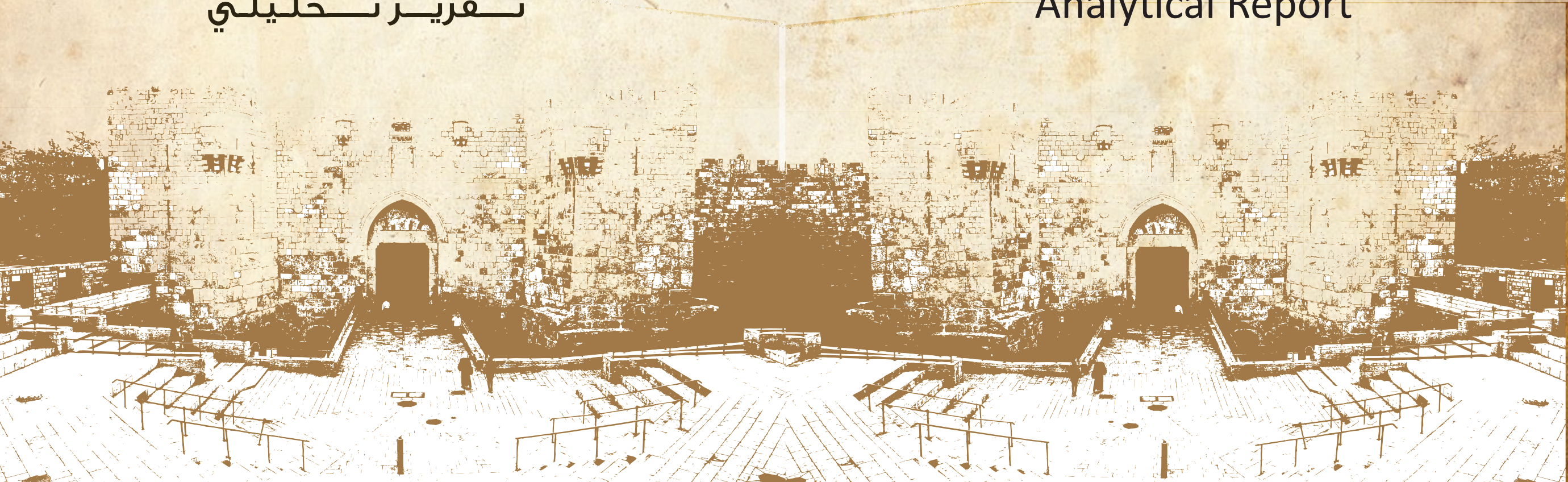


مقدمة

واقع السياحة في فلسطين تقرير تحليلي

Mapping

Tourism in Palestine Analytical Report



2014

2014

بالشراكة مع

PSTP

مشروع تنمية السياحة المستدامة

من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص في فلسطين



وزارة السياحة والآثار



وزارة السياحة والآثار
Ministry of Tourism and
Antiquities

In Partnership with

PSTP

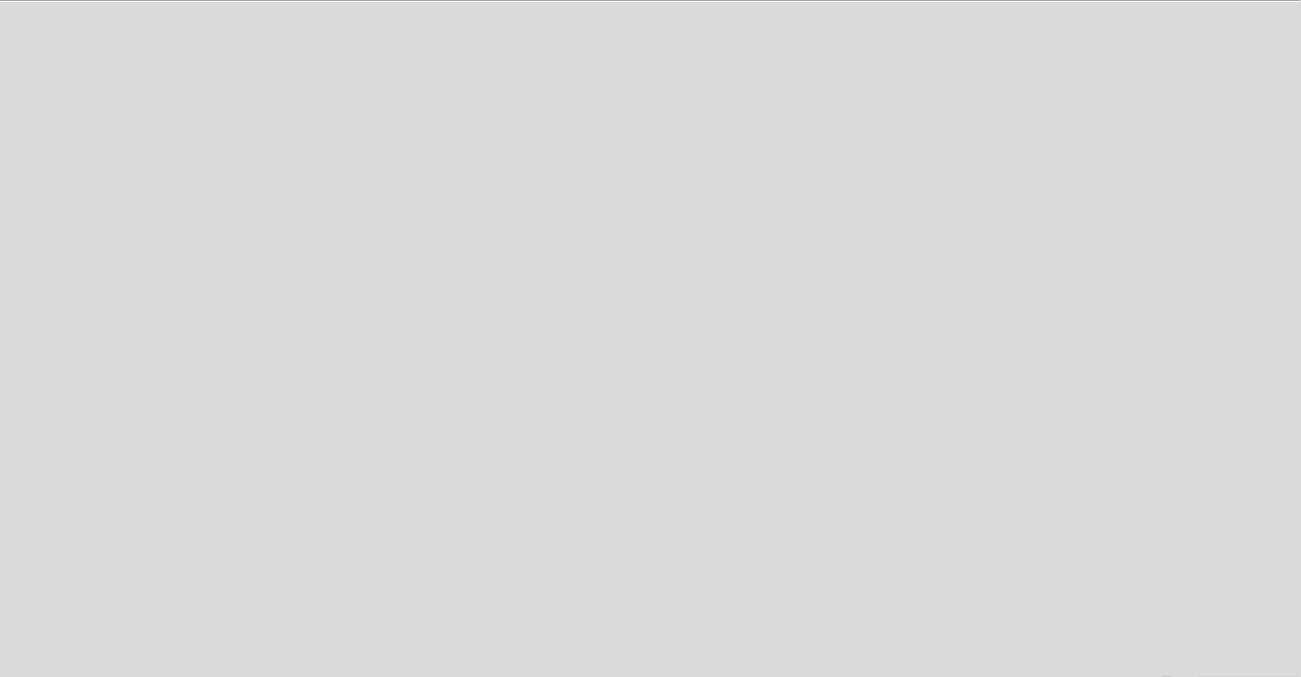
PROJECT FOR SUSTAINABLE TOURISM
DEVELOPMENT THROUGH
PUBLIC – PRIVATE PARTNERSHIP IN PALESTINE



رصد واقع السياحة في فلسطين تقرير تحليلي

بلال الفلاح

2014



فريق البحث

الباحث الرئيسي

بلال الفلاح

منسق البحث

أيمن عبد المجيد

مساعد بحث

ساري شقور

ترجمة

عماد صيرفي

تحرير وتدقيق لغوي

وسيم أبو فاشة

أيمن عبد المجيد

راقية أبو غوش

حقوق الطبع والنشر محفوظة © مركز دراسات التنمية- جامعة بيرزيت

ISBN: 978-9950-334-27-4

تلفون: + 972 02 2982021

فاكس: + 972 02 2982160

ص.ب: 14 بيرزيت

مكتب غزة: تليفاكس + 972 08 2838884

البريد الإلكتروني: cds@birzeit.edu

الموقع الإلكتروني: <http://home.birzeit.edu/cds>

بالشراكة مع



مشروع تنمية السياحة المستدامة
من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص في فلسطين



تصميم وإخراج: أعضاء للتصميم / رام الله

02 2980552

تقديم مركز دراسات التنمية-جامعة بيرزيت

ترصد الدراسة الحالية واقع قطاع السياحة في فلسطين بما يشمل مختلف الجوانب المحيطة بالقطاع السياحي، من المؤشرات الرئيسية للنشاطات السياحية داخل فلسطين، ورصد النشاطات السياحية في الضفة الغربية، وتحليل توجهات ووجهات نظر السياح القادمين إلى فلسطين ونشاطاتهم وتحليل خصائصهم ورؤيتهم وتقييمهم للخدمات السياحية في فلسطين. بجانب رصد عمليات الإنفاق والزيارات والأمكنة الأكثر جذبا لهم مع تبيان الأسباب لهذا الشكل من الأنماط والوجهات السياحية. كما ركزت الدراسة أيضا على عمل تحليل رباعي لقطاع السياحة من حيث تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لقطاع السياحة في ظل الواقع الاستعماري الذي تعيشه فلسطين، بجانب دور المؤسسات المجتمعية المختلفة كمؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية ودور القطاع الخاص واستثماراته ودور المجتمع الأهلي، وأخيرا رسمت الدراسة رؤيتها في النهاية من خلال تقديم توصيات سياساتية.

ومن الأهمية بمكان التنويه أيضا أن الدراسة استندت في منهجيتها على الحوار والنقاش مع مختلف الأطراف ذوي العلاقة سواء المؤسسات الرسمية وعلى رأسها وزارة السياحة والآثار الفلسطينية وفريق مشروع تنمية السياحة المستدامة من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص في فلسطين وكذلك الشرطة السياحية الفلسطينية، وكما شمل الحوار المؤسسات المختلفة ذات العلاقة سواء الخاصة أو الأهلية، بجانب مزودي الخدمات في المنشآت الصغيرة والكبيرة في القطاع السياحي، حيث تم مشاركتهم في الحوارات المختلفة أو الحصول على البيانات التي تشمل عملهم بجانب تحليل التحديات والتهديدات التي تواجه قطاع السياحة أو من حيث نقاط القوة والفرص المتاحة أمام القطاع، بجانب مسح ميداني شمل 7 محافظات فلسطينية وهي القدس ورام الله والخليل وبيت لحم وأريحا ونابلس وطولكرم.

تأتي دراستنا هذه انطلاقا من إيماننا العميق المدعم بالتجربة والعمل على الأرض، وبالأهمية القصوى بأن تشمل دراساتنا ومشاريعنا مختلف الجوانب التنموية للمجتمع الفلسطيني. وذلك التزاما من مركز دراسات التنمية في جامعة بيرزيت برؤيته تجاه قضايا التنمية تاريخيا وحاضرا ومستقبلا.

وأخيرا، نعبر عن خالص شكرنا لكل من أسهم في إخراج هذه الدراسة إلى حيز التنفيذ وفي مقدمتهم زوار فلسطين المختلفين سواء من فلسطين أو من الدول المختلفة، كذلك الشكر موصول للدعم والتسهيلات التي قدمها فريق العمل في وزارة السياحة والآثار الفلسطينية أو

فريق عمل مشروع تنمية السياحة المستدامة من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص، وفريق عمل الشرطة السياحية الفلسطينية وخاصة بما قدمه من تسهيلات ودعماً لفريقنا الميداني. كذلك الشكر لفريق البحث الميداني خاصة في ظل التحديات التي واجهها الفريق طيلة أيام عملهم على المشروع. بالنهاية نخص شكرينا لفريق البحث الذي عمل على المشروع وفريق عمل دراسات التنمية على دعمه وعمله المتواصل لانجاز هذه الدراسة.

تقديم وزيرة السياحة والآثار الفلسطينية: فلسطين، ملتقى الحضارات

يسعدني بالنيابة عن وزارة السياحة والآثار في دولة فلسطين، أن أقدم هذه الدراسة بعنوان: رصد واقع السياحة في فلسطين: تقرير تحليلي، التي أجراها مركز دراسات التنمية في جامعة بيرزيت. جاءت هذه الدراسة في إطار مشروع السياحة المستدامة في فلسطين، من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص والمجتمع المحلي، الذي تنفذه وزارة السياحة والآثار، والوكالة اليابانية للتعاون الدولي (جايكا)، بالتعاون مع القطاع الخاص، والبلديات، ومجموعات العمل المحلية، والمجتمع المحلي.

بناء على الدروس المستفادة من المرحلة الأولى التي نفذت في أريحا بين عامي 2009 و 2012، تأتي المرحلة الثانية من مشروع السياحة المستدامة 2013-2016، لتشمل العديد من المكونات، منها إجراء مسح أساسي، والترويج السياحي، وتنمية السياحة المجتمعية، وتعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص، والتعاون على المستويين الإقليمي والدولي في مجال الترويج السياحي. ويتركز العمل في هذه المرحلة أيضا، على استكشاف أسواق جديدة، بما في ذلك السوق اليابانية، بهدف استقطاب المزيد من السياح الدوليين إلى فلسطين.

لفلسطين بوصفها ملتقى للحضارات، تاريخ وثقافة يتميزان بالغنى والتنوع، فهي موطن لثلاث ديانات، ومكان مولد السيد المسيح. كما أن تاريخها يمتد لأكثر من مليون عام، وفيها الآلاف من مواقع التراث الثقافي والطبيعي. إلى جانب ذلك، يشكل التراث الشعبي الفلسطيني، بما يشمل من صنوعات حرفية كخشب الزيتون، والصدف، والفخار، وكذلك الموروث الشفوي، والموسيقى، والعادات، جزءا من هذه الثروة الوطنية المتنوعة.

ورغم أن فلسطين لا تزال في هذه المرحلة من بناء الدولة خاضعة للاحتلال الإسرائيلي، الذي يتجلى في السيطرة على الحدود، وإغلاق الشوارع، والجدار الفاصل، إلا أن السياحة تعتبر من أهم القطاعات الاقتصادية في فلسطين، وتتمتع بإمكانات هائلة للنمو. فرغم العقبات السياسية التي يفرضها الاحتلال، إلا أن للسياحة في فلسطين تأثير اقتصادي كبير من خلال إسهامها في الناتج المحلي الإجمالي وفي العمالة.

تبين الحقائق والنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة حال السياحة في فلسطين، فهي ما زالت بحاجة إلى جهود مكثفة من أجل الاستفادة من الموارد السياحية القائمة، لجذب المزيد من السياح للإقامة في فلسطين والتمتع بمميزاتها الفريدة، بما تشمله من ثقافة، وطبيعة، وأماكن مقدسة، ومأكولات تقليدية، وآثار.

السياحة في فلسطين قطاع يتفاعل مع القطاعات الأخرى وينطوي على إمكانات كبيرة للنمو الاقتصادي. كما أن الشراكات، والتشبيك، واستثمارات القطاع الخاص في الموارد القائمة، تعدّ من الأمور الحيوية لتنمية هذا القطاع.

أود أن أعرب عن امتناني لمركز دراسات التنمية في جامعة بيرزيت وفريقه البحثي. كما أود أن أعبر عن شكري لحكومة اليابان على ما تقدمه من دعم فني ومالي، إذ يقيم هذا المشروع جسراً ثقافياً مهماً آخر بين فلسطين واليابان والعالم، ما يسهم في ترويج فلسطين باعتبارها مقصداً سياحياً يجتذب المزيد من السياح للإقامة فيها والاستمتاع بثرائها المتنوع.

الوزيرة
رُلى معاينة

محتويات الدراسة

16	1. مقدمة
17	1.1 أهداف التقرير
18	2. المؤشرات الرئيسية للنشاطات السياحية في فلسطين
18	2.1 نشاطات الفنادق
21	2.2 المساهمة الاقتصادية لقطاع السياحة الفلسطيني
22	3. رصد النشاطات السياحية الفلسطينية في الضفة الغربية
23	3.1 توزيع المواقع السياحية
25	3.2 رصد المنشآت السياحية في الضفة الغربية
27	3.3 رصد نشاطات المهرجانات
32	4. تحليل خصائص السياح ونشاطاتهم
35	4.1 هل فلسطين الوجهة السياحية الرئيسية
36	4.2 النشاطات السياحية
39	4.3 الإنفاق
40	5. تقييم الخدمات السياحية في الضفة الغربية
43	6. تحليل القوة والضعف والفرص والتهديدات لقطاع السياحة
43	6.1 القوة
44	6.2 الضعف
45	6.2.1 القطاع الخاص الاستثمار
46	6.2.2 جوانب أخرى للضعف
46	6.3 الفرص
47	6.4 والتهديدات
48	7. التوصيات (السياسات)

قائمة الجداول:

- جدول (1): المؤشرات الاقتصادية للقطاع السياحي في دول المنطقة (2010) 16
- جدول (2): المؤشرات لنشاطات الفنادق في فلسطين (1996-2013) 19
- جدول (3): المؤشرات لنشاطات الفنادق في الضفة الغربية حسب المنطقة (2013) 21
- جدول (4): المؤشرات الاقتصادية لقطاع السياحة في فلسطين 22
- جدول (5): المؤسسات المرتبطة بالسياحة 23
- جدول (6): توزيع وأنواع المواقع السياحية في مناطق الضفة الغربية 24
- جدول (7): توزيع وأنواع المنشآت السياحية في مناطق الضفة الغربية (2012) 25
- جدول (8): الأنواع والتوزيع الجغرافي للمتاحف 31
- جدول (9): توزيع الإنفاق على النشاطات السياحية 33
- جدول (10): تقييم الخدمات السياحية الفلسطينية 34
- جدول (11): أوزان العينة موزعة على المحافظات 34
- جدول (12): تقسيم السياح حول المناطق 35

قائمة الأشكال:

- الشكل (1): الأوزان الرئيسية للسياحة - توزيع النسب 32
- الشكل (2): الجهات السياحية حسب المدينة 33
- الشكل (3): التوزيع المثوي للأسباب الرئيسية للسياحة 36
- الشكل (4): التوزيع المثوي للأسباب الرئيسية للسياحة - مقارنة بين سياح فلسطين التاريخية وبلدان أخرى . 37

ملخص تنفيذي

يهدف هذا التقرير لتحليل بنية القطاع السياحي في فلسطين، ويركز بشكل خاص على تقييم الخدمات السياحية، ونشاطات الفنادق، وخصائص ونشاطات السياح، إضافة إلى جغرافية النشاطات السياحية. كما يتوقف التقرير عند القضايا التي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في أداء قطاع السياحة، باستخدام التحليل الرباعي: التحديات ونقاط الضعف، في مقابل نقاط القوة والفرص المتاحة.

يتناول التقرير المعطيات والبيانات الرئيسية المرتبطة بقطاع السياحة في ست مدن في الضفة الغربية، التي تحتوي على أهم الأماكن السياحية، وهي: القدس، وبيت لحم، ورام الله، والخليل، ونابلس، وطولكرم، وأريحا. أما فيما يتعلق بقطاع غزة، فقد أدى الحصار الذي فرضه الاحتلال إلى تراجع كبير في السياحة، مع أهمية الإشارة إلى أنها شكلت وجهة للعديد من الزيارات التضامنية للأجانب.

منهجياً تم الاستناد على مسوحات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني حول السياحة وذلك لتحقيق هدف الدراسة. هذا إلى جانب جمع بيانات عن طريق مسح عينة عشوائية مكونة من 1534 سائح/ة من الوافدين موزعة في المحافظات الست. حيث ركز المسح في أسئلته على عدد من القضايا، مثل: خصائص السياح، توفر المعلومات حول السياحة في فلسطين، حجم إنفاق السياح، وتقييم الخدمات السياحية وجودتها.

بطبيعة الحال، فإن الواقع السياسي والإجراءات الإسرائيلية الممارسة في الأراضي الفلسطينية المحتلة هي أكثر ما يؤثر في القطاع السياحي، فعلى سبيل المثال، تشير مسوحات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني حول النزلاء في الفنادق، بأن عددهم وصل بنهاية عام 2013 إلى نصف مليون زائر، مقارنة مع 51 ألف زائر في عام 2002 (في فترة الانتفاضة الثانية). الأمر الذي يؤكد على شدة تأثير الأزمات السياسية على السياحة. وقد أكدت نتائج هذه الدراسة، بأن الاحتلال الإسرائيلي هو المعيق الرئيسي في توسع وتنمية قطاع السياحة الفلسطينية، حيث يتحكم الاحتلال في الحدود والمواقع السياحية الرئيسية في القدس والمناطق «ج». ومن هنا تساهم هذه الدراسة في توضيح الدور السلبي للاحتلال الإسرائيلي وتشويه صورة السياحة في فلسطين.

يوضح التقرير بأن المواقع التاريخية والدينية تشكل العنصر الأساسي في السياحة في فلسطين. إلا أن العديد من هذه المواقع مثل مار سابا في بيت لحم، والنبي موسى وكهوف قمران، بالإضافة للبحر الميت تقع في المنطقة «ج»، أي تحت السيطرة الإسرائيلية الاحتلالية. إن سيطرة الاحتلال على هذه المناطق قد حدت من جهود السلطة الفلسطينية والقطاع الخاص في تطوير قطاع السياحة وزيادة العائد الاقتصادي منه. ناهيك أن العديد من المواقع السياحية والدينية تتمركز في القدس والبلدة القديمة مثل قبة الصخرة وكنيسة القيامة، مما يعني خروج تلك المواقع تماما من نطاق عمل السلطة الفلسطينية وحتى مؤسسات القطاع الخاص في الضفة الغربية.

ما زالت المساهمة الاقتصادية للقطاع السياحي الفلسطيني متواضعة، ففي عام 2012 بلغت مساهمة السياحة من الناتج القومي حوالي 326 مليون دولار، أي ما يساوي 4% من الناتج القومي. وهو ما ينسحب أيضا على مساهمة هذا القطاع التشغيلية، حيث بلغ عدد العاملين في المنشآت السياحية حوالي 23000 عامل، وهو ما يمثل 6% من القوة العاملة، حيث يشتغل هؤلاء وحسب مسح الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني لعام 2012 في 6593 مؤسسة سياحية، وهي 4% من مجموع المؤسسات، غالبية تلك المنشآت هي المطاعم والمقاهي وتمثل 68% من المؤسسات، وتوظف 60% من العاملين في القطاع السياحي.

ومن حيث التوزيع الجغرافي للمؤسسات السياحية، تظهر نتائج التقرير بأن معظم الفنادق تتواجد في ثلاث مدن هي القدس وبيت لحم ورام الله، بينما تتواجد شركات استئجار السيارات في رام الله والخليل وبيت لحم والقدس وجنين. من جهة أخرى، يفتقر القطاع السياحي للنشاطات الترفيهية والفنية، مع العلم أنها تمثل 3% من المنشآت السياحية، وتتركز مثل هذه النشاطات في رام الله والقدس. أما الصناعة السياحية (الخشب والسيراميك وصناعات أخرى) فتتركز في بيت لحم والخليل، فيما تتركز الجولات السياحية في المدن الكبيرة مثل رام الله والقدس ونابلس والخليل مما يشير إلى الطلب المحلي العالي للنشاطات السياحية الخارجية.

تمثل أريحا أحد أهم المدن السياحية وهي بحاجة لمرافق سياحية، حيث تصل نسبة المنشآت السياحية في أريحا 2% من مجموع المنشآت السياحية في الضفة، مع العلم أن معظم المؤسسات السياحية في أريحا هي مطاعم ومقاهي. ومقارنة بالمدن الأخرى، تستقر أريحا لمرافق أخرى مثل المرافق الترفيهية والنشاطات الإبداعية، مما أثر سلبا على الطلب للمبيت في فنادق المدينة.

إن رصد نشاطات المهرجانات تظهر بأن النشاطات الموسيقية والثقافية هي الأكثر رواجاً، مع العلم أن هذه النشاطات تستهدف بشكل رئيسي الجمهور المحلي وتتركز في رام الله وبيت لحم. إن المدن الكثيفة بالسكان مثل الخليل ونابلس تنظم القليل من هذه المهرجانات. كما تم تصنيف المتاحف بأنها مرتبطة بالآثار أو الفلكلور، وهي تتواجد في القدس ورام الله وبيت لحم.

تبين هذه الدراسة الخصائص المختلفة للسياح القادمين من الخارج، حيث أن غالبيتهم من أوروبا، وضمن متوسط عمري يصل إلى 37 عاماً. كما تظهر الدراسة بأن ثلث السياح القادمين من الخارج نظموا رحلاتهم إلى فلسطين بأنفسهم، بينما اعتمد الباقي على وكالات السياحة، وتبين هذه النتائج بأن وكالات السياحة الفلسطينية تلعب دوراً صغيراً في توسيع السياحة القادمة من الخارج. فيما شكلت توصية الأصدقاء والمعارف العامل الرئيسي وراء قرار السياح زيارة فلسطين. وفي هذا السياق، أشار 91% بأنهم سينصحون أصدقائهم بزيارة فلسطين، فيما أفاد 87% بأنهم سيكررون زيارتهم لفلسطين إن سنحت الفرصة لذلك، فيما أشار 45% منهم بأنها ليست المرة الأولى التي يقومون بها بزيارة فلسطين.

كما تبحث هذه الدراسة في توفر المعلومات حول المواقع الفلسطينية السياحية المتاحة للسياح القادمين من الخارج وذلك لدراسة النجاعة التسويقية للسياحة الفلسطينية. وهنا تظهر الدراسة بأن فلسطين ليست الموقع السياحي الرئيسي للعديد من السياح، وإنما تأتي ضمن برنامج سياحي للمنطقة. وليس بعيداً عن هذا الأمر، تظهر البيانات بأن 23% من السياح القادمين من الخارج قد تم تحذيرهم من قبل وكالات السياحة الإسرائيلية حول أمانهم الشخصي عند زيارة فلسطين، كما تم تقديم النصيحة لـ 16% بعدم زيارة فلسطين.

تحدد هذه الدراسة أيضاً العديد من خصائص النشاطات السياحية، حيث يشكل الترفيه والنشاطات الدينية سبباً رئيسياً للسياحة القادمة إلى فلسطين. وبالنسبة للنشاطات السياحية الرئيسية، فإن المواقع الدينية هي الأكثر زيارة ومن ثم المواقع التاريخية والطبيعية. أما بالنسبة لفترة المكوث أثناء الزيارات فإن 60% من السياح الذين شملتهم العينة قد قضوا أقل من أسبوع في فلسطين، وقام نصفهم بقضاء يوم واحد أو أقل، في حين وصلت معدلات الصرف للسائح إلى 1055 دولار، وتتركز بشكل رئيسي على المبيت والتسوق.

كما خصصت الدراسة جزءاً رئيسياً لتقييم الخدمات السياحية الفلسطينية، حيث تظهر النتائج بأن مستوى رضى السياح بشكل عام هو أعلى من المعدل المتوسط بكثير. وإن الخصائص التي حصلت على التقييم العالي هي: الأمان، والضيافة، ولقاء السكان المحليين، المعاملة الحسنة من قبل التجار والموظفين، والتعلم عن الثقافة الفلسطينية. أما الخصائص التي قيمت بأنها الأقل نجاعة فهي أسعار المقتنيات التذكارية والهدايا ونظافة المواقع السياحية.

تظهر نتائج التحليل الرباعي بأن قوة القطاع السياحي تكمن بكثرة وتنوع المواقع السياحية، وبشكل رئيسي الدينية والتاريخية، وخاصة في القدس وبيت لحم وأريحا، إضافة للثقافة الفلسطينية الغنية. أما نقطة القوة الثانية فهي اهتمام القطاع الخاص الفلسطيني حديثاً بالاستثمار في قطاع السياحة، مثل مشروع بوابة أريحا في أطراف أريحا.

أما بالنسبة لنقاط الضعف، فإن القطاع السياحي الفلسطيني يواجه العديد من التحديات، وخاصة المرتبط بدور السلطة الفلسطينية في تطوير السياحة بما يشمل: عدم رصد موارد كافية لقطاع السياحة، ضعف التخطيط الاستراتيجي، قدم القوانين المرتبطة بالسياحة، ضعف تأهيل الطواقم، عدم وجود برامج ومصادر قوية لترويج السياحة في فلسطين. يضاف إلى ذلك، قلة الاستثمار من القطاع الخاص، حيث أن معظم الاستثمارات توجهت لقطاع الفنادق في بيت لحم ورام الله، تاركين أريحا دون اية مرافق كافية بجانب بنية تحتية سياحية ضعيفة. هذا كله إلى جانب ربط السياحة في فلسطين، بالسياحة الدينية، على حساب مجالات أخرى كالآثار والثقافة، إضافة لتركز المهرجانات في مناطق دون أخرى.

أما بالنسبة للفرص المتوفرة للسياحة الفلسطينية، فإن الاعتراف بفلسطين كدولة غير عضو في الأمم المتحدة تتيح الفرصة للسلطة الفلسطينية لتسجيل العديد من المواقع السياحية والدينية ضمن اليونسكو، مما قد يحد من استغلال الاحتلال الإسرائيلي لهذه المواقع. هذا بالإضافة لتزايد الاهتمام الدولي بتمويل مشاريع لتطوير قطاع السياحة، بالإضافة لزيادة الاهتمام بالسياحة البديلة سياسياً أو بأشكال أخرى، مثل تسلق الصخور، المشي، الدرجات الهوائية... الخ.

أما بالنسبة للتهديدات الرئيسية، فإن الاحتلال الإسرائيلي يبقى هو المعيق الرئيسي لتطوير قطاع السياحة الفلسطيني، نتيجة المعوقات والإغلاق في القدس والسيطرة على مناطق «ج»

وعلى الحدود، بالإضافة لمنع السلطة من إصدار تأشيرات لدخول فلسطين، والسيطرة على وفود السياح للأراضي الفلسطينية حيث أن معظم الرحلات منظمة من قبل الشركات الإسرائيلية. اعتمادا على وصف النشاطات السياحية وتحليل الرباعي (نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات)، يقترح هذا التقرير عدد من التوصيات السياسية التي تهدف لتطوير مستوى النشاطات السياحية في فلسطين، بما يطور أداء القطاع العام ويزيد من الحوافز للقطاع الخاص لزيادة استثماره بالقطاع السياحي وبالأخص في مدينة أريحا إضافة لتوصيات أخرى.

