

جودة الخدمات السياحية ودورها في تنشيط السياحة الوافدة لمصر بالتطبيق على دول شرق وجنوب شرق آسيا

طارق محمد سباعي محمد العزازي^١، عزة محمد عبد السلام^٢

^١ مدرس بالمعهد المصري العالي للسياحة والفنادق - مصر

^٢ أستاذ مساعد بالمعهد المصري العالي للسياحة والفنادق - مصر

ملخص البحث

إن مستوى الاهتمام بجودة تقديم الخدمات السياحية للسائحين من قبل كافة المؤسسات والهيئات الحكومية غير الحكومية القائمة على القطاع السياحي سواء بشكل مباشر أو غير مباشر؛ يؤثر بشكل عام وكبير على زيادة أو نقص التدفقات السياحية للمقصد السياحي المصري وخصوصاً من السائحين القادمين من سوق دول شرق وجنوب شرق آسيا. حيث يعتبر سوق شرق وجنوب شرق آسيا من الأسواق الواعدة بالنسبة لمصر نظراً للقدرة الإنفاقية العالية لسائحي هذا السوق.

لذا هدف البحث إلى دراسة دور جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين من دول شرق وجنوب شرق آسيا والعمل على تحسين جودة الخدمات المقدمة لهم من أجل تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري والعمل على التغلب على العديد من المعوقات التي تعوق عملية التنشيط السياحي من هذا السوق الواعد مستقبلاً؛ ولتحقيق أهداف البحث تم استخدام المنهج الوصفي واعتمدت الدراسة الميدانية على توزيع عدد (١٧٨) استمارة استبيان على عينة عشوائية من المدراء والعاملين في عدد ٥٧ شركة من شركات السياحة المصرية فئة (أ) وكذلك الخبراء السياحيين في وزارة السياحة والآثار المصرية وغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة؛ وذلك للتعرف على آرائهم ووجهات نظرهم في موضوع البحث وتم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام برنامج SPSS V.26 وتوصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها أن الاهتمام برفع جودة الخدمات السياحية في المقصد السياحي المصري يساعد في تنشيط الحركة السياحية لمصر وخصوصاً من دول شرق وجنوب شرق آسيا، كما أوصى البحث بضرورة تكاتف كافة أوجه التعاون المثمر بين وزارة السياحة والآثار المصرية وأجهزتها المعنية وشركات السياحة المصرية وكافة الأماكن السياحية الأخرى بهدف توعيتهم بأهمية تحقيق مستوى عال من جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين من دول شرق وجنوب شرق آسيا.

معلومات المقال

الصفحات: ١٤١ - ١٦٧

الكلمات المفتاحية

تنشيط الحركة السياحية
المقصد السياحي المصري
دول شرق وجنوب شرق
آسيا

- الإطار العام للبحث: -

١-١ المقدمة:

حظيت الجودة خاصة في مجال الخدمات في السنوات الأخيرة بأهمية كبيرة سواء على الصعيد العالمي أو المحلي، حيث دخل مفهوم الجودة في كثير من المجالات والتخصصات، وأصبحت العديد من المؤسسات على وعي كامل

بضرورة تواجدها وتطبيقها في مختلف تخصصاتها. ولهذا فقد أصبح التنافس في تقديم أرقى الخدمات السياحية هدفا لتحقيقه من طرف العديد من المؤسسات السياحية، وذلك بعد أن صارت جودة الخدمة السياحية معيار أساسي لنجاح وضمان بقائها واستمرارها في السوق وزيادة برحيتها وكذا جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن، وباعتبار الزبون أحد طرفي الخدمة السياحية وبدونه لا تنتج الخدمة السياحية وإن أنتجت فستكون حسب احتياجاته وتطلعاته، فجعل المؤسسات الخدمية السياحية تحاول قدر الإمكان التقرب منه وسماع تطلعاته والاستجابة لاحتياجاته بهدف كسب ثقته وولائه مما يتيح لها تعزيز مركزها التنافسي وضمان النمو والاستمرار (بوزار وبران، ٢٠١٩).

