاعم	298	1,206
أنشطة وكالات السفر	20	84
أنشطة تنظيم الجولات السياحية	16	85
تقديم الخدمات الأخرى المتصلة بالسفر	–	–

5.2 الدراسات السابقة:

مقدمة:

يتم في هذا الجزء من الأطروحة تناول الدراسات التي تعلقت بموضوع الأطروحة، والتي استفادت الباحثة منها في صياغة الإطار النظري للدراسة وأداة الدراسة.

1) دراسة (شبكة فلسطين الاخبارية، 2020): في يوم السياحة العالمي .. خسائر القطاع السياحي تجاوزت المليار دولار جراء "كورونا".

بيّن التقرير الذي أصدرته الشبكة بأن خسائر القطاع السياحي بحسب تقديرات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ووزارة السياحة كانت كبيرة، فعدد المنشآت العاملة في هذا القطاع تقدر بحوالي 10706 منشأة في فلسطين، ويشكل قطاع السياحة 9% من الناتج المحلي الإجمالي، ويعادل ما قيمته 1.5 مليار دولار تشكل 89% منها السياحة خارجية و11% السياحة المحلية.

وبحسب معطيات الخسائر الأولية لحين إجراء التقرير، فقد قدرت التراجع في قطاع السياحة إلى حوالي 68%، وكانت محافظتي القدس وبيت لحم هما الأكثر تضرراً، وتشير النتائج أيضاً إلى إيقاف حوالي 10 آلاف عامل، من 33 ألفاً يعملون في هذا القطاع حالياً، فقد كان عدد العاملين فيه عام 2019 43 ألف عامل.

2) دراسة (ماس، 2021) الاستجابة الشاملة للآثار الاقتصادية والاجتماعية لجائحه كوفيد -19 في فلسطين تحت الاحتلال (المحور الأول: المنشآت الاقتصادية متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الأكثر عرضة للمخاطر، وحماية الوظائف وبخاصة للشباب والنساء).

لقد تركت جائحة كورونا، خلال الأشهر الماضية، آثاراً سلبية كبيرة على الأصول الإنتاجية والمشاريع متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، نتيجة صعوبة الحصول على مدخلات الانتاج الأساسية،

وفرص كسب العيش، إضافة إلى تأخر سلاسل الإنتاج والخدمات اللوجستية في مختلف القطاعات، كما تركت الجائحة آثاراً سلبية كبيرة على الطلب المحلي من السلع والخدمات بسبب انخفاض القدرة الشرائية للسكان نتيجة توقف منشآت الأعمال عن العمل لفترات طويلة وارتفاع معدل البطالة، وانخفاض مستوى الأجور، وانقطاع رواتب موظفي القطاع العام ويعتبر قطاع السياحة من القطاعات الأكثر تأثراً بفعل الجائحة انخفض العدد بنسبة 23%، حيث يصل عددهم نحو 43 ألف عامل، يعمل معظمهم كموظفون بأجر، والأغلبية على أساس اليوم/الساعة، لذلك يواجهون توقفاً كاملاً في الدخل في فترات الإغلاق جرّاء الانخفاض الحاد في السياحة الوافدة والمحلية فى الجائحة، مثل خفض تكاليف التشغيل عن طريق تسريح العمال، وتقليص ساعات العمل، وإغلاق بعض خطوط الإنتاج، والتوجه إلى البنوك ومؤسسات الإقراض من أجل الحصول على قروض لتمويل النفقات الجارية وتغطية أجور الموظفين، وتكإلىف الإيجار والتأمين، وفي مقابلة أجراها فريق البحث مع أحد أصحاب مشاغل خشب الزيتون الذي يوظف 20 عامل، أشار إلى قيامه بتسريح جزء كبير من العمال المهرة الذين توجهوا للعمل إلى إسرائيل، كذلك صاحب المشغل للعمل يومان في الأسبوع وتكديس الإنتاج من أجل الحفاظ على ما تبقى العمال المدربين وذوي المهارة العالية، وفي الوقت الحالي يدفع لهم أجورهم بشكل جزئي، وحتى ذلك غير مضمون في المدى القريب بسبب تآكل السيولة وأشارت إحدى شركات النقل السياحي التي توظف 15 موظفاً و3 إداريين أنها اضطرت إلى قبول تحدي تسريح العمال ودفع مستحقاتهم والحفاظ على الباقي للعمل الجزئي وتقاضي رواتب رمزية.

3) دراسة (اتحاد المصارف العربية، 2020): سيناريوهات تأثير جائحة كورونا على النمو الاقتصادي العالمي والعربي.

أجريت هذه الدراسة في إبريل من عام 2020، حيث اعتبرت جائحة الكورونا أنها أشد وطأة من الكساد العظيم الذي حصل في عام 1929، فالإغلاق كان عاماً لكل دول العالم لأول مرة في التاريخ، والأزمة لا زالت منتشرة وتداعياتها تزداد خطورة، وكان أكبر الضرر على الدول التي تشكل قطاعات السياحة والسفر والترفيه أهم عوامل إنتاجها الإجمالي. وأشارت النتائج إلى أن الانكماش في الدول الصناعية الكبرى يمكن أن يصل إلى حد 6.1%، وأن هذا الانكماش يشمل الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وإن كانت النسب متفاوتة. وأشارت الدراسة إلى سيناريوهات التعافي التي وضعها صندوق النقد الدولي، وإحداها أن تنحسر الجائحة في الربع الثاني من العام الحالي، غير أن هذا السيناريو لم يتحقق، وتحقق السيناريو الأسوأ وهو استمرار الجائحة حتى عام 2021، الأمر الذي قد يؤدي إلى انكماش اقتصادي يصل لغاية 8% بدلاً من أن ينمو بنسبة 5.8%.

4) دراسة (منظمة العمل الدولية، 2020) أثر أزمة جائحة كورونا COVID -19 على الفئات الهشة من العمال والمنشآت الصغيرة في سوق العمل اللبناني دراسة تقييمية سريعة

قامت منظمة العمل الدولية ومعهد "فافو" للعمل والبحوث الاجتماعية، بإجراء تقييم سريع لاستكشاف تأثير COVID-19 على الفئات الهشة من العمال والمنشآت الصغيرة في لبنان، وهدف الدراسة إلقاء الضوء على بعض القضايا والمخاوف الملحة من حيث التوظيف، ومصدر الدخل، والظروف الاقتصادية الحالية، وآفاق المستقبل القريب. ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة أداة المقابلة عبر الهاتف مع عينة مسحية مكونة من1987 فردًا من الجنسيتين اللبنانية والسورية يمثلون 63 مؤسسة مؤسسة صغيرة. وكانت النتائج أن هناك تسريح للعمالة بشكل دائم و/أو مؤقت (84%) من الوظائف،

وأفاد 94% من المستجيبين العاملين من كلا الجنسيتين بتخفيضات كبيرة في الأجور وصلت إلى (94%)، وتأثر 52% منهم بتخفيض ساعات عملهم بسبب زيادة تفاقم الأزمة الاقتصادية، وتوقفت عن العمل حوالي نصف المنشآت في العينة51% توقفت عن العمل مؤقتًا بسبب جائحة-COVID 19 وتدابير الإغلاق المرتبطة به. و40% من المنشآت في العينة تعمل بساعات عمل مخفضة أو بعدد أقل من العمال بنسبة 36%، أو بأنواع أخرى من التخفيضات 4% العاملون في المنشآت الصغيرة يعانون من عدم دفع أجورهم وحالات التسريح من العمل إضافة إلى سوء ظروف العمل. كما أن 64% من العمال لم يتمكنوا من الذهاب إلى العمل بسبب الإغلاق ولم يتلقوا أي أجور من أصحاب العمل. في حين حصل20% على جزء من أجرهم العادي، بينما حصل16% على سداد كامل.

5) دراسة مرسي والصادي (2020): تداعيات أزمة فيروس كورونا المستجد على القطاع السياحي المصري.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة أثر فايروس كورونا المستجد على قطاع السياحة العالمي، والسيناريوهات المختلفة المطروحة لتوقع أثر تفشي الفايروس على السياحة في عام 2020. وتطرح الورقة ثلاثة سيناريوهات بديلة للآثار المتوقعة على القطاع السياحي المصري خلال عام 2020 بعد انحسار الجائحة. وطبقاً لهذه السيناريوهات، من المتوقع أن تؤدي هذه الأزمة إلى انخفاض أعداد السائحين القادمين إلى مصر خلال عام 2020 بنسبة تتراوح ما بين 73% و75%، وهذا ما ينجم عنه بالضرورة انخفاض الموارد المالية من القطاع السياحي وتأثر الناتج العام المصري. وأخيراً، تقدم الورقة العديد من المقترحات التي تستهدف الإسهام فى معالجة آثار الأزمة، ومن بينها: قيام العاملين

بوكالات السفر بأدوار التواصل والتوعية حول الأزمة، وإيجاد فرص بديلة لتشغيل وسائل النقل السياحي.

6) دراسة اتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية (2020) بعنوان: أثر "جائحة الكورونا وقرار وقف التنسيق" على القطاع الخاص.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على آثار جائحة الكورونا وقرار وقف التنسيق على أداء القطاع الخاص الفلسطيني لتمكين الغرف التجارية الصناعية من مساعدة المنشآت والقطاعات المتضررة، وتصميم البرامج والمشاريع الهادفة لتعافي تلك المنشآت وتعزيز بقائها ونموها، وتشمل الدراسة كافة المحافظات الفلسطينية وتستهدف كافة القطاعات الاقتصادية (مجتمع الأعمال)، وبلغ حجم العينة من عدد المنشآت التي قامت بالإجابة على الاستبيان (709) منشأة، واتضح من النتائج فيما يتعلق بالتدخلات والإجراءات المطلوبة من الحكومة وكانت أهم 5 تدخلات/ إجراءات مطلوبة من الحكومة، وقد كان ترتيب أهم تدخلات /إجراءات ينادي بها المبحوثين ونِسبها كما يلي:

- 53.7% ضخ السيولة النقدية، وتنشيط السوق من خلال دفع الإعادات الضريبية ودفع مستحقات القطاع الخاص.
- 48.4% الانتظام في دفع رواتب موظفي القطاع العام كاملة لحماية وتعزيز القوة الشرائية.
- 48.2% خفض ضريبة القيمة المضافة خصوصاً بعد وقف العمل بالاتفاقيات.
- 47.8% تقديم إعفاءات على ضريبة الدخل للشركات الإنتاجية من القطاعات المتضررة عن العام 2020.

7) غرفه تجارة وصناعة محافظة بيت لحم (2020) التقرير الاقتصادي حول "أثر انتشار فيروس كورونا على القطاعات الاقتصادية في محافظة بيت لحم"

يعتبر هذا تقرير أوليّ حول الأوضاع الاقتصادية في محافظة بيت لحم، خلال شهر آذار لعام 2020، كما تشير المؤشرات العامة إلى توقّف عجلة الاقتصاد وازدياد البطالة، كذلك شلل قطاع الخدمات. وبالتالي فإن مجمل هذه المؤشرات تشير إلى زيادة الاستهلاك واستخدام المدّخرات لتلبية الاحتياجات اليومية للأسر في المحافظة، وقد قدمت عدة توصيات إعفاء كافة القطاعات الاقتصادية من ضريبة الدخل لعام 2020 وأهمها:

- إعفاء كافة القطاعات الاقتصادية من رسوم رخص المهن (إما رسوم 2020 لمن لم يسددها بعد، أو رسوم 2021 لمن سددها لهذا العام).
- إعفاء كافة القطاعات الاقتصادية من رسوم رخص الحرف (إما رسوم 2020 لمن لم يسددها بعد، أو رسوم 2021 لمن سددها لهذا العام).
- إعفاء منشآت القطاع السياحي ومنشآت القطاعات الاقتصادية المتضررة من رسوم التراخيص السنوية (إما رسوم 2020 لمن لم يسددها بعد، أو رسوم 2021 لمن سددها لهذا العام).
- إعفاء المالكين من ضريبة الأملاك (إما رسوم 2020 لمن لم يسددها بعد، أو رسوم 2021 لمن سددها لهذا العام)

8) جمعية البنوك في الأردن (2020) الآثار المتوقعة لجائحة كورونا على بعض مؤشرات الاقتصاد الأردني وأهم المبادرات والحزم التحفيزية المتخذة ودور القطاع المصرفي.

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في أثر جائحة كورونا على بعض مؤشرات الاقتصاد الوطني وأهم الحزم التحفيزية والمبادرات الهادفة للتخفيف من التبعات الاقتصادية لجائحة كورونا على الاقتصاد

الأردني: وأخيراً دور البنوك في التخفيف من التبعات الاقتصادية لجائحة كورونا على الاقتصاد الأردني وقد أظهرت الدراسة أن الحكومة الأردنية تفاعلت مع أثر الأزمة فقد اتخذت الحكومة العديد من الإجراءات للتخفيف من آثار جائحة كورونا على الاقتصاد الوطني وأهمها تسريع الحصول على تمويل جديد من صندوق النقد الدولي ضمن برنامج لأربع سنوات، وتأجيل استحقاق ضريبة المبيعات لحين قبض المبلغ وليس عند البيع، وعدم استيفاء تعرفة الحمل الأقصى للكهرباء للصناعات المتوسطة والزارعية والفنادق حتى شهر حزيران وتقسيط فواتير الكهرباء للقطاعات المتضررة، وتعليق قرارات فصل التيار الكهربائي، وتمديد ترخيص المهن في البلديات وأمانة عمان، وعدم احتساب فوائد تأخير على الأقساط، وصرف بدل تعطل لبعض القطاعات مثل السياحة والتجارة والنقل، إضافة لحزمة مساعدات عينية.

