

دراسة تحليلية لواقع أنشطة الترويح العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية

* د/ سلامة محمد أبو حمز

** م.م/ سارة عادل بدران

ملخص البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على واقع أنشطة الترويح العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي، ويمثل مجتمع البحث (٢٣٥) من الإداريين والسائحين ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، حيث تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية وتم تطبيق استبيان أنشطة الترويح العلاجي ببعض الفنادق بجمهورية مصر العربية (إعداد الباحثان) على (٦٠) إداري وسائح، وتوصلت نتائج البحث إلى عدم توافر امكانات أنشطة الترويح العلاجي بصورة كافية في الفنادق الايكولوجية قيد الدراسة، ندرة في أنشطة الترويح العلاجي داخل الفنادق الايكولوجية قيد الدراسة، يوجد قصور في وسائل إعلام أنشطة الترويح العلاجي الموجه بالفنادق الايكولوجية قيد الدراسة، يوجد العديد من المعوقات التي تعيق تطوير أنشطة الترويح العلاجي داخل الفنادق الايكولوجية قيد الدراسة، يوجد تدني في الطرق المتبعة لأساليب متابعة وتقييم أنشطة الترويح العلاجي بالفنادق الايكولوجية قيد الدراسة.

الكلمات المفتاحية:

دراسة تحليلية - أنشطة الترويح العلاجي - الفنادق الايكولوجية

* أستاذ مساعد بقسم الإدارة والترويح الرياضى بكلية التربية الرياضية جامعة طنطا)

** مدرس مساعد بقسم الإدارة والترويح الرياضى بكلية التربية الرياضية جامعة طنطا

مقدمة ومشكلة البحث:

يُعد الترويج العلاجي خدمة خاصة داخل المجال الواسع للخدمات الترويجية حيث يستخدم فى التدخل الإيجابى لبعض نواحي السلوك البدنى بالإضافة إلى أن الترويج العلاجي يعد شكلا من أشكال الترويج والذى يرتبط بالجوانب النفسية والصحية ويعتمد على الموارد الطبيعية والإستفادة من الطبيعة كمورد صحى شغائى، لذلك تهتم الدول المتقدمة بهذا النمط من ضمن المشروعات المثمرة التى تضمن عائداً مادياً وبشراً كبيراً، حيث يمكن استقطاب وجذب عدد كبير من الزوار والمرضى الباحثين عن العلاج والإستشفاء والإسترخاء وإزالة التوتر والقلق داخل المناطق الطبيعية. (١٠:١٧)

والأنشطة الترويجية العلاجية تعتمد على تكامل الإمكانيات الطبيعية الموجودة بالبيئة فيما بينها فى بيئة العرض السياحى مثل تكامل الموقع الجغرافى المتوسط لمقصد سياحى مع وفرة العيون المعدنية والكبريتية لجذب سائحي العلاج ويؤكد هذا التكامل أيضاً أن بعض طرق العلاج البيئى تجمع بين موردين طبيعيين لعلاج مرض معين كما هو الحال فى إستخدام أشعة الشمس مع مياه البحر فى علاج بعض الأمراض الجلدية. (١٣: ٥٢، ٥٣)

فمصر تتمتع بكل عناصر الجذب الطبيعية وغير الطبيعية الخاصة، فيتوفر بها مجال العلاج بالمياه المعدنية ومياه البحر حيث تعد الأكثر شهرة فى علاج الكثير من الأمراض، ويوجد بها العديد من المناطق ذات الشهرة التاريخية العريقة مثل حلوان والعين السخنة والغردقة والواحات والفيوم وسيناء وسفاجا التى تمتلك جميع عناصر السياحة العلاجية وبها الرمال السوداء التى لها القدرة على التخلص من بعض الأمراض بالإضافة أيضاً إلى خصائص الرمال و المياه الكبريتية للإستفادة منها فى علاج العديد من الأمراض الجلدية. (١٧: ٢٤٨)

ونتيجة لذلك فإن مصر فى مقدمة الدول المرشحة لتحقيق عائد اقتصادى كبير من تصدير السياحة العلاجية، حيث يتوافر فيها الشتاء الدافئ والشمس الساطعة طوال العام التى تبحث عن من يبيع أشعتها للهاربين من الصقيع الأوروبى، إلى جانب جوها الجاف الخالى من الرطوبة والمناخ الدافئ معظم أوقات السنة، كذلك تعدد شواطئها ومياه بحارها بما لها من خواص طبيعية مميزة كل هذا جعل مصر تحتل موقعا فريدا ومتميزا على خريطة السياحة العلاجية العالمية، لتصبح بذلك مقصدا لراغبي الإستشفاء من جميع أنحاء العالم. (٧: ٣٨)

كما تتمتع به مصر بخصائص طبيعية تشجع على ممارسة العديد من أنشطة الترويج العلاجي لذلك يجب أن تتاح تلك الأنشطة فى جميع الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.

والفنادق الإيكولوجية تعد إسماءً تجارياً لمنهج من منتجات صناعة السياحة ويستخدم لتحديد هوية نوع من المنشآت السياحية المعتمدة علي عنصر الطبيعة، فأهم ما يعنينا بالدرجة الأولى هو خصائص المكان وعوامل الجذب الثقافية حيث أن فكرة الفندق تعتمد على التخطيط والتصميم وبناء منشأة سياحية تتسجم مع السياق الطبيعي والإجتماعي والحفاظ على الهوية الثقافية الخاصة بالمنطقة. (٤ : ٩)

فأصبحت الفنادق الإيكولوجية مطلباً عالمياً لذا فقد تحولت معظم الفنادق العالمية مؤخراً لتبنى شعار الفنادق الإيكولوجية إذ يعد أحد الإتجاهات الحديثة لما يتوافر فيها من عوامل جذب من طراز معماري متوافق مع طبيعة المنطقة ويندمج بها، ويقوم على خدمتها المجتمع المحلي حيث يتم إختيار هذه الفنادق في موقع ذات جمال طبيعي وتنوع بيئي يساهم في تعايش السياح مع حياة الفطرة بين السكان الأصليين. (٥ : ٧٦١)

مما أدى إلى تطور الفنادق الإيكولوجية تطوراً كبيراً وانتشاراً واسعاً في العديد من الدول الرائدة في المجال السياحي حيث إرتفع عدد الفنادق الإيكولوجية بشكل ملموس على المستوى العالمي، فأصبح هناك طلب متنامي على إنشاء وتنمية فنادق إيكولوجية، حيث لا يكتثر السائحون المترددين على تلك الفنادق على تناول الطعام في المطاعم الفارهة أو الإقامة في الفنادق الفاخرة في المناطق الطبيعية، بل يسعدون في الإقامة في الأكواخ البيئية أو الخيام ويستمتعون بكل الأنشطة الطبيعية التي تُمارس داخل تلك الفنادق. (١٩ : ٩١)

ويرى الباحثان أن الفنادق الإيكولوجية على المستوى العالمي تمثل جزء كبير في صناعة السياحة لتحقيق الجذب السياحي لذلك فإن الدول المتقدمة قد سارعت ومنذ وقت مبكر بإنشاء وتطوير تلك الفنادق والإستفادة من كل المقومات الطبيعية والثقافية المحيطة بها وتوفير العديد من أنشطة الترويج العلاجي لتحقيق أكبر عائد مادي، وبالرغم من توفر المقومات الطبيعية التي وهبها الله سبحانه وتعالى إلى مصر إلى أنه إذا نظرنا إلى واقع أنشطة الترويج العلاجي داخل الفنادق الإيكولوجية بجمهورية مصر العربية نجد أنه يوجد في كل فندق من تلك الفنادق عدد محدود من تلك الأنشطة نتيجة لإفتقار التخطيط والبحث الجيد ومواكبة كل ما هو جديد في عالم الفنادق الإيكولوجية وعدم الإستفادة من كل مورد طبيعي علاجي لتطبيقه داخل تلك الفنادق.

وهذا ما أكدته نتائج دراسة كلا من (سارة عاطف وهبة (٢٠٠٨) (٩)، ودراسة (حياه حكيمى نعيمة، براهيمى بن حراث (٢٠١٨) (٨) التي طُبقت على فندق ادير اميلال وفندق ديزرت لودج بالترتيب وجدت إقتصار الأنشطة الترويحية العلاجية فيهم على التدليك والعلاج بالطين والمياه الكبريتية واليوجا وأكدت نتائج الدراسات أن الأنشطة المقدمة داخل الفندق من أكثر العوامل التي تشجع السائحون على الجذب لهذا النوع من الفنادق.

وبناء على تلك النتائج فقد قام الباحثان بإجراء دراسة استطلاعية على عدد من الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية وتمثلت نتائج الدراسة الإستطلاعية إلا أنه يوجد قصور فى الأنشطة الترويجية العلاجية داخل بعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، بالإضافة إلى أنه يوجد ندرة فى فى الأبحاث التى تناولت موضوع البحث.