1. مقدمة

إن تطوير السياحة وبالأخص في الدول التي لديها فائض من الموارد السياحية، يشكل قضية مركزية لاهتمامات صناع القرار، حيث أكدت العديد من الدراسات الأهمية الاقتصادية للسياحة، بما يشمل زيادة الدخل القومي، وخلق فرص عمل، وزيادة مخزون النقد الأجنبي، وتقليل الخسائر في الميزانية (Chowdhury and Shahriar, 2012; WTTC, 2006). كما تلعب تنمية قطاع السياحة دورا هاما في زيادة الدخل والنمو في الوظائف عبر الروابط المباشرة وغير المباشرة، وتحديدًا فإن زيادة الدخل الناتجة عن النشاطات السياحية ستزيد من الطلب على البضائع والخدمات التي يتم إنتاجها في القطاعات الأخرى، مثل الخدمات والبناء (Bridawt al 2008; Kosova and Kadiyali, 2011).

تعتبر فلسطين غنية بالموارد السياحية. إذ يشكل المسجد الأقصى وكنيسة القيامة في القدس، إضافة لكنيسة المهد في بيت لحم، وجهة للملايين من الموحدين من كل أنحاء العالم. كما أن جغرافية فلسطين (قريبة من دول سياحية أخرى هي الأردن ولبنان ومصر) جعلها موقعا سياحيا مميزا. كما أن وجود أريحا كأقدم مدينة في العالم، وتميزها بمناخها الشتوي الدافئ، ومواقعها الأثرية الغنية (قصر هشام وكهوف قمران) والبحر الميت القريب منها، جعلها تشكل وجهة مثالية للسياحة الشتوية.

وبالرغم من كثرة الموارد السياحية والإمكانات، إلى أن الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة الفلسطيني ضعيف. يقارن الجدول (1) أداء السياحة الفلسطينية في 2014 مع الدول المجاورة واعتماده على مؤشرات مختلفة مثل عدد السياح القادمين والمساهمة في الدخل المحلي. وتشير البيانات في الجدول الأداء الضعيف لقطاع السياحة، خاصة المرتبط بتبعيات الاحتلال الإسرائيلي والأسباب الأخرى المرتبطة بقلّة الاستثمار، وضعف السياسات، وضعف بنية قطاع السياحة.

الجدول (1): المؤشرات الاقتصادية للقطاع السياحي في دول المنطقة 2010.

المؤشرات	فلسطين	لبنان	الأردن	إسرائيل	مصر	سورية
السياح القادمين	577	2,120	7,348	2,753	14,900	7,950
المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	4	37.6	20.4	6.3	12.9	12
المساهمة في التوظيف (%)	2	3.8	18.8	7.8	10.9	12.5

المصدر: مجلس السياحة والسفر العالمي (www.wttc.org)

1.1 أهداف التقرير

يهدف التقرير التحليلي الحالي إلى:

- إظهار ونقاش المؤشرات الرئيسية الحديثة لقطاع السياحة، بالتركيز على السياحة الوافدة، ونشاطات الفنادق، وخصائص السياح وإنفاقهم، بالإضافة للمساهمة الاقتصادية المباشرة.
- البحث في الخصائص المؤسسية للسياحة، ارتباطا بالتخطيط للرحلات، والدوافع والوجهة الرئيسية، ومدة الرحلة، والمدن التي تم زيارتها، إضافة لهدف الرحلة والنشاطات السياحية المختلفة.
- رصد النشاطات السياحية الرئيسية في مناطق الضفة الغربية، بما يشمل توزيع المرافق السياحية مثل مصنعي المقتنيات السياحية والمطاعم ووكالات السياحة والنشاطات الترفيهية إضافة لقوائم المتاحف والمهرجانات.
- تقييم الخدمات السياحية مثل المبيت والطعام والشراب والتسوق وخدمات الدليل السياحية إضافة لكمال المعلومات حول السياحة في فلسطين.
- التحليل الرباعي للقطاع السياحي من حيث نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات، بالتركيز على العراقيل والتحديات التي يضعها الاحتلال الإسرائيلي، ودور المؤسسات الفلسطينية في التغلب على تلك التحديات، ودورها في تنمية هذا القطاع. وأخيرا، تقديم توصيات سياساتية لإعادة إحياء القطاع السياحي في فلسطين بناءً على نتائج التقرير.

استندت بيانات التقرير بشكل رئيسي على الضفة الغربية، فنتيجة للحصار الإسرائيلي المفروض على قطاع غزة منذ العام 2007، فإن السياحة في قطاع غزة تشهد واقعا مغايرا تماما، يعتمد على زيارات التضامن من قبل المتضامنين الدوليين. كذلك، اعتمد التقرير في بياناته حول النشاطات السياحية والفندقية، وعلى مسوحات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. أما البيانات المرتبطة بخصائص السياحة والسياح والإنفاق وتنظيم الرحلات وتقييم الخدمات فهي مبنية على المسح الذي نفذه مركز دراسات التنمية لهذا الغرض على عينة مكونة من 1553 سائحاً، قادمة ممن زاروا الضفة الغربية ما بين 14-4\30\2014. (لمزيد من التفاصيل حول المنهجية يرجى النظر إلى الملحق الخاص).

يظهر القسم الثاني من الدراسة المؤشرات السياحية الرئيسية بعد تأسيس السلطة الفلسطينية، وتوفر المؤشرات معلومات حول النشاطات الفندقية وجنسيات النزلاء والمواقع المفضلة للسياح

في الضفة الغربية، كما يناقش القسم الثاني المساهمة الاقتصادية المباشرة لقطاع السياحة الفلسطيني. أما القسم الثالث، فيظهر النشاطات الرئيسية للسياحة في الضفة الغربية، وكذلك يسلط الضوء على المهرجانات المحلية والنشاطات الثقافية والمواقع السياحية الرئيسية وتوزيع المتاحف. في حين يناقش القسم الرابع الخصائص المختلفة للسياح مثل الجنسية والعمل، إضافة لاستكشاف خصائص السياح الوافدين، كبلد القوم والعمر. كما يناقش هذا القسم الخصائص التنظيمية للسياحة الوافدة، أهداف الزيارة وحوافزها، إضافة إلى مدة الرحلة والمدن التي تمت زيارتها. ويقيم القسم الخامس الخدمات السياحية، حيث يركز على الأمان والضيافة والوصول للمواقع السياحية والمبيت وجودة الطعام والشراب، وكذلك توفر المعلومات قبل الرحلة للسياح، وعدالة الأسعار، ونظافة المواقع السياحية، ومهنية الشرطة والأدلاء السياحيين، ودرجة الاستمتاع والتجربة الثقافية.

ويحلل الجزء السادس رباعيا نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات لقطاع السياحة مع التركيز على دور القطاعين العام والخاص والمعوقات التي يضعها الاحتلال الإسرائيلي. ويختتم القسم السابع الدراسة بتوصيات سياساتية لتطوير السياحة في فلسطين. حيث نتأمل أن تساعد خلاصة هذا التقرير على تطوير سياسات تعمل على تطوير السياحة في فلسطين وزيادة دورها الاقتصادي.

2. المؤشرات الرئيسية للنشاطات السياحية في فلسطين

2.1 نشاطات الفنادق

يناقش هذا الجزء مؤشرات خاصة بقطاع السياحة في فلسطين، ارتباطا بالحركة السياحية مثل التغييرات في الطلب على الفنادق في الفترة ما بين 1996-2013، والمساهمة الاقتصادية للقطاع السياحي، وعدد المؤسسات السياحية وطبيعتها، والقوى العاملة في القطاع والإنتاج السياحي الثقافي. تستند هذه البيانات بشكل رئيسي على مسوحات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني: مسح الفنادق 1996-2013، ومسح المنشآت 2012.

يظهر الجدول رقم (2) المؤشرات المختلفة المرتبطة بنشاطات الفنادق ويوثق النمو فيها في الفترة ما بين 1996 و 2000. تشير هذه البيانات إلى انكشاف وهشاشة واقع المؤشرات الفندقية ضمن المراحل الزمنية المختلفة، مما يظهر أثر البيئة السياسية وممارسات الاحتلال وقبوده على قطاع السياحة في فلسطين. فمع شيوع مناخ السلام والأمل الذي كان سائدا عند توقيع اتفاقية أوسلو وتأسيس السلطة الفلسطينية عام 1994، توسع النشاط السياحي بشكل ملحوظ إذ ازداد

عدد نزلاء الفنادق من 230000 إلى 336000 في الفترة الممتدة من عام 1996 و حتى الربع الأخير من عام 2000. و يمكن استنتاج نفس الخلاصة من خلال مؤشرات أخرى مثل عدد الفنادق ومعدلات إشغالها وعدد الغرف وعدد الأسرة وعدد النزلاء كما يظهر جدول (2). إلا أنه ومع اندلاع الانتفاضة الثانية بنهاية عام 2000، لعبت حالة عدم الاستقرار والاضطرابات والقيود التي فرضها الاحتلال الإسرائيلي على مدن الضفة الغربية دوراً في تراجع واضح على حركة السياحة والطلب على الخدمات الفندقية. إذ تشير البيانات الى انخفاض عدد النزلاء إلى 51357 مع نهاية العام 2002. إلا أن وتيرة النشاط السياحي بدأت بالتسارع مع نهاية عام 2004 وانحسار تأثير الانتفاضة الثانية. وبطبيعة الحال، فقد ازدادت حركة الاستثمار الفندقي، إذ ارتفع عدد الفنادق من 72 فندقاً في عام 2002، إلى 113 فندقاً مع نهاية عام 2013، فيما ارتفع عدد النزلاء مع نهاية ذات العام إلى نصف مليون.

الجدول (2): مؤشرات نشاطات الفنادق في فلسطين (1996-2013).

السنة	عدد الفنادق ×	عدد الغرف	عدد الأسرة	عدد النزلاء	مجموع الإشغال باليالي ×××	معدل إشغال الغرف ×× (%)
2013	113	5,890	13,458	600,362	1,467,709	24.8
2012	98	5,203	11,883	575,495	1,336,860	29.1
2011	103	5,528	11,689	510,435	1,254,496	26.1
2010	95	4,929	10,543	577,383	1,285,661	35.4
2009	100	4,552	9,815	452,625	1,042,290	32.5
2008	87	4,346	9,466	446,133	1,127,286	35.9
2007	82	4,109	9,088	315,866	673,458	25.1
2006	79	3,897	9,429	151,801	383,603	15.8
2005	77	3,648	7,732	131,908	350,219	15.5
2004	80	3,554	7,575	100,184	268,695	12.1
2003	75	3,050	6,620	62,812	199,275	12.2

السنة	عدد الفنادق×	عدد الغرف	عدد الأسرة	عدد النزلاء	مجموع الإشغال باليالي×××	معدل إشغال الغرف×× (%)
2002	72	3,098	6,473	51,357	169,641	9.8
2001	84	2,860	6,240	60,208	184,857	10.6
2000	106	4,708	10,063	335,711	1,016,683	31.5
1999	91	3,781	8,053	316,949	895,540	35.3
1998	92	3,682	7,986	214,220	601,085	26
1997	85	3,425	7,419	220,850	639,344	29.3
1996	72	2,926	6,434	229,712	736,428	38.2

المصدر: مسح نشاطات الفنادق: 1996-2102، الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

* بناءً على عدد الفنادق في نهاية العام.

** بناءً على المعدل الشهري عبر السنة.

*** بناءً على المجموع السنوي.

يظهر الجدول رقم (3) توزيع الطلب على النشاطات الفندقية حسب المنطقة في عام 2013. أما بالنسبة لعدد الفنادق، فإن جنوب الضفة الغربية (بيت لحم بشكل رئيسي)، تحتل المرتبة الأولى وفيها 34 فندقاً، أما منطقة الوسط (رام الله وأريحا) ففيها 34 فندقاً، والقدس (28 فندق) بينما هناك 16 فندقاً في شمال الضفة. وفيما يتعلق بسعة الفنادق، تأتي بيت لحم أيضاً في المرتبة الأولى، حيث يصل عدد الغرف في بيت لحم إلى 2558 غرفة، حيث تزيد عما هو في القدس أو رام الله وأريحا بنسبة 60%. ومن المهم الإشارة أن الانخفاض في سعة الفنادق في القدس مرتبط بالمعوقات الإسرائيلية والمنافسة غير العادلة مع قطاع السياحة الإسرائيلي والتي تحد من نمو القطاع الفندقية. هذا إضافة إلى عدم وجود طلب على السياحة في هذه المدينة من قبل سكان الضفة الفلسطينيين الذين يمنعون من دخول القدس دون الحصول على تصريح إسرائيلي.

الجدول رقم (3): النشاطات السياحية في الضفة الغربية حسب المنطقة، 2013.

عدد الليالي ××	عدد النزلاء ××	متوسط عدد الأسرة	معدل عدد الغرف (ربيعياً)	عدد الفنادق ×	
907,764,1	263,006	854.31	0985	311	الضفة الغربية
259,64	656,43	858	692	61	شمال الضفة
602,852	452,29	944,3	0541	43	وسط الضفة
421,663	257,881	015,3	685,1	82	القدس
724,697	007,482	046,5	855,2	53	جنوب الضفة

المصدر: مسح نشاطات الفنادق: 1996-2012، الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

* بناء على عدد الفنادق في نهاية السنة

** بناء على معدل شهري عبر السنة

*** بناء على المجموع السنوي

2.2 المساهمة الاقتصادية لقطاع السياحة الفلسطيني

تشير البيانات أن المساهمة الاقتصادية لقطاع السياحة في فلسطين منخفضة جداً، وبالذات في عام 2012 حيث وصلت مساهمته المباشرة في إجمالي الناتج المحلي إلى 326 مليون وهي ما نسبته 4%. وفيما يتعلق بالمساهمة حسب المنشآت السياحية، فإن خدمات المبيت والمطاعم والمقاهي هي الأكثر مساهمة في القيمة المضافة من الانتاج السياحي. ويشير (جدول رقم 4) أن المساهمة المنخفضة لقطاع السياحة تظهر أيضاً في حجم التوظيف في مؤسسات السياحة حيث تصل إلى 23000 وتمثل 6% من القوى العاملة في المنشآت. وفيما يتعلق بعدد المنشآت، يشير مسح الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني حول النشاطات السياحية في عام 2012 إلى أن هناك 6593 منشأة سياحية، تمثل حوالي 4% من مجموع المنشآت الفلسطينية. وتشكل المطاعم والمقاهي أغلبية هذه المنشآت (68%)، وتوظف 60% من العاملين، وتمثل منشآت بيع المقتنيات السياحية وتأجير السيارات والوكالات السياحية 13% من المنشآت السياحية معاً وتوظف 10% من العاملين. أما الفنادق فتمثل 2% من المنشآت السياحية وتوظف 13% من العاملين فيها. وتمثل الصناعة المحلية المرتبطة بالسياحة (صناعة المقتنيات الخشبية) نسبة صغيرة من المنشآت السياحية، والتوظيف (2% و 3% حسب الترتيب).

الجدول (4): المؤشرات الاقتصادية لقطاع السياحة في فلسطين.

النشاط السياحي	عدد المنشآت	عدد العاملين	مجموع القيمة المضافة
صناعة القطع الخشبية	922	076	*7.0436
بيع المقتنيات والقطع الدينية	382	597	2.40801
النقل عبر خدمات الباصات	45	655	9.50501
نشاطات المبيت	711	570,3	6.252601
المطاعم والمقاهي	554,4	874,31	790,221
تأجير السيارات (دون سائق)	072	537	2.54691
نشاطات الوكالات السياحية	772	838	7.17061
النشاطات الترفيهية والفنية والإبداعية	37	263	1.1422
نشاطات ترفيهية أخرى	428	164,2	9.42613
نشاطات سياحية أخرى	11	04	1.816
المجموع	395,6	010,32	7.102623

*آلاف الدولارات

المصدر: تقرير النشاطات السياحية 2012

3. رصد النشاطات السياحية الفلسطينية في الضفة الغربية

يهدف هذا القسم الى رصد النشاطات السياحية في مناطق الضفة الغربية المختلفة، بما يشمل المؤسسات الرئيسية (عامة وخاصة وغير حكومية) التي تعمل بالسياحة، والمواقع السياحية الرئيسية، نوع المنشآت السياحية، والمهرجانات (الثقافية والموسيقية)، والمتاحف. ونبدأ بعرض المنشآت السياحية العاملة في الضفة الغربية (جدول رقم 5).

الجدول (5): المؤسسات المرتبطة بالسياحة في فلسطين.

المؤسسات غير الحكومية	القطاع الخاص	القطاع العام
شبكة المؤسسات الفلسطينية للسياحة البديلة لجنة التأهيل (الخليل) رواق	جمعية الفنادق العربية	وزارة السياحة والآثار
مركز حفظ التراث الثقافي	إتحاد الأدلة للسياحيين العرب	وزارة التخطيط والتنمية الإدارية
	إتحاد المطاعم السياحية العربي	وزارة الثقافة
صندوق الاستثمار الفلسطيني	باديكو اليد القابضة	شرطة السياحة والآثار
		البلديات

3.1 المواقع السياحية

يظهر الجدول رقم 6 بأن المواقع الدينية والأثرية/التاريخية هي ما يشكل بنية السياحة الفلسطينية. إلا أن العديد من هذه المواقع، مثل مار سابا في بيت لحم، والنبى موسى، وكهوف قمران، بالإضافة للبحر الميت، وجميعها تقع ضمن حدود منطقة «ج» الخاضعة لسيطرة الاحتلال بحسب اتفاقية أوسلو. فسيطرة إسرائيل في هذه المناطق قد حدت من جهود مؤسسات السلطة الفلسطينية والقطاع الخاص في تطوير قطاع السياحة وزيادة العائد الاقتصادي منها. كذلك يسيطر الاحتلال الاسرائيلي على جميع المواقع السياحية، مثل قبة الصخرة وكنيسة القيامة في مدينة القدس المحتلة. إذ عمد الاحتلال الاسرائيلي على اضعاف الحركة السياحية فيها من خلال اخضاعها لقوانين تمنع من توسيع قطاع الفنادق وتسمح بسيطرة القطاع السياحي الاسرائيلي. الأمر الذي أدى الى تقليل الحوافز المادية أمام استثمار القطاع الخاص الفلسطيني (فلاح 2012).

الجدول (6): توزيع وأنواع المواقع السياحية في مناطق الضفة الغربية: سياحة دينية.

المحافظة	المحافظة	أثرية/تاريخية	المحافظة	المحافظة	المحافظة
أريحا	القدس	قبر مريم العذراء	القدس	القدس	قبة الصخرة
أريحا	القدس	برج القلعة في القدس	القدس	القدس	المسجد الأقصى
				القدس	كنيسة القيامة
	القدس	قبر الملك داوود	القدس	القدس	كنيسة الجثمانية
	القدس	جبل الزيتون	القدس	القدس	طريق الآلام
	القدس	برج داوود	بيت لحم	بيت لحم	كنيسة المهد
	بيت لحم	أبار النبي داوود	بيت لحم	بيت لحم	كنيسة مغارة الحليب
	بيت لحم	برك سليمان	بيت لحم	بيت لحم	قبة راحيل
	بيت لحم	تل هيرود	بيت لحم	بيت لحم	كنيسة مار الياس
	بيت لحم	حقل الرعاة	بيت لحم	بيت لحم	مارثيودوسيوس
	أريحا	النبي موسى	بيت لحم	بيت لحم	مار سابا
	أريحا	خرية المفجر (قصر هشام)	بيت لحم	بيت لحم	دير ابن عبيد
	أريحا	خرية قمران	أريحا	أريحا	جبل القرنفل
	أريحا	تل السلطان	الخليل	الخليل	الحرم الإبراهيمي
	الخليل	البلدة القديمة في الخليل	أريحا	أريحا	وادي القلط
	نابلس	سبسطية	جنين	جنين	كنيسة بورفيت
	نابلس	القصبية	بيت لحم	بيت لحم	حقل الرعاة
	القدس	وادي قدرون	نابلس	نابلس	بئر يعقوب
	رام الله	عمواس	بيت لحم	بيت لحم	دير كريميزان
	القدس	النبي صموئيل	بيت لحم	بيت لحم	كنيسة القديس نيقولا
	نابلس	تل بلاطة	أريحا	أريحا	دير مار جريس
	نابلس	حمامات تل مالح	الخليل	الخليل	الحرم الإبراهيمي
	القدس	برك سلوان	القدس	القدس	كنيسة كل الأم
	طولكرم	خرية ارتاح	القدس	القدس	كنيسة القديسة آن
	طولكرم	نصف جبيل	القدس	القدس	كنيسة نوم العذراء
	طولكرم	خرية البرج	القدس	القدس	كنيسة مريم المجدلية
	أريحا	تل أبو العلايق	القدس	القدس	كنيسة الصعود
	جنين	خرية بلعمة	القدس	القدس	قبر مريم العذراء
	الخليل	خبرة سوسيا	القدس	القدس	المسجد العمري
	الخليل	تل الرميدة	القدس	القدس	كنيسة بيت فاجي

المصدر: صفحات الانترنت

3.2 رصد المنشآت السياحية في الضفة الغربية

تشير البيانات المتوفرة من مسح المنشآت في العام 2012، بأن معظم المنشآت السياحية موجودة في المناطق الكثيفة سكانيا (رام الله، ونابلس، والقدس، والخليل) والتي تعكس ارتفاع الطلب المحلي خصوصا فيما يتعلق بخدمات المطاعم والمقاهي التي تشكل أهم الخدمات السياحية بداخل هذا القطاع (الجدول رقم 7). وتعد جنين استثناء على ذلك. فبالرغم من صغر مساحتها وتعداد سكانها، إلا أن عدد المنشآت السياحية فيها مرتفع نسبيا وذلك نتيجة حركة الفلسطينيين حاملي الجواز الإسرائيلي إليها.

ويظهر جدول رقم (7) أيضا التوزيع الجغرافي لمختلف المنشآت السياحية. فمعظم الفنادق موجودة في القدس وبيت لحم ورام الله. وأيضا إن معظم خدمات تأجير السيارات موجودة في رام الله والخليل وبيت لحم والقدس وجنين. ويفتقر القطاع السياحي في فلسطين إلى النشاطات الترفيهية والفنية حيث تمثل 3% من المنشآت السياحية وتتركز في رام الله والقدس. أما الصناعة السياحية (الخشب والسيراميك) فهي مركزة في بيت لحم، الموقع الرئيسي للسياحة الدينية، كما أن معظم هذه الصناعات هي صناعات يدوية تعكس رموز دينية ورموز مسيحية ومواقع مقدسة. كما أن معظم الجولات السياحية تتمركز في المدن الكبيرة (رام الله والخليل ونابلس والقدس)، مما يعكس الطلب العالي على النشاطات السياحية في تلك المناطق.

الجدول (7): توزيع وأنواع المنشآت السياحية في مناطق الضفة الغربية (2012).

الانشاآت الاقتصادية	قلقيلية	سلفيت	جنين	طوباس	طولكرم	نابلس
صناعة الخشب والسيراميك	3	2	01	1	01	31
المبيت لفترة قصيرة	1	1	4			4
المطاعم وبيع الطعام	201	04	732	53		993
بيع الشراب والمقاهي	92	62	541	11	69	33
تأجير السيارات	8	5	12	4	8	9
نشاطات وكالات السياحة			3			71
نشاطات الجولات السياحية	3		5	1	01	3
المتاحف والفن والنشاطات الترفيهية			6		1	6
نشاطات الحدائق العامة ومدن الملاهي	1		6	1	2	2
نشاطات ترفيهية أخرى	84		751	51	57	031
المجموع	591	47	495	86	093	616

الجدول (7): توزيع وأنواع المنشآت السياحية في مناطق الضفة الغربية (2012) (تكملة).

المجموع في الضفة الغربية	بيت لحم	القدس	الخليل	أريحا	رام الله	النشاطات الاقتصادية
672	581	01	83	2	7	صناعة الخشب والسيراميك
611	53	04	2	5	62	المبيت لفترة قصيرة
0091	171	343	292	72	693	المطاعم وبيع الطعام
878	75	321	961	33	112	بيع الشراب والمقاهي
181	92	92	33		84	تأجير السيارات
07	4	82	1		71	نشاطات وكالات السياحة
731	12	52	43		83	نشاطات الجولات السياحية
75	5	81	5	1	51	المتاحف والفن والنشاطات الترفيهية
72	3	2	6	1	4	نشاطات الحدائق العامة ومدن الملاهي
057	14	37	031	12	801	نشاطات ترفيهية أخرى
0854	155	196	017	09	078	المجموع

تعتبر أريحا، بالرغم من أهميتها كموقع جغرافي، الأكثر فقرا بالاستثمار السياحي مقارنة مع المدن الأخرى. يظهر الجدول رقم (7) عدد المنشآت السياحية التي تشكل 2% من مجموع المنشآت السياحية في الضفة الغربية. كما أن معظم المنشآت السياحية في أريحا تنحصر في المطاعم والمقاهي حيث تفتقر لمرافق سياحية أخرى مثل: مكاتب تأجير السيارات، والوكالات السياحية، والجولات السياحية. كما تفتقر أريحا للعدد الكافي من النشاطات الترفيهية مما قد أثر سلبا على الطلب على الخدمات السياحية الأخرى مثل المبيت، إذ تشير نتائج بيانات الشرطة السياحية والآثار الفلسطينية بأنه وفي العام 2012 وصل عدد الزوار المحليين والأجانب ما يقارب المليون، إلا أن معظم الزوار قاموا بزيارات قصيرة، حيث قام 100,000 منهم فقط بطلب خدمات المبيت. إلا إن اهتمام السلطة الفلسطينية بتطوير السياحة في أريحا قد زاد في السنوات الأخيرة عبر العمل مع المؤسسات الدولية مما ساعد في العمل على إحياء بعض جوانب قطاع السياحة في المدينة، مثل بناء المتحف الروسي الذي يعتبر معلما هاما في المدينة اليوم.

كما تم البدء بمشروع سياحي مبني على الشراكة المجتمعية بالتعاون مع مؤسسة التعاون الياباني (JICA) ووزارة السياحة والآثار، حيث يهدف المشروع لتطوير السياحة المستدامة عبر بناء الشراكات بين القطاعين العام والخاص والمجتمع الأهلي. ويهدف المشروع أيضا لدعم تفاعل المجتمع المحلي في النشاطات السياحية عبر طرق مختلفة مثل: بناء القدرات، ودعم النشاطات المجتمعية، والتوعية، والتسويق المجتمعي، ومن أهم إنجازات هذا المشروع:

- تأسيس هيئة السياحة، وهي هيئة تعمل على التنسيق وتطوير السياحة المبنية على المجتمع، وتضم الهيئة أعضاء من قطاعات عامة مختلفة مثل: السياحة، والتعليم، والرياضة والشباب، والثقافة، والبلدية.
- دعم صناعات سياحية محلية مثل تعبئة العسل وتحضيره للسياح، والتدريب على تصنيع منتجات الفسيفساء، والتدريب على الطهي.
- التدريب على المسارات والجولات السياحية.
- تنفيذ برامج تسويقية بالشراكة والتعاون بين القطاعات المختلفة.
- تأسيس مرافق لأنظمة المعلومات السياحية في الحيز العام.

3.3 رصد نشاطات المهرجانات

تظهر القائمة أدناه المهرجانات السنوية في الضفة الغربية، بما يشمل النشاطات الثقافية والفلكلورية والموسيقية، والتي تهدف بشكل رئيسي لجذب الجمهور المحلي وتتركز في رام الله وبيت لحم. بينما تندر هذه النشاطات في المدن الكثيفة سكانيا، مثل نابلس والخليل.

- مهرجان اروطاس للخس: ينظمه مركز اروطاس الفلكلوري (www.palestine-family.net)، وينظم في نيسان سنويا في قرية اروطاس التابعة لمحافظة بيت لحم، ويشمل عروض للصناعات والطعام الشعبي وجولات سياحية داخلية في المنطقة مشيا على الأقدام.
- أسبوع التراث في بيرزيت: وينظمه مركز الروزنا في شهر تموز سنويا، وهو أهم النشاطات الصيفية، حيث يؤمه الالاف من الأسر الفلسطينية لمشاهدة العروض الموسيقية والرقص الفلكلوري والمسرح وألعاب الأطفال، إضافة لعروض الصناعات الغذائية والتطريز والمنتجات الزراعية.

