

واقع التسويق السياحي في مدينة القدس وتأثيره على التنمية الاقتصادية
اللسطينية

The reality of tourism marketing in Jerusalem and its impact on
Palestinian economic development

إعداد

د. مجدي محمد كلاب

Dr. Majdy Mohammad Kalab

مدينة غزة - فلسطين

Doi: 10.21608/kjao.2022.221840

قبول النشر: ٢٣ / ٢ / ٢٠٢٢

استلام البحث: ١٥ / ٢ / ٢٠٢٢

كلاب ، مجدي محمد (٢٠٢٢). واقع التسويق السياحي في مدينة القدس وتأثيره على
التنمية الاقتصادية الفلسطينية ، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار، المؤسسة
العربية للتربية والعلوم والآداب، مج ٣، ع ٤، ص ص ٧١ - ٩٢.

واقع التسويق السياحي في مدينة القدس وتأثيره على التنمية الاقتصادية الفلسطينية المستخلص:

يشكل القطاع السياحي مصدر رزق للتجار وأدلاء السياحة وتوابع هذا القطاع، إلا أنه وفي الآونة الأخيرة وبفعل إجراءات الاحتلال المشددة في المدينة وبناء الجدار العازل والمستوطنات وإقامة الحواجز العسكرية وفصلها عن بقية المدن الفلسطينية المحتلة عوامل أدت بمجمعتها إلى تراجع القطاع السياحي، فالقطاع السياحي بمجمعه يعتبره الفلسطينيون بشكل عام والمقدسيون بشكل خاص من أهم القطاعات التي تشكل مصدر رزق للسوق الفلسطيني، إلا أنه لا يعتبر من مصادر الاستقرار الدائم بفعل مواجهته الدائمة للتحديات الصهيونية في مدينة القدس الشريف، وتتعلق تنمية السياحة في فلسطين من مجموعة من الاعتبارات، بدءاً من الأوضاع السياسية والأمنية والاقتصادية المتدهورة التي تشهدها المنطقة، وذلك على اعتبار أن توفير الأمن والاستقرار السياسي والازدهار الاقتصادي من المستلزمات الأولى للتنمية السياحية في أي بلد. فعندما تتدهور الأوضاع الأمنية، وتفقد البلد إلى الاستقرار السياسي والاقتصادي تصاب السياحة بالشلل الكامل، وهذا ما نراه بصورة جلية ليس في الأراضي الفلسطينية فحسب، بل في جميع الأراضي المقدسة، وأي بلد يمر بظروف مماثلة. وتهدف الدراسة للتعرف على المناطق الأثرية والتاريخية في مدينة القدس وأثرها في نهضة السياحة في المدينة، والتعرف على استراتيجية التسويق الأكثر فعالية لتطوير مدينة القدس تجارياً، والتعرف على المنتجات والخدمات المقدمة في مدينة القدس وكيفية ترويجها وتمييزها تجارياً، ومعرفة دور التسويق السياحي في مدينة القدس، وتأثير التسويق على التنمية الاقتصادية الفلسطينية تستند الدراسة إلى البحث في المراجع الثانوية من خلال تجميع ومراجعة البحوث والمقالات والتقييمات والمواد الرسمية المنشورة ذات الصلة بالموضوع ونظراً للفجوات في المراجع يتم الحصول على المعلومات المتوفرة من خلال البحث الميداني بهدف استكشاف وجهات النظر والمعلومات لدى العاملين في القطاع السياحي من خلال جمع البيانات الكمية والنوعية، وتستخدم الدراسة المنهج التاريخي والمنهج الوصفي لبيان أهمية التسويق السياحي ووصف الوضع القائم وكيفية الاستفادة منه في رفع مستوى الاقتصاد الفلسطيني.

الكلمات الداله: التسويق السياحي - التنمية الاقتصادية - مدينة القدس الفلسطينية - المعالم الدينية والتاريخية - المنتجات الحرفية

Abstract:

The tourism sector constitutes a source of livelihood for merchants and tourism guides and its dependencies. However, in recent times, due to the strict occupation measures in the city, the construction of the separation wall and settlements, and the

establishment of military barriers and separating them from the rest of the occupied Palestinian cities are factors that have led as a whole to the decline of the tourism sector. The tourism sector as a whole is considered by the Palestinians In general, Jerusalemites in particular are among the most important sectors that constitute a source of livelihood for the Palestinian market, but it is not considered one of the sources of permanent stability due to its constant confrontation with the Zionist challenges in the city of Al-Quds Al-Sharif. the region is witnessing، This is on the grounds that providing security, political stability and economic prosperity is one of the first requirements for tourism development in any country. When the security situation deteriorates, and the country lacks political and economic stability, tourism becomes completely paralyzed, and this is what we see clearly not only in the Palestinian territories, but in all the Holy Land, and any country going through similar circumstances. The study aims to identify the archaeological and historical areas in the city of Jerusalem and their impact on the renaissance of tourism in the city, and Knowing the role of tourism marketing in the city of Jerusalem, the impact of marketing on Palestinian economic development. The study is based on research in secondary references by compiling and reviewing research, articles, evaluations and official published materials related to the subject. Given the gaps in references, the available information is obtained through field research with the aim of exploring destinations Consideration and information among workers in the tourism sector through the collection of quantitative and qualitative data. The study uses the historical and descriptive method to demonstrate the importance of tourism marketing and to describe the existing situation and how to benefit from it in raising the level of the Palestinian economy.

مقدمة:

تعتبر فلسطين واحدة من أهم مناطق الجذب السياحي في العالم، ويعود ذلك إلى أهميتها الدينية والتاريخية والحضارية كونها مهبط الرسالات السماوية الثلاث ووريثة سلسلة من الحضارات العريقة على مر العصور، إضافة إلى موقعها الجغرافي والاستراتيجي المتميز، ولأن مدينة القدس تتمتع بمكانة خاصة للمسلمين نظرًا لأهميتها الدينية ووجود المسجد الأقصى فيها، وللمسيحيين لأنها تضم كنيسة القيامة، فذلك لا يعني أن سائر المدن الفلسطينية لا ذكر لها أو لا مكانة لها فهذه بيت لحم تحظى بمكانة تليق بها خاصة لدى المسيحيين، وهناك مدن أخرى إستمدت شهرتها من إرثها الحضاري كمدينة نابلس التي تعتبر واحدة من أهم المدن الكنعانية التي لا تزال المعالم التاريخية الرومانية ماثلة بين جنباتها، وعبق التاريخ الإسلامي العريق يفوح من أرجائها ويبدو واضحًا للعيان في بناياتها وأقواسها وأسواقها وخاناتها^(١).

كما تعد السياحة من أكثر الصناعات نموا في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم الصناعات الدولية، حيث أن السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يلعب دورا مهما في زيادة الدخل القومي، وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدرا للعملة الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفا لتحقيق برامج التنمية المستدامة في القطاع السياحي، ومن منظور اجتماعي وحضاري، فإن السياحة هي حركة متواصلة ترتبط بالجوانب الثقافية، والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية، وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الانسانية والأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية، وارتفاع مستوى معيشة الفرد، وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملاً جاذبا للسياح، وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة، والتعرف على نباتاتها والحياة البرية، بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها^(٢).