9) دراسة بعنوان: "أداء القطاع السياحي في الأردن خلال جائحة كورونا"، منتدى الاستراتيجيات الأردني، أيلول 2020

شهدت منطقة الشرق الأوسط أعلى مستويات النمو على مستوى العالم في عام 2019 وذلك بنسبة +8%، وحسب إحصائيات وزارة السياحة والآثار شهد الأردن خلال العام 2019 أعلى مستويات النمو في القطاع السياحي حيث بلغ عدد الزوار 5.360.587 زائر وارتفع الدخل السياحي إلى 4.108.2 مليون دينار أردني.

وبعد تدهور الاقتصاد السياحي في منطقة الشرق الأوسط والأردن بسبب حرب سوريا وأحداث الربيع بدأت السياحة بالعودة تدريجياً وبجهود مكثفة من المؤسسات الحكومية والخاصة في الأردن حيث استطاع الأردن تحسين اقتصادي السياحي والذي حافظ على نمو مستمر منذ نهاية 2016 وصولاً إلى أرقام إيجابية غير مسبوقة مع نهاية 2019 حيث أن هذا النمو حفز العديد من شركات القطاع

الخاص الاستثمار في شركاتها وتطوير النظم الإلكترونية لمواكبة التطورات العالمية في هذا المجال حتى باتت كافة المؤشرات السياحية تقود إلى التنبؤ بعام مزدهر سياحياً، حيث ارتفعت أعداد السياح الوافدين إلى المملكة في شهري كانون الثاني وشباط في العام 2020 بنسبة زيادة 12.2% و 15.9% على التوالي مقارنة مع نفس الأشهر من عام 2019. إلا أنه مع تفشي جائحة كورونا في شهر آذار شهدت هذه الأعداد تراجعاً بنسبة -59.2% بالمقارنة مع شهر آذار 2019 بينما تدني الدخل السياحي في الأشهر الخمسة الأولى من السنة بنسبة -47.9% بالمقارنة مع نفس الفترة في العام 2019.

ومع استمرار الجائحة تم إعطاء كافة القطاعات مستويات مختلفة من الدعم المادي عن طريق تسهيلات ائتمانية بكلف منخفضة وعبر برامج الدعم من الضمان الاجتماعي، إلا أن أثرها بقي محدوداً على القطاع السياحي نتيجة لطبيعة الأزمة.

وكانت أعداد الموظفين الذين من المتوقع أن يخسروا وظائفهم في القطاع السياحي في العام 2020 ما يعادل 23.535 وظيفة من أصل 53.488 وظيفة أي بنسبة 46%.

10) دراسة معهد بوروكنجر 2020: السياسات بشأن فيروس كورونا المستجدّ والاستجابات المؤسساتية له في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حاله تونس

أشارت الدراسة بتأثر الاقتصاد التونسي بالجائحة فقد قدر المعهد الوطني للاحصاء في تونس أن معدل البطالة الإجمالي يبلغ 14.9 عام 2019 وأن البطالة سترتفع بين 3.9-9.1 ويمثل هذا خسارة إجمالية في عدد الوظائف تبلغ 143 ألفاً و 430 ألف وظيفة على التوالي. علاوة على ذلك، من المتوّقع أن تؤثر الجائحة وإجراءات الإغلاق التي اتخذتها الحكومة في العمّال في القطاع غير الرسمي، الذي يشكّل 38 إلى 53 في المئة من الناتج المحلي الإجمالي ويشغّل نحو 60 % من اليد

العاملة. وقد قامت الحكومة بتقديم اجراءات اقتصادية استثنائية لمعالجة الأزمة وأهمها تأجيل دفع الضرائب والقروض للمؤسسات الصغيرة ودفعت ما قيمته 50% من رواتب العمال المطرودين من عملهم، وأيضاً قدمت ما قيمته 4 مليون دولار كقروض للفنادق لدفع رواتب الموظفين وبفائدة 2% بالإضافة لذلك قدّمت الحكومة للشركات التي تواجه صعوبات مالية خيار تأجيل ديون الضرائب إلى ما يصل إلى سبع سنوات مع نيل شهادات بتعليق الضرائب الفوري.

1.5.2 التعقيب على الدراسات السابقة:

جاءت هذه الدراسات لتركز على تداعيات أزمة الكورونا وتعتبر كل الدراسات حديثة جداً، فالوباء حديث، وما ينجم من دراسات حوله ستكون بحداثته، وتأثيره على القطاعات المختلفة يظهر من خلال الدراسات الآنية لتداعياته على هذه القطاعات، وبالتالي فإن الدراسات كانت تشير بنسب وأرقام لمدى تأثير الجائحة على القطاع السياحي بالنسب والأرقام لحين إجراء الدراسة والتوقعات المستقبلية لتعويض الفجوة التي أحدثتها الجائحة ومدى استمراريتها.

وهذه الدراسة تعتبر استكمالية لهذه الدراسات، حيث أنها استعانت بالأرقام والنسب من هذه الدراسات، وأضافت عليها أيضاً نسب وأرقام للخسائر الناجمة عن الجائحة من خلال وزارة السياحة الفلسطينية، والجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، والغرفة التجارية في مدينة بيت لحم.

كما أن الدراسة الحالية قد استندت إلى هذه الدراسات في صياغة الأدب النظري لدراستنا الحالية، من حيث الاعتماد على تقسيم المباحث النظرية وبيان آلية تأثير جائحة الكورونا على قطاع السياحة في مدينة بيت لحم.

وحيث إن هذه الدراسات اعتمدت على الأرقام والنسب من مصادر حكومية، ولم تعتمد على أدوات دراسة مثل الاستبانة أو المقابلة، فإن هذه الدراسة تتميز عنهم في أن الاستبانة هي الأداة الرئيسية لجمع المعلومات الأولية لها.

الفصـل الثـالـث:

المنـهجية وإجراءاتها

1.3 المقدمة:

يعرض هذا الفصل المنهجية التي تم استخدامها في إعداد هذه الدراسة ويتناول هذا الفصل وصفاً للمنهج العلمي الذي اتبعته الباحثة في الدراسة، وطريقة الدراسة وإجراءاتها وأداة الدراسة، ومجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، واختبار صدق أداة الدراسة وثباتها، والأدوات والمعالجة الإحصائية المستخدمة، وخطواتها، بالإضافة إلى حدود الدراسة ومحدداتها ومعوقاتها، كما يشتمل الفصل على متغيرات الدراسة، إضافة إلى المعالجات الاحصائية المستخدمة في الدراسة، وفي تحليل البيانات واستخلاص النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

2.3 منهجية الدراسة

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي كمنهج علمي لإجراء الدراسة، لأنه الأنسب لهذا النوع من الدراسات الاجتماعية، ويفي بأغراض الدراسة، وهذا المنهج يقوم على دراسة الواقع كما هو، مع التعبير عنه كماً وكيفاً، من خلال وصف الظاهرة المبحوثة من جميع جوانبها وتحليلها، ومن ثم الوصول للنتائج والخروج بالتوصيات. (النعيمي، البياتي، وخليفة، 2015) وإبراز العلاقات بين أبعادها المختلفة، وتفسيرها، للوصول إلى استنتاجات عامة تسهم في تحسين الواقع وتطويره.

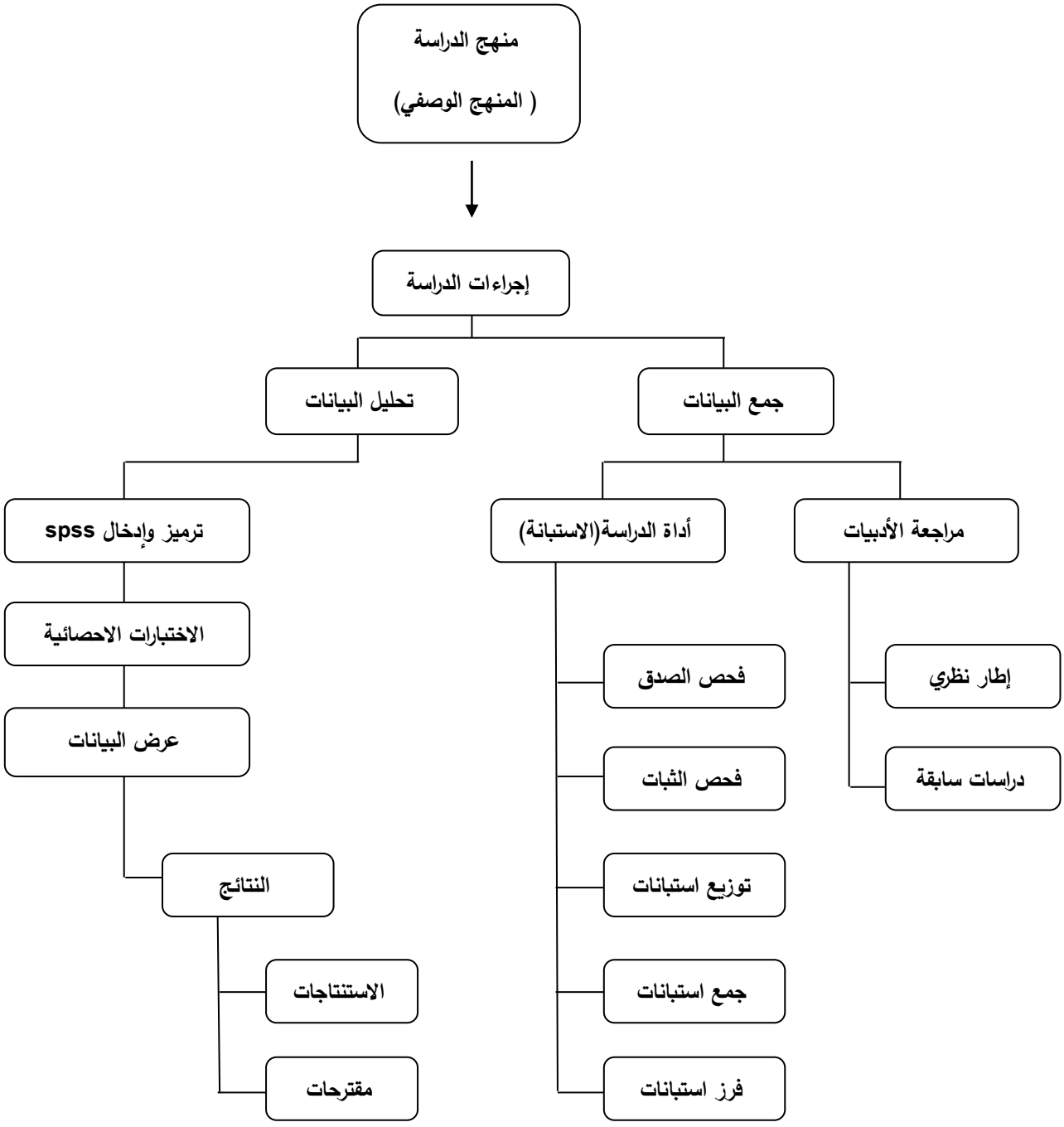
ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي بالأسلوب التحليلي، الذي يعمل على وصف متغيرات الدراسة، وتحليل بياناتها، ودراسة العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تُطرح

حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تُحدثها، وقد استخدمت الدراسة مصدرين أساسين للمعلومات:

1. **المصادر الثانوية:** المتمثلة في المراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة كالدوريات والمقالات والتقارير، إضافة إلى الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدارسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة، وذلك لإعداد الإطار النظري للدراسة.
2. **المصادر الأولية:** لجأت الباحثة إلى جمع البيانات الأولية باستخدام الاستبانة كأداة رئيسة، والتي صممت خصيصاً لهذا الغرض للدراسة ومعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة.

وتعدّ طريقة الدراسة وإجراءاتها جزءاً رئيسياً يتم من خلاله انجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، حيث يتم فيها تناول منهجية الدراسة وإجراءاتها، وطرق جمع البيانات الثانوية والأولية، وأداة الدراسة وخطوات بنائها من حيث فحص صدق الأداة، وثباتها، وإجراءات توزيعها وجمعها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بياناتها وعرض نتائجها، ويوضح الشكل رقم (1.3) الطريقة والإجراءات كما يلي:

شكل (1.3): منهجية الدراسة



3.3 مجتمع الدراسة:

بناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها يتكون مجتمع الدراسة من أصحاب الفنادق والمطاعم وأصحاب مشاغل وبيع الصناعات الحرفية في محافظة بيت لحم، وقد حصرنا مجتمع البحث بهذه الفئات لأننا نرى أنها الأكثر ارتباطاً بالقطاع السياحي وخاصة بخدمات السائحين بالرغم من أهمية الشركات السياحية والأدلاء وشركات النقل وغيرهم.