تسعى المنظمات على اختلاف أنواعها، ولا سيما السياحية منها إلى تقديم خدماتها على أعلى مستويات الجودة للحفاظ على سمعة علامتها التجارية وتوسيع حصتها السوقية في سوق المنافسة ولتحقيق رضا الزبون وتحسين نقاط الاتصال معهم، إذ تبذل تلك المنظمات قصارى جهدها وتسخر إمكاناتها كافة في استخدام التقنيات الرقمية المتطورة والتكنولوجيا الحديثة وتحديث البيانات والمعلومات المتعلقة بالزبائن وتحليلها وتفسير سلوكياتهم. لذلك تتنظر جهود المنظمة بأقسامها وانشطتها المختلفة كافة لاكتساب المزيد من الأفكار وتحفيز الابتكارات لدى العاملين والعمل بروح الفريق الواحد والاستفادة القصوى من إمكاناتهم وإطلاق الحماس لديهم لاكتشاف المزيد من الفرص المستقبلية والاستثمار الأمثل لها، لتقديم سلع وخدمات بطريقة مختلفة ومميزة غير متوفرة لدى المنافسين بما يحقق الريادة التنظيمية للمنظمة ويمكنها من تقديم خدمات ذات جودة عالية قادرة على اشباع رغبات المستهلكين واحتياجاتهم تتوافق أو تفوق تصوراتهم حول الخدمات المقدمة (كبرو وسالم، ٢٠٢٣).

وتعتبر دول شرق وجنوب شرق آسيا من أهم الاسواق السياحية لمصر، حيث تعد مصر وجهة سياحية متميزة للسياح الآسيويين وخاصة السائحين القادمين من شرق وجنوب شرق آسيا وذلك بفضل تاريخها العريق ومعالمها السياحية والأثرية والتاريخية المتميزة بالإضافة إلى جمال طبيعتها وشواطئها الخلابة، وتضم دول شرق آسيا ثمان دول هم اليابان - ماكاو - الصين - منغوليا - هونج كونج - تايوان - كوريا الجنوبية - كوريا الشمالية، كما تضم دول جنوب شرق آسيا مجموعة من الدول الآسيوية التي تقع في جنوب شرق القارة الآسيوية وتشمل هذه الدول إندونيسيا والفلبين وماليزيا وسنغافورة وتايلاند وفيتنام وكامبوديا ولاوس وميانمار (بورما) وبروناي وتيمور الشرقية. (الفرص في صناعة السفر والسياحة في جنوب شرق آسيا ٢٠٢٨-٢٠٢٣)

وفي إطار تعزيز التعاون السياحي بين مصر ودول شرق وجنوب شرق آسيا تعمل شركات السياحة المصرية جاهدة على تطوير خططها لتشمل عددا من الدول في المنطقة بهدف جلب المزيد من السائحين من هذه الاسواق إلى مصر وتعزيز التبادل الثقافي والسياحي بين البلدين ومن هنا جاءت فكرة البحث كمحاولة لتحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لهذا السوق من أجل جلب المزيد من السواح وزيادة الحركة السياحية القادمة من هذه الاسواق (رابطة دول جنوب شرق آسيا).

وتعد الخدمات السياحية عنصر مهم ورئيس في العرض السياحي لأي مقصد سياحي، لذلك تسعى العديد من المقاصد السياحية إلى العمل على رفع مستوى جودة تلك الخدمات السياحية انطلاقا من دورها الكبير كعامل حاسم ومؤثر في زيادة الحركة السياحية (شطو، ٢٠١٩). حيث تؤثر جودة الخدمات السياحية المقدمة من كافة الأماكن السياحية وعلى رأسها شركات السياحة المصرية على رضا السائحين كمعيار فعال للحكم على أدائها حيث أن السائحين سيقارنون ما بين أداء تلك الأماكن السياحية وما بين توقعاتهم عن هذا الأداء التي تكون مسبقا من قبل التجربة من خلال العروض التسويقية وخبرات الآخرين وتقييماتهم المعلنة وبالتالي فإن السائحين سيكونون راضون عندما يروا أداء خدمات سياحية مطابق أو يفوق توقعاتهم (عبدالعزيز وآخرون، ٢٠٢١).

