



قياس تأثير رضا ذوي الهمم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم على دمجهم في السوق السياحي

أ.م.د. عزه محمد عبد السلام
المعهد المصري العالي للسياحة والفنادق
جمهورية مصر العربية

المعلومات المقالة	الملخص
الكلمات المفتاحية: ذوي الهمم؛ الخدمات السياحية؛ رضا السائح؛ عوائق الرضا؛ المنشآت السياحية	تشكل فئة ذوي الهمم نسبة كبيرة من المجتمع لذلك يجدر الاهتمام بها ومعرفة ما تواجهه من مشكلات، لذلك استهدف هذا البحث قياس تأثير رضا ذوي الهمم عن الخدمات والبرامج السياحية المقدمة لهم من خلال الشركات والمنشآت السياحية وتقييمها والعمل على تحسينها وتطويرها وقد تم التطرق في الجانب النظري إلى مفهوم سياحة ذوي الهمم والخدمات السياحية المقدمة لهم والعوامل التي تؤثر على رضاهم عنها والتحديات التي تواجههم، وفي الدراسة الميدانية فقد تم توجيه الاستبيان لعدد من سائحي ذوي الهمم في عدد من المناطق السياحية اعتمادا على المقابلات الشخصية معهم وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من التوصيات الهامة منها:
(IJTHS), O6U المجلد 4، العدد 1، يناير 2023 ص 64 - 89 تاريخ الاستلام: 2022/12/18 تاريخ القبول: 2023/1/2 تاريخ النشر: 2023/1/20	لعمل على إعداد دليل شامل يتضمن كل المرافق السياحية المناسبة لاستقبال ذوي الهمم والعمل على تشجيع الاستثمار في هذا النمط من السياحة والعمل على إقامة مؤتمرات والندوات لرفع الوعي بهذا النمط السياحي. لعمل على تحفيز شركات السياحة بتقديم برامج سياحية ووسائل انتقال مجهزة هذه الشريحة.

مقدمة

تشكل شريحة ذوي الهمم نسبة لا يستهان بها حيث بلغت أكثر من 10% من إجمالي السياحة العالمية، وحسب تقرير البنك الدولي يشكل ذوي الهمم من 10-20% من نسبة السكان في كل دولة من دول العالم.

ويعرف هذا النوع من السياحة بكونها عالية التكلفة مقارنة مع بقية أشكال السياحة الأخرى وذلك لاحتمال قيام السائح من ذوي الهمم إلى اصطحاب مرافق له يساعده في تحركاته وتنقلاته وتحمله لنفقات إضافية نتيجة لذلك. (مصطفى، خياط، 2020) وذوي الهمم من الأفراد الذي يجدر الاهتمام بهم والعمل على دمجهم في المجتمع كأنهم أشخاص عاديون يمارسون حياتهم كغيرهم من الأفراد والعمل على إعطائهم قدر كافي من الرعاية المختلفة الجوانب وذلك لمساعدتهم على التكامل والترابط والنضج الاجتماعي إضافة إلى تنمية روح التتامي بين بعضهم البعض والعمل على إعادة التوازن بينهم، وذلك بهدف تحقيق رضاهم خاصة بعد ارتفاع نسب ذوي الهمم ومعاناتهم من مشاكل التهميش وبذلك تزيد وتظهر الحاجة إلى تقييم رضاهم عن الخدمات والبرامج السياحية المقدمة لهم من أجل توسيع نطاق المعرفة لديهم وتنمية مهاراتهم وتأقلمهم مع السوق السياحي وتسهيل الضوء عليهم. (عبد الرازق، فهيم، 2009).

المشكلة البحثية

تعد سياحة ذوي الهمم منتج حديث لم ينل بعد ما يستحقه كمنتج متنامي عالمياً ليتلائم مع ما يمتلكه الوطن العربي من إمكانيات مادية وبشرية، ومن هنا يجب الاهتمام بسياحة ذوي الهمم والعمل على توفير الخدمات والتسهيلات اللازمة لهم لجذب المزيد من أفراد هذه الشريحة من المجتمع، حيث أن هذا سيحقق تنوعاً في المنتج السياحي ويضيف نمطاً سياحياً جديداً (الزهراني، 2022) لذلك استهدف هذا البحث قياس تأثير را ذوي الهمم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم على دمجهم في السوق السياحي، وتتمثل مشكلة البحث في محاولتها الإجابة على التساؤلات التالية:

1. هل تمارس هذه الفئة حقها في السياحة كغيرها من الفئات الأخرى.
2. هل تنظم شركات السياحة برامج سياحية بشكل كافي لذوي الهمم.
3. ما مستوى رضا ذوي الهمم عن البرامج والخدمات السياحية المقدمة لهم.
4. ما أبرز المشكلات التي تواجه ذوي الهمم وما هي مقترحات حلها.

فرضيات البحث

تتمثل فرضيات البحث في

- الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدم توافر البرامج والخدمات السياحية المقدمة لشريحة ذوي الهمم وضعف الحركة السياحية الواردة من هذه الشريحة.
- الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضعف محتويات البرامج السياحية المقدمة لشريحة ذوي الهمم وبين نسبة الرضا لديهم.
- الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين توفير الخدمات والبرامج السياحية المقدمة لسائحي ذوي الهمم ودمجهم في السوق السياحي.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة في أنها تقوم على قياس تأثير رضا ذوي الهمم عن البرامج والخدمات السياحية المقدمة لهم من المنشآت السياحية المعنية بتوافر كافة الخدمات التي يحتاجها ذوي الهمم والتعرف على نقاط القوة والضعف والمشكلات التي تعوق رضاهم عن البرامج والخدمات المقدمة، بالإضافة إلى تقديم بعض المقترحات التي تقوم على توافر البرامج والخدمات السياحية المقدمة لهم والتي تساعدهم على تنمية مهاراتهم والتأقلم مع السوق السياحي.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى ما يلي:

1. قياس مدى رضا ذوي الهمم من الخدمات السياحية المقدمة لهم.
2. تحديد آليات مساعدة هذه الشريحة على دمجه في السوق السياحي
3. دراسة كيفية التحسن المستمر في نوعية الخدمات والبرامج المقدمة لهم من قبل المنشآت السياحية المعنية بتوفير كافة الخدمات التي يحتاجها سائحي ذوي الهمم
4. تحديد أهم المشكلات التي تواجه هذه الشريحة والعمل على وضع عدد من المقترحات لحلها.
5. الوقوف على نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات التي تواجه سائحي ذوي الهمم.

أولاً: الدراسة النظرية

تعريف سياحة ذوي الهمم : بأنها فئات أو أفراد مختلفون فيما بينهم فيما يتعلق بخصائصهم الشخصية والانفعالية والاجتماعية، إلا أنهم يتشابهون مع أقرانهم العاديين في بعض الخصائص والحاجات العامة. (حنفي، 2000).

أو تعرف بأنها الفئات غير السوية جسدياً أو حسيماً أو فكرياً أو حركياً أو اجتماعياً أو عقلياً يصفهم المجتمع بأنهم غير أسوياء لمعتقدات مختلفة ويحتاجون إلى رعاية خاصة وبيئات علاجية مناسبة. (الزنفلي، رياض، 2009).

أو فئة من الأفراد الذين يختلفون عن العامة في صفاتهم وقدراتهم العقلية أو الحسية أو البدنية أو الانفعالية والسلوكية مما يجعلهم في حاجة إلى تدخل ومساعدة من الأسرة والمجتمع لتوفير أساليب وإمكانات خاصة تعمل على دعم تكيفهم مع المجتمع (عمر وآخرون، 2018، ص10)، ويدخل في نطاق هذه الفئة من يطلق عليهم المعاقين وكذلك من يتمتعون بقدرات وإمكانات عقلية وحسية وبدنية فائقة ومتميزة وبموهبة فطرية خلاقة. (النواصره، 2006).

العوامل التي أدت إلى الاهتمام بسياحة ذوي الهمم

تتمثل أهم العوامل في الآتي (أبو النصر ، 2014 ، الجوهرى، 2020):

- فتح آفاق أخرى لسائحي ذوي الهمم للاستمتاع بحياتهم.
- الحق في الحياة مثل الإنسان السوي.
- الدمج بين ذوي الهمم وبين أفراد المجتمع.
- تقديم خدمة سياحية مناسبة عالية الجودة.

الخدمة

عبارة عن نشاط إنساني يتم من خلال تقديم منافع بحيث يكون هذا النشاط غير ملموس لا يتم حيازته وامتلاكه (قاسم، 2006).

الخدمة السياحية

عرفت بأنها أوجه نشاط غير ملموس تهدف إلى إشباع الرغبات والاحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك مقابل دفع مبلغ معين من المال وتشمل الخدمات السياحية الإيواء - التجهيزات السياحية - الأطعمة - التسلية والترفيه (الضمور، 2005).