- **مهرجان الفقوس:** يتم تنظيمه سنويا في حزيران من قبل جمعية الحياة البرية في بيت ساحور، وهو جزء من مجموعة برامج تسوق للسياحة الصديقة للبيئة ورفع الوعي للإرث الثقافي والطبيعي. ومن أهم نشاطات المهرجان: عروض الدبكة، مشاهدة الطيور، والمشي في الطبيعة، إضافة لتذوق الفقوس.
- **مهرجان الخليل - تراث و سياحة:** تنظمه جمعية التعاون الثقافي، الخليل- فرنسا، ويتم تنظيمه في البلدة القديمة ويهدف لإحياء تاريخ الخليل عبر عرض الصناعات اليدوية والتطريز والطعام التقليدي.
- **مهرجان المفتول:** يتم تنظيمه من قبل مركز الروزنا في بيرزيت بالتعاون مع وزارة السياحة والآثار وجمعية بيرزيت الخيرية للنساء واتحاد الطباقين الفلسطينيين ويعقد المهرجان في بيرزيت سنويا في تشرين الثاني من كل عام، ويضم نشاطات ثقافية واجتماعية مختلفة.
- **مهرجان قطف الزيتون:** ويتم تنظيمه من قبل مركز التعليم البيئي، (www.eecp.org) في بيت لحم ورام الله في منتصف تشرين الأول إلى منتصف تشرين الثاني سنويا، ويشمل بيع منتجات الزيتون مثل الخشب وزيت الزيتون والصابون إضافة للطعام التقليدي والحرف التقليدية والرقص الفلكلوري.
- **مهرجان سبسطية للسياحة والتراث:** ينظمه مركز سبسطية الثقافي (www.sabastiya.org.ps) سنويا في تموز في بلدة سبسطية في محافظة نابلس. حيث يوجد في البلدة آثار غنية مثل المدينة الرومانية القديمة. ويشمل المهرجان عروض المسرح والرقص والحرف والطعام الشعبي.
- **مهرجان صفا للثقافة والفنون:** ينظمه مركز حنظلة الثقافي سنويا في تموز في قرية صفا في رام الله. ويشمل المهرجان العروض الفنية التي تعمل على إثراء الحياة الثقافية في المناطق المحيطة بالقرية.
- **مهرجان ليالي الرعاة:** يتم تنظيمه من قبل أكثر من مؤسسة، في بيت ساحور من قبل كل من مؤسسة سراج، وجمعية الشبان المسيحيين، والمركز الفلسطيني للتقارب بين الشعوب وغيرها (www.sirajcenter.org). المهرجان عبارة عن احتفال بعيد الميلاد ويشمل عزف الموسيقى وبيع الطعام والمنتج المحلي.

- **مهرجان العنب:** تنظمه لجنة إعمار الخليل (www.hebronrc.org) سنويا بين أيلول وتشيرين الأول في الخليل حيث يتم عرض أنواع العنب المختلفة إضافة لنشاطات فلكلورية غنية وعرض للحرف اليدوية.
- **مهرجان القصبه الدولي للأفلام:** وينظمه مسرح وسينما القصبه في رام الله (www.alkasaba.org) سنويا في تشيرين الأول. ويشمل ورشات العمل مع المخرجين وعروض للأفلام كما ويتم استضافة المشاهير من الخارج.
- **مهرجان هجرة الطيور:** يتم تنظيمه سنويا في آذار من قبل جمعية الحياة البرية الفلسطينية في أريحا، ويوفر فرصة لاستكشاف مسار الهجرة للطيور عبر وادي الأردن إضافة لنشاطات أخرى مثل زراعة الأشجار وزيارة المواقع الأثرية في أريحا.
- **مهرجان كنعان/الاتحاد الفلسطيني للتجارة العادلة:** ويتم تنظيمه من قبل كنعان للتجارة العادلة والاتحاد الفلسطيني للتجارة العادلة (<http://www.canaanfairtrade.com/olive-harvest-festival.php>)، يعقد سنويا في تشيرين الأول في برقين بالقرب من جنين، ويشمل المهرجان تذوق الزيتون الطازج وزيت الزيتون والطعام التقليدي إضافة لنشاطات فلكلورية أخرى.
- **احتفالات عيد الميلاد:** تنظمها بلدية بيت لحم سنويا في كانون الأول وتشمل برنامج غني من الطقوس المسيحية والغناء ونشاطات موسيقية أخرى.
- **مهرجان الرقص المعاصر:** ينظم سنويا في نيسان وأيار ويشمل عروض رقص عالمية وورش عمل مجتمعية (<http://sareyyet.ps/festival11/?lang=en>).
- **مهرجان الموسيقى:** ينظمه مركز الكمنجاتي (<http://www.alkamandjati.com/en/home>) في حزيران في رام الله، ويستضيف المهرجان الموسيقيين العالميين ويشمل موسيقى حديثة وكلاسيكية.
- **مهرجان الدمى الدولي:** ينظمه المسرح الوطني الفلسطيني (<http://www.pnt-pal.org>) في أيلول في مدن مختلفة في الضفة الغربية ويشمل رام الله ونابلس والقدس، ويستضيف المهرجان عروض الدمى المحلية والدولية للترفيه.
- **مهرجان فلسطين الدولي:** ينظمه مركز الفن الشعبي سنويا في تموز، ويعتبر أكبر مهرجان سنوي في الضفة الغربية ويستضيف عروض دولية وعربية ومحلية في الرقص والموسيقى. يُقام المهرجان في رام الله وامتدت نشاطاته إلى مدن أخرى في الضفة الغربية.

- مهرجان فلسطين للأدب: مهرجان سنوي ينظم في مناطق مختلفة في الضفة الغربية وقطاع غزة (<http://palfest.org>). يستضيف المهرجان الفنانين الفلسطينيين والدوليين، كما ينظم ورشة عمل للطلاب والأكاديميين.
- مهرجان شاشات لأفلام النساء: ينظم في تشرين الثاني في رام الله، وهو المهرجان الوحيد لأفلام النساء في الوطن العربي ويشمل عروض أفلام ونقاشات وورش عمل.
- معرض القدس: تنظمه مؤسسة العمل للفن المعاصر في البلدة القديمة في القدس ويشمل عروض تعمل على رؤية البلدة القديمة بطريقة إبداعية وتفاعلية.
- مهرجان الطيبة: ينظم سنوياً في تشرين الثاني في قرية الطيبة في رام الله، ويستضيف عروض في الموسيقى والرقص.
- مسرح المضطهدين: ينظمه مسرح عشتار ويشمل عروض مسرحية لفنانين فلسطينيين ودوليين.
- مهرجان القدس: ينظمه مركز ييوس الثقايف (<http://yabous.org>) في الصيف في القدس ويشمل عروض موسيقية لفرق فلسطينية ودولية.
- مهرجان موسيقى الباروك: تنظمه جمعية الكمنجاتي سنوياً في كانون الأول وتستضيف الموسيقيين المحليين والدوليين وتتم عروض الموسيقى في مناطق مختلفة في الضفة الغربية وقطاع غزة.
- مهرجان وادي الشعير: ينظمه مركز واصل لتطوير الشباب في عنتابا - طولكرم. ويُنظم سنوياً ويستضيف عروض موسيقية وفلكلورية.
- مهرجان حق العودة: يتم تنظيمه من قبل مركز أطفال الدوحة الثقايف ويُنظم سنوياً في مسرح جامعة بيت لحم ويشمل عروض موسيقية وفلكلورية.
- مهرجان ليالي الصيف- القدس: ينظمه نادي بيت عنان الثقايف غرب القدس سنوياً ويشمل عروض موسيقية وفلكلورية.
- مهرجان وين ع رام الله: تنظمه بلدية رام الله سنوياً ويستضيف عروض موسيقية وفلكلورية.
- مهرجان جفنا للمشمش: تنظمه كشافة دير اللاتين وبلدية جفنا، وهو مهرجان موسمي يحدث في موسم قطف المشمش ويشمل عروض موسيقية وعروض للمنتجات الزراعية.

ويظهر الجدول رقم 8 المعلومات المرتبطة بالمتاحف وأنواعها ومواقعها ، حيث يتم تصنيف معظم هذه المتاحف بأنها فولكلورية أو أثرية ، وتقع في رام الله والقدس وبيت لحم بشكل رئيسي.

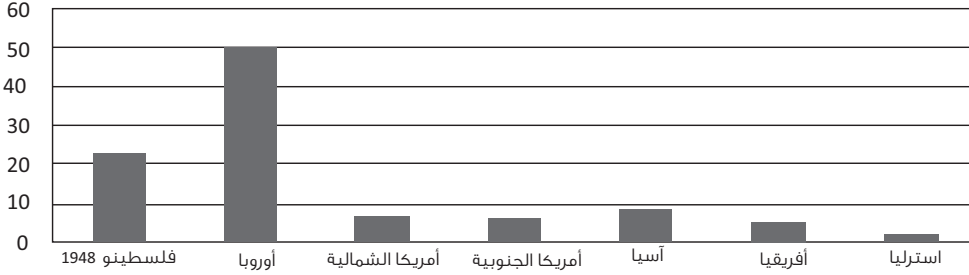
الجدول (8): الأنواع والتوزيع الجغرافي للمتاحف والآثار.

اسم المتحف	النشاط	المحافظة
متحف فلسطين للفلكور	ملابس	البيرة
متحف بيتنا التلحمي	ملابس وتراث	بيت لحم
متحف الفلكور	حرف يدوية	بيت لحم
متحف التراث الفلسطيني	ملابس وتراث	القدس
متحف الارثوذكس	آثار دينية	القدس
متحف الفرنسيسكان	آثار دينية	القدس
المتحف الإسلامي	آثار	القدس
المتحف الأرمني	آثار	القدس
متحف قصر هشام	آثار	أريحا
متحف محمود درويش	ثقافة	رام الله
متحف طولكرم	آثار	طولكرم
متحف السُمر	فلكلور/دين	نابلس
متحف المهد الدولي	دين وتاريخ	بيت لحم
المتحف الروسي	آثار	أريحا
متحف دار الطفل	فلكلور	القدس
متحف أبو جهاد لشؤون الأسرى	أعمار يدوية للأسرى	جامعة أبو ديس - القدس
متحف ياسر عرفات التذكري	مقتنيات ياسر عرفات	رام الله
متحف رام الله	آثار واثوغرافيا	رام الله
متحف جامعة بيرزيت	آثار واثوغرافيا وفن	جامعة بيرزيت
متحف بير الحمام	آثار	نابلس
المتحف التعليمي	اثوغرافيا وموميا	قلقيلية
متحف دورا	اثار واثوغرافيا	الخليل
متحف بدقمان	عصر زيتون تقليدي	بيت لحم
مركز بيت ساحور المجتمعي	اثوغرافيا	بيت ساحور
متحف تل بلاطة	آثار	نابلس
متحف العيزرية	آثار	القدس - العيزرية
مركز أرتاس للفلكور	فلكلور واثوغرافيا	بيت لحم
متحف قصر مراد	آثار	بيت لحم

4. تحليل خصائص السياح ونشاطاتهم

يظهر هذا القسم الوصف التحليلي للسياح وخصائصهم بما يشمل مؤشرات مختلفة لنتائج المسح الذي تم تنفيذه لغرض الدراسة. تظهر البيانات بأن السياح الأوروبيين يمثلون نصف السياح القادمين إلى الأراضي الفلسطينية، ومعظمهم من إيطاليا وفرنسا وألمانيا وإسبانيا، ويحل السياح من فلسطين التاريخية (حملة الجواز الإسرائيلي) في المركز الثاني بما يقارب نسبة الربع، بينما يحل السياح من آسيا في المركز الثالث بنسبة متقاربة مع باقي المناطق: أفريقيا (5%)، أمريكا الشمالية وكندا (7%)، وأمريكا الجنوبية (6%). (انظر شكل 1).

شكل (1) توزيع السياح الوافدين حسب البلد



بالنسبة للخصائص الديموغرافية، فإن معدل أعمار السياح القادمين هو 37 عاما، لكن يمكن تفسير ذلك برابط العمر ونوع النشاط السياحي. إذ أن الطلب على السياحة الدينية يزيد مع عمر السائح. كذلك تظهر البيانات الفروق في الأعمار بحسب البلد، حيث بلغ معدل الأعمار للسياح من قارة أفريقيا حوالي 53 عاما بينما بلغ 48 للسياح الأستراليين.

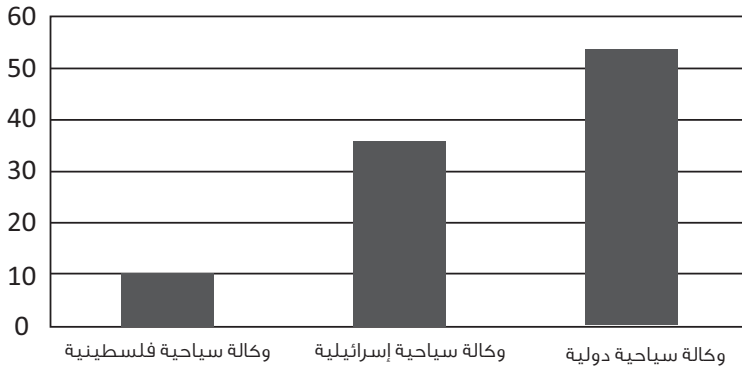
هذا وقد تم سؤال السياح الوافدين عن تنظيم رحلاتهم لفلسطين وعن دور وكالات السياحة الفلسطينية، إذ أظهرت البيانات بأن ثلث السياح القادمين قد نظموا رحلاتهم عن طريق وكالات السياحة. إلا أنه عند النظر إلى خصائص السياح، يظهر جدول (9) أن 81% من السياح من فلسطين التاريخية قد نظموا رحلاتهم بأنفسهم نظرا لقرب المسافة. فهم يعرفون جغرافيا الأراضي الفلسطينية ويستطيعون الوصول للمناطق السياحية بسهولة. أما بالنسبة للسياح الآخرين، فتلثي السياح من أوروبا وأمريكا ونصف السياح القادمين من أمريكا الجنوبية وآسيا وأستراليا قد نظموا رحلاتهم بأنفسهم. أما السياح من أفريقيا فمعظمهم (80%) نظموا رحلاتهم عن طريق وكالات السياحة. بالنسبة للذين اعتمدوا في سفرهم على وكالات

السياحة، فتظهر النتائج أن 10% منهم فقط قد استخدموا وكالات فلسطينية، و36% منهم استخدموا وكالات إسرائيلية والباقي استخدموا وكالات دولية. ويمكن تفسير ضعف الدور الذي تلعبه وكالات السفر الفلسطينية الى وجود ضعف في التسويق نتيجة الافتقار للموارد المالية والبشرية، وعدم قدرة السلطة الفلسطينية على منح تأشيرات الدخول لتنظيم حركة السياحة. الجدول (9): أشكال تنظيم الرحلات السياحية عبر المناطق: بشكل فردي أو عن طريق وكالات سياحية.

فلسطين التاريخية	أوروبا	أمريكا الشمالية	أمريكا الجنوبية	آسيا	أفريقيا	أستراليا	
وكالة سياحية	63%	3%	84%	45%	8%	5%	
بشكل فردي	46%	7%	25%	64%	2%	5%	

أما بالنسبة للسياح الذين نظموا رحلاتهم لفلسطين بواسطة وكالات سياحية، فتظهر البيانات في شكل (2) أن فقط 10% منهم قد استخدم وكالات سياحية فلسطينية مقابل 36% إسرائيلية، والباقي كان من خلال وكالات سفر أجنبية. ويظهر هذا بوضوح ضعف التسويق والترويج الفلسطيني للسياحة الوافدة. ويمكن أن يعزى ذلك إلى القصور في المصادر المالية والبشرية، بالإضافة إلى عدم قدرة السلطة الفلسطينية على منح تأشيرات الدخول لفلسطين، حيث تتحكم إسرائيل وحدها بحركة المسافرين.

شكل (2) توزيع السائحين حسب الوكالات السياحية



ولتوضيح التباين في الطلب على الوكالات السياحية الفلسطينية بحسب بلد السياح، يظهر جدول (10) أن الطلب يتركز عند السياح الوافدين من شمال أمريكا، وأوروبا، وأستراليا. وفي المقابل، تظهر النتائج أن معظم السياح الوافدين من فلسطين التاريخية قد استخدموا وكالات

سفر إسرائيلية. وكذلك تظهر النتائج أن الطلب على وكالات السياحة الاسرائيلية يزداد عند السياح الوافدين من آسيا وأستراليا.

	فلسطين التاريخية	أوروبا	أمريكا الشمالية	أمريكا الجنوبية	آسيا	أفريقيا	أستراليا
وكالة سياحة فلسطينية	9%	21%	2%	70.0%	9%	0	61%
وكالة سياحة اسرائيلية	7%	91%	32%	84.0%	84%	55%	61%
وكالة سياحة أجنبية	12%	86%	75%	54.0%	34%	54%	66%

ولدراسة نجاعة الجهود التسويقية للسياحة القادمة، تم التطرق إلى استكشاف وفرة المعلومات المرتبطة بالمواقع السياحية الفلسطينية التي يحصل عليها السياح قبل البدء بالزيارة. تشير النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة (63%) تعتقد أن هذه المعلومات متوفرة بشكل مرضي. إلا أن الذين عبروا عن عدم رضاهم عنها أشاروا بأن هناك نقص في المعلومات حول الآثار والمواقع الدينية والمواقع الترفيهية ووسائل المواصلات. ويكشف الجدول (11) الفروق في رضا السياح الوافدين بحسب بلدانهم. تظهر البيانات أن أكثر من 86% من السياح الوافدين من آسيا يحتاجون معلومات إضافية عن المواقع الدينية مقابل 60% للسياح الأوروبيين.

جدول (11): نسبة السياح الذين عبروا عن عدم رضاهم عن المعلومات السياحية بحسب المنطقة.

طبيعة المعلومات	فلسطين التاريخية	أوروبا	أمريكا الشمالية	أمريكا الجنوبية	آسيا	أفريقيا	أستراليا
مواقع دينية	57%	6%	37%	77%	68%	8%	6%
مواقع تاريخية وأثرية	18%	56%	77%	68%	88%	57%	8%
أماكن ترفيهية	47%	5%	6%	46%	75%	54%	6%
تسوق	36%	3%	94%	13%	65%	54%	4%
أماكن الإقامة	6%	94%	54%	64%	35%	5%	4%
المواصلات	95%	56%	44%	16%	16%	34%	6%

و تؤكد بيانات المسح أيضا إلى وجود عوامل رئيسية تؤثر على قرار السياح بزيارة فلسطين. إذ تظهر النتائج، بحسب جدول (12) بأن التوصية من قبل صديق هي العامل الأكثر تأثيرا على

قرارهم بزيارة فلسطين، وذلك حسب 60% منهم، كما كان قرار الثلث بالقدوم جاء نتيجة القراءة عن فلسطين على صفحات الانترنت. كما أظهرت النتائج أن ربع السياح اعتبروا أن الحملات الدولية التي يطلقها الفلسطينيون كان لها تأثير على قرارهم بزيارة فلسطين.

جدول (12): العوامل المؤثرة على قرار السائح بزيارة فلسطين.

العوامل المؤثرة	النسبة
معلومات من الانترنت	73
حملات ترويج من جهات فلسطينية	52
توصية من صديق	06
وكالة سياحة أجنبية	32

4.1 هل فلسطين هي الوجهة السياحية الرئيسية؟

تقع الأراضي الفلسطينية المحتلة في موقع يتوسط عدد من الدول التي تشهد حركة سياحية نشطة (الأردن، ومصر، وإسرائيل)، ولكن يبقى السؤال هل فلسطين هي الوجهة الرئيسية الأولى؟ وتبرز أهمية ذلك كون أن الطلب على الخدمات السياحية (مدة المبيت والطلب على خدمات الطعام والشراب والترفيه) ترتفع في حالة كانت فلسطين وجهة السائح الرئيسية. تشير النتائج بأن فلسطين ليست الوجهة الرئيسية للسياح، فيما عدا الفلسطينيين من حملة الجوازات الإسرائيلية. حيث أشار حوالي ثلث أفراد العينة من السياح الوافدين بأن إسرائيل ضمن الدول التي زاروها أو سيزورونها. وفي المقابل سيزور 20% الأردن، و5% مصر، و13% دول أخرى.

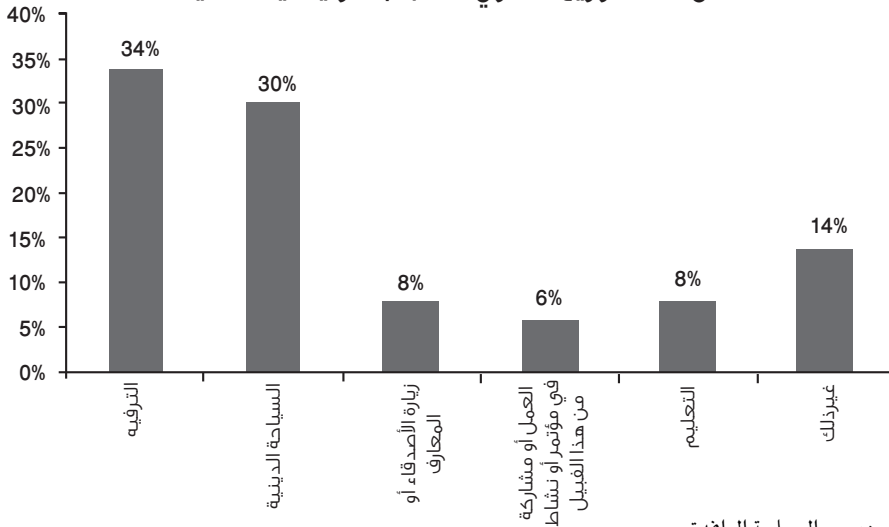
وبلا شك، فإن الاحتلال الإسرائيلي أثر سلباً على قطاع السياحة في الأراضي الفلسطينية المحتلة، ومن الممكن رؤية ذلك عبر السيطرة الإسرائيلية على معظم المناطق السياحية وعلى الحدود. كما تسيطر إسرائيل على المعالم السياحية في وادي الأردن والبحر الميت، كما وضعت سياسات وعراقيل منعت الفلسطينيين من الاستفادة اقتصادياً من هذه المواقع، بالإضافة إلى منعها توسيع القطاع السياحي الفلسطيني عبر إجراءات مختلفة مثل منع بناء الفنادق والاستثمار السياحي في مناطق عدة. ومن الآثار السلبية الأخرى تشويه صورة السياحة الفلسطينية، إذ يشير 23% من السياح القادمين بأنه قد تم إنذارهم من قبل الوكالات السياحية الإسرائيلية بخطورة زيارة الأراضي الفلسطينية المحتلة

والإقامة بها. كما تم نصح 16% منهم بعدم زيارة الأراضي الفلسطينية. هذا وأشار أيضا ما يقارب من نصف السياح القادمين (بالأخص مستخدمي وكالات السياحة الإسرائيلية) بعدم معرفتهم بأن المواقع التي زاروها تقع في الضفة الغربية وأنها مواقع فلسطينية وذلك كدليل على تضليل السياح للمناطق التي يزورونها باعتبارها إسرائيلية.

4.2 النشاطات السياحية

يتناول هذا الجزء من التقرير جوانب مختلفة للنشاطات السياحية الوافدة مثل الهدف من الرحلة ومدتها وطبيعة النشاطات التي تقع على برنامجهم السياحي. فبالنسبة للهدف من الرحلة، فإن الترفيه هو السبب الرئيسي كما يشير الثلث من السياح، أما السياحة الدينية فتحل المركز الثاني (30%). ويشير ربع السياح بوجود أسباب أخرى للرحلة مثل الدراسة والعمل وحضور المؤتمرات أو زيارة الأصدقاء والأقارب.

الشكل (3) التوزيع المئوي للأسباب الرئيسية للسياحة



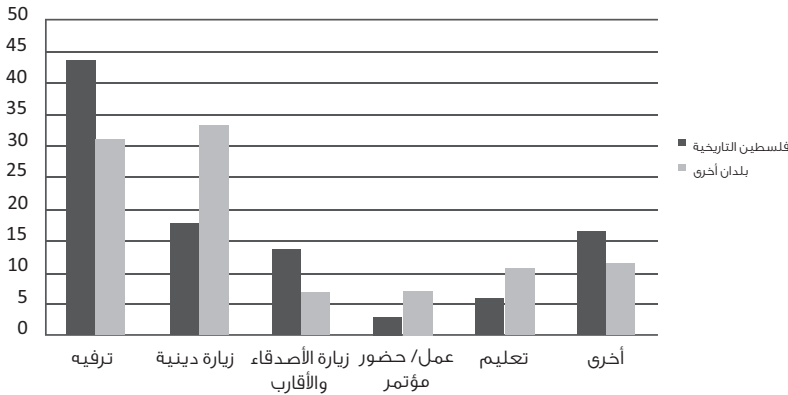
وتصنف هذه الدراسة أهداف الرحلات بحسب البلد (أنظر جدول 13). فالترفيه هو السبب الرئيسي للزيارة من قبل السياح القادمين من فلسطين التاريخية، وهو السبب الرئيسي أيضا للسياح من وأمريكا الجنوبية. أما 60% من السياح الأوروبيين يعتبرون الدوافع الدينية والترفيهية كدوافع رئيسية لزيارة فلسطين، أما السياح من مناطق أخرى فتدفعهم الدوافع الدينية (شمال أمريكا، أفريقيا، أستراليا) لزيارة الأراضي الفلسطينية المحتلة.

جدول (13): الهدف من الرحلة السياحية بحسب منطقة السياح الوافدين.

أهداف الرحلة	فلسطين التاريخية	أوروبا	أمريكا الشمالية	أمريكا الجنوبية	آسيا	أفريقيا	أستراليا	المجموع
ترفيه	44%	92%	52%	16%	74%	3%	31%	43%
زيارة دينية	81	82	63	81	53	69	83	03
زيارة الأصدقاء والأقارب	31	8	5	7	2	1	0	8
عمل/حضور مؤتمر	3	7	01	7	6	0	8	6
تعليم	6	31	11	6	4	0	71	01
أخرى	61	41	31	2	6	0	52	31

تظهر نتائج التحليل السابق أن السياح الوافدين من فلسطين التاريخية يشكلون لبنة أساسية من مجموع السياح و كذلك يتميزون عن غيرهم من حيث أهداف الرحلة. وللقاء الضوء على هذه المسألة، يظهر شكل (4) هذه الفروق بشكل جلي. إذ تعتبر الزيارات الترفيهية أهم أهداف الرحلة للسياح الوافدين من فلسطين التاريخية مقابل الزيارات الدينية للوافدين من بلدان أخرى .

شكل (4) التوزيع المئوي للأسباب الرئيسية للسياحة- مقارنة بين سياح فلسطين التاريخية وبلدان أخرى



وتشير النتائج أيضا ان مدة الزيارة للسياح القادمين عموما قد جاءت قصيرة، حيث أمضى 60% منهم أقل من أسبوع في زيارة فلسطين. ونصفهم أمضوا يوم واحد أو أقل. أما الزائرين لمدة أطول من أسبوع فتكون زيارتهم إما للعمل أو الدراسة. وجدير بالذكر، إن الرحلات القصيرة غير

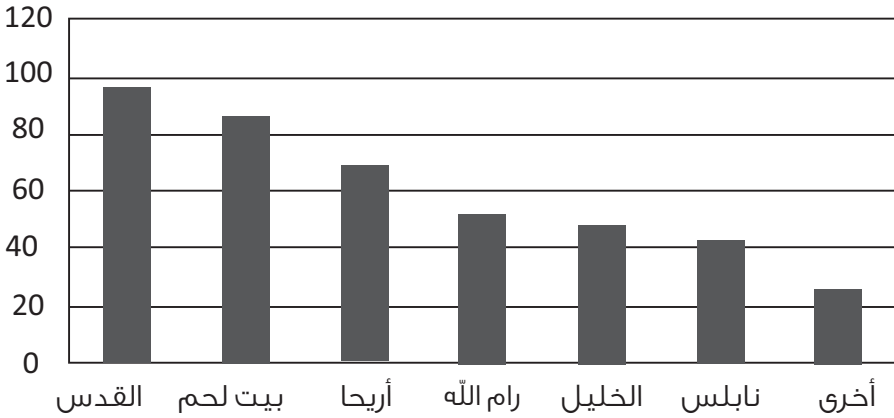
مفضلة اقتصاديا فهي لا تدر دخلا كبيرا للسياحة حيث يكون هناك طلب أقل على الخدمات السياحية. وبحسب منطقة السياح الوافدين، تبين النتائج في جدول (14) ان أكثر من نصف السياح من فلسطين التاريخية وحوالي ثلث السياح من شمال أمريكا يمضون أقل من يوم واحد. وفي المقابل، يتوزع السياح الذين يقضون أكثر من اسبوع على النحو التالي: 36% من أوروبا، و25% من أمريكا الشمالية، و43% من أستراليا، و29% من أفريقيا، و36% من أوروبا. وأما بالنسبة لنوع مكان الإقامة، تظهر النتائج أن 53% من السياح الوافدين يقيمون في فنادق، و25% في نزل (motels)، و14% في شقق، بينما يقيم الباقي عند أصدقائهم.