ومن هنا نبعت فكرة البحث حيث يرى الباحثان ضرورة التعرف على واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى تحليل واقع أنشطة لترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية من خلال الإجابة على التساؤلات التالية :

- ١- ما الإمكانيات المادية والبشرية لأنشطة الترويج العلاجي المتوفرة ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ؟
- ٢- ما الأنشطة الترويجية العلاجية المتوفرة ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية؟
- ٣- ما الحملات الإعلامية المستخدمة للترويج لأوجه أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ؟
- ٤- ما معوقات أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ؟
- ٥- ما أساليب متابعة وتقييم أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية؟

مصطلحات البحث :

دراسة تحليلية :

هى عبارة عن وصف وتحليل واقع أنشطة الترويج العلاجي من حيث (امكانات أنشطة الترويج العلاجي- أنشطة الترويج العلاجي- وسائل إعلام أنشطة الترويج العلاجي- معوقات أنشطة الترويج العلاجي- أساليب المتابعة والتقييم لأنشطة الترويج العلاجي المتوفرة ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية. * (تعريف اجرائى)

أنشطة الترويح العلاجي :

هى توظيف مجموعة من الأنشطة الترويحية التى يمارسها الفرد من أجل استعادة الصحة البدنية والنفسية والعقلية والحصول على قسط من الراحة والإسترخاء. * (تعريف اجرائى)

الفنادق الايكولوجية :

هو منشأة سياحية يتم بناؤها على حسب الخصائص الطبيعية والثقافية للبيئة المحيطة، حيث يُعبر الشكل المعماري والممارسات داخل الفندق عن السكان الأصليين للمكان، بالإضافة إلى أنه يتوافر فيه كل عوامل البيئة النظيفة ويأخذ زائرية للإستمتاع بالطبيعة وممارسة الأنشطة العلاجية والترفيهية صديقة البيئة والإبتعاد عن صخب الحياه. (تعريف اجرائى)*

إجراءات البحث :

منهج البحث:

استخدم الباحثان المنهج الوصفي وذلك لملائمة لطبيعة البحث.

مجتمع وعينة البحث :

يمثل مجتمع البحث الإداريين والسائحين ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية لعام (٢٠٢١/٢٠٢٢)، والبالغ عددهم (٢٣٥)، وقد تم اختيار عينة البحث الأساسية من مجتمع البحث بالطريقة العشوائية من الإداريين والسائحين ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية بعدد يبلغ (٦٠) إدارى وسائح (عرب وأجانب)، بحيث تم التطبيق على (٣٠) إدارى و(٣٠) سائح، بنسبة مئوية قدرها (٢٥,٣٥%).

جدول (١)

توصيف وتوزيع عينة البحث الأساسية

م	اسم الفندق	العينة الأساسية
١	فندق الصيادين "جنوب سيناء"	١٥
٢	قرية بساطة "جنوب سيناء"	١٥
٣	فندق الكرم البيئى "جنوب سيناء"	١٥
٤	منتجع كاسل بيتش "جنوب سيناء"	١٥
٥	الإجمالى	٦٠

العينة المستخدمة فى تقنين أدوات الدراسة :

اختيار (١٥) إدارى وسائح (عربى وأجنبى) ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية بنسبة مئوية قدرها (٦,٣٨%) بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث ومن خارج عينة الدراسة الأساسية كعينة للدراسة الاستطلاعية.

تعريف إجرائى.

وسائل وأدوات جمع البيانات :

١- استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي لبعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية:

قام الباحثان ببناء استبيان أنشطة الترويج العلاجي، ويهدف هذا الإستبيان إلى التعرف على واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية. الصورة المبدئية للإستبيان :

١- قام الباحثان بالإطلاع على المراجع العلمية والدراسات المرجعية لتحديد أهم المحاور الاستبيان.

٢- قام الباحثان بإعداد استمارة لمحاور الإستبيان فى صورتها المبدئية وعرضها على السادة الخبراء المتخصصين فى مجال الترويج، والسياحة والفنادق، والجيولوجيا والذين لا تقل خبرتهم عن (١٠) سنوات فى التخصص وعددهم (٩) خبراء ملحق (١)، وقد اشتملت الإستمارة على عدد (٦) محاور وهى كالاتى: (امكانات أنشطة الترويج العلاجي- الأنشطة الترويجية العلاجية- أهم الفصول التى يوجد بها جذب لممارسة أنشطة الترويج العلاجي- وسائل اعلام أنشطة الترويج العلاجي- معوقات أنشطة الترويج العلاجي- أساليب متابعة وتقييم أنشطة الترويج العلاجي). ملحق (٢)

٣- تم تحديد النسبة المئوية لكل محور من محاور استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، وقام الباحثان باختيار المحاور التى حصلت على نسبة قدرها (٧٧,٧٧٪) فأكثر من مجموع آراء السادة الخبراء وبذلك توصل الباحثان إلى الصورة النهائية لمحاور الإستبيان ملحق(٣)

٤- ثم قام الباحثون بإستطلاع آراء السادة الخبراء والذى يبلغ عددهم (٩) خبراء ملحق (١) من الأساتذة المتخصصين فى مجال الترويج، والسياحة والفنادق، والجيولوجيا لعبارات الاستبيان ملحق (٤) والذى بلغ (٩١) عبارة موزعة كالتالى (محور امكانات أنشطة الترويج العلاجي (٢٤) عبارة)، (محور الأنشطة الترويجية العلاجية (٢١) عبارة)، (محور وسائل اعلام أنشطة الترويج العلاجي (١٦) عبارة)، (محور معوقات أنشطة الترويج العلاجي (١٥) عبارة)، (محور أساليب متابعة وتقييم أنشطة الترويج العلاجي (١٥) عبارة).

٥- تحديد النسبة المئوية لكل عبارة من عبارات استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، وقام الباحثان باختيار العبارات التى حصلت على نسبة قدرها (٧٧,٧٧٪) فأكثر من مجموع آراء السادة الخبراء، وعددهم (٨٧) وبذلك توصل الباحثان إلى الصورة النهائية للإستبيان ملحق(٥)

جدول (٢)

العدد المبدئي والنهائي وأرقام العبارات المستبعدة لاستمارة استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الأيكولوجية بجمهورية مصر العربية

م	المحاور	العدد المبدئي للعبارات	عدد العبارات المستبعدة	أرقام العبارات المستبعدة	العدد النهائي للعبارات
١	امكانات أنشطة الترويج العلاجي	٢٤	٢	١٣، ٥	٢٢
٢	الأنشطة الترويجية العلاجية	٢١	-	-	٢١
٣	وسائل اعلام أنشطة الترويج العلاجي	١٦	١	٦	١٥
٤	معوقات أنشطة الترويج العلاجي	١٥	-	-	١٥
٥	أساليب متابعة وتقويم أنشطة الترويج العلاجي	١٥	١	١٣	١٤
٦	الإجمالي	٩١	٤	٤	٨٧

يوضح جدول (٢) العدد المبدئي والنهائي وأرقام العبارات المستبعدة لاستمارة استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الأيكولوجية بجمهورية مصر العربية. تصحيح الاستبيان :

تتم الإجابة على الإستبيان من خلال ثلاث اختيارات (نعم- إلى حد ما- لا)، وتأخذ الدرجات (١-٢-٣) على الترتيب وذلك للعبارات الإيجابية، أما العبارات السلبية وهي أرقام (٢١، ٥٩، ٦٠، ٦١، ٦٢، ٦٣، ٦٤، ٦٥، ٦٦، ٦٧، ٦٨، ٦٩، ٧٠، ٧١، ٧٢، ٧٣) فتمثل عكس ذلك هذا التدرج، والدرجة الكلية للإستبيان تتراوح من (٨٧- ٢٦١) درجة. المعاملات العلمية للإستبيان :

الصدق :

قام الباحثان بالتحقق من صدق وثبات الإستبيان بإجراء الدراسة الإستطلاعية الأولى وذلك بتطبيق هذا الاستبيان على عينة قوامها (١٥) إدرأى وسأح (عربي وأجنبي) من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية للبحث، وذلك من يوم الأثنين الموافق ٢٠٢١/٥/١٠ وحتى الأربعاء الموافق ٢٠٢١/٥/١٢، وقام الباحثان بإيجاد الصدق عن طريق صدق الإتساق الداخلي بين العبارة مع المحور، وبين العبارة والمجموع الكلي لمحاور الإستبيان، وهذا ما يوضحة جدول (٤).

جدول (٣)

صدق الإتساق الداخلي بين العبارة والمحور وبين العبارة والمجموع الكلي لمحاور استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=١٥