خصائص الخدمة: تتمثل خصائص الخدمة فيما يلي : (summer,2009)

- 1- اللا ملموسية: أي لا يمكن تذوقها أو رؤيتها وهي الخاصية التي تميز الخدمة عن السلعة.
- 2- التلازمية (عدم الانفصال): نعني بها درجة الارتباط بين الخدمة ومقدمها.
- 3- عدم التجانس: من الصعب إيجاد معايير موحدة في حالة إنتاج الخدمة أي من الصعب الحكم على جودة الخدمة قبل الشراء من طرف العميل.
- 4- عدم القابلية للتخزين: فالخدمة تستهلك وقت إنتاجها وبالتالي عدم إمكانية تخزينها وهذا يجعل الأمر صعب بالنسبة للمنشآت الخدمية وذلك في حالة حدوث تقلبات في الطلب يؤدي إلى تغير في الأسعار أو استخدام طرق جديدة في الترويج.
- 5- عدم انتقال الملكية: العميل يمكنه استعمال الخدمة لمدة معينة دون امتلاكها.

جودة الخدمة تعرف جودة الخدمة بأنها نتيجة عملية تقييم يقارن فيها العميل توقعاته بمستوى الخدمة المقدمة له (عيسى، ومخلوف، 2017)، في حين يرى آخرون أنها ناتجة عن مقارنة الأداء الفعلي للخدمة بالمعايير المثالية (Yu et al 2005) واجمالاً هي : قياس مدى مطابقة مستوى الخدمة المقدمة لتوقعات العميل. (الضمور، 2005).

الخدمات المقدمة لسائحي ذوي الهمم

تتمثل الخدمات المقدمة لرعاية وتأهيل ذوي الهمم في الآتي: (Allan,2015، الزنفلي، رياض، 2009، عاكف، 2011، مصطفى، خياط، 2020، الزهراني، 2022).

- خدمات اجتماعية تتمثل في كيفية التعامل معهم والتواصل بين المنشأة السياحية وأسرههم للوقوف على قدراتهم واستعداداتهم من أجل تعزيز ثقتهم بأنفسهم وتحقيق القبول الاجتماعي.
- خدمات نفسية تتمثل في التعرف على ميولهم وهواياتهم وذلك من خلال توفير برامج تنسجم مع قدراتهم والبعد عن حالات الخوف والقلق والتردد ومساعدتهم على فهم أنفسهم وإعاقتهم.
- خدمات ترفيهية من خلال تنمية قدراتهم واستعداداتهم بشكل سليم مما ينعكس على رضاهم النفسي والاجتماعي.
- الخدمات الرياضية: من خلال تنمية قدراتهم واستعداداتهم بشكل سليم مما ينعكس على وضعهم النفسي والاجتماعي.
- خدمات متعلقة بالموقع السياحي تتمثل في توفير نشرات عن الموقع - توافر وسائل نقل معدلة لذوي الهمم - ممرات منحدره في الموقع - لافتات على الأبواب والمداخل والمرافق المختلفة - معلومات وإرشادات صوتية عن الموقع وبكل الوسائل المناسبة لهم.

-خدمات مقدمة في الموقع مثل توافر وسائل مساعدة معهم لمختلف أنواع الإعاقة - أماكن للجلوس مناسبة ومريحة - توافر أنظمة تحذير صوتية وإنذار وميض لاستخدامها عند الضرورة أو في حالات الطوارئ.

الرضا

يستحوذ رضا العملاء على أهمية كبيرة في سياسة أي منشأة خدمية ويعد من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أدائها بالإضافة إلى أنه يقلل من احتمال توجه العملاء إلى منشآت أخرى منافسة. (أبو النجا، 2008).

تعريف الرضا عن الخدمات السياحية

بأنه تقييم السائح للخدمة من خلال قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية احتياجاته وتوقعاته وأن عدم الرضا ناتج عن فشل الخدمة في تلبية حاجاته وتوقعاته وبالتالي رضاه يتأثر بإدراكه لجودة الخدمة والسعر وكذلك العوامل الموقفية والشخصية (الطائي، 2019). كما يعرف بأنه هو إدراك العميل لمستوى تلبية مطالبه وهذا يخلق نوع من الارتباط بين العميل والمنشأة (يحياوي، بوحديد، 2018).

أهمية الرضا عن الخدمات السياحية

تسعى كل منشأة سياحية لكسب رضا عملائها وذلك من خلال: (الصحن، 2002، محي الدين، 2017، قریشان، فلاف، 2020، مقابلة، 2011)

- 1- رضا السائح عن الخدمات المقدمة له يقلل من احتمال خسارته وبذلك تحتفظ المنشأة بمكانتها السوقية، كما أنه يولد عملاء جدد.
- 2- رضا السائح يمثل تغذية عكسية للمنشأة بحيث تكون على دراية أكثر بمتطلبات السائح وبالتالي العمل على تطوير الخدمة المقدمة وتحقيق ميزة تنافسية لهذه الشريحة .
- 3- يعتبر رضا السائح مقياس لجودة الخدمات السياحية المقدمة من قبل المنشآت السياحية التي يتم التعامل معها.
- 4- رضا السائح عن الخدمة المقدمة من المنشأة السياحية يكون سببا في أن قراره بالعودة إليها سيكون سريعا وسيقلل من احتمال توجهه إلى منشأة أخرى منافسة.
- 5- رضا السائح عن الخدمة المقدمة إليه سيساعد المنشأة في توسيع نطاق الأنشطة والخدمات التي تقدمها لهذه الشريحة.

العوامل المؤثرة على الرضا تجاه البرامج والخدمات المقدمة لسائحي ذوي الهمم

تتمثل العوامل المؤثرة على الرضا تجاه البرامج والخدمات المقدمة لهم فيما يأتي (حيتمش ، الغريبي، 2020، الزهراني، 2022، مصطفى، خياط، 2020):

- 1- توافر برامج وخدمات لسائحي ذوي الهمم تتوافق مع النوع والعمر ودرجة ونوع الإعاقة وتسهيل وصولهم لها ومساعدتهم في التمتع بالرحلة السياحية.
- 2- العمل على تنمية القوى البشرية ورفع كفاءتها لتلبية متطلبات هذه الشريحة من خلال الاستعداد التام للتعامل مع المشكلات التي تواجههم والسيطرة عليها وكيفية التواصل معهم .

- 3- الإعلام والترويج الجيد لشريحة ذوي الهمم من خلال تفعيل الجهود الترويجية والتسويقية المتمثلة في التعريف بهذه السياحة ومتطلباتها والخدمات المطلوبة لها وإجراءات الحجوزات المختلفة لهم.
- 4- العمل على تحسين وسائل النقل والمرافق الخاصة بهم وعمل التسهيلات البيئية الخاصة بالمواقع السياحية المختلفة .
- 5- العمل على دمج ذوي الهمم في الرحلة السياحية ويقصد بذلك دمجهم مع إقرانهم مع تقديم الخدمات المساندة لهم وتقليل العزلة والتقبل من المجتمع والاشتراك في الأنشطة السياحية المختلفة وممارسة الرياضيات المناسبة لهم.

قياس مستوى جودة الخدمة المقدمة لذوي الهمم

هناك خمسة مستويات لجودة الخدمات المقدمة لسائحي ذوي الهمم (مرسى، 2008، العساف، 2019، لعلوح، زين الدين، 2016):

- 1- الجودة المتوقعة: مطابقة لمستوى الخدمة المتوقع الحصول عليها.
- 2- الجودة المدركة: نوعية الخدمة التي يتم تقديمها لسائحي ذوي الهمم وتشبع رغباتهم بمستوى عالي من الجودة
- 3- الجودة العينية: وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة لهم من قبل العاملين بالمنشآت السياحية.
- 4- الجودة الفعلية: وهي تعبر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل يرضي سائحي ذوي الهمم أو كيف يرفع العاملين مستوى تقديم الخدمة بشكل يرضيهم.
- 5- الجودة المرجوة للعملاء: أي مدى الرضا والقبول التي يمكن أن تحصل عليها المنشأة من سائحي ذوي الهمم لتلك الخدمات.

محاور جودة الخدمة السياحية لرضا ذوي الهمم

- تتمثل محاور جودة الخدمة المقدمة لسائحي ذوي الهمم فيما يلي (القريشي، 2013، 2002، Mcstghel):
- المظاهر المحسوسة: المتعلقة بالخدمة المقدمة لهم بالنسبة لهذه الشريحة - والبرامج الخاصة بهم والاهتمام الذي يحصل عليه السائح وما يتم تقديمه فعلاً له.
 - الواقعية: وتتمثل في الالتزام بالمواعيد الخاصة بالرحلة - الخدمة الجيدة - الإيجابية في حل المشاكل التي تعترض الرحلة.
 - الاستجابة: تتمثل في سرعة الاستجابة-الدقة-الرغبة في مساعدة سائحي ذوي الهمم والعمل على تطوير الخدمة المقدمة لهم.
 - الثقة والأمان: بمعنى الشعور بالأمن والأمان وإعطاء الثقة لهم.
 - العلاقة الشخصية: متمثلة في الاهتمام الفردي بسائحي ذوي الهمم والعناية الشخصية بهم وبكل متطلباتهم طول فترة الرحلة.
- تقييم البرامج والخدمات يعرفها كل من (Gargiulo&Kilgi,2000) بأنها عملية موضوعية منظمة لجمع المعلومات المتعلقة بالبرنامج وأنشطته المختلفة بقصد التأكد من قدرة البرامج والخدمات على تحقيق الغايات والأهداف التي أقيم من أجلها (Gargiulo, et al, 2000)

أهمية التقييم

تتمثل أهمية التقييم فيما يلي (حتيمش، الغريبي، 2020):

- 1- معرفة مدى فاعلية البرامج والخدمات التي تم إعدادها لهذه الشريحة.
- 2- معرفة مدى كفاءة الأساليب المتبعة لتحقيق الأهداف المرجوة لهذه الشريحة .