جدول (14): مدة الإقامة بحسب المنطقة.

الفترة	فلسطين التاريخية	أوروبا	أمريكا الشمالية	أمريكا الجنوبية	آسيا	أفريقيا	أستراليا
أقل من يوم	25%	11%	23%	8%	61%	4%	9%
يوم واحد	71%	01%	9%	11%	01%	5%	71%
يومان	61%	8%	9%	6%	7%	1%	9%
3 أيام	7%	7%	7%	9%	6%	3%	4%
4 أيام	4%	9%	8%	51%	71%	4%	4%
أسبوع	2%	81%	9%	23%	13%	35%	31%
أكثر من أسبوع	2%	63%	52%	81%	11%	92%	34%

ويظهر الشكل رقم (4) المدن التي يتم زيارتها بشكل أكبر من قبل السياح القادمين، فمعظم السياح زاروا القدس وبيت لحم لأهميتهما الدينية، وخاصة لوجود كنيسة القيامة وقبة الصخرة وكنيسة المهدي، وأريحا لمواقعها الأثرية (قصر هشام وتل السلطان)، ورام الله في المركز الثالث لأهميتها الثقافية، ويزورها عدد أقل من السياح (النصف)، ويتبع رام الله في الترتيب مدن تاريخية أخرى مثل نابلس والخليل.

شكل رقم (5) الوجهة السياحية حسب المدينة



4.3 معدل إنفاق السياح

من ناقل القول أن التأثير الاقتصادي للسياحة يعتمد بشكل أساسي على مقدار إنفاق السياح. اذ يظهر الجدول رقم (9) إنفاق السياح حسب النشاطات السياحية. كذلك يظهر الجدول مستوى الإنفاق عند المئتين الخامس والعشرين والوسيط والمئتين الخامس والسبعين. تشير النتائج أن وسيط الإنفاق قد بلغ \$1055 أما السياح الأقل إنفاقاً (عند المئتين الخامس والعشرون) فأنفقوا ما معدله \$485، مقارنة بـ \$2065 للسياح الأكثر إنفاقاً (المئتين الخامس والسبعين)¹. ويتم الإنفاق بشكل رئيسي على المبيت والتسوق بما يشمل نصف وسيط الإنفاق، وأما أقل النشاطات التي يتم الإنفاق عليها هي النشاطات الترفيهية ورسوم الدخول للمواقع السياحية، فيما يتم الإنفاق بالشكل الأكبر على التسوق والطعام.

1 المئتين الخامس والعشرون للإنفاق هو القيمة التي ينفق 25% من عينة السياح أقل منها. أما المئتين الخامس والسبعون فهو القيمة التي ينفق 75% من عينة السياح أقل منها.

الجدول رقم (15): توزيع الإنفاق على النشاطات السياحية.

وجه الإنفاق	المتين الخامس والعشرين	الوسيط	المتين الخامس والسبعين
المبيت	\$140	\$300	\$550
الطعام والشراب	80	200	300
مواصلات	70	150	300
التسوق	100	205	500
وجه الإنفاق	المتين الخامس والعشرين	الوسيط	المتين الخامس والسبعين
رسوم دخول مواقع سياحية	45	100	215
الترفيه	50	100	200
مجموع الإنفاق	\$485	\$1,055	\$2,065

المصدر: مسح السياح الوافدين

5. تقييم الخدمات السياحية في الأراضي الفلسطينية- الضفة الغربية

يتناول هذا الجزء تقييم الخدمات السياحية في الضفة الغربية، فيما يتعلق بالأمان الشخصي والضيافة وسهولة الوصول للمواقع السياحية وجودة المبيت والطعام والشراب وعدالة الأسعار ونظافة المواقع السياحية ومهنية الشرطة السياحية والأدلاء السياحيين ومعدل المتعة والتجربة الثقافية (انظر: الجدول رقم 16). تعتمد منهجية التقييم على سؤال السياح عن درجة موافقتهم على بعض العبارات، حيث تم وضع سلم لقياس معدل الرضا من 1-10، حيث يشير الرقم 1 إلى عدم الرضى بقوة، ويشير الرقم 5 إلى مستوى رضى متوسط، وأما الرقم 10 فيشير إلى قوة الرضى. ولتسهيل دراسة درجة الرضى، تم حساب المعدل والانحراف المعياري لكل العبارات التقييمية.

تشير النتائج في الجدول رقم (16) بأن معدل الرضى العام جيد (7.78). وبخصوص معدلات الرضا المرتبط بأنواع الخدمات السياحية، تشير النتائج أن تقييم الاستمتاع بالرحلة والمعبر عنه في الجملة «استمتعت برحلتى لفلسطين» حصلت على أعلى معدل (8.6). كما أن الشعور بالأمان حصل على نسبة رضى عالية مشابهة، وهذه النتيجة تدحض الإدعاءات التي تحاول الوكالات الإسرائيلية الترويج لها حول خطورة زيارة الأراضي الفلسطينية. أما بالنسبة للتفاعل مع السكان المحليين، وخاصة عند التواصل معهم والحديث معهم فقد وصلت نسبة الرضى لديهم إلى 8.17، كما وصلت معدلات الرضى في التواصل والعلاقة

مع المحلات التجارية والسياحية إلى 8.06. كذلك تشير النتائج إرضى السياح حول التعلم من التجربة الثقافية الفلسطينية (8.08). كما حصلت جودة خدمات المبيت على معدل 7.57، وجودة المطاعم على 7.72، كما حصلت أسعار الوجبات على معدل 7.62. وتشير النتائج أيضا بأن هناك رضى لدى السياح عن الخدمات المقدمة من قبل المرشدين السياحيين (7.82)، كما وجد السياح بأن الشرطة الفلسطينية للسياحة والآثار مفيدة ومهنية (7.7)، وبأن هناك سهولة بالوصول للمواقع السياحية (7.65).

أما العبارات التي حصلت على أدنى المعدلات فهي مرتبطة بأسعار التحف والهدايا فحصلت على (7.14) ونظافة المواقع السياحية على (7.17). إن المعدل المنخفض نسبيا للسابق قد يكون مرتبط ببنية السوق السياحية والذي يفتقر للتنافس النزيه. إن الافتقار للتنافس مرتبط عادة بالتعاقد الخفي بين المرشدين السياحيين وبأعني التحف، حيث يتسوق السياح في مجال معينة تسيطر على السوق وترفع الأسعار.

الجدول رقم (15) تقييم الخدمات السياحية الفلسطينية.

الانحراف المعياري	المتوسط	
33.2	90.8	شعرت بالأمان في رحلتي لفلسطين
2.2	56.7	الوصول للأماكن السياحية التي أردت زيارتها كان سهلا
11.2	71.8	شعرت بالراحة عند الحديث مع السكان المحليين
10.2	60.8	عوملت بشكل جيد من قبل أصحاب المحلات
59.1	27.7	جودة خدمات المطاعم والمقاهي عالية
20.2	75.7	جودة خدمات المبيت عالية
50.2	26.7	أسعار وجبات المطاعم عادلة
41.2	41.7	أسعار التحف والهدايا عادلة
12.2	71.7	المواقع السياحية التي زرتها كانت نظيفة
81.2	28.7	الأدلاء السياحيين الفلسطينيين كانوا مهنيين
62.2	7.7	شرطة السياحة والآثار الفلسطينية مهنية ومفيدة
69.1	6.8	استمتعت برحلتني لفلسطين
71.2	80.8	تعلمت الكثير عن فلسطين والثقافة الفلسطينية
21.2	77.7	معدل الرضى العام

ويلقي التقييم الضوء على جودة الخدمات السياحية الأخرى عبر سؤال السياح عن ذكر الجوانب السياحية الأخرى التي استمتعوا بها أو لم تعجبهم في زيارتهم وذلك كما هو مبين في القائمة أدناه والتي تم تحديدها من خلال الإجابات الأكثر تكرارا:

الجوانب التي تعجب السياح

- الطعام المحلي.
- الشعور بحسن الضيافة.
- كثرة المواقع السياحية والأثرية مثل القدس المشهورة بالمعالم الدينية (قبة الصخرة وكنيسة القيامة).
- التسوق في الأسواق القديمة في نابلس والخليل.
- الثقافة الفلسطينية.
- التعلم عن الصراع الفلسطيني الإسرائيلي والحياة تحت الاحتلال.

الجوانب التي لم تعجب السياح

- الأصوات في الشوارع والبائعين فيها.
- النقص في المعلومات حول المواصلات.
- عدم نظافة الشوارع.
- كذلك يشير عدد كبير من السياح بعدم رضاهم عن واقع الظروف التي يفرضها الاحتلال والجدار والمعاناة اليومية للشعب الفلسطيني.

تطرقت الدراسة أيضا إلى نية وتخطيط السياح بإعادة زيارة فلسطين مستقبلا، حيث أشار 87% منهم عن نيتهم بذلك مقارنة بـ 11% من غير متأكدين. و3% الذين لن يزوروا الأراضي الفلسطينية. وبالانساق مع تكرار الزيارة، تشير النتائج أيضا بأن 45% فقط من السياح قد بينوا أن هذه الزيارة الأولى لهم في فلسطين. وانخفضت هذه النسبة لحوالي 33% في حال تم استثناء السياح الفلسطينيين من أراضي الـ 1948 من المستجوبين. هذا وقد أشار 91% من السياح بأنهم سينصحون أصدقائهم بزيارة الأراضي الفلسطينية.

6. التحليل الرباعي: القوة والضعف والفرص والتهديدات

يستند التحليل الرباعي في هذا القسم إلى المعلومات التي تم جمعها من خلال المقابلات مع ذوي العلاقة بالقطاع السياحي، على النحو التالي:

- مستويات مختلفة من صناع القرار في الإدارات العامة في وزارة السياحة والآثار.
- المجالس البلدية وذوي العلاقة داخل بلديات كل من رام الله وأريحا ونابلس وطولكرم.
- مؤسسات القطاع الخاص ذات العلاقة، وتضم ممثلين عن الفنادق والمرشدين والخدمات الترفيهية وشركات الاستثمار.
- المؤسسات غير الحكومية مثل تجمع (NEPTO) وهي تمثل تحالف مؤسسات غير حكومية محلية تهدف لدعم السياحة في فلسطين.

6.1 القوة

- كثرة المواقع السياحية الدينية والتاريخية، الواقعة في القدس وبيت لحم وأريحا والتي تجعل من فلسطين معلم سياحي للملايين من الزوار من كل أنحاء العالم إضافة إلى الموقع الجغرافي المميز، والطقس الشتوي الدافئ في أريحا والذي يشكل موقع مميز للسياحة الشتوية.
- وجود اهتمام متزايد من قبل القطاع الخاص بالقطاع السياحي، وبالأخص شركة باديكو التي بدأت بتطوير بوابة أريحا وهو مشروع سياحي وسكني يمتد على جزء من أراضي النبي موسى في المدخل الجنوبي لأريحا وخدماته السياحية تشمل: الفلل والفنادق والمنتجعات السياحية ومدينة رياضية ومنتزهات ترفيهية ومالية ومراكز تسوق. وهناك مبادرات أخرى للقطاع الخاص مثل مدينة ضوء القمر وهو مشروع سياحي ضخم سيكون على شاطئ البحر الميت ويبلغ الاستثمار فيه 1.4 مليار دولار.
- وجود دور فعال لعدد من المؤسسات غير الحكومية والتي تهدف لتطوير قطاع السياحة في فلسطين وتشمل NEPTO (شبكة المؤسسات الفلسطينية للسياحة البديلة)، حيث تمثل تحالف مؤسسات مدنية تهدف إلى تطوير السياحة الثقافية عبر تنظيم المهرجانات والنشاطات الثقافية. وتعمل كذلك على دمج البرامج الإنسانية والثقافية والتاريخية والبيئية.²
- وجود دور فعال لشرطة السياحة والآثار بغض النظر عن النقص بالموارد المالية واللوجستية، فهم يلعبون دورا هاما لضمان استتباب الأمن في المواقع السياحية.

2 لمزيد من المعلومات عن نشاطات NEPTO بالإمكان الرجوع إلى صفحتهم الإلكترونية (www.nepto.ps).

6.2 الضعف

لقد تلقت السياحة اهتمام مركزي في خطة السلطة الفلسطينية للتنمية الوطنية 2011-2013 والتي درست توسيع وتطوير قطاع السياحة كطريق للنمو الاقتصادي المستدام، إلا أن هذا الاهتمام لم يترجم بشكل كبير إلى الواقع نظرا للجوانب التالية:

• النقص في الموارد المالية المرصودة لقطاع السياحة، وبالتحديد، تم رصد 5 مليون دولار فقط للعام 2013 لوزارة السياحة والآثار أي ما يعادل 0.01 % من الميزانية و موزعة بشكل رئيسي على الرواتب والنفقات الإدارية للوزارة. إلا أن جزءاً من إنفاق الوزارة على إعادة تأهيل المواقع الحضرية والأثرية في مناطق في الضفة الغربية ممول من قبل مانحين أجنب. وتشمل نشاطات إعادة التأهيل للمناطق التالية:

- تل تعنك (جنين).
 - البركة الرومانية (بيت لحم).
 - برج الفرعية (طوباس).
 - دار الدرب، قراوة بني حسان (سلفيت).
 - خربة بيززيت بربارية (رام الله)*.
 - موقع سبسطية الأثري (نابلس).
 - برج القلعة، دورا (الخليل).
 - تل السلطان (أريحا).
 - قصر هشام (أريحا).
 - نبعة بتير (بيت لحم).
 - النبي موسى (أريحا).
- تشير الخطط الإستراتيجية والتنفيذية لوزارة السياحة والآثار إلى السياسات التي تهدف لتطوير مرافق السياحة والبنى التحتية والمواقع بما يشمل تطوير القوانين المرتبطة بالسياحة، وتوفير الحوافز لدعم الاستثمار من قبل القطاع الخاص. إلا أنه يصعب قياس وتقييم نتائج هذه السياسات نظرا لكونها تغرق في العمومية. وكذلك لا توجد مؤشرات على قيام الوزارة بتقييم دوري لسياساتها المتعلقة بخطط التنمية وذلك للحصول على التغذية الراجعة لبناء سياسات مستقبلية.

- إن معظم القوانين السياحية المعمول بها في الضفة الغربية أردنية وقديمة، حيث ترجع إلى عام 1965. فهذه القوانين غير فعالة في تنظيم سوق السياحة وحماية المواقع الأثرية من السرقة والتخريب. أحد الأمثلة على ضعف القوانين السياحية هو عدم قدرة وزارة السياحة والآثار على تنظيم قطاع السياحة. إن بنية القطاع السياحي تفتقر إلى التنافس العادل من خلال عمل عقود خفية بين الوكالات السياحية وبائعي التحف، مما يؤثر سلباً على قطاع السياحة عبر زيادة الأسعار وتقليل الإنتاج. إلا أن وزارة السياحة والآثار قد اقترحت قانوناً يواجه هذه التحديات ويعمل على تنظيم السوق وحماية المواقع الأثرية، إلى أن هذا القانون لم تتم المصادقة عليه بعد.
- تفتقر طواقم الوزارة للتأهيل المهني والمرتبطة بالتسويق المحلي للسياحة والتتقيب عن الآثار والتخطيط الإستراتيجي. ويعود هذا النقص إلى عجز ميزانية الحكومة.
- تفتقر الوزارة للبرامج والموارد التي تدعم وتسوق للمواقع السياحية المختلفة فمعظم الجهود تركز على السياحة في بيت لحم على حساب مواقع أخرى مثل أريحا.
- ضعف دور وزارة السياحة والآثار في تنظيم المهرجانات المحلية (الثقافية والموسيقية) وتطوير البرامج التي تدعم السياحة المحلية، إذ يتم تنظيم معظم النشاطات المحلية من قبل المؤسسات غير الحكومية أو المجتمعات المحلية.
- وجود تنسيق ضعيف بين الوزارة والمؤسسات الحكومية الأخرى مثل البلديات وشرطة السياحة والآثار، وهناك عدم وضوح في دور كل طرف في تطوير قطاع السياحة إضافة لضعف التنسيق لبناء استراتيجيات للسياحة.
- عدم كفاية الموارد البشرية واللوجستية لشرطة السياحة والآثار بالرغم من أهمية دورهم في حفظ القانون في المواقع السياحية مما يجذب المزيد من السياح.

6.2.1 القطاع الخاص: الاستثمار

- كان الاستثمار في مرافق السياحة ضعيف في العقدين الماضيين (منذ إنشاء السلطة في 1994) ويرجع ذلك إلى الوضع السياسي والأمني بعد الانتفاضة الثانية. إلا أن معظم الاستثمارات التي تمت قد تركزت في بيت لحم ورام الله واستهدفت قطاع الفنادق بشكل خاص. أما الاستثمار في القدس، فظل ضعيفاً نتيجة المخاطر المرتبطة بالمعوقات الإسرائيلية والتنافس مع قطاع السياحة الإسرائيلي.

- ضعف الاستثمار السياحي في أريحا بالرغم من العوامل الطبيعية الجاذبة في المدينة مثل الطقس المعتدل في الشتاء والجغرافيا والتاريخ والآثار. وتحتل أريحا المركز الثاني بعد بيت لحم بالنسبة لعدد السياح القادمين. إلا أن الفرق في الطلب على خدمات الفنادق بين المدينتين كبير. ففي عام 2013، كان هناك 750,000 نزيل في فنادق بيت لحم مقارنة بـ 65,000 في أريحا. وربما يرجع الطلب المنخفض على هذه الخدمات في أريحا إلى ضعف البنية التحتية للمرافق السياحية فيها. فعدد ونوعية المنشآت السياحية في أريحا ليست على النحو المطلوب.

6.2.2 جوانب أخرى للضعف

- تركز الحملات التسويقية على السياحة الدينية مما يهمل الأنواع الأخرى للسياحة: الآثار، والثقافة، والفن، والبيئة.
- تتركز المهرجانات والنشاطات الثقافية في عدد محدود من المدن (بيت لحم ورام الله) وندرته في المدن الكبرى كالخليل و نابلس.

6.3 الفرص

- إن الاعتراف بفلسطين كدولة غير عضو في الأمم المتحدة يسمح للسلطة الفلسطينية بتطوير جهودها لتسجيل المواقع الأثرية والدينية في الضفة الغربية كمواقع تراث عالمي، مما قد يساعد الفلسطينيين في حماية هذه المواقع من العدوان والتدمير الإسرائيلي لأهمية قيمتها السياحية.
- زيادة الاهتمام من قبل الممولين الدوليين واللجنة الرباعية في تطوير قطاع السياحة والاستثمار به، كمشروع التنافسية (compete project) والممول من الـ USAID. حيث يهدف هذا المشروع إلى تطوير التنافس في القطاعات الاقتصادية في الأراضي الفلسطينية بما يشمل قطاع السياحة. ومن الأمثلة على هذه المشاريع التي تمت بالشراكة مع وزارة السياحة والآثار:
- نظام تصنيف الفنادق بحسب عدد النجوم.
- تطوير وبناء قدرات قطاع الفنادق عبر برامج تدريبية.
- إعادة تأهيل مواقع سياحية في مدن مختلفة (بيت لحم وأريحا ونابلس).
- تطوير السياحة عبر الانترنت والتسويق.

6.4 التهديدات

إن أكبر تهديد على السياحة الفلسطينية هو الاحتلال الإسرائيلي المستمر وبالذات في الجوانب التالية:

- إعاقة تطوير السياحة في القدس عبر منع بناء وتوسيع قطاع الفنادق.
- سيطرة الشركات السياحية الإسرائيلية على القطاع السياحي في القدس بما يشمل: وجهات السياحة ومدة الزيارة وخدمات الفنادق. إن العديد من السياح الذين تمت مقابلتهم قد أشاروا إلى إدعاءات المرشدين السياحيين الإسرائيليين بأن المواقع السياحية الفلسطينية هي إسرائيلية إضافة للإدعاءات حول عدم الأمان في الأراضي الفلسطينية.
- تشمل السيطرة الإسرائيلية على النشاطات السياحية في فلسطين التحكم في إصدار تأشيرات الدخول لجميع السياح الوافدين للأراضي الفلسطينية. فحسب اتفاقية أوسلو، لا يسمح للسلطة الفلسطينية بإصدار التأشيرات أو السيطرة على الحدود. مما يضعف بدوره حملات التسويق التي تستهدف السياح. كما أن جزءا كبيرا من السياحة الوافدة يتم تنظيمها من قبل وكالات السياحة الإسرائيلية. وبذلك لا تحاط وكالات السياحة الفلسطينية بوجهات السياح وفترة زيارتهم والتي تصل مدتها في الكثير من الأحيان لبضعة ساعات. فمثلا، وصل عدد السياح الذين زاروا مدينة بيت لحم في عام 2012 إلى 117000، بينما وصل عدد نزلاء الفنادق إلى حوالي النصف (أقل من 680,000). ويمكن أيضا استخلاص نفس النتيجة بالنسبة لأريحا. وبدون شك فإن سيطرة الإسرائيليين على حركة السياحة الفلسطينية تقلل من عوائدها الاقتصادية، ناهيك عن تأثير التفوق الإسرائيلي في التسويق السياحي وكذلك في جودة ووفرة المصادر المالية والبشرية المدربة.
- السيطرة الإسرائيلية على مناطق "ج" الغنية بالمواقع الأثرية. إن غياب السيطرة الفلسطينية على هذه المناطق ونقص الموارد البشرية والمالية يحول دون توفير الأمان والحماية من السرقة والتخريب في المواقع السياحية. كما تنتهك إسرائيل القوانين الدولية واتفاقية جنيف حيث تستفيد اقتصاديا من العديد من المواقع السياحية في منطقة "ج" مثل كهوف قمران وشواطئ البحر الميت.

7. توصيات سياساتية

إن المعيق الرئيسي لتطوير السياحة الفلسطينية هو الاحتلال الإسرائيلي وسياساته التعسفية من خلال السيطرة على المواقع السياحية الرئيسية في القدس، ومناطق «ج»، والسيطرة على الحدود ومنع السلطة من إصدار تأشيرات الدخول للأراضي الفلسطينية. لذا من المهم التأكيد على أن تطوير السياحة بشكل يحدث تنمية اقتصادية مستدامة هو أمر صعب دون إنهاء الاحتلال وإعادة السيطرة على القدس الشرقية وكامل الأراضي الفلسطينية. إلا أن هناك حاجة للعديد من الإجراءات لدعم السياحة الفلسطينية وتعزيز تنافسها ضمن الوضع السياسي الراهن. وبناءً على نتائج هذه الدراسة، نشير إلى التوصيات التالية لدعم وتطوير قطاع السياحة الفلسطيني:

- زيادة الموارد المالية لقطاع السياحة بما يعكس الخطط التي وضعتها السلطة الفلسطينية والتي تعتبر السياحة أداة للتنمية الاقتصادية المستدامة. وبالإمكان الوصول لذلك عبر تأمين دعم دولي يهدف لتطوير المشاريع السياحية وزيادة ميزانية السلطة لوزارة السياحة والآثار، إضافة لتغطية مصاريف الرواتب والمصاريف الإدارية للوزارة. يجب أيضا العمل على رصد الأموال بشكل فعال وتنفيذ حملات تسويقية محلية ودولية إضافة لإعادة التأهيل والتدريب في المواقع الأثرية. كما يجب أن تعمل هذه الحملات على محاربة الادعاءات الإسرائيلية التي تؤثر على السياحة في فلسطين.
- بناء القدرات لوزارة السياحة والآثار عبر توظيف أشخاص مؤهلين ومهنيين وتدريب الموظفين الحاليين.
- بناء قدرات موظفي السياحة والآثار على مهارات إعداد الخطط الإستراتيجية والتي تعكس واقع قطاع السياحة بطريقة محددة وقابلة للقياس بما يضمن تطوير قطاع السياحة بطريقة صحيحة.
- على السلطة تقديم حوافز لتعزيز اهتمام القطاع الخاص للاستثمار في أريحا. فطبيعة أريحا وطقسها يشكل فرصة هامة للمدينة لتصبح وجهة سياحية شتوية محليا ودوليا.
- إن أحد المشاكل الرئيسية في قطاع السياحة هي قصر مدة الزيارات، حيث يمضي العديد من السياح يوما واحدا أو أقل مما يقلل العوائد الاقتصادية. إن زيادة مدة الرحلة ضروري لزيادة الطلب على الخدمات السياحية. لذا من المهم تطوير المرافق

السياحية والبنى التحتية والخدمات الترفيهية والمهرجانات والنشاطات الثقافية لإطالة مدة الزيارة.

- يتم عادة التسويق لفلسطين كوجهة دينية، إلا أن فلسطين غنية بالمواقع الأثرية التي تستطيع تغذية الطلب على سياحة الآثار. لذا يجب بذل الجهود من قبل القطاعين العام والخاص لتسويق فلسطين كمكان سياحي ثقافي ديني وأثري.
- هناك أنواع سياحة جديدة تعطي دوراً للمجتمعات المحلية عبر استضافة السياح مع العائلات المحلية للتفاعل الثقافي. هذا بالإضافة إلى نشاطات المسارات السياحية مثل مسار النبي إبراهيم. تظهر التجارب الدولية بأن هذا النوع من السياحة مفيد اقتصادياً لذا فإن دعم السياسات التي تدعم السياحة المبنية على المجتمع ضروري لتنمية السياحة في الأراضي الفلسطينية.
- هناك حاجة للمزيد من الموارد والجهود التي تبذلها السلطة الفلسطينية لتحسين السياحة المحلية في المناطق الكثيفة بالسكان مثل نابلس والخليل. قد تكون السياحة المحلية أداة مركزية لدعم المجتمعات المحلية.
- تطوير القوانين القديمة وبالذات تلك المرتبطة بالسوق. فبالرغم من الوضع السياسي الذي يمنع عمل المجلس التشريعي الفلسطيني، إلا أن الحكومة تستطيع وضع قوانين أو تعديلات مؤقتة تتعامل مع ضعف القوانين الحالية.
- على السلطة أن تعمل على تسجيل العديد من المواقع الأثرية والدينية بما يشمل القدس كمواقع إرث عالمي في اليونسكو مما يحمي المواقع السياحية الفلسطينية من الاستغلال الإسرائيلي.
- هناك حاجة ماسة للتنسيق والتشبيك بشكل أكبر بين المستفيدين في قطاع السياحة مثل وزارة السياحة والآثار ووزارة الثقافة والشرطة والبلديات والمؤسسات غير الحكومية.
- زيادة الموارد المالية واللوجستية المتوفرة لشرطة السياحة والآثار.
- تستطيع المؤسسات الحكومية الفلسطينية زيادة الطلب على السياحة عبر تنظيم مهرجانات موسيقية وثقافية في المواسم السياحية في بيت لحم وأريحا مما قد يزيد وتيرة السياحة الوافدة ويزيد من مدة الزيارة لهذه المدن مما يشكل عائداً اقتصادياً.

وقد تقلل هذه النشاطات من سيطرة الإسرائيليين على السياحة الفلسطينية وتزيد من نسبة السياح الذين يتخذون فلسطين كوجهة أساسية.

- هناك عدد قليل من السياح الذين يعتمدون على وكالات السياحة الفلسطينية لتنظيم رحلاتهم، لذا هناك حاجة لجهود تسويقية أكبر من وكالات السياحة الفلسطينية لإحياء القطاع السياحي.

- ما يقارب ثلث السياح القادمين غير راضين عن المعلومات المرتبطة بالمواقع السياحية الفلسطينية التي يحصلون عليه قبل البدء بالرحلة. لذا من المهم وضع سياسات تزيد من نجاعة التسويق السياحي وتوفير معلومات أوسع حول المواقع الأثرية والدينية والترفيهية. بالإمكان فعل ذلك عبر المشاركة بالمعارض السياحية الدولية واستخدام الإعلام المجتمعي سيما وأن العديد من السياح يعلمون عن فلسطين ويقررون زيارتها عبر المعلومات المتوفرة من صفحات الإنترنت.

- يجب تنظيم حملات توعية عالمية لمحاربة التشويه الإسرائيلي للسياحة الفلسطينية وبالذات بما يرتبط بالأمان الشخصي، وبالإمكان الاستفادة من الإحصاءات التي تظهر التوجهات الايجابية للسياح.

- الكثير من السياح غير راضين عن نظافة المواقع السياحية وارتفاع أسعار التحف والهدايا لذا فمن المهم بناء القدرات ووضع قوانين تمنع رمي النفايات وتضمن أسعار تنافسية.