وعلى الرغم من امتلاك مصر لمناطق جذب متنوعة وأنماط سياحية متعددة إلا أن إحصائيات منظمة السياحة العالمية لعام ٢٠١٩ تشير إلى أن نصيب مصر من السياحة الوافدة أقل من نصيب دول أخرى لديها مقومات طبيعية وتاريخية وبشرية أقل مقارنة بما تملكه مصر (UNWTO,2021).

٢-١ مشكلة البحث وتساؤلاته:

من خلال ما سبق يلاحظ الأهمية البارزة لجودة الخدمات السياحية في العمل على تنشيط المقصد السياحي المصري بالإضافة إلى ما يمتلكه المقصد السياحي المصري من مقومات متعددة ومتنوعة. إضافة إلى أهمية سوق دول شرق وجنوب شرق آسيا حيث يعتبر من الأسواق الواعدة للمقصد السياحي المصري نظراً للقدرة الإنفاقية العالية لسائحي هذا السوق، لذا جاء هذا البحث لدراسة دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري بالتطبيق على دول شرق وجنوب شرق آسيا. ويمكن صياغة سؤال مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي: ما التوصيات اللازمة التي تساهم في تحسين مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا لتنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري؟ وتتطلب الإجابة على هذا التساؤل الرئيس الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- ١) ما الإطار الفكري لجودة الخدمات السياحية؟
- ٢) ما سوق دول شرق وجنوب شرق آسيا؟
- ٣) ما جهود وزارة السياحة والأثار المصرية والهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحي في جذب المزيد من الحركة السياحية الوافدة لمصر من دول شرق وجنوب شرق آسيا؟
- ٤) ما دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا؟
- ٥) ما هي المعوقات التي تحد من تحسين جودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا؟
- ٦) ما المقترحات التي تساهم في تحسين مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا لتنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري؟

٣-١ أهداف البحث:

- يهدف البحث إلى التعرف على دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري بالتطبيق على دول شرق وجنوب شرق آسيا، وذلك من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف:
- العمل على تحسين مستوى جودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا وسبل تطويرها لزيادة الحصة السوقية.
 - التعرف على الجهود والخطط المبذولة من الأجهزة السياحية المختلفة لزيادة الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق.
 - توضيح العلاقة بين جودة الخدمات السياحية المقدمة وبين زيادة الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق.
 - العمل على ضرورة تحسين أداء الشركات السياحية في رفع مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم من أجل زيادة الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق.
 - إبراز أهمية أبعاد جودة الخدمة السياحية والتي تؤدي دوراً مهماً في تطوير الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق.
 - التعرف على أهم عقبات تنشيط هذا السوق لبحث حلها.
 - وضع التوصيات التي يمكن الأخذ بها في إطار تنشيط سوق دول شرق وجنوب شرق آسيا.

٤-١ أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في أهمية تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لدول شرق وجنوب شرق آسيا، بما يساعد ذلك في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري، وذلك من خلال النقاط التالية:

- تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- أهمية سوق دول شرق وجنوب شرق آسيا حيث أنه من الأسواق الواعدة بالنسبة لمصر نظراً للقدرة الإنفاقية العالية لسائحي هذا السوق.
- أهمية التعرف دور وجهود الأجهزة السياحية في إيجاد الحلول المناسبة لتحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسوق شرق وجنوب شرق آسيا.
- تحديد التحديات التي تواجه هذا السوق وكيفية التصدي لها وذلك لما لها من أهمية كبيرة في زيادة الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق.