تقييم جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي ذوي الهمم

يتعلق تقييم جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم بمدى مطابقة جودة الخدمة المقدمة لاحتياجاتهم وتوقعاتهم لهذه الشريحة وذلك من خلال ما يلي: (قريشان، فلاف، 2020):

- 1- مقاييس عدد الشكاوي: ويتمثل ذلك في حصر عدد الشكاوي خلال فترة معينة للخدمات المقدمة لهم من المنشآت السياحية.
- 2- مقاييس الرضا: وذلك من خلال قائمة الاستبيان التي تتعلق بشعور سائحي ذوي الهمم نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف بها.
- 3- مقياس الفجوة: تعتمد على مقارنة توقعات سائحي ذوي الهمم بشأن الخدمة وإدراكاتهم لمستوى جودتها المقدمة بها.

التحديات التي تواجه سائحي ذوي الهمم

هناك العديد من التحديات التي تواجه سائحي ذوي الهمم منها ما يلي: (القريطي، 2005، Darcy, 2002، الزهراني، 2022، سيد لطيف وأخرون، 2015، Foggin, 2001، السيد مرتضى وأخرون، 2009):

- تحديات متعلقة بالسائح نفسه متمثلة في (الخوف من المشاركة في الرحلة - الخوف من الآخرين - عدم الانسجام مع الآخرين - الحرج منهم) وهذه المشكلة لها تأثير معنوي سلبي على أصحابها وتستلزم الاهتمام بهم من قبل منظمي البرامج الخاصة بهم أو موردي الخدمات.
- تحديات اقتصادية: تتمثل في الظروف المادية الصعبة التي تمنع ذهابهم في رحلات سياحية.
- تحديات متعلقة بالموقع: تتمثل في صعوبة الوصول له وصعوبة استخدام مرافق الموقع وعدم وجود أماكن استقبال للراحة إضافة إلى عدم كفاية الترتيبات والمرافق المواجهة لهم. (تحديات متعلقة بالإقامة: تتمثل في مدى قرب أو بعد منشآت الإقامة من المطارات والموانئ بالإضافة إلى قلة توافر الاستراحات على الطرق المؤدية لها.
- تحديات اجتماعية: متمثلة في عدم الرغبة في المشاركة في الرحلات السياحية لشعوره الداخلي بأنه غير مرغوب فيه سواء بالنسبة لأسرته أو لرفقاء الرحلة السياحية.
- تحديات متعلقة بنقص البرامج المقدمة لهم: متمثلة في قلة محتويات البرامج السياحية التي تقدم لهذه الشريحة وعدم كفاية الخدمات التي يتم الاحتياج لها بالنسبة للطرق المؤدية للمزار السياحي وضعف الترويج وعدم الاهتمام بدراسة السوق والاتصال بالموردين وقلة الاهتمام بالاستعدادات والتجهيزات الخاصة بهذه الشريحة، إضافة إلى نقص المعلومات الخاصة بتخطيط رحلات ذوي الهمم.

- تحديات متعلقة بوسائل النقل: عدم وجود وسائل نقل مصممة لنقل ذوي الهمم إضافة إلى عدم وجود أماكن مخصصة لتناول الطعام الخاص بهم وهذا يؤدي إلى ارتفاع التكلفة الخاصة بالرحلة والتي بدورها تؤدي إلى تراجع نسبة كبيرة منهم على الإقدام على فكرة السفر والسياحة.
- تحديات متعلقة بالخدمات المساعدة لهم: متمثلة في توفير الاجهزة التعويضية الخاصة بهم طول فترة الرحلة.
- تحديات متعلقة بالعمالة: وهي متمثلة في توفير عمالة مدربة قادرة على التعامل مع هذه الشريحة بالطرق المناسبة وكذلك العمل على تصميم برامج تدريبية للتأهيل التعليمي للمرشدين السياحيين عن كيفية التعامل معهم فى المناطق الأثرية.
- تحديات متعلقة بدور الأجهزة السياحية الرسمية وغير الرسمية: ويتمثل ذلك فى عدم وضوح دور الأجهزة السياحية الرسمية وغير الرسمية فى تقديم التسهيلات الفعلية وفق خطط مدروسة لسياحة ذوي الهمم.

التحليل الرباعي لنقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لسياحة ذوي الهمم

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - تتميز سياحة ذوي الهمم بزيادة إنفاقها حيث يزيد معدل إنفاق الفرد بنسبة 20-30% عن السائح العادي. - تساهم سياحة ذوي الهمم فى دعم اقتصاد العديد من الدول. - تحسين مستوى المعيشة وتخفيض نسبة الفوارق بين الشعوب. 	<ul style="list-style-type: none"> - محدودية محتويات البرامج السياحية لسائحي ذوي الهمم. - ضعف مستوى الجودة فى الخدمات المقدمة لهذه الشريحة. - عدم توافر الخبرة والكفاءة فى كيفية التعامل مع هذه الشريحة.
الفرص	التهديدات
<ul style="list-style-type: none"> - إعداد وكالات سياحية متخصصة للتعامل مع شريحة ذوي الهمم. - توفير خدمات سياحية وبرامج سياحية تعمل على دمجهم فى السوق السياحي. - إعادة تجهيز المرافق والخدمات بما يلئم احتياجاتهم وقدرتهم. 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم توفر البنية التحتية والخدمات والتسهيلات الملائمة لهم. - قلة وعي الشركات السياحية بأهمية هذه الشريحة وتقديم رحلات خاصة بهم. - ضعف التسويق والترويج لهذه الشريحة

المصدر: (الطائي، العبادي، 2009، سيدا عمر، 2020)

ثانيا: الدراسة الميدانية

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف موضوع البحث وصفاً دقيقاً من خلال المعلومات والبيانات وتحليلها وكذلك إجراء الدراسة الميدانية من خلال عمل استمارة الاستبيان وتوزيعها على عينة عشوائية لقياس نسبة رضا السائحين المصريين من سائحي ذوي الهمم من خلال المقابلات الشخصية معهم فى عدد من المناطق السياحية المختلفة (لمتحف المصري - برج القاهرة - عدد من الفنادق ذات فئة الخمس نجوم)، وقد بلغ عددها 100 استمارة وتم استعادة 67 استمارة صحيحة ، وقد تم توجيه أسئلة الاستبيان إليهم اعتماداً على المقابلة الشخصية معهم. وتم مراعاة الشريحة العمرية وتنوع الخلفية التعليمية والثقافية لهم

واحتوت استمارة الاستبيان على 5 محاور أساسية؛ المحور الأول البيانات العامة والديموغرافية واشتمل على (8) نقاط، المحور الثاني الخدمات المقدمة لسائحي ذوي الهمم واشتمل على (9) نقاط، المحور الثالث مسببات الرضا عن الخدمات الداعمة لسائحي ذوي الهمم واشتمل على (6) نقاط، المحور الرابع محددات ومؤشرات الرضا عن الخدمات الداعمة لهم وتحتوى على (8) نقاط، المحور الخامس التحديات التي تواجه سائحي ذوي الهمم واشتمل على (8) نقاط.

أولاً: الاختبارات الإحصائية المستخدمة

تمت معالجة البيانات إحصائياً من خلال برنامج (SPSS V.22) الإحصائي، وذلك باستخدام الاختبارات الإحصائية الآتية:

- 1- معامل ألفا كرونباخ لمعرفة مدى ثبات الاستبيان المستخدم.
- 2- اختبارات كولموجروف - سميرونوف وشابيرو- ويلك لمعرفة اعتدالية التوزيع الطبيعي وتحديد نوع الاختبارات المستخدمة (الاختبارات المعلمية أم الاختبارات اللامعلمية).
- 3- التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لوصف خصائص العينة، ولتحديد مدى استجابة العينة نحو محاور البحث، مع الأخذ في الاعتبار أن المتوسط الحسابي المرجح أو الموزون هو المستخدم في تحديد الاستجابة تجاه محاور البحث ويوضحه الجدول رقم (1).

جدول رقم (1) المتوسط الحسابي المرجح لمستويات مقياس ليكرت الخماسي

المتوسط الحسابي المرجح	مستوي الموافقة
1 : 1,79	غير موافق بشدة
1,80 : 2,59	غير موافق
2,60 : 3,39	محايد
3,40 : 4,19	موافق
4,20 : 5	موافق بشدة

- 4- معامل الارتباط بطريقة سبيرمان لبيان العلاقات بين متغيرات البحث وإثبات صحة الفروض، ويستخدم في حالة الاختبارات اللامعلمية، وفي حالة البيانات الترتيبية.
- 5- تحليل الانحدار البسيط لتحديد تأثير متغير علي متغير آخر.

