



دولة فلسطين

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

مسح السياحة المحلية والخارجية، 2014  
النتائج الأساسية

آب/اغسطس، 2015

تم إعداد هذا التقرير حسب الإجراءات المعيارية المحددة في ميثاق الممارسات  
للإحصاءات الرسمية الفلسطينية 2006



© ذو القعدة، 1436 - آب، 2015.  
جميع الحقوق محفوظة.

في حالة الاقتباس يرجى الإشارة إلى هذا التقرير كالتالي:

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2015. مسح السياحة المحلية والخارجية، 2014- النتائج الأساسية.  
رام الله - فلسطين.

جميع المراسلات توجه إلى:  
الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني  
ص ب 1647، رام الله - فلسطين.

هاتف: 2982700 2 (970/972)

فاكس: 2982710 2 (970/972)

الرقم المجاني: 1800300300

بريد إلكتروني: [diwan@pcbs.gov.ps](mailto:diwan@pcbs.gov.ps)

صفحة إلكترونية: <http://www.pcbs.gov.ps>

الرمز المرجعي: 2140





## شكر وتقدير

يتقدم الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بالشكر والتقدير إلى كل الأسر الفلسطينية التي ساهمت في إنجاح جمع بيانات المسح، وإلى جميع العاملين في هذا المسح لما أبدوه من حرص منقطع النظير أثناء تأدية واجبهم.

لقد تم تخطيط وتنفيذ مسح السياحة المحلية والخارجية 2014، بقيادة فريق فني من الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، وبدعم مالي مشترك بين كل من دولة فلسطين ومجموعة التمويل الرئيسية للجهاز (CFG) لعام 2015 ممثلة بمكتب الممثلة النرويجية لدى دولة فلسطين والوكالة السويسرية للتنمية والتعاون (SDC).

تجدر الإشارة إلى أن محتويات هذا التقرير من مسؤولية الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

يتقدم الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بجزيل الشكر والتقدير إلى أعضاء مجموعة التمويل الرئيسية للجهاز (CFG) الذين ساهموا بالتمويل على مساهمتهم القيمة في تنفيذ هذا المسح.



## فريق العمل

### • اللجنة الفنية

- رئيس اللجنة
- ربي القبيج
  - محمد شاهين
  - صفيه إبراهيم
  - آية الرابي
  - مهيرة قنداح
  - يوسف الأشقر
  - زياد قلالوة
  - محمد الصيرفي
  - سماح سناف

### • إعداد التقرير

- مهيرة قنداح
- ايناس الرفاعي

### • تصميم الخرائط

- هيثم صبيح

### • تدقيق معايير النشر

- حنان جناجره

### • المراجعة الأولية

- فتحي فراسين
- محمود عبد الرحمن
- محمد قلالوة

### • المراجعة النهائية

- عناية زيدان

### • الإشراف العام

- علا عوض
- رئيس الجهاز





## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	قائمة الجداول
	المقدمة
15	الفصل الأول: النتائج الأساسية
15	1.1 تنفيذ الرحلات المحلية
18	2.1 تنفيذ الرحلات الخارجية
23	الفصل الثاني: المنهجية والجودة
23	1.2 أهداف المسح
23	2.2 استمارة المسح
24	3.2 الإطار والعينة
24	4.2 العمليات الميدانية
25	5.2 معالجة البيانات
26	6.2 حساب الأوزان
26	7.2 جودة البيانات
26	8.2 دقة البيانات
28	9.2 مقارنة البيانات
29	10.2 إجراءات ضبط الجودة
29	11.2 الملاحظات الفنية على البيانات
31	الفصل الثالث: المفاهيم والمصطلحات
33	المراجع
35	الجداول



## قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
37	جدول 1: التوزيع النسبي للأسر في فلسطين حسب تنفيذ الرحلات المحلية والمنطقة، 2014
37	جدول 2: التوزيع النسبي للأسر في فلسطين التي نفذت رحلات محلية حسب عدد الرحلات المحلية والمنطقة، 2014
38	جدول 3: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حسب مدة الإقامة في المكان المزار والمنطقة، 2014
38	جدول 4: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حسب وجهة الرحلة والمنطقة، 2014
39	جدول 5: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حسب طريقة تنظيم الرحلة والمنطقة 2014
39	جدول 6: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حسب عدد المشاركين والمنطقة، 2014
40	جدول 7: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حول رأيها في توفر الخدمات في الأماكن المزار في فلسطين حسب نوع الخدمة، 2014
40	جدول 8: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حول مستوى الرضى عن الخدمات المتوفرة في الأماكن المزار في فلسطين حسب نوع الخدمة، 2014
41	جدول 9: متوسط إنفاق الأسرة على الرحلة المحلية حسب نوع الإنفاق والمنطقة، 2014
41	جدول 10: التوزيع النسبي للأسر حسب تنفيذ رحلات خارجية والمنطقة، 2014
42	جدول 11: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب عدد الرحلات الخارجية والمنطقة 2014
42	جدول 12: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب وجهة الرحلة والمنطقة، 2014
43	جدول 13: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب عدد المشاركين والمنطقة، 2014
43	جدول 14: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب الهدف الرئيسي للرحلة والمنطقة، 2014
44	جدول 15: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب طريقة تنظيم الرحلة والمنطقة، 2014
44	جدول 16: متوسط إنفاق الأسرة على الرحلة الخارجية حسب نوع الإنفاق والمنطقة، 2014



## المقدمة

يشكل القطاع السياحي في فلسطين أحد القطاعات الهامة، والتي استقطبت اهتماماً من قبل الجهات الرسمية المعنية نظراً لما يشكله هذا القطاع من أهمية في توفير العملات الصعبة الأجنبية وتشغيل الأيدي العاملة الفلسطينية. ومن منطلق أهمية توفير بيانات إحصائية حول هذا القطاع فقد قام الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بتنفيذ مسح إحصائي متخصص حول السياحة المحلية والخارجية، باعتبارها اشكالاً رئيسية من مكونات الطلب السياحي، والتي تشكل بيانات رئيسية في جداول الحساب الفرعي للسياحة.

يهدف مسح السياحة المحلية والخارجية الذي نفذته الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني خلال الفترة من 2015/03/24 وحتى 2015/05/31 الى توفير البيانات اللازمة لبناء وتحديث قواعد البيانات الإحصائية التي تتضمن مؤشرات احصائية حول السياحة المحلية والخارجية في فلسطين، بهدف توفير بيانات احصائية حول القضايا الآتية:

- بيانات حول الأسر المقيمة في فلسطين التي نفذت رحلات محلية وخارجية.
- بيانات حول خصائص الرحلات السياحية المحلية والخارجية.
- بيانات حول خصائص وتكاليف الرحلة المحلية والخارجية وأوجه الإنفاق خلالها على الرحلات السياحية.
- التعرف على توفر الخدمات المختلفة في الأماكن السياحية المحلية المزارة ودرجة الرضى عنها.

يتألف التقرير من ثلاثة فصول، يعرض الفصل الأول النتائج الأساسية للمسح حسب المواضيع الرئيسية التي تناولها المسح بالبحث، والتي تشمل: مواضيع تنفيذ رحلات محلية وخارجية، وخصائص الرحلات المحلية والخارجية، وتكاليف الرحلة المحلية والخارجية، والتعرف على توفر الخدمات المختلفة في الأماكن السياحية المزارة في فلسطين ودرجة الرضى عنها، ويعرض الفصل الثاني المنهجية التي تم اتباعها في تخطيط وتنفيذ المسح بما في ذلك استمارة المسح ومجتمع الدراسة وإطار المعاينة وتصميم العينة، كما يشمل هذا الفصل توثيقاً للعمليات الميدانية بما في ذلك التدريب وجمع البيانات ومعالجتها، ويعرض كذلك تقييماً لجودة البيانات الإحصائية التي تم الحصول عليها في هذا المسح. بينما يعرض الفصل الثالث المفاهيم والمصطلحات العلمية الواردة في التقرير.

والله ولي التوفيق،،،

علا عوض  
رئيس الجهاز

آب، 2015



## الفصل الأول

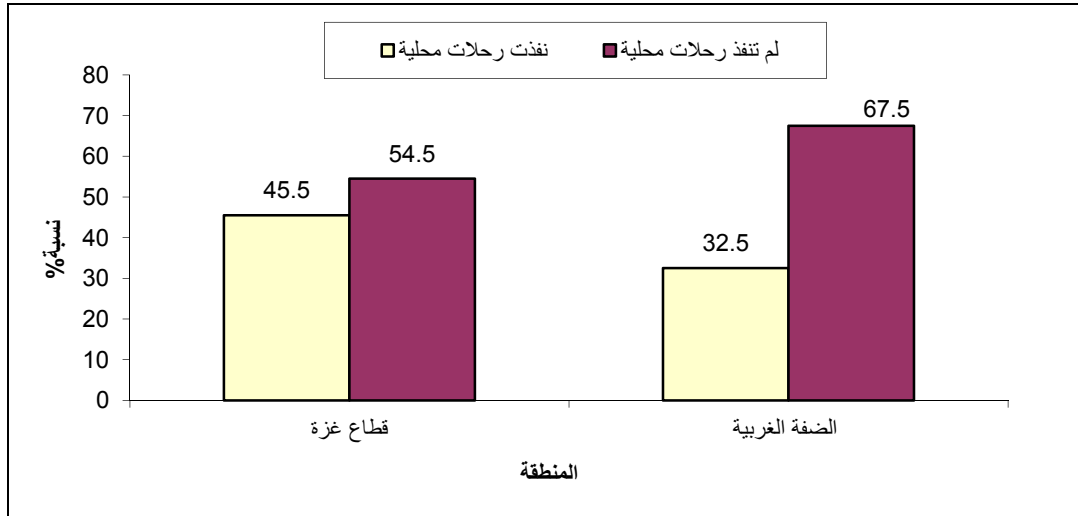
### النتائج الأساسية

يعرض هذا الفصل أهم المؤشرات الإحصائية لمسح السياحة المحلية والخارجية خلال العام 2014 في فلسطين، حيث تعرض هذه النتائج نسبة الأسر التي نفذت رحلات محلية ورحلات خارجية، والأهداف الرئيسية من تنفيذ الرحلات الخارجية، وحجم ونمط الإنفاق خلال الرحلات المحلية والخارجية، ومعدل مدة الإقامة في المكان المزار، إضافة إلى طرق تنظيم تلك الرحلات.

#### 1.1 تنفيذ الرحلات المحلية

أظهرت نتائج المسح أن نسبة الأسر المقيمة في فلسطين (فرد واحد من الأسرة أو أكثر) التي نفذت رحلات محلية قد بلغت 36.9%، بواقع 32.5% في الضفة الغربية و45.5% في قطاع غزة، في حين لم تقم 63.1% من الأسر برحلات داخل فلسطين خلال عام 2014.

التوزيع النسبي للأسر في فلسطين حسب تنفيذ الرحلات المحلية والمنطقة، 2014



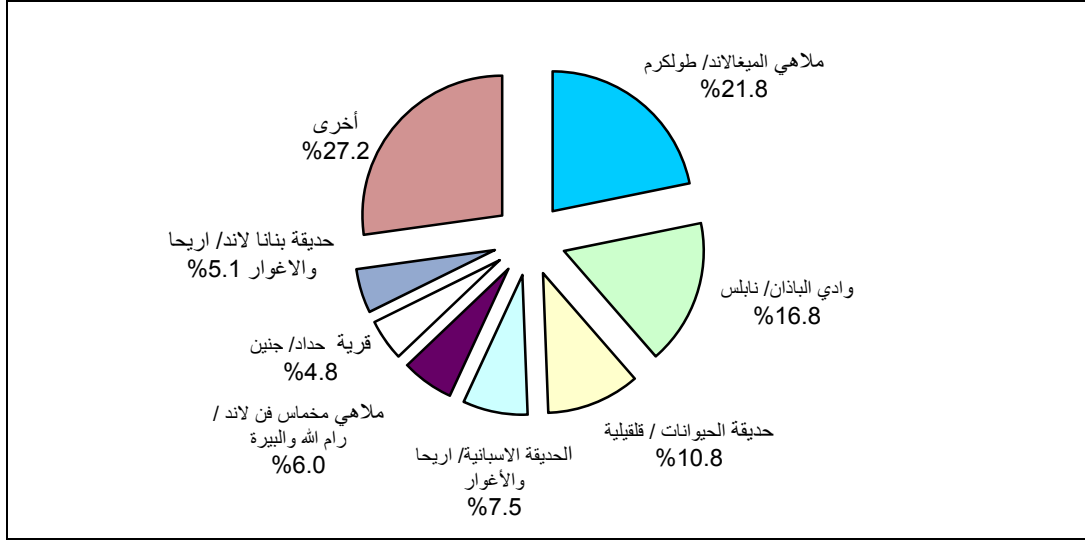
#### تكرار الرحلات المحلية:

أظهرت نتائج المسح أن 43.3% من الأسر المقيمة في فلسطين والتي نفذت رحلات محلية، قد نفذت رحلة محلية واحدة خلال العام 2014، مقابل 26.2% منها نفذت رحلتين، في حين أن ما نسبته 30.5% من الأسر نفذت ثلاث رحلات فأكثر.