فقد جاءت هذه الدراسة في محاولة من الباحث استكشاف واقع التسويق السياحي في مدينة القدس في ظل ما تعانيه مدينة القدس من هجمات شرسة ومستعرة من قبل دولة الاحتلال لطمس هويتها العربية والإسلامية وطمس التراث الفلسطيني العريق لهذه المدينة كما وتبرز أهمية الدراسة في الاهتمام بالمناطق الأثرية لمدينة القدس ودورها في نهضة

(١) عجعج، لبنى محمود محمد (٢٠٠٧): تخطيط وتنمية السياحة التراثية في محافظة نابلس، رسالة ماجستير في التخطيط الحضري والإقليمي، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ص ٢٢.

(٢) جاد الله، إبراهيم موسى (٢٠٠٩): دور السياحة الفلسطينية في التنمية المستدامة الواقع وسبل التطوير، رسالة ماجستير غير منشورة، عمادة الدراسات العليا، جامعة القدس، القدس، فلسطين، ص ١١.

السياحة وكذلك أهمية المنتجات والخدمات المقدمة في مدينة القدس وكيفية ترويجها وتمييزها.

المحور الأول/ المناطق الأثرية والتاريخية في مدينة القدس وأثرها في نهضة السياحة:

مدينة القدس حافلة بالمباني الأثرية الإسلامية، يوجد بها حوالي مائة بناء أثري، منها المساجد والمدارس والزوايا والتكايا والترب والربط والتحصينات. والعديد من المباني التي ذكرت في كتب التاريخ زالت معالمها. ولقد أظهر الإسلام تعلقه واهتمامه بهذه المدينة منذ بزوغه. ونظرا لأهميتها وقيمتها الدينيتين في العقيدة الإسلامية، اهتم الملوك والولاة المسلمون على مر العصور، بتشييد المباني الفخمة المزينة بالنقوش والزخارف الجميلة في المدينة. وإنشاء المباني العامة لخدمة الحجاج والمتعبدين والمقيمين بجوار المسجد؛ بهدف نيل الخير والجزاء من الله سبحانه وتعالى.

أولا/ الأماكن والمعالم الإسلامية في مدينة القدس:

المسجد القبلي (المسجد الأقصى): يقع مبنى المسجد الأقصى المبارك أو ما يعرف بالمسجد القبلي في الجهة الجنوبية من المسجد الأقصى، الذي تبلغ مساحته ١٤٢ دونما، أما مساحة مبنى المسجد القبلي فتبلغ ٤٥٠٠ متر مربع، شرع في بنائه الخليفة عبد الملك بن مروان الأموي، وأتمه الوليد بن عبد الملك سنة ٧٠٥م، ويبلغ طوله ٨٠ متراً، وعرضه ٥٥ متراً، ويقوم الآن على ٥٣ عموداً من الرخام و٤٩ سارية مربعة الشكل. وكانت أبوابه زمن الأمويين مصفحة بالذهب والفضة، ولكن أبا جعفر المنصور أمر بخلعها وصرفها دنانير تنفق على المسجد، وفي أوائل القرن الحادي عشر، أصلحت بعض أجزائه وصنعت قبة وأبوابه الشمالية^(٣).

وعندما احتل الصليبيون بيت المقدس سنة ١٥٩٩م، جعلوا قسماً منه كنيسة، واتخذوا القسم الآخر مسكناً لفرسان الهيكل، ومستودعاً لذخائرهم، ولكن صلاح الدين الأيوبي عندما استرد القدس الشريف منهم، أمر بإصلاح المسجد وجدد محرابه، وكسا قبة بالفسيفساء، ووضع منبراً مرصعاً بالعاج مصنوع من خشب الأرز والأبنوس على يمين المحراب، وبقي حتى تاريخ ١٩٦٩/٨/٢١م، وهو التاريخ الذي تم فيه إحراق المسجد الأقصى من قبل يهودي يدعى "روهان"، وبلغ الجزء المحترق من المسجد ١٥٠٠م، أي ثلث مساحة المسجد الإجمالية^(٤).

(٣) شراب، محمد حسن (١٩٩٤): بيت المقدس والمسجد الأقصى دراسة تاريخية موثقة، ط١، المكتبة العربية، بيروت، ص ١١٠.

(٤) وزارة السياحة والآثار (٢٠١١): المعالم الدينية والسياحية لمدينة القدس، مركز المعلومات الوطني الفلسطيني - وفا، فلسطين، ص ٢.

- أبواب المسجد الأقصى: للمسجد الأقصى عشرة أبواب مفتوحة، وأربعة مغلقة والأبواب المفتوحة هي^(٥):
- ١- باب الأسباط: يقع في الزاوية الشمالية للمسجد الأقصى المبارك من جهة الشرق.
 - ٢- باب حطة: يقع في الحائط الشمالي من سور المسجد بين مؤذنة باب الأسباط وباب فيصل.
 - ٣- باب الملك فيصل: يقع غربي باب حطة في السور الشمالي للمسجد، ويدعى بأسماء أخرى هي باب شرف الأنبياء، باب الداودية وباب العتمة.
 - ٤- باب الغوانمة: يقع في نهاية الجهة الغربية من الناحية الشمالية للمسجد الأقصى، ويدعى أيضاً باب الخليل.
 - ٥- باب الناظر: يقع في الحائط الغربي من المسجد الأقصى باتجاه الشمال، وعرف بأسماء أخرى هي: باب الحبس، باب المجلس، باب ميكائيل، باب علاء الدين البصيري، باب الرباط المنصوري.
 - ٦- باب الحديد: يقع في السور الغربي للمسجد الأقصى، بين باب القطنين وباب الناظر.
 - ٧- باب القطنين: يقع في السور الغربي بين باب الحديد، وباب المطهرة.
 - ٨- باب المطهرة: يقع في السور الغربي، جنوبي باب القطنين، ويدعى أيضاً باب المتوضأ.
 - ٩- باب السلسلة: يقع في الحائط الغربي للمسجد الأقصى، ويدعى أيضاً باب داود، أو باب الملك داود.
 - ١٠- باب المغاربة: يقع في السور الغربي من الناحية الجنوبية، وعرف بأسماء أخرى، هي باب حارة المغاربة، باب النبي، وباب البراق.
- مسجد عمر بن الخطاب: عندما دخل الخليفة عمر بن الخطاب القدس فاتحاً لها في عام (١٥هـ/٦٣٦ م) وبينما كان لا يزال داخل كنيسة القيامة أذن المؤذن للصلاة فدعا البطريرك "صفرونيوس" الخليفة للصلاة داخل الكنيسة لكنه رفض العرض خوفاً من اقتداء المسلمين له فيما بعد وتحويلهم الكنيسة إلى مسجد، مما يترتب عليه إيذاء مشاعر المسيحيين والنيل من حرية عبادتهم في المكان فتحول الخليفة عمر إلى مكان قريب خارج الكنيسة، حيث أدى فريضة الصلاة ليبنى المسلمون بعدها مسجداً في تلك البقعة سمي "بمسجد عمر".
- مقام النبي داود: مقام النبي داود من الأماكن الإسلامية التي يجوبها المسلمون في المدينة المقدسة، ويتألف المقام من ضريح النبي داود والمسجدين الملاصقين له. ويقع المقام على ربوة مرتفع جبل صهيون، وتحيط به مباني كثيرة يقيم فيها أفراد (عائلة الدجاني) المقدسية قبل عام ١٩٤٨م. والمقام فضلاً عن قدسيته وحرمة المشهورتين يعد من الأمكنة

(٥) شراب، محمد حسن (١٩٩٤): بيت المقدس والمسجد الأقصى دراسة تاريخية موثقة، ط١، المكتبة العربية، بيروت، ص ١١٢.