١-٥ منهجية البحث:

اعتمد البحث على طريقة البحث المختلط والتي قامت على جمع وتحليل كلاً من البيانات الكيفية والبيانات الكمية في دراسة واحدة، وتم جمع البيانات بالاعتماد على المصادر التالية:

(أ) الدراسة النظرية "المصادر الثانوية": استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، الذي يتم من خلاله وصف الظاهرة المتمثلة في تحسين مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لدول شرق وجنوب شرق آسيا من أجل تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري وذلك باستخدام المراجع العلمية والإنترنت والاطلاع على بعض المقالات والأبحاث والرسائل العلمية والدراسات السابقة الخاصة بجودة الخدمات السياحية.

(ب) الدراسة الميدانية "المصادر الأولية": حيث تم توزيع عدد (١٧٨) استبانة على عينة من مدراء والعاملين في شركات السياحة فئة (أ)، وكذلك على مجموعة من خبراء السياحة المصرية في وزارة السياحة والآثار وغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة؛ للتعرف على آرائهم ووجهات نظرهم في التعرف على دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري بالتطبيق على دول شرق وجنوب شرق آسيا، بالإضافة إلى العمل على وضع مجموعة من التوصيات التي تساعد على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين.

٢- الإطار النظري للبحث:-

٢-١ مفهوم جودة الخدمات السياحية:

- الخدمة: تعرف الخدمة بأنها نشاط أو سلسلة من النشاطات ذات طبيعة غير ملموسة وغير عادية (ماضي، ٢٠٠٢).

- الخدمات السياحية: تعرف بأنها مجموعة من الأعمال والأنشطة السياحية المختلفة التي توفر للسياح الراحة والاستمتاع عند شراء واستهلاك هذه الخدمات خلال وقت مدة الرحلة (سكر، ١٩٩٩)، (حمادي أخرون، ٢٠١٨) وتقديم ما يلزمهم من احتياجات كخدمات الإقامة والنقل والمحلات التجارية والخدمات التكميلية والترفيهية (الحناوي، ٢٠٠١) أو تعرف بأنها مزيج من العناصر المادية والمعنوية التي تهتم بتقديم المكونات الأساسية للعرض السياحي والعمل على إشباع حاجات ومتطلبات السائح داخل المقصد السياحي (أيمن، ٢٠٠٩)، وتتميز الخدمات السياحية بمجموعه من الخصائص التي تميزها عن غيرها من الخدمات الأخرى والتي يجب أخذها في الاعتبار عند تقديم الخدمات السياحية ومن بين هذه الخصائص اللا ملموسية، عدم التجانس، الفئائية، عدم انتقال الملكية، صعوبة مراقبة جودة الخدمة (عزيز ومطلب، بدون).

كما تعرف الخدمات السياحية بأنها مزيج من العناصر المادية المعنوية التي تهتم بتقديم المكونات الأساسية للعرض السياحي بغرض إشباع حاجات ورغبات الضيف في الميدان السياحي بمساهمة مجموعة من العناصر كالإقامة والنقل والإطعام وغيره (بوزيان وأمين،

(٢٠٢٢)

جودة الخدمة: تمثل جودة الخدمات أهمية كبيرة حيث تسعى غالبية المنشآت السياحية والفندقية لتحقيقها إذا تمثلت متطلبات واحتياجات ورغبات السائح المحور الأساسي الذي يجب أن تبنى عليه جهود أي منشأة خاصة من زيادة أعداد المنشآت السياحية وشدة المنافسة (أبو طيخ، ٢٠١٦)، وبناء على الطبيعة الغير مادية للخدمة فقد نجد المنشآت السياحية صعوبة في فهم كيفية إدراك العملاء لخدماتها وتقييم جودة هذه الخدمات لذلك تعددت المقاييس المستخدمة لقياس الجودة (حمادي، ٢٠١٦)، كما تعرف جودة الخدمة: بأنها مدى توافق الخدمة مع متطلبات العميل أو قدرة الخدمة على تلبية احتياجات ورغبات العميل كما هو متوقع (Elena, 2006).

تعرف جودة الخدمات السياحية بأنها تقديم خدمات سياحية كاملة ومتنوعة خالية من أوجه القصور تحقق كافة احتياجات السائح وتفي توقعاته قبل وأثناء رحلته السياحية خارج مقر أقامته الدائم أي إنها الفرق بين توقعات السائح لأداء الخدمة المسبقة وتصوراتهم عن الخدمة المستلمة (عبدالعزيز، ٢٠٢١).