العبارة مع المجموع الكلي	العبارة مع المحور	م	العبارة مع المجموع الكلي	العبارة مع المحور	م	العبارة مع المجموع الكلي	العبارة مع المحور	م	العبارة مع المجموع الكلي	العبارة مع المحور	م
*.٠.٧٩٢	*.٠.٧٥٠	٦٦	وسائل اعلام أنشطة الترويج العلاجي			أنشطة الترويج العلاجي			امكانات أنشطة الترويج العلاجي		
*.٠.٨٢٧	*.٠.٧٣٢	٦٧	*.٠.٧٨٣	*.٠.٦٠٧	٤٤	*.٠.٦١٦	*.٠.٦٥٨	٢٣	*.٠.٥٨٦	*.٠.٦٨٢	١
*.٠.٦٩٥	*.٠.٧٥٤	٦٨	*.٠.٧٧٨	*.٠.٦٩٦	٤٥	*.٠.٥٣٩	*.٠.٧٤٥	٢٤	*.٠.٥٤١	*.٠.٧٥٧	٢
*.٠.٧٥٩	*.٠.٧٥٢	٦٩	*.٠.٧٨٩	*.٠.٦٧٧	٤٦	*.٠.٧٧٤	*.٠.٦١٥	٢٥	*.٠.٧٢٥	*.٠.٥٦٠	٣
*.٠.٧٦٣	*.٠.٧٥٠	٧٠	*.٠.٧٩٦	*.٠.٦٥٧	٤٧	*.٠.٦٨٢	*.٠.٦٣٦	٢٦	*.٠.٨٥٢	*.٠.٥٩٣	٤
*.٠.٨٤٩	*.٠.٧٧٧	٧١	*.٠.٧٧٩	*.٠.٥٨٧	٤٨	*.٠.٦١٣	*.٠.٧٥١	٢٧	*.٠.٧٨٥	*.٠.٥٧٤	٥
*.٠.٧١٦	*.٠.٧٦٠	٧٢	*.٠.٨٠٩	*.٠.٧٥٠	٤٩	*.٠.٧٧٥	*.٠.٥٢٧	٢٨	*.٠.٨٥٤	*.٠.٦٢٩	٦
*.٠.٧٤٩	*.٠.٧٨٣	٧٣	*.٠.٨٠٥	*.٠.٥٥٧	٥٠	*.٠.٦١٢	*.٠.٦٥٨	٢٩	*.٠.٨٠٥	*.٠.٧٤٧	٧
أساليب متابعة وتقويم أنشطة الترويج العلاجي			*.٠.٨٠١	*.٠.٥٣٥	٥١	*.٠.٧٤٠	*.٠.٥٧٢	٣٠	*.٠.٦٢٢	*.٠.٦٩٥	٨
*.٠.٠٠٠	*.٠.٧٦٢	٧٤	*.٠.٨٥٤	*.٠.٥٢٢	٥٢	*.٠.٦٨٦	*.٠.٩٠٥	٣١	*.٠.٧٥١	*.٠.٧٩٤	٩
*.٠.٠٠٠	*.٠.٧٧٤	٧٥	*.٠.٨٥٠	*.٠.٧٤٣	٥٣	*.٠.٦٢٣	*.٠.٦٦٥	٣٢	*.٠.٥٩٤	*.٠.٥٩٣	١٠
*.٠.٠٠٠	*.٠.٨٦٢	٧٦	*.٠.٨٥٢	*.٠.٦٤٢	٥٤	*.٠.٧٠٥	*.٠.٧٦٠	٣٣	*.٠.٥١٦	*.٠.٧٥٠	١١
*.٠.٨٤٤	*.٠.٨٦١	٧٧	*.٠.٧٥٤	*.٠.٦١٣	٥٥	*.٠.٧١٨	*.٠.٨٦٤	٣٤	*.٠.٦٦٥	*.٠.٦٥٢	١٢
*.٠.٨٥١	*.٠.٨٦٤	٧٨	*.٠.٨٤٩	*.٠.٦٤٨	٥٦	*.٠.٨٣٣	*.٠.٧١٩	٣٥	*.٠.٦٢٧	*.٠.٦١٨	١٣
*.٠.٨٣٦	*.٠.٨٥٤	٧٩	*.٠.٨٥٤	*.٠.٥٦٩	٥٧	*.٠.٨٣١	*.٠.٦٦٩	٣٦	*.٠.٥٩٩	*.٠.٨١٨	١٤
*.٠.٨٥٠	*.٠.٨٦٤	٨٠	*.٠.٨٥١	*.٠.٦٠٦	٥٨	*.٠.٧٨١	*.٠.٥٥٦	٣٧	*.٠.٦٣٨	*.٠.٨٣١	١٥
*.٠.٨٤٤	*.٠.٨٧٤	٨١	معوقات أنشطة الترويج العلاجي			*.٠.٧٩٤	*.٠.٦١٤	٣٨	*.٠.٧٥٩	*.٠.٥٨٥	١٦
*.٠.٨٤٧	*.٠.٨٥٣	٨٢	*.٠.٨٦٦	*.٠.٧٠٥	٥٩	*.٠.٧٨٨	*.٠.٥٨٦	٣٩	*.٠.٨٩٤	*.٠.٦٨٥	١٧
*.٠.٨٤٣	*.٠.٨١٣	٨٣	*.٠.٨٥٥	*.٠.٧١٩	٦٠	*.٠.٨٣٣	*.٠.٧٩٣	٤٠	*.٠.٦٤٩	*.٠.٨٦٥	١٨
*.٠.٨٥٢	*.٠.٧٨٧	٨٤	*.٠.٨٦٣	*.٠.٨١٦	٦١	*.٠.٨٣١	*.٠.٥٦٨	٤١	*.٠.٨٥٥	*.٠.٧٦٢	١٩
*.٠.٨٥٠	*.٠.٧٩٠	٨٥	*.٠.٨٦٠	*.٠.٧٠٧	٦٢	*.٠.٧٩٥	*.٠.٦٢٠	٤٢	*.٠.٥٤٤	*.٠.٨٥١	٢٠
*.٠.٠٠٠	*.٠.٧٩٠	٨٦	*.٠.٧٧٦	*.٠.٧٦٦	٦٣				*.٠.٨٤٣	*.٠.٧٧٥	٢١
*.٠.٠٠٠	*.٠.٧٩٩	٨٧	*.٠.٧٥٨	*.٠.٧٨١	٦٤	*.٠.٨٣٣	*.٠.٨٣٥	٤٣	*.٠.٨٢٧	*.٠.٦٥٩	٢٢
			*.٠.٧٦١	*.٠.٨٠٦	٦٥						

قيمة ر الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ٠,٤٩٧

يوضح جدول (٣) وجود ارتباط نو دلالة إحصائية بين العبارة والمحور وبين العبارة والمجموع الكلي للمحاور حيث تتراوح قيمة معامل الارتباط بين العبارة ومحورها بنسبة (٠,٩٠٥) كأكبر قيمة، وبنسبة (٠,٥٢٧) كأصغر قيمة، وتراوح قيمة معامل الارتباط بين العبارة والمجموع الكلي للمحاور ما بين (٠,٨٩٤) كأكبر قيمة، (٠,٥١٦) كأصغر قيمة، بينما بلغت قيمة ر

الجدولية عند مستوي معنوية (٠.٠٥) = ٠,٤٩٧، مما يشير إلي صدق الإتساق الداخلي لمحاور استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.

جدول (٤)

معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن = ١٥

م	محاور الاستبيان	قيمة معامل الارتباط
-	المحور الأول : امكانات أنشطة الترويج العلاجي	*٠.٧٨٥
-	المحور الثاني : أنشطة الترويج العلاجي	*٠.٨٠٦
-	المحور الثالث : وسائل اعلام أنشطة الترويج العلاجي	*٠.٨٢٩
-	المحور الرابع : معوقات أنشطة الترويج العلاجي	*٠.٧١١
-	المحور الخامس: أساليب متابعة وتقويم أنشطة الترويج العلاجي	*٠.٧٩١

قيمة ر الجدولية عند مستوي معنوية (٠,٠٥) = ٠,٤٩٧

يوضح جدول (٤) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين مجموع المحور وبين المجموع الكلي لمحاور استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، حيث تراوح معامل إرتباط المحور مع الإستبيان ككل (٠,٨٠٦) كأكبر قيمة، (٠,٧١١) كأصغر قيمة، بينما بلغت قيمة ر الجدولية عند مستوي معنوية (٠,٠٥) = ٠,٤٩٧

النتائج :

كما قام الباحثان بإيجاد الثبات عن طريق قيمة معامل ألفا كرونباخ وهذا ما يوضحه

جدول (٥)

جدول (٥)

معامل ألفا لكرونباخ لمحاور استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن = ١٥

م	المحاور	قيمة معامل الفا لكرونباخ	
		لعبارات المحور	محاور الاستبيان
-	المحور الأول : امكانات أنشطة الترويج العلاجي	٠.٨٤٦	٠.٧٨٨
-	المحور الثاني : أنشطة الترويج العلاجي	٠.٧٩٤	
-	المحور الثالث : وسائل اعلام أنشطة الترويج العلاجي	٠.٧٠٨	
-	المحور الرابع : معوقات أنشطة الترويج العلاجي	٠.٨٦١	
-	المحور الخامس: أساليب متابعة وتقويم أنشطة الترويج العلاجي	٠.٨١٢	

يتضح من جدول (٥) والخاص بمعامل ألفا لكرونباخ لمفردات محاور استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، حيث تراوحت قيم

معامل ألفا لكرنوباخ للمفردات ما بين (٠,٧٠٨ إلى ٠,٨٦١) ومعامل ألفا لكرنوباخ للاستبيان بلغ (٠,٧٨٨) مما يؤكد أن المحاور متجانسة فيما بينها وتتسم بالثبات وأنها متكاملة تسهم في بناء استبيان واقع أنشطة الترويح العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، وأن أي حذف أو إضافة لأي من هذه المحاور من الممكن أن يؤثر سلبياً في بناء الاستبيان.

٢- استبيان لتحديد الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية التي يتم تطبيق الدراسة عليها:

قام الباحثان ببناء استبيان يهدف إلى تحديد الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية التي يتم تطبيق الدراسة عليها.

- ١- قام الباحثان بعمل مسح مرجعي لحصر الفنادق الايكولوجية .
- ٢- تم إعداد استمارة استبيان تضم الفنادق الايكولوجية ببعض مناطق جمهورية مصر العربية وعرضها على السادة الخبراء المتخصصين في مجال الترويح والسياحة والفنادق والجيولوجيا والذين لا نقل خبرتهم عن (١٠) سنوات في التخصص، وعددهم (٩) خبراء ملحق (١)، وقد إشتملت الإستمارة على عدد (١١) فندق وهي كالتالي : (أدبر أميال "سيوة"- فندق الباننشال "سيوة"- فندق الصيادين "جنوب سيناء"- قرية بساطة "جنوب سيناء"- فندق الكرم البيئي "جنوب سيناء"- منتجع كاسل بيتش "جنوب سيناء"- فندق البدوية "الفرافره"- فندق البادية "الفرافره"- فندق البدوية "واحة الداخلة" - فندق الطرفة لودج "الواحات الداخلة"- ديزرت لودج "الوادي الجديد"). ملحق (٦).