لم نستطع الحصول على كشف مفصل وموزع بشكل يتيح لنا اختيار عينه عشوائية أو طبقية وهي الأكثر والأصح تمثيلاً لمجتمع الدراسة، بسبب المعلومات غير الكافية لعمل ذلك وخاصة أن غالبية فئات الكشف كان من أصحاب المشاغل وبلغ إجمالي عدد أفراد مجتمع البحث وِفقا للكشف 146 مبحوثاً، ولكن الجهات التي تمكنا من مخاطبتها نظراً لوضوح عنوانها 104 فقط، كما هو موضح في الملحق رقم (2)، الذي يوضح عدد مجتمع الدراسة.

4.3 عينة الدراسة:

وبناءً على واقع وظروف مجتمع البحث (حيث غالبية المؤسسات لا تعمل بشكل كامل أو مغلقة بسبب قرارات الحكومة بالإغلاق الجزئي) فقد قامت الباحثة باختيار عينة ميسرة من مجتمع البحث بحيث تم ارسال الاستبانات إلكترونياً إلى كافة أفراد مجتمع البحث إلا أنه لم يتم استرجاع إلا 71 استبانة أو ما نسبته 68% من مجتمع البحث وهي نسبة مقبولة علمياً لأنها تمثل مجتمع البحث ويمكننا اجراء التحليل الاحصائي لها.

5.3 أداة الدراسة:

بناءً على دراسة الأدبيات التي تضمنها الإطار النظري للدراسة وبالإعتماد على الدراسات السابقة قامت الباحثة بتصميم إستبانة الدراسة بصورتها الأولية، حيث قامت ببناء استبانة لقياس "**آثار جائحة كورونا الاقتصادية على السياحة وأوجه المساندة المطلوبة في محافظة بيت لحم**".

حيث تكونت استبانة الدارسة من ثلاثة أقسام رئيسة:

القسم الأول: البيانات الشخصية عن المستجيبين (الجنس، والعمر، وطبيعة العمل في القطاع السياحي، ومكان العمل، والدخل).

القسم الثاني: آثار الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي، ويتكون من (17) فقرة.

القسم الثالث: أولويات المساعدات المطلوبة للقطاع السياحي، ويتكون من (16) فقرة.

وقد تم استخدام المقياس مقياس ليكرت الخماسي لفقرات الاستبانة، والجدول (1.3) يوضح ذلك:

جدول (1.3): درجات مقياس ليكرت الخماسي.

الاستجابة	موافق بدرجة				
	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
الدرجة	5	4	3	2	1

6.3 خطوات بناء الاستبانة:

قامت الباحثة بإعداد أداة الدراسة لمعرفة **آثار جائحة كورونا الاقتصادية على السياحة وأوجه المساندة المطلوبة في محافظة بيت لحم.**

وقد تم إعداد الاستبانة حسب الخطوات الآتية:

1. الإطلاع على أدبيات الدراسة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والإفادة منها في بناء الاستبانة وصياغة فقراتها.
2. تحديد المجالات الرئيسة التي شملتها الاستبانة.
3. تحديد الفقرات التي تقع تحت كل مجال.
4. تم تصميم الاستبانة في صورتها الأولية.
5. تم مراجعة وتنقيح الاستبانة من قِبل المشرف.
6. تم عرض الاستبانة على (6) من المُحكّمين من أعضاء هيئة التدريس في كل من الجامعة وغيرها.
7. وبحسب آراء المُحكّمين تم تعديل بعض فقرات الاستبانة من حيث الحذف والإضافة والتعديل، لتستقر الاستبانة في صورتها النهائية، ملحق رقم (1).

7.3 صدق الاستبانة:

تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

7.3.1 صدق آراء المُحكّمين "الصدق الظاهري":

حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المُحكّمين من ذوي الخبرة والاختصاص وعددهم (6)، وأسماء المُحكّمين بالملحق رقم (1)، وقد استجابت الباحثة لآراء المُحكّمين وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وعليه أصبحت الاستبانة بصورتها النهائية.

8.3.1 صدق المقياس:

الاتساق الداخلي Internal Validity

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه الفقرات، وقد قامت الباحثة بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

ويوضح جدول (2.3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " البعد الاقتصادي " والدرجة الكلية للمجال، والذي يُبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \geq \alpha$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (2.3): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي" والدرجة الكلية للمجال.

الرقم	الفقرة	قيمة بيرسون	قيمة (Sig.)
.1	انخفض عدد السياح كثيراً بسبب الجائحة مما أدى إلى اغلاق جزئي للمنشأة.	.535**	0.000
.2	انخفضت المشتريات من التحف والتذكارات في جائحة الكورونا.	.619**	0.000
.3	أدت جائحة الكورونا إلى حد كبير في ترك العمال لعملهم في المنشأة.	.709**	0.000
.4	قام أرباب العمل بالاستغناء عن عدد من العمال نتيجة الجائحة.	.704**	0.000
.5	تراجع دخل المنشأة بسبب الجائحة.	.607**	0.000
.6	تراكمت الديون على المنشأة بسبب تردي الأوضاع بسبب الجائحة.	.658**	0.000
.7	قامت إدارة المنشأة بالعمل في مجالات أخرى لتوفير تغطية مالية بدلاً من الاعتماد على القطاع السياحي فقط.	.678**	0.000
.8	اعتمدت المنشأة على السياحة الداخلية في فترة جائحة الكورونا.	.686**	0.000
.9	قامت المنشأة بتخفيض الأسعار لتتماشى مع متطلبات السياحة الداخلية في فترة الجائحة.	.491**	0.000
.10	قامت المنشأة بالتركيز على المجتمع المحلي في محاولة لتعويض الخسائر من العوائد الناجمة عن السياحة.	.619**	0.000
.11	قامت المنشأة بالتواصل مع الجهات المعنية لدعم استمرارها في العمل (وزارة السياحة، وزارة الاقتصاد...إلخ).	.709**	0.000
.12	قامت المنشأة بإغلاق جزئي أو كلي حتى لا تقوم باستهلاك المزيد من الموارد دون فائدة.	.704**	0.000
.13	قامت إدارة المنشأة بدفع أجور العمال في فترة الإغلاقات.	.607**	0.000
.14	تم تخفيض أجور العمال بسبب الجائحة.	.658**	0.000
.15	تم تغيير نظام العمل بسبب الجائحة.	.678**	0.000
.16	تم اضافة أعباء عمل جديدة على العاملين في المنشأة بسبب الجائحه.	.686**	0.000
.17	اضطر عدد من العاملين إلى التحول إلى قطاعات أخرى غير القطاع السياحي في عملهم.	.491**	0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $0.05 \geq \alpha$.

يوضح جدول (2.3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " **البعد الاقتصادي**" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \geq \alpha$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (3.3): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "أوجه المساندة المطلوبة المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر العاملين فيه" والدرجة الكلية للمجال.

الرقم	الفقرة	قيمة بيرسون	قيمة (.Sig)
.1	تأجيل سداد كل الالتزامات وأقساط القروض حتى الشخصية منها لمدة 6 أشهر	.742**	0.000
.2	تأجيل سداد ضريبة العقار المستحقة على المنشآت السياحية لمدة عام	.634**	0.000
.3	جدولة مستحقات ضريبة الدخل المترتبة عن الأعوام السابقة	.704**	0.000
.4	تسديد أجور العاملين في القطاع السياحي بنسبة 50% من قبل الحكومة بهدف الاحتفاظ بالعمالة بأجور مخفضة.	.698**	0.000
.5	تقسيط ضريبة العقار المستحقة على المنشآت السياحية عن الفترات السابقة من خلال أقساط شهرية لمدة 6 أشهر.	.769**	0.000
.6	صرف إعانات الطوارئ للعاملين في قطاع السياحة للعمالة المنتظمة وغير المنتظمة.	.742**	0.000
.7	السماح بفتح المنشآت السياحية بعد تحديد علامة السلامة الصحية على المنشأة واعتمادها من وزارة الصحة والسياحة	.634**	0.000
.8	القيام بسرعة الاستجابة الصحية العامة، من خلال تعزيز إجراءات الفحص، ومختلف تدابير احتواء فيروس كورونا.	.704**	0.000
.9	تأجيل تسديد قيمة الإيجارات المترتبة على المنشآت السياحية	.698**	0.000
.10	إعفاء رسوم تجديد التراخيص السياحية والأنشطة التجارية المرتبطه بها	.769**	0.000
.11	إتاحة سداد فواتير المياه والكهرباء على أقساط ميسرة	.734**	0.000
.12	تعزيز الشراكة بين الحكومة وأصحاب المنشآت السياحية من خلال لجنة مشتركة للتشاور بشأن إجراءات الحكومة	.742**	0.000
.13	إعفاء المركبات (التجارية) المتعلقة بعمل المنشآت السياحية من رسوم الترخيص لمدة عام	.634**	0.000
.14	القيام برفع الوعي الصحي والممارسات للعاملين في المنشآت السياحية من خلال دورات تدريبية مجانية	.704**	0.000
.15	القيام بتعزيز التعاون المشترك بين وزارة السياحة والصحة والداخلية من خلال لجنة إدارة أزمة القطاع السياحي	.698**	0.000
.16	المساعدة في إنشاء منصات للتسوق الإلكتروني للحرف والمنتجات الحرفية وتدريبهم عليها	.769**	0.000

*** الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $0.05 \geq \alpha$.**

يوضح جدول (3.3) معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "**أولويات المساعدات المطلوبة للقطاع السياحي** والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \geq \alpha$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

8.3 ثبات الاستبانة:

ثبات أداة الدراسة يعني أن تعطي أداة الدراسة النتائج نفسها إذا أعيد تطبيقها على عينة أخرى مماثلة في نفس الظروف، تحققت الباحثة من ثبات استبانة الدراسة من خلال معامل كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha Coefficient لمجالات الدراسة والدرجة الكلية، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (4.3)

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) استخدمت الباحثة (معادلة كرونباخ ألفا) (Cronbach's Alpha) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، حيث بلغ معامل الثبات (كرونباخ ألفا) للأداة ككل (0.922) وهذا ما يوضحه الجدول رقم (4.3) التإلى وهي قيمة مقبولة إحصائياً.

كما تم احتساب معامل الثبات للمحاور التي تتكون منها أداة الدراسة كل على حدة حيث بلغت القيم (0.820) للمحور الأول، و(0.945) للمحور الثاني.

جدول رقم (4.3): قيم معامل ثبات كرونباخ ألفا حسب المحاور وعدد الأسئلة للاستبانة

المحاور	عدد الفقرات	قيمة معامل كرونباخ (الفا)
تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي	17	0.820
أولويات المساعدات المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر العاملين فيه	16	0.945
الكلي	**33**	**0.922**

يتبين أن قيم معاملات الثبات لمجالات الدراسة (مجالات الاستبانة) تراوحت بين (0.820) و(0.945)، كما بلغت قيمة معامل الثبات على الدرجة الكلية (0.922)، مما يعني أن أداة الدراسة تتمتع بقيم ثبات مرتفعة، وبالتالي فهي مناسبة لأغراض الدراسة التي وضعت من أجلها.

وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (3) حققت شروط الصدق والثبات. مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

9.3 المعالجة الإحصائية:

9.3.1 اختبار التوزيع الطبيعي Normality Distribution Test :

تم استخدام اختبار كولمجوروف – سمرنوف Kolmogorov–Smirnov Test (K–S) لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (5.3).

جدول (5.3): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي.

الرقم	المجال	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)
.1	تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي	0.746	0.634
.2	أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر العاملين فيه	0.651	0.790

يوضح جدول (5.3) أن القيمة الاحتمالية (.Sig) لكل مجال من مجالات الدراسة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك فإن توزيع البيانات لهذه المجالات يتبع التوزيع الطبيعي حيث تم استخدام الاختبارات المعلمية لاختبار فرضيات الدراسة.

وبناءً عليه فقد استخدمت الباحثة البرنامج الإحصائي (SPSS) الذي تم من خلاله استخراج مجموعة من التحليلات الإحصائية الآتية:

1. التكرار والنسب المئوية للمتغيرات المستقلة والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الدراسة.
2. تم استخدام اختبار ت (Independent Sample t- test) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية وذلك تبعاً لمتغير الجنس.
3. تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One way Anova) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية حسب المتغيرات المستقلة الأخرى المشتملة على ثلاثة مستويات فأكثر.
4. استخدام معامل كرونباخ ألفا (α) لمعرفة معنوية معامل الثبات لمحاور الأداة .

الفصل الرابع:

تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

1.4 المقدمة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة والتي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، والوقوف على البيانات الشخصية للمستجيبين والتي اشتملت على (الجنس، العمر، طبيعة العمل في القطاع السياحي، مكان العمل، الدخل الشهري، عدد العاملين)، لذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة الدراسة، إذ تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة التي سيتم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

2.4 خصائص عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

يوضح الجدول (1.4) الوصف الإحصائي لأفراد عينة الدراسة، وِفقاً للبيانات الديموغرافية، وبلغ عدد المستجيبين في تعبئة استبانة الدراسة (71).

