

دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي في الأردن

د. خليل صالح العدوان(*)

د. محمد شبيب الخصاونة(**)

ملخص البحث: سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي في الأردن، ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار عينة مكونة من (١٣٢) فرد من العاملين القطاع السياحي في الأردن، كما تم بناء أداة الدراسة والمتمثلة بالاستبانة والتي تكونت من (٢٤) فقرة موزعة على ثلاثة مجالات هي (سياسات تطوير البنية التحتية للمتاحف، و سياسات استقطاب الكوادر المؤهلة، وسياسات توظيف الإعلام في الترويج للمتاحف). وبعد إجراء الأساليب الإحصائية الخاصة بصدق وثبات الاستبانة تم تطبيقها على أفراد العينة وقد أشارت النتائج إلى أن دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي في الأردن كان متوسطاً، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي في الأردن تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، الخبرة، المستوى التعليمي والتخصص) وفي ضوء تلك النتائج أوصى الباحث بضرورة ضرورة تغيير النظرة التقليدية إلى المتاحف من أماكن لتخزين الآثار إلى اعتبارها مصدراً هاماً للتنمية السياحية، وتبني سياسة أكثر فاعلية لتطوير المتاحف بهدف تنمية القطاع السياحي.

The role of museum's development policies in tourism sector development (In Jordan)

Dr. Khalil Saleh Al-Adwan (*)

Dr. Mohammed Shabeb Al-Khasawneh (**)

Abstract: The study aims to identify the role of museum's development policies in the development of the tourism sector in Jordan. To achieve this objective, a sample of 132 workers from the tourism sector in Jordan was selected. The study questionnaire, which consisted of (24) questions were divided into three areas (museum infrastructure development policies, policies for attracting qualified personnel, and media policies in the museums' promotion).

After the statistical methods for the validity and reliability of the questionnaire were applied to the sample, the results indicated that the role of the policies of museum development in developing the tourism sector in Jordan was average, the results also indicate that there are no statistically significant differences in the role of museum development policies in the development of the tourism sector in Jordan due to demographic variables (gender, experience, educational level and specialization). As an important source of tourism development, and adopt a more effective policy for the development of museums in order to develop the tourism sector.

Keywords: : Museums Development, Tourism Development, Museums, Development of the tourism sector

(*);(**) Al-Balqa Applied University

(*)؛(**) جامعة البلقاء التطبيقية.

المقدمة:

المتاحف في جميع أنحاء العالم تدنيا في عدد زوارها بعد الركود الاقتصادي العالمي. الأمر الذي دفع بالعديد من البلدان في العالم إلى إعادة الاستثمار في القطاع المتحفى من خلال تطوير سياسات إدارة المتاحف بهدف جذب السياح وتنشيط القطاع السياحي (خان، ٢٠١٠).

ويشير كل من (Deffner and Metaxas، 2008) إلى أن تطوير سياسات وأنشطة المتاحف أصبح عنصراً هاماً في التسويق السياحي الأمر الذي يستدعي إعادة تقييم دور المتاحف بحيث يتم تبني سياسات من شأنها مواكبة التغييرات في إدارة المتاحف.

من جهته أشار (Paterno and Mancini 2000) إلى أن سياسات تطوير المتاحف في المستقبل يجب أن تستثمر التقدم التكنولوجي لتحقيق التوازن بين إدارة المجموعات والزوار، بحيث يتم استخدام مجموعات المتاحف بشكل خلاق وهذا يعني قبول التكنولوجيات الجديدة في المعارض والمتاحف، والتي تشكل جزءاً هاماً من التفاعل بين الزوار وإدارة المتحف.

وفي ذات السياق أشار (Bernardi 2005) إلى أن المتاحف أصبحت أداة لتعزيز تدفق السياحة يمكن للمتاحف تحسين أدائها من قبل وتحويل اهتمامهم من المنظور الداخلي، القائم على الحفظ، والتوثيق والدراسة، إلى منظور خارجي يجعل من المتحف عنصر جذب للسياح مع التركيز بشكل خاص على الزوار والجمهور. ويمكن أن يعزى هذا الإطار المعروف جيداً إلى النظرة التقليدية في إدارته المتاحف الأمر الذي يتطلب التحول من المنتج إلى الإنتاج إلى السوق.

ويرى (Deffner and Others، 2009) أن الدراسات والبحوث المتعلقة بإدارة المتاحف تكاد تنفق على أن أبرز مشكلات المتاحف يتمثل بالانخفاض العام في الإنفاق على تطوير المتاحف، وعدم الأخذ بعين الاعتبار الدور

أصبحت السياحة تمثل أهم ظاهرة اقتصادية واجتماعية في عالم اليوم، حيث تحتل صناعة السياحة كقطاع إنتاجي موقعاً مهماً في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية. كما يعتبر قطاع السياحة أسرع القطاعات الاقتصادية من حيث النمو المطرد. وتشير إحصاءات منظمة السياحة العالمية إلى أن عوائد السياحة أصبحت تشكل نسبة عالية من الاقتصاد القومي للدول.

ويُنظر إلى السياحة باعتبارها مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييراً وقتياً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية (عبيدات، ٢٠٠٠).

وتتعدد المؤشرات الدالة على تنافسية القطاع السياحي وهذه المؤشرات لا ترتبط بالأسعار وتكلفة البرامج السياحية وإنما ترتبط بعوامل أخرى تتعلق بطبيعة الأماكن السياحية وبخاصة المتاحف، لذا اهتمت الدول كافة بالمتاحف وأولتها العناية والاهتمام باعتبارها من أبرز وسائل الجذب السياحي (Chen، 2011) (Sheu & Lee).

