

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

د. عبد القادر إبراهيم حماد

أستاذ مساعد - قسم الجغرافيا جامعة الأقصى - غزة

(تاريخ الاستلام 2022/11/30، تاريخ القبول 2023/01/12)

A study of tourism awareness among students of Palestinian higher education institutions – A case study of Al-Aqsa University students in the Gaza Strip

Dr. Abdel Qader Ibrahim Hammad

Assistant Professor – Department of Geography, Al-Aqsa University – Gaza

(Received 30/11/2022, Accepted 12/01/2023)

الملخص:

السياحة بوصفها نشاط اجتماعي تعتمد على الإنسان إلى حد كبير نتيجة الأهمية المتعاظمة للعلاقات الإنسانية في العملية السياحية فهي مرتبطة بسلوكيات الأفراد، ومن هنا تبرز أهمية الوعي السياحي لإيجاد نظام سياحي قادر على استثمار المميزات النسبية والتنافسية إذ أن الاستثمار في المشاريع السياحية أصبح يقترن في كثير من الأحوال بالوعي السياحي للمجتمع المحلي. ولقد تناولت هذه الدراسة أهمية الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي في فلسطين باعتبار أنهم يمثلون شريحة كبيرة واعية ومتعلمة وقادرة على فهم متطلبات العصر الذي أصبحت السياحة فيه ركناً أساسياً، لذلك بات من الضروري العمل الجاد على زيادة وتنمية الوعي السياحي لدى هؤلاء الطلبة. وتهدف الدراسة الى دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية وذلك من خلال تسليط الضوء على المفاهيم النظرية للوعي السياحي وادواته واستراتيجياته. ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثون باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، كما تم استخدام أسلوب الاستبانة لجمع المعلومات. ولقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور الجامعات الفلسطينية وبين زيادة الوعي السياحي للطلبة في الجامعات الفلسطينية وتبين أنها علاقة إيجابية بما يعني زيادة دور الجامعات الفلسطينية يؤدي إلى زيادة الوعي السياحي. وأوصت الدراسة بتعزيز دور الجامعات في زيادة الوعي السياحي لدى طلبتها من خلال إدراج مساقات ذات علاقة بصناعة السياحة.

كلمات مفتاحية: السياحة – الوعي السياحي – مؤسسات التعليم العالي – جامعة الأقصى – التخطيط السياحي.

Abstract:

Tourism as a social activity relies on a person to a large extent as a result of the great importance of human relations in the tourism process. It is related to the individuals' attitudes. Hence the importance of tourism awareness is to create a tourism system capable of investing in comparative and competitive advantages. As the investment in tourism enterprises is associated often with the tourism awareness of the local community. This study addressed the importance of tourism awareness among students of higher education institutions in Palestine. Considering that they represent a large section that is aware, educated, and able to understand the requirements of the era in which tourism has become a cornerstone. Therefore, it has become necessary to work hard to increase and develop tourism awareness among these students. The study aims to study tourism awareness among Palestinian university students by highlighting the theoretical concepts of tourism awareness, its tools, and strategies. The researcher used the descriptive analytical approach to achieve the study's objectives. Also, the questionnaire method was used to collect data. The study reached several results, including: There is a statistically significant relationship between the role of Palestinian universities and the increase in tourism awareness of students in Palestinian universities. It turned out to be a positive relationship, which means that an increase in the role of Palestinian universities leads to an increase in tourism awareness. The study recommended strengthening the role of universities in raising tourism awareness among their students by including courses related to the tourist sector.

Keywords: Tourism – Tourism awareness – Higher Education Institutions – Al-Aqsa University – Tourism planning.

مقدمة:

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات المهمة في عصرنا الحالي، نظراً لما تمثله من أهمية اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وسياسية.....الخ، مما دفع بكثير من الدول المتقدمة منها والنامية على حد سواء للاهتمام بهذه الصناعة، وتسخير جميع الإمكانيات لتطويرها وتنميتها والحفاظ على مكوناتها.

السياحة كظاهرة مستقلة لها سماتها وخصائصها ومتطلباتها التي تساعد على النجاح والإزدهار. وقد عدها الباحثون ظاهرة من ظواهر العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة الى الراحة والتغيير، وتساعد على الإحساس بجمال الطبيعة وبالراحة والبهجة مع الشعور بالمتعة، وذلك بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة والخلابة (البكري، 2001، ص 12).

وأصبح للسياحة دور كبير ومهم في أية دولة تملك مرغبات سياحية وموارد أولية للسياحة، حيث كان لها الفضل في توظيف عدد كبير من الأيدي العاملة، وبالتالي حل مشكلة البطالة، وأيضاً لا تغفل دورها في تحسين الوضع في ميزان المدفوعات، وتدفق رؤوس الأموال الأجنبية، حيث تغل دخلا بالعملات الحرة عن طريق العديد من أوجه الإنفاق للسائح داخل البلد المصدرة للسياحة. وعلى هذا فممكن أن يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية الشاملة (بسيوني، د.ت.، ص 5). وعلى ضوء الأهمية التي تمثلها السياحة لفلسطين، والمكانة التي تنبؤها على الخريطة السياحية الإقليمية والعالمية، يكون التحدي الحقيقي أمام السياحة في فلسطين في مدى قدرة المقاصد السياحية في فلسطين على إيجاد مجتمع فلسطيني حاضن للسياحة، ويتمتع بالوعي الكافي لأهمية هذه الصناعة، لأن السياحة بوصفها نشاط اجتماعي تعتمد على الإنسان إلى حد كبير نتيجة الأهمية المتعاظمة للعلاقات الإنسانية في العملية السياحية فهي مرتبطة بسلوكيات الأفراد، أضف إلى ذلك ضرورة الوعي السياحي

في إيجاد نظام سياحي قادر على استثمار المميزات النسبية والتنافسية إذ أن الاستثمار في المشاريع السياحية أصبح يقتصر في كثير من الأحوال بالوعي السياحي للمجتمع المحلي (العجلوني، 2016، ص 49). ولقد تناولت هذه الدراسة أهمية الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي في فلسطين باعتبار أنهم يمثلون شريحة كبيرة واعية ومتعلمة وقادرة على فهم متطلبات العصر الذي أصبحت السياحة فيه ركناً أساسياً، لذلك بات من الضروري العمل الجاد على زيادة وتنمية الوعي السياحي لدى هؤلاء الطلبة. مشكلة الدراسة: أصبحت السياحة صناعة عالمية ذات تأثير متزايد على الاقتصاد والمرافق السياحية لمعظم البلدان على المستوى الوطني والإقليمي والمحلي. العديد من المناطق والبلدان تتصور السياحة بشكل متزايد كاستراتيجية لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر وخلق فرص العمل.

تعتمد السياحة في أي بلد في العالم بالدرجة الأولى على توفر مجتمع مثقف واعي بأهمية الموارد السياحية سواء كانت طبيعية أو بشرية (العجلوني، 2016، ص 49)، إذ أنه من الأهمية بمكان أن يكون المجتمع على درجة كبيرة من الوعي السياحي، خاصة طلبة الجامعات والكليات الفلسطينية نظراً لما تمثله السياحة من أهمية كبيرة لفلسطين سيما في ظل محدودية الموارد الطبيعية. مما سبق تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما مدى توفر الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية. وينبثق عن هذا السؤال العديد من الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

- ما مدى توفر الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية تبعاً لخصائصهم الديموغرافية؟
 - ما هي الوسائل التي يستخدمها الطلبة لزيادة الوعي السياحي لديهم؟
 - ما هو دور الجامعات والكليات ومؤسسات التعليم العالي في زيادة الوعي السياحي لطلبتها؟
- فرضيات الدراسة:

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

- تسليط الضوء على المفاهيم النظرية للوعي السياحي وادواته واستراتيجياته.

- إدراك الطلبة لأهمية الوعي السياحي وانعكاساته في المجتمع ومدى توفير الفرص الوظيفية لهم.

- تقييم دور مؤسسات التعليم العالي في زيادة الوعي السياحي لدى الطلاب لما له من مردود اقتصادي واجتماعي وبيئي.

- الكشف عن اهم التحديات التي تواجه الطلبة ومؤسسات التعليم العالي لزيادة مستوى الوعي السياحي.

منهج الدراسة: من أجل تحقيق أهداف الدراسة قام

الباحثون باستخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يتم من خلاله وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وتحليل البيانات الخاصة بها، وكذلك العلاقة بين مكونات الدراسة والآراء التي يتم طرحها وكذلك العمليات التي تحتويها الدراسة والآثار التي تحدثها.

حدود الدراسة:

1- الحد الزمني: قام الباحثون بإجراء الدراسة خلال العام 2022.

2- الحد المكاني: تم تطبيق الدراسة على طلبة جامعة الأقصى بغزة.

- نموذج الدراسة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) $\alpha \leq$ بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الوعي السياحي للطلبة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، الكلية المستوى الدراسي).

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) $\alpha \leq$ بين الوسيلة المستخدمة وبين زيادة الوعي السياحي للطلبة في الجامعات الفلسطينية.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) $\alpha \leq$ بين دور الجامعات الفلسطينية وبين زيادة الوعي السياحي للطلبة في الجامعات الفلسطينية.