المصادر

- B>Tselem (2013) Acting the Landlord: Israel's Policy in Area C, the West Bank.
- Brida JG Carrera E and Risso WA (2008) Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth. Economics Bulletin, 3(7): 110-.
- Chowdhury MF and Shahriar FM (2012)The Impact of Tourism in a Deficit Economy: A conceptual model in Bangladesh Perspective". Business Intelligence Journal: 163168-
- KosovaVand KadiyaliR(2013) Inter-Industry Employment Spillovers from Tourism Inflows.Regional Science and Urban Economics, 43: 187428-.
- Ministry of National Economy (2011) The economic costs of the Israeli occupation for the occupied Palestinian territory.
- World Travel and Tourism Council / WTTC/ (2006) The 2006 Travel & Tourism Economic Research: Bulgaria. London . <http://www.wttc.org/2006TSA/pdf2/Bulgaria.pdf>.
- World Bank (2010) The Underpinnings of the Future Palestinian State: Sustainable Growth and
- Institutions, Economic Monitoring Report to the Ad Hoc Liaison Committee.
- فلاح، بلال (2012). السياحة في الأراضي الفلسطينية: تحليل الأهمية والأثر. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس).
- مسح نشاطات الفنادق: 1996-2102، الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

مرفقات

أ. قائمة المقابلات

التاريخ	اسم الشخص الذي تمت مقابلته	المؤسسة	
3/2/2014	تيسير عواودة منتصر تيممي وأمل شافي	شرطة السياحة والآثار	مؤسسات حكومية
	حمدان طه وصبري حميدات وجهاد ياسين وجريس قمصية	وزارة السياحة والآثار	
11/2/2014	رائد سعادة	الجمعية الفلسطينية للسياحة البديلة	مؤسسات غير حكومية
9/2/2014	رائد سعادة	الاتحاد العربي للفضاق	
10/2/2014	سمير بحبح	اتحاد المرشدين السياحيين	
5/1/2014	رجا طاهر	بلدية نابلس	بلديات
4/1/2014	حمزة دالية	بلدية رام الله	
8/1/2014	وثام عريقات وزاهي براهيمة	بلدية أريحا	
6/1/2014	عبد الخالق جبارة	بلدية طولكرم	

7/12/2013	إياد جمال	فندق السيزر	فنادق
7/12/2013	مورين ألبينا	فندق الموفنك	
12/2/2013	عصام حمدان	فندق البست ايسترن	
4/1/2014	محمد خلف	فندق الجراندي بارك	
8/1/2014	لما نجيب	فندق الانتركونتيننتل	
4/12/2013	أشرف أبو خضر	فندق الياسمين	
4/12/2013 ط	خالد ياسب	بيت الشام	
4/12/2013	أنور عبد القادر	فندق السلام	
4/1/2014	رجا عياد	راحة للسياحة	
21/12/2013	طلعت المغربي	بنا لاند	
4/12/2013	محمد ناصر المدني	دبي للسياح والسفر	
4/12/2013	علي مقبول	وكالة المدينة للسياحة	
7/12/2014	علي قباجة	ترافل للسياحة	
2/2/2014	محمد عطية	هلا للسياحة	
10/2/2014	منيف الأطرش	صندوق الاستثمار الفلسطيني	مؤسسات أخرى

المنهجية البيانات التي تم استخدامها لاستكشاف خصائص السياحة مبنية على مسح لعينة عشوائية للسياح القادمين، مجتمع البحث مكون من السياح القادمين بما يشمل السياح من الفلسطينيين حملة الجوازات الإسرائيلية الذين زاروا الضفة الغربية في الفترة ما بين 14-30 من شهر نيسان من عام 2014. أما العينة فهي عينة عشوائية منتظمة من السياح القادمين، والطبقات هي المحافظات التي بها المواقع السياحية الرئيسية وهي نابلس ورام الله وبيت لحم والخليل وأريحا والقدس وطولكرم، وأما أوزان العينة فتختلف مع التركيز على المحافظات السياحية.

الجدول (1): توزيع وزن العينة:

المحافظة	النسبة
القدس	26.6
رام الله	9.84
بيت لحم	21.06
طولكرم	5.87
نابلس	10.04
الخليل	9.84
أريحا	16.75
مجموع عدد السياح	1534

إن الحجم الحقيقي للعينة هو 1534 سائح قادم وتركزوا في الفنادق والمواقع السياحية والسوق. وفي كل موقع جمع بيانات تم أخذ عينة من السياح القادمين. يظهر الجدول رقم (2) الحصة الأكبر من السياح الذين تمت مقابلتهم في الفنادق والسوق. أما بالنسبة لجودة البيانات، فلا مناص من نسبة الخطأ (الفرق بين النتائج المتوقعة للعينة والمجتمع المستهدف)، نظرا لاعتمادنا على عينات. إلا أن اختيار العينة من مواقع مختلفة تعكس المواقع السياحية المختلفة يقلل من نسبة الخطأ الإحصائي.

أما بالنسبة للأخطاء غير الإحصائية (أخطاء فريق البحث في التعامل مع جمع البيانات وتوثيقها). فإن فريق المسح عمل عدة إجراءات للتقرير منها بما يشمل ترجمة الاستمارة لـ 8 لغات مختلفة لضمان فهم الأسئلة، كما وقام الفريق بعمل 6 ساعات تدريبية لتجنب الأخطاء في جمع البيانات. إن نسبة عدم الإجابة كانت 25%، إلا أن هذا لا يشكل مشكلة إحصائية.

الجدول (2) حصة عينة السياح في مواقع الضفة الغربية.

النسبة	موقع جمع البيانات
24.95	فندق
13.25	موقع ديني
16.41	موقع أثري
31.2	سوق
8.34	مطعم، مقهى، موقع ترفيهي
4.77	مسار تاريخي
1.08	مواقع

خلفية عامة عن مشروع تنمية السياحة المستدامة:

تم تنفيذ المرحلة الأولى من «مشروع تنمية السياحة المستدامة من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص في فلسطين» في محافظة أريحا، بين عامي 2009 و 2012، وكان هدفها الرئيس إنشاء نظام للسياحة المستدامة. وفي حزيران 2013 بدأت المرحلة الثانية من المشروع الذي تنفذه وزارة السياحة والآثار، بتمويل ودعم فني من الوكالة اليابانية للتعاون الدولي (جايجا). الهدف الرئيس للمشروع هو المساهمة في تنمية السياحة في فلسطين، ما يؤدي إلى تطوير نوعية الحياة اجتماعيا واقتصاديا، من خلال السياحة المجتمعية التي تشمل إشراك المجتمعات المحلية والمؤسسات الرئيسية بوصفها شريكة أساسية ومستفيدة في آن معا. وبناء على التجربة الناجحة والدروس المستفادة من المرحلة الأولى، تأتي المرحلة الثانية من المشروع لتستهدف خمس محافظات أخرى وهي: نابلس، وطولكرم، وبيت لحم، والخليل، ورام الله والبيرة، بالإضافة إلى أريحا، من خلال استخدام نهج أكثر شمولاً لتحقيق الأهداف الرئيسية للمشروع.

يتبنى هذا المشروع نهجا تشاركيا يتناول جميع الفاعلين ذوي العلاقة في قطاع السياحة، ويعتمد على أساليب وتقنيات تحليلية علمية في وضع أنشطته وتنفيذها. ويوفر المشروع فرصة فريدة للاستفادة والتعلم من تجربة المرحلة الأولى، مع مراعاة خصوصيات كل منطقة من المناطق المستهدفة. وفي ضوء ذلك، يعمل المشروع مباشرة مع المجتمع المحلي ومع ممثلي المؤسسات الرئيسية والفاعلة ذات الخبرة في المناطق المستهدفة، لتلبية الاحتياجات المحددة من خلال بذل جهود تعاونية، وتحسين مستوى التشبيك، وتعزيز الشراكات، وضمان التكاملية في الأدوار والمسؤوليات بين شركاء المشروع.

تعتبر فلسطين أحد أهم الوجهات السياحية في الشرق الأوسط التي يقصدها السياح، أساسا من أجل الحج إلى الأماكن المقدسة. إلا أن فلسطين تضم العديد من المواقع الطبيعية والثقافية الأخرى ذات الأهمية، فضلا عن غناها الثقافي والتراثي الذي يزخر بالفرص لتطوير سياحة مستدامة. وبوصفها بلدا ما زال في طور بناء مؤسساته وتطوير مختلف قطاعاته، فإن السياحة تتطوي على أعظم الفرص للمساهمة في تعزيز الاقتصاد الفلسطيني. وفي خطوة أولى، كان لا بد من إجراء مسح يعكس حالة السياحة في فلسطين، من أجل جمع المعلومات اللازمة عن مواضيع تشمل البنية التحتية، والخدمات، والقدرات البشرية التي لدى القطاع السياحي، ومساهمة هذا القطاع في التنمية المحلية. وكان لا بد أيضا من إجراء مسح للزوار لتحديد ما يجذبهم، ومستوى رضاهم وتوقعاتهم فيما يتعلق بالمرافق والخدمات. ويجري استخدام نتائج هذين المسحين والبيانات التي تم جمعها، للاسترشاد بها في أنشطة المشروع وفي خطط واستراتيجيات تنفيذه.

ونظرا لموقع فلسطين الجغرافي الاستراتيجي، وبوصفها أيضا وجهة رئيسة للحج، كانت فلسطين على مر القرون وما زالت، ساحة للتفاعل واللقاء ما بين الثقافات والحضارات المختلفة. لذا فإن التعاون مع البلدان المجاورة في دعم التنمية السياحية من خلال زيادة تدفق السياح إلى فلسطين، يشكل أحد المكونات الهامة للمشروع الحالي. كما أن الترويج لفلسطين باعتبارها مقصدا سياحيا من خلال توظيف استراتيجيات وأدوات جديدة، هو أمر ضروري لتغيير الصورة السلبية لفلسطين في الإعلام. وتقوم مجموعة عمل الترويج المشكلة من ممثلين عن اتجاهات سياحية مختلفة، ومن خبراء في الترويج، بتقديم المشورة إلى فريق المشروع حول استراتيجياته الترويجية. يعتمد المشروع إستراتيجية ترويج تستند إلى إعلام العالم بأهم مواقع الجذب السياحي في فلسطين، وتسهيل وصول السياح إلى المعلومات السياحية ذات الصلة، من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وتعزيز القدرات المحلية في مجال الترويج السياحي، وتوسيع السوق السياحية الحالية للحج، واستكشاف أسواق سياحية جديدة، وتعزيز الأساليب والمهارات المجتمعية في مجال الترويج.

جرى مثلا إنتاج كتيب بعنوان «أهلا وسهلا في فلسطين، ملتقى الحضارات»، للترويج لفلسطين بإبراز معالمها السياحية الرئيسية، حيث شمل التاريخ والآثار، والأرض المقدسة، والتراث العالمي، والمأكولات التقليدية الفلسطينية، والحرف اليدوية، والثقافة، إلخ. ويجري إصدار هذا الكتيب باللغات الإيطالية، والروسية، والأسبانية، والألمانية، إلى جانب الإنجليزية، واليابانية. كما يجري أيضا إنتاج خمسة كتيبات أخرى لمواضيع مختلفة، بهدف ترويج ما تتميز به فلسطين من ثقافة، وطبيعة، ومأكولات تقليدية، وتاريخ، وآثار، وأماكن مقدسة.

ولما كان الترويج في غاية الأهمية لفلسطين، فإن من الضروري أيضا مواصلة تطوير ما يلزم من بنية تحتية، وخدمات، ومنتجات سياحية، من أجل تلبية توقعات السياح وتقديم مستوى عال من الخدمات. ولا بد من الإشارة إلى أن السياحة المجتمعية تعتمد على المجتمع المحلي في تطوير السياحة محليا، من خلال مشاركته الفعالة في عمليات التنمية السياحية المختلفة. ومن الاحتياجات الأساسية للسياحة الناجحة في المناطق المستهدفة، وجود لافئات، ومراكز استعلامات سياحية، وأدلاء سياحة محليين مدربين. كما أن المشاريع التجريبية في مجال السياحة المجتمعية، تمكن المجتمعات المحلية من توظيف الموارد السياحية المتاحة لتوليد الدخل، الأمر الذي يؤدي إلى تحسين ظروفها الاجتماعية والاقتصادية، وفي الوقت نفسه، تحسين جودة الخدمات والمنتجات السياحية.

يضع المشروع بين أيديكم هذه الدراسة لتكون مرجعا للمشاريع المستقبلية والمبادرات الإنمائية. ففي أكتاف فلسطين ثروة سياحية غنية ومتنوعة، وأصحاب مصلحة نشيطون بوسعهم أن يتشاركوا سوية ومع المجتمعات المحلية، بهدف تحسين جودة الخدمات السياحية، ما يسهم في خلق سياحة مستدامة في فلسطين رغم كل التحديات القائمة.

مركز دراسات التنمية

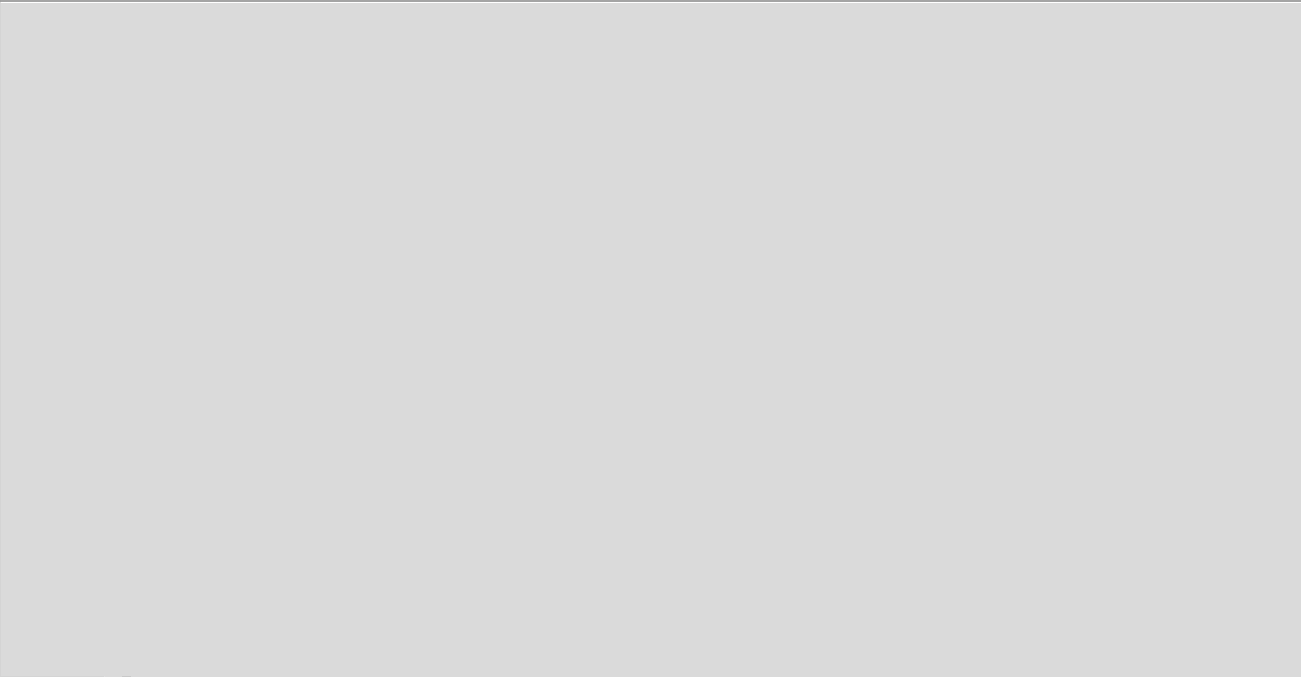
تأسس المركز في عام 1997 كبرنامج بحثي متخصص في الدراسات التنموية. يهدف المركز الى تعميق مفاهيم التنمية وربطها بسياقها العملي من خلال تقديم أطر نظرية ومفاهيمية تتحرى واقع التنمية في فلسطين. وهذا يشمل دراسة التفاعلات بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للتنمية. فضلاً عن دراسة بنى السلطة والسيطرة القائمة التي تحول دون تحقيق وتنمية مستدامة ارتباطا بالسياق الذي يفرضه الاحتلال عليها. فمنذ الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية عام 1967 فرضت قيود مشددة على حق المجتمع الفلسطيني بالتنمية. يرى مركز دراسات التنمية أن الأكثر تعبيراً عن التنمية في فلسطين هي استراتيجيات الصمود والبقاء، وإنتاج بدائل محلية لبنى القوى المهيمنة وبالإضافة الى ذلك فان المركز يسعى الى توفير إطار مؤسساتي يمكن من خلاله النظر في جميع القضايا ذات الصلة بالتنمية وبحثها ومناقشتها وذلك بهدف توفير التوجيه والمساعدة العلمية لصناع القرار.

يحاول مركز دراسات التنمية من خلال جمعه بين الأبحاث الأكاديمية والنشاطات المجتمعية أن يعزز الربط المحكم بين النظرية والممارسة التنموية اذ تشمل أنشطته في هذا المجال الندوات وورش العمل، والمسوح الميدانية والدراسات التقييمية، وتقييم الاحتياجات. فمن ناحية يعمل المركز على عدد من المشاريع البحثية في شتى المجالات التنموية بالتعاون والتنسيق مع مؤسسات محلية ودولية. ومن ناحية أخرى ينفذ المركز عدداً آخر من المشاريع المجتمعية التي تهدف الى تمكين الفئات المهمشة ودمجها في عملية التنمية.

Mapping Tourism in Palestine Analytical Report

Belal Fallah

2014



The Research Team:

Principle Researcher

Billal Fallah

Research Coordinator

Ayman AbdulMajeed

Research Assistant

Sari Shaqor

All rights reserved. Copyright © The Centre for Development

Studies (CDS) – Birzeit University

ISBN:978-9950-334-27-4

Tel: +972 02 2982021

Fax: +972 02 2982160

Telfax Gaza: +972 08 2838884

Email: [cgs@birzeit.edu](mailto:cds@birzeit.edu)

[Hptt://home.birzeit.edu](http://home.birzeit.edu)

P.O.BOX 14 Birzeit Palestine



In Partnership with
PSTP
PROJECT FOR SUSTAINABLE TOURISM
DEVELOPMENT THROUGH
PUBLIC – PRIVATE PARTNERSHIP IN PALESTINE



Preface Center for Development Studies

This study stems from deep belief endorsed by experience and work, and it is of utmost importance that our studies and projects include the various development issues in the Palestinian society. This is due to the commitment of the Center for Development Studies (CDS) to its' vision towards development issues in the past, present, and future.

In this context, this study focuses on the present reality of tourism in Palestine, including the various issues related to the tourism sector; such as the main indicators for touristic activities in Palestine, mapping touristic activities in the West Bank, and analyzing attitudes of tourists, their activities, characteristics, and their evaluation of tourism services in Palestine. In addition to studying the spending of tourists, their visits, most attractive sites and the reasons for these trends. The study also focuses on an analysis of the tourism sector through SWOT analysis in the colonial reality of Palestine, in addition to the role of community organizations such as the Palestinian Government organizations, the private sector and its' investments, and the role of the civil community. The study also draws its' visions through policy recommendations.

It is important to stress that the study based its' methodology on dialogue and discussion with many stakeholders including official institutions, such as the Ministry of Tourism and Antiquities and the team of the The Project Sustainable Tourism Development through Private Public Partnership, in addition to the Tourism and Antiquities Police. The dialogue also included many stakeholders such as service providers in small and large establishment in the tourism sector.

Data related to their work was also collected in addition to analyzing threats and challenges facing the sector, and strengths and opportunities as well. A survey that targeted 7 Palestinian governorates (Jerusalem, Ramallah, Hebron, Bethlehem, Jericho, Nablus, and Tulkarem) was also carried out.

We would like to thank everyone who participated in this study, including the various visitors of Palestine, whether Palestinian or from other countries. We would also like to thank the Ministry of Tourism and Antiquities for the support provided by their team and the project team of the project : Sustainable Tourism Development through Private-Public Partnership, and the team of

the Tourism and Antiquities Police and their support. We would also like to thank the field work team who were able to work on this project despite the challenges they faced and the long work days. We also thank the research team that worked on the project and the team of the Center for Development Studies for their work to complete this study.

Preface The Minister of Tourism and Antiquities: Palestine, Crossroads of Civilizations

On behalf of the Ministry of Tourism and Antiquities in the State of Palestine, I am pleased to introduce this Study, Mapping Tourism in Palestine: Analytical Report which is a study conducted by the Center for Development Studies of Birzeit University within the framework of the project Sustainable Tourism in Palestine through the partnership between public and private sectors and the community, carried out by the Ministry of Tourism and Antiquities Japan International Cooperation Agency (JICA) in cooperation with Private sector, municipalities, local action groups and the community.

Based on the lessons learnt from the first phase of the project conducted in Jericho between 2009 and 2012, the second phase of the Sustainable Tourism project, 2013-2016 encompasses several components, including a baseline survey, tourism promotion, development of community based-tourism, strengthening the partnership between the public and private sectors and cooperation on the regional and international level for tourism promotion. Work will focus also on new markets, including the Japanese market, with the aim to see more international tourists touring Palestine.

Palestine as a crossroads of civilizations has a rich and diverse history and culture. It is the home place of three religions and the birthplace of Jesus Christ. Its history extends more than one million years, with thousands of cultural and natural heritage sites. Moreover, the Palestinian folk heritage including craft making of wood, mother of pearl, ceramics, oral traditions, music and customs is part of this diverse national wealth.

Although Palestine at this stage of state building is still under Israeli occupation evident by borders control, streets blocks and the separation wall; tourism is regarded as one of the main economic sectors in Palestine, with a great potential for growth. However, despite political difficulties imposed by the occupation Tourism in Palestine, generates a significant economic impact, contributing to the GDP and employment.

The facts and findings of the current study are indicative of the status of tourism in Palestine which is still in need of intensive efforts in order to utilize the existing tourism resources to attract more tourists to stay in Palestine

and enjoy its unique attractions including culture, nature, holy places, food and archeology. Tourism in Palestine is a crosscutting sector bearing great potentials for economic growth. Partnerships, networking, and private sector investments utilizing the existing resources are vital to develop this sector.

I extend my gratitude to the Center for Development Studies of Birzeit University (CDS) and their research team. I would like also to thank the government of Japan for their technical and financial support. This project establishes another important cultural bridge between Palestine, Japan and the world contributing to promoting Palestine as a tourism destination attracting more tourists to stay and enjoy Palestine and its diverse riches.

**Minister
Rula Maayah**

Content of the Study

1. Introduction	18
1.1 Objectives of the report	19
2. Main Indicators of Tourism Activities in the Palestinian Territories	21
2.1 Hotel Activities	21
2.2 The Economic Contribution of the Palestinian Tourism Sector	23
3. Mapping of the Tourism Activates in West Bank	25
3.1 Distribution of Touristic Sites	25
3.2 Mapping of the touristic establishments in West Bank	28
3.3 Mapping of Festival activities	31
4. Analysis of Tourists' Characteristics and Their Activities	36
4.1 Is Palestine the Main Touristic Destination?	40
4.2 Touristic Activities	40
4.3 Tourist Spending	44
5. Evaluating Tourism Services in the Palestinian Territories- West Bank	45
6. SWOT Analysis	48
6.1 Weaknesses	49
6.1.1 The Role of the Palestinian Government	49
6.1.2 Private Sector: investment	50
6.1.3 Other aspects of weaknesses	51
6.2 Threats	52
6.3 Opportunities	53
6.4 Strength	53
7. Policy Recommendations	53

List of Tables

Table (1): Economic Indicators of the Tourism Sector in Regional countries in 2010	19
Table (2): Indicators of Hotel Activities in Palestine (1996-2013)	22
Table (3): Hotel Activities in West Bank by Region, 2013	23
Table (4): Economic Indicators of the Tourism Sector in Palestine	24
Table (5): Tourism's Main Stakeholder Institutions	25
Table (6): Distribution and type of Main Touristic Sites Across the West Bank Areas	26
Table (7): Distribution and type of Main Tourism Establishments Across the West Bank Areas-2012	28
Table(8): Type and Geographical Distribution of Museums	35
Table (9): Distribution of Spending on Touristic Activities	37
Table (10): Evaluating Criteria of the Palestinian Tourism Services	37
Table (11): Sample Weights across District	39
Table (12): Share of Sampled Tourists across Places	39

List of Figures

Figure (1): Main Purposes of Inbound Tourism-Percentage Distribution	36
Figure (2):Touristic Destination-By City	38
Figure (3): Main Purposes of Inbound Tourism-Percentage Distribution	41
Figure (4): Main Purposes of Inbound Tourism-Percentage Distribution- Arab 48 vs. Other regions	42

List of Abbreviations

Ministry of Tourism and Antiquities	MOTA
Palestinian Central Bureau of Statistics	PCBS
Center for Development Studies – Birzeit University	CDS
Japan International Cooperation Agency	JICA
Community Based Tourism	CBT
Gross Domestic Product	GDP
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats
Jericho Tourism Committee JHTC	JHTC
Network of Experiential Palestinian Tourism Organization	NEPTO
WB	West Bank
Gs	Gaza Strip
WBG	West Bank and Gaza Strip

Executive Summary

- The aim of this report is to analyze the structure of tourism sector in Palestine. In particular, the report sheds light on hotel activities, tourists' characteristics and activities, geographical mapping of the main touristic activities, and evaluation of the tourism services. This reports also carries out a SWOT analysis of the performance of the tourism sector, focusing on the effect of Israeli occupation and the role of public, civil, and private sectors. Most of the data analyzed in this report pertains to West Bank, which accommodates the location of the main touristic sites and main tourist destination. Nonetheless, due to the strict blockade that Israel has imposed since 2007, tourism in Gaza strip has totally different reality, relying solidarity visits by international supporters.
- To achieve the purpose of this study, we utilize several PCBS's tourisms surveys. We also collected data via surveying a random sample of 1534 inbound tourists distributed over a number of main touristic districts (Jerusalem, Bethlehem, Ramallah, Hebron, Nablus, and Tulkarm). This data is basically used to explore several touristic aspects, covering tourists' characteristics, organization aspects of inbound tourism, sufficiency of information regarding tourism in Palestine; tourists' spending, and evaluation of tourism services.
- The analysis of the report shows that the level of tourism activities is directly linked to the political stability, and restrictions imposed by the Israeli occupation. The data shows that demand for hotel services, rises (declines) sharply in periods with low (high) level of political turmoil. As indicated by PCBS's hotel surveys, the number of hotel guests at the end of 2013 amounted to more than half a million relative to 51 thousands in 2002 (during the Second Intifada). The same conclusion about tourism activities can be inferred when looking at other indicators, including number of hotels and hotel nights. Nonetheless, most of hotel activities are clustered in Jerusalem, Bethlehem, Ramallah, and Jericho. Still, hotel accommodation capacity of Bethlehem ranks first with a gap relative to hotels in the aforementioned cities specially in Jericho and the cities in the North.

- The economic contribution of the Palestinian tourism sector is minimal. In particular, in 2012, the GDP contribution amounted to \$326 million, constituting a GDP share of about 4 percent. The marginal contribution of the tourism sector can also be inferred from the employment contribution. Specifically, the number of workers in the tourism establishments (about 23,000) represents about 6 percent of the total establishments' workforce. In terms of number of establishments, the PCBS's 2012 tourism activity survey shows that there are 6,593 tourism establishments, constituting around 4 percent of the total establishments. Notably, restaurants and beverage serving subsector makes up the majority (68 percent) of these establishments and hire around 60 percent of the total employment in the tourism sector.
- Mapping the tourism activities in the West Bank, the report shows that archaeological, historical and religious sites are the main makeup of the Palestinian tourism. However, many of these sites, such as Mar Saba Monastery in Bethlehem, en-Nabi Musa and Qumran caves as well as the shore of the Dead Sea in Jericho, are located in area C (within the civil and security control of Israel). Israel's control of these sites has halted the effort of the Palestinian Government and the Palestinian private sector to further develop the tourism sector and maximize its economic returns. Many of the touristic sites are also located in Jerusalem, most famously is the old city and its religious landmarks (The Dome of the Rock and Church of the Holy Sepulchre). Like in area C, the Palestinian Government has no control over these sites. In addition, the stringent measures that Israel has imposed throughout the past decades have reduced the incentives of the Palestinian private sector to engage in tourism investment in the holy city. This has definitely exerted negative effects on the Palestinian tourism.
- The analysis in the report exhibits a distinct geographical distribution of various tourism establishments. In Particular, most of the hotels are located in three cities, Jerusalem, Bethlehem, and Ramallah. Moreover, renting a vehicle is mainly located in Ramallah, Hebron, Bethlehem, Jerusalem, and Jenin. Markedly, the tourism sector in the Palestinian territories is short of entertainment and artistic activities, representing only 3 percent of the total tourism establishments. Still, these activities

are geographically clustered in Ramallah and Jerusalem. However, touristic manufacture establishments (wood, ceramics, glass and other) are clustered in Bethlehem and Hebron, while tour operators are mainly located in the populous cities (Ramallah, Jerusalem, Bethlehem, Nablus, Hebron, and Ramallah), reflecting high local demand to outbound tourism activities.