ثانياً: صدق وثبات الاستبيان

أ- صدق الاستبيان

تم التأكد من صدق الاستبيان باستخدام الصدق الظاهري، حيث تم عرض بنود وعبارات الاستبيان علي مجموعة من الأكاديميين كمحكمين متخصصين لمعرفة مدى ملائمة الاستبيان للهدف الذي وُضع من أجله. بناء علي تعليقات المحكمين تم تعديل الاستبيان في ضوء مقترحاتهم وإعداد الاستبيان في صورته النهائية وتوزيعه علي عينة البحث.

ب- ثبات الاستبيان

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ للتعرف علي ثبات محاور الاستبيان وذلك للتأكد من صلاحية هذا الاستبيان لقياس متغيرات البحث ومدى إعطائه نتائج صادقة، وتتضح النتائج في الجدول رقم (2) كآآتي:

جدول رقم (2) معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
1	9	0,865
2	14	0,845
3	8	0,781

من خلال الجدول السابق نجد أن معامل ألفا للمحاور الثلاثة أعلي من 0,7 مما يعكس بقوة ثبات محاور الاستبيان المستخدم في البحث بدرجة كبيرة، مما يؤكد علي موثوقية الاستبيان للاستخدام في الدراسة وإعطائه نتائج صادقة إلي حد كبير.

ثالثاً: الوصف الإحصائي للخصائص الديموغرافية والعامية لعينة البحث

فيما يلي عرض لعينة البحث طبقاً للخصائص الديموغرافية والعامية لهذه العينة والموضحة بالجدول رقم (3):

1- النوع

يبين جدول رقم (3) أن عدد أفراد العينة من الذكور بلغ 36 بنسبة 57,1 % من مجتمع البحث، في حين بلغ عدد الإناث 27 بنسبة 42,9 % ، ويدل ذلك علي تنوع العينة بين الذكور والإناث وأن السائحين من ذوي الهمم يزيد عدد الذكور فيهم نسبياً علي الإناث.

2- العمر

يتضح من الجدول رقم (3) أن أعلى نسبة من عينة البحث التي تقل أعمارهم عن 25 سنة حيث بلغ عددهم 25 بنسبة 39,7% من إجمالي العينة، يليهم الفئة التي تتراوح أعمارها من 25 إلى أقل من 40 سنة حيث بلغ عددهم 21 بنسبة 33,3 % ، يليهم الفئة التي تتراوح أعمارها من 40 إلى 50 سنة حيث بلغ عددهم 11 بنسبة 17,5 % ، وأخيراً الذين تبلغ أعمارهم أكثر من 50 سنة حيث بلغ عددهم 6 بنسبة 9,5 % . تعكس هذه النتائج تنوع أعمار عينة البحث، مما يضمن التعرف علي مدى اختلاف آراء عينة البحث تجاه محاور البحث باختلاف المستويات العمرية. كما تشير النتائج إلي أن السائحين من ذوي الهمم في العينة كانوا من الفئات العمرية الأقل حيث كانت أغلب العينة أقل من 25 سنة وربما يرجع ذلك إلي أن هذه الفئة العمرية هي الأكثر قدرة علي السفر والأقل عبئاً والأكثر حاجة إلي الترويج عن النفس لما يتمتعون به من حيوية الشباب.

3- رفقاء الزيارة

يبين الجدول رقم (3) أن سائحي ذوي الهمم الذين يسافرون بصحبة عائلاتهم وأقاربهم بلغ عددهم 29 بنسبة 46 % ، يليهم من يسافرون برفقة أصدقائهم حيث بلغ عددهم 23 بنسبة 36,5 % ، ثم من يسافرون بمفردهم بلغ عددهم 11 بنسبة 17,5 % . تعكس هذه النتائج تفضيل السائحين من ذوي الهمم السفر برفقة إما الأهل والأقارب أو برفقة الأصدقاء، وربما يرجع ذلك لحاجتهم إلي من يعاونهم علي الحركة أو التواصل مع الآخرين، لكن يرجع ذلك لمستوي الإعاقة فهناك منهم من يسافرون بمفردهم وإن كانوا قليلاً إلا أنه ربما يرجع ذلك إلي قلة مستوي الإعاقة لديهم وقدرتهم علي السفر منفرداً.

4- نوع الإعاقة

يتبين من الجدول رقم (3) أن أغلب عينة البحث كانت من ذوي الهمم الذين يعانون من إعاقة بصرية و إعاقة سمعية، وبلغ العدد 13 لكل إعاقة منهم بنسبة 20,6% ، ثم بعد ذلك الإعاقة الحركية حيث بلغ عدد ذوي الهمم ممن يعانون إعاقة حركية 11 بنسبة 17,5%، وتشارك مع هذا النوع من الإعاقة في العدد مع من يعانون من صعوبات النطق حيث بلغ عددهم 11 أيضاً بنسبة 17,5%. يأتي بعد ذلك من لديه أنواع أخرى من الإعاقة لم يتطرق لها البحث وبلغ عدد هذه الحالات 10 بنسبة 15,9. جاء بعد ذلك المصابون بالتوحد وعددهم 3 بنسبة 4,8%، ثم في المرتبة الأخيرة من لديهم إعاقة عقلية وبلغ عددهم 2 بنسبة 3,2%. تؤكد النتائج تنوع أشكال الإعاقة بين أفراد العينة وهو ما يؤكد شمول العينة لأكبر عدد من ذوي الهمم علي اختلاف نوع إعاقتهم.

جدول رقم (3) الوصف الإحصائي لخصائص عينة البحث.

م	خصائص العينة	التكرار	النسبة المئوية
1	النوع		
	ذكر	36	57,1
	أنثي	27	42,9
2	العمر	أقل من 25 سنة	39,7
		25 إلي أقل من 40 سنة	33,3
		40 - 50 سنة	17,5
		أكثر من 50 سنة	9,5
3	رفقاء الزيارة	بمفردي	17,5
		بصحبة الأهل	46
		بصحبة الأصدقاء	36,5
4	نوع الإعاقة	إعاقة حركية	17,5
		إعاقة بصرية	20,6
		إعاقة سمعية	20,6
		إعاقة عقلية	3,2
		صعوبات نطق	17,5
		توحد	4,8
		أخري	15,9

رابعاً: اعتدالية التوزيع الطبيعي

من خلال اختبارات (كولموجروف سميرنوف - شابيرو ويلك) تم التعرف علي ما إذا كانت البيانات التي تم جمعها من عينة البحث تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وذلك لتحديد الاختبارات التي سيتم استخدامها في التحليل الإحصائي (معلمي أو لا معلمي).

جدول رقم (4) اختبار (كولموجروف - سميرنوف و شابيرو - ويلك) لمحاور الاستقصاء .

شابيرو - ويلك			كولموجروف - سميرنوف			تسلسل العبارة
الاحتمال Sig. (p. Value)	درجات الحرية	قيمة الاختبار	الاحتمال Sig. (p. Value)	درجات الحرية	قيمة الاختبار	
0,000	63	0,795	0,000	63	0,307	1
0,000	63	0,852	0,000	63	0,227	2
0,000	63	0,864	0,000	63	0,240	3
0,000	63	0,830	0,000	63	0,272	4
0,000	63	0,775	0,000	63	0,314	5
0,000	63	0,796	0,000	63	0,296	6
0,000	63	0,803	0,000	63	0,320	7
0,000	63	0,792	0,000	63	0,343	8
0,000	63	0,866	0,000	63	0,249	9
0,000	63	0,742	0,000	63	0,380	10
0,000	63	0,769	0,000	63	0,363	11
0,000	63	0,771	0,000	63	0,323	12
0,000	63	0,787	0,000	63	0,325	13
0,000	63	0,860	0,000	63	0,262	14
0,000	63	0,729	0,000	63	0,345	15
0,000	63	0,725	0,000	63	0,390	16
0,000	63	0,859	0,000	63	0,256	17
0,000	63	0,858	0,000	63	0,263	18
0,000	63	0,803	0,000	63	0,227	19
0,000	63	0,853	0,000	63	0,263	20
0,000	63	0,857	0,000	63	0,266	21
0,000	63	0,791	0,000	63	0,263	22
0,000	63	0,894	0,000	63	0,213	23
0,000	63	0,753	0,000	63	0,375	24
0,000	63	0,862	0,000	63	0,269	25
0,000	63	0,867	0,000	63	0,243	26
0,000	63	0,857	0,000	63	0,250	27
0,000	63	0,802	0,000	63	0,256	28
0,000	63	0,831	0,000	63	0,315	29
0,000	63	0,828	0,000	63	0,320	30
0,000	63	0,868	0,000	63	0,248	31

من الجدول السابق نجد أن p .Value تساوي 0,00 وهي أقل من 0,05 وبالتالي فإن استجابات العينة تجاه عبارات محاور الاستبيان لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبناء على ذلك تم استخدام الاختبارات اللامعلمية في التحليل الإحصائي والتي تستخدم في حالة عدم اعتدالية التوزيع الطبيعي، وأيضاً في حالة وجود بيانات ترتيبية، حيث أن مقياس ليكرت يعتبر مقياساً ترتيبياً.