اهمية الدراسة: تهدف الدراسة الى:

- التعرف على مدى توفر الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية.

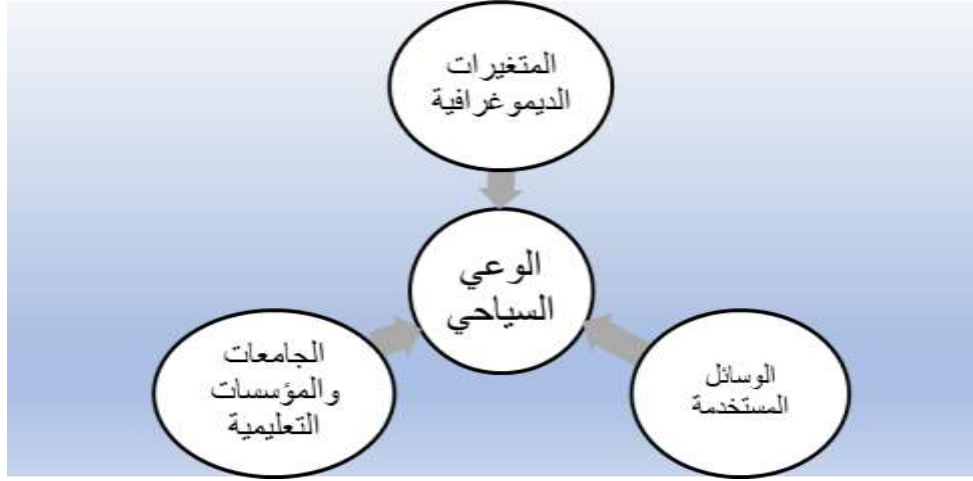
- التعرف على دور الجامعات في زيادة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية.

- وضع تصور او مقترح لتفعيل دور مؤسسات التعليم العالي في تنمية وتعزيز الوعي السياحي لدى الطلبة

اهداف الدراسة: يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف الى: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية وذلك من خلال:

شكل رقم " 1 "

أنموذج الدراسة



Amador, A. D. S., & Carvalho, وعرضت دراسة

Potentialities of the : بعنوان (2022) K. D. relationship between tourism and education: Report of experience of the tourism awareness project in the city of São Bernardo, Maranhão (PROINTUR) تعليمي بعنوان مشروع حوافز السياحة الذي طورته مجموعة من الطلاب في الفترة السادسة من دورة البكالوريوس في السياحة من جامعة مارانهاو الفيدرالية (UFMA)، حرم ساو برناردو. تم تطوير الإجراء في مركز Deborah Correia Lima التعليمي، وكان الهدف الرئيسي منه هو زيادة الوعي بين المجتمع المدرسي فيما يتعلق بأهمية السياحة كظاهرة اجتماعية وتاريخية ومكانية وثقافية، وعاملاً لتعزيز النمو الاقتصادي، وعاملاً من أجل الاندماج الاجتماعي. تمت مناقشة أهمية السياحة لتنمية المجتمع، بالإضافة إلى إجراءات التثقيف السياحي، خاصة في سياق المدرسة. ويلي ذلك عرض للنتائج التي حققها المشروع. اعتمد العمل على البحث الجغرافي، تناول العلاقة بين السياحة والتعليم السياحي والأنشطة التربوية مثل المحاضرات وديناميات المجموعة ودوائر المحادثة مع السياحة وسلسلة إنتاجها، الإمكانيات السياحية، والتنمية

-الدراسات السابقة:

أظهرت دراسة Rinaldi (2022) وآخرين وهي بعنوان: University contributions to co-creating sustainable tourism destinations أن الوظائف والأدوار المتطورة لمؤسسات التعليم العالي (HEIs) تتمحور حول إضافة القيمة إلى الاستدامة الاجتماعية والبيئية والاقتصادية للمجتمعات - أو في لغة السياحة - الجهات. وركزت الدراسة على قيام إحدى الجامعات المحلية في إيطاليا بدور بارز في تطوير مدينة وريفها إلى وجهة مستدامة لفن الطهي والسياحة الغذائية، وذلك بالعمل مع مجموعة متنوعة من أصحاب المصلحة من خلال تجميع تحالف الوجهة التعاوني والإنشاء المشترك للجامعة "المهمة الثالثة" لأطر الاستدامة وأظهرت نتائج الدراسة أن الجامعة قامت بأدوار عديدة من خلال تفعيل الخلق المشترك لنهج الاستدامة، وأن هذه الأدوار تطورت من خلال عملية دورية تواصلية وقائمة على النتائج. ومن الناحية النظرية، تعمل دراسة الحالة هذه كمنصة وظيفية تشرح الطرق الجديدة التي يتم من خلالها مراجعة أداء القطاع الأكاديمي للسياحة وتقييمه. عملياً، تُعلم هذه الحالة التعاون الأكاديمي والمجتمعي المستدام في الوجهات السياحية.

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

الحس السياحي للأفراد. وهدفت الدراسة لتعميق مفهوم الوعي السياحي وإبراز دوره الفعال في تحقيق التنمية السياحية. وهدفت دراسة العجلوني، عبد الله علي قويتين (2016)، بعنوان: "تطور السياحة في الأردن دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية دراسة حالة جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا" الى التعرف على مدى توفر الوعي السياحي لدى طلاب الجامعات الخاصة الأردنية (جامعة أربد وجامعة، جدارا)، حيث اعتمدت هذه الدراسة اسلوب الدراسة الميدانية من خلال الاستعانة بالاستبانة التي صممت لهذه الغاية، وتم توزيع 312 استبانة بالطريقة العشوائية على أفراد العينة العشوائية البسيطة، ولقد تم استرجاع 200 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي. وتشير نتائج الدراسة الى أن هناك درجة عالية من الوعي السياحي نحو أهمية السياحة والآثار الايجابية لتطور السياحة في الأردن. وخلصت الدراسة الى مجموعة من التوصيات اهمها ضرورة إدخال منهاج دراسي لطلبة الجامعات يهتم بتعريف السياحة والوعي السياحي وأهم المواقع السياحية في الأردن بشكل خاص والوطن العربي بشكل عام، وضرورة الاهتمام بنشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع المحلي.

التعليق على الدراسات السابقة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات النادرة على الصعيد الفلسطيني سيما في قطاع غزة التي تناولت دراسة الوعي السياحي بين طلبة الجامعات الفلسطينية حيث تم التطبيق على جامعة الأقصى بغزة، وقد استفادت الدراسة من الدراسات السابقة في التعرف على المنهجية الملائمة لمثل هذه الدراسات، والإطار النظري لهذه الدراسة.

وانتقلت هذه الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة التي اعتمدت على أسلوب الدراسة الميدانية مثل دراسة العجلوني، كما إنتقلت بدرجات متفاوتة في دراسة الوعي السياحي مثل دراسة حكيمة وحياة وديابي والعجلوني، بينما ركزت دراسة Amador, A. D. S., & Carvalho, K. D. زيادة الوعي السياحي لدى طلبة المدارس الا أن هذه الدراسة ركزت على دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات

المحلية كموضوعات توليد. أظهرت نتائج التدخل الذي تم تنفيذه أن المجتمع المدرسي لديه معرفة حول أهمية السياحة؛ ومع ذلك، فإن لديها رؤية محدودة للإمكانيات السياحية لبلدية ساو برناردو والوظائف التي تمارسها درجة البكالوريوس في السياحة كعامل تحويل للواقع المحلي.

رأت حكيمة، نعيمة وحياة، براهيم بن حراث (2017) في دراسة لهما بعنوان: " بلورة الوعي السياحي كأحد السبل لتنمية السياحة المستدامة تجربة الأردن" أن الفرد يعتبر أحد أهم العناصر المتعلقة بالتعامل مع السياح مما قد يجسد له قيمة في المعاملة، ويعطي صورة إيجابية لمجتمع متقف سياحياً. وهدفت الدراسة الى شرح بعض العناصر المتعلقة بالوعي السياحي والثقافة السياحية من خلال التطرق الى كيفية إعداد مجتمع حضاري يحسن استقبال ضيوفه، بالتركيز بداية على التنمية المستدامة والتي لا يمكن أن تتجح من دون أفراد يساهمون بالدفع بعملية التنمية من خلال زرع ثقافة سياحية تمكن من خلق أجيال تعرف قيمة ودور السياحة في الاقتصاد وحتى في قطاعات أخرى، وتتعلم كيف تحافظ على هذا الموروث السياحي لإعطاء السائح صورة إيجابية عن المجتمع، فالسياحة مرتبطة بسلوكيات الأفراد، ولا يمكن تحقيق ازدهارها وترقيتها الا اذا شملت اهتمام المجتمع ككل. وقد تم اختيار المملكة الأردنية كنموذج للدول التي تسعى الى بلورة وزرع الوعي السياحي في مجتمعها من أجل تطوير القطاع السياحي.