- Notably, Jericho, a main touristic city is still in need of tourism facilities despite the improvement over the last years. In particular, the number of tourism establishments amounts to less than 2 percent of the total tourism establishments in the West Bank. Most of the tourism establishments in Jericho are either restaurants or beverage serving. Relative to other cities, Jericho is short of other types of facilities, such as entertainment and creative activities. Plausibly, this has negatively affected the demand of hotel accommodation services in the city.
- The mapping of festival activities shows that cultural, folkloric, and musical events are the most popular. These events are mainly intended to attract local audiences and are mainly clustered in Ramallah, Jerusalem and Bethlehem. Populous cities like Hebron or Nablus host only few. In addition, museums are mostly categorized as archaeological or folkloric and mainly located in Jerusalem, Ramallah, and Bethlehem.
- This study shows interesting characteristics of the inbound tourists. European tourists represented the greatest share relative to other regions. Most of the inbound tourists are about middle age cohort with a median age of 37. In terms of trip planning, this study points out that about one third of inbound tourists have organized their trips to Palestine individually while the remaining tourists have utilized tour agency services. The results,, obtained from the from the inbound tourist survey, also show that Palestinian tour agencies play a minor role in expanding inbound tourism. Specifically, only about 10% of the sampled tourists indicated that they arranged their travel to Palestine via Palestinian tour agencies. To shed light on the effectiveness of the Palestinian marketing efforts to enhance inbound tourism, this study investigates whether information related to Palestinian touristic sites that inbound tourists obtain prior to their trip is satisfactory. The study

also shows that Palestine is not the main touristic destination for many tourists. In terms of the main factors that contribute to tourists' decision to visit the Palestinian territories. Clearly, a recommendation by a friend represented the main influencing factor. In addition, this study shows that Palestinian tour agencies contribute minimally to encourage inbound tourism.

- A main factor that precludes the expansion of Palestinian tourism is the Israeli occupation. Israel currently controls borders and main touristic sites in Jerusalem and in Area C. This study sheds light on other negative impact of the Israeli occupation, namely distorting the touristic image of the Palestinian tourism. The data shows that about 23% of the inbound tourists indicated that they were warned by Israeli tour agencies or tour guides about their safety concerns if visiting the Palestinian territories. Also, about 16% were advised not to visit the Palestinian territories.
- This study also identifies several aspects of tourism activities. Specifically, religious and entertainment activities constitute the main purpose of the Palestinian inbound tourism. Regarding the main touristic activities, religious sites are the most visited followed by archaeological, historical and natural sites, respectively. In terms of trip duration, close to 60 % of the sampled tourists spent less than a week visiting the Palestinian territories. Markedly, more than half of this section of tourists stayed a day or less. Also, the median spending of tourists is \$1,055. The main spending categories are accommodation and shopping.
- A main section of this study is devoted to evaluate the Palestinian tourism services. The results show that tourists' overall satisfaction level is well above the average. Tourism aspects that received high evaluation level are safety, hospitality and socializing with local citizens, well treatment by shop owners and employees and learning experience about the Palestinian culture. The evaluation criteria that received the least scores are prices of souvenirs and gifts and cleanness of touristic sites. Overall, the overwhelming majority of inbound tourists have enjoyed their trip to the Palestine. Another evaluation criterion that this survey utilizes is asking the sampled tourists about revisiting the Palestine. The data shows that 87 % indicated that they would indeed

pay another visit if they get the chance. Consistently, the data shows that about 45 % indicate that their current visit is not the first. The sampled tourists were also asked whether they would advise their friends to visit the Palestine. Supporting the aforementioned positive evaluation, 91% of them indicated that they would.

- The SWOT analysis reveals that the main strength for the tourism sector hinges on the abundance and rich variety of touristic sites, mainly the famously religious and archaeological landmarks in Jerusalem, Bethlehem, and Jericho as well as the richness of the Palestinian culture. The other main strength is the recent interest of the Palestinian private sector to extensively invest in the tourism sector.
- The Palestinian tourism sector suffers from a number of weaknesses. The main weaknesses are related to the role of the Palestinian Government in developing the tourism sector, including: insufficient financial resources that the Palestinian Government allocates to the tourism sector, poor strategic planning, outdated tourism laws and regulations, lack of qualified human resources, lack of effective programs and resources to locally and internationally promote tourism in Palestine..
- Other weaknesses are related to insufficient private sector investment. Commonly, a great deal of private investment has been allocated to the hotel sector in Bethlehem and Ramallah, leaving Jericho behind with relatively insufficient facilities and tourism infrastructure. Other weaknesses are related to branding tourism in Palestine only as religious and with little attention to the potential of other touristic resources, including archeology and culture. Moreover, most of folkloric and cultural festivals and events are clustered only in limited places, mainly in Bethlehem and Ramallah. To overcome this weakness, more efforts must be exerted to boost local tourism hinges on organizing festivals in other populous cities, such as Hebron and Nablus.
- The main opportunities available to the Palestinian tourism sector are related to the recent recognition of Palestine as a UN non-member state. This surely allows the Palestinian Government to register many of the archaeological, natural and religious sites at the UNESCO's world heritage list, which should help restrain the continuous Israeli

exploitations of these sites. The other opportunity is related to the growing interest of the international donors to develop and invest in the tourism sector. There is also a rising interest in alternative and experiential tourism, both politically (conscientious tourism) as well as in terms of other forms of tourism, such as hiking, mountain biking and rock climbing.

- As for threats, the prolonging Israeli occupation remains the main restricting factor to develop the Palestinian tourism sector, mainly via: imposing strict restrictions that halt developing the tourism facilities in Jerusalem, controlling area C, controlling border crossings and not allowing the Palestinian Government to issue entry visas to the Palestine, and controlling the flow of inbound tourists as most of trips are organized by Israeli companies.
- Relying on the descriptive analysis of the recent tourism activities and the SWOT analysis, the report proposes several recommendations that mainly aim at enhancing the level of tourism activities in the Palestine, improving the performance of the public sector, and increasing incentives of the private sector to invest in the tourism sector mainly in Jericho, among other policy recommendations.

1. Introduction

The Development of the tourism sector, mainly in countries with abundance of touristic resources, has always been at the center of policy makers' interest. Mounting studies have documented the economic significance of tourism. This includes increasing national income, generating employment, raising foreign currency reserves, and decrease of budget deficits (WTTC, 2006; Chowdhury and Shahriar, 2012). Other economists also show that expanding the tourism sector further enhances income and employment growth via indirect (forward) linkages. Specifically, the increase in income that is directly generated from the tourism activities would increase the demand for goods and services produced in other sectors, such as services, construction and manufacturing (Brida et al 2008; Kosova and Kadiyali2011).

Palestine is rich of touristic resources. Religious landmarks such as Al-Aqsa Mosque and Church of the Holy Sepulchre in Jerusalem as well as the Church of Nativity in Bethlehem are destinations to millions of monotheists from all over the world. Also geographical location (neighboring other touristic countries: Jordan, Lebanon and Egypt) and various archaeological sites have made Palestine a unique touristic place. Famously, Jericho, the oldest city in the world, with the mild winter climate, rich archaeological land marks (Hisham's palace and Qumran caves), and bordering the Dead Sea and the Jordan valley is an ideal destination for winter tourism.

Despite the abundance of touristic resources with great potentials, the economic performance of the Palestinian tourism sector is very low. Specifically, Table (1) compares Palestine's tourism performance in 2010 with other neighboring countries using several indicators, including number of inbound tourists and contribution to GDP. Data in Table (1) clearly shows that Palestine scored the lowest. The reason basically hinges on the prolonged Israeli occupation since 1967, as shown below, as well as factors related to deficiencies in investment, lack of policy orientation, and weak structure of the tourism industry (see below).

Table (1): Economic Indicators of the Tourism Sector in Regional countries in 2010.

Indicators	Palestine	Lebanon	Jordan	Israel	Egypt	Syria
Inbound tourists	577	2,120	7,348	2,753	14,900	7,950
GDP Contribution (%)	4	37.6	20.4	6.3	12.9	12
Employment Contribution (%)	2	3.8	18.8	7.8	10.9	12.5

Data source: World Travel and Tourism Council (www.wttc.org)

1.1 Objectives of the report

- Display and discuss the main recent indicators of the tourism sector, focusing on the trend of the inbound tourism, hotel activities tourism, characteristics of inbound tourists, tourist spending, and direct economic contribution.
- Explore the organizational aspects of inbound tourism, highlighting trip planning, tour motivation, main trip destination, trip duration, visited Palestinian cities, purpose of trip, and touristic activities.
- Map the main touristic activities in the West Bank. These include the distribution of touristic facilities, such as manufactures of touristic items, restaurants, travel agencies, and entertainment activates. This is in addition to list of main museums and festivals activities.
- Evaluate tourism services including accommodation, food and beverage, shopping, tour guiding, as well as sufficiency of information regarding tourism in Palestine.
- Carry out a SWOT analysis of the tourism sector in the Palestine focusing on the effect of the Israeli occupation, the role of public, civil, and private sectors.
- Based on the findings of the report, recommend policies to revive the tourism sector in the Palestine.

Most of the data analyzed in this report pertains to West Bank; the location of the main touristic sites and main tourist destinations. Nonetheless, due to the strict blockade that Israel has imposed since 2007, tourism in Gaza strip has a totally different reality, relying solidarity visits by international supporters. Data on hotel activities and touristic facilities is basically obtained from PCBS's tourism

surveys. Nonetheless, data covering other touristic aspects, including tourists' characteristics, tourists' spending, trip organization, tourism activities, and the evaluation of touristic services is based on surveying a purposive sample of 1553 inbound tourists, hereinafter inbound tourist survey, who visited West Bank during the period of 14-30 of April 2014 (see the appendix for the methodology).

The outcome of this report would hopefully help devise policy recommendations to further develop tourism in Palestine and maximize its economic outcome. Developing the tourism sector is vital to the Palestinian economy as it substitutes other economic growth conducive factors such as oil and gas, which Palestine lacks. Moreover, generating job opportunities in local labor markets might also rely on expanding the tourism sector, mainly in the light of recent downsizing of the manufacturing sector.

In what follows, section 2 displays the main tourism indicators in the aftermath of establishing the Palestinian Government. The indicators provide information about trend in hotel activities, nationality of the hotel guests, and famous touristic destinations in the West Bank. Section 2 also briefly discusses the direct economic contribution of the Palestinian tourism sector. Section 3, however, maps the main touristic activities in the West Bank, focusing on local festivals and cultural activities, main touristic sites, and distribution of museums. Section 4 discusses characteristics of tourists, focusing on nationality and age. This section also explores organizational aspects of inbound tourism, highlighting trip organization, tour motivation, main trip destination, trip duration, visited Palestinian cities, purpose of trip, and touristic activities. Section 5 evaluates the tourism services, covering aspects like safety, hospitality of local citizens, accessibility to touristic sites, quality of accommodation, quality of food and beverage services, sufficiency of information available to inbound tourists prior to their trip, fairness of prices, cleanness of touristic sites, professionalism of police officers and tour guides, and level of satisfaction of the cultural experience. Section 6 conducts SWOT analysis, focusing on the role of public sector, Mainly MOTA and the private sector. . Finally, Section 7 concludes with policy recommendations.

2. Main Indicators of Tourism Activities in the Palestinian Territories

2.1 Hotel Activities

This section discusses important indicators regarding trend of tourism activities including changes in demand of hotel during the 1996-2013. In addition, the analysis provides descriptive statistics about economic contribution of the tourism sector, highlighting the size of the tourism sector in terms of number of establishments, work force, and production. The source of data is PCBS's 1996-2013 hotel activity survey and 2012 establishment survey.

Table (2) displays several indicators regarding hotel activities and it clearly documents an exponent growth of hotel activities during the 1996-2000 period. For example, the number of hotel guests rose from about 230,000 to 336,000. The same conclusion can also be drawn from other indicators including number of hotels, occupancy rate, number of rooms, number of beds, and number of hotel guests. The expansion of the tourism sector can mainly be attributed to the atmosphere of peace and hopes of solving the Israeli-Palestinian struggle following the signing of Oslo accords and establishing the Palestinian National Authority in 1994. However, as the Second Intifada erupted at the end of 2000, waves of political upheaval, as well as strict closure across the Palestinian cities had substantially decreased the demand of hotel services. At the end of 2002, the number of hotel guests hit a low of 51,357. Nevertheless, the gradual restness of the political situation prevailing by the end of 2004, allowed the demand for tourism activities to gradually catch up and expand to levels that exceeded that of the pre-Second Intifada period. Evidently, the number of hotels rose from 72 in 2002 to 113 by the end of 2013, with the number of guests exceeding half a million. The drastic volatility in hotel activities during the 1996-2012 period reflects the effect of the political environment on the tourism sector in Palestine.

Table (2): Indicators of Hotel Activities in Palestine (1996-2013)

Year	No. of Hotels *	No. of Rooms**	No. of Bed**	No. of Guests	No. of*** Guest Night	Room Occupancy** (%)
2013	113	5,890	13,458	600,362	1,467,709	24.8
2012	98	5,203	11,883	575,495	1,336,860	29.1
2011	103	5,528	11,689	510,435	1,254,496	26.1
2010	95	4,929	10,543	577,383	1,285,661	35.4
2009	100	4,552	9,815	452,625	1,042,290	32.5
2008	87	4,346	9,466	446,133	1,127,286	35.9
2007	82	4,109	9,088	315,866	673,458	25.1
2006	79	3,897	9,429	151,801	383,603	15.8
2005	77	3,648	7,732	131,908	350,219	15.5
2004	80	3,554	7,575	100,184	268,695	12.1
2003	75	3,050	6,620	62,812	199,275	12.2
2002	72	3,098	6,473	51,357	169,641	9.8
2001	84	2,860	6,240	60,208	184,857	10.6
2000	106	4,708	10,063	335,711	1,016,683	31.5
1999	91	3,781	8,053	316,949	895,540	35.3
1998	92	3,682	7,986	214,220	601,085	26
1997	85	3,425	7,419	220,850	639,344	29.3
1996	72	2,926	6,434	229,712	736,428	38.2

Source: Hotel Activity Survey, 1996-2012, PCBS

* Based on the number of hotels at the end of the year.

**Based on the monthly average throughout the year.

*** Based on the yearly total number.

Table (3) displays data about the regional distribution for the demand of hotel activities in 2013. In terms of number of hotels, south of West Bank (mainly in Bethlehem) comes first with 34 hotels. Middle of West Bank (Ramallah and Jericho) comes second with 34 hotels followed by Jerusalem with 28 hotels, while Northern West Bank comes last with 16 hotels. Markedly, the capacity of Bethlehem hotels is the largest. In particular, the quarterly average number of room in Bethlehem hotels (2558) exceeds that of Jerusalem or Ramallah and Jericho by 60 percent (see also differences in number of beds). Differences in hotel rates may, at least partially explain differences in the occupancy rate. Specifically, the hotel rate (per night) in Jerusalem ranges between \$150

to \$250. Still, in Bethlehem is amounts to as low as \$40 - \$50. Worth noting, the decrease of hotel capacity in Jerusalem is mainly attributed to the Israeli restriction of expanding the hotel sector as well as tough competition with Israeli hotels and decrease in demand from Palestinian residents of the other West Bank cities as they are not allowed to enter Jerusalem without an Israeli authorized permit.

Table (3): Hotel Activities in West Bank by Region, 2013

	No. of Hotels*	Quarterly Average No. of Rooms	Average No. of Beds	No. of Guests**	No. of Nights**
West Bank	113	5890	13,458	600,362	1,467,709
North of West Bank	16	296	858	34,656	46,952
Middle of West Bank	34	1450	3,449	92,254	258,206
Jerusalem	28	1,586	3,510	188,752	366,124
South of West Bank	35	2,558	5,640	284,700	796,427

*Source: Hotel Activity Survey, 1996-2012, PCBS

**Based on the number of hotels at the end of the year.

**Based on the monthly average throughout the year.

*** Based on the yearly total number

2.2 The Economic Contribution of the Palestinian Tourism Sector

The economic contribution of the tourism sector in the Palestine is minimal. In particular, in 2012, its GDP contribution amounted to \$326 million, constituting a GDP share of about 4 percent. At the subsector level, accommodation, restaurants and beverage serving are the major contributors of the tourism's total value added (Table 9). The marginal contribution of the tourism sector can also be inferred from the employment contribution. Specifically, the total workforce employed in the tourism establishments (about 23,000) represents 6 percent of the total establishment workers.

In terms of number of establishments, the PCBS's 2012 tourism activity survey shows that there are 6,593 tourism establishment (see Table 9), constituting around 4 percent of the total establishments in the Palestine. Table (9) also displays the distribution of the tourism establishments by the type of activities. Notably, restaurants and beverage serving subsectors make up the majority (68 percent) of these establishments and hire around 60 percent of the total employment. Retail sale of souvenirs, renting cars, and travel agency come next, making all together about 13 percent of the tourism establishments and hire 10% of the total tourism employment. On the other hand, hotels, which represent less than 2% of total tourism establishment, hire about 13% of the tourism employment. Nevertheless, local touristic manufactures are basically composed of wooden antiquities, occupying a small portion of the tourism establishments and total employment (3 and 2 percent, respectively).

Table (4): Economic Indicators of the Tourism Sector in Palestine

Tourism Activity-	No. of Ent.	No. of Em- ployed Persons	Gross Value Added
Manufacture of wooden antiques	229	670	6340.7*
Retail sale of souvenirs, craftwork and religious articles	283	795	10804.2
Passenger road transport by scheduled long-distance bus services	54	556	10505.9
Accommodation activities	117	3,075	106252.6
Restaurants, Beverage serving	4,455	13,478	122,097
Renting and operational leasing of passenger cars (without drivers)	270	735	19645.2
Travel agency and tour operator activities	277	838	16071.7
Creative, arts and entertainment activities	73	362	2241.1
Other amusement and recreation activities	824	2,461	31624.9
Other tourism activities	11	40	618.1
Total	6,593	23,010	326201.7

*Thousands of Dollars

Source of data: Tourism Activity Report, 2012.

3. Mapping of the Tourism Activities in West Bank

The aim of this section is to map the tourism activities across the West Bank. This includes main institutions (public, private, and NGOs) involved in tourism, main touristic sites, type of the tourism establishments, festivals (cultural/musical) events, and museums. We start with displaying tourism institutions operating in the West Bank (Table 5).

Table (5): Tourism’s Main Stakeholder Institutions in Palestine

Public Sector	Private Sector	NGOs
MOTA	Arab Hotel Association (AHA)	Network for Experiential Palestinian Tourism Organization (NEPTO) Hebron Rehabilitation Committee (HRC) RIWAQ
Ministry of Planning and Administrative Development	Arab Tourist's Guides Union (ATGU)	Center for Cultural Heritage Reservation (CCHP)
Ministry of Culture	Arab Tourist Restaurant Association (ATRA)	
Tourism & Antiquities Police	Palestine Investment Fund (PIF) Holy land Incoming Tour Operators Association (HLITOA) Palestinian Society of Tourist and Travel Agents (PSTTA)	
Municipalities	PADICO Holding	

3.1 Distribution of Touristic Sites in Palestine

Table (6) shows that archaeological, historical and religious sites are the makeup of Palestinian tourism. However, many of these sites, such as Mar Saba Monastery in Bethlehem, en-Nabi Musa and Qumran caves as well as the shore of the Dead Sea in Jericho are located in area C, under the Israeli control. Moreover, many of the touristic sites are located in Jerusalem; most famously, the old city and its religious landmarks (The Dome of the Rock and Church of the Holy Sepulchre). These sites are under the Israeli control, which halts the effort of the Palestinian Government and Palestinian private sector to further develop the tourism sector to maximize its economic returns. In specific, the stringent measures that Israel has imposed throughout the past decades have reduced the incentives of the Palestinian private sector to engage in tourism

investment in the holy city (Jerusalem). This has definitely exerted negative effect on the Palestinian tourism. Examples of these measures are restricting the expansion of the hotel sector, restricting access of West Bank residents to Jerusalem, as well as controlling the tourism sector by the Israeli companies.

Table (6): Distribution and type of Main Touristic Sites across the West Bank

Religious Tourism	District	Archaeological/Historical	District	Natural and Medical	District
Dome of the Rock	Jerusalem	Tomb of the Virgin Mary	Jerusalem	Jordan River	Jericho
Al-Aqsa Mosque	Jerusalem	Jerusalem castle tower	Jerusalem	Dead Sea	Jericho
Church of the Holy Sepulchre	Jerusalem				
Gethsemane Church	Jerusalem	King David's tomb	Jerusalem		
Via Dolorosa	Jerusalem	Mount of Olives	Jerusalem		
Church of Nativity	Bethlehem	Tower of David	Jerusalem		
Milk Grotto	Bethlehem	Prophet David Wells	Bethlehem		
Rachel's Tomb	Bethlehem	Solomon's Pools	Bethlehem		
Mar Elias Monastery	Bethlehem	Tell Horod	Bethlehem		
Mar Theodosius	Bethlehem	Shepherds Field	Bethlehem		
Mar Saba	Bethlehem	en-Nabi Musa	Jericho		
Ibn 'Ubid Convent	Bethlehem	Khirbetel-Mafjar (Hisham's Palace)	Jericho		
Jabal Quruntul (Mount of Temptation)	Jericho	Khirbet Qumran	Jericho		

Haram el-Khalil (Abraham Mosque)	Hebron	Tell es-Sultan	Jericho		
Wadi el-Qilt	Jericho	Hebron Old City	Hebron		
Burqin Church	Jenin	Sabastiya	Nablus		
Sheppard's Field	Bethlehem	el-Qasaba	Nablus		
Jacob's Well	Nablus	Wadi Qidron	Jerusalem		
Kirmizan Mon- astery	Bethlehem	'Imwas	Ramallah		
St. Nicholas Church	Bethlehem	en-Nabi Samwil	Ramallah		
St. George Mon- astery	Jericho	Tell Balata	Nablus		
		Hammamat el-Maleh	Nablus		
Church of All nations	Jerusalem	Pool of Siloam Silwan	Jerusalem		
Church of St. Ann	Jerusalem	Khirbet Irtah	Tulkarm		
Dormition Ab- bey	Jerusalem	Nisf Jubeil	Tulkarm		
Church of Maria Magdalene	Jerusalem	Khirbet el-Burj	Tulkarm		
Church of the Ascension	Jerusalem	Tell Abu el- 'Alayiq	Jericho		
		Khirbet Bal'ama	Jenin		
al-Masjed al- 'Omari	Jerusalem	Khirbet Susia	Hebron		
Bethphage	Jerusalem	Tell er-Rumeida	Hebron		

Source of data: internet websites.

3.2 Mapping of the touristic establishments in West Bank

The majority of the tourism establishments, as surveyed in 2012 are located in populous districts (Hebron, Jerusalem, Nablus, and Ramallah), reflecting a large local demand, mainly for restaurants and beverage serving services, which constitute the main tourism subsector (Table 7). An exception is Jenin, which accommodates a large number of tourism establishments despite its small population size. The main reason hinges on the increase in demand from Palestinians who live in Israel (holders of Israeli passports).

The data in Table (7) also exhibits a distinct geographical distribution of various tourism establishments. In Particular, most of the hotels are located in three cities, Jerusalem, Bethlehem, and Ramallah. Moreover, renting vehicle is mainly located in Ramallah, Hebron, Bethlehem, Jerusalem, and Jenin. Markedly, the tourism sector in Palestine is short of entertainment and artistic activities. In Particular, they represent only 3 percent of the total tourism establishments and clustered only in Ramallah and Jerusalem. However, touristic manufacture establishments (wood and ceramics) are clustered in Bethlehem, the main destination of religious tourism. Most of these products are handcraft, reflecting religious marks, including Christian icons and sacred sites. Tour operators are mainly located in the populous cities (Ramallah, Jerusalem, Nablus, Hebron, and Ramallah), reflecting high local demand to outbound tourism activities.

Table (7): Distribution and type of Main Tourism Establishments Across the West Bank Areas-2012

Economic Activities	Qalqilia	Salfit	Jenin	Tubas	Tulkarm	Nablus
Manufacture of other products of wood, ceramics.	3	2	10	1	10	13
Short term accommodation activities.	1	1	4			4
Restaurants and mobile food service activities.	102	40	237	35		399
Beverage serving activities.	29	26	145	11	96	33
Renting and leasing of motor vehicles	8	5	21	4	8	9

Travel agency activities			3			17
Tour operator activities	3		5	1	10	3
Museums Creative, arts and entertainment activities			6		1	6
Activities of amusement parks and theme parks	1		6	1	2	2
Other amusement and recreation activities n.e.c.	48		157	15	75	130
Total	195	74	594	68	390	616

Table (7): Distribution and type of Main Tourism Establishments Across the West Bank Areas- 2012continued

Economic Activities	Ramallah	Jericho	Hebron	Jerusalem	Bethlehem	Total establishments in WB
Manufacture of other products of wood, ceramics	7	2	38	10	185	276
Short term accommodation activities	26	5	2	40	35	116
Restaurants and mobile food service activities	396	27	292	343	171	1900
Beverage serving activities	211	33	169	123	57	878
Renting and leasing of motor vehicles	48		33	29	29	181
Travel agency activities	17		1	28	4	70
Tour operator activities	38		34	25	21	137
Museums Creative, arts and entertainment activities	15	1	5	18	5	57
Activities of amusement parks and theme parks	4	1	6	2	3	27
Other amusement and recreation activities n.e.c.	108	21	130	73	41	750
Total	870	90	710	691	551	4580

Despite its significance as a touristic destination, touristic private investment in Jericho is weak relative to other cities. Table (7) shows that the number of tourism establishments are less than 2 percent of the total tourism establishments in the West Bank. Most of the tourism establishments in Jericho are either restaurants or beverage serving. Jericho lacks other vital tourism facilities, including vehicle renting activities, travel agencies, and tour operators. Also, relative to other cities, Jericho is lagging in terms of the number of amusement and recreation activities. Most probably, this has negatively affected the demand of tourism related services, such as accommodation. A recent statistics published by the Palestinian Tourist and Antiquities Police shows that in 2012 the number of inbound and local visitors almost hit one million. Yet, most of these visitors engaged in short visits. Evidently, only about a hundred thousand have demanded accommodation services.

However, The Palestinian Government's interest to develop tourism sector in Jericho has mounted over the last years. Working closely with intentional institutions has set the stage to revive the tourism sector in the city. Worth mentioning is establishing the "Russian museum", which is now considered a main monument in the city. This is in addition to initiating a community based tourism project in association with Japan International Cooperation Agency (JICA) and MOTA. The objective of this project is to enhance sustainable tourism development through public-private partnerships. The project also aims at boosting community engagement in the tourism activities through multiple channels: capacity building; community activities support, increase public awareness, community based marketing. The main achievements of this project include:

- Establishing the Jericho Tourism Committee (JHTC), which is a platform to discuss and coordinate community-based tourism development. JHTC includes members from several public directories, including tourism, education, youth and support, culture, and municipality;
- Supporting the production of local tourism products, such as packaging honey production for tourists, training to produce mosaic products, and carrying various tourism related trainings such as local tour guiding;
- Implementing pilot programs for tourism marketing and promotion.,
- Establishing tourism information systems and facilities.

3.3 Mapping of Festival activities

The first list below describes the main annual festival activities in West Bank. The makeup of the festivals reflects various activities, including, cultural, folkloric, and musical events. These festivals are mainly intended to attract local audiences and are mainly clustered in Ramallah and Bethlehem. Populous cities like Hebron or Nablus host only few. The Second list (Table 11) provide information about the museums, their types, and geographical distribution across the West Bank areas. Most of the museums are categorized as archaeological or folkloric. The main location of the museums are mainly in Jerusalem, Ramallah, and Bethlehem.

- **Artas Lettuce Festival:** organized by Artas Folklore Centre (www.palestine-family.net) and takes place on April of every year in Artas village- Bethlehem. The festival features folkloric performances, exhibits, crafts, food, and hike.
- **Birzeit Heritage Week:** initiated by the Rozana Association (www.rozana.ps) and takes place each July in the village of Birzeit near Ramallah. The event becomes an important summer event in West Bank, which attracts thousands of people to enjoy musical performances, folkloric dances, theater play, children activities and games. Birzeit Heritage week is also famous for the exhibition that include handcrafts, Palestinian embroidery, and agricultural products.
- **Faqous Festival:** organized annually on June by the Wildlife Society in BeitSahour. This festival is part of multiple programs to market eco-tourism and raise awareness of cultural and natural heritage. The main feature of the Faqouse festival is dabkeh performances, bird watching, and natural hikes, and provides tastes of Faqous receipts.
- **Hebron Festival “Heritage & Tourism”:** organized by Hebron Association for Cultural Exchange (www.hebron-france.org). The festival takes place annually in the old city of Hebron and aims at promoting and strengthening the economy and revive the history of Hebron. The festival exhibits handicrafts, embroideries, and traditional food.
- **Maftoul Festival:** organized with Rozana Association in partnership with the MOTA, Birzeit Women Chritable Society, and the Palestinian Chefs Syndicate. The location of the festival is in Birzeit and takes place each

November. The aim of the Maftoul festival is to promote popular food of Palestine. The festival also features various social and cultural activities.