والمتحف لا يعنى طرازاً نمطياً من المباني شأنه في ذلك شأن معظم المباني القديمة منها والحديثة، وإنما هو عبارة عن مبنى صمم أو جهز لخدمة أغراض ثقافية وتربوية وتعليمية وسياحية واقتصادية، ولهذا يجب أن يكون المتحف في حالة اتصال مستمرة بالجمهور وتكامل مثالي بالأجهزة الشعبية والحكومية من أجل العمل على رقى المجتمع وتطوره (حلاوة، ٢٠٠٣).

وهناك علاقة ارتباط ايجابية بين تطوير المتاحف وزيادة القدرة التنافسية للقطاع السياحي فقد شهدت

إعداد الزوار الأجانب والأردنيين لأبرز المتاحف الأردنية للعامين ٢٠١٥-٢٠١٦

المتحف	٢٠١٥		٢٠١٦	
	أجنبي	أردني	أجنبي	أردني
متحف الحياة الشعبية	٣٠,٩٠٠	١٢٨,٠٥٠	٣٨,٨٥٠	٩٦,٨٥٠
متحف الآثار الأردني	٤٩,٩٢٣	٥٦,٠٥٦	٤٥,٧٥٠	٥٩,٧٢٦
متحف مادبا	٤٩,٩٢٣	٥٦,٠٥٦	٤٥,٧٥٠	٥٩,٧٢٦
متحف أم الجمال	٢٠٩	١,٣٧٦	٢٥٦	٣١٠

المصدر: النشرة الإحصائية الثانية: وزارة السياحة، ٢٠١٦

مشكلة الدراسة:

يشهد القطاع السياحي في الوقت الحاضر منافسة شديدة بين مختلف الدول، وعلى الرغم من أن المتاحف تشكل احد أهم عناصر الجذب السياحي، إلا أن الإحصاءات المتوفرة عن أعداد السياح عموماً وزوار المتاحف على وجه الخصوص تشهد تذبذباً جديراً بالملاحظة، وإذا استثنينا الإحداث التي تشهدها البلدان المجاورة للأردن، يلاحظ أن المتاحف في الأردن على الرغم من كونها مقصداً للزوار على اختلاف اهتماماتهم وميولهم لم تحظى بالاهتمام الذي تستحقه نظراً لقيمتها وأهميتها التاريخية والجمالية كمصدر من مصادر تنشيط السياحة، لذا فإن تقييم سياسات إدارة المتاحف وتسويقها تصبح جديرة بالاهتمام البحثي. وبناء على ذلك تحددت مشكلة الدراسة الحالية بالإجابة عن التساؤلين الآتيين:

- ما دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في

الجديد الذي ينبغي أن يلعبه المتحف في مجتمع متغير، ومن جهة أخرى، الأمر الذي يستدعي تطوير سياسات إدارة المتاحف من خلال الاهتمام بتسويق المتاحف عالمياً لضمان جذب السياح.

ووفقاً لـ (Dragicevic and Letunic, 2014) فإن السياسات المتبعة في كثير من الأحيان لا تناسب واحتياجات السياح وتوقعاتهم الأمر الذي يتطلب ضرورة تبني سياسة قائمة على أساس تنظيم المتاحف، بحيث تحقق توقعات السياح وتنسجم مع رغباتهم وتحقق لهم خدمات متميزة.

المتاحف في الأردن:

تأسس أول متحف أردني «متحف الآثار الأردني» عام ١٩٥١، على موقع جبل القلعة في العاصمة عمان، وكانت الرؤية التي حكمت نشأة المتحف تتلخص في جمع القطع من كافة أنحاء المملكة وعرضها في مكان واحد بهدف تعريف المواطن بالتاريخ العريق لبلده، وهناك متحف الحياة البرلمانية بمبنى القديم في منطقة جبل عمان، ومتحف صرح الشهيد، والمتحف الإسلامي التابع لوزارة الأوقاف والمقدسات الإسلامية في مدينة المزار الجنوبي، ومتحف البترا النبطي، ومتحف الكرك داخل قلعة الكرك، ومتحف آثار عجلون والمتحف الوطني الأردني للفنون الجميلة في العاصمة عمان، ومتحف التراث الشعبي في الجامعة الأردنية (فاخوري، ٢٠١٢).

وتشهد المتاحف الأردنية حركة متذبذبة في عدد السياح نظراً للأحداث التي تمر بها المنطقة العربية عموماً، والجدول أدناه يرصد حركة السياح للمتاحف الأردنية للأعوام ٢٠١٥-٢٠١٦.

البيانات وثباتها وأدوات تحليلها التي قام الباحث بإعدادها.
الدراسات السابقة

لم تفرد في حدود علم الباحث دراسة تناولت موضوع العلاقة بين سياسات تطوير المتاحف وتنشيط الحركة السياحية وإنما غلب على الدراسات السابقة موضوع تنافسية القطاع السياحي بشكل عام، إلا أن هناك بعض الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية ومن تلك الدراسات:

١. دراسة (Kelly، 2009): "السياحة الثقافية والمتاحف" هدفت الدراسة إلى تعرف الاتجاهات التي يهتم أن تحدث في مجال السياحة الأسترالية خلال السنوات العشر المقبلة، وتعرف الاتجاهات الأسترالية في مجال السياحة الثقافية، كما هدفت إلى تحديد مستوى الوعي لدى العاملين في المتاحف السياحية، وتكونت العينة من ١٥٣ زائر للمتحف الأسترالي، وأشارت النتائج إلى ارتفاع مستوى الوعي الثقافي في السياحة الأسترالية لدى العاملين فيها، وأشارت أيضاً إلى توفر السياحة التعليمية بالإضافة إلى المتعة والترفيه في أستراليا
٢. دراسة بظاظ و الشورة (٢٠١٠) تحليل واقع القطاع السياحي الأردني في عهد جلالة الملك عبد الله الثاني المعظم خلال الأعوام (١٩٩٩-٢٠٠٩) هدفت الدراسة إلى تعرف جهود جلالة الملك عبد الله الثاني المعظم في تطوير القطاع السياحي، وإلى تنمية وتطوير المواقع السياحية في الأردن والنهوض بها، بالإضافة إلى تحليل التباين المكاني والإقليمي للمواقع السياحية في الأردن خلال الفترة من عام ١٩٩٩-٢٠٠٩، وإلى إبراز الشخصية المكانية

القطاع السياحي تعزى لمتغيرات الجنس، مستوى الخبرة، والمستوى التعليمي، والتخصص العلمي؟

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي، ومعرفة اثر المتغيرات الديمغرافية على دور سياسات تطوير المتاحف في تنشيط السياحة.

أهمية الدراسة:

من المؤمل أن تسهم هذه الدراسة في إفادة القطاعات الآتية:

١. التأصيل النظري لمفهوم سياسات تطوير المتاحف
٢. الباحثون : حيث تتيح هذه الدراسة المجال أمام الباحثين والمختصين لإجراء دراسات مشابهة في بيئات تعليمية مختلفة.
٣. صناع القرار في القطاع السياحي فتفيدهم من خلال توفير معلومات علمية حول طبيعة السياسات المتبعة في تطوير المتاحف، وبالتالي تساعدهم في تبني سياسة فعالة في إدارة المتاحف من اجل تطوير المتاحف والوصول إلى مستوى تنافسي عالي في هذا القطاع الحيوي.

محددات الدراسة:

هناك مجموعة من العوامل التي تحد من تعميم نتائج الدراسة الحالية خارج مجتمعها وهذه العوامل هي:

- اقتصرت عينة الدراسة على العاملين في القطاع السياحي للعام ٢٠١٦
- ترتبط نتائج الدراسة بمدى صدق أدوات جمع

سياحي والتعرف على آراء الزوار وانطباعاتهم عن هذا الدور وذلك من خلال استطلاع آراء عينة من زوار عدة متاحف هي « متحف الآثار الأردني في جبل القلعة ومتحف آثار مادبا وأم قيس وجرش » تكونت عينة الدراسة من (١٣٠) زائراً، وبعد إجراء التحليل الإحصائي لاستبانته أظهرت الدراسة أن المتاحف الأردنية لا تعد عنصر جذب سياحي، كما أن المتاحف الأردنية تعاني من جوانب قصور متعددة الأمر الذي يتطلب المزيد من الاهتمام بتلك المتاحف.

٥. دراسة عفاني (٢٠١٤) المتاحف الأردنية ودورها في الترويج السياحي والتعليمي، حيث هدفت إلى هذه الدراسة إلى الكشف عن دور المتاحف الأردنية في التعليم التربوي، بالإضافة إلى دراسة الدور الترفيهي لتلك المتاحف، وقد تم اختيار ثلاثة أنواع من المتاحف كدراسة حالة هي: متحف أبو جابر وهو متحف تراثي، ومتحف الأطفال الأردني وهو متحف خاص، ومتحف الأردن وهو متحف وطني، وقد أظهرت الدراسة إلى أن متاحف الأردن لا زالت ذات دور محدود في عملية الترويج السياحي، وأن دورها التعليمي ما زال ينقصه الكثير حتى يصبح على المكانة اللازمة في الجانب التربوي الصحيح.

إجراءات الدراسة:

يتضمن هذا الجزء من الدراسة وصفاً لمنهج الدراسة الميدانية وعيبتها ومجتمعها والأداة المستخدمة وصدقها وثباتها وتصحيح الأداة ومتغيراتها وإجراءاتها، وفيما يلي عرضاً لذلك:

للمواقع السياحية الأردنية، وتكونت العينة من التقارير الإحصائية للبنك المركزي، ومنظمة السياحة العالمية وإحصاءات وزارة السياحة والآثار الأردنية أظهرت نتائج الدراسة وجود تقدير دولي واسع لدور جلالة الملك عبد الله الثاني حفظه الله ورعاه في تنمية القطاع السياحي على المستوى المحلي والدولي، بالإضافة إلى وجود تطور واضح من الناحية الكمية والنوعية في حجم الحركة السياحية الدولية القادمة إلى الأردن، إضافة إلى زيادة حجم الاستثمارات السياحية، وزيادة عدد شركات النقل السياحي والمطاعم وعدد العاملين في القطاع السياحي، وتطور مستويات التعليم السياحي والفندقي خلال الفترة من عام ١٩٩٩ - (٢٠٠٩)

٣. دراسة عليوة (٢٠١٤) دراسة: «تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر»، مجلة البحوث العربية الاقتصادية، هدفت الدراسة إلى عرض وتحليل وتقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر في ظل الأهمية المتزايدة لإسهام ذلك القطاع في الناتج المحلي الإجمالي كمؤشر للنمو الاقتصادي، وشملت العينة الشركات السياحية التابعة للقاهرة وأظهرت أبرز النتائج وجود أثر إيجابي في حجم العمالة؛ حيث توجد علاقة طردية بين نمو القطاع السياحي وزيادة فرص العمل المتاحة في العديد من المجالات والقطاعات والأنشطة المرتبطة بالنشاط السياحي.