2.4.1متغير الجنس

الجدول (1.4): توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية(%)
ذكر	65	91.5
أنثى	6	8.5
المجموع العام	**71**	**%100**

يتضح من جدول (1.4) أن ما نسبته 91.5% من أفراد العينة ذكور في حين 8.5% فقط إناث وتعتبر نسبة الإناث مرتفعة، إذا قورنت مع نسبة الإناث ضمن القوى العاملة في المجتمع الفلسطيني، ولعل ذلك يرجع إلى كون العمل في هذا القطاع بكافة فروعه باستثناء المكاتب السياحية يتركز الذكور فيه أكثر من الإناث.

2.4.2 متغير الفئة العمرية

الجدول (2.4): توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الفئة العمرية

العمر	التكرار	النسبة المئوية(%)
15 سنة – 25 سنة	2	2.8
26 سنة – 35 سنة	13	18.3
36 سنة – 45 سنة	26	36.6
أكثر من 45 سنة	30	42.3
المجموع العام	**71**	**%100**

توزعت عينة البحث على الفئات العمرية الأعلى حيث بلغ 78.9% من العينة عمر 36 سنة فأعلى في حين 21.1% من أفراد العينة أعمارهم 35 سنة فأقل. ويتضح من جدول (2.4) أن ما نسبته 78.9 من عينة الدراسة أعمارهم أكبر من 36 سنة، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن العمل في المشاغل وبيع المنتجات الحرفية كانت مهنة قديمة ولم تعد حالياً جذابة لجيل الشباب، لذلك فقط الكبار الذين يمارسونها لما لهم من تجربة وخبرة، لمن هم أكبر من 40 سنة.

2.4.3 متغير طبيعة العمل في المجال السياحي

الجدول (3.4): توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير طبيعة العمل في المجال السياحي

طبيعة العمل في المجال السياحي	التكرار	النسبة المئوية (%)
مطعم	12	16.9
فندق	14	19.7
محل بيع تحف	31	43.7
مشغل حرف يدوية (خشب زيتون، صدف، تطريز ...الخ)	14	19.7
المجموع العام	**71**	**%100**

يعمل ما يقارب من نصف أفراد العينة (43.7%) في محلات بيع تحف، في حين 16.9% من العينة يعملون في مطاعم، بينما 19.7% يعملون في فنادق، والباقي (19.7%) يعملون في مشاغل حرف يدوية.

2.4.4 متغير الدخل الشهري قبل الجائحة

الجدول (4.4): توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الدخل الشهري قبل الجائحة

طبيعة الدخل الشهري قبل الجائحة	التكرار	النسبة المئوية (%)
1500–2500 شيقل	25	35.2
2501–3500 شيقل	10	14.1
3501–4500 شيقل	7	9.9
أكثر من 4500 شيقل	29	40.8
المجموع العام	**71**	**%100**

بلغ الدخل الشهري لما يقارب من نصف أفراد العينة (49.3%) 3500 شيقل فأقل، بينما بلغ الدخل الشهري لما نسبته (50.7%) أكثر من 3500 شيقل ويبدو من خلال هذه النتائج أن أكثر من نصف المبحوثين يحصلون على دخل أعلى من 3500 شيكل وهذا القطاع يوفر دخلاً محدوداً إلا أنه متوسط مقارنة بقطاعات أخرى.

1.4.5 متغير عدد العاملين قبل الجائحة

الجدول (5.4): توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير عدد العاملين قبل الجائحة

عدد العاملين قبل الجائحة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أقل من 5 عمال	35	49.3
5-10 عمال	13	18.3
أكثر من 10 عمال	23	32.4
المجموع العام	**71**	**%100**

يشير الجدول السابق إلى أن نصف أفراد العينة (49.3%) يعملون في مؤسسات تحوي أقل من 5 عمال، في حين أن (50.7%) يعملون في مؤسسات تحوي 5 عمال فأكثر.

إن هذه النسبة (67.6%) تعكس واقع حجم المنشآت في الضفه الغربية لأن غالبيتها وبنسبة (90%) تشغل أقل عشرة عمال وهذه العينة تعكس وتمثل واقع حجم المنشآت في هذا القطاع بشكل عام.

عرض ومناقشة النتائج:

1.5 عرض نتائج الدراسة:

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وِفقاً لفقرات الاستبانة ومجالاتها، حيث سيتم الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها وذلك بعد إدخال البيانات باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية SPSS، والتي جمعت عبر أداة الدراسة المتمثلة بالاستبانة.

1.5.1 الإجابة على أسئلة الدراسة ومناقشتها:

تم في هذا القسم عرض وتحليل ومناقشة لنتائج إجابات المبحوثين حول محوري الدراسة، حيث تم عرض فقرات كل محور من خلال الجداول ومناقشة نتائجها. ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمدت الباحثة على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبيان ومستوى الفقرات في كل محور، وقد حددت الباحثة درجة الموافقة حسب المقياس المعتمد للدراسة، كما هو موضح في الجدول (1.5):

جدول (1.5): المقياس الوزني المعتمد في الدراسة.

الوزن النسبي	درجة الموافقة
أقل من 36%	منخفضة جدا
36% – أقل من 52%	منخفضة
52% – أقل من 68	متوسطة
68% – أقل من 84%	كبيرة
84% فأكثر	كبيرة جدا

وبالنسب المئوية:

- (من 1–أقل من 1.8) درجة موافقة ضعيفة جداً.
- (من 1.8– أقل من 2.6) درجة موافقة ضعيفة.
- (من 2.6–أقل من 3.4) درجة موافقة متوسطة.
- (من 3.4–أقل من 4.2) درجة موافقة كبيرة.
- (4.2 فأعلى) درجة موافقة كبيرة جداً.

2.5 تحليل فقرات الاستبانة.

2.5.1 تحليل محور " درجة تأثير الجائحة اقتصادياً على القطاع السياحي".

تم استخدام المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة، لكل فقرة من فقرات المحور والنتائج موضحة في جدول (2.5).

السؤال الأول: ما آثار جائحة كورونا الاقتصادية على القطاع السياحي؟

جدول (2.5): المحور الأول: آثار الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي

الرقم	الترتيب	العبـارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	درجة الموافقة
3.	.1	أدت جائحة الكورونا إلى حد كبير في ترك العمال لعملهم في المنشأة.	4.7	0.62	94	كبيرة جداً
5.	.1	تراجع دخل المنشأة بسبب الجائحة.	4.7	0.62	94	كبيرة جداً
2.	.3	انخفضت المشتريات من التحف والتذكارات في جائحة الكورونا.	4.5	0.98	90	كبيرة جداً
6.	.3	تراكمت الديون على المنشأة بسبب تردي الأوضاع بسبب الجائحة.	4.5	0.84	90	كبيرة جداً
4.	.3	قام أرباب العمل بالاستغناء عن عدد من العمال نتيجة الجائحة.	4.5	0.88	90	كبيرة جداً
17.	.6	اضطر عدد من العاملين إلى التحول إلى قطاعات أخرى غير القطاع السياحي في عملهم.	4.4	0.76	88	كبيرة جداً
1.	.6	انخفض عدد السياح كثيراً بسبب الجائحة مما أدى إلى إغلاق جزئي للمنشأة.	4.4	1.1	88	كبيرة جداً
12.	.6	قامت المنشأة بإغلاق جزئي أو كلي حتى لا تقوم باستهلاك المزيد من الموارد دون فائدة.	4.4	0.99	88	كبيرة جداً
15.	.9	تم تغيير نظام العمل بسبب الجائحة.	3.9	1.1	78	كبيرة
14.	.10	تم تخفيض أجور العمال بسبب الجائحة.	3.7	1.3	74	كبيرة
11.	.11	قامت المنشأة بالتواصل مع الجهات المعنية لدعم استمرارها في العمل (وزارة السياحة، وزارة الاقتصاد...إلخ).	3.6	1.2	68	كبيرة
13.	.11	قامت إدارة المنشأة بدفع أجور العمال فترة الإغلاقات.	3.6	1.1	68	كبيرة
16.	.13	تم اضافة أعباء عمل جديدة على العاملين في المنشأة بسبب الجائحة.	3.3	1.3	66	كتوسطة
7.	.14	قامت إدارة المنشأة بالعمل في مجالات أخرى لتوفير تغطية مالية بدلاً من الاعتماد على القطاع السياحي فقط.	3.0	1.4	60	متوسطة
8.	.17	اعتمدت المنشأة على السياحة الداخلية في فترة جائحة الكورونا.	2.2	1.3	44	متوسطة
9.	.15	قامت المنشأة بتخفيض الأسعار لتتماشى مع متطلبات السياحة الداخلية في فترة الجائحة.	2.8	1.3	56	متوسطة
10.	.16	قامت المنشأة بالتركيز على المجتمع المحلي في محاولة لتعويض الخسائر من العوائد الناجمة عن السياحة.	2.6	1.4	52	متوسطة
الدرجة الكلية			**3.8**	**0.56**	**76**	**كبيرة**

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للمحور الأول بلغ (3.8)، بوزن نسبي 76%، وبدرجة موافقة (كبيرة) حيث حصلت الفقرتان "أدت جائحة الكورونا إلى حد كبير في ترك العمال لعملهم في المنشأة."، و"تراجع دخل المنشأة بسبب الجائحة." على أعلى متوسط حسابي وهو (4.7) وبدرجة موافقة (كبيرة جداً)، بينما حصلت الفقرة "اعتمدت المنشأة على السياحة الداخلية في فترة جائحة الكورونا"، على أدنى وسط حسابي (2.2) بدرجة موافقة (ضعيفة).

إن مراجعة سريعة للنتائج تظهر لنا أن هناك تشابه واتفاق مع الأبحاث والدراسات السابقة التي عالجت آثار جائحة كورونا على الاقتصاد بشكل عام وعلى العاملين، فقد تشابهت غالبية أجوبة أسئلة هذه الدراسة والمتعلقة (تراجع دخل المنشاة (سؤال 2) والاستغناء عن عدد من العمال (سؤال رقم 5) واغلاق جزئي للمنشآة (سؤال رقم 7) وتغيير نظام العمل بسبب الجائحة (سؤال 9) وتخفيض أجور العمال (سؤال 10) مع تقرير الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني الذي نشرته شبكة فلسطين الاخبارية، وكذلك اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (ماس، 2021) التي أكدت وجود تسريح للعمال وتخفيض الأجور وتقليص ساعات العمل وكذلك تغيير نظام العمل، وأيضاً اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (منظمة العمل الدولية، 2020) حول واقع العمل اللبناني فقد بينت نتائج هذه الدراسة أن هناك تخفيض للأجور وبنسب عالية وهناك توقف عن العمل لنصف المنشآت، ويضاف لذلك تشابه نتائج هذه الدراسة مع دراسة منظمة العمل الدولية اضطرار المؤسسات إلى تخفيض ساعات العمل، ثم عدم قدرة المنشآت على دفع الأجور بالكامل بل اقتصارها على جزء من الأجور.

السؤال الثاني: ما أولويات المساعدات المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر أصحاب الفنادق والمطاعم وأصحاب مشاغل وبيع الصناعات الحرفية في محافظة بيت لحم؟

المحور الثاني: أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي

جدول (3.5): المحور الثاني: أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي

الرقم	الترتيب	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الدرجة
14.	1	القيام برفع الوعي الصحي والممارسات للعاملين في المنشآت السياحية من خلال دورات تدريبية مجانية	4	1.1	80	كبيرة
10.	2	اعفاء رسوم تجديد التراخيص السياحية والأنشطة التجارية المرتبطة بها	3.9	1.2	78	كبيرة
1.	3	تأجيل سداد كل الالتزمات وأقساط القروض حتى الشخصية لمدة 6 أشهر.	3.8	1.3	76	كبيرة
2.	4	تأجيل سداد ضريبة العقار المستحقة على المنشآت السياحية لمدة عام	3.8	1.4	76	كبيرة
3.	5	جدولة مستحقات ضريبة الدخل المترتبة للأعوام السابقة	3.8	1.2	76	كبيرة
8.	6	القيام بسرعة الاستجابة الصحية العامة، من خلال تعزيز إجراءات الفحص، ومختلف تدابير احتواء فيروس كورونا.	3.8	1.3	76	كبيرة
13.	7	اعفاء المركبات (التجارية) المتعلقة بعمل المنشآت السياحية من رسوم الترخيص لمدة عام	3.8	1.3	76	كبيرة
15.	8	القيام بتعزيز التعاون المشترك بين وزارة السياحة والصحة والداخلية من خلال لجنه إدارة أزمة القطاع السياحي	3.8	1.3	76	كبيرة
16.	9	المساعدة في إنشاء منصات للتسوق الإلكتروني للحرف والمنتجات الحرفية وتدريبهم عليها	3.8	1.3	76	كبيرة
7.	10	السماح بفتح المنشآت السياحية بعد تحديد علامة السلامة الصحية على المنشأة واعتمادها من وزارة الصحة والسياحة	3.6	1.3	72	كبيرة
11.	11	إتاحة سداد فواتير المياه والكهرباء على أقساط ميسرة	3.6	1.4	72	كبيرة
12.	12	تعزيز نموذج الشراكة بين القطاعين الحكومي وأصحاب المنشآت السياحية من خلال لجنة مشتركة للتشاور بشأن اجراءات الحكومة	3.6	1.3	72	كبيرة
6.	13	صرف إعانات الطوارئ للعاملين في قطاع السياحة من للعمالة المنتظمة وغير المنتظمة.	3.5	1.6	70	كبيرة
9.	14	تأجيل تسديد قيمه الإيجارات المترتبة على المنشآت السياحية	3.5	1.5	70	كبيرة
4.	15	تسديد أجور العاملين في القطاع السياحي بنسبة 50% من قبل الحكومة بهدف الاحتفاظ بعمالة مخفضة.	3.3	1.6	66	متوسطة
5.	16	تقسيط ضريبة العقار المستحقة على المنشآت السياحية عن الفترات السابقة من خلال أقساط شهرية لمدة 6 أشهر.	3.2	1.4	64	متوسطة
الدرجة الكلية			**3.7**	**0.99**	**74**	**كبيرة**

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للمحور الثاني بلغ (3.7) بوزن نسبي 74%، وبدرجة موافقة (كبيرة) حيث حصلت الفقرة "القيام برفع الوعي الصحي والممارسات للعاملين في المنشآت السياحية من خلال دورات تدريبية مجانية" على أعلى متوسط حسابي وهو (4) وبدرجة

موافقة (كبيرة) تليها الفقرة "إعفاء رسوم تجديد التراخيص السياحية والأنشطة التجارية" حيث بلغ متوسطها الحسابي (3.9) بدرجة موافقة (كبيرة) بينما حصلت الفقرة "تقسيط ضريبة العقار المستحقة على المنشآت السياحية عن الفترات السابقة من خلال أقساط شهرية لمدة 6 أشهر. "على أدنى وسط حسابي (3.2) بدرجة موافقة (متوسطة).