ورأت ديابي، منال (2017) في دراسة لها بعنوان: " دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية" أن الكثير من الدول السياحية سلكت مضمار نشر الوعي السياحي لتنتهي إلى تحقيق أهدافها في التنمية السياحية، منتهجة في ذلك أساليب علمية وبرامج توعوية تستهدف المواطن بالدرجة الأولى باعتباره عنصراً سياحياً مهماً في نشاط المنظومة السياحية. وذكرت أن للوعي السياحي أهمية كبيرة في تعزيز الانتماء والولاء الوطني من خلال استشعار أهمية المكتسبات الوطنية الناجمة عن السياحة والاعتزاز بالمقومات السياحية ومظاهر الحضارة، فالخصوصية الثقافية للمجتمع تعكس

بفاعلية في أوضاع مجتمعهم ومشكلاته، وتحدد موقفهم منها، وتدفعهم للتحرك من أجل تطويرها والعمل على غرسها في الأذهان بما يسهم في نجاح صناعة السياحة (الأدري، تنمية الوعي السياحي وصناعة السياحة، أنظر:

[https://www.ibtesamah.com/showthread-](https://www.ibtesamah.com/showthread-t_390093.html)

[t_390093.html](https://www.ibtesamah.com/showthread-t_390093.html)). كما يقصد به: المعرفة والفهم والاهتمام والادراك لمجموعة من الاتجاهات والقيم والمبادئ المرتبطة بالسياحة، التي تتيح للفرد المشاركة بفاعلية في أوضاع مجتمعه ومشكلاته والعمل على تقديم الحلول لها من أجل تطوير المجتمع وتنميته (أحمد، 2011، ص 97، نقلاً عن عزت 2018، ص 307). ويعرف الوعي السياحي كذلك بأنه: إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية، وتقدير للتنمية السياحية، وهو جملة من الآداب، السلوك، التعامل مع السائح واحترامه، عدم استغلاله أو التضيق عليه، أو النظر إليه على أنه مصدر للربح، إنما ضيف كريم، لذا يجب الترحيب به وتقديره باعتباره مصدر يحقق فائدة إقتصادية للبلد المضيف (حكيمه وحياة، 2017، ص 59).

- أهمية الوعي السياحي: ترجع أهمية الوعي السياحي باعتباره عاملاً أساسياً يسهم بدرجة رئيسية في وضع الصورة السياحية الخاصة بأية دولة من تلك الدول المهمة بتطوير النشاط السياحي والإرتقاء به. ولا بد من توافر الوعي السياحي وصورة سياحية إيجابية لضمان نجاح أي مقصد من مقاصد السياحة وفقاً لمنظمة السياحة العالمية العام 1970م. (Brown, 2000, P36). ونصت الفقرة الثانية من "إعلان مانيلا" والذي يعتبر حدثاً كبيراً كمؤتمر دولي للسياحة تحت مظلة منظمة السياحة العالمية العام 1982 على ضرورة الإرتقاء بمستوى الوعي السياحي في الأوطان والمنظمات وبالقيمة الروحية للنشاط السياحي أي أن السياحة قوة حقيقية (Smith, 1992, P224). ولذلك يعد الوعي السياحي عنصراً مهماً وعاملاً مؤثراً في السياحة وتطورها من جهة، والسائح والتأثير في نفسيته من جهة أخرى. ولذا فإن أغلب الدول التي تمتلك حركة سياحية تعد برامج

الفلسطينية مما قد يشكل مدخلاً لدراسات أخرى متخصصة. بينما ركزت دراسة دراسة Rinaldi وآخرين على التعاون الأكاديمي والمجتمعي المستدام في الوجهات السياحية. كما اتفقت مع العديد من الدراسات الأخرى في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي.

المبحث الأول

الوعي السياحي: أهميته وأبعاده والأساليب المستخدمة في

بناء الوعي السياحي

تقوم السياحة بدور هام وحيوي في زيادة وتعزيز الدخل القومي، وكذلك دعم ميزان المدفوعات في الدولة مما يكون له أثراً إيجابية سواء كان ذلك على دخل الفرد أو الدولة. ولكي تتحقق الأهداف المرجوة من النشاط السياحي ينبغي على أصحاب العلاقة العمل على تعزيز الحركة السياحية بالتوعية المجتمعية باعتبارها من أسباب تطور صناعة السياحة، إذ أن تعزيز الوعي السياحي يعد من الركائز الأساسية للنهوض بالقطاع السياحي بجميع عناصره. ولا شك أن التوجه لإشراك جميع شرائح المجتمع يعد خطوة ضرورية وأساسية لتطوير صناعة السياحة، وتهيئة المجتمع لاستقبال الحجاج والسياح والزوار إذ أنه لا بد أن يعي السكان المحليون الآثار الإيجابية المختلفة سواء كانت إقتصادية أو اجتماعية أو غيرهما المترتبة عن السياحة مما يشجعهم على الانخراط في نشاطها. ويتضح الوعي السياحي لدى المواطنين في الدراية الكاملة لدى المواطنين أو أفراد المجتمع بعملية النمو السياحي وتقديم تفسيرات وافية ألية عين مدى أهمية التنمية السياحية ومدى مساهمتها في تحقيق الرفاهية الاقتصادية والرخاء الاجتماعي، وبما أن أفراد المجتمع هم أنفسهم يعتبرون أحد المكونات المهمة في المنتج السياحي فإن لهم تأثيراً كبيراً ودوراً مهماً في نجاح صناعة السياحة أو فشلها (أحمد وعزيز، 2013، ص 426).

- تعريف الوعي السياحي: الوعي السياحي هو: المعرفة والفهم والإدراك لمجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السائدة في مجال السياحة، والتي تتيح للأفراد المشاركة

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

بالفخر بعمله وهو ما يعني أنه يشعر بالرضا عن العائد المتحقق من تلك الخدمة وهذا له أثر على المدى الطويل في الحفاظ على السائحين من خلال تكرار الزيارة أو سمعة حسنة تنقل إلى معارفه وأقاربه وهو ما يحرك وينشط السياحة لديهم. ولا يقاس الوعي السياحي كما يرى الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب إلا بحصر العناصر الإيجابية للنشاط السياحي من مظاهر اقتصادية وحضارية وثقافية واجتماعية مع طريقة اتصال هذا المفهوم بعناصره المختلفة عين طريق وسائل الإعلام المتنوعة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون بأسلوب ولغة تتفق مع كل مستوى ثقافي بحيث يرسخ مفهوم الوعي السياحي في نفوس الناس (أحمد وعزيز، 2013، ص 424).

- أبعاد الوعي السياحي (حكيمة وحياء، 2017، ص 59): يمكن اعتبار نشر الوعي السياحي بمثابة تهيئة المناخ لاستقبال النشاط السياحي والسائحين مع إيجاد أفراد قادرين على التعامل مع سائحين وإشعارهم بالترحيب الدائم. ويشمل الوعي السياحي ما يلي:

1- زيادة معرفة المواطنين بمناطق بلدهم ومقوماته السياحية.

2- معرفة المواطنين بأهمية صناعة السياحة وأهميتها لمستقبل بلدهم.

3- إحترام السائح في كل التعاملات معه مثل: تقديم العون، اللطف، تسهيل الخدمات منذ وصوله إلى مغادرته.

4- تشجيع السياحة الداخلية يؤدي إلى تأصيل فكر سياحي بناء.

5- التركيز على أن السياحة ظاهرة حضارية وإحدى وسائل الاتصال الثقافي بين الأمم والشعوب.

6- الأمانة قيمة خلقية يجب أن تعمم، وعدم إشعار السائح أن هناك تمييزاً ضده في الأسعار والخدمات والجنسيات.

- الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي في المجتمعات السياحية:

لقد تعددت الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي في المجتمعات السياحية، علماً أن هذه الأساليب تعتمد على

وهيكلية عمل في معاملة السائح الوطني والأجنبي (الياسري، 2012، ص 259). ويتوقف مستوى النجاح في أي نشاط سياحي في أية دولة من الدول على درجة شعور الزائر والسائح بالرضا خلال قيامه بزيارة تلك الدولة حيث تتضح درجة وأهمية الوعي السياحي على مستوى الأفراد في أي مجتمع. وقد أظهرت الدراسات التي أجريت بهذا الصدد أن قسماً مهماً من ذلك الرضا يكون نتيجة أسلوب المواطن تجاه الزائر الأجنبي ومدى ترحيبه به والامتناع عن استغلاله. بالإضافة إلى أن الوعي السياحي يؤدي إلى ارتفاع معدلات تكرار زيارة السائح نتيجة مغادرته للبلد المزار بانطباعات طيبة تجعله ضيفاً مرتقباً في زيارات تالية؛ والأهم من ذلك قيامه بنقل انطباعاته عن هذه التجربة إلى أهله ومعارفه مما يمثل أكبر أنواع الدعاية تأثيراً (أحمد وعزيز، 2013، ص 423-424). ومن هنا يشكل الوعي السياحي أهمية كبيرة في تحسين صورة السياحة في المجتمع والتقليل من بعض الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع مثقف سياحياً، وعلى دراية بأهمية الإنجازات والنجاحات التي حققها قطاع السياحة وما يقدمه هذا القطاع من فرص ومكاسب اقتصادية تنعكس في النهاية على الأفراد. وهذا الوعي لا يتحقق إلا من خلال تضافر جهود كافة الجهات داخل المجتمع، لأن عملية صناعة السياحة لا تتوقف على القطاعين الخاص والعام، وإنما تتعداهما إلى الفرد داخل المجتمع باعتباره العنصر الأساسي والمهم في عملية صناعة السياحة من جهة، ومعياراً حقيقياً للرضا والتقدم الحضاري للمجتمع من جهة أخرى. فصناعة السياحة مرتبطة بسلوكيات الأفراد، ولن تنهض السياحة وتزدهر إلا إذا احتضنها المجتمع ككل واعتبرها قضية مجتمع (الأدري، تنمية الوعي السياحي وصناعة السياحة، أنظر:

<https://www.ibtesamah.com/showthread-t-390093.html>

.. إن تنمية الوعي السياحي تجعل من كل شخص يقدم خدمة للسياح سواء كان مرشداً أو موظف استعلامات أو سائق تكسي أو غيرهم مما يجعله يشعر

الندوات والمؤتمرات التي تعنى بالسياحة (الوائلي، 2014-2015، ص4).