جدول (٦)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية لآراء السادة الخبراء حول استبيان تحديد الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية التي سوف يتم تطبيق الدراسة عليها ن=٩

م	الفنادق	أوافق		لا أوافق		الوزن النسبي	الأهمية النسبية
		ك	%	ك	%		
١	أدبر أميال "سيوة"	٦	٦٦,٦٦	٣	٣٣,٣٣	٦	٦٦,٦٦
٢	فندق الباننشال "سيوة"	٥	٥٥,٥٥	٤	٤٤,٤٤	٥	٥٥,٥٥
٣	فندق الصيادين "جنوب سيناء"	٨	٨٨,٨٨	١	١١,١١	٨	٨٨,٨٨
٤	قرية بساطة "جنوب سيناء"	٧	٧٧,٧٧	١	١١,١١	٧	٧٧,٧٧
٥	فندق الكرم البيئي "جنوب سيناء"	٩	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٩	١٠٠,٠٠
٦	منتجع كاسل بيتش "جنوب سيناء"	٨	٨٨,٨٨	١	١١,١١	٨	٨٨,٨٨
٧	فندق البدوية "الفرافره"	١	١١,١١	٨	٨٨,٨٨	١	١١,١١
٨	فندق البادية "الفرافره"	١	١١,١١	٨	٨٨,٨٨	١	١١,١١
٩	فندق البدوية "واحة الداخلة"	٣	٣٣,٣٣	٦	٦٦,٦٦	٣	٣٣,٣٣
١٠	فندق الطرفة لودج "الواحات الداخلة"	٣	٣٣,٣٣	٦	٦٦,٦٦	٣	٣٣,٣٣
١١	ديزرت لودج "الوادي الجديد"	٣	٣٣,٣٣	٦	٦٦,٦٦	٣	٣٣,٣٣

٣- يوضح جدول (٦) التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء السادة الخبراء حول محاور استبيان تحديد الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية التي سوف يتم تطبيق الدراسة عليها، حيث تراوحت الآراء ما بين (١١,١١ : ١٠٠,٠٠%) وقد ارتضت الباحثة بالمحاور التي حصلت على أهمية نسبية قدرها (٧٧,٧٧%) فأكثر

قياسات البحث :

قام الباحثان بإجراء قياسات البحث بتطبيق استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية فى الفترة من يوم الأثنين الموافق ١٠/٥/٢٠٢١ وحتى الأربعاء الموافق ١٢/٥/٢٠٢١، وكذلك تم تطبيق استبيان واقع أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية فى الفترة من يوم السبت ١٥/٥/٢٠٢١ وحتى الثلاثاء ٢٥/٥/٢٠٢١.

المعالجات الإحصائية :

استخدم الباحثان برنامج الجزم الإحصائية SPSS لمعالجة البيانات إحصائياً، وتم الإستعانة بالأساليب الإحصائية التالية : معامل الارتباط، معامل ألفا كرونباخ، كا^٢، الوزن النسبي، الأهمية النسبية.

عرض ومناقشة النتائج :

سيقوم الباحثان بعرض ومناقشة النتائج التي توصلوا إليها والخاصة بالإجابة على التساؤل الأول "ما الإمكانات المادية والبشرية لأنشطة الترويج العلاجي المتوفرة ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ؟

جدول (٧)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا^٢) لإستجابات عينه البحث في المحور الأول الإمكانات المادية والبشرية لأنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا ^٢	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
٥	٣٠.٠٠	٨٣.٣٣	١٥٠	١٦.٦٧	١٠	١٦.٦٧	١٠	٦٦.٦٧	٤٠	- يتوفر داخل الفندق الايكولوجي قاعات خاصة بحمامات (الجاكوزى- الساونا- التدليك).
١٩	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- توفر مركز للفحوص الطبية مناسب للسياح داخل الفندق الايكولوجي.
٩	٤٠.٠٠	٥٥.٥٦	١٠٠	٦٦.٦٧	٤٠	-	٠	٣٣.٣٣	٢٠	- يتوفر أندية صحية داخل الفندق الايكولوجي.
٧	١٧.٥٠	٨٠.٥٦	١٤٥	٨.٣٣	٥	٤١.٦٧	٢٥	٥٠.٠٠	٣٠	- يوجد وحدة إسعافات أولية داخل الفندق الايكولوجي
٨	٦٠.٠٠	٦٦.٦٧	١٢٠	-	٠	-	٠	٦٦.٦٧	٤٠	- متوفر خدمات الحجز الإلكتروني للسياح.
١١	٣٧.٩٠	٥٠.٥٦	٩١	٧٠.٠٠	٤٢	٨.٣٣	٥	٢١.٦٧	١٣	- يتوفر مركز لتلقى الشكاوى من السياح داخل الفندق الايكولوجي.

الترتيب	قيمة كا ^٢	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الي حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
١٩	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- يوجد مركز للوقاية النفسية للسياح داخل الفندق الايكولوجي.
١٩	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- يتوفر وحدة استخدام حمامات الشمس والأشعة تحت إشراف طبي داخل الفندق الايكولوجي.
١٦	٩٢.٥٠	٣٨.٨٩	٧٠	٩١.٦٧	٥٥	-	٠	٨.٣٣	٥	- تتوفر وحدة لتقديم الأعشاب الطبيعية لعلاج بعض الأمراض.
١٢	٣٠.٠٠	٥٠.٠٠	٩٠	٦٦.٦٧	٤٠	١٦.٦٧	١٠	١٦.٦٧	١٠	- تتوفر خدمات المواصلات المناسبة.
٥	٣٠.٠٠	٨٣.٣٣	١٥٠	١٦.٦٧	١٠	١٦.٦٧	١٠	٦٦.٦٧	٤٠	- تتوفر وحدات خاصة لجلسات التأمل والإسترخاء.
١٤	٦٧.٦٠	٤١.١١	٧٤	٨٣.٣٣	٥٠	١٠.٠٠	٦	٦.٦٧	٤	- يتوافر وحدة إدارة المخاطر ووحدة للأزمات والكوارث داخل الفندق الايكولوجي.
١٩	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- يوجد إدارة مسؤولة عن أنشطة الترويج العلاجي داخل الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.
١	١٢٠.٠٠	١٠٠.٠٠	١٨٠	-	٠	-	٠	١٠٠.٠٠	٦٠	- يتوفر مرشد سياحي داخل الفندق الايكولوجي.
١٣	٤٧.٥٠	٤٤.٤٤	٨٠	٧٥.٠٠	٤٥	١٦.٦٧	١٠	٨.٣٣	٥	- يتوفر متخصص للعلاج الطبيعي داخل الفندق الايكولوجي.
١٦	٩٢.٥٠	٣٨.٨٩	٧٠	٩١.٦٧	٥٥	-	٠	٨.٣٣	٥	- يوجد أخصائين تغذية مؤهلين على أعلى مستوى.
١٤	٧٢.١٠	٤١.١١	٧٤	٨٥.٠٠	٥١	٦.٦٧	٤	٨.٣٣	٥	- متوفر متخصصين في الدعاية والإعلان للتسويق لأنشطة الترويج العلاجي المتوفرة داخل الفندق الايكولوجي
٤	٣٩.٩٠	٨٥.٠٠	١٥٣	١٦.٦٧	١٠	١١.٦٧	٧	٧١.٦٧	٤٣	- يتاح عدد مناسب من أفراد الأمن بالفندق الايكولوجي.
٣	٣٢.٥٠	٨٦.١١	١٥٥	٨.٣٣	٥	٢٥.٠٠	١٥	٦٦.٦٧	٤٠	- يتحدث الموظفون داخل الفندق الايكولوجي باللغة الإنجليزية.
١٦	٩٢.٥٠	٣٨.٨٩	٧٠	٩١.٦٧	٥٥	-	٠	٨.٣٣	٥	- تتوفر دورات تدريبية متطورة للعاملين داخل الفندق الايكولوجي.
٢	٩٢.٥٠	٩٧.٢٢	١٧٥	-	٠	٨.٣٣	٥	٩١.٦٧	٥٥	- عدد الأخصائين غير كافي في تنفيذ أنشطة الترويج العلاجي.
١٠	١٧.٥٠	٥٢.٧٨	٩٥	٥٨.٣٣	٣٥	٢٥.٠٠	١٥	١٦.٦٧	١٠	- يتوافر عدد مناسب من عمال النظافة في أماكن ممارسة أنشطة الترويج العلاجي داخل الفندق الايكولوجي

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٧) الخاص بالنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا^٢) لإستجابات عينه البحث في المحور الأول (امكانات أنشطة الترويج العلاجي) حيث تراوح الوزن التقديري لجميع عبارات المحور ما بين (٦٠ - ١٨٠)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٣٣,٣٣% - ١٠٠%)، كما تراوحت قيمة (كا^٢) للعبارات ما بين (١٧,٥ إلى ١٢٠) وهذه القيم داله احصائياً عند مستوي دلالة (٠,٠٥).