الأثرية العامة في فلسطين لا سيما المسجد العلوي منه وما يشتمل عليه من أقواس وأعمدة ضخمة^(٦).

حائط البراق: يعتبره المسلمون من الأماكن الإسلامية المقدسة وجزءاً من أجزاء الحرم الشريف، وهو الحائط الذي يحيط بالحرم من الناحية الغربية، ويبلغ طوله ٤٧.٥ م وارتفاعه ١٧ م وهو مبنى من حجارة قديمة ضخمة يبلغ طول بعضها ٤,٨ م، يسميه المسلمون البراق لاعتقادهم أنه المكان الذي ربط عند النبي "محمد" براقه الناقة ليلة الإسراء، وهو وقف إسلامي من أوقاف (أبي مدين الغوث) أنشئ هو والأملاك المجاورة له في زمن السلطان صلاح الدين لمنفعة جماعة من المغاربة المسلمين^(٧).

ثانياً/ الأماكن المقدسة المسيحية في مدينة القدس:

كنيسة القيامة: تقع كنيسة القيامة في وسط البلدة القديمة في القدس، وبالتحديد في الجزء الشمالي الغربي منها، في الحي المسيحي، ويحيط بمبنى الكنيسة مجموعة من المباني التاريخية والأثرية والتي تعود إلى فترات زمنية مختلفة بدءاً من العصر البيزنطي في القرن الرابع ميلادي ومروراً بمراحل زمنية لاحقة حتى وقتنا الحاضر. وتعود أهمية مبنى الكنيسة إلى ما ذكر في كتاب العهد الجديد "الإنجيل" عن مكان صلب المسيح (حسب التقليد المسيحي)^(٨).

كنيسة القديسة حنا "سانت آن": كنيسة القديسة حنا (سانت آن) هي كنيسة للروم الكاثوليك، تقع شمالي الحرم القدسي، بين باب حطة وباب الأسباط؛ حيث أتى السيد المسيح بإحدى معجزاته؛ بناها البيزنطيون في القرن الخامس الميلادي، في المكان الذي يؤمن المسيحيون أنه منزل يواكيم وحنا (والد مريم العذراء ووالدتها) وفي هذا المكان بنيت كنيسة عرفت باسم "كنيسة مريم البتول" سنة ٥٣٠ م، ويظهر أن هذه الكنيسة احترقت مع ما احترق من ممتلكات النصارى على يد الفرس سنة ٦١٤ م؛ فأعاد الصليبيون بناءها عندما احتلوا القدس سنة ١٠٩٩ م، وكانت تدعى كنيسة القديسة حنة. وجعل صلاح الدين هذه الكنيسة رباطاً للصالحين، ومدرسة للفقهاء الشافعيين سنة ١١٨٨ م. كانت هذه الكنيسة تعرف فيما مضى بـ "صند حنة"، وسميت بعد الفتح الصلاحي "بالصلاحية". وحدث زلزال خلال المدة

(٦) السويبي، حافظ حامد (٢٠١٢): الموقف العربي من القدس ١٩٦٧م - ٢٠٠١م، بحث مقدم لنيل درجة البكالوريوس، جامعة القدس المفتوحة، غزة، فلسطين، ص ٥.

(٧) شراب، محمد حسن (١٩٩٤): بيت المقدس والمسجد الأقصى دراسة تاريخية موثقة، ط ١، المكتبة العربية، بيروت، ص ١١٤.

(٨) خضر، جمال (٢٠١٥): الإرث العربي المسيحي في القدس، مؤتمر يوم القدس العاشر، كلية الآداب، جامعة بيت لحم، فلسطين، ص ٢٠.

الواقعة بين ١٨٢١م و١٨٤٢م، هدمت على إثره جدران الدير، فنقلت الحكومة العثمانية حجراته، وبنيت الثكنة العسكرية المجاورة له^(٩).

كنيسة نياحة العذراء: تقع على جبل صهيون، إلى الغرب من مقام النبي داود؛ يفصل بينها وبين المقام زقاق ضيق مرصوف؛ وإلى الجنوب من السور، على بعد بضعة أمتار من الباب المعروف بـ"باب النبي داود". وهذه الكنيسة من أملاك الألمان الكاثوليك؛ بنيت فوق أرض أهداهم إياها السلطان عبد الحميد. ويعتقد المسيحيون أن السيد المسيح في هذا المكان أو بالقرب منه، تناول عشاءه الأخير وغسل أقدام تلاميذه، وأن هذا المكان التجأت إليه مريم العذراء بعد صلب المسيح، وأن العذراء قضت نحبها فيه؛ ولكنها دفنت في المكان الذي تقوم عليه الآن "كنيسة سثنا مريم"^(١٠).

كنيسة حبس المسيح (كنيسة الجلد): تقع كنيسة حبس المسيح أو "كنيسة الجلد" ضمن دير حبس المسيح للفرنسيسكان، داخل أسوار البلدة القديمة لمدينة القدس، في حارة السعدية، على مقربة من باب النبي داود (باب الخليل) في سور القدس الجنوبي. شيدت في موضع دار قيافا (كبير الكهنة)؛ حيث يعتقد المسيحيون أن المسيح اقتيد لسؤاله أولاً قبل تقديمه للمجمع اليهودي للمحاكمة. وقد شيدت هذه الكنيسة على أطلال أخرى قديمة، كانت تعرف باسم كنيسة "القديس بطرس"، حيث تم بناء هيكل صغير. وبعد اجتياز فناءه، باتجاه الشمال، يوجد هيكل باسم "حبس المسيح" عند قصر بيطلاس؛ ولكن بدون قبة.

كنيسة القديسة فيرونيكا: كنيسة القديسة فيرونيكا هي كنيسة للروم الكاثوليك، تأسست سنة ١٨٩٤م؛ تقع بالقرب من كنيسة أوجاع العذراء، في عقبة المفتي على درب الألام. وقد أقيمت في المكان الذي يعتقد المسيحيون أن القديسة فيرونيكا مسحت فيه بمنديل على وجه السيد المسيح وهو مار من هناك حاملاً صليبه. وكانت الأرض لمسلم من سكان القدس هو "عبد الرحمن حدوثة العلم"؛ باعها بثلاثة آلاف ليرة ذهبية فرنسية ذهباً؛ وحصل الروم الكاثوليك على فرمان من السلطان بتاريخ ١٨٩٤م؛ فأنشأوا فوقها كنيسة باسم "القديسة فيرونيكا".

كنيسة الجثمانية (كنيسة كل الأمم): وهي كنيسة جميلة في وادي قدرون، عند ملتقي الطرق بين القدس والطور وسلوان؛ بنيت فوق صخرة الألام، التي يعتقد المسيحيون أن السيد المسيح عليه السلام صلى وبكى عليها قبل أن يعتقله الجنود الرومان؛ والمعتقد المسيحي يقول: إن رئيس كهنة اليهود وجنده ألقوا القبض على السيد المسيح، بدلالة يهودا

(٩) الراهب، متري (١٩٩٠): ارتباط المسيحيين بالقدس، دراسات فلسطينية اسلامية مسيحية، القدس، فلسطين، ص ٨٨.

(١٠) وزارة السياحة والآثار (٢٠١١): المعالم الدينية والسياحية لمدينة القدس، مركز المعلومات الوطني الفلسطيني - وفاق فلسطين، ص ٢.