خامساً: التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية

المحور الأول: توافر الخدمات السياحية المقدمة للسائحين من ذوي الهمم

جدول رقم (5) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات توافر الخدمات السياحية

المقدمة للسائحين من ذوي الهمم

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابة										العبارات	م
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
1,00	3,16	1,6	1	34,9	22	12,7	8	47,6	30	3,2	2	تنظيم جولات سياحية مصحوبة بمرشدين لسائحي ذوي الهمم	1
0,950	2,97	3,2	2	34,9	22	25,4	16	34,9	22	1,6	1	توفير نشرات عن المواقع السياحية والخدمات السياحية الموجودة به	2
0,845	2,35	17,5	11	36,5	23	39,7	25	6,3	4	-	-	توفير برامج سياحية متنوعة معدة خصيصاً لسائحي ذوي الهمم	3
0,730	2,60	3,2	2	44,4	28	41,3	26	11,1	7	-	-	توفير عروض سياحية مناسبة لسائحي ذوي الهمم	4
0,621	2,97	-	-	20,6	13	61,9	39	17,5	11	-	-	توفير وسائل مساعدة لاستقبال ذوي الهمم في المطاعم ووسائل النقل وأماكن الجلوس وغيرها من الخدمات	5
0,675	3,11	1,6	1	12,7	8	58,7	37	27	17	-	-	توفير خدمات مناسبة لسائحي ذوي الهمم طبقاً لنوع الإعاقة	6
0,759	3,49	1,6	1	7,9	5	33,3	21	54	34	3,2	2	توفير مستوى متميز من التعامل من قبل الموظفين في المجال السياحي لسائحي ذوي الهمم	7
0,675	2,89	3,2	2	19	12	63,5	40	14,3	9	-	-	توفير خدمات سياحية متنوعة لهم تعمل على دمجهم مع أقرانهم في السوق السياحي	8
0,821	2,49	9,5	6	42,9	27	36,5	23	11,1	7	-	-	توفير جميع الأجهزة الخاصة لسائحي ذوي الهمم من سمعية ومرئية وملموسة	9
0,551	2,89	المتوسط العام لاستجابات العينة تجاه توافر الخدمات السياحية للسائحين من ذوي الهمم											

يتضح من الجدول رقم (5) أن المتوسط الحسابي العام لمحور الخدمات المقدمة للسائحين من ذوي الهمم بلغ 2,89 عند انحراف معياري قيمته 0,551، وهو يقع في مستوى الحيادية، وهو ما يعني أن غالبية عينة البحث لم تحسم إجاباتها نحو توافر الخدمات المقدمة للسائحين من ذوي الهمم وانقسمت استجاباتهم نحو عبارات هذا المحور كالآتي:

أ- عبارات اتفقت العينة عليها وهي

"توفير مستوى متميز من التعامل من قبل الموظفين في المجال السياحي لسائحي ذوي الهمم" حيث اتفقت عينة البحث علي هذه العبارة، وذلك عند متوسط حسابي 3,49 وانحراف معياري 0,759، ويؤكد ذلك مهارة العاملين بالمجال السياحي وتعاملهم بود وعطف مع السائحين من ذوي الهمم.

ب- عبارات لم تحسم العينة الاتجاه العام نحوها بالموافقة أو عدم الموافقة وجاء المتوسط في مستوى محايد وهي

- "تنظيم جولات سياحية مصحوبة بمرشدين لسائحي ذوي الهمم"
 - "توفير نشرات عن المواقع السياحية والخدمات السياحية الموجودة به"
 - "توفير عروض سياحية مناسبة لذوي الهمم"
 - "توفير وسائل مساعدة لاستقبال ذوي الهمم في المطاعم وسائل النقل وأماكن الجلوس وغيرها من الخدمات"
 - "توفير خدمات مناسبة لسائحي ذوي الهمم طبقاً لنوع الإعاقة ونسبتها"
 - "توفير خدمات سياحية متنوعة لهم تعمل على دمجهم مع أقرانهم في السوق السياحي"
- حيث تراوح المتوسط الحسابي لهذه العبارات بين 2,60 و 3,16 وهو يقع في مستوى محايد طبقاً للمتوسط الحسابي المرجح كما هو موضح في الجدول رقم (1).

ج- عبارات لم توافق عليها العينة حيث كان المتوسط الحسابي لها يقع في مستوى عدم الموافقة وهي

- "توفير برامج سياحية متنوعة معدة خصيصاً لسائحي ذوي الهمم" حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,35، والانحراف المعياري 0,845، ويقع المتوسط الحسابي للعبارة في مستوى عدم الموافقة مما يؤكد رفض العينة بصفة عامة لهذه العبارة.
- "توفير جميع الأجهزة الخاصة لسائحي ذوي الهمم من سمعية ومرئية وملموسة" حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,49، والانحراف المعياري 0,821، ويقع المتوسط الحسابي للعبارة في مستوى عدم الموافقة مما يؤكد رفض العينة هذه العبارة وعدم توافر الأجهزة الخاصة بالسائحين من ذوي الهمم سواء سمعية أو مرئية أو ملموسة.

بناء علي ما سبق يمكن القول بأنه إن كانت تتوافر بعض الخدمات السياحية المقدمة لسائحي ذوي الهمم في المقصد السياحي المصري إلا أنه بصفة عامة هناك ضعف في توافر هذه الخدمات. وتتفق هذه النتائج مع ما جاء في الدراسة النظرية لكلا من (Allan, 2015)، الزنفلي، رياض، (2009)، عاكف، (2011)، مصطفى، خياط، (2020)، الزهراني، (2022).

المحور الثاني: رضا السائحين من ذوي الهمم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم

جدول رقم (6) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لعبارة محور رضا السائحين من ذوي الهمم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابة										العبارات	م
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
0,583	3,83	-	-	1,6	1	22,2	14	68,3	43	7,9	5	يتم تقديم الخدمات لسائحي ذوي الهمم بشكل لائق ومتميز	1
0,648	3,67	-	-	4,8	3	28,6	18	61,9	39	4,8	3	يتم توفير عاملين من ذوي المهارات العالية اجتماعيا وإنسانيا وثقافيا وسياحيا	2
0,615	2,90	-	-	23,8	15	61,9	39	14,3	9	-	-	توفير العديد من الخدمات الملائمة لشريحة ذوي الهمم في مختلف المواقع	3
0,648	2,00	19	12	63,5	40	15,9	10	1,6	1	-	-	يتم توفير الأسعار المناسبة للخدمات المقدمة لذوي الهمم	4
0,895	3,86	1,6	1	4,8	3	23,8	15	46	29	23,8	15	توفير المعاملة لحسنة لذوي الهمم وتقدير ظروفهم	5
0,690	4,44	-	-	-	-	11,1	7	33,3	21	55,6	35	توفير الأمن والامان مع ذوي الهمم	6
0,754	3,59	-	-	12,7	8	19	12	65,1	41	3,2	2	الخدمة المقدمة لذوي الهمم جيدة وتتناسب مع نوع الإعاقة	7
0,792	2,62	6,3	4	36,5	23	47,6	30	7,9	5	1,6	1	حصلت علي الخدمة كما توقعتها	8
0,761	3,03	1,6	1	20,6	13	52,4	33	23,8	15	1,6	1	لدي صورة ذهنية طيبة عن الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم	9
0,751	3,13	-	-	22,2	14	42,9	27	34,9	22	-	-	تراعي الخدمات السياحية المقدمة خصائص كل عميل	10
0,740	2,97	1,6	1	23,8	15	50,8	32	23,8	15	-	-	أثق في الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم	11
0,840	2,86	23,8	15	61,9	39	14,3	9	-	-	-	-	سوف أتعامل مع نفس الشركة مستقبلاً	12
0,987	1,84	46	29	33,3	21	12,7	8	6,3	4	1,6	1	ليس لدي أي شكاوي بخصوص الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم	13
0,906	2,62	9,5	6	36,5	23	38,1	24	14,3	9	1,6	1	أرشح الآخرين من ذوي الهمم التعامل مع الشركة	14
0,420	3,14	المتوسط العام لاستجابات العينة تجاه رضا السائحين من ذوي الهمم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم											

يتضح من الجدول رقم (6) أن المتوسط الحسابي العام رضا السائحين من ذوي الهمم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم بلغ 3,14 عند انحراف معياري قيمته 0,420 ، وهو يقع في مستوى الحيادية، وهو ما يعني أن غالبية عينة البحث لم تحسم إجاباتها نحو توافر الخدمات المقدمة للسائحين من ذوي الهمم وانقسمت استجاباتهم نحو عبارات هذا المحور كالآتي:

أ- عبارات اتفقت عليها العينة

- "يتم تقديم الخدمات لسائحي ذوي الهمم بشكل لائق ومتميز"
 - "يتم توفير عاملين من ذوي المهارات العالية اجتماعيا وإنسانيا وثقافيا وسياحيا"
 - "الخدمة المقدمة لذوي الهمم جيدة وتتناسب مع نوع الإعاقة"
 - "توفير الأمن والتعاطف مع ذوي الهمم"
 - "توفير المعاملة لحسنة لذوي الهمم وتقدير ظروفهم"
- حيث تراوح المتوسط الحسابي لهذه العبارات بين 3,59 و 4,44 وهذه القيم تقع في مستوى الموافقة والموافقة بشدة طبقاً للمتوسط الحسابي المرجح كما هو موضح في الجدول رقم (1)، مما يؤكد اتفاق العينة علي هذه العبارات.