كما يتضح من جدول (٧) أنه يوجد قصور في امكانات أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، وهذا يتفق مع نتائج دراسة " آمال محمد فكييري " (٢٠٢٠) أنه بالرغم من توافر المقومات الطبيعية لإقامة الفنادق الايكولوجية إلا أنه يوجد ركود في إقامة هذا النوع من الفنادق نتيجة لنقص الموارد البشرية وعدم وجود خبراء أكفاء لإدارة تلك الفنادق، وكذلك انخفاض الوعي لدى العاملين في مجال السياحة. (٥: ٧٦٨)

كما توضح نتائج دراسة **أحمد ياسمين محمد** (٢٠١٥) أنه لا يوجد كوارث متخصصة فى الأنشطة العلاجية سواء من رجال السياحة أو من الأطباء أو من هيئة التمريض وأغلب من يعمل فى هذا المجال يكون من أجل الربح دون وعى. (٢: ٧٦٥)

وتضيف نتائج دراسة **مرودة سيد وهبة** (٢٠١٥) أنه يوجد نقص فى الكوارث البشرية المؤهلة فى مجال السياحة العلاجية حيث تعتمد على المقومات الطبيعية الموجودة فى البيئة اعتماداً رئيسياً، كما يعد توافر الكوارث والكفاءات البشرية المتخصصة من العوامل المساعدة على تنظيمها ونموها. (١٦: ٤٣)

وفى هذا الصدد دراسة **باكير ودافس (Baker and Davis)** (٢٠١٤)، ودراسة **"حياة حكيمى نعيمة، براهيمى بن حراث"** (٢٠١٨) أن التوجه نحو الفنادق الايكولوجية أصبح ضرورة حتمية فى أى بلد وعدد السياح لتلك الفنادق فى تزايد مستمر لذلك لابد من توفير الإمكانيات المادية والبشرية لتوافق الشروط المطلوبة لتطوير تلك الفنادق. (٢٢: ٢٢٣) (٨: ١٣، ١٤)

وتشير توصيات دراسة **"أسعد سليم لهمود"** (٢٠١٤) أنه لابد من تبادل الخبرات والكفاءات على المستوى الإقليمى والعالمى فى مجال السياحة وخاصة مجال السياحة العلاجية وذلك لرفع القدرات والمهارات لكادر السياحة. (٣: ٤٥٥)

ومن خلال العرض السابق يرى **الباحثان** ضرورة توفير امكانيات أنشطة الترويج العلاجى سواء المادية أو البشرية من خلال توفير إدارة مسئولة عن أنشطة الترويج العلاجى داخل الفنادق الايكولوجية وكذلك توفير مركز لتلقى الشكاوى من السياح ودراساتها جيدا، وتوفير متخصصين للعلاج الطبيعى وإتاحة دورات تدريبية متطورة للعاملين داخل الفنادق الايكولوجية، حيث أن الفنادق الايكولوجية تفتقد وبشكل كبير إلى توفير تلك الإمكانيات مما يسبب فى ضعف الإقبال السياحى لها بالرغم من امتلاك المقومات طبيعية لا يوجد لها مثل فى كثير من الدول.

سيقوم الباحثان بعرض ومناقشة النتائج التى توصلوا إليها والخاصة بالإجابة على التساؤل الثانى ما الأنشطة الترويحية العلاجية المتوفرة ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ؟

جدول (٨)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الثاني أنشطة الترويح العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا ^٢	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
١٢	٥٢.٥٠	٥٠.٠٠	٩٠	٧٥.٠٠	٤٥	-	٠	٢٥.٠٠	١٥	- يتوفر العلاج باستخدام الرمال داخل الفندق الايكولوجي.
١٤	٧٠.٠٠	٤٤.٤٤	٨٠	٨٣.٣٣	٥٠	-	٠	١٦.٦٧	١٠	- يتاح العلاج باستخدام العيون الطبيعية.
١٦	٨٧.٦٠	٤٠.٠٠	٧٢	٩٠.٠٠	٥٤	-	٠	١٠.٠٠	٦	- يوجد العلاج باستخدام الطين.
١٠	٣٢.٥٠	٦١.١١	١١٠	٥٨.٣٣	٣٥	-	٠	٤١.٦٧	٢٥	- يوجد العلاج باستخدام حمامات الساونا.
١٠	٣٢.٥٠	٦١.١١	١١٠	٥٨.٣٣	٣٥	-	٠	٤١.٦٧	٢٥	- يتوفر العلاج باستخدام الجاكوزي.
٩	٣٠.٠٠	٦٦.٦٧	١٢٠	٥٠.٠٠	٣٠	-	٠	٥٠.٠٠	٣٠	- يتاح المساج والتدليك داخل الفندق الايكولوجي.
١٧	٩٢.٥٠	٣٨.٨٩	٧٠	٩١.٦٧	٥٥	-	٠	٨.٣٣	٥	- يتوافر التدوى بالأعشاب البرية.
١٧	٩٢.٥٠	٣٨.٨٩	٧٠	٩١.٦٧	٥٥	-	٠	٨.٣٣	٥	- يوجد العلاج بمياه البحر المالحة.
٧	١٠.٠٠	٧٢.٢٢	١٣٠	٣٣.٣٣	٢٠	١٦.٦٧	١٠	٥٠.٠٠	٣٠	- يتاح ممارسة التمرينات الهوائية (الايروبك).
٥	١٣.٩٠	٧٩.٤٤	١٤٣	١٦.٦٧	١٠	٢٨.٣٣	١٧	٥٥.٠٠	٣٣	- يتاح ممارسة الإستجمام والإسترخاء.
١٤	٧٠.٠٠	٤٤.٤٤	٨٠	٨٣.٣٣	٥٠	-	٠	١٦.٦٧	١٠	- يتوفر العلاج بمياه الكبريتية.

تابع جدول (٨)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الثاني أنشطة الترويح العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا ^٢	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
١٣	٤٧.٥٠	٤٧.٢٢	٨٥	٧٥.٠٠	٤٥	٨.٣٣	٥	١٦.٦٧	١٠	- يتوافر أحواض مياه ساخنة وباردة.
١٩	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- يتوافر التدليك تحت الماء.
١٩	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- يتوافر كهوف الملح.
١٩	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- يتاح العلاج بالإستنشاق.
٤	١٧.٥٠	٨٠.٥٦	١٤٥	١٦.٦٧	١٠	٢٥.٠٠	١٥	٥٨.٣٣	٣٥	- يتوافر أنشطة رياضية متنوعة.
٣	٣٠.٩٠	٨٥.٠٠	١٥٣	١١.٦٧	٧	٢١.٦٧	١٣	٦٦.٦٧	٤٠	- يوجد أنشطة إيقاعية متنوعة.
٢	٣٩.٩٠	٨٦.٦٧	١٥٦	١١.٦٧	٧	١٦.٦٧	١٠	٧١.٦٧	٤٣	- يتاح أنشطة خلوية متنوعة.
١	٥٨.٩٠	٨٩.٤٤	١٦١	١١.٦٧	٧	٨.٣٣	٥	٨٠.٠٠	٤٨	- يوجد أنشطة فنية متنوعة.
٦	٧.٦٠	٧٥.٥٦	١٣٦	٢٣.٣٣	١٤	٢٦.٦٧	١٦	٥٠.٠٠	٣٠	- يتوافر أنشطة إجتماعية متنوعة.
٧	٢.٥٠	٧٢.٢٢	١٣٠	٢٥.٠٠	١٥	٣٣.٣٣	٢٠	٤١.٦٧	٢٥	- يتوافر أنشطة ترويح ثقافي للسياح حول كيفية ممارسة الأنشطة داخل الفندق الايكولوجي

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٨) الخاص بالنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الثاني : أنشطة الترويح العلاجي، حيث تراوح الوزن التقديري لجميع عبارات المحور ما بين (٦٠ - ١٦١)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٣٣.٣٣ % - ٨٩.٤٤ %)، كما تراوحت قيمة (كا) (٢) للعبارات ما بين (٢.٥٠ الي ١٢٠) وهذه القيم داله احصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥) عدا العبارة رقم (٤٣)

كما يتضح من جدول (٨) أنه يوجد ندرة في أنشطة الترويج العلاجي المتوفرة داخل الفنادق الايكولوجية ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، ويعزو الباحثان ذلك إلى عدم استغلال الموارد الطبيعية المتوفرة، حيث تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كلا من (مرودة سيد وهبة ٢٠١٥)، ودراسة (حياه حكيمة نعيمة، براهيمى بن حراث (٢٠١٨) التي طُبقت على فندق ادرير اميلا وفندق ديزرت لودج بالترتيب وجدت إقتصار الأنشطة الترويجية العلاجية فيهم على التدليك والعلاج بالطين والمياه الكبريتية واليوجا، وأكدت نتائج الدراسات أن الأنشطة المقدمة داخل الفندق من أكثر العوامل التي تشجع السائحين على الجذب لهذا النوع من الفنادق. (١٦: ٤٣)، (٨: ٢٨)

حيث تشير "سامية حسن حسين" (٢٠١٧) أن الترويج العلاجي يشتمل على العديد من الأنشطة التي تساهم في معالجة المشكلات الصحية حيث يُعد الإستجمام والسياحة من وسائل الترويج العلاجي والتي تسهم في مواجهة العديد من الأمراض مثل القلب والصدر وتحسين الحالة النفسية وخفض القلق والتوتر والإكتئاب. (١٠: ١٣)

كما تضيف نتائج دراسة "نهلة جابر عامر" (٢٠١٤) أن السائحون الذين يقبلون على الأنشطة العلاجية قليل نظراً لعدم وجود أى نوع من الخدمات وأن أغلب مقدمى الخدمة من العمال والأهالى ولديهم خبرة مكتسبة فى هذا المجال، وكذلك أماكن النباتات الطبيعية تدار بشكل بدائى حيث أنه لا يوجد متخصص مسئول عن هذه الأعشاب وكذلك يرجع لعدم وجود الدعم المادى الكافى. (١٨: ٤٢)

ويوضح "صبرى محمد عبدالسميع" (٢٠٠٦) أن السياحة العلاجية تعتمد على المقومات الطبيعية العلاجية المتوفرة بالبيئة وتعد البيئة المصرية من أغنى البيئات الطبيعية التي تتواجد فيها العناصر الطبيعية ذات الأهمية العلاجية والتي تنتشر فى أماكن متفرقة بجمهورية مصر العربية. (١١: ٨٧)

ومن خلال العرض السابق يرى الباحثان ضرورة توفير أنشطة ترويج علاجى متعددة والإستفادة من المقومات الطبيعية المتوفرة، ومواكبة كل ما هو جديد واستغلال التنوع البيئى فى مصر فى تطبيق أنشطة ترويجية علاجية متعددة تساهم فى زيادة الإقبال السياحى على الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.