ويتضح من متوسطات اجابات المبحوثين على أسئلة المجال المتعلق بأولويات المساعدات المطلوبة للقطاع السياحي أن الاجابات كانت بدرجة موافقة ما بين متوسطة وكبيرة، إذ جاءت 14 فقرة منها بدرجة كبيرة وفقرتين فقط بدرجة متوسطة، ولم يكن هناك فروق كبيرة بين متوسطات تلك الفقرات جميعاً، مما يعني درجة موافقة كبيرة بين المبحوثين على الحاجة الماسة لتلك المساندات والتوافق العالي أيضاً على الأولويات لذلك القطاع، أي أن المبحوثين يطالبون الجهات المعنية بتحقيق وانجاز هذه المساعدات لكي يستطيعوا تجاوز هذه الصعوبات الكبيرة والمتعددة بسبب الجائحة وقد اتفقت مطالبهم مع دراسة اتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية بضرورة خفض وتقسيط الضريبة المستحقة وتقديم إعفاءات ضريبية، واتفقت وبشكل كبير نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة جمعية البنوك الأردنية بضرورة تقسيط الدفعات المستحقة من فواتير ورسوم وكذلك تشابهت نتائج هذه الدراسة بمجالها المتعلق بأوجه المساندة المطلوبة مع دراسة منتدى الاستراتجيات الأردني من حيث إعفاء هذا القطاع السياحي من رسوم تجديد الترخيص وتقديم تسهيلات ائتمانية بكلف مخفضة، وأخيراً تشابهت نتائج هذه الدراسة مع دراسة غرفة تجارة وصناعة بيت لحم حيث كانت توصيات دراسات غرفة تجارة بيت لحم مشابهة مع نتائج هذه الدراسة من حيث ضرورة الإعفاء من رسوم الترخيص ورسوم الحرف وضريبه الأملاك.

إن هذا التشابه والاتفاق بين هذه الدراسة والدراسات السابقة يعكس موضوعية هذه الدراسة وامكانية تعميم نتائجها لكونها كانت واقعية وعكست ظروف تأثر هذا القطاع السياحي بجائحه كورونا.

3.5 مناقشة فرضيات الدراسة:

3.5.1 مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:

نصت الفرضية الأولى على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول محاور الدراسة تُعزى للمتغيرات الديموغرافية.

ويتفرع منها الفرضيات الآتية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) حول محاور الدراسة تُعزى لمتغير الجنس.

ولفحص هذه الفرضية تم استخدام اختبار "ت" لعينتين مستقلتين (Independent Samples T-test)، كما يبين الجدول رقم (4.5)، حيث أظهرت النتائج الواردة في الجدول ما يلي:

جدول (4.5): المتوسطات الحسابية لجميع محاور الدراسة والدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير الجنس

الدرجة الكلية للمحور	ذكر	أنثى	قيمة ت	الدلالة *
	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي		
تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي	3.83	3.69	0.587	0.559
أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر العاملين فيه	3.74	3.03	1.707	0.092
الدرجة الكلية لجميع الفقرات	**3.79**	**3.37**	**1.509**	**0.136**

حسب الدرجة الكلية لمحاور الاستبانة تبعاً لمتغير الجنس فإنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) تُعزى لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة "ت" الكلية (0.587) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.559) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05)، أي تم قبول الفرضية الفرعية الأولى.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) حول محاور الدراسة تُعزى لمتغير الفئة العمرية.

ولفحص هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، كما يبين الجدول رقم (5.5)، حيث أظهرت النتائج الواردة في الجدول ما يلي:

جدول(5.5): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبعاً لمتغير الفئة العمرية

الدرجة الكلية للمحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي	بين المجموعات	8.877	3	2.959	15.14	0.000
	داخل المجموعات	13.090	67	0.195		
	المجموع	**21.967**	**70**			
أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر العاملين فيه	بين المجموعات	9.836	3	3.279	3.37	0.015
	داخل المجموعات	58.854	67	0.878		
	المجموع	**68.690**	**70**			
الدرجة الكلية لجميع الفقرات	بين المجموعات	8.693	3	2.898	9.11	0.000
	داخل المجموعات	21.316	67	0.318		
	المجموع	**30.009**	**70**			

- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) تبعاً لمتغير الفئة العمرية لجميع محاور الدراسة، حيث بلغت قيمة "ف" الكلية (9.108) وبدلالة إحصائية (0.00)، وكذلك للمحور الأول حيث بلغت قيمة "ف"(15.1) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.00) وكذلك للمحور الثاني حيث بلغت قيمة "ف" للمحور الثاني (3.37) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.015) وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05)، أي تم رفض الفرضية الفرعية الثانية.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) حول محاور الدراسة تُعزى لمتغير طبيعة العمل في المجال السياحي، ولفحص هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، كما يبين الجدول رقم (6.5)، حيث أظهرت النتائج الواردة في الجدول ما يلي:

جدول(6.5): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبعاً لمتغير طبيعة العمل في المجال السياحي

الدرجة الكلية للمحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي	بين المجموعات	1.17	3	0.390	1.26	0.297
	داخل المجموعات	20.80	67	0.310		
	المجموع	**21.97**	**70**			
أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي	بين المجموعات	6.48	3	0.216	2.33	0.083
	داخل المجموعات	62.21	67	0.929		
	المجموع	**68.69**	**70**			
الدرجة الكلية لجميع الفقرات	بين المجموعات	2.95	3	0.984	2.44	0.072
	داخل المجموعات	27.06	67	0.404		
	المجموع	**30.0**	**70**			

- لم تظهر أي فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) تبعاً لمتغير طبيعة العمل في المجال السياحي لجميع محاور الدراسة، حيث بلغت قيمة "ف" للمحور الأول (2.33) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.083) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05)، وبلغت قيمة "ف" للمحور الثاني (2.44) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.072) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05).
- وبحسب الدرجة الكلية لمحاور الاستبانة تبعاً لمتغير طبيعة العمل في المجال السياحي فإنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) تُعزى لمتغير طبيعة العمل في المجال السياحي، حيث بلغت قيمة "ف" (2.44) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.072) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05) مما يدعونا إلى عدم رفض الفرضية الفرعية الثالثة.

4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) حول محاور الدراسة تُعزى لمتغير الدخل الشهري قبل الجائحة.

ولفحص هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، كما يبين الجدول رقم (7.5)، حيث أظهرت النتائج الواردة في الجدول ما يأتي:

جدول(7.5): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبعا لمتغير الدخل الشهري قبل الجائحة

الدرجة الكلية للمحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي	بين المجموعات	1.17	3	0.390	1.26	0.297
	داخل المجموعات	20.80	67	0.310		
	المجموع	**21.97**	**70**			
أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي	بين المجموعات	6.48	3	2.16	2.33	0.083
	داخل المجموعات	62.21	67	0.929		
	المجموع	**68.69**	**70**			
الدرجة الكلية لجميع الفقرات	بين المجموعات	2.95	3	0.984	2.44	0.072
	داخل المجموعات	27.06	67	0.404		
	المجموع	**30.0**	**70**			

- لم تظهر أي فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) تبعاً لمتغير الدخل الشهري قبل الجائحة لجميع محاور الدراسة حيث بلغت قيمة "ف" للمحور الأول (2.33) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.083) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05)، وبلغت قيمة "ف" للمحور الثاني (2.44) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.072) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05).
- حسب الدرجة الكلية لمحاور الاستبانة تبعاً لمتغير الدخل الشهري قبل الجائحة فإنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) تُعزى لمتغير الدخل الشهري قبل الجائحة، حيث بلغت قيمة "ف" (2.44) وبدلالة إحصائية

مقدارها (0.072) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05) مما يدعونا إلى عدم رفض الفرضية الفرعية الرابعة.

5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) حول محاور الدراسة تُعزى لمتغير عدد العاملين قبل الجائحة.

ولفحص هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، كما يبين الجدول رقم (8.5)، حيث أظهرت النتائج الواردة في الجدول ما يلي:

جدول(8.5): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبعاً لمتغير عدد العاملين قبل الجائحة

الدرجة الكلية للمحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي	بين المجموعات	1.48	2	0.739	2.45	0.094
	داخل المجموعات	20.49	68	0.301		
	المجموع	**21.97**	**70**			
أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي	بين المجموعات	4.12	2	2.059	2.17	0.122
	داخل المجموعات	64.57	68	0.950		
	المجموع	**68.69**	**70**			
الدرجة الكلية لجميع الفقرات	بين المجموعات	2.493	2	1.247	3.08	0.052
	داخل المجموعات	27.52	68	0.405		
	المجموع	**30.01**	**70**			

- لم تظهر أي فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) تبعاً لمتغير عدد العاملين قبل الجائحة لجميع محاور الدراسة حيث بلغت قيمة "ف" للمحور الأول (2.45) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.094) وهي قيمة غير دالة

إحصائياً عند مستوى (a≤0.05)، وبلغت قيمة "ف" للمحور الثاني (2.17) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.122) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05).

- حسب الدرجة الكلية لمحاور الاستبانة تبعاً لمتغير عدد العاملين قبل الجائحة فإنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة (a≤0.05) تُعزى لمتغير عدد العاملين قبل الجائحة، حيث بلغت قيمة "ف" (3.08) وبدلالة إحصائية مقدارها (0.052) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (a≤0.05) مما يدعونا إلى عدم رفض الفرضية الفرعية الخامسة.

4.5 الاستنتاجات والتوصيات

4.5.1 الاستنتاجات

أشارت النتائج على أسئلة استبيان الدراسة بأن هناك موافقات كثيرة أو بدرجة كبيرة وكبيرة جداً حول أثار الجائحة وكذلك حول أولويات المساعدة المطلوبة ويمكننا اختزال النتائج بعدد محدود من الاستنتاجات وهي:

1. أن هذا القطاع تأثر بشكل كبير بالجائحة وهذا يدل على هشاشة هذا القطاع أمام أية أزمات سواء كانت صحية أو مالية أو اقتصادية وأمنية (إغلاقات وغيرها).
2. أن هذا القطاع غير قادر على الاستمرار لفترة طويلة أو التكيف مع هذه الأزمة أو غيرها من أزمات حيث برزت أن غالبية الإجراءات التي تم اتخاذها تهدف إلى الإغلاق وتسريح العاملين أو تخفيضهم لأعداد محدودة جداً.
3. أن هذا القطاع أو المنشآت المبحوثة تفتقر لأي شكل من أشكال الحماية سواء كان ذلك بالتأمين أو الاتحادات أو الجمعيات أو المهن المتخصصة فهي عليها أن تواجه مشكلتها بمفردها وهذا ما برز من خلال أجوبة المبحوثين.
4. إن الاستنتاج الأكثر وضوحاً هو اعتماد هذه المنشآت على عدم معرفة (أو قدرة) هذه المنشآت إلى الاستفادة من امكانياتها المتاحة والمتواضعة لتكييفه مع الواقع والظرف، وكل مطالبها انحصرت بأن تقوم الجهات الحكومية وغيرها بإعفائها من الالتزامات الضريبية والرسوم بأنواعها وتأجيل كافة المستحقات، هذا يعني أن هذه المنشآت لا تقدم أي بديل لأنشطة أخرى لاستمرار وجودها مع عوائق وصعوبات مستجدة، ولكنها تبقى بانتظار مساعدة الجهات والخروج من أزمة الجائحة وهذا ليس بالحل الأمثل لأن من ناحية، بقاء الجائحة والتخلص

منها غير معلوم مداه ومن ناحية أخرى الإجراءات الحكومية غير قادرة على تلبية حاجاتهم وحل مشكلاتهم لأنها تتطلب موارد كبيرة.