٢-٢ أهمية جودة الخدمات السياحية: تتمثل أهمية جودة الخدمة السياحية في تحقيق خدمات عالية الجودة وهذا يؤدي إلى تحقيق المزايا التنافسية للمنشآت السياحية وبالتالي زيادة الحصة السوقية داخل المقصد السياحي (European Commission, 2020). بالإضافة إلى تحقيق النجاح والاستقرار الأمر الذي يتطلب التعاون المشترك من أجل إيجاد خدمة متميزة (عطالله، أخرون، ٢٠٢٠) ٢-٣ أنواع جودة الخدمات

هناك خمسة أنواع لجودة الخدمات كالتالي

١. الجودة المتوقعة: تمثل مستوى الجودة التي يتوقع العميل الحصول عليها
٢. الجودة الدركة: وهي مقدار إدراك المنشأة لنوعية الخدمات التي تقدمها لعملائها والتي تعتقد أنها سوف تلبى رغباتهم
٣. الجودة الفنية: وهي الطريقة التي يتم فيها تقديم الخدمة
٤. الجودة الفعلية: وهي مستوى الجودة التي تقدم بها الخدمة بالفعل
٥. الجودة المروجة للعملاء: وهي التي تكون محل تفضيل من جانب أكبر عدد ممكن من العملاء (حمد وحماد، ٢٠١٨)

٢-٤ كيفية تحقيق الجودة الخاصة بالخدمة السياحية داخل المقصد السياحي

يمكن تحقيق الجودة الخاصة بالخدمة السياحية من خلال أتباع عدد من الخطوات منها:

- جذب الانتباه وإثارة اهتمام السائح: وذلك من خلال المواقف التي يبيدها مقدم الخدمة والمتمثلة في الاهتمام بالسائح - المقابلة الإيجابية - الدقة في إعطاء مواصفات الخدمة المقدمة.
- خلق الرغبة لدى السائح وتحديد حاجاته وذلك من خلال مراعاة الوقت الزمني لتقديم الخدمة - فهم الحاجات الإنسانية للسائح - توفير المعلومات الدقيقة للخدمة المطلوبة (هيئة التنشيط السياحي <http://www.mota.gov.eg/arl>)
- إقناع السائح ومعالجة الاعتراضات لديه: وذلك من خلال تقديم الخدمة القادرة على استقطاب السائح ومعالجة الاعتراضات لديه والاستماع الجيد له والعمل على حل مشاكله.
- التأكد من استمرارية السائح بالتعامل مع المنشأة وذلك من خلال الاهتمام بأراء وشكاوى السائح وتوفير خدمات ما بعد عملية البيع من خلال عملية التواصل معه.
- التحسن المستمر للجودة وذلك من خلال وصف العمليات الإنتاجية التي تساعد على تحسين الجودة بشكل مستمر (كاظم، ٢٠٠٢).

▪ التأهيل المتكامل للمقصد السياحي والعنصر البشري الذي يعمل مقدم لبرامج السياحية وذلك من خلال المحافظة الكاملة على المقصد السياحي ثقافة وعادات وتقاليد أهل المقصد السياحي والعمل على توفير الخدمات اللازمة للسائح والمعرفة المسبقة بسلوكيات السائح وأهم احتياجاته ورغباته لتحقيق الرضا الكامل له وإن المقصد السياحي يغطي كل تطلعاته ورغباته (درويش، 2018).