#### وجهات الرحلات المحلية في الضفة الغربية:

أشارت نتائج المسح أن 21.8% من الأسر التي نفذت رحلات محلية في الضفة الغربية كانت تقصد ملاهي الميغالاند في محافظة طولكرم، يليها وادي الباذان في محافظة نابلس بنسبة 16.8%، ثم حديقة الحيوانات في محافظة قلقيلية بنسبة 10.8%.

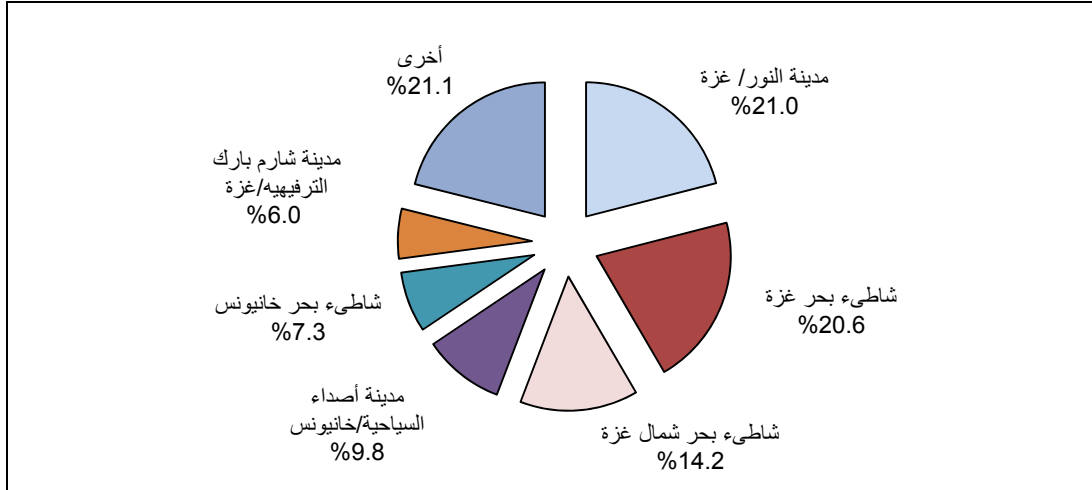
## التوزيع النسبي للرحلات المحلية في الضفة الغربية حسب وجهة الرحلة الرئيسية، 2014



## وجهات الرحلات المحلية في قطاع غزة:

أظهرت نتائج المسح أن 21.0% من الأسر المقيمة في قطاع غزة والتي نفذت رحلات محلية، كانت تقصد مدينة النور يليها شاطئ بحر غزة بنسبة 20.6% في محافظة غزة، كما تشير النتائج إلى أن ما نسبته 14.2% من هذه الأسر كانت تقصد شاطئ بحر شمال غزة، في حين قصدت الأسر المقيمة في قطاع غزة مدينة أصداء السياحية في محافظة خانينونوس بنسبة 9.8%. يذكر أنه لم يتم رصد أي رحلة محلية للأسر الفلسطينية من الضفة الغربية إلى قطاع غزة أو العكس، وذلك بسبب الاغلاق واجراءات الاحتلال الاسرائيلي الذي يفصل القطاع عن الضفة الغربية

## التوزيع النسبي للرحلات المحلية المنفذة في قطاع غزة حسب وجهة الرحلة الرئيسية، 2014



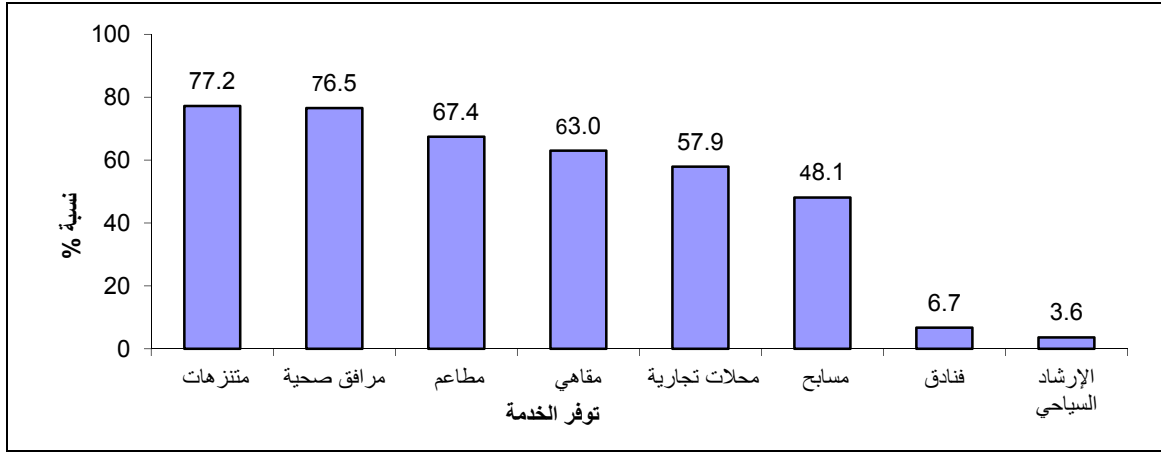
## طريقة تنظيم الرحلات المحلية:

بينت نتائج المسح أن ما نسبته 63.4% من الأسر المقيمة في فلسطين التي نفذت رحلات محلية قامت بتنظيم رحلاتها مباشرة بشكل شخصي، و 31.6% من الأسر نظمت رحلاتها عن طريق مؤسسات تعليمية، كالمدراس والجامعات ورياض الأطفال، وان 5.0% من الرحل تم تنظيمها بطريقة أخرى.

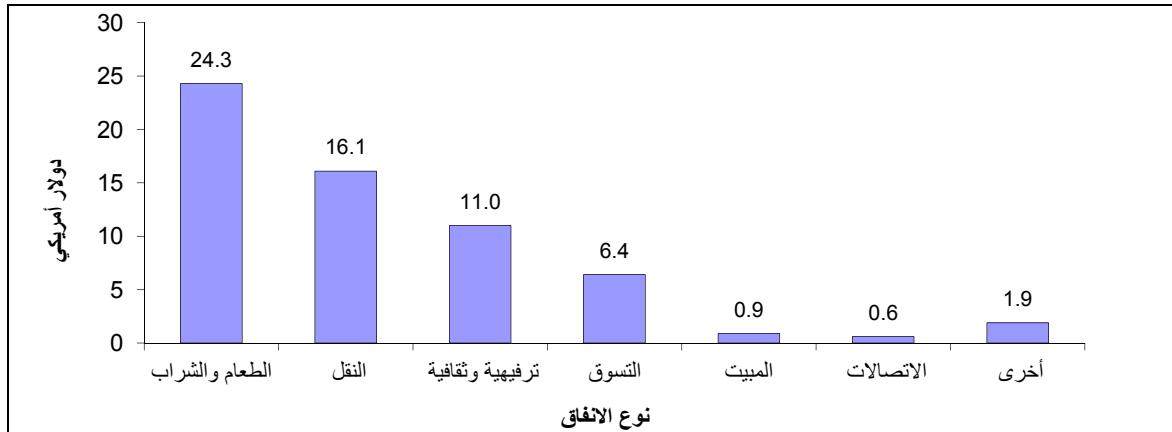


**المرافق والخدمات المتوفرة في الأماكن المزارة:**

بينت نتائج المسح للأسر التي نفذت رحلات محلية حول رأيها في توفر المرافق والخدمات في الأماكن السياحية المزارة في فلسطين أن 67.4% منهم أفادوا بأن الأماكن المزارة يتوفر فيها مطاعم و77.2% من الأماكن يتوفر فيها متنزهات، وأن 76.5% منها يتوفر فيها مرافق صحية، كما بينت النتائج أن 63.0% من هذه الأماكن يتوفر فيها خدمات المقاهي، وأن 57.9% منها يتوفر فيها محلات تجارية، في حين أشارت النتائج إلى أن 48.1% من هذه الأماكن يتوفر فيها برك للسباحة. وعن مستوى رضى الأسر عن تلك المرافق، فإن 27.3% من الأسر تعتبر الخدمات المقدمة من المطاعم جيدة جداً مقابل 45.0% للمتنزهات، و28.9% لخدمة المقاهي، و18.4% تعتبر الخدمات المتوفرة في المرافق الصحية جيدة جداً.

**نسبة الأسر التي نفذت رحلات محلية حول رأيها في توفر الخدمات في الأماكن المزارة في فلسطين حسب نوع الخدمة، 2014****متوسط الإنفاق على الرحلة المحلية:**

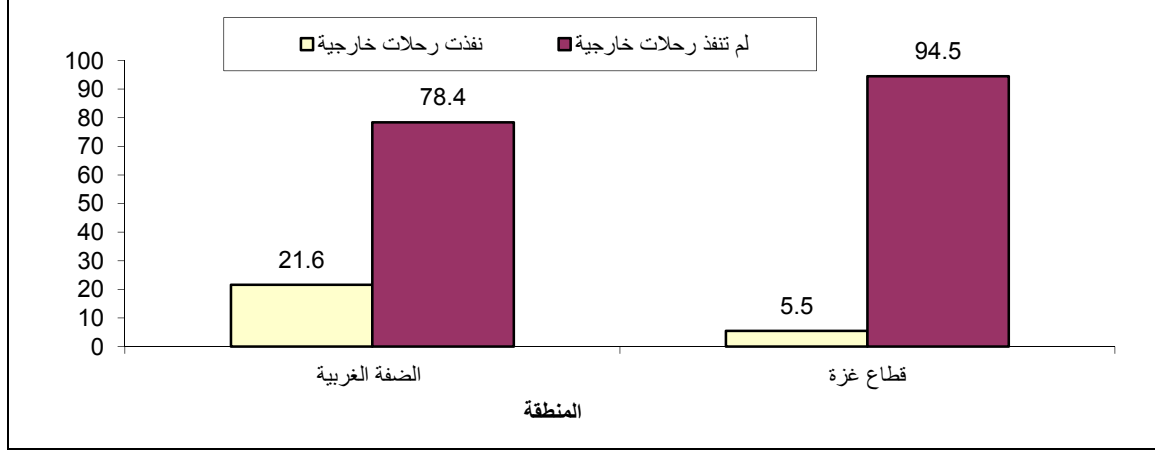
أشارت نتائج المسح إلى أن متوسط إنفاق الأسرة الفلسطينية التي نفذت رحلات محلية خلال الرحلة المحلية الواحدة بلغ 61.2 دولاراً أمريكياً، ويختلف هذا المتوسط حسب المنطقة، فقد كان في الضفة الغربية 86.6 دولاراً، مقابل 26.5 دولاراً في قطاع غزة. بالنسبة لأوجه الإنفاق في فلسطين، فقد كان لنفقات الطعام والشراب النصيب الأكبر من حصة إنفاق الأسرة على الرحلة بواقع 24.3 دولاراً، يليها نفقات النقل بواقع 16.1 دولاراً، في حين بلغت النفقات الترفيهية 11.0 دولار، مقابل 6.4 دولار على التسوق.