- **Olive Harvest Festival:** organized by the Environmental Education Center (www.eecp.org). The festival takes place in Bethlehem and in Ramallah between Mid of October to Mid of November of each year. The main features of the festival is selling olive products, including olive oil, wood, and soap as well as traditional food and traditional handicrafts and also featuring traditional dances.
- **Sabastiya Festival for Heritage and Tourism:** organized by Sabatiya Cultural Center (www.sabastiya.org.ps). The festival takes place each July in the town of Sabstiya in Nablus district, which is a home to a rich archaeological sites, including ancient Roman city. The festival features theater dance, handicrafts exhibitions, and traditional food.
- **Saffa Arts & Culture Festival:** organized by Hanthala Cultural Center and takes place annually on July and located in Saffa village of Ramallah. The festival features artistic performances to enrich the cultural life of residence of the surrounding areas of the village.
- **Shepherds Night Festival:** organized by several entities, namely SIRAJ, EJ-YMCA, and JAI, and PCR (www.sirajcenter.org). The festival is an annual Christmas celebration, which features music, food and local produce at the Shepherd's field in BeitSahour town near Bethlehem.
- **The Annual Grape Festival:** organized by Hebron Rehabilitation Committee (www.hebronrc.org). The festival takes place each year between September and October of each year in Hebron and exhibits various types of grapes with a rich folkloric activities and handicraft exhibition.
- **el-Qasaba International Films Festival:** organized by el-Qasaba Theatre and Cinematheque ([www.http://alkasaba.org](http://www.alkasaba.org)) and takes place each year on October in Ramallah. The festival features workshops, filmmakers, and screenings and hosts international celebrities.
- **Bird Migration Festival:** organized by Palestine Wildlife Society (<http://www.wildlife-pal.org/>). The festival takes place at the Botanical Gardens in Jericho around March and provide a unique opportunity to explore migratory route of birds across the Jordan valley in addition to enjoying other activities of tree planting and visiting archaeological sites in Jericho.

- **Canaan / PFTA Olive Harvest Festival:** organized by Cannan Fair Trade and the Palestine Fair trade Association (<http://www.canaanfairtrade.com/olive-harvest-festival.php>). The festival takes place each year on November in Burqin near Jenin. The festival provides tasting of fresh olive, olive oil and traditional food, as well as folkloric activities.
- **Christmas Celebration events:** organized by municipality of Bethlehem and takes place in Bethlehem in December of each year. Christmas Celebration features a rich program of Christian rituals, singing performances and other musical activities.
- **Contemporary Dance Festival:** organized by Ramallah Contemporary Dance Festival (<http://sareyyet.ps/festival11/?lang=en>) and takes place in Ramallah around May and April of each year. The festival hosts global dancing performances as well as featuring of community workshops.
- **Fête de la Musique:** organized by Al-Kamandjati (<http://www.alkamandjati.com/en/home/>) and takes place on June in Ramallah. The festival hosts international musicians and features contemporary and classical music.
- **International Puppet Festival:** organized by the Palestinian National Theater (<http://www.pnt-pal.org/>) and takes place in September in several cities in West Bank, including Ramallah, Nablus, and Jerusalem. The festival brings together several local and international puppeteers to entertain Palestinian Children and adults.
- **Palestine International Festival:** Organized by Popular Art Center and takes place annually on July. The Festival is considered the largest annual festival in West Bank and hosts local and international musical and dancing performances. The festival takes place mainly in Ramallah. However, the organizers have recently extended the festival to other places across the West Bank areas.
- **PalFest - Palestine Festival of Literature:** an annual event that takes place in different locations across WBG (<http://palfest.org/>). The festival hosts Palestinian and international artists. It also facilitates workshops that bring together students and academics.
- **Shashat Women's Film Festival:** takes place on each November in Ramallah. The festival is the only women's film festival across the Arab world and features screenings, discussions, panels, and workshops.

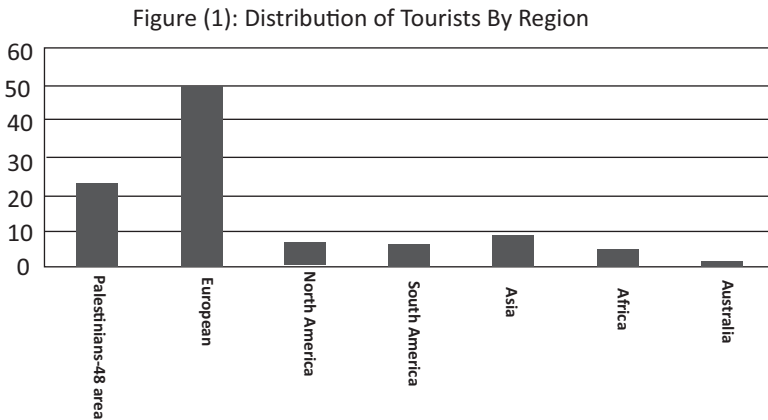
- **The Jerusalem Show:** organized by Al-Ma'mal Foundation for Contemporary Arts (<http://almamalfoundation.org/index.php>). The Jerusalem takes place in Jerusalem annually and presents performances throughout the Old City as unique actions that promote a re-reading of the city in a creatively open, accessible, and interactive manner.
- **Taybeh Festival:** takes place on November of each year in village of Taybeh-Ramallah. The festival hosts various performances of music and dances.
- **Theatre of the Oppressed:** Organized by Ashtar Theatre and features theatric performances of Palestinian and international artists.
- **Jerusalem Festival:** organized by Yabous Cultural Centre (<http://yabous.org/>) and takes place each summer in Jerusalem. It feature musical performances by Palestinian and international bands.
- **Music Holiday Festival:** organized by Al-kamandjati society and takes place each June in Ramallah. The festival features local and international musical performances, including folkloric, hip hop, Jazz, and Opera.
- **Baroque Music Festival:** organized by Al-kamandjati society and takes place each December. The festival hosts local and international musicians feature several musical performances across different areas in West Bank and Gaza.
- **Wadi esh-Sha'ir Festival:** organized by Wasel Centre for Youth Development in Anabta- Tulkarm. The festival takes place annually and features local musical and folkloric performances.
- **Right to Return Festival:** organized by ed-Dawha Children's Culture center. The festival takes place annually on Bethlehem University Theatre, featuring folkloric and musical performances.
- **Summer Nights Festival-Jerusalem:** organized by Bet Anan's Cultural Club, west of Jerusalem. The festival takes place annually and features musical and folkloric performances.
- **Wein a Ramallah:** organized by Ramallah municipality. The festival takes place annually in Ramallah and features musical and folkloric performances.
- **Jefna Apricot (Mishmish) Festival:** organized by Latin Scout Convent and Jenna municipality. This is a seasonal festival that takes place during the season of harvesting apricot and features musical performances a long with displaying agricultural products.

Table (8): Type and Geographical Distribution of Museums in West Bank.

Name of Museum	Activity	District
The Palestinian Floklore Museum	Apparel	Al-Bireh
Baituna al Talhami Museum	Apparel and Heritage	Bethlehem
Folklore museum	Handcraft	Bethlehem
Palestinian Heritage museum	Apparel and Heritage	Jerusalem
Orthodox museum	Religious Archeology	Jerusalem
Franciscan museum	Religious Archeology	Jerusalem
Islamic Museum	Archeology	Jerusalem
Armenian Museum	Archeology	Jerusalem
Hisham Palace Museum	Archeology	Jericho
Mahmoud Darwish Museum	Biography of the poet Mah- moud Darwish	Ramallah
Tulkarm Museum	Archeology	Tulkarm
Samaritan Museum	Folklore/religion	Nablus
International nativity Museum	religion and history	Bethlehem
Russian Museum	Archeology	Jericho
Dar Al-Tifl Museum	Folklore	Jerusalem
Abu Jihad Museum for Prison- ers› Affairs	Prisoners› craft reflecting resisting Israeli occupation	Jerusalem, Abu Dis- Alquds University.
Yasser Arafat Memorial Museum	Yasser Arafat Acquisitions	Ramallah
Ramallah Museum	Archaeological & ethnography	Ramallah
Museum of Ethnographic & Art Acquisitions	Archeology, ethnography, & artistic	Ramallah, Birzeit University
Bir Al-Hamam Museum	Archeology	Nablus
The Educational Museum	Ethnography & mummification	Qalqilia
Dura Museum	Archeology & Ethnography	Hebron
Al-Bad Museum	Traditional olive pressing	Bethlehem
BeitSahour Community Center	Ethnography	BeitSahour
Artas Folklore Center Tell-Balata Museum Al-Eizariya Museum Murad Castle Museum	Folklore & ethnography Archeology Archeology Archeology	Bethlehem Nablus AlEizariya- Jerusalem Bethlehem

4. Analysis of Tourists' Characteristics and Their Activities

Utilizing data from the inbound tourist survey, this section presents descriptive analysis about tourists' characteristics, trip organization, tourists' spending and the main touristic characteristics. Starting with tourists' characteristics, the data analysis shows that European tourists represent about half the inbound tourists. Tourists from countries Italy, France, Germany, and Spain constitute the greatest share of the European tourists. Tourists from historical Palestine (Palestinians with Israeli Passport) comes second in order approaching about a quarter of the sampled tourists, while tourists from Asia comes third with a small gap relative to other regions, namely Africa (5%), North America-U.S. & Canada (7%) and South America (6%) (see Figure 1).



In terms of demographic characteristics, most of the inbound tourists are close to middle age demographic with a median age of 37 years. This, however, can be explained by the linkages between age and type of tourism activities. Specifically, demand for religious tourism (a main identifier of the Palestinian tourism as shown below) increases with tourist's age. Still, the data shows some clear differences in the age distribution according mainly with respect to tourists from Africa (53 years old) and Australia (48 years old).

To explore the extent to which Palestinian tourism agencies contribute to enhancing inbound tourism in the Palestinian territories, the sampled tourists were asked whether they organized their trip to Palestine via tour agencies or individually. The data analysis shows that about one third of the inbound tourists have organized and planned their trip to Palestine via touring agencies.

Yet, when considering tourists by region, the data also, presented in Table (9) shows that most of the tourists from historic Palestine (81%) have organized their trips individually. This is probably due to proximity. This section of tourists is well informed about the geography of the Palestinian territories and can access touristic areas easily. As for tourists from other regions, about two third of European and North American tourists and about half of the tourists from South America, Asia, and Australia have organized their trips individually. On the other hand , the majority of tourists from Africa (80%) have arranged their trips via tour agencies.

Table (9): Organization of Trip: Individually vs. Tour Agency- Across Region

	Palestinian-Arab 48	Europe	North America	South America	Asia	Africa	Australia
Tour agency	19%	36%	30%	48%	54%	80%	50%
Individually	81%	64%	70%	52%	46%	20%	50%

As for those who organized their trips via tour agencies, the data in Figure (2) shows that only 10% have travelled via a Palestinian tour agency. On the other hand about 36% of the inbound tourists have organized their trip via Israeli tour agencies, while the remaining travelled via international ones. This clearly shows that the Palestinian tour agencies play a minor role in expanding inbound tourism. This can be attributed to marketing promotion deficiency due to lack of financial and human resources as well as inability of the Palestinian Government to grant entry visas to facilitate flow of tourists.

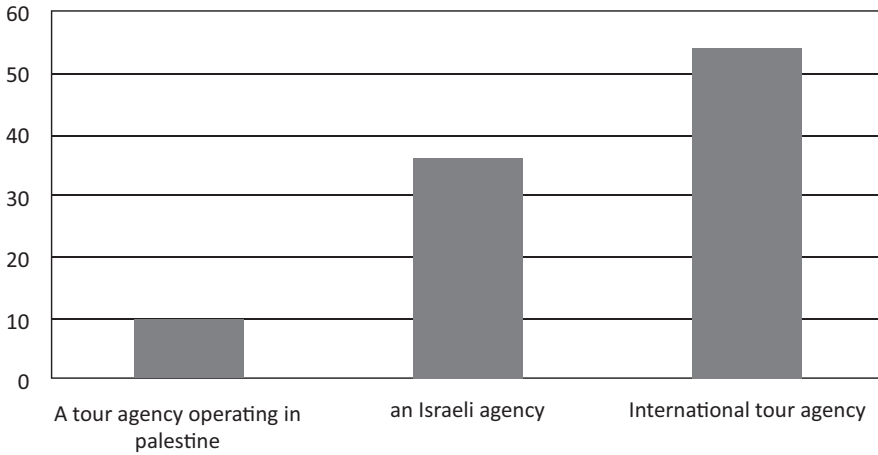
Table (10) cross tabulates tour agency classification with tourists' region of origin. This is to see cross country differences in demand for Palestinian tour agency services. The data shows that the demand is basically driven by tourists from North America, Europe, and, Australia.

Table (10) Percentage Distribution of Tourists by Region and Type of Tour Agency

	Palestine-48 areas	Europe	North America	South America	Asia	Africa	Australia
A tour agency	9%	12%	20%	0.07%	9%	0.00	16%
An Israeli tour agency	70%	19%	23%	0.48%	48%	55%	16%
An International tour	21%	68%	57%	0.45%	43%	45%	66%

On the other hand, the majority of the tourists from historic Palestine arrange their trip via Israeli tour agencies (because these agencies are their sole outlet). The data also shows that the demand for Israeli tour agencies is also driven by tourists from Asia and Africa.

figure (2) Percentage Distribution of Type Tour Agency



To shed more light on the effectiveness of marketing efforts to enhance inbound tourism, the survey investigates whether information related to Palestinian touristic sites that inbound tourists obtain prior to their trip is satisfactory. The data shows that 63% of the inbound tourists indicated that they were satisfied. Nonetheless, those who stated unsatisfactory responses were asked to identify types of touristic activities that lack sufficient information. The data shows that they mainly lack information about archaeological, religious, and entertainment sites as well as means of available transportation. Markedly, Table (11) explores the extent to which level of information is sufficient even when considering region of the tourists. The data shows that need for information about touristic sites and other touristic aspects, for those who are not satisfied with level of information, largely differ by region of tourists. For example, more than 86% of Asian tourists indicated that they need more information about religious sites relative to 60% for European tourists.

Table (11): Percentage Level of Deficiency in touristic Information by Region

Type of Information	Palesrtine-48 areas	Europe	North America	South America	Asia	Africa	Australia
Religious sites	75%	60%	73%	77%	86%	80%	60%
Archeological/ Historical sites	81%	65%	77%	86%	88%	75%	80%
Entertainment sites	74%	50%	60%	64%	57%	45%	60%
Market place/ shopping	63%	30%	49%	31%	56%	45%	40%
Accommodation	60%	49%	45%	46%	53%	50%	40%
Transportation	59%	65%	44%	61%	61%	43%	60%

Regarding the main factors that contribute to tourists' decision to visit the Palestinian territories, clearly, the data shows in Table (12) exhibits that recommendation by a friend represents that main influencing factor as indicated by 60 % of inbound tourists. Also, little over a third of the inbound tourists have made up their decision to visit the Palestinian territories through learning about Palestine from the internet. The survey also highlighted the extent to which international campaigns, lead by Palestinians, to encourage inbound tourism. The data shows that about a quarter of tourists indicated that marketing campaigns had been influential.

Table (12): Factors Affecting Tourists' Decision to Visit the Palestinian Territories

Motivation	Percent
Information from the internet	%37
Advertising campaign by Palestinian entities	%25
Recommended by a friend	%60
International tour agency	%23

4.1 Is Palestine the Main Touristic Destination?

Tourists travelling to the Middle East usually plan to visit multiple neighboring countries (Jordan, Egypt, Israel, and Palestine). Exploring whether Palestine is a main touristic destination has important implication regarding the expected economic returns to inbound tourism. It is expected that the demand for touristic services (duration of accommodation and demand for food and beverage services, as well as entertainment) increases for tourists, whose main touristic destination is Palestine. The data shows that except for the Palestinians with Israeli citizenship, about half of the inbound tourists indicated that Palestine is not the main touristic destination. Also, about two third of these tourists listed Israel on their visiting countries as oppose to 20% for Jordan, 5% for Egypt, and 13% for other countries.

Undoubtedly, the Israeli occupation has negatively affected the tourism sector in Palestine. This can be observed via controlling main touristic areas and border control. Specifically, Israel has controlled most of the touristic landmarks mainly in the Jordan valley and Dead Sea and has, to a great extent, banned the Palestinians from reaping the underlying economic benefits. Israel has also restricted the expansion of the Palestinian tourism sector via imposing several measures, including restricting hotel construction.

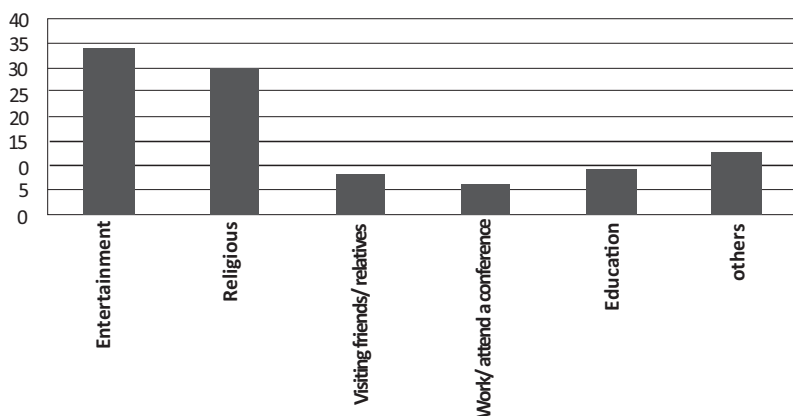
Other negative impacts include distorting the touristic image of the Palestinian tourism. About 23% of the inbound tourists indicated that they were warned by Israeli tour agencies or tour guides about their safety concerns if visiting the Palestinian territories. Also, about 16% were advised not to visit the Palestinian territories. In the same vein, close to half of inbound tourists, especially those who arranged their visit via Israeli tourist' agencies, had not recognized that the touristic sites they visited in West Bank are Palestinian.

4.2 Touristic Activities

This section identifies several aspects of tourism activities, including purpose of trip, trip duration, main trip purposes, and type touristic activities. In terms of the purpose of the trip, figure (3) shows that entertainment comes first, as indicated by one third of the tourists. Visiting for religious purpose comes next with slightly lower percent (30%). Accordingly, entertainment and religious activities constitute the main purpose of the Palestinian inbound tourism.

On the other hand, less than quarter of the interviewed tourists had referred to other trip purposes, including education, work or attend a conference, or visiting friends or relative.

figure (3): Main purposes of inbound Tourism- percentage Distribution



Source of data: Inbound Tourist Survey

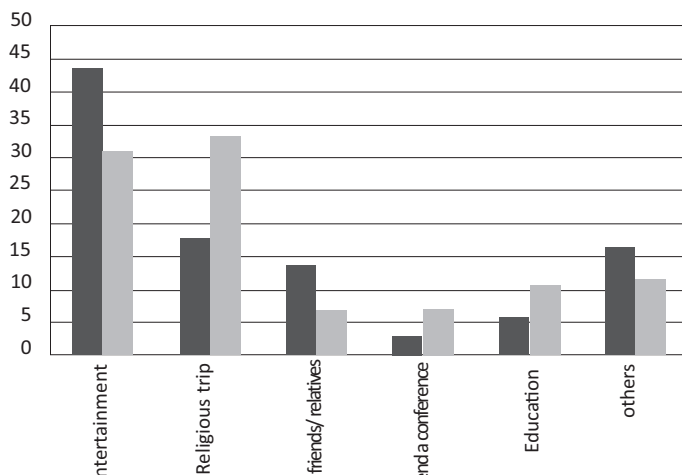
This study also classifies trip purposes by tourists’ region of origin (see Table 13). Entertainment represents the main visiting purpose for tourists from historic Palestine. The same conclusion holds for tourists from South America and Asia. Nonetheless, 60 % of European tourists, the main section inbound tourists, regard religious and entertainment motives, with similar shares, as main driving factors. As for tourists from other regions (North America, Africa, and Australia), religious activities motivate their visit to the Palestinian territories.

Table (13): Purpose of Trip By Tourists’ Region of Origin

Purpose of Trip	Arab 48	Europe	America	South America	Asia	Africa	Australia	Total
Entertainment	44%	29%	25%	61%	47%	3%	13%	34%
Religious	18	28	36	18	35	96	38	30
Visiting friends and relatives	13	8	5	7	2	1	0	8
Work/attend a conference	3	7	10	7	6	0	8	6
Education	6	13	11	6	4	0	17	10
Others	16	14	13	2	6	0	25	13

So far, we show that tourists from historical Palestine constitute a major share of inbound tourists. Also, they tend to have distinct trip purposes. To highlight this issue, Figure (4) further compare their trip purposes with all other inbound tourists. The data show that the main purpose to visit the Palestinian territories for tourists from historical Palestine is entertainment as oppose to religious visits for the remaining tourists.

figure (4): Main purposes of Inbound Tourism- percentage Distribution-Arab 48 vs. Other regions



Trip duration of inbound tourism is relatively short. Close to 60 % of them spent less than a week visiting the Palestinian territories. Markedly, more than half of this section of tourists stayed a day or less. Short trips are surely less favored as they reduce economic returns to tourism via lower demand for touristic services. At the other end of the spectrum, those staying more than a week are basically visiting the Palestinian territories either to work or study.

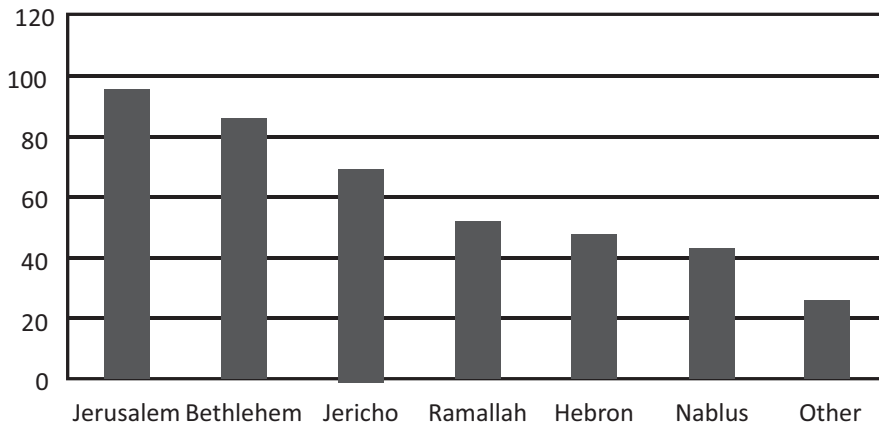
Across regions, Table (14) shows that little over half of tourists from historic Palestine and about a third of North American tourists pay a less than a day visit. At the other end, tourists with over a week of staying are mainly from Europe (36%), North America (25%) and Australia (43%), Africa (29%), and about a third of the European tourists stay over a week. In terms of types of accommodation, about 53% of inbound tourists resided at hotels relative to 25% for hostels, 14 for apartments, while the remaining (8%) resided with friends.

Table (14): Trip Duration- By Region

Period	Palestine-48 area	Europe	North America	South America	Asia	Africa	Australia
less than a day	52%	11%	32%	8%	16%	4%	9%
one day	17%	10%	9%	11%	10%	5%	17%
2 days	16%	8%	9%	6%	7%	1%	9%
3 days	7%	7%	7%	9%	6%	3%	4%
4 days	4%	9%	8%	15%	17%	4%	4%
A week	2%	18%	9%	32%	31%	53%	13%
more than a week	2%	36%	25%	18%	11%	29%	43%

As for cities that are most visited by the inbound tourists, Figure (4) shows that cities/districts with religious and historical landmarks are main destinations. Specifically, the overwhelming majority of the tourists visited Jerusalem and Bethlehem, reflecting the religious importance of the Holy Sepulchre, the Dome of the Rock, and Church of Nativity. Jericho with its prominent archaeological sites (e.g. Hisham’sPalace and Tell es-Sultan) comes in third Place. Ramallah, a main cultural city, received relatively fewer tourists (about half). This trend is similar for other historic cities like Hebron and Nablus.

Figure(5): Touristic City



4.3 Tourist Spending

The extent to which inbound tourism boosted economic growth fundamentally depends on tourists' spending. Table (9) classifies tourists' spending according to type of touristic activities and displays spending distribution highlighting: low level of spending; measured as the value of the lower 25th percentile¹, value of median spending, and value of 75th percentile (top 25th percentile). Table (9) shows that the median of the total sending is \$1,055, while those in the low part of the spending distribution (25th percentile) spent \$485 and those in the upper part of the expenditure distribution spent \$2,065. The main spending categories are accommodation and shopping, constituting close to half of the total median spending, while the lowest spending pertains to entertainment and entrance fees to touristic sites. Table (15) also displays lower and upper distribution across spending categories. Shopping and food & beverages constituted the main spending items.

Table (15): Distribution of Spending on Touristic Activities(\$)

Spending Category	25th Percentile	50th Percentile (median)	75th Percentile
Accommodation	140	300	550
Food & beverages	80	200	300
Transportation	70	150	300
Shopping	100	205	500
Entrance fees to touristic sites	45	100	215
Entertainment	50	100	200
Total Spending	\$485	\$1,055	\$2,065

Source of data: Inbound Tourist Survey

¹ The 25th percentile measures the spending value in which 25 % of the tourists fall below. The 50th percentile (median), measures the spending value in which 50 % of the tourists fall below, while 75th percentile measures the spending value in which 75 % of the tourists fall below.

5. Evaluating Tourism Services in the Palestinian Territories- West Bank

Utilizing tourists' perception regarding the quality of the Palestinian tourism services, this section evaluates tourism services in the Palestinian territories. Specifically it covers evaluation criteria related to safety, hospitability of local citizens, accessibility to touristic sites, quality of accommodation, quality of food and beverage services, fairness of prices, cleanness of touristic sites, professionalism of police officers and tour guides, and level of joy and cultural experience (see Table 10).

The underlying methodology hinges on asking sampled tourists to indicate the extent to which they agree with certain evaluation statements, as displayed in Table (10). Level of satisfaction is measured using a scale from 1- 10. A value of 1 reflects strong disagreement (dissatisfaction). A value of 5 reflects an average satisfaction, while a value of 10 reflects strong agreement (satisfaction). To quantify the degree of satisfaction for the entire sample, the mean value and standard deviation of tourists' responses for each statement is calculated. The standard deviation measure is utilized to reflect variation in responses. Moreover, to measure the overall satisfaction, the mean and standard deviation of the satisfaction level are calculated for all of the evaluating statements.

The results in Table (16) shows that tourists' overall satisfaction is well above the average (7.78). As for the sub-criteria, the statement "I enjoyed my trip to Palestine " received the highest score (8.6). Moreover, among the high scoring criteria are feeling safe during the visit. This particular finding stands up against the allegation of many Israeli tour agents regarding the safety concern of traveling to the Palestinian areas. In terms of the social interaction with local citizens, tourists seem to be highly satisfied. Specifically, the statement of feeling comfortable when talking to local citizens and getting along with them received a score of 8.17. Also, well treatment by shop owners or employees received a score of 8.06. In the same vein, inbound tourists seemed to be well satisfied with the learning experience of the Palestinian culture, receiving a score of 8.08.

The quality of accommodation services received a score of 7.57, while quality of restaurant and coffee shop services received a slightly higher score of 7.72. Restaurant's meal price appears to receive similar evaluation with a score of 7.62. In terms of other evaluation criteria, tourists appear to be fairly satisfied (above the overall average) with services offered by tour guides with a score of 7.82. In the

same manner, many tourists found the Palestinian tourism and antiquities' police officers highly professional and helpful, with a score of 7.7. In terms of accessibility, tourists generally find accessing touristic sites easy with a score of 7.65.

The evaluation criteria that received the least scores are prices of souvenirs and gifts, with a score of 7.14, and cleanness of touristic sites, with a score of 7.17. The relatively low level of satisfaction regarding souvenirs' high prices might be related to the structure of the local tourism market, which to some extent lacks fair competition. The lack of competition is embodied in a common practice of hidden-implicit contracts. These are often enacted between some tour agencies/guides and few large souvenir retailers such that tourist groups shop only at these specific retailers. Certainly monopolizing large groups of tourists raise prices.