سيقوم الباحثان بعرض ومناقشة النتائج التي توصلوا إليها والخاصة بالإجابة على التساؤل الثالث ما الحملات الإعلامية المستخدمة للترويج لأوجه أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ؟

جدول (٩)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الثالث وسائل إعلام أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الرد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
١١	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- يوجد قاعدة بيانات خاصة للإعلان عن الفنادق الايكولوجية فقط فى جمهورية مصر العربية.
٩	٦٧.٩٠	٤٠.٥٦	٧٣	٨٣.٣٣	٥٠	١١.٦٧	٧	٥.٠٠	٣	- يوجد هيئة متخصصة للتسويق عبر شبكات الإنترنت لأششطة الترويج العلاجي المتوفرة داخل الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية فى مختلف الأسواق السياحية.
١	٩٢.٥٠	٩٧.٢٢	١٧٥	-	٠	٨.٣٣	٥	٩١.٦٧	٥٥	- يتوفر موقع يعرف الفندق الايكولوجى من خلاله على شبكات الإنترنت
١١	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- توزع كتيبات إرشادية داخل الفنادق الايكولوجى تشرح للسياح عن أنواع وأهمية أنشطة الترويج العلاجي المتوفرة داخل الفندق الايكولوجى.

تابع جدول (٩)
التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور
الثالث وسائل إعلام أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر
العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
٤	٣٠.١٠	٤٩.٤٤	٨٩	٦٦.٦٧	٤٠	١٨.٣٣	١١	١٥.٠٠	٩	- يعلن الفندق الايكولوجي عن أنشطة الترويج العلاجي بوسائل مختلفة (إذاعة - تليفزيون - انترنت)
١١	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- توجد لوحات إرشادية واضحة داخل الفندق الايكولوجي تشرح للسياح عن أنواع وأهمية الأنشطة الترويجية العلاجية المتوفرة داخل الفندق الايكولوجي.
٦	٣٢.٥٠	٤٧.٢٢	٨٥	٦٦.٦٧	٤٠	٢٥.٠٠	١٥	٨.٣٣	٥	- تصمم إعلانات عن أنشطة الترويج العلاجي المتوفرة داخل الفندق الايكولوجي عبر وسائل التواصل الإجتماعي المختلفة.
٣	١٠.٠٠	٧٧.٧٨	١٤٠	١٦.٦٧	١٠	٣٣.٣٣	٢٠	٥٠.٠٠	٣٠	- تعزز وسائل الإعلام الإتصال بالأفراد المستفيدين من أنشطة الترويج العلاجي لإبداء آرائهم فى مستوى الخدمة.

تابع جدول (٩)
التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الثالث وسائل إعلام أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
١٠	٦٨.٤٠	٤٠.٠٠٠	٧٢	٨٣.٣٣	٥٠	١٣.٣٣	٨	٣.٣٣	٢	- يوجد حملات ترويجية عن أهمية أنشطة الترويج العلاجي عبر الإنترنت.
١١	١٢٠.٠٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠٠	٠	- تتاح قناة الكترونية بموقع (يوتيوب) لعرض الفيديوهات الخاصة بأنشطة الترويج العلاجي المتاحة داخل الفندق الايكولوجي.
٦	٣٦.٧٠	٤٧.٢٢	٨٥	٧٠.٠٠٠	٤٢	١٨.٣٣	١١	١١.٦٧	٧	- تعرض صور وفيديوهات لأنشطة الترويج العلاجي المتوفرة داخل الفندق الايكولوجي من خلال صفحة الكترونية
١١	١٢٠.٠٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠٠	٠	- تعقد مؤتمرات دولية للتعريف بأنشطة الترويج العلاجي المتوفرة داخل الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.
٢	٤٣.٩٠	٨٩.٤٤	١٦١	٣.٣٣	٢	٢٥.٠٠	١٥	٧١.٦٧	٤٣	- تحقق وسائل الإعلام جذب سياح جدد لممارسة أنشطة الترويج العلاجي داخل الفنادق الايكولوجية.

تابع جدول (٩)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الثالث وسائل إعلام أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
٥	٣٩.٩٠	٤٨.٣٣	٨٧	٧١.٦٧	٤٣	١١.٦٧	٧	١٦.٦٧	١٠	- إمكانية الإتصالات التسويقية الإلكترونية التي يستخدمها الفندق الايكولوجي التعامل بكل لغات العالم للمساهمة فى التشييط السياحي.
٨	٥٨.٨٠	٤٣.٣٣	٧٨	٨٠.٠٠	٤٨	١٠.٠٠	٦	١٠.٠٠	٦	- يتم عمل تحديث دورى للأشطة الترويجية العلاجية على الموقع الخاص بالفندق الايكولوجي من أجل تقديم كل ما هو جديد فى عالم الترويج العلاجي

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية $0,05 = 0,99$

يتضح من جدول (٩) الخاص النسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الثالث (وسائل اعلام أنشطة الترويج العلاجي)، حيث تراوح الوزن التقديري لجميع عبارات المحورما بين (٦٠ - ١٧٥)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٣٣,٣٣% - ٩٧,٢٢%)، كما تراوحت قيمة (كا) للعبارات ما بين (١٠ الي ١٢٠) وهذه القيم داله احصائياً عند مستوي دلالة (٠,٠٥)

كما يتضح من جدول (٩) قصور فى وسائل اعلام أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية، وهذا يتفق مع نتائج دراسة "مرورة سيد وهبة" (٢٠١٥) بأنة لاتوجد سياسة تسويقية شاملة تستهدف كافة الأسواق المصدرة للأنشطة العلاجية

بهدف التسويق، ويرجع ذلك لقلّة الحملات الإعلامية في الداخل والخارج اللازمة للأنشطة الترويجية العلاجية. (٤٥:١٦)

بالإضافة إلى نتائج دراسة "أحمد ياسمين محمد" (٢٠١٥) أنه يوجد ضعف في الحملات الإعلامية الموجودة في قطاع السياحة العلاجية وعدم إدراك غالبية الشعب بالدور الذي يمكن أن تلعبه في الإقتصاد القومي وكذلك عدم التشجيع من جانب الحكومة (٢: ٧٦٥) كما توضح نتائج دراسة "أبوعجيلية حاجي حنيش" (٢٠٠٩) أن الدعاية والإعلان والنشر هما العنصران الأكثر أهمية ولهما دورا كبيرا في تنشيط السياحة المحلية. (١: ٩) وتشير توصيات دراسة "تسرين السعيد منصور" (٢٠١٧) أنه لابد الأخذ بالأساليب التكنولوجية الحديثة في التسويق ونشر المعلومات عن الأماكن العلاجية التي يتاح بها العلاجات الطبيعية، وكذلك نشر دليل الكتروني ويوزع على جميع الجهات المعنية الداخلية والخارجية للترويج للسياحة باللغات الرئيسية. (١٧: ٢٨٣)

ومن خلال العرض السابق يرى الباحثان أنه لابد أن يكون للفنادق الايكولوجية سياسة واضحة في استخدام الدعاية في وسائل الإعلام للترويج عن أنشطتها، وكذلك لابد من توفير كتب ومطبوعات عن الأنشطة الترويجية المتوفرة داخل الفنادق الايكولوجية، وكذلك تصميم إعلانات عن أنشطة الترويج العلاجي عبر وسائل الإعلام المختلفة وإنشاء قناة على اليوتيوب لعرض الفيديوهات الخاصة بأنشطة الترويج العلاجي داخل الفنادق الايكولوجية لجذب أكبر عدد من السياح من جميع أنحاء العالم

سيقوم الباحثان بعرض ومناقشة النتائج التي توصلوا إليها والخاصة بالإجابة على التساؤل ما معوقات أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ؟

جدول (١٠)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الرابع معوقات أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا ^٢	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
٧	٦٧.٦٠	٩١.١١	١٦٤	١٠.٠٠	٦	٦.٦٧	٤	٨٣.٣٣	٥٠	- الموسمية تؤثر على النزلاء بسبب الحرارة الشديدة في فصل الصيف.
١٠	٥٨.٩٠	٩٠.٥٦	١٦٣	٨.٣٣	٥	١١.٦٧	٧	٨٠.٠٠	٤٨	- صعوبة الحصول على تراخيص قبل البدء في عملية إنشاء هذه الفنادق الايكولوجية.

تابع جدول (١٠)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الرابع
معوقات أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا ^٢	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
١٣	٥٠.٨٠	٨٨.٨٩	١٦٠	١٠.٠٠	٦	١٣.٣٣	٨	٧٦.٦٧	٤٦	- ارتفاع تكاليف التنفيذ والتطبيق للفنادق الايكولوجية
٥	٩٢.١٠	٩٦.٦٧	١٧٤	١.٦٧	١	٦.٦٧	٤	٩١.٦٧	٥٥	- ضعف الموارد المالية والإمكانات المادية المتاحة لأنشطة الترويج العلاجي داخل الفنادق الايكولوجية
١٠	٦٧.٩٠	٩٠.٥٦	١٦٣	١١.٦٧	٧	٥.٠٠	٣	٨٣.٣٣	٥٠	- ارتفاع أسعار الإنتقالات
٧	٦٣.١٠	٩١.١١	١٦٤	٨.٣٣	٥	١٠.٠٠	٦	٨١.٦٧	٤٩	- ارتفاع أسعار الإقامة.
٦	٨٢.٣٠	٩٥.٥٦	١٧٢	١.٦٧	١	١٠.٠٠	٦	٨٨.٣٣	٥٣	- نقص الكوادر البشرية المؤهلة.
٤	٩٢.٥٠	٩٧.٢٢	١٧٥	-	٠	٨.٣٣	٥	٩١.٦٧	٥٥	- الأساليب التسويقية المتاحة غير مجدية وغير قادرة على جذب السياح
١	١٢٠.٠٠	١٠٠.٠٠	١٨٠	-	٠	-	٠	١٠٠.٠٠	٦٠	- أساليب التسويق لأنشطة الترويج العلاجي داخل الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية غير واضحة وغير معلنة من قبل الدولة.
٧	٦٣.١٠	٩١.١١	١٦٤	٨.٣٣	٥	١٠.٠٠	٦	٨١.٦٧	٤٩	- تدنى مستوى الخدمات لأنشطة الترويج العلاجي للفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية مقارنة بالسياحة في الدول المتقدمة.