٤. دراسة الرواشدة (٢٠١٤) دراسة « دور المتاحف الأثرية الأردنية في جذب السياحة » مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور المتاحف الأردنية كعامل جذب

منهج الدراسة الميدانية:

اتبعت الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي، ويقصد بالمنهج الوصفي التحليلي المنهج الذي يدرس ظاهرة أو حدثاً، أو قضية موجودة حالياً، يمكن الحصول منها على معلومات تجيب عن أسئلة الدراسة دون تدخل الباحث فيها.

مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في القطاع السياحي للعام ٢٠١٦. وتم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة بلغت (١٣٢) رئيس قسم والجدول (١) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة. جدول (١) التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة.

	النسبة	التكرار	الفئات	
الجنس	٧٧,٣	١٠٢	ذكور	
	٢٢,٧	٣٠	إناث	
الخبرة	٣٨,٦	٥١	اقل من ٥ سنوات	
	٦١,٤	٨١	٥ سنوات فأكثر	
المستوى التعليمي	٤٤,٧	٥٩	دبلوم	
	٥٥,٣	٧٣	بكالوريوس فأعلى	
التخصص	٥٦,١	٧٤	علوم تربية وإنسانية واجتماعية	
	٤٣,٩	٥٨	علوم إدارية ومالية وقانونية وتطبيقية	
	١٠٠,٠	١٣٢	المجموع	

أداة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة (دراسة عفاني، ٢٠١٤)

ودراسة (الرواشدة، ٢٠١٤)، حيث تم تطوير استبانته لجمع البيانات من أفراد العينة، مكونة من جزأين؛ الجزء الأول تضمن معلومات عامة من أفراد عينة الدراسة، والجزء الثاني: استبانته للكشف عن دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي مكونة من (٢١) فقرة، موزعة على ثلاثة مجالات، وهي: سياسات تطوير البنية التحتية للمتاحف، ويتكون من (٧) فقرات، و سياسات استقطاب الكوادر المؤهلة، ويتكون من (٧) فقرة، سياسات توظيف الإعلام في الترويج للمتاحف، ويتكون من (٧) فقرة.

صدق الأداة

تم التحقق من صدق أداة الدراسة تمهيداً لتطبيقها على أفراد عينة الدراسة بطريقتين، هما:

أولاً: صدق المحتوى

للتحقق من صدق محتوى أداة الدراسة تم عرضها بصورتها الأولية، على مجموعة من المحكمين من المتخصصين في السياحة، والاقتصاد والإدارة العامة في الجامعات الأردنية وطلب إليهم إبداء الرأي والملاحظات حول مدى انتهاء الفقرات للمجالات التي أدرجت فيها، بالإضافة إلى سلامة الصياغة اللغوية، ووضوحها من حيث المعنى، وسهولة الفهم، وأي ملاحظات وتعديلات يرونها مناسبة. وقد تم إعادة تعديل الاستبانة وفق ما ارتأه السادة المحكمون حيث أصبحت الأداة بعد التحكيم بصورتها النهائية مكونة من (٢٤) فقرة حيث أضاف المحكمون الفقرات (٨)، (٩) للمجال الأول والفقرة (٨) للمجال الثاني.

ثانياً: صدق البناء

للتحقق من مؤشرات صدق البناء لأداة الدراسة، تم تطبيقها على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة

جدول (٢) معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية.

المجال	ثبات الإعادة	الاتساق الداخلي
سياسات تطوير البنية التحتية للمتاحف	٠,٨٨	٠,٨٦
سياسات استقطاب الكوادر المؤهلة	٠,٨٩	٠,٨٢
سياسات توظيف الإعلام في الترويج للمتاحف	٠,٨٦	٠,٨٥
الأداة ككل	٠,٨٩	٠,٩٣

تصحيح أداة الدراسة

تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي لتصحيح أداة الدراسة، بحيث تعطى الإجابة (كبيرة جداً، خمس درجات، والإجابة كبيرة أربع درجات، والإجابة متوسطة ثلاث درجات، و الإجابة قليلة درجتان، والإجابة قليلة جداً درجة واحدة). وقد تم تصنيف المتوسطات الحسابية لدور سياسات تطوير المتاحف في

تنمية القطاع السياحي على النحو الآتي:

من ١,٠٠ - ٢,٣٣ منخفض

من ٢,٣٤ - ٣,٦٦ متوسط

من ٣,٦٧ - ٥,٠٠ مرتفع

متغيرات الدراسة:

اشتملت الدراسة على المتغيرات الآتية:

المتغيرات المستقلة:

الجنس: وله مستويان ذكر أنثى

الخبرة: ولها مستويان، (أقل من ٥ سنوات، ٥ سنوات

مكونة من (٢٠) موظف وتم استخراج قيم معاملات ارتباط الفقرة بالمجال الذي تنتمي إليه و قيم معاملات ارتباط الفقرات بالأداة ككل أن قيم معاملات ارتباط الفقرات مع المجالات التي تنتمي إليها جاءت مرتفعة، وتراوح ما بين (٠,٣٣ - ٠,٨٦)، كما تراوحت قيم معاملات الارتباط بين الفقرات والأداة ككل ما بين (٠,٣٠ - ٠,٧٣). وتجدر الإشارة إلى أنه تم اعتماد معياراً لقبول أو حذف أي فقرة من الفقرات بان لا يقل معامل ارتباطها بالمجال الذي تنتمي إليه، وبالأداة ككل عند (٠,٢٥)، وبناءً على ذلك فقد تم قبول جميع الفقرات. كما تم استخراج قيم معاملات الارتباط البينية لمجالات أداة الدراسة، وبين المجالات والأداة ككل، وتبين أن قيم معاملات الارتباط البينية لمجالات الأداة كانت مرتفعة، وتراوح ما بين (٠,٧٣ - ٠,٩١). كما تراوحت قيم معاملات الارتباط بين المجالات والأداة ككل ما بين (٠,٨١ - ٠,٩١).