**متوسط إنفاق الأسرة خلال الرحلة المحلية حسب نوع الإنفاق، 2014 (القيمة بالدولار الأمريكي)**

## 2.1 تنفيذ الرحلات الخارجية

بينت نتائج المسح أن نسبة الأسر في فلسطين (فرد واحد من الأسرة أو أكثر) التي نفذت رحلات خارجية قد بلغت 16.1%، مقابل 83.9% من الأسر لم تنفذ رحلات خارج فلسطين خلال عام 2014، بواقع 78.4% في الضفة الغربية و94.5% في قطاع غزة لم تنفذ رحلات خارج فلسطين.

التوزيع النسبي للأسر في فلسطين حسب تنفيذ الرحلات الخارجية والمنطقة، 2014



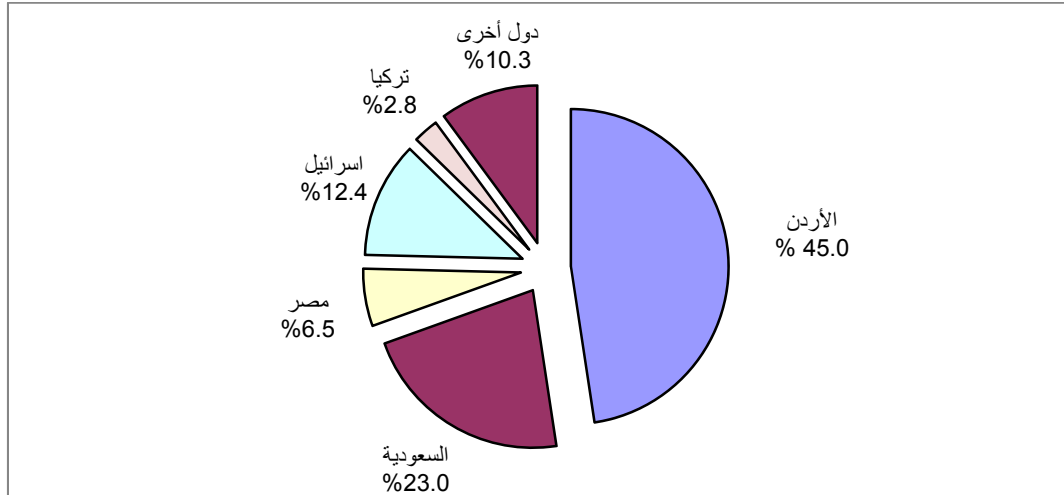
### تكرار الرحلات الخارجية:

أظهرت نتائج المسح أن 75.3% من الأسر في فلسطين التي نفذت رحلات خارجية، قد نفذت رحلة خارجية واحدة خلال العام 2014، مقابل 14.5% نفذت رحلتين اثنتين، في حين بلغت نسبة الأسر التي نفذت ثلاث رحلات فأكثر 10.2% خلال العام 2014.

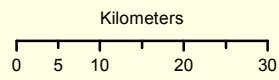
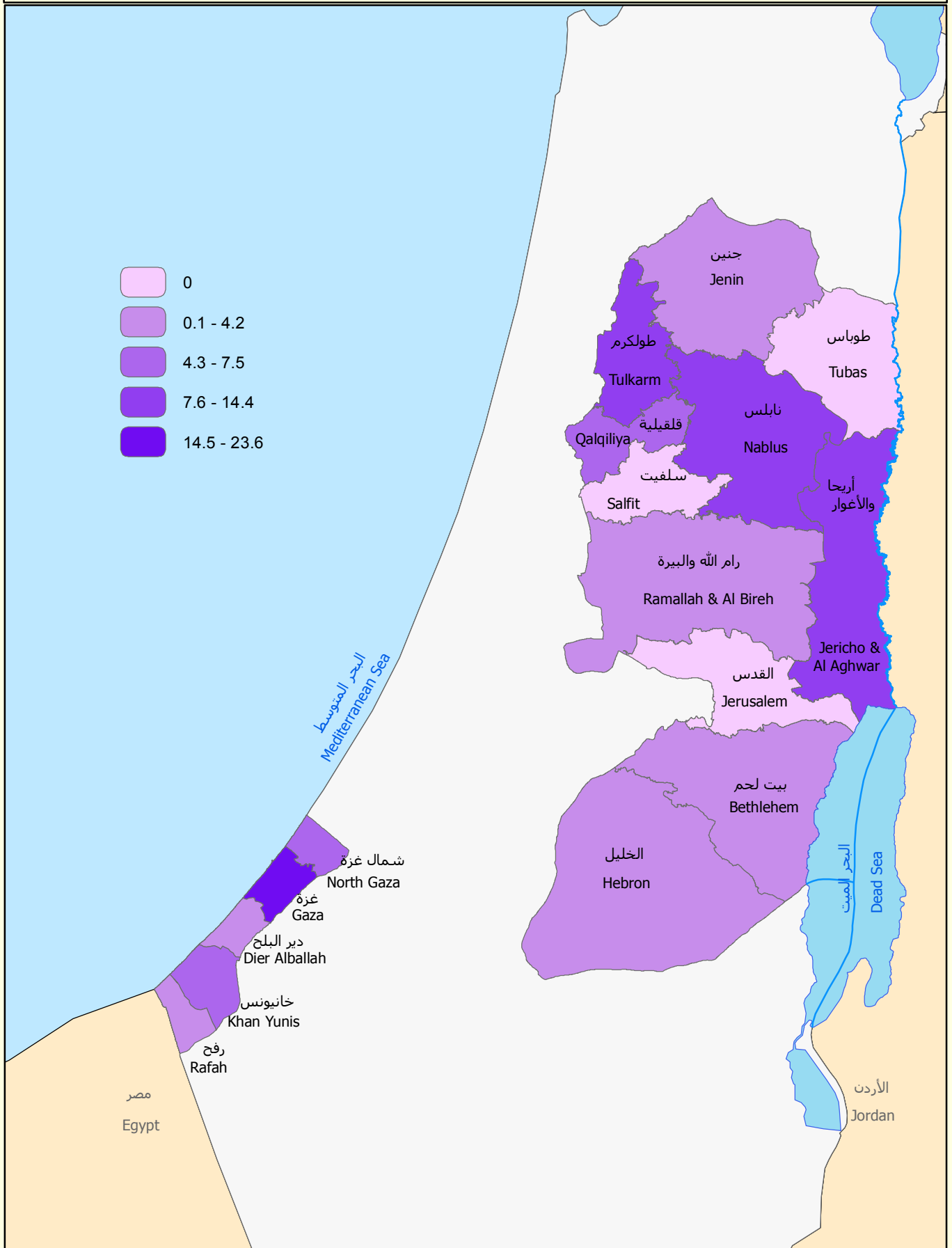
### وجهات الرحلات الخارجية:

أشارت نتائج المسح إلى أن 45.0% من الأسر التي نفذت رحلات سياحية خارجية كانت تقصد الأردن، وأن 23.0% منها قصدت السعودية، في حين أن 12.4% منها قصدت إسرائيل، أما مصر فكان نصيبها ما نسبته 6.5%، ثم تركيا بنسبة 2.8% من الرحلات الخارجية.

التوزيع النسبي للرحلات الخارجية المنفذة حسب وجهة الرحلة الرئيسية، 2014



التوزيع النسبي للرحلات المحلية حسب وجهة الرحلة، 2014  
 Percentage Distribution for Domestic Trips by Destination, 2014



المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2015  
 Source: Palestinian Central Bureau of Statistics, 2015





**هدف الرحلات الخارجية:**

أشارت نتائج المسح أن 35.8% من الأسر في فلسطين التي نفذت رحلات خارجية كانت بهدف زيارة الأقارب والأصدقاء و22.9% كانت لأسباب دينية، في حين كان 19.1% بهدف الاستجمام والراحة وأن 10.6% منها كانت بهدف الرعاية الصحية و5.8% منها كانت بهدف العمل والمهام الرسمية.

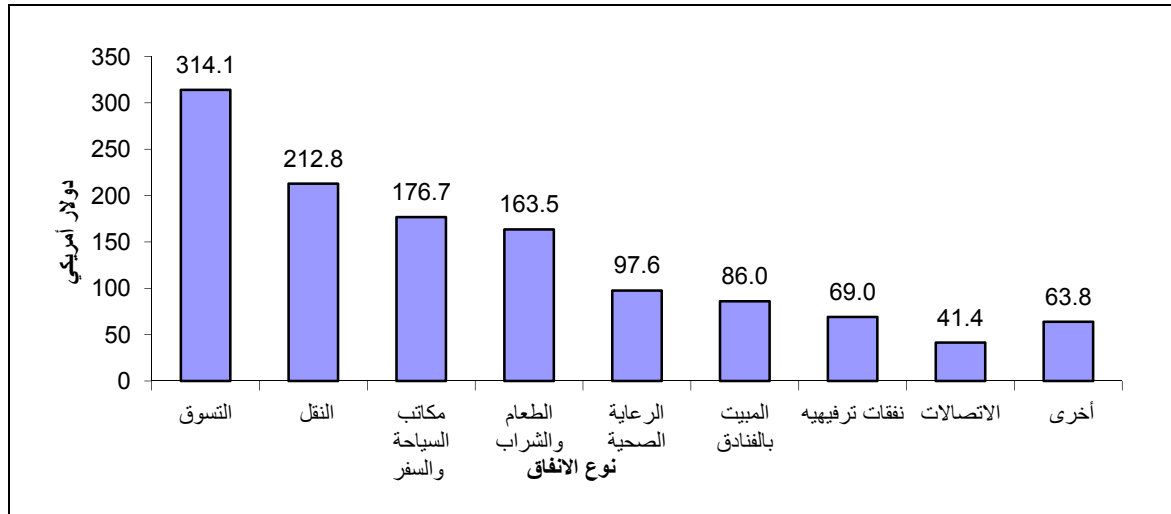
**طريقة تنظيم الرحلات الخارجية:**

بينت نتائج المسح أن ما نسبته 62.5% من الأسر في فلسطين التي نفذت رحلات سياحية خارجية قامت بتنظيم رحلاتها مباشرة بشكل شخصي، مقابل 29.2% من الأسر قامت بتنظيم رحلاتها عن طريق مكتب سياحة وسفر، و8.3% من الأسر نظمت رحلاتها بطرق أخرى تشمل: (مؤسسات، نوادي، جمعيات).

**متوسط الإنفاق على الرحلة الخارجية:**

أشارت نتائج المسح إلى أن متوسط إنفاق الأسرة المقيمة في فلسطين على الرحلة الخارجية الواحدة بلغ 1,224.9 دولاراً أمريكياً، أما بالنسبة لأوجه الإنفاق، فقد كان لنفقات التسوق النصيب الأكبر من حصة إنفاق الأسرة في الرحلة بواقع 314.1 دولاراً أمريكياً، يليها نفقات مكاتب النقل بواقع 212.8 دولاراً ثم مكاتب السياحة والسفر بواقع 176.7 دولاراً وبلغت النفقات على الطعام والشراب 163.5 دولاراً، ونفقات المبيت 86.0 دولاراً، وبلغت النفقات الترفيهية 69.0 دولاراً.

متوسط إنفاق الأسرة خلال الرحلة الخارجية حسب نوع الإنفاق، 2014 (القيمة بالدولار الأمريكي)





## الفصل الثاني

### المنهجية والجودة

يعرض هذا الفصل المنهجية العلمية وإجراءات الجودة التي اتبعت في تخطيط وتنفيذ مسح السياحة المحلية والخارجية الذي تم تنفيذه عام 2015، وتشمل تصميم أدوات البحث الأساسية وطرق جمع ومعالجة وتحليل البيانات الخاصة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى دقة البيانات وإجراءات ضبط الجودة المتبعة.

#### 1.2 أهداف المسح

يهدف المسح الى توفير بيانات احصائية حول القضايا الآتية:

- توفير بيانات حول الأسر المقيمة في فلسطين التي نفذت رحلات محلية وخارجية.
- توفير بيانات حول خصائص الرحلات السياحية المحلية والخارجية.
- توفير بيانات حول خصائص وتكاليف الرحلة المحلية والخارجية وأوجه الإنفاق خلالها على الرحلات السياحية.
- التعرف على توفر الخدمات المختلفة في الأماكن السياحية المزارة ودرجة الرضى عنها.