تابع جدول (١٠)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الرابع
معوقات أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا ^٢	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
١٠	٦٧.٩٠	٩٠.٥٦	١٦٣	١١.٦٧	٧	٥.٠٠	٣	٨٣.٣٣	٥٠	- الإهتمام بالتخطيط والإشراف على أنشطة الترويج العلاجي غير كافي داخل الفنادق الايكولوجية
١٤	٣٢.٥٠	٨٦.١١	١٥٥	٨.٣٣	٥	٢٥.٠٠	١٥	٦٦.٦٧	٤٠	- إهمال الأستراتيجيات الصحية عند ممارسة أنشطة الترويج العلاجي.
٣	١٠٨.٤٠	٩٨.٨٩	١٧٨	-	٠	٣.٣٣	٢	٩٦.٦٧	٥٨	- قلة أنشطة الترويج العلاجي المتوفرة داخل الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.
١٥	٥٨.١٠	٧٩.٤٤	١٤٣	١.٦٧	١	٨.٣٣	٥	٧٣.٣٣	٤٤	- يوجد نقص في الأفراد المؤهلين علميا وعمليا من المتخصصين لتنفيذ أنشطة الترويج العلاجي داخل إدارة الفندق الايكولوجي.
١	١٢٠.٠٠	١٠٠.٠٠	١٨٠	-	٠	-	٠	١٠٠.٠٠	٦٠	- لا يوجد إدارة خاصة داخل كل فندق ايكولوجي متخصصة في أنشطة الترويج العلاجي فقط.

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يتضح من جدول (١٠) الخاص بالنسبة المئوية والاهمية النسبية وقيمة (كا) لاستجابات عينه البحث في المحور الرابع (معوقات أنشطة الترويج العلاجي)، حيث تراوح الوزن التقديري

لجميع عبارات المحور ما بين (١٤٣ - ١٨٠)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٧٩,٤٤٪ - ١٠٠٪)، كما تراوحت قيمة (كا) للعبارات ما بين (٣٢.٥٠ إلى ١٢٠) وهذه القيم داله احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)

ومن خلال العرض السابق تتفق نتائج دراسة " محمد محمد زينة" (٢٠١٢) مع نتائج الدراسة الحالية على أن أكبر المعوقات التي قد تواجههم في الفنادق الايكولوجية صعوبة الحصول على العديد من الرخص من أجل البدء في عملية الإنشاء وكذلك الموسمية في التشغيل. (١٤: ٦٧) كما تشير نتائج دراسة كلا من "هويدا أحمد حسين" (٢٠١١)، "مروة محمود وهبة" (٢٠١٥) أنه يعتبر من أكثر المعوقات هي عدم توافر الإستثمارات في المجال الفندقى والمنتجات العلاجية، لما يتطلبه هذا النوع من النشاط السياحى من رؤوس أموال ضخمة، وكذلك إرتفاع أسعار الإقامة، بالرغم من توافر الإمكانيات الإستشفائية. (٢٠: ١٦)، (١٦: ٦٠) وتوضح "فوزية الصادق العمورى" (٢٠١٨) أنه لا بد من من إقامة عدد من الفنادق المناسبة لكل فئات الدخل ولكل نماذج المرتبات وخاصة المناسبة لذوى الدخل المحدود (١٢: ٤٣٠)

وتضيف دراسة "هويدا أحمد حسين" (٢٠١١) فى توصياتها بضرورة الإهتمام بدراسة الإستراتيجية التسويقية التي تقدمها الدول المنافسة فى السياحة العلاجية والإستفادة منها من أجل تنمية نصيب مصر من حجم السياحة العلاجية الدولية. (٢٠: ١٣٦) ومن خلال العرض السابق يرى الباحثان أنه يوجد العديد من المعوقات التي تعيق بناء وتطوير الفنادق الإيكولوجية وكذلك تعيق استحداث أنشطة الترويج العلاجى بها، لذلك لا بد من تسهيل الإجراءات للمستثمرين وسهولة الحصول على التصاريح اللازمة لإنشاء الفنادق الايكولوجية، ووضع الاستراتيجيات والخطط اللازمة لتطوير الفنادق الايكولوجية وتوفير الأنشطة العلاجية فى جميع فصول السنة لجذب السياح على مدار العام وعدم الإعتماد على الموسمية فقط فى التشغيل.

سيقوم الباحثان بعرض ومناقشة النتائج التي توصلوا إليها والخاصة بالإجابة على التساؤل ما أساليب متابعة وتقييم أنشطة الترويج العلاجى ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية؟

جدول (١١)

التكرار والنسبة المئوية والاهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الخامس أساليب متابعة وتقويم أنشطة الترويج العلاجي ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	لا		نعم		عبارة	
				ت	%	ت	%		
١	٤٨.١٠	٨٥.٥٦	١٥٤	١١	٦.٦٧	٤	٧٥.٠٠	٤٥	- يتم قياس مدى رضا السياح عن أنشطة الترويج العلاجي المقدمة داخل الفندق الايكولوجي.
٢	٢٤.٤٠	٨٢.٢٢	١٤٨	١٠	٢٠.٠٠	١٢	٦٣.٣٣	٣٨	- يتوفر إجراءات دورية منتظمة للمحافظة على رضا النزلاء طوال فترة إقامتهم داخل الفندق الايكولوجي.
٣	١٢.٧٠	٧٧.٧٨	١٤٠	١٣	٢٣.٣٣	١٤	٥٥.٠٠	٣٣	- يتم دراسة الشكاوى والإستبيانات (Guest Comment) المقدمة من السياح.
٨	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	٦٠	١٠٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	- يوجد خطة سنوية لأنشطة الترويج العلاجي ينفذها الفندق الايكولوجي.
٨	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	٦٠	١٠٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	- يتم إعداد خطط شهرية لأنشطة الترويج العلاجي طبقاً للخطة السنوية.

تابع جدول (١١)
التكرار والنسبة المئوية والاهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث فى المحور
الخامس أساليب متابعة وتقويم أنشطة الترويج العلاجى ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية
مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
٨	١٢٠.٠٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠٠	٠	- يوجد وسائل لتقويم أنشطة الترويج العلاجى المتوفرة داخل الفندق الايكولوجى للتأكد من مدى تحقيقها لأهدافها.
٧	٦٣.١٠	٤٢.٢٢	٧٦	٨١.٦٧	٤٩	١٠.٠٠٠	٦	٨.٣٣	٥	- يتوفر خطط مستقبلية لإدخال أنشطة ترويج علاجى جديدة للفندق الايكولوجى.
٨	١٢٠.٠٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠٠	٠	- يقدم متخصص فى الترويج العلاجى داخل الفندق الايكولوجى تقرير ختامى فى نهاية رحلة السائح لدراسة مدى التقدم لحالة السائح.
٨	١٢٠.٠٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠٠	٠	- تتاح خدمة متابعة حالة السائح المرضية عبر شبكات الإنترنت بعد مغادرة الفندق الايكولوجى.
٨	١٢٠.٠٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠٠	٠	- يتوفر سجلات خاصة لأنشطة الترويج العلاجى مسجل بها تقرير كامل عن كل نشاط منفذ.

تابع جدول (١١)
التكرار والنسبة المئوية والاهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث فى المحور
الخامس أساليب متابعة وتقويم أنشطة الترويج العلاجى ببعض الفنادق الايكولوجية بجمهورية
مصر العربية ن=٦٠

الترتيب	قيمة كا	الأهمية النسبية	الوزن التقديري	الى حد ما		لا		نعم		عبارة
				%	ت	%	ت	%	ت	
٦	٧٤.١٠	٤٣.٣٣	٧٨	٨٥.٠٠	٥١	-	٠	١٥.٠٠	٩	- جمع بيانات من خلال الإستبيانات (Guest Comment) للسياح عن مدى احتياجهم لإدراج أنشطة ترويجية علاجية جديدة.
٥	٤١.٧٠	٤٥.٠٠	٨١	٧١.٦٧	٤٣	٢١.٦٧	١٣	٦.٦٧	٤	- جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بأنشطة الترويج العلاجى المقدمة فى الفنادق الايكولوجية العالمية للاستفادة منها لمواكبة كل ما هو جديد.
٤	٢.١٠	٧٠.٠٠	١٢٦	٣١.٦٧	١٩	٢٦.٦٧	١٦	٤١.٦٧	٢٥	- يستخدم الفنادق الايكولوجى الإجراءات الوقائية تحسبا لأى مشكلة يمكن حدوثها.
٨	١٢٠.٠٠	٣٣.٣٣	٦٠	١٠٠.٠٠	٦٠	-	٠	٠.٠٠	٠	- يوجد لدى الفنادق الايكولوجى اتفاقيات شراكة مع فنادق عالمية.