الاسخريوطي في هذا المكان. كما يعتقد المسيحيون أن المكان الذي اختبأ يسوع وتلاميذه فيه، قبل اعتقاله وأخذه إلى القدس- هو حديقتها. كنيسة الصعود: وهي أعلى بناء في القدس على الإطلاق؛ بنيت سنة ٣٩٢ للميلاد، عن طريق امرأة رومانية ثرية، على ارتفاع ٨٣٠ متراً عن سطح البحر. وقد دمرت لاحقاً سنة ٦١٤ للميلاد على يد الفرس، فأعاد الرومان بناءها؛ ورممت سنة ١١٠٢ للميلاد. ووفق الاعتقاد المسيحي، فإن السيد المسيح صعد من هذا المكان إلى السماء. ولهذه الكنيسة جرسية مرتفعة. وبُنيت هذه الكنيسة على شكل دائري في بداية الحقبة البيزنطية، وأعيد بناؤها بعد تدميرها في الفترة الصليبية^(١١).

كنيسة مريم المجدلية أو (الكنيسة الروسية): بنيت كنيسة مريم المجدلية على يد قيصر روسيا (الإمبراطور الإكسندر الثالث)؛ تخليداً لأمه (الإمبراطورة ماريّا الإكسندروفنا)؛ وقد تم تدشينها في العام ١٨٨٨ في احتفال حضره الأمير سيرجي الإكسندروفيتش وزوجته الدوقة إليزابيث فيدوروفنا. وتعد كنيسة القديسة مريم المجدلية من أجمل مواقع العبادة في الأراضي المقدسة؛ حيث تقع على منحدر جبل الزيتون، في قلب حديقة الجثمانية؛ وتطل على بلدة القدس القديمة، وكنيسة صياح الديك (القديس بطرس): كنيسة القديس بطرس هي كنيسة كاثوليكية تقع خارج أسوار القدس القديمة شيدت فوق كنيسة قديمة بين الأعوام ١٩٢٤-١٩٣١م وتعرف أيضاً باسم "كنيسة صياح الديك" نسبة إلى صياح الديك بعد نكران الرسول بطرس السيد المسيح ثلاث مرات (حسب المعتقدات المسيحية)، كنيسة القديس توما: هي كنيسة كان الصليبيون قد شيدها حين احتلال القدس على أنقاض مسجد قديم، وتقع داخل أسوار البلدة القديمة لمدينة القدس، في حارة الأرمن؛ في زقاق بالقرب من كنيسة الرسول يعقوب الكبير، ولما دخل صلاح الدين القدس أعادها جامعاً، ثم تهدم الجامع وبنى الألمان مكانه كنيسة في القرن الثالث عشر الهجري (التاسع عشر الميلادي)، وما زالت في أيديهم إلى يومنا هذا^(١٢).

ثالثاً/ الأماكن والمعالم الدينية في مدينة القدس وأثرها في نهضة السياحة:

من الضروري الوصول إلى رفعة ونهضة حقيقية في مجال السياحة في مدينة القدس وهذا يتم من خلال الترويج للمواقع التاريخية الدينية كجزء لا يتجزأ من برامج وخطط ورحلات منظمي الرحلات السياحية كافة والشركات السياحية التي يقع نطاق عملها في مدينة القدس، مع الأخذ بعين الاعتبار عنصر المنافسة لدى الشركات الإسرائيلية التي تنظم الرحلات السياحية في القدس الغربية ومناطق القدس الشرقية حيث أنها تركز على المواقع

(١١) وزارة السياحة والآثار (٢٠١١): المعالم الدينية والسياحية لمدينة القدس، مركز المعلومات الوطني الفلسطيني - وفا، فلسطين، ص ٢.

(١٢) خضر، جمال (٢٠١٥): الإرث العربي المسيحي في القدس، مؤتمر يوم القدس العاشر، كلية الآداب، جامعة بيت لحم، فلسطين، ص ٢٣.

التاريخية والدينية اليهودية، فإنها تنشط أيضاً في المواقع المقدسة لدى المسيحيين والمسلمين، مثل كنيسة القيامة والحرم القدسي الشريف وهذه الوكالات تقدم الخدمات للسياح من أتباع الديانات الثلاث، وتقوم بعقد الندوات التثقيفية للسياح بغض النظر عن ديانتهم، فالهدف الرئيس من عملها تنشيط السياحة وزيادة الناتج المحلي في القطاع السياحي ومن هنا لا بد على الشركات الخاصة بالتعاون مع وزارة السياحة والآثار الاستفادة من هذا الموروث التراثي والحضاري وجذب السياح واستثمار الطاقات للتغلب على عنصر منافسة الشركات الاسرائيلية والسيطرة على سوق العمل وصناعة نهضة سياحية حقيقية تليق بالمكانة التاريخية والدينية لمدينة القدس محلياً ودولياً.

يعتبر التراث الثقافي غير المادي للقدس، أحد المكونات الرئيسة للتراث الثقافي في المدينة المقدسة، ومورداً مهماً لتطوير الجذب السياحي، وتشمل الثقافة الحية والتقاليد والأعياد والاحتفالات الموسمية ومظاهر التراث الحي. وتضم أيضاً المرويات والثقافة الشفوية. يعتبر التراث الثقافي أحد ساحات الصراع الكبرى في المدينة، حيث تبذل سلطات الاحلال جهوداً متواصلة لإنتاج رواية تاريخية أحادية جديدة تخدم مشروعها الاستيطاني في المدينة، تقوم على نفي التعددية والحقائق الموضوعية المتصلة بالوجود التاريخي الفلسطيني في هذه المدينة. وقد جرى توظيف مباشر لعلم الآثار في إنتاج الرواية الصهيونية المختلفة حول تاريخ القدس. وتسهم المؤسسة الأثرية الرسمية، وهي سلطة الآثار والمؤسسات الأكاديمية الإسرائيلية والجمعيات الاستيطانية، في إنتاج هذه الرواية وتكريسها والترويج لها. وتقدم للسائح المحلي والأجنبي من خلال شبكة واسعة من المؤسسات والمكاتب السياحية (١٣)

يتمثل أحد التحديات أمام تطوير المنتج السياحي في توفر الإلمام التام بالعديد من خيارات المنتج المتاحة في منطقة القدس، وينعكس هذا الإلمام في تنظيم المواقع والخدمات وتقديمها بطريقة تخلق قيمة للمستهلك، وتعظم من المزايا التي سيحصل عليها السائح عند زيارته للمدينة، ولفهم خيارات المنتج، من الضروري الأخذ بالحسبان عناصر الجذب والمنتجات السياحية^(١٤).

وتتخذ عناصر الجذب أشكالاً عديدة، فقد تكون منتجاً واحداً (مثل المتحف)، أو سلسلة من المنتجات مرتبطة مع بعضها البعض بطريقة ما. ومن الأمثلة على سلسلة المنتجات الجاذبة للسياح مسار إبراهيم من شمال الضفة الغربية إلى جنوبها، وكذلك مسار المهدي يمكن أن تكون عناصر الجذب تجارية أو ثقافية أو طبيعية (أو كل هذه العناصر

(١٣) طه، حمدان (٢٠١٤): السياحة في القدس المحتلة، فلسطين، ص ١٣٣.

(١٤) حلايقة، محمد، وآخرون (٢٠١٦): تطوير القطاع السياحي في القدس الشرقية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، فلسطين، ص ٦١.