#### 2.2 استمارة المسح

تمثل استمارة المسح الأداة الرئيسية لجمع المعلومات، لذلك لا بد أن تحقق المواصفات الفنية لجميع مراحل المسح وخاصة مرحلة العمل الميداني، ومتطلبات معالجة البيانات وتحليلها.

وقد تم تصميم استمارة المسح بعد الإطلاع على تجارب الدول الأخرى في موضوع إحصاءات السياحة، وتوصيات الأمم المتحدة، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية المجتمع الفلسطيني في هذا الجانب.

#### تصميم وفحص الاستمارة:

مرت عملية تصميم الاستمارة بالمراحل الآتية:

- تم الرجوع إلى ما هو متوفر من توصيات الأمم المتحدة حول استمارات السياحة المحلية والخارجية والمفاهيم والمصطلحات المستخدمة فيها.
- تم الرجوع إلى استمارات المسوح السياحية التي قام الجهاز بتنفيذها ومنها استمارات السياحة المحلية، السياحة الخارجية.
- تم تعديل الاستمارة بناءً على نتائج الدورات السابقة للمسح وذلك بإعادة صياغة مجموعة من الأسئلة وإضافة أسئلة جديدة.
- تم إعداد تعليمات استيفاء الاستمارة وتعليمات التدقيق والتنظيف.

### 3.2 الإطار والعينة

#### مجتمع الهدف:

يتألف مجتمع الهدف من جميع الأسر الفلسطينية المقيمة بصورة اعتيادية في دولة فلسطين خلال عام 2015.

#### إطار المعاينة:

يتكون إطار المعاينة من العينة الشاملة (master sample) وهي عبارة عن قائمة مناطق عد تم تحديثها للمسوح الاسرية ( مسح استهلاك وانفاق الأسرة (PECS) والمسح العنقودي متعدد المؤشرات (MICS)) خلال الفترة 2013-2014 ، وهي مناطق جغرافية متقاربة الحجم في معظمها (متوسط عدد الأسر فيها 124 أسرة)، وهي نفسها المستخدمة في التعداد، وقد تم استخدام هذه المناطق كوحدات معاينة أولية (PSUs) في المرحلة الأولى من عملية اختيار العينة.

#### حجم العينة:

بلغ حجم العينة الكلي 7,690 أسرة على المستوى الإجمالي استجاب للمسح 6,609 أسر .

#### تصميم العينة:

عينة هذا المسح هي عينة مسح الإحصاءات الجغرافية المنزلي الذي نفذه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في العام 2014. العينة هي عينة طبقية عنقودية ذات احتمال متناسب مع الحجم (PPS) على مرحلتين: المرحلة الأولى: اختيار عينة مناطق عد بطريقة عشوائية باحتمال متناسب مع حجم العنقود (PPS)، بلغ عددها 370 منطقة عد.

المرحلة الثانية: اختيار عينة من 20 أسرة من كل منطقة عد تم اختيارها في المرحلة الأولى بطريقة عشوائية منتظمة (كشوف بأسماء أرياب الأسر). في القدس داخل الحواجز يتم اختيار عينة مساحية مكونة من 20 أسرة من كل منطقة عد تم اختيارها في المرحلة الأولى (19 منطقة عد) ويتم اختيار نقطة البداية من بداية منطقة العد.

#### طبقات العينة:

تم تقسيم المجتمع إلى طبقات كما يلي:

1. المحافظة (16 محافظة في الضفة الغربية بالإضافة للجزء من محافظة القدس والمسمى J1 كطبقة منفصلة بالإضافة الى قطاع غزة).
2. نوع التجمع (حضر، ريف، مخيم).

### 4.2 العمليات الميدانية

تمثل العمليات الميدانية، العمل الحقيقي للمسح في الحصول على البيانات المطلوبة من مصادرها الأولية. لذلك فإن ضمان وجود مقومات النجاح في هذه المرحلة هو من القضايا الأساسية التي تم العمل عليها بشكل تفصيلي.



وقد اشتمل ذلك على توفير كل المستلزمات الفنية والإدارية بما في ذلك عمليات التدريب وتوفير المستلزمات المادية اللازمة لأداء العمل بأفضل صورة.

### التدريب والتعيين:

لقد تم تدريب الباحثين الميدانيين على العمليات الميدانية المختلفة بشكل عام ضمن التدريب الشامل لمسح الإحصاءات الجغرافية المنزلي وذلك قبل بداية تنفيذ المسح. لقد اشتمل تدريب الباحثين الميدانيين على عمليات جمع البيانات وأدبيات العمل الميداني، بما في ذلك طرح الأسئلة وتسجيل الإجابات وأدبيات إجراء المقابلات، بالإضافة إلى تدريب خاص تركّز على خصوصيات مسح السياحة المحلية والخارجية بما في ذلك استمارة المسح والأسئلة الخاصة بالسياحة والمصطلحات والمفاهيم المستخدمة في المسح.

اشتمل برنامج التدريب على القضايا الأساسية الآتية:

- التعريف بالمسح وأهدافه.
- تعريف المصطلحات المستخدمة في الاستمارة.
- آلية استيفاء الاستمارة.

اشتمل التدريب على محاضرات نظرية بالإضافة إلى تطبيق تمارين عملية بهدف إكساب الباحثين المهارات اللازمة لجمع البيانات.

### جمع البيانات:

تمت عملية استيفاء الاستمارات عن طريق المقابلة الشخصية لأحد أفراد الأسرة البالغين القادرين على الإجابة. بدأ العمل الميداني للمشروع من 2015/03/24 إلى 2015/05/31 ، وقد تم توزيع فريق العمل الميداني في جميع المحافظات حسب حجم العينة لكل محافظة، كما تم تزويد الفريق الميداني بجميع أدوات ولوازم العمل الميداني، وبلغ عدد طاقم العاملين في المشروع في فلسطين (55)، منهم (10) مشرفي مناطق و(7) مدققين مكثبيين بالإضافة إلى (38) باحث ميداني.

### 5.2 معالجة البيانات

تضمنت مرحلة معالجة البيانات مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تم إجراؤها على الاستمارات بهدف إعدادها لمرحلة التحليل، وشملت هذه المرحلة العمليات الآتية:

1. التدقيق قبل إدخال البيانات: في هذه المرحلة تم تدقيق جميع الاستمارات باستخدام تعليمات للتدقيق الآلي للتأكد من منطقية البيانات وإعادة غير المكتمل منها ثانية للميدان.
2. إدخال البيانات: تم إدخال البيانات بشكل مباشر في المركز الرئيسي للجهاز بالإضافة إلى مكتب نابلس والخليل وغزة، وتم تنظيم عملية إدخال البيانات باستخدام برنامج Access حيث تمت برمجة الاستمارة من خلال هذا البرنامج. وقد تميز البرنامج الذي تم إعداده في الجهاز بالخواص والسمات الآتية:

- إمكانية التعامل مع نسخة مطابقة للاستمارة على شاشة الحاسوب.
- القدرة على إجراء جميع الفحوص والاحتمالات المنطقية الممكنة وتسلسل البيانات في الاستمارة.
- الحفاظ على الحد الأدنى من أخطاء مدخلي البيانات الرقمية أو أخطاء العمل الميداني.

- سهولة الاستخدام والتعامل مع البرنامج والمعطيات (User-Friendly).
- إمكانية تحويل البيانات إلى صيغة أخرى يمكن استخدامها وتحليلها من خلال منظومات إحصائية تحليلية أخرى مثل SPSS.

## 6.2 حساب الأوزان

يعرف وزن الوحدة الإحصائية (وحدة المعاينة) في العينة بأنه المقلوب الرياضي لاحتمال اختيار الوحدة، وعينة المسح هي عينة طبقية عنقودية عشوائية منتظمة ذات احتمال متناسب مع الحجم (PPS) على مرحلتين حيث يتم في المرحلة الأولى حساب وزن مناطق العد بالاعتماد على احتمال اختيار كل منطقة عد، ثم في المرحلة الثانية يتم حساب وزن الأسرة من كل منطقة عد، ثم نجد حاصل ضرب وزن المرحلة الأولى في وزن المرحلة الثانية فنحصل على وزن الأسر الأولى ثم نقوم بتعديل هذه الأوزان بالاعتماد على تقديرات الأسر منتصف 2015 وتكون فئة التعديل هي الطبقة (محافظة، نوع التجمع) وبالتالي نحصل على وزن الأسر النهائي.

## 7.2 جودة البيانات

يشمل مفهوم جودة البيانات جوانب متعددة، بدءاً بالتخطيط الأولي للمسح وانتهاءً بكيفية نشر البيانات والاستفادة منها. وهناك سبعة أبعاد للجودة الإحصائية تم العمل على تحقيقها خلال فترة تنفيذ المسح: الصلة بالواقع، والدقة، والوقتية والانتظام، وإمكانية الوصول والوضوح، والقابلية للمقارنة، والاتساق، والاكتمال.

## 8.2 دقة البيانات

يشمل فحص دقة البيانات جوانب متعددة في المسح من أبرزها أخطاء المعاينة بسبب استخدام عينة في المسح، وكذلك أخطاء غير المعاينة ترجع إلى طاقم العمل وأدوات المسح، بالإضافة إلى معدلات الاستجابة في المسح وأهم آثارها على التقديرات، ويشمل هذا القسم على الآتي:

### أخطاء المعاينة:

إن بيانات هذا المسح يتأثر بأخطاء المعاينة نتيجة لاستخدام عينة وليس حصراً شاملاً لوحدات مجتمع الدراسة، ولذلك من المؤكد ظهور فروق عن القيم الحقيقية التي نتوقع الحصول عليها من خلال التعدادات وقد تم احتساب التباين لأهم المؤشرات. وقد دلت نتائج حساب التباين انه لا توجد مشكلة في نشر البيانات على مستوى دولة فلسطين، وعلى مستوى المنطقة (الضفة الغربية وقطاع غزة).

## ملخص حساب التباين لأبرز مؤشرات المسح

عدد المشاهدات	فترة الثقة 95%		معامل الاختلاف % C.V	الخطأ المعياري	قيمة التقدير	المؤشر
	الحد الأدنى	الحد الأعلى				
2,425	38.6	35.3	2.2	0.8	36.9	نسبة الاسر التي نفذت رحلات محلية في فلسطين خلال عام 2014
1,060	343.2	285.1	4.7	14.7	314.1	متوسط انفاق الاسرة بالدولار الامريكى على التسوق في فلسطين للذين نفذوا رحلات خارجية خلال 2014
1,513	34.1	29.6	3.6	1.1	31.8	متوسط انفاق الاسرة بالدولار الامريكى على الطعام والشراب في الضفة الغربية للذين نفذوا رحلات محلية خلال 2014
17	22.2	8.8	*23.6	3.4	14.3	نسبة الاسر التي كان الهدف من قيامها برحلة خارجية خلال 2014 في قطاع غزة هو زيارة الاقارب والاصدقاء

\*التباين مرتفع

## أخطاء غير المعاينة:

أما أخطاء غير المعاينة فهي ممكنة الحدوث في كل مراحل تنفيذ المشروع، خلال جمع البيانات أو إدخالها والتي يمكن إجمالها بأخطاء عدم الاستجابة، وأخطاء الاستجابة (المبحوث)، وأخطاء المقابلة (الباحث) وأخطاء إدخال البيانات. ولتقادي الأخطاء والحد من تأثيرها فقد بذلت جهود كبيرة من خلال تدريب الباحثين تدريباً مكثفاً، وتدريبهم على كيفية إجراء المقابلات، والأمور التي يجب إتباعها أثناء إجراء المقابلة، والأمور التي يجب تجنبها، وتم إجراء بعض التمارين العملية والنظرية خلال الدورة التدريبية، بالإضافة إلى تزويدهم بكتيب دليل الباحث الميداني والذي يحتوي على مفتاح خاص بأسئلة الاستمارة وآلية استيفائها وأسلوب التعامل مع المبحوثين لضمان تقليل معدلات الرفض والإدلاء بالبيانات الصحيحة وغير المنحازة، كما تم تدريب مدخلي البيانات على برنامج الإدخال، وتم فحص برنامج الإدخال قبل البدء بعملية إدخال البيانات.