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، فقد تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (test-retest) بتطبيق الاختبار، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة الدراسة مكونة من (٢٠) موظفاً، وتم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين على أداة الدراسة ككل.

وتم أيضاً حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول رقم (٢) يبين معامل الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والأداة ككل واعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

فأكثر).
 المستوى التعليمي: وله ثلاثة مستويات، (دبلوم، البكالوريوس فأعلى).
 التخصص العلمي: وله أربعة مستويات، (علوم تربوية، علوم إدارية ومالية، علوم إنسانية واجتماعية، علوم تطبيقية).
 المتغير التابع: دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي، ويقاسها سلم خماسي التدرج (عالي جداً، عالي، متوسط، قليل، قليل جداً).
 إجراءات الدراسة:

أفراد العينة، تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، والتي اشتملت على استخدام المعالجات الإحصائية وفقاً لأسئلة الدراسة، وهي على النحو الآتي:
 - للإجابة عن السؤال الأول تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي
 - للإجابة عن السؤال الثاني تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، كما تم استخدام تحليل التباين الرباعي للمجالات وللأداة ككل.

عرض النتائج ومناقشتها

يتناول هذا الجزء من الدراسة عرضاً لنتائج الدراسة، وذلك على النحو الآتي:
 السؤال الأول: ما دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي؟
 للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لسياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

تم اعتماد الإجراءات الآتية لجمع البيانات من عينة الدراسة:
 ١. تحديد مجتمع الدراسة وعينتها من موظفي القطاع السياحي.
 ٢. بناء أداة الدراسة والتأكد من صدقها وثباتها.
 ٣. الحصول على الموافقة الرسمية لتطبيق الدراسة.
 ٤. تطبيق الأداة على أفراد العينة.
 ٥. استخراج النتائج وعرضها تمهيداً لمناقشتها والخروج بالتوصيات المناسبة

المعالجات الإحصائية

بعد الانتهاء من جمع البيانات وتفريغ استجابات

جدول (٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لسياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي فيها مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	١	سياسات استقطاب الكوادر المؤهلة	٣, ٢٢	.٧١	متوسط
٢	٢	سياسات تطوير البنية التحتية للمتاحف	٣, ١٧	.٧٢	متوسط

المرتبة	الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
٣	٣	سياسات توظيف الإعلام في الترويج للمتاحف	٣,٠٣	.٦٦	متوسط
		المعوقات ككل	٣,١٥	.٦٥	متوسط

يبين الجدول (٣) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٣,٠٣, ٣-٢٢,٣)، حيث جاء مجال « سياسات

استقطاب الكوادر المؤهلة » في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (٣,٢٢)، بينما جاء مجال « سياسات توظيف الإعلام في الترويج للمتاحف » في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٠٣)، وبلغ المتوسط الحسابي للمعوقات ككل (٣,١٥). وقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات كل مجال على حدى، حيث كانت على النحو التالي:

المجال الأول: سياسات تطوير البنية التحتية للمتاحف
جدول (٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال سياسات تطوير البنية التحتية للمتاحف مرتبة تنازلياً حسب

المتوسطات الحسابية

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	٩	يتم توفير متطلبات حماية المعارضات من العوامل المؤثرة [التعرية، الرطوبة، الإضاءة]	٣,٤٨	.٨٩	متوسط
٢	٨	تم اعتماد أسلوب الإضاءة الطبيعية في متاحف مدينة عمان ليسمح بدخول او منع الإضاءة الطبيعية حسب متطلبات العرض	٣,٤٧	.٨٨	متوسط
٣	٤	إنشاء الحديقة في موقع المتاحف لاستخدامها كمحميات طبيعية للمتحف ومعروضاته.	٣,٤٢	.٩٣	متوسط
٤	٦	يتم بناء المتحف على مساحة كافية تسمح بتوسعته مستقبلاً سواء أكان ذلك من خلال توسيع المبنى الأصلي أم من خلال بناء ملاحق خاصة بالمتحف	٣,٤١	١,١٥	متوسط
٥	٧	تم تصميم جدران المتاحف باستخدام خامات سهلة بحيث يمكن تنظيفها بسهولة ولا تتأثر بالضوء	٣,٤٠	١,٢٠	متوسط
٦	٥	يتم تخصيص معامل للصيانة والترميم بشكل دوري	٣,٢٥	١,٣٣	متوسط

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
٧	١	يتم اختيار موقع للمتحف بعيداً عن الزحام الشديد	٢,٩٦	١,٢٥	متوسط
٨	٢	يؤخذ بعين الاعتبار سهولة الوصول إلى موقع المتحف عند إنشائها	٢,٨٠	١,٢٨	متوسط
٩	٣	يراعي عند إنشاء المتاحف أن تكون قريبة من المؤسسات التعليمية كالمدارس والمعاهد والجامعات والمكتبات	٢,٦٤	١,٣٢	متوسط
		المجال ككل	٣,٢٢	.٧١	متوسط

يبين الجدول (٤) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٢٤، ٢-٤٨، ٣)، حيث جاءت الفقرة رقم (٩) والتي تنص على « يتم توفير متطلبات حماية المعروضات من العوامل المؤثرة «التعرية، الرطوبة، الإضاءة»». في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٤٨، ٣)، بينما جاءت الفقرة رقم (٣) ونصها « يراعي عند إنشاء المتاحف أن تكون قريبة من المؤسسات التعليمية كالمدارس والمعاهد والجامعات والمكتبات. » بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٢٤، ٢). وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (٣، ٢٢).