مجتمعة) وتأخذ هذه العناصر إما شكلاً صلباً (مثل المواقع التاريخية والبلدة القديمة وسور القدس) وأما ناعماً (مثل الاستماع إلى نوع معين من الموسيقى، أو تعلم حرفة تقليدية مثل صناعة الخزف) يضم قطاع السياحة مجموعة من المكونات (مثل الشركات السياحية والمرافق والمتاحف والمتنزهات والمهرجانات والمواقع)، إلا أن اهتمام السياح ينصب على الخدمات والتجارب ويمكن من هذا الباب التفكير بالخيارات المتعددة المتاحة لمطوري المنتجات، فقد تتكون عناصر الجذب السياحي من مواقع ثابتة يزورها الناس على مدار السنة، ويمكن أن تكون موسمية أو مؤقتة مثل المهرجانات التي تنظم في عطلة نهاية الأسبوع، أو خلال أيام الأسبوع^(١٥).

ولتحقيق ما سبق يجب تعزيز قدرة البلاد عامة على إدارة قطاع السياحة وتطوير القطاعات السياحية في مدينة القدس ومراعاتها للوصول إلى أكبر قدر من النمو خلال العقود القادمة.

المحور الثاني/ استراتيجية التسويق الأكثر فعالية لتطوير مدينة القدس تجارياً:

إن استراتيجيات التسويق تسعى دوماً لزيادة الأسواق المستهدفة وتهيئة المزيج التسويقي لتلبية حاجات السوق وتلبية رغبات الزبائن وزيادة الحصة السوقية في منطقة ما وفي نطاق عمل تسويقي محدد. ويمكن حصر الاستراتيجيات التسويقية في ستة استراتيجيات تعد بمثابة خيارات يمكن العمل من خلالها^(١٦):

- ١- استراتيجيات الدفاع التسويقي: وتعني الدفاع عن الحصة السوقية من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة.
- ٢- استراتيجيات الهجوم التسويقي: وتعني محاولة لتوسيع الحصة السوقية لتركيز على نقاط قوتها إزاء نقاط ضعف المنافسين.
- ٣- استراتيجيات الإلتحاق التسويقي: وهي محاولة المنظمة الصغيرة إلتحاق قائد السوق بدلاً من تحديه ومنافسته.
- ٤- استراتيجيات الاكتشاف: تستخدم من قبل المنظمات المغامرة عادة وتتقبل تحمل المخاطرة لاكتشاف منتجات جديدة وطرحها في السوق لتحقيق أرباح عالية ويكون بذلك سيطرة على السوق.
- ٥- استراتيجيات قيادة الأسواق الصغيرة: أكثر جاذبية وملائمة للمنظمات الصغيرة التي لا ترغب بإلتحاق المنظمات الكبيرة

(١٥) حلايقة، محمد، وآخرون (٢٠١٦): تطوير القطاع السياحي في القدس الشرقية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، فلسطين، ص ٦٢.

(١٦) أوليدي، سعد (٢٠١٣): دور الاستراتيجيات التسويقية في رفع الحصة السوقية للمؤسسة الخدمية - دراسة حالة موبيليس وكالة ورقلة، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ص ٨.

٦- استراتيجية الملاحقة: وتعني بمحاولات التسابق للوصول إلى مستوى المنظمات الكبرى أو ملاحقتها من خلال الهجوم على قيادة السوق من خلال عرض الاستراتيجيات التسويقية يتضح أن من أفضل الاستراتيجيات نجاحاً لتطوير مدينة القدس تجارياً استراتيجيات الهجوم التسويقي وذلك بهدف توسيع الحصة السوقية والتركيز على زيادة السياحة وزيادة الاستثمار الفلسطيني لموارد المدينة المقدسة. وهنا لا بد من وضع برامج تطوير للقطاعات السياحية المختلفة، من خلال إعادة تأهيل للقطاع الفندقية، وتحديث قطاع النقل السياحي، وبناء قدرة المؤسسات العاملة في مجال السياحة، كمكاتب السياحة والسفر، وتطوير أداء الأدلاء السياحيين، وتطوير برامج التدريب. ولا بد من إيلاء السياحة الداخلية اهتماماً أكبر، خصوصاً السياحة القادمة من الأراضي الفلسطينية. ليس فقط في المناسبات والأعياد الدينية، ولكن أيضاً السياحة المدرسية والعائلية، وعلى وجه الخصوص السياحة القادمة من الفلسطينيين داخل الخط الأخضر، فهي تمثل احتياطي سياحي دائم، وخصوصاً أيام الجمعة.

هذا إلى جانب الاستمرار في مشروع تأهيل البلدة القديمة، الذي تقوم عليه المؤسسات الثقافية والأهلية والوقفية، ثم تنوع المنتج السياحي، وإحياء الصناعات التراثية المقدسية، وتطوير مختلف أشكال السياحة الثقافية والبديلة والداخلية في القدس، والتي تقوم على الفنون والتقاليد والاحتفالات والمهرجانات والمسارح الثقافية والمشهد الثقافي وتشكل مجملها التراث المقدسي الفلسطيني. والتي يتعذر على سلطات الاحتلال المنافسة فيه، ثم تشجيع السياحة المجتمعية من خلال مجموعات العمل المتخصصة في مجالات العمل الحرفية والتراثية في المدينة^(١٧).

كذلك لا بد من توفير برامج دعم وإقراض ميسرة للمستثمرين في القطاع السياحي في القدس، إن أية خطة للتنمية السياحية، لا بد وأن تأخذ بعين الاعتبار أنماط الإدارة، ودور الاستثمار الخاص، وتنمية الموارد البشرية ثم التوعية واستراتيجيات التسويق والترويج للقدس كمقصد سياحي فلسطيني، وذلك بهدف تنوع المنتج السياحي وتجاوز الأنماط التقليدية للسياحة الدينية، وإطالة أمد بقاء السائح في القدس الشرقية، ثم الحفاظ على التوازن ما بين متطلبات التنمية السياحية ومتطلبات التنمية الاجتماعية^(١٨).

(١٧) الفلاح، بلال (٢٠١٢): السياحة في الأراضي الفلسطينية، تحليل الأهمية والاثر، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني - ماس، فلسطين، ص ٨٨.

(١٨) طه، حمدان (٢٠١٤): السياحة في القدس المحتلة، فلسطين، ص ١٤١.

المحور الثالث/ المنتجات والخدمات المقدمة في مدينة القدس وكيفية ترويجها وتمييزها:
أولاً/ الحركة التجارية في مدينة القدس:

تعرف المنتجات السياحية بأنها مجموعة واسعة من المنتجات المتكاملة، التي تتكون من العناصر والمعالم السياحية والنقل والإقامة والترفيه، حيث يتم إعداد كل عنصر من عناصر المنتج السياحي من قبل الشركات وتقديمه بشكل منفصل للمستهلكين، وتشكل عناصر المنتجات التالية حزمة سياحية متكاملة طورت بناء على الاحتياجات^(١٩):

- ١- العناصر والمعالم السياحية.
- ٢- الخدمات ووكلاء السفر ومنظمو الرحلات السياحية.
- ٣- شركات النقل.
- ٤- خدمات الإقامة والمطاعم والترفيه.
- ٥- الخدمات والتسوق ومحال الهدايا.
- ٦- الشركات والخدمات والدعم.