4.5.2 التوصيـات:

إن الاستنتاجات السابقة تتيح لنا إمكانية اقتراح بعض التوصيات وهي:

أولاً : تطوير النظم الفنية والإدارية فى مختلف المنشآت السياحية، والارتقاء بكفاءة العاملين بها لمواكبة المعايير الدولية فى المنافسة.

ثانياً : بالنظر إلى هشاشة هذا القطاع فإنه من المجدي وضع خطط وبرامج تساعده على تنظيم نشاطاته، بمعنى وضع خطة استراتيجية مفصلة لهذا القطاع بالتشاور والشراكه بين الأطراف المعنية (وزارة الاقتصاد والسياحة والغرف التجارية)، لأن المشكلة أو الأزمة أظهرت أن هناك عجز لكل الأطراف في التصدي لها بدون وجود خطة أو بديل.

ثالثاً : نشر ثقافة السياحة الداخلية بين المواطنين كمجال مُكمّل للسياحة الخارجية، بحيث يمكن الاعتماد عليه عند حدوث أزمات دولية تعيق عمليات التدفق السياحى من الخارج.

رابعاً : الاستعداد لمواجهة الأزمات وبناء المرونة وضمان أن السياحة جزء من آلية ونظم الطوارئ الوطنية.

خامساً : وضع خطة إنعاش وتحفيز لقطاع السياحة.

سادساً : يبدو أن غياب أي شكل من أشكال الحماية الاجتماعية والتأمينات لهذه المنشآت والعاملين جعلهما عرضة لخسائر كبيرة جداً تعجز على تحملها لذلك يجب أن تبدأ هذه المنشآت والعاملين بإيجاد أدوات وأسإلبب فعالة تتيح لها تحقيق تأمين وحماية ما أمام أية أزمة قادمة.

سابعاً : تبيّن من الاستنتاجات أن هذه المنشآت واجهت آثار كورونا بشكل منفرد وبدون طرح أي بدائل لبقائها أو استمرارها لذلك يبدو من المفيد التفكير بتنويع أنشطتها ومجالاتها لكي تستمر.

ثامنـاً : متابعة أنشطة الفنادق ومختلف المنشآت السياحية للتحقق من التزامها بالمواصفات والمعايير والشروط العامة وبالأخص الصحية والبيئية الموضوعة بمعرفة وزارة الصحة والجهات المعنية.

تاسعاً: إعادة تخطيط الإعلام السياحى بما يُمكّن من توفير المعلومات للمهتمين بالحركة السياحية، ويكفل متابعة تطوراتها على الصعيدين المحلى والدولى.

المراجع:

1. "الاقتصاد الجزائري في ظل التداعيات العالمية لجائحة كورونا بين الاستجابة الآنية والمواكبة البعدية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، المجلد 20، 2020. على الرابط: http://www.tirawi.ps/ar/palestine/2324.html
2. اتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية (2020) بعنوان: أثر "جائحة الكورونا وقرار وقف التنسيق" على القطاع الخاص
3. الاقتصاد الجزائري في ظل التداعيات العالمية لجائحة كورونا بين الاستجابة الآنية والمواكبة البعدية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 20، 2020.
4. بخاري، عبلة (2012): اقتصاديات السياحة، مكتبة لبنان، بيروت.
5. بلال الفلاح، (2012)، السياحة في الأراضي الفلسطينية: تحليل الأهمية والأثر، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس).
6. بو درباله، ر، (2017)، دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية دراسه تحليلية مقارنه بين الجزائر والاردن، رسالة دكتورا غير منشورة جامعه العربي بن مهيدي –ام البواقي الجزائر.
7. تلي، محمد وقريشي، حليمة السعدية (2020): جائحة فيروس كورونا Covid – 19 على السياحة العربية البينية، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، الجزء الثالث، العدد الثاني، ص8-29.
8. توفيق الطيراوي، السياحة في فلسطين،(2020)،
9. التوني، ن، (2001)، دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط- الكويت.

10. جمعية البنوك في الأردن (2020) الآثار المتوقعة لجائحة كورونا على بعض مؤشرات الاقتصاد الأردني وأهم المبادرات والحزم التحفيزية المتخذة ودور القطاع المصرفي.
11. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2019): الإحصاء الفلسطيني ووزارة السياحة والآثار يصدران بياناً صحفياً بمناسبة يوم السياحة العالمي، 2019/09/27
12. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2020): الإحصاء الفلسطيني ووزارة السياحة والآثار يصدران بياناً صحفياً بمناسبة يوم السياحة العالمي، 2020/09/27.
13. الجهاز المركزي للأحصاء الفلسطيني (2020): وزارة الاقتصاد الوطني والجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني يصدران بياناً صحفياً مشتركاً حول أثر جائحة كورونا على المؤسسات الاقتصادية خلال الفترة (2020/3/5-2020/5/31).
14. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، (2020): أداء الاقتصاد الفلسطيني خلال عام 2020، بالإضافة إلى التنبؤات الاقتصادية لعام 2021،
15. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، (2020)، مسح أثر جائحة كوفيد 19 (كورونا) على الظروف الاجتماعية والاقتصادية للأسر الفلسطينية، 2020
16. دراسة اتحاد المصارف العربية (2020): سيناريوهات تأثير جائحة كورونا على النمو الاقتصادي العالمي والعربي.
17. شاكي، سلوى (2019): دور السياحة في التنمية المحلية "دراسة حالة مدينة بو سعادة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
18. شبكة فلسطين الاخبارية (2020): في يوم السياحة العالمي .. خسائر القطاع السياحي تجاوزت المليار دولار جراء "كورونا"، على رابط الشبكة الالكتروني:

http://pnn.ps/news/544228، تاريخ كتابة التقرير 2020/9/27، تاريخ الرجوع إلى التقرير 2020/12/1.

19. شنتير، م، (2018)، السياحة الداخلية في فلسطين – جامعة النجاح الوطنية فلسطين.

20. شوملي، قسطندي (1999). السياحة الثقافية في الضفة الغربية وقطاع غزة. معهد أبحاث السياسات الاجتماعية والاقتصادية – ماس، فلسطين.

21. صندوق النقد الدولي (2020): آفاق الاقتصاد العالمي، واشنطن.

22. عبد القادر، ب، (2011)، صناعة السياحة ودورها في التنمية المستدامة للدول، جامعة مستغانم، الجزائر.

23. عبد المنعم، هبة واسماعيل، محمد وقاسم، جمال (2020): تداعيات أزمة فايروس كورونا المستجد على قطاع السياحة في الدول العربية وسياسات دعم التعافي، صندوق النقد العربي، موجز سياسات، العدد الخامس عشر، يوليو 2020.

24. عبد الحق، جمال (2009). **توزيع وتخطيط المرافق السياحية في مدينة أريحا**. رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

25. عوده، (2011)، المقومات السياحية في محافظة بيت لحم، رسالة ماجستير.

26. غرفه تجارة وصناعة حافظة بيت لحم (2020) التقريري الاقتصادي حول "أثر انتشار فيروس كورونا على القطاعات الاقتصادية في محافظة بيت لحم"

27. الكحلي، ياسين (2001): دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، صحيفة الجزيرة، العدد 10565، السعودية، بتاريخ 1 سبتمبر.

28. كواش، خ، (2002)، الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة حالةالجزائر، الجزائر.

29. ماس (2021) الاستجابة الشاملة للاثار الاقتصادية والاجتماعية لجائحه كوفيد -19 في فلسطين تحت الاحتلال (المحور الأول: المنشآت الاقتصادية متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطه الاكثر عرضه للمخاطر، وحماية الوظائف وبخاصة للشباب والنساء.)

30. مرسي، سلوى والصادي زينب (2020)، التداعيات المحتملة لأزمة كورونا على الاقتصاد المصري، معهد التخطيط القومي في جمهورية مصر العربية، سلسلة أوراق السياسات، الإصدار رقم 10، مايو 2020.

31. مركز التجارة الدولية (2020): كوفيد -19: الاغلاق الكبير واثرة على الموسسات الصغيرة. www.intracen.org (2021/2/18)

32. مركز التجارة الدولية، (2020)، كوفيد 19: الإغلاق الكبير وأثره على المؤسسات الصغيرة

33. معن عطاونة، (2020)، ورقة حقائق: أثر فيروس كورونا على قطاع السياحة في مدينة بيت لحم

34. معهد بوروكنجر 2020: السياسات بشأن فيروس كورونا المستجدّ والاستجابات المؤسّساتية له في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حاله تونس

35. منتدى الاستراتيجيات الأردني (2020)، "أداء القطاع السياحي في الأردن خلال جائحة كورونا".

36. منظمه العمل الدولية (2020)، أثر أزمة جائحة كورونا COVID -19 على الفئات الهشة من العمال والمنشآت الصغيرة في سوق العمل اللبناني دراسة تقييمية سريعة.

37. منظمه العمل الدولية ، 2011)، دليل الحد من الفقر من خلال قطاع السياحة، الطبعه الثالثة، جنيف.

38. موفق، ع، (2002)، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة– الجزائر.

39. وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية، (2016)، القطاع السياحي في أراضي السلطة الوطنية .. واقع وتحديات، تاريخ الرجوع للتقرير 2020/12/15.

http://www.wafa.ps/ar_page.aspx?id=0pp065a688847413551a0pp065

الملاحق

ملحق رقم (1) قائمة المُحكّمين:

الرقم	الاسم	مكان العمل
1	د. عبد الكريم مزعل	جامعة القدس المفتوحة
.2	د. سعدي الكرنز	جامعة القدس
.3	الأستاذ حمدان السيد	جامعة بيرزيت
.4	د. نصر عبد الكريم	الجامعة العربية الامريكية
.5	د. مصطفى الخواجا	الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
.6	د. سمير حزبون	جامعة القدس

ملحق رقم (2) بيانات إحصائية

جدول (3.2): عدد الزيارات وعدد ليالى المبيت للزوار حسب الشهر ونوع الزائر، 2020

الشهر	وافد اجنبي		فلسطينو وعرب 48		محلي		مجموع الزيارات الوافدة	
	زائر	ليالى مبيت	زائر	ليالى مبيت	زائر	ليالى مبيت	زائر	ليالى مبيت
كانون ثاني	154625	123214	89050	8949	156350	11548	**243675**	**143711**
شباط	178299	166580	107459	6546	189477	9526	**285758**	**182652**
آذار	22260	24568	20197	1233	36189	5322	**42457**	**31123**
نيسان	0	956	0	194	0	4998	**0**	**6148**
أيار	0	930	50900	191	65550	4669	**50900**	**5790**
حزيران	0	979	35443	2713	147147	4411	**35443**	**8103**
المجموع	**355,184**	**317,227**	**303,049**	**19,826**	**594,713**	**40,474**	**658233**	**377,527**

جدول (4.2): عدد زيارات المواقع السياحية في محافظة بيت لحم حسب نوع الزائر، 2018-2019

السنة	وافد اجنبي	فلسطينو وعرب 48	وافد	المجموع
2018	1,013,216	29,319	1,013,216	**1,124,330**
2019	1,297,804	69,690	1,297,804	**1,470,833**

وزارة السياحة والآثار الفلسطينية، 2020.

جدول (5.2): عدد زيارات السياح الوافدين حسب المحافظة والشهر، 2019

المحافظة	الشهر												المجموع
	كانون ثاني	شباط	آذار	نيسان	أيار	حزيران	تموز	آب	أيلول	تشرين أول	تشرين ثاني	كانون أول	
بيت لحم	78,385	100,498	130,568	110,081	141,424	93,833	72,635	60,177	121,928	142,266	201,942	113,757	1,367,494
الخليل	3,456	9,479	11,424	12,720	12,846	13,883	13,861	9,131	9,180	9,030	7,810	8,103	120,923
اريحا والاغوار	86,822	110,652	118,660	110,392	85,459	93,949	69,477	101,915	95,747	96,379	104,659	56,073	1,130,184
جنين	30,140	21,940	20,350	29,050	36,282	35,812	29,900	58,385	27,750	19,216	30,975	37,910	377,710
نابلس	23,336	20,300	28,360	32,710	23,812	36,960	29,140	42,940	28,540	27,130	28,980	355,502	677,710
قلقيلية	1,200	400	1,500	غ.م	3,700	7,400	1,800	2,900	1,800	غ.م	500	200	21,400
رام الله والبيرة	480	2,550	1,200	غ.م	11,750	120	1,760	11,980	2,800	2,140	1,500	غ.م	36,280
طوباس	3,049	1,552	2,156	غ.م	2,103	2,767	1,508	1,700	1,484	1,299	1,978	3,214	22,810
طولكرم	غ.م	غ.م	8,000	غ.م	100	12,950	1,460	23,200	غ.م	غ.م	3,650	6,520	55,880
المجموع	226,868	267,371	322,218	294,953	317,476	297,674	221,541	312,328	289,229	297,460	381,994	581,279	3,810,391

المصدر: وزارة السياحة والاثار الفلسطينية. 2020.