ثانياً: التخطيط السياحي: يعد التخطيط السياحي ضرورة هامة خاصة في عصرنا الحديث، فالهدف من التخطيط السياحي هو إحداث التنشيط السياحي خاصة بعد أن أصبحت السياحة من أهم الأنشطة في العالم أجمع بما تدفع الى التخطيط المستمر لاستغلال الثروات السياحية، والإرتفاع بمعدل السياحة، والقضاء على المشكلات التي تحول دون تحقيق هذه الأهداف، والتكيف والمرونة في مواجهة المتغيرات، والعمل الدائم في مجال التنشيط السياحي، ووضع التدابير اللازمة لتحقيق الأهداف، وذلك بتحديد الجمهور وتحديد وسيلة الاتصال به ووضع الوسائل والمضامين المناسبة لكل جمهور (الشرقاوي، 2008، ص 120-121).

ويساهم التخطيط السياحي الناجح في زيادة الوعي السياحي ويكون ذلك من خلال إشراك كافة أفراد المجتمع في عملية التخطيط هذه من خلال الاستماع إلى أفكارهم البناءة وتفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية، فضلاً عن إشراكهم في الاستثمارات السياحية حتى يسود الشعور لديهم بان المردود السياحي لا سيما العائد الاقتصادي هو لكافة أطراف المجتمع وليس حكراً على فئة معينة، كما يجب إيجاد آليات للتواصل بين السائح والمواطن في المجتمعات السياحية في مختلف أنحاء الدولة (الوائلي، 2014-2015، ص4).

ثالثاً: التسويق السياحي: يعد التسويق النشاط التصديري الوحيد في القطاع السياحي، ويعد وسيلة أساسية لبناء الوعي السياحي ويمكن أن يكون ذلك من خلال مختلف أدوات الاتصال التسويقية المسموعة والمرئية على اختلاف أشكالها ومن بينها: المواقع الالكترونية، شاشة التلفزيون المحلي والفضائي، الموبايل، الصحف، المطبوعات والمنشورات، الكتب والمقالات، المجالات المتخصصة بالسياحة، الأفلام التسجيلية، الراديو، شبكة الانترنت، المؤتمرات، الدراما المحلية، العاملين في الإعلام السياحي، المجالس البلدية والمحلية، وغيرها من الأدوات (الوائلي، 2014-2015، ص4). ان تبني المفهوم الحديث للتسويق السياحي في

الخصوصية الثقافية لكل مجتمع، وقد تبنت العديد من الدراسات ضرورة استخدام ثلاثة مداخل أساسية في بناء الوعي السياحي وهي: التخطيط السياحي، التعليم السياحي والتسويق السياحي على اعتبار أن الأدوات التي تستخدم في تفسير هذه المداخل مختلفة من مجتمع الى اخر (الوائلي، 2014-2015، ص3)، وفيما يلي استعراض لهذه المداخل والأدوات المستخدمة في تفسيرها:

أولاً: التعليم السياحي: التعليم السياحي هو تخصص بكل أنواعه (المهني والفني والعالي) لأنه من خلاله يزود الفرد بالمعلومات والمعارف التي تساعد صناعة السياحة والفندقة وتبني القاعدة الأساسية لتكوين مهارات سياحية وفندقية من خلال تكوين الاختصاصيين والمهنيين وتأهيلهم للعمل في المرافق السياحية والمنشآت الفندقية (محمد، 2008، ص 219). ولذلك يعد التعليم السياحي نقطة البداية للمهنة الناجحة في ميدان السياحة والسفر، اذ يلعب التعليم السياحي دوراً هاماً في تحضير القادة في المستقبل، وخلق قوى عاملة مدربة بشكل جيد، أو إحداث تغيير في بيئة أكثر عالمية وسوق أكثر تنافسية (رحاحلة، التعليم السياحي في الأردن، أنظر:

<https://klnajordanian.ahlamontada.com/t34-topic>.

وتضلع المؤسسات التعليمية على اختلافها سواء في مرحلة التعليم الأساسي أو التعليم الجامعي بمستوياته المختلفة وكذلك التعليم المهني بمسؤولية كبيرة في بناء الوعي السياحي ويكون ذلك من خلال إدخال التعليم السياحي في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات وإنشاء كليات وتخصصات تعنى بتخريج المتخصصين في السياحة والضيافة، كما أن الأستاذ في التعليم الأولي والعالي يلعب دوراً أساسياً في تعليم السياحة وتعليم التراث والتربية المتحفية، وتدعيم السلوكيات الإيجابية تجاهها، كما يمكن لشخصيات وقادة الرأي في المجتمع أن تكون لهم مساهمة في هذا البناء من خلال إلقاء محاضرات والمشاركة في

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

«تأهيل المزيد من الإعلاميين للتخصص في مجال السياحة بمفهومه الواسع الذي يشمل الفنادق والطيران والآثار وصناعة الترفيه بمختلف فروعها.

«استغلال المكاتب الدبلوماسية والسفارات الخارجية في الترويج السياحي (كبشة، 2013)

- آليات رفع الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي: هناك عدة آليات يمكن بالفعل تطبيقها لرفع الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي منها (سعد، الوعي السياحي ضرورة وليس ترفاً، صدی البلد، أنظر:

<https://www.elbalad.news/806412>

1- الندوات التثقيفية والزيارات الميدانية لاماكن التجمعات كالمدارس والجامعات.

2- إحياء عدد من الصناعات الحرفية التقليدية لعدد كبير من أبناء المجتمع تعكس ثقافة المجتمع التي تزخر بكل ما هو ضارب في جذور الأصالة والعراقة وبالتالي تسويقها سياحياً.

3- تشكيل فعاليات شعبية مختلفة من خلال الجمعيات والنوادي في سبيل عمل دعاية للمناطق السياحية بين المواطنين من خلال عقد ندوات ومحاضرات وورش عمل.

4- النشاطات الخاصة بالمحافظة على نظافة الأماكن السياحية والتراثية من حملات تنظيف.

5- عمل اللوحات الإرشادية التي تتضمن معلومات عن المناطق الأثرية والخرائط الإرشادية للدلالة على مواقع الأماكن السياحية.

6- أهمية الوعي السياحي للعاملين بالقطاع السياحي أنفسهم حيث أنهم يعتبرون الخط الأمامي لمواجهة للسائح ضمن إطار العملية السياحية كونهم على اتصال مباشر مع السائح.

المبحث الثاني

الطريقة والإجراء

يعتبر منهج الدراسة وإجراءاته محورياً رئيساً من خلال تطبيق الجانب العلمي للدراسة، ومن خلال أدواتها يتم جمع البيانات

الدول المتقدمة هو السبب الرئيس في التطور الكبير في هذا المجال، وانتشار أنشطة الرحلات السياحية وفنادق السلاسل وتطورها (الظاهر والياس، 2007، ص 249-250).

- رابعاً: وسائل الإعلام: تعد وسائل الإعلام على اختلافها ذات دوراً محورياً في زيادة الوعي السياحي، سواء من خلال القيام بالترويج لمختلف المراكز الحضارية والمواقع السياحية على اختلافها فضلاً عن المنتج السياحي سواء كان محلياً أو إقليمياً أو عالمياً، وكذلك التعريف بما تحتويه فلسطين من مواقع حضارية ومعالم سياحية دينية أو تاريخية أو أثرية أو طبيعية، وتعظيم المنتج السياحي في فلسطين، وتقديم المواقع السياحية والأثرية الى العالم الخارجي والمحلي لإيجاد مناخات جاذبة للاستثمار في هذا القطاع الاستراتيجي والحيوي والذي يعد واحداً من الركائز الأساسية للاقتصاد الوطني. ولا شك أن الظروف العصيبة التي تمر بها صناعة السياحة في فلسطين تقتضي وجود أن تقوم وسائل الإعلام بدور رئيسي لخدمة القطاع السياحي من خلال نشر الوعي السياحي وتوفير الخدمات العامة والبنية التحتية اللازمة لنجاح العمل السياحي وتنشيط السياحة الى المزارات التاريخية والأثرية والسياحية على اختلافها، سيما وأن للإعلام دوراً محورياً في الترويج السياحي، ناهيك عن دوره الفعال في عملية التنمية السياحية، وإقناع الزوار والسياح والحجاج بزيارة المواقع والمزارات المختلفة في فلسطين. ومن أدوار الإعلام المهمة أيضاً لفت نظر صناع القرار والمهتمين بقطاع السياحة في الكويت بالتحديات الحقيقية التي تواجه هذا القطاع وسبل معالجتها. وحتى يقوم الإعلام بهذا الدور بصورة أكثر فعالية نرى انه من الضروري أن يتم عمل ما يلي:

«وضع إستراتيجية واضحة وهادفة في الترويج السياحي في الخارج من خلال الإعلام المحلي والإقليمي والدولي.