يتمثل أحد التحديات أمام تطوير المنتج السياحي في توفر الإلمام التام بالعديد من خيارات المنتج المتاحة في منطقة القدس، وينعكس هذا الإلمام في تنظيم المواقع والخدمات وتقديمها بطريقة تخلق قيمة للمستهلك، وتعظم من المزايا التي سيحصل عليها السائح عند زيارته للمدينة، ولفهم خيارات المنتج، من الضروري الأخذ بالحسبان عناصر الجذب والمنتجات السياحية، وتتخذ عناصر الجذب أشكالاً عديدة، فقد تكون منتجاً واحداً (مثل المتحف)، أو سلسلة من المنتجات مرتبطة مع بعضها البعض بطريقة ما ومن الأمثلة على سلسلة المنتجات الجاذبة للسياح مسار إبراهيم من شمال الضفة الغربية إلى جنوبها، وكذلك مسار المهدي، يمكن أن تكون عناصر الجذب تجارية أو ثقافية أو طبيعية (أو كل هذه العناصر مجتمعة)، وتأخذ هذه العناصر إما شكلاً صلباً (مثل المواقع التاريخية والبلدة القديمة وسور القدس) وإما ناعماً (مثل الاستماع إلى نوع معين من الموسيقى، أو تعلم حرفة تقليدية مثل صناعة الخزف)، ويضم قطاع السياحة مجموعة من المكونات (مثل الشركات السياحية والمرافق والمتاحف والمتنزهات والمهرجانات والمواقع)، إلا أن اهتمام السياح ينصب على الخدمات والتجارب، ويمكن هنا التفكير الخيارات المتعددة المتاحة لمطوري المنتجات، فقد تتكون عناصر الجذب السياحي من مواقع ثابتة يزورها الناس على مدار السنة، ويمكن أن تكون موسمية أو مؤقتة مثل المهرجانات التي تنظم في عطلة نهاية الأسبوع، أو خلال أيام الأسبوع^(٢٠).

(١٩) حلايقة، محمد، وآخرون (٢٠١٦): تطوير القطاع السياحي في القدس الشرقية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، فلسطين، ص ٦٣.

(٢٠) حلايقة، محمد، وآخرون (٢٠١٦): تطوير القطاع السياحي في القدس الشرقية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، فلسطين، ص ٦٣.

وهنا يمكن القول إنه من الممكن النهوض بالحركة التجارية لمدينة القدس ورفع السياحة الداخلية والخارجية في المدينة واستخدام استراتيجية الجذب السياحي بالسيطرة على القطاعات التسويقية والتجارية في مدينة القدس بهدف الوصول إلى حركة سياحية متطورة ترقى لمكانة المدينة الدينية وتراثها الثقافي.

ثانيا/ القيود التي تعاني منها الحركة التجارية في مدينة القدس:

١- القيود المشددة على استيراد الأغذية والأدوية:

هناك منع لدخول المنتجات الزراعية الفلسطينية إلى مدينة القدس منذ بداية إنشاء السلطة الوطنية الفلسطينية، ولم يكن هناك تشدداً إسرائيلياً في تطبيق المنع خلال السنوات الأولى لقيام السلطة، لكن هذا التشدد ازداد مع بداية الانتفاضة الثانية، وأصبحت الأجهزة الإسرائيلية تحكم سيطرتها على دخول المنتجات الزراعية من الضفة إلى القدس، ولذلك كان على المقدسيين شراء المنتجات الإسرائيلية فقط والتي تزيد في أسعارها عن المنتجات الفلسطينية بنسب تتراوح بين ٤٠-١٥٠%، بدأت إسرائيل في سياسة التفتيش على محلات بيع المواد الغذائية لمنع تسرب منتجات الألبان الفلسطينية إلى القدس وكذلك البيض، الذي يصل سعره في الضفة الغربية إلى نصف سعر البيض الإسرائيلي. وكثير من التجار تعرضوا لمصادرة بضائعهم من منتجات الألبان والبيض إذا كان فلسطيني المنشأ^(٢١).

ومنذ الانتفاضة والإغلاقات والحوادث التي تصدر الخضروات الواردة من الضفة، وكذلك اللحوم والبيض، وأحياناً تم تحويل المواطن المقدسي الذي تسوق بعض الخضروات والفواكه من أريحا، أو حتى حمل بعض إنتاج بيارته من برتقال أريحا إلى منزله في القدس، تم تحويلها للمحاكمة في المحاكم الإسرائيلية وتم تعريمهم بغرامات عالية، كذلك تمنع السلطات الإسرائيلية تداول الأدوية الفلسطينية في القدس، وبسبب كون سكان القدس مرتبطين بالتأمينات الصحية الإسرائيلية، فإن الأدوية الفلسطينية لا تدخل ضمن سلة الأدوية التي يتم صرفها للمريض المقدسي والمغطاة بالتأمين الصحي، لذلك فقد حرمت شركات الأدوية الفلسطينية من تسويق إنتاجها في مدينة القدس^(٢٢).

(٢١) أبو السعود، عزام توفيق (٢٠١٠): الأوضاع التجارية في مدينة القدس - المشكلات الراهنة ومتطلبات التطوير، الغرفة التجارية الصناعية العربية بالقدس، القدس، فلسطين، ص ٩.

(٢٢) أبو السعود، عزام توفيق (٢٠١٠): الأوضاع التجارية في مدينة القدس - المشكلات الراهنة ومتطلبات التطوير، الغرفة التجارية الصناعية العربية بالقدس، القدس، فلسطين، ص ٩.

٢- التنافس التجاري بين القدس الشرقية والغربية:

منذ بداية الاحتلال اعتاد المقدسيون على التسوق من غرب المدينة، ومن مدن الضفة الغربية، خاصة رام الله، وخاصة في موضوع الخضروات التي يقل أسعارها عن أسعار الخضروات بالقدس إلى قرابة نصف السعر.

٣- إغلاق المؤسسات الفلسطينية في المدينة:

تم إغلاق عشر مؤسسات مقدسية عام ٢٠٠١ من قبل وزير الأمن الداخلي، وكان أبرز هذه المؤسسات بيت الشرق والغرفة التجارية، ولم يتم إعادة فتحها حتى الآن بالرغم من أن هناك نصاً واضحاً في خارطة الطريق يشير إلى "إعادة فتح الغرفة التجارية وباقي المؤسسات المغلقة في القدس الشرقية". وفي فترة لاحقة تم إغلاق عدد من المؤسسات الخيرية والنوادي، خاصة نادي الخريجين العرب^(٢٣).

وقد أثر إغلاق هذه المؤسسات سلباً على مدينة القدس وعلى اقتصادها، وخصوصاً أن بين هذه المؤسسات المغلقة الغرفة التجارية ومؤسسة المشاريع الصغيرة والمجلس الأعلى للسياحة، حيث أن هذه المؤسسات الثلاث كانت ترعى كثيراً من المصالح الاقتصادية في مدينة القدس، وقد أدى هذا الإغلاق إلى توقف عمل مؤسستين منهما بشكل كلي، بينما اضطرت الغرفة التجارية إلى فتح مكتب مؤقت لها خارج حدود البلدية، وتمارس من خلاله بعضاً من أعمالها، لكنها لا تستطيع العمل بحرية داخل المدينة، ونظراً للظروف السيئة والقيود وصعوبة التمويل، فقد انتقلت العديد من مؤسسات القدس بصورة طوعية من القدس إلى باقي مدن الضفة الغربية وخاصة مدينة رام الله، وأهم هذه المؤسسات هي النقابات المهنية، ومؤسسات أجنبية أخرى، مما جعل هناك فراغاً واضحاً، وضعفاً في القدرة على استيعاب الأيدي العاملة، وساهم ذلك في زيادة نسبة البطالة، كذلك فقد أغلقت العديد من المؤسسات أبوابها بسبب عدم وجود تمويل لها، بعض هذه المؤسسات هي مؤسسات ثقافية، مثل مركز الواسطي للفن التشكيلي، ويتهدد شبح الإغلاق عدداً آخر من المؤسسات الثقافية المقدسية، التي تعاني من أزمة مالية حادة^(٢٤).