ب- عبارات في مستوى محايد

- "حصلت علي الخدمة كما توقعتها"
 - "لدي صورة ذهنية طيبة عن الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم"
 - "توفير العديد من الخدمات الملائمة لشريحة ذوي الهمم في مختلف المواقع"
 - "أثق في الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم"
 - "سوف أتعامل مع نفس الشركة مستقبلاً"
 - "أرشح الآخرين من ذوي الهمم التعامل مع الشركة"
 - "تراعي الخدمات السياحية المقدمة خصائص كل عميل"
- حيث تراوح المتوسط الحسابي لهذه العبارات بين 2,62 و 3,13 وهذه القيم تقع في مستوى محايد طبقاً للمتوسط الحسابي المرجح كما هو موضح في الجدول رقم (1) مما يؤكد علي انقسام آراء العينة وتشتتها حول هذه العبارات واتجاهها نحو مستوى محايد.

ج- عبارات لم توافق عليها العينة

- ليس لدي أي شكاوي بخصوص الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم
 - يتم توفير الأسعار المناسبة للخدمات المقدمة لذوي الهمم
- حيث تراوح المتوسط الحسابي لهاتين العبارتين بين 1,80 و 2,00 وهذه القيم تقع في مستوى عدم الموافقة طبقاً للمتوسط الحسابي المرجح الموضح في الجدول رقم (1)، مما يؤكد رفض العينة هاتين العبارتين وأنهم لديهم شكاوي بخصوص الخدمات السياحية المقدمة لهم وأن أسعار الخدمات المقدمة لهم لا تتناسبهم. بناء علي ما سبق يمكن القول بأنه يتوافر لدي هذه العينة من السائحين ذوي الهمم رضا جزئي عن بعض الخدمات السياحية المقدمة لهم في المقصد السياحي المصري وتتفق هذه النتائج مع ما جاء في الدراسة النظرية لكلا من: (الصحن، 2002، محي الدين، 2017، قريشان، فلاف، 2020، مقابلة، 2011).

المحور الثالث: التحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم

جدول رقم (7) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لعبارات التحديات التي تواجه السائحين من ذوي الهمم

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابة										العبارات	م
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
3,37	3,37	3,2	2	23,8	15	9,5	6	60,3	38	3,2	2	1	صعوبة الوصول للموقع السياحي
1,00	3,29	1,6	1	27	17	20,6	13	42,9	27	7,9	5	2	لا يوجد أماكن استقبال لراحة وانتظار الأفراد في الموقع السياحي
0,870	3,22	1,6	1	20,6	13	34,9	22	39,7	25	3,2	2	3	صعوبة استخدام مرافق الموقع السياحي
0,780	3,49	-	-	9,5	6	39,7	25	42,9	27	7,9	5	4	افتقاد المواقع السياحية لأماكن مخصصة لتقديم خدمات الطعام والشراب لذوي الهمم
0,814	4,17	-	-	4,8	3	11,1	7	46	29	38,1	24	5	عدم كفاية البرامج السياحية الموجهة لذوي الهمم من قبل الشركات السياحية
0,750	3,71	-	-	6,3	4	27	17	55,6	35	11,1	7	6	لا يوجد وسائل نقل مصممة خصيصاً لخدمة ذوي الهمم
0,762	3,67	-	-	7,9	5	27	17	55,6	35	9,5	6	7	عدم كفاية الخدمات التي يحتاجها سائح ذوي الهمم في المناطق السياحية
0,906	3,22	-	-	22,2	14	42,9	27	25,4	16	9,5	6	8	عدم وجود موظفين مؤهلين لخدمة ذوي الهمم
0,543	3,51	المتوسط العام لاستجابات العينة تجاه التحديات التي تواجه السائحين من ذوي الهمم											

يتضح من الجدول رقم (7) أن المتوسط الحسابي العام للتحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم بلغ 3,51 عند انحراف معياري قيمته 0,543 ، وهو يقع في مستوى الموافقة طبقاً لمستويات المتوسط الحسابي المرجح الواردة في الجدول رقم (1)، وهو ما يعني أن غالبية عينة البحث وافقت علي التحديات الواردة في العبارات كتحديات تواجه السائحين من ذوي الهمم وانقسمت استجاباتهم نحو عبارات هذا المحور كالاتي:

أ- عبارات اتفقت عليها العينة

- "عدم كفاية الخدمات التي يحتاجها سائح ذوي الهمم في المناطق السياحية"
- "عدم كفاية البرامج السياحية الموجهة لذوي الهمم من قبل الشركات السياحية"

- "لا يوجد وسائل نقل مصممة خصيصاً لخدمة ذوي الهمم"
 - "افتقاد المواقع السياحية لأماكن مخصصة لتقديم خدمات الطعام والشراب لذوي الهمم"
- حيث تراوح المتوسط الحسابي لهذه العبارات بين 3,49 و 4,17 وهذه القيم تقع في مستوى الموافقة طبقاً للمتوسط الحسابي المرجح كما هو موضح في الجدول رقم (1)، مما يؤكد اتفاق العينة علي هذه العبارات.

ب- عبارات في مستوى محايد

- "صعوبة الوصول للموقع السياحي"
 - "لا يوجد أماكن استقبال لراحة وانتظار الأفراد في الموقع السياحي"
 - "صعوبة استخدام مرافق الموقع السياحي"
 - "عدم وجود موظفين مؤهلين لخدمة ذوي الهمم"
- حيث تراوح المتوسط الحسابي لهذه العبارات بين 3,22 و 3,37 وهذه القيم تقع في مستوى محايد طبقاً للمتوسط الحسابي المرجح كما هو موضح في الجدول رقم (1) مما يؤكد علي انقسام آراء العينة وتشتتها حول هذه العبارات واتجاهها نحو مستوى محايد.

بناء علي ما سبق يمكن القول بأن هناك تحديات تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم داخل المقصد السياحي المصري ويتفق هذا مع ما جاء في الدراسة النظرية لكلا من القريطى ، (2005) (2002) Darcy، الزهراني، (2022) ، سيد لطيف وأخرون، (2015)، Foggin،(2001)، السيد مرتضى وأخرون،(2009).

سادساً: الارتباط والانحدار لمتغيرات البحث

العلاقة بين دمج ذوي الهمم في المقصد السياحي بتوافر الخدمات السياحية المقدمة لهم وبين رضاهم عن هذه الخدمات: من خلال الجدول رقم (8) يتضح أن العلاقة معنوية بين دمج ذوي الهمم في المقصد السياحي بتوفير الخدمات السياحية المقدمة لهم وبين رضاهم حيث أن مستوى المعنوية 0,002 وهو أقل من 0,05، وذلك عند درجة ثقة 99% ومعدل خطأ 0,01 مما يدل علي قوة العلاقة بينهما.

جدول رقم(8) العلاقة بين دمج ذوي الهمم بتوافر الخدمات السياحية لهم وبين رضاهم .

رضا السائحين من ذوي الهمم	توافر الخدمات السياحية لذوي الهمم			
**0,377	1,000	معامل الارتباط	توافر الخدمات السياحية لذوي الهمم	معامل سبيرمان
0,002	0	المعنوية		
63	63	حجم العينة		
1,000	**0,377	معامل الارتباط	رضا السائحين من ذوي الهمم	
0	0,002	المعنوية		
63	63	حجم العينة		

* دال عند مستوي 0,05 و أقل.

من خلال الجدول السابق توجد علاقة ارتباطية بين دمج السائحين من ذوي الهمم بتوافر الخدمات السياحية المقدمة لهم وبين تحقيق رضاهم، حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان 0,377، وهو ارتباط موجب، أي أنه كلما قامت المقاصد السياحية بدمج السائحين من ذوي الهمم من خلال توفير الخدمات السياحية المقدمة لهم كلما زاد ذلك من رضاهم. بناء علي ذلك يتأكد صحة هذا الفرض بأن دمج ذوي الهمم في المقصد السياحي من خلال توفير الخدمات السياحية لهم يؤثر علي رضاهم وهذا ما تم أثباته في الدراسة النظرية وتتفق هذه النتائج مع ما جاء في الدراسة النظرية لكلا من حيتمش، الغريبي، (2020)، الزهراني، (2022)، مصطفى، خياط، (2020). ولتحديد التأثير نستخدم مؤشر الانحدار البسيط.

جدول رقم (9) انحدار دمج ذوي الهمم في المقصد السياحي بتوافر الخدمات لهم
علي رضا السائحين من ذوي الهمم.

النموذج	الانحدار	معامل التحديد (R^2)	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري
1	0,380	0,144	0,130	0,392

من خلال الجدول رقم (9) نجد أن معامل التحديد قيمته 0,144 في حين كان معامل التحديد المصحح 0,130، مما يدل علي انخفاض الفارق بينهما وذلك عند خطأ معياري 0,475، مما يؤكد علي دقة النتائج، وبناء علي ذلك يمكن القول بأن المتغير المستقل وهو دمج السائحين من ذوي الهمم بتوفير الخدمات السياحية لهم يؤثر علي رضاهم بنسبة 13%.