## معدلات الإستجابة:

تم الوصول الى (7,690) أسرة ممثلة لفلسطين حيث بلغ عدد الأسر المستجيبة للمسح (6,609) أسر، منها (4,536) أسرة في الضفة الغربية، و(2,073) أسرة في قطاع غزة، وقد جرى تعديل الأوزان على مستوى طبقات التصميم لتعديل تأثير نسب حالات الرفض وعدم الاستجابة.

## معدلات الإستجابة للأسر

عدد الحالات	نتيجة المقابلة
6,602	اكتملت
7	اكتملت جزئياً
94	الأسرة مسافرة
383	لا أحد بالبيت
243	رفض التعاون
211	وحدة غير مأهولة
93	وحدة غير موجودة
20	لم يتوفر معلومات
37	أخرى
<b>7,690</b>	<b>المجموع</b>

$$\text{نسبة أخطاء زيادة الشمول} = \frac{\text{مجموع حالات زيادة الشمول}}{\text{عدد حالات العينة الأصلية}} \times 100\% = 4.0\%$$

$$\text{نسبة عدم الاستجابة} = \frac{\text{مجموع حالات عدم الاستجابة}}{\text{العينة الصافية}} \times 100\% = 10.5\%$$

$$\text{العينة الصافية} = \text{العينة الأصلية} - (\text{حالات زيادة الشمول}) = 7,386$$

$$\text{نسبة الاستجابة} = 100\% - \text{نسبة عدم الاستجابة} = 89.5\%$$

حالات زيادة الشمول تشمل: (وحدة غير موجودة، وحدة غير مأهولة) مجموع حالات عدم الاستجابة تشمل: (الأسرة مسافرة، لا أحد بالبيت، رفض التعاون، لم يتوفر معلومات، أخرى).

## 9.2 مقارنة البيانات

إن بيانات مسح السياحة المحلية والخارجية قابلة للمقارنة جغرافياً وعبر الزمن، فقد تم مقارنة البيانات التي تم الحصول عليها للمناطق الجغرافية بعضها مع بعض وكانت نتيجة المقارنة جيدة وليس هناك شذوذ في القيم التي تم الحصول عليها، كما تم مقارنة بيانات هذا المسح مع بيانات المسح لأعوام سابقة.

ويبين الجدول الآتي قيم مؤشرات مسح السياحة المحلية والخارجية لعدة أعوام:

المؤشر	السنة	المنطقة		
		فلسطين	الضفة الغربية	قطاع غزة
تنفيذ رحلات محلية %	2005	34.0	27.7	46.2
	2006	42.7	35.5	57.6
	2008	29.8	27.8	33.9
	2009	38.1	33.9	47.9
	2010	37.8	34.2	44.7
	2012	34.8	20.1	62.3
	2014	36.9	32.5	45.5
تنفيذ رحلات خارجية %	2004	12.5	15.5	6.6
	2009	15.6	21.9	0.7
	2010	11.4	16.4	2.0
	2012	10.9	13.3	6.4
	2014	16.1	21.6	5.5

## 10.2 إجراءات ضبط الجودة

تم اتخاذ عدة إجراءات لضمان ضبط الجودة في المسح، حيث تم تدريب فريق العمل الميداني على آلية استيفاء الاستمارة من الميدان، بالإضافة إلى إجراء زيارات ميدانية للباحثين الميدانيين للتأكد من سلامة جمع البيانات، ثم بعد ذلك تم تدقيق الاستمارات مكتوباً قبل ترحيلها إلى الإدخال، ثم تم إدخالها على برنامج لا يسمح بأي أخطاء يمكن أن تحصل أثناء عملية الإدخال، وبعد ذلك تم فحص البيانات المدخلة للتأكد من خلوها من الأخطاء التي لم يتم اكتشافها سابقاً، وبعد استلام ملف البيانات الخام تم العمل على تنظيف البيانات وفحص القيم الشاذة وفحص التناسق بين الأسئلة المختلفة في الاستمارة.

لقد تم اتخاذ عدة إجراءات للعمل على تقليل تأثير أخطاء غير المعاينة إلى أدنى حد ممكن، فتم اختيار باحثين ميدانيين مؤهلين تم تدريبهم بدقة على أساليب العمل الميداني وآلية استيفاء الاستمارة من الأسر، بالإضافة إلى تزويدهم بكتيب دليل الباحث الميداني والذي يحتوي على مفتاح خاص بأسئلة الاستمارة وآلية استيفائها وأسلوب التعامل مع المبحوثين لضمان تقليل معدلات الرفض والإدلاء بالبيانات الصحيحة وغير المنحازة.

أما بخصوص العمل المكتبي فقد تم تدريب طاقم خاص لتدقيق الاستمارات والكشف عن الأخطاء الميدانية، مما يقلل إلى حد كبير معدلات الأخطاء التي يمكن أن تحصل أثناء العمل الميداني. ومن أجل تقليل نسبة الأخطاء التي يمكن أن تحصل أثناء إدخال الاستمارة إلى الحاسوب، فقد تم تصميم برنامج إدخال بحيث لا يسمح بأي أخطاء تناسقية يمكن أن تحصل أثناء عملية الإدخال ويحتوي على العديد من الشروط المنطقية، حيث تم تحميل برنامج الإدخال بالعديد من الفحوص الخاصة بمدى الإجابات لكل سؤال بالإضافة إلى العلاقات بين الأسئلة المختلفة والفحوص المنطقية الأخرى. وقد أدت هذه العملية إلى كشف معظم الأخطاء التي لم يتم العثور عليها في المراحل السابقة من العمل، حيث تم تصحيح كافة الأخطاء التي تم اكتشافها.

وبعد الانتهاء من عمليات التدقيق سألغة الذكر، تم فحص تناسق البيانات، وقد تبين أنها كانت متناسقة، ولم يتم اكتشاف أخطاء ذات تأثير على نوعية البيانات. وهذا بدوره أعطى انطباعاً جيداً للقائمين على المسح بأنه يمكن الاعتماد على هذه البيانات واستخراج مؤشرات إحصائية موثوقة وذات دلالة عالية عن السياحة في فلسطين.

## 11.2 الملاحظات الفنية على البيانات

- يعرض هذا الجزء أهم الملاحظات الفنية على المؤشرات المذكورة في نتائج المسح من ناحية الشمول والدقة:
- تم تنفيذ مسح السياحة المحلية والخارجية ضمن استمارة مسح الإحصاءات الجغرافية 2015، الذي احتوى على عدة برامج من برامج الإدارة العامة للإحصاءات الجغرافية.
  - لجوء المبحوث في بعض الحالات إلى إجراء بعض التقديرات المتعلقة بقيم الإنفاق على الرحلة المحلية.
  - لجوء المبحوث في بعض الحالات إلى إجراء بعض التقديرات المتعلقة بقيم الإنفاق على الرحلة الخارجية.



## الفصل الثالث

### المفاهيم والمصطلحات

لقد تم استخدام أحدث التعاريف الدولية المتعلقة بإحصاءات الطاقة وذلك لتناسب مع توصيات الأمم المتحدة، كذلك تم الرجوع إلى المصادر العلمية ذات العلاقة في شرح ما يتعلق بالوحدات ومعاملات التحويل المعتمدة، كما أن هذه المفاهيم والمصطلحات متوافقة مع باقي المواضيع المتقاطعة في الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

وفيما يلي أهم المفاهيم والمصطلحات المذكورة في هذا التقرير:

#### الأسرة:

فرد أو مجموعة أفراد تربطهم أو لا تربطهم صلة قرابة، ويقيمون في مسكن واحد، ويشتركون في المأكل أو في أي وجه متعلق بترتيبات المعيشة.

#### رحلة سياحية:

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

#### البيئة المعتادة:

هي مجموعة الأماكن التي يقوم الشخص بالتردد عليها ضمن روتين حياته العادية ( باستثناء أماكن يتم زيارتها لممارسة أنشطة ترفيهية فقط)، وتتكون من المنطقة المجاورة لبيئته ومكان العمل أو الدراسة وغيرها من الأماكن التي يتردد عليها بشكل روتيني.

#### السياحة الخارجية:

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

#### البلد المزار:

وهو البلد الذي يقصده السائح أو الزائر في رحلته بشكل أساسي.

#### الغرض من الزيارة:

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

#### عدد الأيام:

وهو عدد الأيام التي يقضيها السائح خلال رحلته في مكان الزيارة الرئيسي والأماكن الأخرى داخل و خارج البلاد، فقط أيام الإقامة في البلد المزار .

### **الإنفاق السياحي:**

يشير الإنفاق السياحي إلى المبلغ المدفوع لشراء السلع الاستهلاكية والخدمات، وكذلك الأشياء الثمينة، للاستخدام الخاص أو الإهداء لأغراض الرحلات السياحية وأثناءها. وهذه تشمل مصروفات الزوار أنفسهم وكذلك النفقات التي تدفع أو يستردها الغير.

### **السياحة المحلية:**

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

### **وكالة السياحة والسفر:**

وهي المنشأة التي تقدم خدمات ومعلومات استشارية وفنية وعمل الترتيبات اللازمة لعملية السفر ابتداءً من حجز وسائل النقل، مروراً بمنشآت الإقامة والحجوزات الأخرى وغيرها من الخدمات والمعلومات التي تهتم المسافر.

### **الدليل السياحي:**

المرشد/الدليل السياحي هو الشخص الذي يحمل رخصة دليل سياحي ولديه المعرفة الكافية بالمنطقة والمواقع السياحية الموجودة فيها ويستطيع تقديم خدمة الإرشاد السياحي والترجمة إلى الزوار مقابل أجر.

### **العمل والمهام الرسمية:**

وهو العمل الذي يمارسه الشخص المسافر بحيث لا يدر عليه دخلاً في المكان المزار، مثل الأعمال الرسمية التي يكلف بها الشخص من مؤسسته أو حكومته ويستثنى منها الأعمال ذات الطابع التجاري أو الربحي. (أنشطة رجال الأعمال).

### **المنطقة:**

حسب التقسيمات الإدارية هي تقسيم الأراضي الفلسطينية إلى منطقتين جغرافيتين هما الضفة الغربية وقطاع غزة وتضم الضفة الغربية 11 محافظة أما قطاع غزة فيضم 5 محافظات.



## المراجع

1. التوصيات الدولية في إحصاءات السياحة، الأمم المتحدة 1994، نيويورك.
2. التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008. الأمم المتحدة، نيويورك، 2011.
3. الحساب الفرعي للسياحة: الإطار المنهجي الموصى به، 2008. الأمم المتحدة، نيويورك، 2011.
4. المنهجية الأوروبية حول إحصائيات السياحة، 1998. اللجنة الأوروبية - لوكسمبورغ.
5. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 1999. مسح السياحة المحلية 1998: النتائج الأساسية. رام الله - فلسطين.
6. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2005. مسح السياحة الخارجية 2004: النتائج الأساسية. رام الله - فلسطين.
7. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2006. مسح السياحة المحلية 2005: النتائج الأساسية. رام الله - فلسطين.
8. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2007. مسح السياحة المحلية 2006: النتائج الأساسية. رام الله - فلسطين.
9. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2009. مسح السياحة المحلية والخارجية 2008: النتائج الأساسية. رام الله - فلسطين.
10. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2010. مسح السياحة المحلية والخارجية 2009: النتائج الأساسية. رام الله - فلسطين.
11. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2013. مسح السياحة المحلية والخارجية 2012: النتائج الأساسية. رام الله - فلسطين.