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يتضح من جدول (١١) الخاص النسبة المئوية والاهمية النسبية وقيمة (كا) لإستجابات عينه البحث في المحور الخامس (أساليب متابعة وتقييم أنشطة الترويج العلاجي)، حيث تراوح الوزن التقديري لجميع عبارات المحور ما بين (٦٠ - ١٥٤)، كما تراوحت الاهمية النسبية للعبارات ما بين (٣٣,٣٣% - ٨٥,٥٦%)، كما تراوحت قيمة (كا) للعبارات ما بين (٢,١٠ إلى ١٢٠) وهذه القيم داله احصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥)، عدا عبارة رقم (٨٦) وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة "محمد محمد زينة" (٢٠١٢) أن الطرق المستخدمة في قياس رضا النزلاء قد تكون بدائية وتفتقد المصداقية وبالتالي لا تحقق مستوى عالي من الرضا عند السياح، حيث أن مستوى الرضا له دور كبير في جذب أكبر عدد من النزلاء الجدد، حيث أن عدم اهتمام الفندق بقياس مستوى رضا النزلاء بموضوعية واستخدام طرق مختلفة سواء مباشرة أو غير مباشرة له مخاطر كبيرة تؤثر على تشغيل الفندق. (١٤: ٦٦)

وتشير توصيات دراسة كلا من "إيمان محمد فريجات" (٢٠١٩)، "يمينة سهايلية" (٢٠٢١) أنه لا بد من متابعة حالة المرضى (السياح) بعد عودتهم لبلدانهم من خلال برامج زمنية لمتابعة حالتهم الصحية ولإشعارهم باستمرار العلاج حتى بعد مغادرة الفندق عن طريق وسائل التواصل الإجتماعي المختلفة. (٦: ٣٢)، (٢١: ٦٠٣)

ويوضح "أسعد سليم لهمود" (٢٠١٤) أن مصر تمتلك العديد من المصادر الطبيعية التي وهبها الله سبحانه وتعالى لها لذلك لا بد من الإهتمام بصيانة وتطوير مواقع العيون واليانبع من خلال وضع خطط منظمة ومدروسة من أجل استثمار تلك الأماكن وتحقيق دخل عالي سواء بالنسبة للسياحة الداخلية أو الخارجية. (٣: ٤٥٥، ٤٥٦)

وفي هذا الصدد توضح دراسة "هويدا أحمد حسين" (٢٠١١) أن المناطق العلاجية في مصر تفتقر إلى خطة تسويقية أو تنشيطية تستطيع وضعها على خريطة السياحة العالمية واستغلال امكانياتها الإستغلال الأمثل. (٢٠: ١٣٤)

ويرى الباحثان أن لوسائل المتابعة والتقييم دور هام في تطوير أنشطة الترويج العلاجي داخل الفنادق الايكولوجية وكذلك ترسيخ قاعدة الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية حيث أنه لا بد من قياس رضا السائح عن أنشطة الترويج العلاجي المقدمة داخل الفندق الايكولوجي، ودراسة الشكاوى المقدمة من السياح والعمل على حلها وإعداد خطط سنوية وشهرية قابلة للتعديل لأنشطة الترويج العلاجي داخل الفندق الايكولوجي.

استخلاصات البحث:

- فى ضوء الأهداف والتساؤلات الخاصة بالبحث واستانداً على الإجراءات العلمية وفى اطار المعالجات الإحصائية قد توصل الباحثان إلى الإستخلاصات التالية:
- عدم وجود امكانات (مادية وبشرية) لأنشطة الترويح العلاجى بصورة كافية فى الفنادق الايكولوجية قيد الدراسة.
 - ندرة فى أنشطة الترويح العلاجى داخل الفنادق الايكولوجية قيد الدراسة.
 - يوجد قصور فى الحملات الإعلامية لأنشطة الترويح العلاجى الموجه بالفنادق الايكولوجية قيد الدراسة.
 - يوجد العديد من المعوقات التى تعيق تطوير أنشطة الترويح العلاجى داخل الفنادق الايكولوجية قيد الدراسة.
 - لا يوجد أساليب لمتابعة وتقييم أنشطة الترويح العلاجى بالفنادق الايكولوجية قيد الدراسة.

توصيات البحث :

- بناء على الاستخلاصات الخاصة بموضوع الدراسة يتقدم الباحثان التوصيات التالية:
- وضع استراتيجيات لتطوير أنشطة الترويح العلاجى بالفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.
 - ضرورة توفير امكانات أنشطة الترويح العلاجى بالفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.
 - الإرتقاء بمستوى الإعلام الموجه نحو الفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية من خلال الأساليب التكنولوجية الحديثة.
 - تشجيع المستثمرين على إنشاء الفنادق الايكولوجية واستغلال الموارد الطبيعية المتوفرة فى البيئة المصرية.
 - الإستعانة بالمتخصصين من جميع أنحاء العالم لتطوير قطاع أنشطة الترويح العلاجى بالفنادق الايكولوجية بجمهورية مصر العربية.

((المراجع))**أولاً: المراجع العربية:**

- ١- أبو عجيبة حاجى حنيش (٢٠٠٩): أثر عناصر المزيج الترويجى على اتجاهات السياح نحو السياحة المحلية فى ليبيا، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، ليبيا.

- ٢- أحمد ياسمين محمد (٢٠١٥): السياحة العلاجية في مصر، بحث منشور، المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة، العدد ٢، ١، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- ٣- أسعد سعيد لهماود (٢٠١٤): مقومات السياحة العلاجية في محافظة النجف الأشرف، بحث منشور، المجلد ٧، العدد ٢٠، كلية الآداب، جامعة الكوفة.
- ٤- الهيئة العامة لتنمية السياحة (٢٠٠٠): إرشادات عامة لتنمية الايكولوجيا في مصر.
- ٥- أمال محمد فكيرو (٢٠٢٠): الإدارة البيئية للفنادق (استراتيجية جديدة للتنمية السياحية المستدامة)، بحث منشور، مجلة العلوم الانسانية، المجلد ٣١، العدد ٢٢، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيسى، الجزائر
- ٦- إيمان محمد فرحات (٢٠١٩): واقع السياحة العلاجية في مدينة عمان، بحث منشور، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، المجلد ٢٥، العدد ٣، مجلة المنارة للبحوث والدراسة، جامعة آل البيت.
- ٧- جمال محمد الكردي (٢٠٠٧): أضواء على السياحة العلاجية، مقال منشور، مجلة الإقتصاد والمحاسبة، العدد ٦٢٢، نادى التجارة.
- ٨- حياة حكيمة نعيمى، براهيمى بن حراث (٢٠١٨): الفندق الإيكولوجى كأحد الوسائل الحديثة فى تنمية السياحة البيئية، بحث منشور، الملتقى الوطنى حول السياحة والترفيه، المركز الجامعى للدراسات الإجتماعية والنفسية، جده.
- ٩- ساره عاطف وهبة (٢٠٠٨): الفندق البيئى كأحد مقومات الجذب للسياحة البيئية، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد ٢، العدد ١٤، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- ١٠- سامية حسن حسين (٢٠١٧): الترويج العلاجى، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية.
- ١١- صبرى عبدالسميع حسين (٢٠٠٧): التسويق السياحى والفندقى، المنظمة العربية للتنمية الادارية، عمان.
- ١٢- فوزية الصادق العمورى (٢٠١٨): دور التخطيط الممنهج فى نشر التنمية السياحية بين سكان ليبيا، بحث منشور، مجلة جامعة المدينة العالمية، العدد ٢٣، جامعة المدينة العالمية.
- ٢٣- محمد محمد الحماحمى، كمال عبدالرحمن درويش (٢٠٠٧): رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، ط٣، مركز الكتاب للطباعة والنشر، القاهرة.

- ٢٤- محمد محمد زينة (٢٠١٢): المعوقات التي تواجه تنمية الفنادق البيئية فى مصر وسبل إزالتها، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد ٩، العدد ٢، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- ٢٥- مروان اسماعيل القره (٢٠٠١): التربية الترويحية وأوقات الفراغ، مؤسسة الوراق، عمان الأردن.
- ٢٦- مروة سيد وهبة (٢٠١٥): دور التسويق السياحى فى تحقيق ميزة تنافسية لمصر كمقصد علاجى، رسالة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- ٢٧- نسرین السعيد منصور (٢٠١٧): استراتيجية تسويق مقترحة لمواقع العلاج الاستشفائى الطبيعى فى مصر، بحث منشور، المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة، العدد ٢، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- ٢٨- نهلة جابر عامر (٢٠١٤): دور الفنادق العلاجية فى تنشيط حركة السياحة العلاجية فى مصر والأردن دراسة حالة عن واحة سيوة مصر، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد ١١، العدد ١، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- ٢٩- هبة محمد بوشوشة (٢٠١٩): التوجه نحو الفنادق الخضراء داخل القطاع الفندقى، بحث منشور، مجلة الباحث الإقتصادى، المجلد ٧، العدد ١١، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم العلوم التسيير، جامعة سكبسدة الجزائر.
- ٣٠- هويدا أحمد حسين (٢٠١١): متطلبات تنمية الفندق العلاجية فى مصر بالتطبيق على منطقة سفاجا، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والفنادق، المجلد ٨، عدد خاص، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- ٣١- يمينة سهليلية (٢٠٢١): مقومات نجاح السياحة العلاجية، بحث منشور، مجلة ابعاد اقتصادية، المجلد ١١، العدد ٢، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمجد بوقرة بومرداس.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 22- Baker MA, Davis EA (2014): Devekoping extended theory of planned behavior model to predict con summers. Intertion to visit ecologist hotels, international of Hospitality management, volme 36, Issuse 1, p.p 221-230.