٤- المشاكل والعقبات التي تواجه تجار المنتجات الحرفية في القدس:

يواجه تجار المنتجات الحرفية في القدس مشاكل وعقبات كثيرة تؤثر بشكل مباشر على توسيع نطاق أعمالهم وأنشطتهم التجارية بما في ذلك قدرتهم على منافسة التجار الإسرائيليين، فالتجار يعملون في ظل ظروف صعبة وإمكانيات محدودة تحد عملياً من قدرتهم التنافسية في السوق بالمقارنة مع التجار الإسرائيليين. لقد ذكر التجار نحو ١١ مشكلة

(٢٣) أبو السعود، عزام توفيق (٢٠١٠): الأوضاع التجارية في مدينة القدس - المشكلات الراهنة ومتطلبات التطوير، الغرفة التجارية الصناعية العربية بالقدس، القدس، فلسطين، ص ١٠.

(٢٤) أبو السعود، عزام توفيق (٢٠١٠): الأوضاع التجارية في مدينة القدس - المشكلات الراهنة ومتطلبات التطوير، الغرفة التجارية الصناعية العربية بالقدس، القدس، فلسطين، ص ١٠.

تقف عائناً أمام تطور تجارة المنتجات الحرفية في القدس تصدرت القائمة ارتفاع الضرائب المباشرة وغير المباشرة على الاستيراد والدخل وضريبة الأرنونا والرسوم. فوفقاً للاستبانة فإن التاجر الواحد يذكر أو يشير لأكثر من مشكلة أو عقبة تواجهه وعليه فقد تم تصنيف المشاكل إلى ١١ نوعاً بمتوسط ١.٨ مشكلة لكل تاجر (٢٥).

ومما تقدم نرى أن الوسيلة لتحقيق تنمية السياحة في مدينة القدس بشكل فعال لا بد بأن تعود الفائدة المباشرة على السكان المحليين ولتعزيز اهتمام الزائرين لا يجب تهميش العادات والتقاليد ويجب الحفاظ على المقدسات التي هي أعلى ما نملك بالإضافة لتطوير المنتجات المقدسية وتوسيع حركة التجارة في المدينة للوصول لأعلى مستوى في السياحة. كما أنه يتعين على السياحة خدمة الجماعة أولاً وثم السائح، فيجب على وزارة السياحة أن تتماشى مع غيرها من النشاطات في القدس وأن تحظى بدعم السكان المحليين، لذا ينبغي تنسيق الخطة السياحية ضمن برامج سياحية تواكب التطور وتتماشى مع كافة الحضارات القديمة منها والحديثة.

المحور الرابع/ تأثير التسويق السياحي على التنمية الاقتصادية الفلسطينية:

تشكل التنمية الاقتصادية محور اهتمام الباحثين ومتخذي القرار في ظل التغيرات والأحداث المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، وتسعى الدول على اختلاف مقوماتها الاقتصادية التركيز على قطاعات معينة دون الآخر من أجل توجيه المسار التنموي بالشكل الذي يتماشى فيه والمتغيرات الراهنة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، ومن بين هذه المتغيرات انخفاض في إنتاج الصناعات المحلية، مما يحدث أثراً على معدل النمو الاقتصادي في المدى القصير والمتوسط، غير أن الاحتمال القائم هو أن يكون لهذا الانخفاض أثر سلبي كبير على المسار التنموي فلا بد من رسم استراتيجيات متعددة تزيد من معدلات التنمية الاقتصادية وقطاع السياحة هو من القطاعات الحيوية التي تؤدي دوراً ريادياً في عملية التنمية في فلسطين وخاصة في الضفة الغربية والقدس وتعد السياحة مورد اقتصادي لا يستهان به ، بما يحققه من تدفقات مالية وخلق لفرص عمل وبديل للاستثمار الأجنبي وهنا يبرز دور الجهات المعنية وخاصة وزارة الاقتصاد الوطني ووزارة السياحة والآثار في توفير البيئة السياحية الملائمة للنهوض بهذا القطاع الفعال.

إن الدلائل العلمية وتجارب الدول في العالم تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الهام الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية بمفهومها الشامل في اقتصاديات الدول ويمكن أن نلخص هذا في المحاور التالية:

(٢٥) معهد أبحاث السياسات الاقتصادية - ماس (٢٠١٢): المهن الحرفية التقليدية في القدس واقعها وسبل حمايتها، القدس، فلسطين، ص ٢٢.

١- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية:

تساهم السياحة بدرجة ملموسة في جذب جزء مهم من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة من خلال أنواع التدفقات النقدية الأجنبية المحصلة سواء من مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة أو الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول، والإيرادات الأخرى للفنادق من قبل السائحين، إضافة إلى الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية وفروق تحويل العملة أو من خلال بيع المنتجات الوطنية والسلع والمواد الفولكلورية للسائح.

٢- نقل التقنيات الحديثة والمتطورة:

تعمل الدول التي ترغب في زيادة مواردها من السياحة على استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة كلما كان ذلك ممكناً في جميع مرافقها وخدماتها السياحية، وبإستطاعة الاستثمارات الأجنبية فعل ذلك بشكل يقود القدرات الوطنية المستخدمة في هذا المجال.

٣- تشغيل الأيدي العاملة:

تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية في توفير فرص العمل حيث تستوعب ١٢% من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم، وذلك لتشعب هذه الصناعة وتداخلها مع العديد من الصناعات الأخرى، لذلك فإن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها يساعد في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، والذي يترتب عنه هو الآخر ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وغيرها من الآثار والمنافع الأخرى، والتي تؤدي إلى تحقيق درجة عالية من الاستقرار الاجتماعي والسياسي في البلاد.

٤- المساهمة في تحقيق وتنمية التوازن الاقتصادي بين المناطق:

في حالة قيام الدولة باستثمار المواقع السياحية في مدينة القدس ومدن الضفة الغربية، فإن هذا يؤدي إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم بشكل متوازن؛ أي أنه يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة، تحسين مستوى المعيشة، استغلال الموارد الطبيعية المتوفرة في هذه الأقاليم، تنمية وخلق مجتمعات حضارية جديدة وإعادة توزيع الدخول بين كافة أفراد المجتمع (٢٦).

٥- تحسين ميزان المدفوعات:

السياحة كصناعة تصديرية غير منظورة تساهم في تحسين ميزان المدفوعات في البلد، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، وزيادة موارد النقد الأجنبي والمنافع التي يمكن تحصيلها نتيجة لخلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى (٢٧).

(٢٦) ملوخية، أحمد فوزي (٢٠٠٧): التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط ١، مصر، ص ٤٥.

(٢٧) عطية، عيبر (٢٠١٩): التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية،

مصر، ص ١١.

ومما تقدم يرى الباحث أن السياحة تعتبر اليوم صناعة متكاملة تتميز باتساع أنشطتها وتعدد أنواعها، وما يميزها أيضا أنها كنشاط اقتصادي تؤثر على الكثير من قضايا التنمية خاصة الاقتصادية منها في العديد من الدول التي تهتم بها.