العلاقة بين التحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم وتوفير الخدمات السياحية لهم وبين رضاهم من خلال الجدول رقم (10) يتضح أن العلاقة معنوية بين التحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم وتوفير الخدمات السياحية لهم وبين رضاهم حيث أن مستوي المعنوية 0,001 وهو أقل من 0,05، وذلك عند درجة ثقة 99% ومعدل خطأ 0,01 مما يدل علي قوة العلاقة بينهما.

جدول رقم (10) العلاقة بين التحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم
وتوفير الخدمات السياحية لهم وبين رضاهم

معامل سبيرمان	رضا السائحين من ذوي الهمم	التحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم	رضا السائحين من ذوي الهمم
معامل سبيرمان	0,397 - **	1,000	معامل الارتباط
		0	المعنوية
		63	حجم العينة
	0,397 - **	1,000	معامل الارتباط
		0,001	المعنوية
		63	حجم العينة

* دال عند مستوي 0,05 و أقل.

من خلال الجدول السابق نجد أن معامل ارتباط سبيرمان بلغ - 0,397 وهو ارتباط سالب، مما يدل على عكسية العلاقة بين التحديات التي تواجه دمج ذوي الهمم في المقصد السياحي بتوفير الخدمات لهم وبين رضاهم، أي أنه كلما زادت هذه التحديات كلما قل رضا السائحين من ذوي الهمم، والعكس صحيح.

بناء على ذلك يتأكد صحة الفرض الثاني بأن هناك علاقة بين التحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم بتوفير الخدمات السياحية لهم وبين رضاهم ولتحديد التأثير نستخدم مؤشر الانحدار البسيط .

جدول رقم (11) انحدار التحديات التي تواجه دمج ذوي الهمم بتوفير الخدمات السياحية لهم

علي رضا السائحين من ذوي الهمم

النموذج	الانحدار	معامل التحديد (R^2)	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري
1	0,378	0,143	0,129	0,392

من خلال الجدول رقم (11) نجد أن معامل التحديد قيمته 0,143 في حين كان معامل التحديد المصحح 0,129، مما يدل على انخفاض الفارق بينهما وذلك عند خطأ معياري 0,392 ، مما يؤكد علي دقة النتائج، وبناء على ذلك يمكن القول بأن المتغير المستقل وهو التحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم يُفسر ما نسبته 12,9 % من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع وهو رضا السائحين من ذوي الهمم.

من خلال النتائج السابقة يمكن تلخيص الفروض من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (12) ملخص نتائج فروض البحث

م	الفرض	النتيجة
1	تتوافر الخدمات السياحية المقدمة للسائحين من ذوي الهمم في المقصد السياحي المصري	مقبول جزئياً
2	هناك رضا للسائحين من ذوي الهمم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم بالمقصد السياحي المصري	مقبول جزئياً
3	يواجه السائحين من ذوي الهمم تحديات أمام دمجهم بالمقصد السياحي المصري	مقبول
4	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دمج السائحين من ذوي الهمم بتوفير الخدمات السياحية لهم وبين رضاهم عن المقصد السياحي المصري	مقبول
5	هناك علاقة عكسية بين التحديات التي تواجه دمج السائحين من ذوي الهمم وبين رضاهم عن المقصد السياحي المصري	مقبول

الخاتمة والتوصيات توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة منها ما يلي :-

- 1- تنوع العينة بين الذكور والإناث وأن السائحين من ذوي الهمم يزيد عدد الذكور فيهم نسبياً علي الإناث.
- 2- تشير النتائج إلي أن السائحين من ذوي الهمم في العينة كانوا من الفئات العمرية الأقل حيث كانت أغلب العينة أقل من 25 سنة وربما يرجع ذلك إلي أن هذه الفئة العمرية هي الأكثر قدرة علي السفر والأقل عبئاً والأكثر قدرة للترويج عن النفس لما يتمتعون به من حيوية الشباب.

- 3- تعكس هذه النتائج تفضيل السائحين من ذوي الهمم السفر برفقة إما الأهل والأقارب أو برفقة الأصدقاء، وربما يرجع ذلك لحاجتهم إلي من يعاونهم علي الحركة أو التواصل مع الآخرين
- 4- تؤكد النتائج تنوع أشكال الإعاقة بين أفراد العينة وهو ما يؤكد شمول العينة لأكبر عدد من ذوي الهمم علي اختلاف نوع إعاقته.
- 5- تعكس النتائج أنه إن كانت تتوافر بعض الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم في المقصد السياحي المصري إلا أنه بصفة عامة هناك ضعف في توافر هذه الخدمات.
- 6- يمكن القول بأنه يتوافر لدي هذه العينة من السائحين ذوي الهمم رضا جزئي عن بعض الخدمات السياحية المقدمة لهم في المقصد السياحي المصري.
- 7- أن غالبية عينة البحث وافقت علي التحديات الواردة في العبارات كتحديات تواجه السائحين من ذوي الهمم:
- "عدم كفاية الخدمات التي يحتاجها سائح ذوي الهمم في المناطق السياحية"
 - "عدم كفاية البرامج السياحية الموجهة لذوي الهمم من قبل الشركات السياحية"
 - "لا يوجد وسائل نقل مصممة خصيصا لخدمة ذوي الهمم"
 - "افتقاد المواقع السياحية لأماكن مخصصة لتقديم خدمات الطعام والشراب لسائحي ذوي الهمم"

التوصيات:

بناء على ما أسفرت عليه الدراسة من نتائج يمكن اقتراح التوصيات الآتية

توصيات موجهة لشركات السياحة

- العمل على تحفيز شركات السياحة بتنظيم برامج سياحية لهذه الشريحة من خلال العمل على توفير معلومات كافية عن متطلبات هذه الشريحة
- توفير الخبرة التنظيمية لهذا النوع من الرحلات
- وجود نسبة من الربحية التي تغطي التكاليف لهذا النوع من الرحلات
- توافر المرشدين المؤهلين للتعامل مع تلك الشرائح في الأماكن السياحية والأثرية المختلفة
- العمل على كيفية اختيار العاملين المؤهلين للتعامل مع هذه الشريحة باللباقة والكيافة وسرعة توفير المساعدات المطلوبة لهم حيث لابد من وجود المهارة والخبرة والقدرة على كيفية التعامل معهم.
- عقد دورات تدريبية ومحاضرات توعوية لكيفية التعامل مع ذوي الهمم كل حسب قدراته المختلفة.
- العمل على توفير المعلومات الصحيحة وتسهيل الإجراءات الخاصة بالحجز ومتابعة رضاهم عن الخدمات والتسهيلات المقدمة لهم وتحديد حاجاتهم ورغباتهم ومحاولة إشباعها وتحقيق رضاهم عنها.

توصيات موجهة لتفعيل دور الدولة بشكل عام

- على الدولة ان تتخذ خطوات لدعم سوق سياحة ذوي الهمم وذلك من خلال العمل على تشجيع الاستثمار في هذا النمط من السياحة.
- العمل على ضرورة إقامة المؤتمرات والندوات لرفع الوعي بهذا النمط.

- العمل على ضرورة إعداد وتأهيل المناطق والمزارات السياحية بشكل يلائم استقبال سائحي ذوي الهمم.
- العمل على الاستفادة من تجارب الدول الأخرى بهذا المجال لتحديد المقومات الأساسية لهذا النمط والعمل على تطويرها وتشجيعها.
- العمل على أقامه الندوات التثقيفية المختلفة وتيسير مشاركة ذوي الهمم في الأنشطة الثقافية والترفيهية من خلالها.
- العمل على مواجهة التحديات التي تواجه هذه الفئة والاستفادة من التقنيات المتطورة الحديثة.

توصيات موجهة للأجهزة السياحية الرسمية

- العمل على وضع شريحة ذوي الهمم على الخريطة السياحية بشكل يدفع بها إلى الأمام.
- العمل على رفع شعار السياحة للجميع.
- العمل على تفعيل التعاون بين الأجهزة السياحية الرسمية وغير الرسمية وذلك من أجل تشجيع سياحة ذوي الهمم.
- العمل على توفير الكوادر البشرية التي تتلاءم مع هذا السوق.
- العمل على تشجيع الفنادق الجديدة التي تبني وفق معايير لسياحة ذوي الهمم في الإنشاء والتصميم الداخلي والإضاءة والتأثيث.
- العمل على تبني سياسة واحدة من جانب وزارة التضامن الاجتماعي ووزارة السياحة والآثار وشركات السياحة والفنادق والأجهزة السياحية الأخرى من أجل تقديم منظومة متكاملة من الخدمات التي تحوز رضا السائح.
- العمل على تنظيم وإعداد دورات تدريبية للكوادر العاملة في تقديم الخدمات السياحية لذوي الهمم.
- العمل على إعداد دليل شامل يتضمن كل المرافق السياحية المناسبة والمهيئة لاستقبال ذوي الهمم.
- العمل على إنشاء وحدة متخصصة في وزارة السياحة والآثار لتقديم كافة المعلومات والخدمات السياحية لذوي الهمم.