ملحق رقم (2-أ): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
1	بيت لحم اورينتال ستور للتحف الشرقية	نديم فيكتور إلياس صالح ميكيل	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
2	خير للتحف الشرقية والنثريات	سامي جريس بشاره خير	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
3	شركة المهد للنثريات	موسى هشام يوسف حساسنه	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
4	شركة سانت باتريك للتحف الشرقية	لويس صالح سليم ميكيل	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
5	شركة فاطيمه للاستثمار السياحي	بسام حنا عيسى أبو فرحة	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
6	شركة متحف الأراضي المقدسة الفنية	يوسف إلياس إبراهيم جقمان	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
7	شركة نيسان لبيع الهدايا والتحف الشرقية	صليبا جريس إلياس نيسان	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
8	متجر الديوان للتحف الشرقية	كارول لويس حنا دعيق	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
9	مخزن الميلاد	فكتور ابيفانيوس انطون طبش	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
10	معرض الميلاد	بشير فرح سالم مسلم	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا

ملحق رقم (2–ب): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
11	شركة فندق سانتا ماريا	سامي إلياس سابا ثلجية	الفنادق والمطاعم
12	شركة مطاعم نيسان م خ م	داود افرام نيسان نيسان	المطاعم والحانات والمقاصف
13	شركة مطعم مغارة الرعاة السياحي م خ م	سميح اسكندر إلياس غريب	المطاعم والحانات والمقاصف
14	مطعم ارض الكرمه	رياض عيسى سابا اجحا	المطاعم والحانات والمقاصف
15	قاعة ومطعم صابات للأفراح	سليمان نصري سليمان صابات	أنشطة قاعات الرقص والأفراح
16	انجلز للسياحة والسفر	ميشيل نجيب فرح عوض	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
17	جالا للسياحة والسفر	رانيه فيكتور جاد الله مسلم	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
18	ليلى تورز	ليلى ميخائيل جادالله عصفوره	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
19	شركة دار الموج بوتيك للسياحة	نادر جابي نايف موج	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
20	شركة فلسطين للاستثمار السياحي م ع م	كريم سامر شوكت عبد الهادي	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
21	شركة منتجع مراد السياحي الاستثماري م خ م	جميل حسن مراد مراد	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات

ملحق رقم (2–ت): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
22	هولي لاند سوب	نهى ميخائيل جاد الله عتيق	صناعة الصابون ومستحضرات التنظيف
23	مجوهرات وحلي ناديه	ناديه متري انطون ابوغطاس	صنع المجوهرات والأصناف المتصلة بها
24	أوليفارت	جريس عيسى اسبيرو فقوسه	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
25	أسامه علي محمد تعامره	أسامه علي محمد تعامره	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
26	شركة نتيفيتي لتجارة وصناعة خشب الزيتون	ريمون حنا عيسى ابو فرحه	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
27	صافي لخشب الزيتون	محمود حسن محمد صافي	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
28	عودة إبراهيم محمد صلاح	عودة إبراهيم محمد صلاح	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
29	مشغل الزغبي	ماهر صليبا حنا زغبي	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
30	مشغل الشجرة المقدسة	هاني إلياس عطا الله خير	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
31	مشغل عوده لخشب الزيتون	إبراهيم إلياس إبراهيم عوده	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية

ملحق رقم (2–ث): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
32	مصنع نجمة بيت لحم لخشب الزيتون	جميل انطون جميل حوش	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
33	وليد إبراهيم إلياس خليل	وليد إبراهيم إلياس خليل	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
34	محمد فهد محمد شعيبات وأولاده	محمد فهد محمد شعيبات	منتجات تحف الزينة الصدفية
35	VIVID	فاتن شعبان علي نيروخ	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
36	ادوارد الأعمى للتحف الشرقية	ادوارد جورج توفيق الأعمى	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
37	ارارات سوفينير شوب للتحف الشرقية	بني هاكوب بنيامين شوهمليان	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
38	ارام سوفنير للتحف الشرقية	سميرة جورج ملكي السرياني	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
39	القناة الرومانية للتحف الشرقية	رينيه انطون إلياس بطارسه	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
40	إلياس منير عوض أبو سعدة	إلياس منير عوض أبو سعدة	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
41	امندا جورج بشاره انسطاس	امندا جورج بشاره انسطاس	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا

ملحق رقم (2-ج): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
42	باب المغارة القديمة للتحف الشرقية	سعاد محمود عبد الحجاجحه	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
43	بيت الهدايا للتحف الشرقية	إلياس نجيب فرح عوض	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
44	جمال للتحف الشرقية	جمال إبراهيم حسين التعامرة	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
45	جوني سوفينير للتحف الشرقية	جوني شكري عبود قنواتي	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
46	ساحة النجمة للتحف الشرقية	جريس يوسف حنا البندك	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
47	سانت مايكل للتحف الشرقية	جوني ميشيل طناس أبو عيطه	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
48	سنتواري ريمون كندو واولاده	ريمون خليل اسكندر كندو	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
49	سوق الملك سليمان للتحف	عدنان محمد حسين دار القرنه	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
50	سوق امير السلام لتحف الشرقية	وسام اسعيد إبراهيم اسعيد	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
51	سيرافيم للتحف الشرقية	رياض حنا شكري متري	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا

ملحق رقم (2-ح): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
52	شركة الافرست للتحف الشرقية	عيسى متري عيسى رشماوي	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
53	شركة الأقواس الثلاثة للتحف التذكارية والمجوهرات م خ م	ماهر نقولا ميخائيل قنواتي	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
54	شركة البامبينو ارتس اند سكلبتشر للتحف	إبراهيم سالم إلياس جقمان	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
55	شركة البركة للهدايا والتحف الشرقية	باسم جريس إلياس جقمان	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
56	شركة الراعي الصالح للتحف الشرقية والاستثمار م خ م	أدمون حنا عيسى أبو فرحة	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
57	شركة الطبش للمجوهرات والتحف الشرقية	ديفد ادوارد حنا طبش	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
58	شركة بيت ساحور للتحف الشرقية	جوزيف نصري يوسف قسيس	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
59	شركة جلوريا للاستثمار	حنا عون الله حنا هلال	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
60	شركة حقل بوعز للاستثمار السياحي	ميشيل ماجد ميخائيل بنورة	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
61	شركة كوين هيلانا للتحف الشرقية	يوسف جمال محمود نشاش	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا

ملحق رقم (2-خ): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
62	شركة ليتل بيت لحم للاستثمار والسياحة	مايكل نيقولا ميخائيل قنواتي	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
63	شركة مركز بيت لحم للتحف الشرقيه	عيسى جورج عزمي جليل جحا	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
64	شركة نتيفيتي للتحف الشرقية	فادي فيكتور يوسف بهنان	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
65	طوني سوفينير شوب للتحف الشرقية	سوزي انطون يعقوب ميكيل	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
66	عيسى للتحف الشرقية	عيسى محمود صافي النشاش	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
67	فاطيمة ستور لتجارة التحف الشرقية	بسام حنا عيسى أبو فرحة	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
68	قسطنطين للتحف الشرقية	قسطه إلياس قسطه بندك	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
69	قطان للتحف الشرقية	سامر توفيق نخله قطان	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
70	كلير انسطاس للتحف الشرقية	كلير إبراهيم جاد الله انسطاس	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
71	كيليكيا للتحف الشرقية	سليم جليل سليم مسلم	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
72	متجر النخيل للتحف الشرقية	إيهاب أمين عطا عمرو	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا

ملحق رقم (2–د): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
73	متجر اليجا للتحف الشرقية	علي إلياس علي أبو ديه	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
74	متجر بيت لحم 2000	بيتر إلياس خوري صليبا قنواتي	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
75	متجر جلوري ماري	جاك شارلي نيقولا حوش	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
76	متجر زهرة السهل الساحلي	سامر فتحي يوسف السقا	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
77	متجر غطاس سوفينير شوب	أنور حنا يوسف غطاس	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
78	مخزن البدوي للتحف الشرقية	مجدي عطا شعبان عمرو	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
79	مخزن الراعي الصالح	طناس جورج طناس أبو عيطة	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
80	مخزن الملائكة للتحف الشرقية	جورج سليمان ملكي جبرا	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
81	مخزن الملوك	سامي جورج طناس أبو عيطه	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
82	مخزن حقل بوعز للتحف	ميخائيل عودة عيسى بنوره	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا

ملحق رقم (2–ذ): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
83	مركز التراث الفلسطيني	مها جريس صليبا السقا	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
84	معرض بيت لحم الفني	جاك يوسف انطون طبش	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
85	هولي لاند قنواتي ستور	نصري فؤاد نصري قنواتي	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
86	يوسف جاك يوسف طبش	يوسف جاك يوسف طبش	البيع بالتجزئة للمجوهرات التقليدية والإكسسوارات والهدايا
87	باسم مرزوق بشارة مرزوقة	باسم مرزوق بشاره مرزوقه	الفنادق والمطاعم
88	شركة الايمان للاستثمار الفندقي والسياحي	كريمة نجيب إلياس عياد	الفنادق والمطاعم
89	شركة العائلة المقدسة للاستثمار والسياحة م خ م 1	سامي جورج طناس أبو عيطه	الفنادق والمطاعم
90	شركة الفريد للاستثمار العقاري	مجدي فريد اسكندر أبو رمان	الفنادق والمطاعم
91	شركة رجينا للسياحة والاستثمار	خضر بكر خضر طويل	الفنادق والمطاعم
92	شركة ساجال للاستثمار السياحي والعقاري	فادي يوسف جريس الطويل	الفنادق والمطاعم

ملحق رقم (2-ر): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
93	شركة فنادق سانت جبرائيل	طناس جورج طناس أبو عيطة	الفنادق والمطاعم
94	شركة فندق جولدن كراون السياحية	زياد صليبا سليمان مصلح	الفنادق والمطاعم
95	فندق سانت سابا	سابا غازي فريد نشاش	الفنادق والمطاعم
96	فندق سانت نيقولاس	سمير نصري حنا جاد الله نجار	الفنادق والمطاعم
97	شركة ابوشنب للاستثمار السياحي	جمال عوده جميل قراعة	المطاعم والحانات والمقاصف
98	شركة قرية وادي الرعاة السياحية	فايز بدر حنا حنونه	المطاعم والحانات والمقاصف
99	شركة مطعم بيفيرو لونج	إبراهيم صليبا إبراهيم أبو عوض	المطاعم والحانات والمقاصف
100	شركة مطعم شبردز ناي	حنا رياض حنا مصلح	المطاعم والحانات والمقاصف
101	مطعم تاتشي الصيني	محمد أحمد عيسى طوباسي	المطاعم والحانات والمقاصف
102	بيت لحم للتحف الشرقية	محمود عبد المنعم سلامه عايش	أصناف منتجة من جبس أو مركباته

ملحق رقم (2-ز): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
103	شركة منتجع بتير السياحية	محمد سعيد جابر قطوش	أنشطة المتنزهات الترفيهية والشواطىء
104	أبل للسياحة والسفر	عادل موسى عايش أبو دية	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
105	البوابة الذهبية للسياحة والسفر	ريتشارد يعقوب جاك جليل إلياس	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
106	بروفسي تورز	نتالي إلياس ميخائيل عواد	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
107	جلوريا للسياحة والسفر	جوزيف نجيب فرح عوض	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
108	جو ديبر تورز	بولس انطون ميخائيل عاقله	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
109	حسام نصر جريس قمصيه	حسام نصر جريس قمصيه	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
110	سن اند سي للسياحة والسفر	أياد عيسى مسلم مصطفى	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
111	شركة بيست وي للسياحة والسفر والحج والعمرة	حمزه يوسف خليل الزير	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
112	شركة تبوك للحج والعمرة	ماجد سليمان محمد صافي	أنشطة وكآلات السفر والسياحة

ملحق رقم (2–س): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
113	شركة جوي الدولية للسياحة والسفر والنقليات	إبراهيم يعقوب جاك جليل إلياس	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
114	شركة رواحل للحج والعمرة	محمد عيسى يوسف الفرارجه	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
115	شركة فيفث غوسبل ترافل للسياحة والسفر	اميل انطوان اميل قمر	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
116	شركة لاما للسياحة العالمية	هاني جورج سعيد لاما	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
117	شركة مكه للحج والعمرة	خليل جبرين خليل دعدره	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
118	غريس تورز	إلياس نايف إلياس غريب	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
119	مسلم للسياحة العالمية	انطون حنا سليم مسلم	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
120	مكتب التار تورز	رنا موريس متري عوض	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
121	ولكم تورز أند ترفل	اليانا جورج يعقوب عواد	أنشطة وكآلات السفر والسياحة
122	سوسن محمود عبد القادر فرج	سوسن محمود عبد القادر فرج	حاشية للزخرفة ودانتيل ومطرزات

ملحق رقم (2–ش): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
123	الراحة هوستيل	جديع هاشم جديع فروخ	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
124	امان هوستل	وليد امان الله خليل عايش	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
125	بنسيون مرمره	بلال إسماعيل منسي حوشيه	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
126	شركة بنك سيرفنج للغرف الفندقية	زكريا حسن عبد القادر أبو لبن	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
127	شركة جروس دومستك برودكت للسياحة (فندق بانكسي)	وسام توفيق بشاره سلسع	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
128	شركة فندق السانت فرانسيس م.خ.م	ميشيل فرنسيس ميخائيل رحيل	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
129	شركة فندق سان جون بابتست (فندق صن رايز)	أميره جورج عزمي جليل جحا	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
130	شركة مسيس للفندقة	بني هاكوب بنيامين شوهمليان	خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات
131	شركة اليوسف لصناعة المجوهرات	قصي يوسف محمد دار حماد	صنع المجوهرات والأصناف المتصلة بها
132	موسى للصياغة والذهب	موسى اسطفان إلياس نيسان	صنع المجوهرات والأصناف المتصلة بها