# الجداول

## Tables

جدول 1: التوزيع النسبي للأسر في فلسطين حسب تنفيذ الرحلات المحلية والمنطقة، 2014

Table 1: Percentage Distribution of Households in Palestine by Domestic Trips Conducted and Region, 2014

Conducting Domestic Trips	المنطقة Region			تنفيذ الرحلات المحلية
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Conducted	45.5	32.5	36.9	نفذت رحلات
Not Conducted	54.5	67.5	63.1	لم تنفذ
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

جدول 2: التوزيع النسبي للأسر في فلسطين التي نفذت رحلات محلية حسب عدد الرحلات المحلية والمنطقة، 2014

Table 2: Percentage Distribution of Traveled Households in Palestine on Domestic Trips by Number of Trips and Region, 2014

Number of Domestic Trips	المنطقة Region			عدد الرحلات المحلية
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
1	37.3	47.7	43.3	1
2	29.6	23.6	26.2	2
3+	33.1	28.7	30.5	+3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

جدول 3: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حسب مدة الإقامة في المكان المزار والمنطقة، 2014

Table 3: Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Duration and Region, 2014

Duration	Region			مدة الإقامة
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
One Day and Less	100.0	99.6	99.7	يوم واحد فأقل
More Than one Day	0.0	0.4	0.3	أكثر من يوم
Total	100	100	100	المجموع

جدول 4: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حسب وجهة الرحلة والمنطقة، 2014

Table 4: Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Destination of the Trip and Region, 2014

Destination of Trip	Region			وجهة الرحلة
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Haddad Tourist Village - Jenin	0.0	4.8	2.8	قرية حداد السياحية - جنين
Mega Fun Land -Tulkarm	0.0	21.8	12.7	ملاهي الميغالاند - طولكرم
ALBathan Valley - Nablus	0.0	16.8	9.7	وادي الباذان - نابلس
Zoo - Qalqiliya	0.0	10.8	6.3	حديقة الحيوانات - قلقيلية
Mukhmas Fun land - Ramallah & AL-Bireh	0.0	6.0	3.5	ملاهي مخماس فن لاند - رام الله والبيرة
Spain Park- Jericho & Al-Aghwar	0.0	7.5	4.3	الحديقة الإسبانية - أريحا والاعوار
Banana land Park - Jericho & Al-Aghwar	0.0	5.1	2.8	حديقة بنانا لاند - أريحا والاعوار
North Gaza Beach	14.2	0.0	6.0	شاطئ بحر شمال غزة
Gaza Beach	20.6	0.0	8.7	شاطئ بحر غزة
Al Noor City - Gaza	21.0	0.0	8.8	مدينة النور - غزة
Asda' Tourist City - Khan Yunis	9.8	0.0	4.2	مدينة اصداء السياحية - خان يونس
Khanyounis Beach	7.3	0.0	3.1	شاطئ بحر خانيونس
Sharm Park City - Gaza	6.0	0.0	2.5	مدينة شرم بارك الترفيهيه - غزة
Other Sites*	21.1	27.2	24.6	مواقع أخرى*
Total	100	100	100	المجموع

\*Other Sites includes:(Dead Sea,Jericho Chairlifts, Deir al-Balah Beach, Rafah Beach..... etc.)

\*مواقع أخرى تشمل: (البحر الميت، تلفريك أريحا، شاطئ بحر دير البلح، شاطئ بحر رفح..... الخ)

جدول 5: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حسب طريقة تنظيم الرحلة والمنطقة، 2014  
**Table 5: Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Method of Trip Organization and Region, 2014**

Method of Trip Organization	المنطقة Region			طريقة تنظيم الرحلة
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Self Arrangement	83.0	49.0	63.4	بشكل شخصي
Educational Institutions	11.4	46.4	31.6	مؤسسات تعليمية
Travel Agency	0.0	0.1	*0.0	وكالة سياحة وسفر
Other	5.6	4.5	5.0	أخرى
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

\* The Percentage less than 0.05%.

\* النسبة المئوية أقل من 0.05%.

جدول 6: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حسب عدد المشاركين والمنطقة، 2014  
**Table 6: Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Number of Participants and Region, 2014**

Number of Participants*	المنطقة Region			عدد المشاركين*
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
1	11.2	37.9	26.6	1
2	10.9	16.4	14.1	2
3	10.4	11.9	11.2	3
4	14.2	11.0	12.3	4
5	14.3	9.2	11.3	5
6+	39.0	13.6	24.4	+6
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

\* With a household members

\* من أفراد الأسرة

جدول 7: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حول رأيها في توفر الخدمات في الأماكن المزارة في فلسطين

حسب نوع الخدمة، 2014

**Table 7: Percentage Distribution of Opinion of Traveled Households on Domestic Trips on Availability of Services in Sites Visited in Palestine by Type of Service, 2014**

Availability of Service	Service								توفر الخدمة
	الأرشاد السياحي Tourism Guides	مرافق صحية Health Facilities	محلات تجارية Shops	فنادق Hotels	المسابح Swimming Pools	المقاهي Coffee Shops	المنتزهات Parks	المطاعم Restaurants	
Available	3.6	76.5	57.9	6.7	48.1	63.0	77.2	67.4	متوفر
Not Available	90.4	20.6	38.4	81.3	45.7	23.0	20.9	24.1	غير متوفر
Don't Know	6.0	2.9	3.6	12.0	6.2	14.0	1.9	8.5	لا أعرف
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

جدول 8: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات محلية حول مستوى الرضى عن الخدمات المتوفرة في الأماكن المزارة في فلسطين

حسب نوع الخدمة، 2014

**Table 8: Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Level of Satisfaction with Services Available in Sites Visited in Palestine by Type of Service, 2014**

Level of Satisfaction with Services	Service								مستوى الرضى عن الخدمة
	الأرشاد السياحي Tourism Guides	مرافق صحية Health Facilities	محلات تجارية Shops	فنادق Hotels	المسابح Swimming Pools	المقاهي Coffee Shops	المنتزهات Parks	المطاعم Restaurants	
Very good	*36.9	18.4	30.2	*29.8	35.4	28.9	45.0	27.3	جيد جداً
Good	*43.9	26.8	49.7	*20.7	39.2	40.0	46.0	39.2	جيد
Fair	*9.1	24.6	11.8	*5.3	11.8	7.8	6.5	7.0	مقبول
Bad	*1.8	16.4	3.0	*0.0	2.3	0.5	0.4	1.4	سيئ
Very bad	*0.0	9.5	0.2	*0.0	0.6	0.1	0.1	0.4	سيئ جداً
Don't know	*8.3	4.3	5.1	*44.2	10.7	22.7	2.0	24.7	لا اعرف
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

\*Coefficient of Variation is high

\*التباين مرتفع

جدول 9: متوسط إنفاق الأسرة على الرحلة المحلية حسب نوع الإنفاق والمنطقة، 2014

Table 9: Average Expenditure of Households on Domestic Trips by Type of Expenditure and Region, 2014

(Value in USD)

(القيمة بالدولار الأمريكي)

Type of Expenditure	Region			نوع الإنفاق
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Food and Drinks	14.0	31.8	24.3	الطعام والشراب
Shopping	1.3	10.1	6.4	التسوق
Transp	6.1	23.4	16.1	النقل
Telecom.	*0.2	0.9	0.6	الاتصالات
Entertainments	3.7	16.5	11.0	نفقات ترفيهية
Accommodation	1.2	*0.6	*0.9	المبيت بالفنادق
Other	*0.0	3.3	1.9	أخرى
<b>Total Average</b>	<b>26.5</b>	<b>86.6</b>	<b>61.2</b>	<b>المتوسط العام</b>

\*Coefficient of Variation is high

\*التباين مرتفع

جدول 10: التوزيع النسبي للأسر حسب تنفيذ رحلات خارجية والمنطقة، 2014

Table 10: Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips and Region, 2014

Traveled Outbound Trips	Region			تنفيذ رحلات خارجية
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Conducted	5.5	21.6	16.1	نفذت رحلات
Not Conducted	94.5	78.4	83.9	لم تنفذ
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>



جدول 11: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب عدد الرحلات الخارجية والمنطقة، 2014

**Table 11: Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Number of Outbound Trips and Region, 2014**

Number of Outbound Trips	Region			عدد الرحلات الخارجية
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
1	90.6	73.3	75.3	1
2	7.3	15.5	14.5	2
3	0.9	4.6	4.2	3
4+	1.2	6.6	6.0	+4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

جدول 12: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب وجهة الرحلة والمنطقة، 2014

**Table 12: Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Destination Country and Region, 2014**

Destination Country	Region			وجهة الرحلة
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Jordan	1.8	50.7	45.0	الأردن
Saudi Arabia	28.1	22.4	23.0	السعودية
Israel	4.8	13.4	12.4	إسرائيل
Egypt	47.3	1.1	6.5	مصر
Turkey	4.8	2.6	2.8	تركيا
Other countries	13.2	9.8	10.3	دول أخرى
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

جدول 13: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب عدد المشاركين والمنطقة، 2014

**Table 13: Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Number of Participants and Region, 2014**

Number of Participants*	Region			عدد المشاركين*
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
1	55.8	51.6	52.1	1
2	33.1	24.7	25.6	2
3	2.8	9.3	8.5	3
4	1.4	6.8	6.2	4
5+	6.9	7.6	7.6	+5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

\* With a household members

\* من أفراد الأسرة

جدول 14: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب الهدف الرئيسي للرحلة والمنطقة، 2014

**Table 14: Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Purpose of Trip and Region, 2014**

Purpose of Trip	Region			هدف الرحلة
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Entertainments	*9.4	20.4	19.1	الإستجمام والراحة
Visit Relatives & Friends	*14.3	38.7	35.8	زيارة الأقارب والأصدقاء
Education & Training	*2.3	3.2	3.1	التعليم والتدريب
Pilgrimage	28.0	22.2	22.9	اسباب دينية
Business and Professional Missions	*5.9	5.8	5.8	عمل و مهمات رسمية
Health & Medical care	34.1	7.4	10.6	الرعاية الصحية
Shopping	*1.2	0.0	0.1	التسوق
Other	*4.8	2.3	2.6	أخرى
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

\*Coefficient of Variation is high

\*التباين مرتفع

جدول 15: التوزيع النسبي للأسر التي نفذت رحلات خارجية حسب طريقة تنظيم الرحلة والمنطقة، 2014

Table 15: Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Method of Trip Organization and Region, 2014

Method of Trip Organization	Region			طريقة تنظيم الرحلة
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Self Arrangement	65.4	62.1	62.5	بشكل شخصي
Tourist Agency	30.6	29.1	29.2	وكالة سياحة
Other*	4.0	8.8	8.3	أخرى*
Total	100	100	100	المجموع

\* Other includes: institutions, clubs, associations

\*أخرى تشمل: مؤسسات، نوادي، جمعيات

جدول 16: متوسط إنفاق الأسرة على الرحلة الخارجية حسب نوع الإنفاق والمنطقة، 2014

Table 16: Average Expenditure by Traveled Households on Outbound Trips by Type of Expenditure and Region, 2014

(Value in USD)

(القيمة بالدولار الأمريكي)

Type of Expenditure	Region			نوع الإنفاق
	قطاع غزة Gaza Strip	الضفة الغربية West Bank	فلسطين Palestine	
Food and Drinks	320.7	142.8	163.5	الطعام والشراب
Shopping	433.2	298.5	314.1	التسوق
Transportation	354.1	194.2	212.8	النقل
Telecommunication	60.9	38.9	41.4	اتصالات
Tourism Agencies	*469.1	138.1	176.7	مكاتب السياحة والسفر
Entertainments	*49.3	71.6	69.0	نفقات ترفيهية
Accommodations	203.7	70.5	86.0	المبيت بالفنادق
Health & Medical care	362.3	62.8	97.6	الرعاية الصحية
Other*	*24.4	68.7	63.8	أخرى*
<b>Total Average</b>	<b>2,277.7</b>	<b>1,086.1</b>	<b>1,224.9</b>	<b>المتوسط العام</b>

\*Coefficient of Variation is high

\*التباين مرتفع



**State of Palestine**  
**Palestinian Central Bureau of Statistics**

**Domestic and Outbound Tourism Survey, 2014**  
**Main Results**

**August, 2015**

PAGE NUMBERS OF ENGLISH TEXT ARE PRINTED IN SQUARE BRACKETS.  
TABLES ARE PRINTED IN THE ARABIC ORDER (FROM RIGHT TO LEFT)

**This document is prepared in accordance with the standard procedures stated in the Code of Practice for Palestine Official Statistics 2006**



© August, 2015.  
All rights reserved.