«التوسع في إصدار المزيد من المنتجات الإعلامية السياحية ولاسيما الإصدارات والمجلات المتخصصة والصفحات المتخصصة في الصحف اليومية.

القسم الثاني: وهو عبارة عن الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية ، ويتكون من (64) فقرة، موزع على 4 مجالات وهي: المجال الأول: الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي، ويتكون من (17) فقرات. المجال الثاني: الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي، ويتكون من (18) فقرات.

المجال الثالث: دور مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في بناء الوعي السياحي، ويتكون من (14) فقرات. المجال الرابع: مستوى معرفة الطلبة بالمعالم السياحية والحضارية في فلسطين، ويتكون من (15) فقرات. وقد تم استخدام المقياس من 1- 5 لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبانة، حيث أنه كلما اقتربت الدرجة من الرقم 5 دلّ ذلك على الموافقة الشديدة على ما ورد في الفقرة والعكس صحيح، والجدول (1) يوضح ذلك:

جدول (1): درجات المقياس المستخدم في الاستبانة

الاستجابة	غير موافق بدرجة قليلة جداً	موافق بدرجة كبيرة جداً
الدرجة	1	5

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية والتنظيمية

توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

جدول (2): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية %
نكر	108	28.6
أنثى	269	71.4

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

المجموع	377	100.0
---------	-----	-------

يتضح من جدول (2) أن ما نسبته 28.6% من عينة الدراسة هم من الذكور، بينما 71.4% هم من الإناث.

توزيع عينة الدراسة حسب الكلية

جدول (3): توزيع عينة الدراسة حسب الكلية

الكلية	العدد	النسبة المئوية %
التربية الرياضية	23	6.1
التربية	83	22.0
الآداب	12	3.2
العلوم التطبيقية	142	35.8
العلوم الطبية	15	4.0
الحاسبات وتكنولوجيا المعلومات	32	8.5
الإدارة والتمويل	12	3.2
الاعلام	38	10.1
الفنون الجميلة	27	7.2
المجموع	377	100.0

هم من طلبة كلية الحاسبات وتكنولوجيا المعلومات، بينما 3.2% هم من طلبة كلية الإدارة والتمويل، بينما 10.1% هم من طلبة كلية الاعلام، بينما 7.2% هم من طلبة كلية الفنون الجميلة.

- توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

يتضح من جدول (3) أن ما نسبته 6.1% من عينة الدراسة هم من طلبة كلية التربية الرياضية، بينما 22.0% هم من طلبة كلية التربية، بينما 3.2% هم من طلبة كلية الآداب، بينما 35.8% هم من طلبة كلية العلوم التطبيقية، بينما 4.0% هم من طلبة كلية العلوم الطبية، بينما 8.5%

جدول (4): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	العدد	النسبة المئوية %
-----------------	-------	------------------

25.2	95	الأول
31.3	118	الثاني
20.4	77	الثالث
23.1	87	الرابع
100.0	377	المجموع

المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبيان ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحثون درجة الموافقة حسب المحك المعتمد للدراسة، كما هو موضح في الجدول التالي:

يتضح من جدول (4) أن ما نسبته 25.2% من عينة الدراسة هم من طلبة المستوى الأول، وما نسبته 31.3% هم من طلبة المستوى الثاني، وما نسبته 20.4% هم من طلبة المستوى الثالث، وما نسبته 23.1% هم من طلبة المستوى الرابع.

5.3 المحك المعتمد في الدراسة: لتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحثون على ترتيب

جدول (5): المحك المعتمد في الدراسة

درجة الموافقة	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي
منخفضة جدا	من 20% - 36%	من 1 - 1.80
منخفضة	أكثر من 36% - 52%	أكثر من 1.80 - 2.60
متوسطة	أكثر من 52% - 68%	أكثر من 2.60 - 3.40
كبيرة	أكثر من 68% - 84%	أكثر من 3.40 - 4.20
كبيرة جدا	أكثر من 84% - 100%	أكثر من 4.20 - 5

والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة، والنتائج موضحة في جدول (6).

جدول (6): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال " الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
---	--------	-----------------	-------------------	--------------	---------	---------------

ثانياً: نتائج التحليل الوصفي لفقرات الاستبانة:

1. نتائج التحليل الوصفي للوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي: تم حساب المتوسط الحسابي

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

كبيرة	6	77.0	0.873	3.85	تعتبر فلسطين من أقدم المناطق السياحية في العالم	1.
متوسطة	11	61.0	0.977	3.05	تتبوء فلسطين مكانة مرموقة على الخريطة السياحية الإقليمية والدولية.	2.
متوسطة	15	49.0	0.635	2.45	تتبقى أهمية السياحة في فلسطين من كونها سياحة مستدامة.	3.
كبيرة	5	78.0	0.789	3.90	تتميز فلسطين بغناها بالمعالم الحضارية والدينية والسياحية.	4.
متوسطة	13	55.0	0.689	2.75	تعتبر السياحة صناعة مدرة للدخل في فلسطين.	5.
متوسطة	16	49.0	0.783	2.45	تؤثر السياحة في فلسطين على مستوى المعيشة في فلسطين.	6.
متوسطة	17	41.0	0.563	2.05	يشارك الطالب في أنشطة سياحية في منطقتة..	7.
متوسطة	9	66.0	0.773	3.30	تعتبر السياحة عنصرا مهما في التنمية الاقتصادية في فلسطين.	8.
كبيرة	8	68.0	0.934	3.40	يساعد الوعي بالنشاط السياحي في فلسطين الى مزيد من الدعم من مختلف شرائح المجتمع.	9.
متوسطة	12	59.0	0.558	2.95	يمكن الوصول الى المعلومات السياحة بسهولة.	10.
متوسطة	10	66.0	0.769	3.30	تتوفر في فلسطين الخدمات السياحية الملائمة.	11.
متوسطة	14	50.0	0.498	2.50	يهتم الطالب بالحصول على عمل مناسب في القطاع السياحي.	12.
كبيرة	2	89.0	0.665	4.45	تتوقف درجة نجاح النشاط السياحي بدولة ما على مدى رضا السائح عند زيارته لها.	13.
كبيرة	4	78.0	0.699	3.90	يدرك الطالب أهمية صناعة السياحة وأهميتها لمستقبل فلسطين.	14.
كبيرة	3	87.0	0.595	4.35	يؤثر ضعف التسويق الخارجي للسياحة الفلسطينية سلبيا على السياحة.	15.

16.	يساهم غياب الوعي بأهمية السياحة عند المستثمرين والمواطنين في تراجع السياحة.	4.50	0.793	90.0	1	كبيرة
17.	يعرف الطالب المعالم والمزارات السياحية المختلفة في فلسطين.	3.50	0.669	70.0	7	كبيرة
	جميع فقرات المجال معاً	3.33	0.456	66.6		متوسطة

يساوي (2.05) وبوزن نسبي مقداره (41.0%)، وهذا يدل على موافقة قليلة من قبل المبحوثين على تلك الفقرة وقد حصلت هذه الفقرة على أدنى متوسط حسابي في هذا المجال.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال " الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي " يساوي (3.33) أي أن الوزن النسبي (66.6%)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال

2. نتائج التحليل الوصفي للأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي: تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة، والنتائج موضحة في جدول (7).

جدول (7): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال " الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1.	يساهم التعليم والتدريب السياحي في زيادة الوعي السياحي.	3.10	0.562	62.0	14	متوسطة
2.	يلعب التعليم دوراً هاماً في تحضير وخلق قوى عاملة مدربة في القطاع السياحي.	3.05	0.623	61.0	15	متوسطة
3.	يعمل التعليم على إحداث تغيير في بيئة سياحية أكثر	3.85	0.782	77.0	8	كبيرة

تبين من النتائج بأن أعلى فقرة في المجال كانت على النحو الآتي:

1. حصلت الفقرة السادسة عشر القائلة " يساهم غياب الوعي بأهمية السياحة عند المستثمرين والمواطنين في تراجع السياحة." على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (4.50) (الدرجة الكلية من 5) وبوزن نسبي مقداره (90.0%)، وهذا يدل على موافقة كبيرة من قبل المبحوثين على تلك الفقرة وقد حصلت هذه الفقرة على أعلى متوسط حسابي في هذا المجال. تبين من النتائج بأن أدنى فقرتين في المجال كانتا على النحو الآتي:

1. جاءت الفقرة السابعة القائلة " يشارك الطالب في أنشطة سياحية في منطقتة." على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