النتائج والتوصيات:

أولا/ النتائج:

بعد استعراض ودراسة واقع التسويق السياحي في مدينة القدس فإن المدينة تعاني من ضعف في الجوانب السياحية ذات المردود النفعي على الشعب الفلسطيني وبسبب المعاناة الشديدة والظروف الصعبة التي تعانيها الصناعة والتجارة السياحية في المدينة فإن مردودها على الاقتصاد الفلسطيني يعتبر ضعيفا ولا يمكن الاعتماد عليه نظرا لضعف العائد على الاستثمار من السياحة المقدسية.

تعتبر مدينة القدس مدينة تاريخية بكل ما تحملها الكلمة من معنى حيث مرت عليها إمبراطوريات وأنظمة حكم عديدة إمتدت من العصر الروماني مروراً بالعصر البيزنطي ومن ثم إلى العهد الإسلامي الذي كان العثمانيون أبرز المؤثرين فيه ومن ثم خضعت مدينة القدس للاحتلال البريطاني والإسرائيلي الذي مازالت المحافظة تعاني منه حتى الآن.

كما تتميز المقومات الحضارية في مدينة القدس بالتنوع الحضاري والديني إذ أن هناك آثار إضافة إلى وجود المعالم الدينية من مساجد وكنائس ومقامات بالإضافة للمسجد الأقصى أولى القبلتين وثالث الحرمين وهذا يشير إلى حالة فريدة من الوفاق الديني في مدينة القدس ماضياً وحاضراً.

يعود ضعف الطلب السياحي في مدينة القدس لضعف العرض السياحي الفلسطيني والخدمات الكاملة له وغلاء الأسعار، بالإضافة إلى ضعف الاستثمار الأجنبي المباشر الوافد.

تشكل الظروف السياسية في فلسطين العائق الأكبر أمام صناعة السياحة في مدينة القدس حيث أن أنها محاصرة بأكثر عدد من الحواجز التي تقطع الطرق وتمنع وصول السكان للحرم القدسي الشريف ناهيك عن السياح، إضافة إلى السيطرة الاسرائيلية على المدينة والتي تجعل من الأمن مفقوداً للجميع وهذا بحد ذاته يوجه ضربة قاصمة للسياحة الفلسطينية.

ثانيا/ التوصيات:

بناء على النتائج التي خلصت لها الدراسة لواقع التسويق السياحي في مدينة القدس تم وضع العديد من التوصيات حيث أن هناك محاولات للنهوض بالواقع السياحي في مدينة القدس وكانت التوصيات على النحو التالي:

١- العمل على رفع درجة الوعي السياحي بين المواطنين، بما في ذلك أهمية مدينة القدس التاريخية والدينية إضافة للمناطق الأثرية والحركة التجارية والصناعية.

- ٢- الحرص على الجودة في القطاع السياحي من حيث الخدمات المقدمة في الفنادق والمطاعم ووسائل الاتصالات والمواصلات والأسعار المناسبة والمعاملة الحسنة وتشكيل هيئات متخصصة للمتابعة والإشراف على مؤسسات العمل السياحي والخدمات المقدمة فيها والعمل على تحسينها وتطويرها باستمرار.
- ٣- تطوير الحياة الثقافية والترفيهية في مدينة القدس لتلائم المتطلبات السياحية وتواكب تطورها وبصورة أكثر جذبا واستقطاب القطاع الخاص للاستثمار في هذا المجال.
- ٤- زيادة الترويج السياحي لمدينة القدس ضمن برامج سياحية ممنهجة مع دول مجاورة إقليميا.
- ٥- تظمين المستثمرين المحليين والعرب والاجانب عن طريق انشاء صندوق تأمين لضمان الاستثمارات السياحية في مدينة القدس.
- ٦- توسيع برامج التنمية السياحية الحالية وأهدافها والعمل على تطبيقها الحسن، مع التركيز على تنمية سوق سياحية داخلية ترضي رغبات السياح المحليين لإنعاش الاقتصاد الفلسطيني.
- ٧- العمل على السيطرة على العوامل والمتغيرات المؤثرة بشكل مباشر أو غير مباشر على الطلب السياحي بأنواعها، والتأثير عليها وفقا للاتجاه الذي يمكن من خلاله الرقي بالتنمية الاقتصادية.
- ٨- رفق القطاعات الحيوية التي تؤدي دورا رياديا في عملية التنمية في فلسطين وخاصة في الضفة الغربية والقدس وتعزيز دور الجهات المعنية وخاصة وزارة الاقتصاد الوطني وأيضا وزارة السياحة والآثار في توفير البيئة السياحية الملائمة للنهوض بهذا القطاع الفعال.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم.

قائمة المراجع:

- ١- أبو السعود، عزام توفيق (٢٠١٥): الخطة الاستراتيجية للاقتصاد المقدسي، الغرفة التجارية الصناعية العربية بالقدس، القدس، فلسطين.
- ٢- أبو السعود، عزام توفيق (٢٠١٥): الأوضاع التجارية في مدينة القدس -المشكلات الراهنة ومتطلبات التطوير، الغرفة التجارية الصناعية العربية بالقدس، القدس، فلسطين.
- ٣- أوليدي، سعد (٢٠١٣): دور الاستراتيجية التسويقية في رفع الحصة السوقية للمؤسسة الخدمية - دراسة حالة موبيليس وكالة ورقلة، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- ٤- جاد الله، إبراهيم موسى (٢٠٠٩): دور السياحة الفلسطينية في التنمية المستدامة الواقع وسبل التطوير، رسالة ماجستير غير منشورة، عمادة الدراسات العليا، جامعة القدس، القدس، فلسطين.
- ٥- الراهب، القس متري (١٩٩٠): ارتباط المسيحيين بالقدس، دراسات فلسطينية اسلامية مسيحية، القدس، فلسطين.
- ٦- حلايقة، محمد، وإيناس عطاري، وسارو نكشيان (٢٠١٦): تطوير القطاع السياحي في القدس الشرقية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، فلسطين.
- ٧- خضر، جمال (٢٠١٥): الإرث العربي المسيحي في القدس، مؤتمر يوم القدس العاشر، كلية الآداب، جامعة بيت لحم، فلسطين.
- ٨- السويسي، حافظ حامد (٢٠١٢): الموقف العربي من القدس ١٩٦٧م - ٢٠٠١م، بحث مقدم لنيل درجة البكالوريوس، جامعة القدس المفتوحة، غزة، فلسطين.
- ٩- شراب، محمد حسن (١٩٩٤): بيت المقدس والمسجد الأقصى دراسة تاريخية موثقة، ط١، المكتبة العربية، بيروت.
- ١٠- طه، حمدان (٢٠١٤): السياحة في القدس المحتلة، القدس، فلسطين.
- ١١- عجعج، لبنى محمود محمد (٢٠٠٧): تخطيط وتنمية السياحة التراثية في محافظة نابلس، رسالة ماجستير في التخطيط الحضري والإقليمي، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- ١٢- عطية، عبير (٢٠١٩): التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية، مصر.
- ١٣- الفلاح، بلال (٢٠١٢): السياحة في الاراضي الفلسطينية، تحليل الاهمية والاثر، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني - ماس، فلسطين.

- ١٤- معهد أبحاث السياسات الاقتصادية -ماس (٢٠١٢): المهن الحرفية التقليدية في القدس واقعها وسبل حمايتها، القدس، فلسطين.
- ١٥- ملوخية، أحمد فوزي (٢٠٠٧): التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط ١، مصر.
- ١٦- وزارة السياحة والآثار (٢٠١١): المعالم الدينية والسياحية لمدينة القدس، مركز المعلومات الوطني الفلسطيني - وفاق، فلسطين.