توصيات موجهة لتفعيل دور الإعلام

- التعريف بسياحة ذوي الهمم وأنماطها وكيفية الإعلان عنها ومتطلباتها من رموز وإشارات وإعلانات والمناطق السياحية المؤهلة لهم.
- العمل على إبراز أهمية هذا النمط من خلال وسائل الإعلام المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي.
- العمل على رفع الوعي المجتمعي لكافة فئات المجتمع ودمج وإشراك ذوي الهمم في الأنشطة المختلفة.
- العمل على تسليط الضوء على القدرات الخاصة والمواهب المتميزة لذوي الهمم وبرزها إعلامياً

المراجع

أولاً : المراجع باللغة العربية

- ابو النجا ،محمد عبد العظيم ،(2008)،التسويق العالمي:إدارة العلاقة مع العملاء ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ص 36
- ابو النصر ،مدحت ،(2004)،إدارة الجمعيات الأهلية في مجال رعاية وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة ،سلسلة رعاية وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة ،مجموعه النيل العربية ،القاهرة
- الجوهري، صبري، (2020) ،رؤية معاصرة حول سياحة القدرات الخاصة والمعاقين ،جريدة أخبار الوطن، 2020/12/28 .
- الزهراني، ناصر عطية، (2022) واقع وتحديات سياحة ذوي الإعاقة "السياحة الميسرة في منطقة الباحة، مجلة البحث العلمي في التربية جامعة عين شمس كلية البنات للأداب والعلوم والتربية، المجلد4، العدد23، ص9ص26.
- السيد مرتضى وآخرون، نشأت، (2009)، سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة كأحد أنماط السياحة العصرية، مجلة البحوث السياحية، الشركة المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، المطبعة الأميرية ، عدد أغسطس، ص82.
- الصحن ،محمد فريد ،(2002)، قراءات في إدارة التسويق ،الدار الجامعية ،القاهرة ،ص7.
- الضمور، هاني حامد، (2005)، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، عمان، ص14-44.
- الطائي، حميد عبد النبي، (2019) ،التسويق في إدارة الطباعة والسياحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص5.
- الطائي، يوسف حجيم سلطان، والعبادي، هاشم فوزي دباس (2009)، إدارة علاقات الزبون، عمان، دار الوراق، ص22.
- العساف ،خالد توفيق ،(2019)،تقييم السائح للخدمات التي تقدم في المواقع السياحية في الأردن من وجهه نظر السائح الأردني ،مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية ،المجلد 46 ،العدد3،ص5
- الفريشي ،زهير عباس ،(2013)،أثر وسائل الإعلام فى تنمية الوعي السياحي للسياحة الدينية فى مدينة كربلاء المقدسة ،أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد فى الجامعة المستنصرية ،ص91
- الفريطى ،عبد المطلب أمين ،(2005)،سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة وتربيتهم ، الطبعة الرابعة ،دار الفكر العربي ،القاهرة
- النواصره، حسن محمد، (2006)، ذوي الاحتياجات الخاصة مدخل فى التأهيل البدني، ط1، دار الوفاء لدينا، الطباعة والنشر، الإسكندرية، ص22، 23 .
- حنفي، علي عبد النبي، (2000)، العمل مع أسر ذوي الاحتياجات الخاصة دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، عمان، ص27.
- حيتمش، غفران محمد، الغريبي، خيرية رده، (2020)،مدى رضا أسر ذوي الاحتياجات الخاصة في مدينة جدة عن بعض الخدمات المقدمة لهم بالمملكة العربية السعودية في ضوء رؤية 2030، ص23.

- رياض، صادق، الزنفلي، محمد، (2009)، العرض السياحي المصري ومدى جذبة للطلب السياحي لذوى الاحتياجات الخاصة، مجلة البحوث السياحية، ص 9-30.
- سيدا عمر، زهرة، (2020)، السياحة الميسرة نمط جديد لترقية السياحة في الوطن العربي، مبادرات وجهود بعض الدول، مجلة أبحاث ودراسات القيمة المجلد 07، العدد (2)، ديسمبر 2020 ص 42-61
- سيد لطيف وآخرون، هدى، (2015)، تنمية سياحة ذوى الاحتياجات الخاصة في مصر، مجلة البحوث السياحية، الشركة المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، المطبعة الأميرية، عدد أغسطس، ص 97.
- عبد الرازق، شيماء عبد الحكم روبي، فهميم، تامر مجدى عيسى، (2009)، سياحة ذوى الاحتياجات الخاصة وأهميتها في السياحة المصرية، دراسة تطبيقية على بعض المزارات الأثرية والتاريخية بإقليم القاهرة الكبرى، مجلة البحوث السياحية، ص 131
- عبد الله الخطيب، عاكف، (2011)، نموذج مقترح لتطوير البرامج والخدمات المقدمة للأطفال ذوى الإعاقة العقلية واضطراب التوحد في مؤسسات ومراكز التربية الخاصة في الأردن في ضوء المعايير العالمية، رسالة دكتوراه، تخصص التربية الخاصة، كلية العلوم التربوية، جامعة عمان العربية، 2010، 2011، ص 47
- عمر، مي محمد باهر، يوسف، عصام أحمد محمد، أبو خنجر، شيماء محمد عبد الله، (2018)، تقييم الخدمات المقدمة لذوى الاحتياجات الخاصة في المقصد السياحي المصري، مجلة كلية السياحة والفنادق، العدد 4، ديسمبر، ص 7.
- عيسى مرزوقة، سيهام مخلوف: "أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل"، مجلة الإقتصاد الصناعي، العدد 12 (1)، 2017 ص 388.
- قاسم، المحياوى، (2006)، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم، عمليات، تطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، ص 90
- قريشان، محمد، فلاف، محمد، (2020) أثر جودة خدمات الإرشاد السياحي على رضا السائح دراسة حالة وكالة الشخان بالشلف، ص 250، 254، 256 .
- لحوح، رفاه، زين الدين، رهام، (2016)، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال، ص 21 .
- محى الدين محمد سعد الله، نور، (2017) جودة الخدمات وأثرها فى تحقيق رضا الزبائن، دراسة تكميلية لنيل درجة ماجستير العلوم فى إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي جامعة شندي، السودان، ص 65.
- مرسى، عاصم، (2008)، استراتيجية مقترحة للترويج الرياضي لفئة المعاقين حركيا بمراكز المعاقين التابعة لوزارة الشباب ج.م. ع. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنات، جامعه الإسكندرية، ص 30
- مصطفى صادق، زينب، خياط عيد على جواد، حسن، (2020)، سياحة ذوى الإعاقة ومتطلباتها في السفر والإقامة والإرشاد السياحي، دار الكتب، ص 70، 91
- مقابلة، خالد. (2011). التسويق الفندقى. عمان، الأردن دار وائل للنشر، ص 241.
- يحباوي، الهام، بوحديد، ليلي، (2018)، تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالة السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها- دراسة حالة، مجلة المعيار، المجلد التاسع، العدد الثاني، ص 39، 51

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

- Allan, M.(2015).Accessible tourism in Jordan: travel constrains andmotivations.European journal of tourism Researchm10 109–119
- Alvin HUNG–CHIH Yu et al: "Service Quality In Tourism: A Case Study Of The 2001 Study Tour Of Taiwan", Proceedings of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium, 2005, P.319
- Darcy. S. (2002) 'Marginalised participation.physical Disability,High support Needs and tourism,Journal of Hospitality and tourism Management,9,1pp61–72
- Foggin, S. E. A. (2001): 'The Experience of leisure tourism of people with Disabilities,unpublished PhD thesis,universite de Montreal,Faculte des Erudes, superieures. Montreal.
- Gargiulo,R.,8 Kilgo,J.(2000),Young children with special needs = an introduction to early childhood special education , Africa = Delmar publishers
- Mastgrel,R–(2006) customer satisfaction service quality in online purchasing in Iran , dissertation (MA) , Lu lea university (on line) Available from :

Measuring the impact of People of determination's Satisfaction with the Tourism Services Provided to them, on their Integration into the Tourism Market.

Assoc. Prof. Azza Mohamed AbdElsalam

Egyptian Higher Institute for Tourism and Hotels, Egypt

Abstract

The segment of people of determination constitutes a large percentage of society, so It is worth paying attention to It and knowing the problems It faces. Therefore, this research aimed to assess the satisfaction of people of determination with the tourism services and programs provided to them through tourism companies and establishments, evaluate them, and work on Improving and developing them. The concept of People of determination and the tourism services provided to them and the factors that affect their satisfaction with them and the challenges they face and hinder their satisfaction with the services provided to them. Of recommendations:

- Work on preparing a comprehensive guide that includes all the appropriate tourist facilities that are prepared to receive people of determination.
- Work to encourage investment in this type of tourism.
- Work on the need to hold conferences and seminars to raise awareness of this type of tourism.
- Work on motivating tourism companies by providing tourism programs and means of transportation equipped for this segment

Key words:

People of determination – tourism services – tourist satisfaction – obstacles to satisfaction – tourist facilities