					عالمية وسوق أكثر تنافسية.	
كبيرة	11	69.0	0.765	3.45	تضلع المؤسسات التعليمية على اختلافها بمسؤولية كبيرة في بناء الوعي السياحي.	.4
متوسطة	18	54.0	0.814	2.70	يقوم الأستاذ في التعليم الأولي والعالي بدور أساسي في تعليم السياحة وتعليم التراث والتربية المتحفية.	.5
كبيرة	4	81.0	0.817	4.05	يعد التخطيط السياحي ضرورة هامة لزيادة الوعي السياحي.	.6
كبيرة	1	89.0	0.835	4.45	يعتبر التخطيط السياحي ضرورة أساسية من ضرورات التنمية السياحية في فلسطين.	7
كبيرة	5	79.0	0.990	3.95	يعمل التخطيط السياحي على إيجاد آليات للتواصل بين السائح والمواطن.	.8
كبيرة	3	86.0	0.647	4.30	تبني المفهوم الحديث للتسويق السياحي سبباً رئيسياً في زيادة الوعي السياحي.	.9
متوسطة	12	64.0	0.648	3.20	تساهم وسائل الاعلام المختلفة في الإرتقاء بالوعي السياحي في فلسطين.	.10
متوسطة	13	63.0	0.867	3.15	تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من الوسائل المستخدمة في بناء الوعي السياحي.	.11
كبيرة	7	77.0	0.925	3.85	تعمل الرحلات والأنشطة السياحية على بناء الوعي السياحي.	.12
كبيرة	2	87.0	0.678	4.35	تعتبر المشاركة بدورات تثقيفية وتعليمية وسيلة لاكتساب مهارات أكاديمية وفنية لرفع الوعي السياحي.	.13
كبيرة	10	69.0	0.712	3.45	تشكل اللجنة الأساسية للوعي السياحي لدى الطلبة من خلال الاسرة والبيئة والمجتمع	.14
متوسطة	16	61.0	0.779	3.05	يتلقى الطالب المعلومات السياحية من خلال البيئة المدرسية (المنهاج الدراسي والفعاليات المدرسية..	.15

(الخ)					
16.	تتبنى وسائل الاعلام التقليدية برامج هادفة تعمل على تشكيل الوعي السياحي عند الجمهور	2.95	0.647	59.0	17
17.	يعد إحياء الصناعات الحرفية التقليدية وسيلة لبناء وزيادة الوعي السياحي.	3.80	0.751	76.0	9
18.	تعتبر اللوحات والخرائط الإرشادية من وسائل زيادة الوعي السياحي.	3.90	0.645	78.0	6
	جميع فقرات المجال معاً	3.60	0.339	72.0	كبيرة

حصلت هذه الفقرة على أدنى متوسط حسابي في هذا المجال.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال " الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي " يساوي (3.60) أي أن الوزن النسبي (72.0%)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

3. نتائج التحليل الوصفي لدور مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في بناء الوعي السياحي: تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة، والنتائج موضحة في جدول (8).

جدول (8): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال " دور مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في بناء الوعي السياحي "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1.	تقرر الجامعات والكليات مناهج خاصة بالسياحة في فلسطين..	2.55	0.879	51.0	3	قليلة

تبين من النتائج بأن أعلى فقرة في المجال كانت على النحو الآتي:

1. حصلت الفقرة السابعة القائلة " يعتبر التخطيط السياحي ضرورة أساسية من ضرورات التنمية السياحية في فلسطين." على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (4.45) (الدرجة الكلية من 5) وبوزن نسبي مقداره (89.0%)، وهذا يدل على موافقة كبيرة من قبل المبحوثين على تلك الفقرة وقد حصلت هذه الفقرة على أعلى متوسط حسابي في هذا المجال. تبين من النتائج بأن أدنى فقرتين في المجال كانتا على النحو الآتي:

1. جاءت الفقرة الخامسة القائلة " يقوم الأستاذ في التعليم الأولي والعالي بدور أساسي في تعليم السياحة وتعليم التراث والتربية المتحفية.." على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي يساوي (2.70) وبوزن نسبي مقداره (54.0%)، وهذا يدل على موافقة متوسطة من قبل المبحوثين على تلك الفقرة وقد

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

قليلة	7	49.0	0.624	2.45	تشجع الجامعات والكليات علي القيام ببحوث ودراسات خاصة بالسياحة.	.2
قليلة	6	50.0	0.687	2.50	يوجد في الجامعة تخصصات سياحية تعمل على بناء الوعي السياحي.	.3
قليلة	12	42.0	0.543	2.10	يوجد في الجامعة خرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي.	.4
قليلة	8	48.0	0.632	2.40	تقوم الجامعة بدور رئيس في تقييم الفنادق والمنشآت السياحية الموجودة في بلادنا.	.5
قليلة	10	44.0	0.631	2.20	تتوافر في الجامعة الإحصاءات السياحية بدرجة متكاملة.	.6
قليلة	5	50.0	0.932	2.50	يتوفر في الجامعة كوادر مؤهلة للترويج للسياحة.	.7
قليلة	2	52.0	0.887	2.60	تنظم الجامعة محاضرات وندوات لدعم السلوك الإيجابي تجاه السياحة.	.8
قليلة	11	43.0	0.873	2.15	تنظم الجامعة مهرجانات ومعارض سياحية لتنشيط التفاعل بين المواطنين والسائحين.	.9
قليلة جدا	14	33.0	0.793	1.65	شاركت في فعاليات سياحية نظمتها الجامعة	.10
قليلة	13	42.0	0.676	2.10	تنظم الجامعة رحلات سياحية للطلبة بشكل منتظم للمزارات والمعالم السياحية.	.11
كبيرة	1	69.0	0.679	3.45	يعتبر التعليم السياحي بداية للمهنة الناجحة في مجال صناعة السياحة والسفر.	.12
قليلة	9	46.0	0.752	2.30	يتلقى الطالب برامج إرشادية خاصة بالسياحة.	.13
قليلة	4	51.0	0.657	2.55	يدرس الطالب مساقات تساهم في زيادة الوعي السياحي	.14
قليلة		47.8	0.631	2.39	جميع فقرات المجال معاً	

الفقرة وقد حصلت هذه الفقرة على أدنى متوسط حسابي في هذا المجال.

- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال " دور مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في بناء الوعي السياحي " يساوي (2.39) أي أن الوزن النسبي (47.8%)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

4. نتائج التحليل الوصفي لمستوى معرفة الطلبة بالمعالم السياحية والحضارية في فلسطين: تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة، والنتائج موضحة في جدول (9).

جدول (9): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال " مستوى معرفة الطلبة بالمعالم السياحية والحضارية في فلسطين "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1.	من المعالم الحضارية في خان يونس حمام السمرة	4.60	0.559	92.0	1	كبيرة
2.	يوجد مسجد هاشم في نابلس.	4.00	0.863	80.0	3	كبيرة
3.	تعتبر قبة الصخرة من المعالم الدينية الحديثة في فلسطين.	4.55	0.820	91.0	2	كبيرة
4.	توجد كنيسة المهد في الناصرة	3.80	0.637	76.0	6	كبيرة
5.	تعد كنيسة القديس بيرفيريوس من أقدم الكنائس الأثرية في البلدة القديمة بغزة	3.95	0.637	79.0	5	كبيرة
6.	تعتبر كنيسة البشارة من أهم المعالم الدينية في القدس.	3.00	0.771	60.0	12	كبيرة

تبين من النتائج بأن أعلى فقرة في المجال كانت على النحو الآتي:

1. حصلت الفقرة الثانية عشر القائلة " يعتبر التعليم السياحي بداية للمهنة الناجحة في مجال صناعة السياحة والسفر." على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (3.45) (الدرجة الكلية من 5) ووزن نسبي مقداره (69.0%)، وهذا يدل على موافقة كبيرة من قبل المبحوثين على تلك الفقرة وقد حصلت هذه الفقرة على أعلى متوسط حسابي في هذا المجال.

تبين من النتائج بأن أدنى فقرة في المجال كانت على النحو الآتي:

1. جاءت الفقرة العاشرة القائلة " شاركت في فعاليات سياحية نظمتها الجامعة." على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي يساوي (1.65) ووزن نسبي مقداره (33.0%)، وهذا يدل على موافقة قليلة جداً من قبل المبحوثين على تلك

متوسطة	9	65.0	0.869	3.25	يوجد قبر راحيل في مدخل محافظة جنين	7
متوسطة	10	63.0	0.783	3.15	تتميز الخليل بشواطئها الجميلة على البحر المتوسط	8.
متوسطة	13	55.0	0.879	2.75	افتتح الاتحاد النسائي العربي متحف بيتنا التلحمي للتراث الشعبي الفلسطيني العام 1971	9.
متوسطة	11	61.0	0.933	3.05	يصنف وادي غزة باعتباره محمية طبيعية	10.
كبيرة	7	72.0	0.789	3.6	يعد تل العجول الواقع عند مصب وادي غزة والى الشمال منه مباشرة من المواقع الاثرية	11.
قليلة	14	49.0	0.893	2.45	تتوافر في قطاع غزة مقومات الجذب السياحي	12.
قليلة	15	43.0	0.833	2.15	توجد في بيت ساحور كنيسة المسكوبية الروسية	13.
كبيرة	4	81.0	0.754	4.05	تقع شجرة السدر الشهيبة في قليلية	14.
كبيرة	8	69.0	0.639	3.45	يوجد قبر شمشوم الجبار بمدينة غزة	15.
كبيرة		69.0	0.546	3.45	جميع فقرات المجال معاً	

حسابي يساوي (2.15) وبوزن نسبي مقداره (43.0%)، وهذا يدل على موافقة قليلة من قبل الباحثين على تلك الفقرة وقد حصلت هذه الفقرة على أدنى متوسط حسابي في هذا المجال.

- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال " مستوى معرفة الطلبة بالمعالم السياحية والحضارية في فلسطين " يساوي (3.45) أي أن الوزن النسبي (69.0%)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

المشاركة في رحلات سياحية داخلية أو خارجية

تبين من النتائج بأن أعلى فقرة في المجال كانت على النحو الآتي:

1. حصلت الفقرة الأولى القائلة " من المعالم الحضارية في خان يونس حمام السمرة." على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (4.60) (الدرجة الكلية من 5) وبوزن نسبي مقداره (92.0%)، وهذا يدل على موافقة كبيرة من قبل الباحثين على تلك الفقرة وقد حصلت هذه الفقرة على أعلى متوسط حسابي في هذا المجال.

تبين من النتائج بأن أدنى فقرة في المجال كانت على النحو الآتي:

1. جاءت الفقرة الثالثة عشر القائلة " توجد في بيت ساحور كنيسة المسكوبية الروسية." على المرتبة الأخيرة بمتوسط

جدول (10): توزيع عينة الدراسة حسب المشاركة في الرحلات السياحية

النسبة المئوية %	العدد	المشاركة في الرحلات السياحية
24.7	93	نعم
75.3	284	لا
100.0	377	المجموع

داخلية أو خارجية، بينما 75.3% هم من الذين لم يشاركوا على الإطلاق في الرحلات السياحية.

المشاركة في الدورات والأنشطة ذات صلة بالسياحة

يتضح من جدول (10) أن ما نسبته 24.7% من عينة الدراسة هم من الذين يشاركوا في رحلات سياحية

جدول (11): توزيع عينة الدراسة حسب المشاركة في الدورات

النسبة المئوية %	العدد	المشاركة في الدورات
19.4	73	نعم
80.6	304	لا
100.0	377	المجموع

بالسياحة، بينما 80.6% هم من الذين لم يشاركوا على الإطلاق في الدورات والأنشطة ذات الصلة بالسياحة.

الجهة المنظمة للدورات والأنشطة

يتضح من جدول (11) أن ما نسبته 19.4% من عينة الدراسة هم من الذين شاركوا في دورات ذات صلة

جدول (12): توزيع عينة الدراسة حسب جهة التنظيم

النسبة المئوية %	العدد	جهة التنظيم
65	47	مؤسسات غير رسمية جمعيات جامعات
35	26	مؤسسات رسمية حكومية
100.0	73	المجموع

35.0% نظمت لهم مؤسسات رسمية
الاهتمام بالسياحة بعد المشاركة في الدورات والانشطة

يتضح من جدول (12) أن ما نسبته 65% من عينة
الدراسة نظمت مشاركتهم مؤسسات غير رسمية، بينما
جدول (13): توزيع عينة الدراسة حسب الاهتمام بالسياحة

الاهتمام بالسياحة	العدد	النسبة المئوية %
نعم	25	34
لا	48	66
المجموع	73	100.0

والأنشطة وما نسبته 66.0% لم يهتموا بالسياحة بعد
المشاركة في الدورات والأنشطة.
دراسة مساقات دراسية في الجامعة ذات العلاقة بالسياحة

يتضح من جدول (13) أن ما نسبته 34.0% من
عينة الدراسة اهتموا بالسياحة بعد المشاركة في الدورات

جدول (14): توزيع عينة الدراسة حسب معرفة الدراسة الجامعية

الاهتمام بالسياحة	العدد	النسبة المئوية %
نعم	25	34
لا	48	66
المجموع	73	100.0

علاقة بالسياحة وما نسبته 66.0% لم يهتموا بالسياحة بعد
دراسة مساقات دراسية ذات علاقة بالسياحة.

يتضح من جدول (14) أن ما نسبته 34.0% من
عينة الدراسة اهتموا بالسياحة بعد دراسة مساقات دراسية ذات

مقترحات لزيادة الوعي السياحي

جدول (15): توزيع عينة الدراسة المقترحات لزيادة الوعي السياحي

مقترحات لزيادة الوعي السياحي	العدد	النسبة المئوية %	الترتيب
تخصيص مساقات خاصة بالمعالم الحضارية والاثريّة في فلسطين	334	88.6	1
تنظيم فعاليات وأنشطة سياحية	310	82.2	2

3	71.6	270	عقد مهرجانات ترفيهية رياضية، دينية، تاريخية... الخ
4	66.3	250	افتتاح تخصصات خاصة بالسياحة
5	56.5	213	تنظيم رحلات منتظمة الى المعالم السياحية
6	52.3	197	تنظيم دورات تدريبية خاصة بالسياحة
7	48.5	183	الاهتمام بالخرائط والمطويات المتعلقة بالسياحة
8	41.1	155	عرض أفلام وثائقية خاصة بالسياحة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \leq \alpha)$ بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الوعي السياحي للطلبة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، الكلية السنة الدراسية)

ويشتق من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \leq \alpha)$ بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الوعي السياحي للطلبة تعزى لمتغير الجنس

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار "ت العينتين المستقلتين"، والجدول التالي يوضح ذلك

* الاستجابات لسؤال أكثر من إجابة وتم احتساب

النسبة على المجموع الكلي 377

يتضح من جدول (15) أن ما نسبته 88.6% من عينة الدراسة يقترحون تخصيص مساقات خاصة بالمعالم الحضارية والاثريّة في فلسطين، بينما 82.2% يقترحون تنظيم فعاليات وأنشطة سياحية، بينما 71.6% يقترحون عقد مهرجانات ترفيهية رياضية، دينية، تاريخية... الخ، بينما 66.3% يقترحون افتتاح تخصصات خاصة بالسياحة بينما 56.5% يقترحون تنظيم رحلات منتظمة الى المعالم السياحية، بينما 52.3% يقترحون تنظيم دورات تدريبية خاصة بالسياحة، بينما 48.5% يقترحون الاهتمام بالخرائط والمطويات المتعلقة بالسياحة، بينما 41.1% يقترحون عرض أفلام وثائقية خاصة بالسياحة

ثالثاً: نتائج الفرضيات الإحصائية:

جدول (16): نتائج اختبار "ت العينتين المستقلتين" - الجنس

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (.Sig)	الدلالة الإحصائية
-------	-----------------	-------------------	---------------	--------------------------	-------------------

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

الوعي السياحي	ذكر	3.45	0.753	دال إحصائياً	0.003
	أنثى	3.34	0.952		

* الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة

$$\alpha \leq 0.05$$

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول

الوعي السياحي للطلبة تعزى لمتغير الكلية

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار " التباين

الأحادي "، والجدول التالي يوضح ذلك

تبين من النتائج الموضحة في جدول (16) أعلاه بأن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " التباين الأحادي " أقل من مستوى الدلالة (0.05) فيما يتعلق بالوعي السياحي لدى الطلبة، وبذلك نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقدير استجابات أفراد عينة الدراسة حول الوعي السياحي للطلبة تعزى لمتغير الجنس ومن خلال مقارنة المتوسطات الحسابية تبين أنها لصالح الطلبة الذكور.

جدول (17): نتائج اختبار " التباين الأحادي " - الكلية

الكلية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الدلالة الإحصائية
الوعي السياحي	التربية الرياضية	0.857	3.213	0.001	دال إحصائياً
	التربية	0.763			
	الآداب	0.876			
	العلوم التطبيقية	0.992			
	العلوم الطبية	0.739			
	الحاسبات وتكنولوجيا المعلومات	0.789			
	الإدارة والتمويل	0.836			
	الاعلام	0.925			
	الفنون الجميلة	0.756			

* الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

المتوسطات الحسابية أنها لصالح طلبة الإعلام، ثم الإدارة والتمويل..

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول

الوعي السياحي للطلبة تعزى لمتغير المستوى الدراسي

تبين من النتائج الموضحة في جدول (17) أعلاه بأن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " التباين الأحادي " أقل من مستوى الدلالة (0.05) فيما يتعلق بالوعي السياحي لدى الطلبة، وبذلك نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقدير استجابات أفراد عينة الدراسة حول الوعي السياحي للطلبة تعزى لمتغير الكلية وتبين من خلال مقارنة

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار " التباين الأحادي "، والجدول التالي يوضح ذلك

جدول (18): نتائج اختبار " التباين الأحادي " - المستوى الدراسي

الدلالة الإحصائية	القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المستوى الدراسي	
دال إحصائياً	0.000	3.221	0.975	3.27	الأول	الوعي السياحي
			0.787	3.30	الثاني	
			0.776	3.31	الثالث	
			0.676	3.46	الرابع	

* الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

3. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين الوسيلة المستخدمة وبين زيادة الوعي السياحي للطلبة في الجامعات الفلسطينية

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار " بيرسون للارتباط "، والجدول التالي يوضح ذلك

تبين من النتائج الموضحة في جدول (18) أعلاه بأن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " التباين الأحادي " أقل من مستوى الدلالة (0.05) فيما يتعلق بالوعي السياحي لدى الطلبة، وبذلك نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقدير استجابات أفراد عينة الدراسة حول الوعي السياحي للطلبة تعزى لمتغير المستوى الدراسي ومن خلال مقارنة المتوسطات نبين انها لصالح طلبة المستوى الرابع.