**Citation:**

**Palestinian Central Bureau of Statistics, 2015. *Domestic and Outbound Tourism Survey, 2014. Main Results. Ramallah - Palestine.***

All correspondence should be directed to:  
**Palestinian Central Bureau of Statistics**  
**P.O.Box 1647 Ramallah, Palestine.**

Tel: (972/970) 2 298 2700  
Fax: (972/970) 2 298 2710  
Toll Free: 1800300300  
E-Mail: [diwan@pcbs.gov.ps](mailto:diwan@pcbs.gov.ps)  
web-site: <http://www.pcbs.gov.ps>

**Reference ID: 2140**

## **Acknowledgments**

**The Palestinian Central Bureau of Statistics (PCBS) extends its deep appreciations to all Palestinian families who contributed to the success of collecting the survey data and to all workers in the survey for being well dedicated in performing their duties.**

**The survey of Domestic and Outbound Tourism 2014 has been planed and conducted by a technical team from PCBS and with joint funding by the State of Palestine and the Core Funding Group (CFG) for the year 2015 represented by the Representative office of Norway to State of Palestine and the Swiss Development and Cooperation Agency (SDC).**

**The content of this report are the sole responsibility of the PCBS.**

**Moreover, PCBS very much appreciates the distinctive efforts of the Core Funding Group (CFG) for their valuable contribution to funding this survey.**



## Team Work

- **Technical Committee**

Ruba Qubbaj

Mohammad Shaheen

Suffiea Ibrahim

Ayah Rabi

Maheera Qundah

Yousef Al-Ashqar

Ziyad Qalalweh

Mohammad Serafi

Samah Snaf

Head of the Committee

- **Report Preparation**

Maheera Qundah

Inas AL-Rifai

- **Maps Design**

Haytham Sbieh

- **Dissemination Standard**

Hanan Janajreh

- **Preliminary Review**

Fathi Farasin

Mahmoud Abd-Alrhman

Mohammad Qalalweh

- **Final Review**

Inaya Zidan

- **Overall Supervision**

Ola Awad

President of PCBS



## Table of Contents

<b>Subject</b>		<b>Page</b>
	List of Tables	
	Introduction	
Chapter One:	<b>Main Findings</b>	<b>[13]</b>
	1.1 Domestic Trips	[13]
	1.2 Outbound Trips	[14]
Chapter Two:	<b>Methodology and Data Quality</b>	<b>[15]</b>
	2.1 Objectives	[15]
	2.2 Questionnaire	[15]
	2.3 Sample and Frame	[15]
	2.4 Fieldwork	[16]
	2.5 Data Processing	[16]
	2.6 Weight Calculation of Households	[16]
	2.7 Data Quality	[16]
	2.8 Accuracy	[17]
	2.9 Comparability	[18]
	2.10 Data Quality Control	[19]
	2.11 Technical Notes	[19]
Chapter Three:	<b>Concepts and Definitions</b>	<b>[21]</b>
	<b>References</b>	<b>[23]</b>
	<b>Tables</b>	<b>35</b>



## List of Tables

<b>Table</b>	<b>Page</b>
<b>Table 1:</b> Percentage Distribution of Households in Palestine by Domestic Trips Conducted and Region, 2014	<b>37</b>
<b>Table 2:</b> Percentage Distribution of Traveled Households in Palestine on Domestic Trips by Number of Trips and Region, 2014	<b>37</b>
<b>Table 3:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Duration and Region, 2014	<b>38</b>
<b>Table 4:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Destination of Trip and Region, 2014	<b>38</b>
<b>Table 5:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Method of Trip Organization and Region, 2014	<b>39</b>
<b>Table 6:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Number of Participants and Region, 2014	<b>39</b>
<b>Table 7:</b> Percentage Distribution of Opinion of Traveled Households on Domestic Trips on Availability of Services in Sites Visited in Palestine by Type of Service, 2014	<b>40</b>
<b>Table 8:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Domestic Trips by Level of Satisfaction with Services Available in Sites Visited in Palestine by Type of Service, 2014	<b>40</b>
<b>Table 9:</b> Average Expenditure of Households on Domestic Trips by Type of Expenditure and Region, 2014	<b>41</b>
<b>Table 10:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips and Region, 2014	<b>41</b>
<b>Table 11:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Number of Outbound Trips and Region, 2014	<b>42</b>
<b>Table 12:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Destination Country and Region, 2014	<b>42</b>
<b>Table 13:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Number of Participants and Region, 2014	<b>43</b>
<b>Table 14:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Purpose of Trip and Region, 2014	<b>43</b>
<b>Table 15:</b> Percentage Distribution of Traveled Households on Outbound Trips by Method of Trip Organization and Region, 2014	<b>44</b>
<b>Table 16:</b> Average Expenditure by Traveled Households on Outbound Trips by Type of Expenditure and Region, 2014	<b>44</b>



## **Introduction**

Tourism statistics traditionally represent an important field of official statistics, since they contribute significantly to the economic and market analysis of the tourism sector in Palestine.

Palestine attracts many tourists who come to tour its highly valued religious and historical sites. The household sample survey conducted from 24 March 2015 to 31 May 2015. Tourism is a key to many countries economy thanks to its significant contribution to GDP. For this reason, PCBS established a statistical program to monitor and produce reliable and timely statistics on the main indicators of tourism activity. This program began in 1996 with the implementation of the Hotel Survey, which provides periodic data on accommodation statistics.

PCBS is pleased to introduce this report on the Domestic and Outbound Tourism Survey 2014 as an additional component of statistics on internal tourism. The main objective of the survey is to provide basic information about the demand on tourism for use in the Tourism Satellite Accounts system in Palestine.

The data produced by this survey cover expenditure during trips to touristic resorts, households' trips, countries of destination, and the facilities and services available in the resorts visited by households resident in Palestine.

This report comprises three chapters: the First Chapter presents the main findings. The Second Chapter explains the methodology of data collection and tabulation, in addition to details regarding data quality and estimates of data sources. The Third Chapter lists the concepts and definitions used in this report.

**August, 2015**

**Ola Awad  
President of PCBS**



## Chapter One

### Main Findings

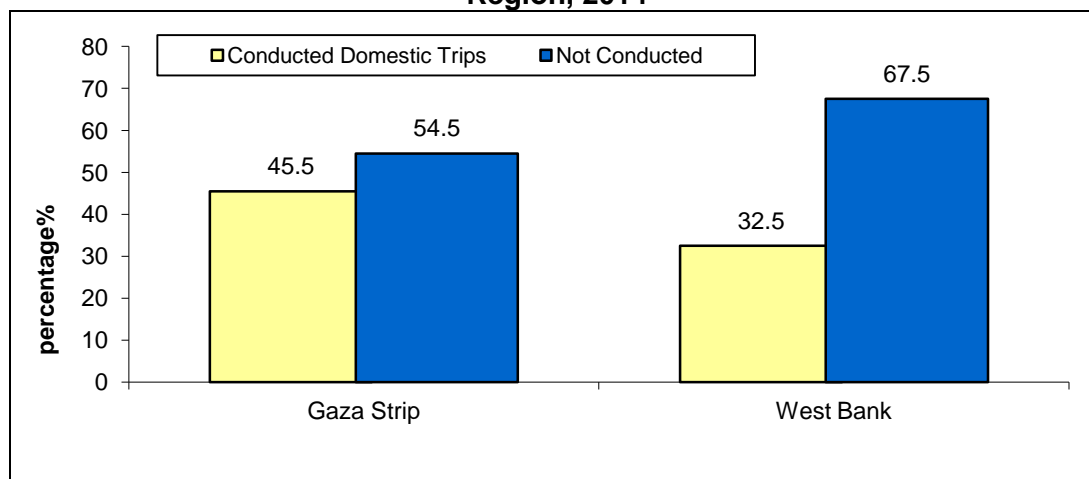
This section presents the main findings of the Domestic and Outbound Tourism Survey for resident households during 2014 and illustrates the nature of households; trips and activities inside and outside of Palestine.

The survey aims at identifying indicators related to the behavior of households in Palestine during their trips, such as expenditure, mode of consumption, destination, average length of stay, activities engaged in during domestic trips.

#### 1.1 Domestic Trips

The results of the survey indicate that 36.9% of households (one member at least) participated in domestic trips during 2014, while 63.1% did not. Households participating in domestic trips were distributed by region as follows: 32.5% in West Bank and 45.5% in Gaza Strip.

**Percentage Distribution of the Households that Traveled for Domestic Trips by Region, 2014**



#### Frequency of Domestic Trips:

The survey results for 2014 show that among traveled households on domestic trips, 43.3% participated in one domestic trip, 26.2% made two trips, and 30.5% of households went on three or more trips.

#### Destination of Domestic Trips in the West Bank:

The results indicate that the main destination of domestic trips by households in the West Bank was Mega Fun Land in Tulkarm 21.8%, followed by Albathan Valley in Nablus governorate with 16.8%, while 10.8% traveled to the Qalqilia Zoo.

#### Destination of Domestic Trips in Gaza Strip:

In Gaza Strip, 45.5% of households went on a domestic trip with 21.0% traveling to Alnoor city, 20.6% to Gaza beach in Gaza governorate and 14.2% to North Gaza beach.

#### Organization of Domestic Trip:

The results indicate that 63.4% of the domestic trips taken by households in Palestine were organized independently, 31.6% of households educational institutions and 5.0% by others.

**1.2 Outbound Trips**

Survey results indicate that 16.1% of households (at least one member) traveled outside Palestine during 2014, while 83.9% did not: 78.4% of them in the West Bank and 94.5% of them in Gaza Strip.

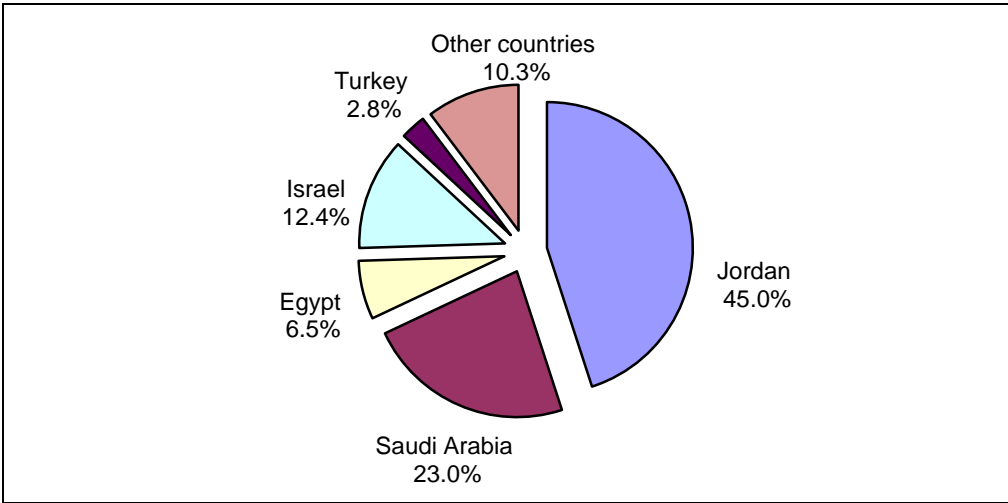
**Frequency of Outbound Trips:**

Survey results show that 75.3% of households in Palestine taking outbound trips carried out a single outbound trip during 2014, while 14.5% made two trips, and 10.2% made three trips or more in 2014.

**Destination of Outbound Trips:**

The results indicate that 45.0% of households taking outbound trips visited Jordan, 23.0% visited Saudi Arabia, 12.4% visited Israel, and 6.5% visited Egypt.

**Percentage Distribution of the Outbound Trips by Main Destination, 2014**



**Organization of Outbound Trip:**

The results indicate that 62.5% of outbound trips taken by households in Palestine were organized independently while 29.2% used travel agencies to organize their trips.



## Chapter Two

### Methodology and Data Quality

This chapter presents the scientific methodology and data quality procedures used in the planning and implementation of the Domestic and Outbound Tourism Survey, including the design of the survey tools and methods of collecting, processing and analyzing data, in addition to data quality assurance controls

#### 2.1 Objectives

The primary objective is to provide reliable data on the main tourism indicators for in Palestine including expenditure during trips to tourist resorts, trips conducted by households, destination countries, and the facilities and services available in the resorts visited by households resident in Palestine.

#### 2.2 Questionnaire

The tourism questionnaire was design of the accordance with similar international experiences and with international standards and recommendations for the most important indicators, taking into account the special situation of Palestine.