المجال الثاني : سياسات استقطاب الكوادر المؤهلة في المتاحف

جدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال سياسات استقطاب الكوادر المؤهلة في المتاحف مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	٢	يتم تطوير قدرات موظفي المتاحف إدارياً وفنياً باستمرار	٣,٥٤	١,١٤	متوسط
٢	٤	يتم تخصيص موظفين لاستقبال ملاحظات الزوار وشكاواهم	٣,٣٥	١,١٥	متوسط
٣	٧	يتملك العاملون في المتاحف مهارة كتابة التقارير الفنية عن عمل المتحف للتعرف على أوجه القوة والضعف في المتاحف	٣,٣٤	١,٠٤	متوسط
٤	٨	يحرص العاملون في المتاحف على توفير المستلزمات التي تساعد الزوار على الاطلاع على مقتنيات المتاحف	٣,١٧	١,٣٣	متوسط

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
٥	٣	يملك موظفو المتاحف الخبرات اللازمة لإرشاد السياح	٣,٠٦	١,٣٤	متوسط
٦	٦	يملك العاملون في المتاحف مهارة تنظيف المقتنيات بصورة مناسبة	٣,٠٢	١,٢٧	متوسط
٧	١	يراعي عند تعيين موظفي المتاحف اختيار العناصر البشرية المؤهلة	٢,٩٢	١,٣٨	متوسط
٨	٥	يملك موظفو المتاحف القدرة على التعامل مع التقنيات التي يستخدمها المتحف بمهارة ودقة	٢,٨٩	١,٢٠	متوسط
		المجال ككل	٣,١٧	.٧٢	متوسط

على التعامل مع التقنيات التي يستخدمها المتحف بمهارة ودقة". بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٢,٨٩). وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (٣,١٧).
المجال الثالث سياسات توظيف الإعلام في الترويج للمتاحف

يبين الجدول (٥) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٢,٨٩-٣,٥٤)، حيث جاءت الفقرة رقم (٢) والتي تنص على "يتم تطوير قدرات موظفي المتاحف إداريا وفنيا باستمرار". في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٥٤)، بينما جاءت الفقرة رقم (٥) ونصها "يملك موظفو المتاحف القدرة

جدول (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال سياسات توظيف الإعلام في الترويج للمتاحف مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	١	يتم إنشاء موقع الكتروني للمتحف يمكن السائح من التعرف على مقتنياته قبل الزيارة	٣,٣٩	١,١٠	متوسط
٢	٦	يتم الإعلان عن المواقع الأثرية في مواقع الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة لتشجيع السياح على زيارة تلك الأماكن	٦	.٩٣	متوسط
٣	٣	يتم استثمار وسائل الإعلام لتفعيل مناطق الجذب السياحي	٣	١,٢٣	متوسط
٤	٥	يتم استثمار أساليب الاتصال بهدف إرسال الرسائل النصية إلى أكبر عدد من السياح	٢,٨٩	١,١١	متوسط

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
٥	٤	يتم توظيف تقنيات الإعلام للترويج للمناطق السياحية في مختلف مناطق العالم	٢,٧١	١,٢٩	متوسط
٦	٧	يتم نشر الإحصاءات والتقارير السياحية على الانترنت بهدف اطلاع السياح عليها	٢,٦٤	١,٣٠	متوسط
٧	٢	يتم التنسيق بين إدارة المتاحف ووسائل الإعلام لإعداد برامج إعلامية خاصة بالمعالم السياحية الداخلية	٢,٥٢	١,٣٧	متوسط
		المجال ككل	٣,٠٣	.٦٦	متوسط

السؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي تعزى لمتغيرات الجنس، مستوى الخبرة، والمستوى التعليمي، والتخصص العلمي؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي تعزى لمتغيرات الجنس، مستوى الخبرة، والمستوى التعليمي، والتخصص العلمي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

يبين الجدول (٦) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٥٢، ٢-٣٩، ٣)، حيث جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على "يتم إنشاء موقع إلكتروني للمتحف يمكن السائح من التعرف على مقتنياته قبل الزيارة". في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٣١، ٣)، بينما جاءت الفقرة رقم (٢) ونصها "يتم التنسيق بين إدارة المتاحف ووسائل الإعلام لإعداد برامج إعلامية خاصة بالمعالم السياحية الداخلية". بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٥٢، ٢). وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (٣، ٠٣).

جدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي تعزى لمتغيرات الجنس، مستوى الخبرة، والمستوى التعليمي، والتخصص العلمي

الجنس	تطوير البنية التحتية للمتاحف	استقطاب الكوادر المؤهلة	توظيف الإعلام في الترويج	الأداة ككل
ذكور	٣,٢٢	٣,١٧	٣,٠٥	٣,١٥
	٠,٧٦	٠,٧٥	٠,٧٠	٠,٦٩
إناث	٣,٢٣	٣,١٩	٢,٩٦	٣,١٣
	٠,٥١	٠,٥٨	٠,٤٨	٠,٤٧