Table (16): Evaluation Criteria of the Palestinian Tourism Services

	Mean	standard deviation
• I felt safe during my visit to Palestine	8.09	2.33
• Accessing the places and touristic sites I intended to visit was easy	7.65	2.2
• I felt comfortable when talking to and getting along with local people	8.17	2.11
• I was treated well by shop owners/employees	8.06	2.01
• the quality of restaurant and coffee shop services was high	7.72	1.95
• the quality of accommodation services was high	7.57	2.02
• restaurant's meal price is fair	7.62	2.05
• prices of souvenirs and gifts are fair	7.14	2.14
• The touristic sites I visited are clean	7.17	2.21
• The Palestinian tour guides are highly professional and helpful	7.82	2.18
• The Palestinian tourism & antiquity police officers are highly professional and helpful.	7.7	2.26
• I enjoyed my trip to Palestine	8.6	1.96
• I learned a lot about Palestine and the Palestinian culture	8.08	2.17
Overall Satisfactory level	7.77	2.12

The evaluation analysis sheds more light on quality of the Palestinian tourism services by asking the sampled tourists to list other touristic aspects that they enjoyed or disliked during their trip. This list is displayed below, identifying responses that were frequently stated by the sampled tourists.

List of other aspect that inbound tourists enjoyed (order of the list is not important) is:

- Local food.
- Welcoming feelings and hospitality of local citizens.
- Richness of historical/archaeological and religious sites, mainly emphasizing Jerusalem's old town with its famous religious land marks (dome of the Rock and the church of the Holy Sepulchre)
- Enjoying shopping at old market places mainly in Nablus and in Hebron.
- Richness of the Palestinian culture and tradition.
- Learning about and the Palestinian- Israeli conflict and the living of the Palestinians under the Israeli occupation.

List of other aspects that inbound tourists disliked (order of the list is not important):

- Traffic and street noise, which usually aroused by street vendors
- Lack of information about local transportation
- Dirty streets
- Although it is external to the quality of the tourism services, a majority of the sampled tourists disliked the reality of Israeli occupation, separation wall, and the daily suffering of the Palestinian citizens.

Another evaluation criterion that this survey utilizes is asking the sampled tourists about revisiting the Palestinian territories. The data shows that 87 % indicated that they would indeed pay another visit if they get the chance, while 11 % were not sure about their decision. Only 3 % said that they will not. Consistently, the data shows that about 45 % indicated that their current visit is not the first. Excluding the Palestinians of the 1948 areas from the sample, due to close proximity, the aforementioned percent decreased to 33 %. The sampled tourists were also asked whether they would advise their friends to visit the Palestinian territories. Supporting the aforementioned positive evaluation, 91% of them indicated that they would.

6. SWOT Analysis

The information discussed in this section are basically obtained via conducting a series of interviews with several stakeholders, including (see detailed list in the appendix):

- Officials from MOTA and Tourism & Antiquities Police.
- Officials from several municipalities, including Ramallah, Jericho, Nablus, and Tulkarm.
- Private Sector stakeholders, representing hotel and entertainment services and investment companies.
- NGOs (NEPTO), representing a coalition of local NGOs that aim at promoting tourism in Palestine.

6.1 Strength

- The abundance and rich variety of touristic sites, mainly the famously religious and archaeological landmark in Jerusalem, Bethlehem, and Jericho, continue to make Palestine touristic destinations to millions of visitors from all over the world. This is in addition to the unique geographical destination and pleasant winter weather, specifically in Jericho, which represent a unique destination for winter tourism.
- A recent growing interest from the private sector to invest on the tourism sector. Particularly, PADICO HOLDING has started develop “Jericho gate”, which is a residential and tourism project to be stretched over part of en-Nabi Musa land in the southern entrance of Jericho. The touristic facilities of the project include: villas, hotels, resorts, a sports city, amusement and water parks, and malls.²Other private sector initiatives include “Moon Light City”, which is a massive tourism project that is intended to be located by the Dead Sea shore with an estimated investment of \$1.4 Billion. The project is pending the transfer of the Dead Sea and el-Aghwar areas to the Palestinian control.
- Active role of several NGO institutions that aim at enhancing the tourism sector in Palestine. These include NEPTO3 (Network of Experiential Palestinian Tourism Organization), which is a coalition of several bodies that promote cultural tourism via organizing festivals and cultural events. Still, NEPTO promote tourism through incorporating humanistic, cultural, heritage, historic, and environmental programs. See more explanation in NEPTO’s activities via their website: <http://www.nepto.ps/>.

² http://www.padico.com/Public/English.aspx?Site_ID=1&Page_ID=2176&lang=2

³ <http://www.nepto.ps/>

- Active role of the Tourism & Antiquities police. Despite deficiencies in financial and logistic resources, the performance of this vital police department, in terms of maintaining law and order in the famous touristic sites, has improved over the years through thoughtful planning and self-evaluating process.

6.2 Weaknesses

6.2.1 The Role of the Palestinian Government

Tourism has received central interest in the Palestinian Government's national development plan-2011-2013. The Plan has considered expanding and developing the tourism sector as a main vehicle to a sustainable economic growth. Yet, this interest has not been solidly materialized in reality. This can be inferred via the following aspects:

- Insufficient financial resources are allocated to the tourism sector. Specifically, in 2013, the Palestinian Government's budget allotted to MOTA is about \$5 millions, making 0.01 percent of the total budget. Still, most of the allotted budget is basically allocated to wages and other administrative expenses of the ministry. Yet, part of MOTA's spending on tourism activities are directly funded by international donors. These activities include rehabilitation of urban and archaeological sites in several West Bank areas, such as
 - rehabilitation of Tell Ti'innik (Jenin).
 - restoration and rehabilitation of the Roman Pool (Bethlehem).
 - restoration and rehabilitation of Burjel-Fari'a Tower (Tubas).
 - restoration and rehabilitation of Dar ed-Darb in Qarawet Bani Hassan (Salfit).
 - restoration and rehabilitation of Khirbet BirZeit'sel-Baubariya (Ramallah).
 - rehabilitation of Sabastiya archaeological site (Nablus).
 - restoration and rehabilitation of el-Burj Castle in Dura (Hebron).
 - restoration and rehabilitation of Tell es-Sultan (Jericho)
 - Clearance and excavation works in Hisham's Palace (Jericho).
 - restoration and rehabilitation of Battir spring (Bethlehem).
 - restoration and rehabilitation of en-Nabi Musa (Jericho)
- The strategic and executive plans of MOTA often state policies that broadly aim at improving the tourism facilities, infrastructure, and sites; upgrading and reforming tourism related legislations and laws, and provide incentives to enhance private sector investment. Yet, the stated outcomes of such policies are hard to measure and be evaluated as they are often too general. Moreover, there is no evidence that the ministry undertakes regular evaluation practices regarding its development plans so as to obtain feedbacks that are necessary to setup future successful policies.

- The prevailing tourism laws are Jordanian's and date back to 1965. Definitely these laws prove ineffective to regulate the tourism market and protect the archaeological sites from theft and vandalism. One example that highlight the weakness of the current tourism law is the inability of MOTA to regulate the tourism sector. The structure of the local tourism market lacks fair competition. In specific, hidden-implicit contracts are often enacted between some tour agencies/guides and few large souvenir retailers such tourist groups shop only at these specific retails. The consequences on the tourism sector as a whole is possibly dire, raising prices and therefore reducing production of tourism sector. Nonetheless, efforts to upgrade tourism law has not been lacking. In fact, MOTA has prepared a tourism law proposal that addresses recent challenges including market regulations and maintaining /protecting archaeological sites. Still, this law proposal has not been ratified.
- The ministry lacks staff that are well trained in various aspects of tourism activities, including international and local marketing, excavation, and strategic planning. The shortage in human resources is directly related to budget deficiency.
- The ministry lacks effective programs and resources to locally and internationally promote the rich and various touristic sites across the West Banks sites. Most of the efforts are focused on the tourism activities in Bethlehem. This comes on account of promoting other famously sites like those in Jericho.
- Weak role of the MOTA promoting programs that enhance domestic tourisms.
- Weak coordination between MOTA and other public institutions, such as municipalities, ministry of Culture and Tourism and Antiquities police. There is no clear understanding of each stakeholder's role of developing the tourism sector. This is in addition to lack of coordination regarding the formulation of tourism strategic plans.
- Insufficient logistic and human resources available to the Tourism & Antiquities police. The role of the tourism & antiquities police is vital to preserve law and order in the touristic sites; a matter that is crucial to attract new inbound tourists.

6.2.2 Private Sector: investment

- Throughout the past two decades (since the establishment of Palestinian National Authority in 1994), investing in tourism facilities has been weak. This can be attributed to the political turmoil and security uncertainty mainly during the Second Intifada period. Even though, most of the investment has concentrated in Bethlehem and Ramallah and directly

target the hotel service sector. Tourism investment in Jerusalem is also weak due to risks associated Israeli restrictions and tough competition with the Israeli tourism sector.

- Notably, tourism investment in Jericho is also weak despite the various attractive factors of the city, including mild weather in winter, geography, rich history and archeology. However, Jericho comes next after Bethlehem in number of inbound tourists. Yet, the discrepancy in demand of the hotel services between the two cities is huge. In 2013, the number of hotel guests amounted to more than 750,000 in Bethlehem and about 65,000 in Jericho. This reflects low demand, partially, due to weak structure of the tourism facilities in Jericho. Evidently, as shown above, the number and variety of tourism establishments in Jericho is deficient.

6.1.3 Other aspects of weaknesses

- Promoting and marketing campaigns mainly focus on religious tourism. Promoting other types of tourism, like alternative and experiential tourism such as archeological, cultural, artistic, and nature tourism related programs and activities has been largely marginalized.
- As indicated in the mapping section, several festivals and cultural events are taking place annually and attract a big crowd of local audience. Yet, most of these events are clustered only in limited places, mainly in Bethlehem and Ramallah. A great potential of boosting local tourism hinges on organizing festivals in other populous cities, such as Hebron and Nablus.

6.3 Opportunities

- The international recognition of Palestine as a UN non-member state allows the Palestinian Government to expand its effort to register archaeological and religious sites across all WBG areas, , at the UNESCO's world heritage list. This represents an opportunity for the Palestinians to protect these sites against the Israeli regular aggressions and enhance their touristic values.
- Rising interest from International donors and the quartet to develop and invest in the Palestinian tourism sector. Notably, funded by USAID, compete project is launched to enhance competitiveness of several economic sectors in the Palestinian territories, including tourism sector. In cooperation with MOTA, Compete project has implemented several tourism enhancing programs, including:
 - introducing hotel classification system (star system),
 - improving capacity building of the hotel sector through self-sustaining train the trainer programs.
 - enhancing online tourism- marketing capacity.

6.4 Threats

The Single most serious threat to the Palestinian tourism sector is the prolonging Israeli occupation, which surface in different aspects:

- Strict restrictions of developing the tourism sector in Jerusalem, mainly via precluding and disabling construction and expansion the hotel sector.
- The tourism activities in Jerusalem is mostly controlled by Israeli tourism companies. This include: the whereabouts of tourist destination, the duration of the visits, and hotel services. In fact, many of the interviewees have complained about the false allegation of the Israeli media and tour guides, which claim many of the Palestinian touristic sites as Israelis'. This is in addition to false allegation regarding the safety concerns of the inbound tourists in the Palestinian territories.
- Other aspects of the Israeli control over the tourism activities in Palestine include issuing visa entry. According to Oslo accords, the Palestinian Government is not allowed to issue entry visas and independently control border crossings. This definitely weakens marketing campaigns that target inbound tourists. Moreover, inbound tourism to Palestine is mostly managed and organized by Israeli travel agencies. For this reason, the Palestinians usually have no control over the destination and duration of the inbound tourists' visits, which is often limited to Bethlehem or/and Jericho and last for several hours. For example, the number of inbound visitors in Bethlehem in 2012 (about 1,170,00), substantially outweigh the number of hotel guests (less than 680,000).⁴The same conclusion also holds for Jericho. Definitely, Israel's control over visit duration and destination decreases the economic returns of inbound tourism activities.
- Tough competition from the Israeli tourism sector, which utilize more technologically advance marketing campaigns, hire well educated and trained human resources, and extensively participate in international tourism exhibition, equipped with large budget and tourism expertise.
- Israeli control over area C, which is rich in archaeological sites. The lack of Palestinian control in area C and shortage of human and financial resources could not have prevented regular incidence of thefts and vandalism in the touristic sites. Also, violating international laws and Geneva convention, Israel solely reap all economic benefits of many of the touristic sites in area C, such as Qumran caves and Dead Sea shores.

4 Source of Data: Tourism & Antiquities Police

7. Policy Recommendations

As indicated in this report, the main impediment to develop the Palestinian tourism sector is the prolonging Israeli occupation. Israel preclude developing the tourism sector via several means, including controlling main touristic sites and touristic activities in Jerusalem and area C, controlling the border crossings, and preventing the Palestinian Government from issuing visa entry to the Palestinian territories. Therefore, we should clearly stress that expanding and developing the Palestinian tourism sector in such a way to achieve a sustainable economic development is hard to achieve without ending the occupation and transfer the control of East Jerusalem, area C, and border crossings to the Palestinian.

Still, substantial reforms are needed to maximize the tourism activities and improve the competitiveness of the tourism sector even within the current political circumstances. Based on the findings of this paper, the following is a number of recommended reforms to develop the Palestinian tourism sector:

- Increase the financial resources available to the tourism sector such that to reflect the stated Palestinian Government's plans, which regard tourism as a vehicle to sustainable economic development. This can be achieved by seeking further international donations that targets specific development tourism projects and also increase the Palestinian Government's allotted budget usually made available to the MOTA. In addition to covering wages and administrative expenses of MOTA, funds must be allocated to effectively run local and international tourism marketing campaigns, renovating, excavating, and upgrading archaeological sites. The marketing campaigns must also encounter the false allegations of the Israeli tourism companies, which often warn inbound tourists of imminent risk and insecurity when visiting the Palestine.
- Enhance the capacity building of MOTA via hiring well trained staff and tourism professionals as well effectively training current staff.
- MOTA's capacity building must also enhance skills related to preparing strategic plans that reflect the reality of the tourism sector and meet the urgent needs and ambitions in a manner that is specific, measurable, and verifiable. This is substantially vital to ensure that the development of the tourism sector is in the right track.
- The recent interest of the private sector to develop tourism facilities in the outskirts of Jericho is promising. Yet, the Palestinian Government needs to provide more incentives to the private sector so as to accelerate tourism investment within the city. The historical nature Jericho and pleasant winter weather represents a great potential for the city to be a prominent

destination of winter tourism, both at the local and international level.

- As indicated in the analysis, one of the main problems facing tourism in Palestine is the short duration of inbound and local trips. Improving tourism facilities, in terms of infrastructure, entertainment activities, festivals, and cultural events in the touristic areas is vital to prolong trip duration, and therefore, maximize the underlying economic returns.
- Currently, Palestine is often promoted as religious touristic destination. In fact, Palestine is rich of archaeological sites that can feed the rising demand of archaeological tourism. Therefore, extensive efforts should be exerted by the public and private sector to promote Palestine as a diverse (religious, cultural, and archaeological) touristic destination.
- Currently, there are new types of tourism that directly engage local communities via hosting tourists at residences of local families to profoundly engage tourists in the cultural aspects of Palestine. Other examples include reviving ancient paths (routes), such as Abraham path. International experience shows that this type of tourism is economically fruitful. Therefore, policies that favors community based tourism is highly recommended.
- More efforts and resources from the Palestinian Government should be made available to enhance local tourism, mainly in more populated areas like Hebron and Nablus. Most of the annual festivals and cultural events are clustered in Bethlehem and Ramallah and usually initiated by local NGOs or local volunteers. Local tourism can also be a vital vehicle to improve the well being of local communities in several places, such as those in the northern area of West Bank.
- Upgrade the current “outdated” tourism laws, mainly with respect to market regulations. Despite the current political polarization, which disable the normal work of the Palestinian Legislation Council, the government can mandate temporary reforms that address the weakness of the current laws.
- The Palestinian Government should go ahead and seek registering many archaeological and religious sites scattered across the Palestine, including Jerusalem, at the UNESCO’s world heritage list. To a great extent, this would preclude the Israeli exploitations of the Palestinian touristic sites.
- More coordination’s should take place among tourism stakeholders to revive the tourism sector, including MOTA, other ministries like ministry of Culture, Palestinian Police, municipalities, and NGOs.
- Increase the financial and logistic resources available to the Tourism & Antiquities police.

- The Palestinian Government can enhance inbound tourism demand by organizing more festivals and other musical and cultural events during high tourism season mainly in Bethlehem and in Jericho. This would provide more incentives for inbound tourists to increase the duration of their visits to these cities, and therefore boost tourism economic returns. These kind of activities might specifically reduce the dominance of Israel over the Palestinian tourisms as the number on inbound tourists who wish to have Palestine at a main tourist destination increases.
- Many of these tourists spend only a day or less in their visit. This surely reduces the economic returns to tourism. Prolonging duration visit is essential to increase the demand for touristic services and therefore maximize the economic outcome. Improving the tourism facilities, in terms of infrastructure, entertainment activities, festivals, and cultural events in the touristic would likely convince more tourists to spend more days in the Palestinian territories.
- Only small share of inbound tourists arrange their travel to Palestine via Palestinian tour agencies. The main policy implication of this finding is that more marketing efforts, by Palestinian tour agencies, must be exerted to revive the tourism sector.
- About one third of the inbound tourists were not satisfied with information related to Palestinian touristic sites that inbound tourists obtain prior to their trip is satisfactory. Policies that aim at enhancing the effectiveness of touristic marketing should overcome information deficiency mainly regarding archaeological, religious, and entertainment sites. This can be done by effectively participating in international tourism fairs and more extensively utilizing social media to promote tourism in Palestine. This is especially vital as a majority of inbound tourists indicated that learning about Palestine from the internet has contributed to their decision to visit Palestine.
 - To fight Israel's distortion of the Palestinian tourism image mainly with respect to personal safety, an extensive international awareness campaign has to take place. It should focus on falsifying this allegation, utilizing the statistics about positive perception of the inbound tourists.
 - Many inbound tourists are dissatisfied with cleanness of the touristic sites as well as high prices of souvenir and gift shops. More efforts at the level of capacity building and legislation should be devoted to ban littering at the touristic sites as well as ensuring competitive prices in the market place.

References

- B'Tselem (2013) Acting the Landlord: Israel's Policy in Area C, the West Bank.
- Brida JG Carrera E and Risso WA (2008) Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth. Economics Bulletin, 3(7):1-10.
- Chowdhury MF and Shahriar FM (2012) "The Impact of Tourism in a Deficit Economy: A conceptual model in Bangladesh Perspective". Business Intelligence Journal: 163-168
- Hotel Activity Survey, 1996-2012, PCBS.
- Inbound Tourism Survey 2005, PCBS.
- KosovaV and KadiyaliR (2013) Inter-Industry Employment Spillovers from Tourism Inflows. Regional Science and Urban Economics, 43:187-428.
- Ministry of National Economy (2011) The economic costs of the Israeli occupation for the occupied Palestinian territory.
- Tourism Activity Report, 2012. PCBS.
- World Travel and Tourism Council /WTTC/ (2006) The 2006 Travel & Tourism Economic Research: Bulgaria. London. <http://www.wttc.org/2006TSA/pdf2/Bulgaria.pdf>.
- World Bank (2010) The Underpinnings of the Future Palestinian State: Sustainable Growth and
- Institutions, Economic Monitoring Report to the Ad Hoc Liaison Committee.
- الفلاح، بلال (2012) السياحة في الأراضي الفلسطينية: تحليل الأهمية و الأثر. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس).

Appendix

A. Table I: List of Interviewees

	Institution	Name of interviewee	Date
Government	Tourism and Antiquities Police	Tayseer Awawdeh Montaser Tamimi, and Amal Shafi	Feb 3rd, 2014
	Ministry of Tourism and Antiquities (MOTA)	Hamdan Taha, Sabri Hmedat and Jihad Yasin-Jeryes Qumseyeh	
NGO	NEPTO	Raed Sa'adeh	Feb 11th, 2014
	Arab Hotel Association	Raed Sa'adeh	Feb 9th, 2014
	Tour Guide Association	Samir Bahbah	Feb 10th, 2014
Municipalities	Nablus Municipality	Raja Taher	Jan 5th, 2014
	Ramallah Municipality	Hamzeh Dalia	Jan 4th, 2014
	Jericho Municipality	We'am Eriqat and Zahi Barahmeh	Jan 8th, 2014
Hotels	Tulkarm Municipality	Abdel Khaleq Jbarah	Jan 6th, 2014
	Caesar Hotel	Eyad Jamal	Dec 7th, 2013
	Mövenpick Hotels&Resorts	Morin Albina	Dec 7th, 2013
	Best Eastern Hotel	Esam Hamdan	Dec 12th, 2013
	Grand Park Hotel	Mohammad Khalaf	Jan 4th, 2014
	Intercontinental Hotel	Lama Najib	Jan 8th, 2014
	Jasmin Hotel	Ashraf Abu Khader	Dec 4th, 2013
	Bait Alsham Hotel	Khaled Yaser	Dec 4th, 2013
	AlSalam Hotel	Anwar Abdel Qader	Dec 4th, 2013
	Private Sector	Raha Tours and Travel	Raja Ayyad
Bana Land		Tal'at Al Maghribi	Dec 21st, 2013
Dubai Tours for Tourism and Travel		Mohammad Naser Al-Madani	Dec 4th, 2013
Almadina Travel Agency		Ali Maqboul	Dec 4th, 2013
Travel Tours		Ali Qabaja	Dec 7th, 2013
Hala Tours		Mohammad Ateyeh	Feb 2, 2014
Other Institutions		Palestine Investment Fund (PIF)	Munif Atrash

B. Methodology

The data utilized to explore tourists characteristics, tourists activities, and evaluation of tourist services and of this report are based on surveying a random sample of inbound tourists. The targeted population of this report is all inbound tourists, including visitors from historic Palestine (Palestinian with Israeli passport), who visited West Bank during the period of 14-30 of April 2014. The sample survey design is a stratified random sample of inbound visitors. The strata are identified to be districts with main touristic destination, including: Hebron, Bethlehem, Jerusalem, Ramallah, Jericho, Nablus, and Tulkarm. Sample weights differ across district with more emphasis on touristic districts (Bethlehem, Jerusalem, and Jericho).

Table (I): Sample Weights across District

District	Percent
Jerusalem	26.6
Ramallah	9.84
Bethlehem	21.06
Tulkarm	5.87
Nablus	10.04
Hebron	9.84
Jericho	16.75
Total number of tourists	1534

The actual size of the sample is 1534 inbound tourists. The sampled tourists were located mainly in hotels/hostels, touristic sites, and market place (shopping points). At each data collection location, a random group of inbound tourists were sampled. As Table (2) exhibits, the greatest share of sampled tourists were interviewed in market place and hotels. With respect to quality of data collected, it should be mentioned that statistical or sampling errors (those related to expected findings' differences between the sample and targeted population) is unavoidable as we are drawing inferences using a sample data. Still, the fact that the sample was drawn from different locations that reflected the main touristic places would, to some extent, mitigate statistical differences.

As for non-statistical or non-sampling errors (those related to error committed by the research team during the process of data collection or recording), the surveying team has conducted a number of measures to ensure minimal non-statistical errors. These include translating the questionnaire into eight different languages to ensure a full understanding of the questions. Also, before actually collecting the data, surveyors spend about 6 hours of training to overcome possible data collection concerns. Still, the non-response rate was 25%. To the extent that non-respondents are randomly distributed, the non-response concern might not pose a serious statistical concern.

Table (II): Share of Sampled Tourists across Places in West Bank

Place of Data Collection	Percent
Hotel	24.95
Religious site	13.25
Archaeological site	16.41
Market place	31.2
Restaurants, coffee shops, and entertainment site	8.34
Historical paths	4.77
Other places	1.08

Background about the PSTP Project:

The “project for sustainable tourism development through public-private partnership in Palestine” Phase 1 was implemented in Jericho area between 2009 and 2012 with the main goal of developing a sustainable tourism system. A Phase 2 of the project implemented by the Ministry of Tourism and Antiquities (MOTA) and funded by Japan International Cooperation Agency (JICA) who also provides technical assistance started in June 2013. The main goal of the project is to contribute to developing tourism in Palestine; hence, enhancing the quality of life socially and economically through community Based Tourism (CBT) by involving local communities and key institutions as main partners and in the same time beneficiaries. Building on the successful experience and the lessons learned from Phase 1, Phase 2 of the project targets five other governorates namely: Nablus, Tulkarm, Bethlehem, Hebron and Ramallah-Albireh in addition to Jericho utilizing a more comprehensive approach to achieve the project’s main objectives.

The project adopts a participatory approach addressing all relevant players in the tourism sector and it relies on scientific analytical methods and techniques in devising and implementing its activities. The project is a unique opportunity to capitalize on and learn from the experience of Phase 1 considering the specificities of each targeted area. In light of this, the project works directly with the community and representatives of key, active and experienced institutions in the targeted areas to address the identified needs in a collaborative effort, enhancing networking, promoting partnerships and ensuring complimentary of roles and responsibilities between the involved partners.

Palestine is a main tourist destination in the Middle East mainly for pilgrimage; however, Palestine encompasses many additional significant natural and cultural sites as well as a rich culture and heritage with a great potential for sustainable tourism. As a country still in the process of building its institutions and developing in all sectors, tourism bears the greatest potential in contributing to boosting the Palestinian economy. As a first step, a survey to reflect the tourism status in Palestine was necessary to collect the needed information including tourism infrastructure, services, human capacity and its contribution to local development. A visitors' survey was also necessary to define what attracted the tourists, the levels of satisfaction and expectations in relation to the facilities and services. The results of the surveys and the collected data are utilized to inform the activities of the project and its implementation plans and strategies.

Due to its strategic geographical location being also a major pilgrimage destination, Palestine has been throughout the centuries and continues to be the platform for interaction and encounter between diverse cultures and civilizations. Therefore, cooperation with neighboring countries in support of tourism development by increasing the flow of tourists to Palestine is an important component of the current project. Thus, promoting Palestine as a tourism destination employing new strategies and tools is essential to counter the negative image about Palestine spread by the media. The project Promotion Working Group which consists of representatives of different trends of tourism and promotion experts advises the project team on its promotion strategies.

The project adopts a promotion strategy depending on informing the world of the major tourist attractions in Palestine, facilitating the tourists' access to tourism related information through different media, enhancing the local capacities in tourism promotion, expanding the existing pilgrimage tourism market, exploring new tourism markets and enhance the community promotion techniques and skills.

For example, Welcome to Palestine, Crossroads of Civilizations is a pamphlet produced to promote Palestine highlighting its major tourism attractions: History and Archeology, Holy Land, World Heritage, Food, Handicrafts, Culture etc. The pamphlet is being produced in Italian, Russian, Spanish and German in addition to English and Japanese. Five other theme pamphlets are also being produced in order to further promote Palestinian Culture, Nature, Food, History and Archeology and Holy Land.

As promotion is very important for Palestine, further developing the needed infrastructure, services and tourism products are also essential in order to meet the expectations of tourists and provide high standard services. Community Based Tourism (CBT) relies on the involvement of the community in developing tourism locally by their active involvement in the different tourism development processes. Signage, tourism information centers and trained local tour guides are basic needs for successful tourism in the targeted areas. CBT pilot projects enable the local communities to employ the available tourism resources to generate income and consequently enhance the socioeconomic conditions of those communities while enhancing the quality of the tourism services and products.

The project puts in your hands this study as a reference for future projects and developmental initiatives. Palestine encompasses rich diverse tourism wealth and active stakeholders who can partner together involving the local communities to enhance the quality of tourism services and consequently contribute to attaining sustainable tourism in Palestine in spite of all the existing challenges.

Centre for Development Studies

The Centre for Development Studies (CDS) was established in 1997 as a research programme specializing in development studies. Having lived under occupation since 1967, Palestinian society's right to development remains severely restricted. The CDS therefore aims to deepen and engage development concepts through theoretical and conceptual frameworks that explore and contextualise Palestinian development within the occupation reality. This includes studying the interactions between the economic, social and political determinants of development as well as the structures of power and dominance which preclude sustainable development. In addition, the CDS seeks to provide an institutional framework within which all development-related issues can be considered, researched and discussed, with a view to providing practical guidance and assistance for relevant decision makers.

The CDS reinforces theory with practice through its various academic research and community-oriented activities. These include seminars, workshops, survey research, evaluation studies and needs assessments. The Centre coordinates a number of academic research projects in the area of development with local and international institutions. It is also involved in community-based projects that seek to empower marginalized groups and integrate them in the development process. The Center's activities are supervised by a committee of academic and administrative staff members from Birzeit University, who provide it with both technical and academic support. Over the years, the CDS has built an extensive network of relations with grassroots organizations, the Non-governmental sector, international organizations and the government. The Centre has also executed projects in neighboring countries, particularly in relation to Palestinians in the Diaspora. The CDS has been supported in its activities through funding from numerous local and international donors.