#### 2.3 Sample and Frame

##### **Target Population:**

It consists of all Palestinian households who are staying normally in Palestine during 2015.

##### **Sampling Frame:**

The sampling frame was based on master sample which was update in 2013-2014 for (Expenditure and Consumption Survey (PECS) and Multiple Indicator Cluster Survey (MICS)) surveys, and the frame consists from enumeration areas. These enumeration areas are used as primary sampling units (PSUs) in the first stage of the sampling selection.

##### **Sample size:**

The sample size is 7,690 households for Palestine level, 6,609 households responded.

##### **Sampling Design:**

Two stage stratified cluster (PPS) sample as following:

**First stage:** selection of a PPS random sample of 370 enumeration areas.

**Second stage:** A random systematic sample of 20 households from each enumeration area selected in the first stage.

##### **Sample strata:**

The population was divided by:

- 1- Governorate
- 2- locality type (urban, rural, camps)

## **2.4 Fieldwork**

### **Training Field workers:**

Field workers were trained on the main skills relevant to the survey before the start of data collection. Instructions on completing the questionnaire were made available to the interviewers. The training provided field workers with the aims and definitions of the different indicators of the survey.

### **Data Collection:**

Field work activities started on 24/03/2015 and lasted until 31/05/2015. Field workers were distributed to all governorates according to the sample size of each governorate. The field work team consisted of 55 members, including 10 supervisors, 7 editors and 38 field workers.

## **2.5 Data Processing**

The data processing stage consisted of the following operations:

1. Editing and coding prior to data entry: all questionnaires were edited and coded in the office using the same instructions adopted for editing in the field.

2. Data entry:

The Domestic and Outbound Tourism Survey questionnaire was programmed and the data were entered into the computer in the offices in Nablus, Hebron, Ramallah and Gaza. At this stage, data were entered into the computer using a data entry template developed in Access. The data entry program was prepared to satisfy a number of requirements:

- To prevent the duplication of questionnaires during data entry.
- To apply checks on the integrity and consistency of entered data.
- To handle errors in a user friendly manner.
- The ability to transfer captured data to another format for data analysis using statistical analysis software such as SPSS.

## **2.6 Weight Calculation of Households**

The weight of statistical units (sampling units) in the sample is defined as the mathematical inverse of the selection probability where the sample of the survey is two-stage stratified cluster (PPS) sample. Thus, in the first stage we calculate the weight of enumeration areas depending on the probability of each enumeration area. second stage we calculate the weight of households in each enumeration area. Initial household weights resulted from the product of the weight of the first stage and the weight of the second stage. Final household weights were obtained after adjustment of initial weights with the household estimates of the middle of 2015 with regard to design strata (governorate, locality type).

## **2.7 Data Quality**

The concept of data quality covers many aspects, starting from the initial planning of the survey to the dissemination of the results and how well users understand and use the data. There are seven dimensions of statistical quality: relevance, accuracy, timeliness and punctuality, accessibility and clarity, comparability, coherence and completeness.

## **2.8 Accuracy**

This includes many aspects of the survey, mainly sampling errors due to the use of a sample, and also non sampling errors from workers and survey tools. It also includes the response rates in this survey and their effect on the assumptions. This section includes:

## 1. Sampling Errors:

Data of this survey may be affected by sampling errors due to use of a sample and not a complete enumeration. Therefore, certain differences are expected in comparison with the real values obtained through censuses. Variances were calculated for the most important indicators and the variance table is attached with the final report. There is no problem with the dissemination of results on national.

### Summary for Variance Calculation for Main Indictors

Indicator	Estimate	Standard Error	C.V%	95% Confidence Interval		Number of Observations
				Lower	Upper	
Percentage of Households travelled for domestic trips in Palestine during 2014	36.9	0.8	2.2	35.3	38.6	2,425
Average of household expenditure (us dollar) on shopping for whom travelling in outbound trips in Palestine in 2014	314.1	14.7	4.7	285.1	343.2	1,060
Average of household expenditure (us dollar) on food and drink for whom travelling in domestic trips in the west bank in 2014	31.8	1.1	3.6	29.6	34.1	1,513
Percentage of Households whom the main purpose of conducting outbound trips in Gaza strip during 2014 is visiting friends	14.3	3.4	*23.6	8.8	22.2	17

\*Coefficient of Variation is high

## 2. Non Sampling Errors:

The non-sampling errors are possible to occur at all phases of implementing the project, through data collection and entry which could be summarized as non-response errors, and responding errors (respondents), and interview errors (fieldworkers) and data-entry errors. To avoid errors and reduce the impact, it had been made great efforts through extensive training of fieldworkers on how to conduct interviews, things that ought to be followed during an interview, things that should be avoided, making some practical and theoretical exercises during training session, in addition to providing them with a manual booklet for fieldworkers which contained a private key questions of questionnaire, mechanism to fill questionnaire and methods of dealing with respondents to reduce refusal rates and providing correct and non-based data, Also data entry staff were trained on the data entry program, which was tested before starting the data entry process.

As for office work, they had been trained for a special auditing of questionnaires and error detection, which greatly reduced rates of errors during field work. In order to reduce the percentage of errors during data entry, the program was designed to enter data so as not to allow any mistakes during the process and contained many of logical terms. This process led to disclosure of most of errors that had not been found in earlier phases of the work, where they were correcting all the errors that had been discovered.

After the completion of the aforesaid audits, data consistency was examined by computer using frequency and cross tables as turned out to be quite consistent, Errors impact was not detectable on data quality. This in turn gave a good impression of those in charge of the survey that we could rely on this data and extract reliable statistical and high significant indicators on the reality of corruption in Palestine.

**Response Rates:**

7,690 households had been reached as a representative sample to Palestine, where the number of completed questionnaires amounted to 6,609 questionnaires of which 4,536 questionnaires were in the West Bank and 2,073 questionnaires in Gaza Strip. Weights were amended at the level of design strata to modify effects of refusals rates and non responses.

**Items of interview results**

Results of interviews	Number of cases
Completed	6,602
Partially completed	7
Household was abroad	94
No one at the house	383
Refused to cooperate	243
No available Information	20
The housing unit is uninhabited	211
Not existed housing unit	93
Others	37
<b>Total</b>	<b>7,690</b>

**Equations of responsiveness and failures to response:**

$$\text{Percentage of over coverage} = \frac{\text{Total over coverage cases}}{\text{Original sample}} \times 100\%$$

= 4.0%

$$\text{The percentage of non-response} = \frac{\text{Total non-response cases}}{\text{Net sample}} \times 100\%$$

= 10.5%

Net sample = original sample - (over coverage cases) = 7,386

Response rate = 100% - the percentage of non-response.

= 89.5%

over coverage Cases include: (unit does not exist, the housing unit is uninhabited).

Non-response cases include: (household was abroad, no one at the house, refused to cooperate, no available Information and others).

**2.9 Comparability**

As illustrated below, the survey data is comparable geographically and over time by comparing data from different geographical areas to data of previous surveys. The main indicators regarding domestic and outbound trips have only slight variance.

Data of the Domestic and Outbound Tourism Survey are comparable geographically and across time. When comparing data of this survey between different geographical areas and with previous surveys.

Indicator	Year	Region		
		Palestine	West Bank	Gaza Strip
Conducted Domestic Trips by the Households (%)	2005	<b>34.0</b>	27.7	46.2
	2006	<b>42.7</b>	35.5	57.6
	2008	<b>29.8</b>	27.8	33.9
	2009	<b>38.1</b>	33.9	47.9
	2010	<b>37.8</b>	34.2	44.7
	2012	<b>34.8</b>	20.1	62.3
	2014	<b>36.9</b>	32.5	45.5
Conducted Outbound Trips by the Households (%)	2004	<b>12.5</b>	15.5	6.6
	2009	<b>15.6</b>	21.9	0.7
	2010	<b>11.4</b>	16.4	2.0
	2012	<b>10.9</b>	13.3	6.4
	2014	<b>16.1</b>	21.6	5.5

## 2.10 Data Quality Control

Several measures were implemented to ensure quality control in the survey, such as the training of field workers in basic skills before the start of data collection, conducting field visits to field researchers to ensure the integrity of data collection, in addition to conducting a The audit questionnaire was conducted before data entry using a program that does not allow any mistakes to occur during the process of data entry. The data were then examined to ensure that they were free from errors not discovered earlier. After receipt of the raw data file, cleaning and inspection of outliers was carried out and the consistency of the different questions on the questionnaire was checked

## 2.11 Technical Notes

This part presents important technical notes on the indicators presented in the results of the survey:

- Domestic and Outbound Tourism Survey, 2015 implemented as an annex to the Area Households survey, which covered different subjects.
- Some of the questionnaire data remained incomplete in reason of non-response when the household was not at home or the household refused to participate.
- Answers to questions on consumption are approximate.



## Chapter Three

### Concepts and Definitions

The following concepts and their definitions are based on international recommendations in the fields of tourism and economic statistics, while taking into account the particular aspects of Palestine:

**Household:**

One person or a group of persons with or without a household relationship, who live in the same housing unit, share meals and make joint provision of food and other essentials of living.

**Tourism Trip:**

Activity carried out by the traveler to the main destination outside the usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, entertainment or personal for another purpose) except as used by a resident of a country or place that is visited by a person. Classified as a visiting tourist or visitor overnight.

**Usual Environment:**

Usual environment is the place or places a person occupies within their regular routine of life (excepting places visited for leisure or recreational activities only). Usual environment of a person consists of the direct vicinity of his/her home and place of work or study and other places frequently visited.

**Domestic Tourism:**

Is a tourism trip, which is the main destination inside the country visiting the establishment.

**Outbound Tourism:**

Is a tourist trip, which is the main destination outside the country visiting the establishment

**Purpose of Visit:**

The purpose to which it out of the tourists or visiting a place of habitual residence, where this might be the purpose of the goals of entertainment, religious or visit relatives and friends, medical, educational or official business or other purposes.

**The number of days**

It is the number of days spent by tourists during his trip in the principal place of visit and other places outside the country, just days residence in the country Shrine.

**Tourism Expenditure:**

Tourism expenditure refers to the amount paid for the purchase of consumer goods and services, as well as valuables, for private use or gifting, for the purposes of tours and during. These include Visitors expenses themselves, as well as expenses paid or reimbursed by a third party.

**Tourism Agency:**

Establishment engaged in doing business for tourist travel services and related activities and sell them through travel agencies or directly to final consumers.

**Tourism Guide:**

A person who guides the tourists to the tourism sites and regions, and has an ability to speak many languages.

**Work and Official Missions:**

The work carried out by any traveler, so it does not generate income, such as official business that may be assigned to the person from his or his government, with the exception of the work of a commercial nature or profit. (activities of business).

**Region:**

According to current administrative divisions, the Palestinian Territory were divided into two geographic regions (areas): The West Bank and Gaza Strip. The West Bank was divided into 11 Governorates while Gaza Strip was divided into 5 Governorates.



## References

1. United Nations, 1994. Recommendations on Tourism Statistics. New York.
2. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. United Nations , New York, 2011.
3. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological frame work 2008. United Nations , New York, 2011.
4. World Tourism Organization 1999. Tourism Satellite Account (TSA), The Conceptual Framework. Madrid - Spain.
5. Palestinian Central Bureau of Statistics, 1999. Domestic Tourism Survey 1998, Main Results. Ramallah- Palestine
6. Palestinian Central Bureau of Statistics, 2005. Outbound Tourism Survey 2004, Main Results. Ramallah- Palestine
7. Palestinian Central Bureau of Statistics, 2006. Domestic Tourism Survey 2005, Main Results. Ramallah- Palestine
8. Palestinian Central Bureau of Statistics, 2007. Domestic Tourism Survey 2006, Main Results. Ramallah- Palestine.
9. Palestinian Central Bureau of Statistics, 2009. Domestic Tourism Survey 2008, Main Results. Ramallah- Palestine.
10. Palestinian Central Bureau of Statistics, 2010. Domestic Tourism Survey 2009, Main Results. Ramallah- Palestine.
11. Palestinian Central Bureau of Statistics, 2013. Domestic Tourism Survey 2012, Main Results. Ramallah- Palestine.