جدول (19): نتائج اختبار " بيرسون للارتباط "

الوسيلة المستخدمة			الوعي السياحي
الدلالة الإحصائية	القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	
دال إحصائياً	0.000	0.673	

* معامل الارتباط بين المتغيرات دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

بما يعني زيادة طبيعة الوسيلة يؤدي إلى زيادة الوعي السياحي.

4. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين دور الجامعات الفلسطينية وبين زيادة الوعي السياحي للطلبة في الجامعات الفلسطينية

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار " بيرسون للارتباط "، والجدول التالي يوضح ذلك

تبين من النتائج الموضحة في جدول (19) أعلاه بأن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " بيرسون " أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وبذلك نستنتج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسيلة المستخدمة وبين زيادة الوعي السياحي للطلبة في الجامعات الفلسطينية وتبين أنها علاقة إيجابية

جدول (20): نتائج اختبار "بيرسون للارتباط"

دور الجامعات الفلسطينية			الوعي السياحي
الدلالة الإحصائية	القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	
دال إحصائياً	0.000	0.753	

* معامل الارتباط بين المتغيرات دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.
تبين من النتائج الموضحة في جدول (20) أعلاه بأن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار "بيرسون" أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وبذلك نستنتج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور الجامعات الفلسطينية وبين زيادة الوعي السياحي للطلبة في الجامعات الفلسطينية وتبين أنها علاقة إيجابية بما يعني زيادة دور الجامعات الفلسطينية يؤدي إلى زيادة الوعي السياحي

الخاتمة:

النتائج والتوصيات

- 1- أظهرت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين دور الجامعات الفلسطينية وبين زيادة الوعي السياحي للطلبة في الجامعات الفلسطينية مما يعني أن زيادة دور الجامعات الفلسطينية يؤدي إلى زيادة الوعي السياحي.
- 2- كشفت الدراسة أن الوعي السياحي يزداد مع زيادة عدد السنوات الدراسية حيث أن متوسطات تقدير استجابات أفراد عينة الدراسة حول الوعي السياحي للطلبة تعزى لمتغير المستوى الدراسي ومن خلال مقارنة المتوسطات تبين أنها لصالح طلبة المستوى الرابع.
- 3- بينت الدراسة أن طلبة كليات الإعلام والإدارة والتمويل والآداب كانوا أكثر وعياً من الناحية السياحية.

- 4- أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقدير استجابات أفراد عينة الدراسة حول الوعي السياحي للطلبة تعزى لمتغير الجنس ومن خلال مقارنة المتوسطات الحسابية تبين أنها لصالح الطلبة الذكور.
- 5- رأى 90% من أفراد عينة الدراسة أن غياب الوعي بأهمية السياحة عند المستثمرين والمواطنين يساهم في تراجع السياحة.
- 6- بلغ المتوسط الحسابي لمجال " الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي " (3.33) أي أن الوزن النسبي (66.6%)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.
- 7- رأى 89% من أفراد عينة الدراسة أن التخطيط السياحي ضرورة أساسية من ضرورات التنمية السياحية في فلسطين.
- 8- كشفت الدراسة عن ضعف دور الأستاذ الجامعي في زيادة الوعي السياحي حيث بلغت النسبة 54%.
- 9- أظهرت الدراسة ضعف دور مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في بناء الوعي السياحي حيث رأى حوالي 47% أن مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني تساهم في بناء الوعي السياحي.

التوصيات: بناء على النتائج السابقة يوصي الباحثون بما يلي:

- 1- وضع خطة إستراتيجية ل تنمية وزيادة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الذين يعتبرون من الشرائح الفاعلة والمؤثرة في المجتمع.
 - 2- إدراج مساقات دراسية ذات علاقة بالسياحة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية.
 - 3- تكثيف حملات التسويق السياحي للمنتج السياحي الفلسطيني في فلسطين والخارج.
 - 4- تعزيز التحول الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة في العمل السياحي.
 - 5- تنظيم حملات توعية عبر وسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي بأهمية صناعة السياحة للمواطن الفلسطيني.
 - 6- تنظيم رحلات للطلبة الى الأماكن الأثرية والتاريخية والمزارات السياحية في الأراضي الفلسطينية في قطاع غزة والضفة الغربية.
 - 7- تشجيع الطلبة على الإلتحاق بالمؤسسات التعليمية الخاصة بالتعليم السياحي.
 - 8- إفتتاح أقسام وكليات جديدة متخصصة في التعليم السياحي.
- ### المصادر والمراجع
- 1- أحمد، خليل إبراهيم وعزيز، زهير عباس (2013)، دور وسائل الاعلام المقروءة في تنمية الوعي السياحي الديني في كربلاء المقدسة، مجلة الإدارة والاقتصاد، السنة السادسة والثلاثون، عدد خمسة وتسعون.
 - 2- أحمد، سحر ابراهيم (2011)، دور الجامعات في تنمية الوعي السياحي لدى طالبها بهدف تعظيم مردود صناعة السياحة، مجلة التربية، جامعة المنصورة، 2011.
- 3- بسيوني، غادة محمد (د.ت.)، مدخل في علم السياحة، وزارة التعليم العالي، أكاديمية الفراعنة، معهد الفراعنة العالي للسياحة والفنادق، سقارة.
 - 4- البكري، فؤادة (2001)، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار نهضة الشرق- جامعة القاهرة.
 - 5- الأداري، أحمد، تنمية الوعي السياحي وصناعة السياحة، أنظر: https://www.ibtesamah.com/showthread-t_390093.html
 - 6- حكيمة، نعيمة وحياء، براهيم بن حراث (2017)، بلورة الوعي السياحي كأحد السبل لتنمية السياحة المستدامة تجربة الأردن، مجلة دفاتر بوادكس، العدد رقم 8.
 - 7- ديابي، منال (2016)، دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية، مجلة الباحث الاجتماعي، المجلد 13، عدد 1، ص 309-318.
 - 8- رحاطة، ضحى أحمد، التعليم السياحي في الأردن، أنظر: <https://klnajordanian.ahlamontada.com/t34-topic>
 - 9- سعد، أيمن (2015) الوعي السياحي ضرورة وليس ترفاً، صدى البلد، تاريخ المشاهدة: 28-11-2019، أنظر: <https://www.elbalad.news/806412>
 - 10- الشرقاوي، فتحي محمد (2008)، جغرافية السياحة والترويج، دار المعرفة الجامعية.
 - 11- الظاهر، نعيم والياس، سراب (2007)، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.

دراسة الوعي السياحي لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. دراسة حالة طلبة جامعة الأقصى في قطاع غزة

14- محمد، منتهى أحمد (2008)، التعليم السياحي في العراق (دراسة لعينة من طلبة قسم السياحة وإدارة الفنادق في كلية الإدارة والاقتصاد.. كنموذج للتعليم السياحي الجامعي)، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 73.

15- الياسري، وهاب فهد (2012)، الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية (كلية الآداب في جامعة الكوفة أنموذجاً)، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، العدد 9، جامعة بابل، الصفحات 259-268.

المراجع الأجنبية:

- 1- Rinaldi, C., Cavicchi, A., & Robinson, R. N. (2022). University contributions to co-creating sustainable tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(9), 2144-2166.
- 2- Amador, A. D. S., & Carvalho, K. D. (2022). Potentialities of the relationship between tourism and education: Report of experience of the tourism awareness project in the city of São Bernardo, Maranhão. *Applied Tourism*, 7(1), 28-33.

12- العجلوني، عبد الله علي (2016)، تطور السياحة في الأردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية دراسة حالة جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاجتماعية، العدد 15، جانفي 2016، ص 48-63.

13- عزت، السيد أحمد (2018)، أثر استخدام استراتيجية التمثيل الدرامي في تنمية الوعي السياحي لدى طالب المرحلة المتوسطة، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 50، الجزء الأول، أكتوبر 2018، جامعة الأزهر، القاهرة.

14- عزيز، زهير عباس وأحمد، خليل إبراهيم (2013)، مضامين وسيلة الإعلام المرئية المسموعة (التلفاز) في تنمية الوعي السياحي للسياحة الدينية في كربلاء المقدسة، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 96، ص 222-246، الجامعة المستنصرية، العراق.

15- كبشة، كمال (2013)، الإعلام وتنمية الوعي السياحي، الأنباء، السبت، 1-6-2013، أنظر: <https://www.alanba.com.kw/ar/world-news/tourism-and-travel/385819/01-06-2013->

%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9
%D9%84%D8%A7%D9%85-
%D9%88%D8%AA%D9%86%D9%85
%D9%8A%D8%A9%D8%A7%D9%84
%D9%88%D8%B9%D9%8A-
%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A
%D8%A7%D8%AD%D9%8A/

16- الوائلي، نادية صالح (2014-2015)، التخطيط السياحي.