الأداة ككل	توظيف الإعلام في الترويج	استقطاب الكوادر المؤهلة	تطوير البنية التحتية للمتاحف			
٣,١٤	٣,٠٥	٣,١٦	٣,٢٠	س	أقل من ٥ سنوات	الخبرة
.٦٤	.٦٥	.٦٩	.٧١	ع		
٣,١٥	٣,٠١	٣,١٩	٣,٢٣	س	٥ سنوات فأكثر	
.٦٦	.٦٦	.٧٣	.٧١	ع		
٣,٢٣	٣,١٢	٣,٢٦	٣,٢٩	س	دبلوم	المستوى التعليمي
.٦٢	.٦١	.٧٣	.٧٠	ع		
٣,٠٨	٢,٩٥	٣,١٠	٣,١٦	س	بكالوريوس فأعلى	
.٦٧	.٦٨	.٧٠	.٧٢	ع		
٣,٠٨	٢,٩٨	٣,١٢	٣,١٤	س	علوم تربوية وإنسانية واجتماعية	التخصص
.٧٢	.٧٤	.٧٤	.٧٩	ع		
٣,٢٣	٣,٠٩	٣,٢٤	٣,٣٢	س	علوم إدارية ومالية وقانونية وتطبيقية	
.٥٤	.٥٣	.٦٨	.٥٨	ع		

س = المتوسط الحسابي = الانحراف المعياري
 مستوى الخبرة، والمستوى التعليمي، والتخصص العلمي
 وبين الجدول (٧) تبايناً ظاهرياً في المتوسطات
 الحسابية والانحرافات المعيارية دور سياسات تطوير
 المتاحف في تنمية القطاع السياحي من وجهة نظر العاملين
 في القطاع السياحي بسبب اختلاف فئات متغيرات الجنس،
 ككل جدول (٨).

جدول (٨) تحليل التباين الرباعي المتعدد لأثر الجنس، والخبرة، والمستوى التعليمي، والتخصص العلمي على مجالات دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي

الدالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المجالات	مصدر التباين
.٩١٤	.٠١٢	.٠٠٦	١	.٠٠٦	تطوير المتاحف	النوع الاجتماعي
.٨٤١	.٠٤١	.٠٢١	١	.٠٢١	استقطاب الكوادر المؤهلة	هوتلنج = ٠.١٤
.٥٠٨	.٤٤٠	.١٨٨	١	.١٨٨	توظيف الإعلام	ح = ٠.٦٢

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المجالات	مصدر التباين
.٩٤٦	.٠٠٥	.٠٠٢	١	.٠٠٢	تطوير المتاحف	الخبرة
.٩٥٠	.٠٠٤	.٠٠٢	١	.٠٠٢	استقطاب الكوادر المؤهلة	هوتلنج=٠.١٢
.٥١٥	.٤٢٦	.١٨٣	١	.١٨٣	توظيف الإعلام	ح=٠.٦٨٩
.١٩٢	١,٧١٧	.٨٦٢	١	.٨٦٢	تطوير المتاحف	المستوى التعليمي
.١٤٣	٢,١٦٨	١,١١٨	١	١,١١٨	استقطاب الكوادر المؤهلة	هوتلنج=٠.٢٥
.٠٩١	٢,٨٩٥	١,٢٤١	١	١,٢٤١	توظيف الإعلام	ح=٠.٣٧٥
.٠٩٢	٢,٨٩١	١,٤٥١	١	١,٤٥١	تطوير المتاحف	التخصص
.٢٢٧	١,٤٧٥	.٧٦٠	١	.٧٦٠	استقطاب الكوادر المؤهلة	هوتلنج=٠.٢٤
.١٨٣	١,٧٩٠	.٧٦٧	١	.٧٦٧	توظيف الإعلام	ح=٠.٣٨٧
		.٥٠٢	١٢٧	٦٣,٧٣٠	تطوير المتاحف	الخطأ
		.٥١٥	١٢٧	٦٥,٤٦٠	استقطاب الكوادر المؤهلة	
		.٤٢٩	١٢٧	٥٤,٤٢٧	توظيف الإعلام	
			١٣١	٦٥,٧٤١	تطوير المتاحف	الكلية
			١٣١	٦٧,١٠٨	استقطاب الكوادر المؤهلة	
			١٣١	٥٦,٤٠٢	توظيف الإعلام	

يتبين من الجدول (٨) الآتي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى للجنس في جميع المجالات.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الخبرة في جميع المجالات.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى للمستوى التعليمي في جميع المجالات.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى للتخصص في جميع المجالات.

١. أن دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي كان متوسطا على جميع المجالات والأداة ككل، وهذه النتيجة تعكس قصورا واضحا في سياسة تطوير المتاحف في البيئة الأردنية، حيث تتطلب سياسة تطوير المتاحف توافر إمكانيات مالية وفنية عالية على نحو ما أشار إليه (Define and Oth- 2009) من أن أبرز مشكلات المتاحف يتمثل بالانخفاض العام في الإنفاق على تطوير المتاحف، وعدم الأخذ بعين الاعتبار الدور الجديد الذي ينبغي أن يلعبه المتحف في مجتمع متغير، وكذلك (and Letu- 2014) Dragicevic nic والذي أكد على أن السياسات المتبعة في كثير من الأحيان لا تناسب واحتياجات السياح وتوقعاتهم الأمر الذي يتطلب ضرورة تبني سياسة قائمة على أساس تنظيم المتاحف، بحيث تحقق توقعات السياح وتتسجم مع رغباتهم وتحقق لهم خدمات متميزة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة الرواشدة (٢٠١٤) والتي أظهرت قصورا واضحا في دور المتاحف في تنشيط السياحة في الأردن.

أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0,05$) تعزى لأثر الجنس أو الخبرة أو المستوى التعليمي أو التخصص، في دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي، وهذه النتيجة تعكس وعي أفراد العينة لدور السياسات المتبعة في تطوير المتاحف والتي يطغى عليها الجانب التقليدي والذي ينظر إلى المتاحف باعتبارها أماكن لتخزين وعرض القطع الأثرية، إلا أن التوجه الحديث ينظر إلى المتاحف باعتبارها عنصرا هاما في التسويق السياحي الأمر الذي يستدعي تبني سياسات من شأنها مواكبة التغييرات في إدارة المتاحف.

جدول (٩) تحليل التباين الرباعي المتعدد لأثر لأثر الجنس، والخبرة، والمستوى التعليمي، والتخصص العلمي على مجالات دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الجنس	.٠٠٤	١	.٠٠٤	.٠٠٩	.٩٢٣
الخبرة	.٠١٠	١	.٠١٠	.٠٢٥	.٨٧٥
المستوى التعليمي	١,٠٥٥	١	١,٠٥٥	٢,٥١٢	.١١٥
التخصص	.٩٩٣	١	.٩٩٣	٢,٣٦٥	.١٢٧
الخطأ	٥٣,٣٤٠	١٢٧	.٤٢٠		
الكلي	٥٥,٠٨٦	١٣١			

يتبين من الجدول (٩) الآتي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0,05$) تعزى لأثر الجنس، حيث بلغت قيمة ف $0,009$ وبدلالة إحصائية بلغت $0,923$
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0,05$) تعزى لأثر الخبرة، حيث بلغت قيمة ف $0,025$ وبدلالة إحصائية بلغت $0,875$.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0,05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة ف $2,512$ وبدلالة إحصائية بلغت $0,115$.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0,05$) تعزى لأثر التخصص، حيث بلغت قيمة ف $2,365$ وبدلالة إحصائية بلغت $0,127$.

مناقشة النتائج والتوصيات:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور سياسات تطوير المتاحف في تنمية القطاع السياحي وبعد جمع البيانات وتحليلها أظهرت الدراسة النتائج الآتية:

التوصيات :

الإنسانية والاجتماعية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، ١٤(٢) ٥٧٦-٥٨٨. خان، أحلام، (٢٠١٠) السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية، أبحاث اقتصادية وإدارية - العدد السابع. حلاوة، محمد السيد (٢٠٠٣) تثقيف الطفل بين المكتبة والمتحف، القاهرة: الدار العالمية للطباعة والنشر والتوزيع. بظاظو، إبراهيم والشورة، محمد سليم، (٢٠١١) «تحليل اتجاهات وأنماط الحركة السياحية في القدس»، مجلة دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، المجلد ٢٧(العدد ١٥: أيار، ٢٠١١م).

ثانياً : المراجع الاجنبية

Paterno·F ، Mancini·C.(2000) Effective levels of adaptation to different types of users in interactive museum systems، Journal of the American Society for Information Science 51 (1) (2000) 5-13،
Kelly، Lynda(2009), " Cultural Tourism and Museums "،Study on Australian Museum، Sydney، International Symposium on Art Museum Education، October 17-18، 2009.
Dragicevic ،M، and Letunic، S(2014), Should Museums and Art Galleries be Just “For Arts’ Sake” or should they Suit the Needs of Tourists? Procedia Economics and Finance 15 (2014) 1197 – 1200
Deffner. A and Metaxas، T. (2008). Marketing، management and promotion policies of city image: Defining the role and the contribution of public museums in Greece. In A. BOUNIA، N
Deffne، A ، Metaxas، T ، Syrakoulis، K and Papatheohari، T(2009). Museums، Marketing and Tourism Development: The Case of the Tobacco Museum of Kavala، Discussion Paper Series، 15(10): 191-208.

في ضوء النتائج السابقة فإن الباحث يوصي بالاتي:

١. ضرورة تغيير النظرة التقليدية إلى المتاحف من أماكن لتخزين الآثار إلى اعتبارها مصدراً هاماً للتنمية السياحية.
٢. ضرورة تبني سياسات إدارية تساهم في تطوير أداء المتاحف من خلال توفير الموارد المالية واستثمار التكنولوجيا لتروج للمتاحف.
٣. ضرورة التعاون بين وزارة السياحة ووزارة الإعلام لتخصيص برامج لتسويق المتاحف عالمياً الأمر الذي يساهم في تنشيط السياحة في الأردن.

المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع العربية

فاخوري، قمر (٢٠١٢)، «المتاحف الأردنية»، عمان: دائرة الآثار الأردنية.
عليوة، زينب توفيق السيد (٢٠١٤)، «تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر»، مجلة البحوث العربية الاقتصادية، القاهرة، العدد ٦٥ شتاء ٢٠١٤م.
عفاني، نهال (٢٠١٤)، المتاحف الأردنية ودورها في الترويج السياحي والتعليمي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الهاشمية، الأردن.
عبيدات، محمد، (٢٠٠٦)، سلوك المستهلك، مدخل استراتيجي، (ط٤)، عمان، دار وائل للنشر الرواشدة، اكرم، (٢٠١٤)، دور المتاحف الأثرية الأردنية في جذب السياحة «مجلة دراسات العلوم

sustainable tourism”*، Journal of Sustainable Tourism*، Vol. 19، No. 2، PP.247-264

Bernardi، C. (2005). The Strategic Development of Museums: A System Dynamics Approach. www.neumann.hec.ca/aimac2005/PDF_Text/Bernardi_Chiera.pdf، accessed 18.09. 2009.

Chen، Chien-Min ; Chen، Sheu Hua & Lee، Hong Tau، (2011) “The Destination Competitiveness of Kinmen's Tourism industry: exploring the interrelationships between tourist perceptions، service performance، customer satisfaction and