ملحق رقم (2–ص): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
133	سلطان التحف	سلطان مطرود احمد الشامي	صنع المنتجات الخزفية الحرارية
134	جوزيف خالد نجيب الأعمى	جوزيف خالد نجيب الأعمى	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
135	سي كرافت	كلاوديا وليم صالح اسطيفان	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
136	شركة التويمه لخشب الزيتون والتجارة	منير اميل موسى تويمه	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
137	شركة الحرفيين للتجارة العادلة	سوزان ميخائيل جميل ساحوري	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
138	مشغل الفرح للتحف الشرقية	خضر فرح ميخائيل خير	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
139	مشغل الملوك الثلاث	عون الله حنا خوري هلال	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
140	مشغل حقل الرعاة لخشب الزيتون	رجا صليبا عيسى بنوره	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
141	مشغل خليل لخشب الزيتون	عمار خليل إبراهيم التعامره	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
142	مصنع زخريا اخوان	زكريا البرت ميخائيل زكريا	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية

ملحق رقم (2–ض): كشف بأسماء مجتمع البحث

الرقم	اسم المنشأة	اسم المدير	النشاط الاقتصادي الرئيسي
143	مصنع سعيد للحرف اليدوية	أسامه فؤاد إلياس سعيد	صنع منتجات المخارط لتحف الزينة الخشبية
144	المشغل الفني للصدف	محمود محمد جاد الله نوفل	منتجات تحف الزينة الصدفية
145	شركة الاطرش للصدف	راشد ماجد فهد شعيبات	منتجات تحف الزينة الصدفية
146	مشغل أبو النواس للتحف الصدفية	ريمون عطاالله صليبا قمصيه	منتجات تحف الزينة الصدفية

ملحق رقم (3): استبانة الدراسة

جامعة القدس

كلية الدراسات العليا

استبانة

تهدف هذه الدراسة إلى بيان (آثار جائحة الكورونا الاقتصادية على القطاع السياحي وأولويات المساعدات المطلوبة من وجهة نظر العاملين فيه) مدينة بيت لحم. وقد تم اختياركم لتكونوا جزءاً من عينة هذه الدراسة، حيث أن الهدف منها علمي فقط، وذلك لاستكمال رسالة ماجستير في تخصص بناء مؤسسات وتنمية بشرية، علماً بأن تحليل النتائج سيكون بسرية تامة ولا يوجد في الاستبانة ما يُشير إلى شخصكم الكريم.

الباحثة: هند أبو غيث

إشراف الدكتور: عبد الوهاب الصباغ

أولاً: معلومات عامة

ضع إشـارة (✓):

الجنس: ( ) ذكر ( ) أنثى

العمر: ( ) 15-25 ( ) 26-35

( ) 36-45 ( ) أكثر من 45

طبيعة العمل في القطاع السياحي:

( ) مطعم ( ) تحف وهدايا – أشغال يدوية تراثية

( ) فندق ( ) غير ذلك

مكان العمل: .....

الدخل الشهري قبل الجائحة:

( ) 1500-2500 شيكل ( ) 2501-3500 شيكل

( ) 3501-4500 شيكل ( ) أكثر من 4500 شيكل

عدد العاملين قبل الجائحة: .....

ثانيـاً: فقرات الاستبانة:

ضع إشارة (✓) في المكان الذي ترتأيه مناسباً:

الرقم	الفقـرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المحور الأول: تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي						
.1	انخفض عدد السياح كثيراً بسبب الجائحة مما أدى إلى إغلاق جزئي للمنشأة					
.2	انخفضت المشتريات من التحف والتذكارات في جائحة الكورونا					
.3	أدت جائحة الكورونا إلى حد كبير في ترك العمال لعملهم في المنشأة					
.4	قام أرباب العمل بالاستغناء عن عدد من العمال نتيجة الجائحة					
.5	تراجع دخل المنشأة بسبب الجائحة					
.6	تراكمت الديون على المنشأة بسبب تردي الأوضاع بسبب الجائحة					
.7	قامت إدارة المنشأة بالعمل في مجالات أخرى لتوفير تغطية مالية بدلاً من الاعتماد على القطاع السياحي فقط.					
.8	اعتمدت المنشأة على السياحة الداخلية في فترة جائحة الكورونا					

.9	قامت المنشأة بتخفيض الأسعار للتماشى مع متطلبات السياحة الداخلية في فترة الجائحة.					
.10	قامت المنشأة بالتركيز على المجتمع المحلي في محاولة لتعويض الخسائر من العوائد الناجمة عن السياحة					
.11	قامت المنشأة بالتواصل مع الجهات المعنية لدعم استمرارها في العمل (وزارة السياحة، ووزارة الاقتصاد ... الخ).					
.12	قامت المنشأة بإغلاق جزئي أو كلي حتى لا تقوم باستهلاك المزيد من الموارد دون فائدة.					
.13	قامت إدارة المنشأة بدفع أجور العمال فترة الإغلاقات					
.14	تم تخفيض أجور العمال بسبب الجائحة					
.15	تم تغيير نظام العمل بسبب الجائحة					
.16	تم إضافة أعباء عمل جديدة على العاملين في المنشأة بسبب الجائحة.					
.17	اضطر عدد من العاملين إلى التحول إلى قطاعات أخرى غير القطاع السياحي في عملهم					

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المحور الثاني: أولويات المساعدات المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر العاملين فيه						
.1	تأجيل سداد كل الالتزامات وأقساط القروض حتى الشخصية لمدة 6 أشهر					
.2	تأجيل سداد ضريبة العقار المستحقة على المنشآت السياحية لمدة عام					
.3	جدولة مستحقات ضريبة الدخل المترتبة للأعوام السابقة					
.4	تسديد أجور العاملين في القطاع السياحي بنسبة 50% من قِبل الحكومة بهدف الاحتفاظ بعمالة مخفضة					
.5	تقسيط ضريبة العقار المستحقة على المنشآت السياحية عن الفترات السابقة من خلال أقساط شهرية لمدة 6 أشهر					
.6	صرف إعانات الطوارئ للعاملين في قطاع السياحة للعمالة المنتظمة وغير المنتظمة					
.7	السماح بفتح المنشآت السياحية بعد تحديد علامة السلامة الصحية على المنشأة واعتمادها من وزارة الصحة والسياحة.					

.8	القيام بسرعة الاستجابةالصحية العامة، من خلال تعزيز إجراءات الفحص، ومختلف تدابير احتواء فيروس كورونا					
.9	تأجيل تسديد قيمة الايجارات المترتبة على المنشآت السياحية					
.10	إعفاء رسوم تجديد التراخيص السياحية والأنشطة التجارية المرتبطة بها					
.11	إتاحة سداد فواتير المياه والكهرباء على أقساط ميسرة					
.12	تعزيز نموذج الشراكة بين القطاعين الحكومي وأصحاب المنشآت السياحية من خلال لجنة مشتركة للتشاور بشأن إجراءات الحكومة					
.13	إعفاء المركبات (التجارية) المتعلقة بعمل المنشآت السياحية من رسوم الترخيص لمدة عام					
.14	القيام برفع الوعي الصحي والممارسات للعاملين في المنشآت السياحية من خلال دورات تدريبية مجانية					
.15	القيام بتعزيز التعاون المشترك بين وزارة السياحة والصحة والداخلية من خلال لجنة إدارة أزمة القطاع السياحي					
.16	المساعدة في إنشاء منصات للتسوق الإلكتروني للحرف والمنتجات الحرفية وتدريبهم عليها					

ولكم جزيل الشكر والتقدير

فهرس الأشكال:

شكل	عنوان الشكل	الصفحة
1.2	شكل (1.2): قيمة استهلاك السياحة الوافدة لفلسطين حسب البند 2016، 2017	23
2.2	شكل (2.2): قيمة استهلاك السياحة الوافدة في فلسطين حسب البند، 2018-2019	23
1.3	منهجية الدراسة	47

فهـرس الجـداول :

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1.2	إنفاق السياحة المحلية في فلسطين حسب البند وفئات الزوار، 2017– 2018	22
2.2	عدد نزلاء الفنادق حسب الجنسية خلال النصف الأول للأعوام (2017–2019)	25
3.2	عدد المنشآت السياحية العاملة وعدد العاملين في القطاع الخاص والقطاع الأهلي في محافظة بيت لحم، 2017	34
1.3	درجات مقياس ليكرت الخماسي	49
2.3	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "تأثير الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي" والدرجة الكلية للمجال	52
3.3	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي من وجهة نظر العاملين فيه" والدرجة الكلية للمجال	53
4.3	قيم معامل ثبات كرونباخ ألفا حسب المحاور وعدد الأسئلة للاستبانة	54
5.3	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	55
1.4	توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس	57
2.4	توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الفئة العمرية	58
3.4	توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير طبيعة العمل في المجال السياحي	59
4.4	توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الدخل الشهري قبل الجائحة	59
5.4	توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير عدد العاملين قبل الجائحة	60
1.5	المقياس الوزني المعتمد في الدراسة	61
2.5	المحور الأول: أثار الجائحة على القطاع السياحي البعد الاقتصادي	63
3.5	المجال الثاني: أوجه المساندة المطلوبة للقطاع السياحي	65
4.5	المتوسطات الحسابية لجميع محاور الدراسة والدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير الجنس	67
5.5	نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبعاً لمتغير الفئة العمرية	68
6.5	نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبعاً لمتغير طبيعة العمل في المجال السياحي	69
7.5	نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبعا لمتغير الدخل الشهري قبل الجائحة	71
8.5	نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) تبعاً لمتغير عدد العاملين قبل الجائحة	72

فهرس المحتويات:

الإهداء .....أ

إقرار :.....ب

شكر وعرفان..... ج

قائمة المختصرات .....ه

مصطلحات الدراسة: .....و

ملخص الدراسة: ..... ي

ABSTRACT:.....ل

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة 1

1.1المقدمة.....1

2.1مشكلة الدراسة.....5

3.1مبررات الدراسة:.....5

4.1أهمية الدراسة:.....6

5.1أهداف الدراسة:.....7

6.1أسئلة البحث:.....7

7.1 فرضيات الدراسة:.....8

8.1متغيرات الدراسة:.....9

9.1حدود الدراسة:.....9

10.1 هيكل الدراسة:.....9

الفصل الثاني: الإطار النظري والأدبيات السابقة: 10

أولاً: الاطار النظري 10

1.2أهمية القطاع السياحي وخصائصها عالمياً:..... 10

1.2.1السياحة وأهميتها الاقتصادية:..... 10

2.1.2آثار السياحة في التنمية الاقتصادية:..... 14

3.1.2خصائص السياحة:..... 16

2.2واقع القطاع السياحي الفلسطيني:..... 19
1.2.2 أهمية القطاع السياحي الفلسطيني:..... 19
2.2.2 الاحتلال الإسرائيلي واستهداف القطاع السياحي:..... 20
3.2.2 مؤشرات النشاط السياحي في فلسطين:..... 21
4.2آثار جائحة كورونا على القطاع السياحي العالمي وعلى السياحة الفلسطينية:..... 26
1.4.2آثار جائحة كورونا على القطاع السياحي العالمي والعربي:..... 26
2.4.2 آثار جائحة كورونا على الاقتصاد والقطاع السياحي الفلسطيني:..... 29
5.2 الدراسات السابقة:..... 35
1.5.2 التعقيب على الدراسات السابقة:..... 43
الفصـل الثـالث: المنهجية وإجراءاتها.....45
1.3المقدمة:..... 45
2.3منهجية الدراسة..... 45
3.3 مجتمع الدراسة:..... 48
4.3عينة الدراسة:..... 48
5.3أداة الدراسة:..... 49
6.3خطوات بناء الاستبانة: 49
7.3صدق الاستبانة:..... 50
8.3.1 صدق المقياس:..... 50
8.3ثبات الاستبانة:..... 54
9.3 المعالجة الإحصائية: 55
9.3.1 اختبار التوزيع الطبيعي Normality Distribution Test:..... 55
الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفرضيات:.....57
1.4المقدمة..... 57
2.4 خصائص عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية..... 57
الفصل الخامس: عرض ومناقشة النتائج:.....61

1.5عرض نتائج الدراسة:..... *61*
1.5.1الإجابة على أسئلة الدراسة ومناقشتها:..... *61*
2.5تحليل فقرات الاستبانة..... *62*
3.5مناقشة فرضيات الدراسة:..... *67*
3.5.1 مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:..... *67*
4.5 الاستنتاجات والتوصيات..... *74*
4.5.1الاستنتاجات..... *74*
4.5.2التوصيات:..... *76*
المراجع:..... *78*
الملاحق.....83
ملحق رقم (1) قائمة المُحكّمين:..... *84*
ملحق رقم (2) بيانات إحصائية..... *85*
ملحق رقم (3) كشف بأسماء مجتمع البحث..... 87
ملحق رقم (4): استبانة الدراسة..... *102*
فهرس الأشكال 108
فهرس الجداول :..... *109*