- ملائمة المنتج السياحي: معرفة ما إذا كان المنتج السياحي مناسب لاحتياجات السائح أم يحتاج إلى وسائل لتطوير هذه الخدمات حتى تتماشى مع متطلباته ورغباته والمتمثلة في:
 - السلامة والأمان: بمعنى ألا يشكل المنتج السياحي خطراً على السائح وسلامته.
 - الشفافية: من خلال توفير المعلومات الصحيحة حول مواصفات الخدمة المقدمة وأسعارها
 - الأصالة: أي أن المنتج المقدم يعبر عن حضارة وتراث معين يجعله يختلف عن المنتجات الماثلة أمامه ويحقق رضا السائح
- التجانس: أي التوافق مع المحيط الطبيعي والإنساني للحفاظ على السياحة المستدامة من خلال إدارة فعالة للمؤثرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية بهدف الوصول إلى مؤشرات تقييم جودة الخدمة السياحية
- توفير وسائل المواصلات المناسبة وسهولة الوصول للمقصد السياحي وتأهيل وتدريب العنصر البشري والعمل على تحسين بيئة العمل والنهوض بالطرق والموانئ والبنية التحتية لشبكات الأنترنت (الجيورى وجاسم، ٢٠١٧)
 - ٢-٥ المعايير المطلوبة لتحسين الخدمات السياحية المقدمة داخل المقصد السياحي:
- تحسين الخدمات السياحية المقدمة لأي سوق سياحي داخل منطقة الزيارة لابد من العمل على
 - إدخال تحسينات وتعديلات جوهرية على الخدمات السياحية الموجودة وذلك بتطوير بعض هذه الخدمات بما يتلاءم مع احتياجات ومتطلبات ورغبات السائحين
 - استحداث خدمات سياحية جديدة لم تكن موجودة من قبل بالمنتج السياحي مما يعمل على زيادة الطلب السياحي المتوقع
 - مد الخدمات السياحية إلى قطاعات وأسواق سياحية جديدة لم يسبق التعامل معها
 - إضافة خدمة سياحية مكملة للخدمة القائمة مثل خدمة الصرافة، التأمين، الفنادق، المطاعم، وسائل النقل
 - تقديم المعلومات الكافية والصادقة للسائحين عن البرنامج السياحي المقدم في جميع مراحلها المختلفة
 - الاهتمام بتأكيد الجوزات طبقاً للبرامج المعلنة
 - دراسة المقاصد السياحية المختلفة للحصول على معلومات كاملة وحقيقية عنها لإفادة عملائها بأدق المنتجات السياحية المختلفة
 - الاهتمام بدراسة شكاوى العملاء والعمل على حلها (السيسي، ٢٠٠٧)
 - تعتمد جاذبية المقصد السياحي على توافر الأنشطة الترفيهية والثقافية المتنوعة والمناظر الطبيعية الجميلة والأماكن التاريخية والأثرية والمتاحف والمعارض وتوافر الأسواق التجارية والتقليدية والحديثة داخل المقصد السياحي (التمويل والتنمية جنوب شرق آسيا)
 - تحسين البنية التحتية والتعليم والصحة والبيئة والتجارة الحرة والاستثمارات الأجنبية المباشرة بالإضافة إلى ذلك تحسين التعاون بين الدول بعضها البعض وتحسين الأمان والاستقرار في المنطقة (مؤتمر الأمم المتحدة، ٢٠٢٠)
 - ٢-٦ قياس جودة الخدمة من منظور السائح:
- يمكن التفرقة بين أربع طرق أساسية لقياس جودة الخدمات من منظور السائح وهي
 - ١- مقياس عدد الشكاوى: وهو يتمثل في حصر عدد الشكاوى خلال فترة معينة وتصنيفها حسب نوع الشكاوى وتتميز هذه الطريقة بالسهولة في إعطاء مؤشر نحو إدراك السائح للخدمة المقدمة له إلا أن هناك بعض الانتقادات التي توجه لهذه الطريقة منها:
 - أن عدد الشكاوى لا يعتمد في جزء منه على مدى سهولة تقديم السائح بشكواه.
 - أن عدد قليل من المستفيدين بالخدمة المقدمة سوف يتقدمون بشكواهم بينما نسبة كبيرة سوف يترددون في القيام بذلك.
 - أن هذه الطريقة لا تعكس الأسباب الحقيقية وراء شكوى السائح وأهمية الشكاوى لأداء الخدمة في السوق.

٢- مقياس الرضا: يعتبر من أكثر الطرق استخداماً لقياس اتجاهات السائحين نحو جودة الخدمة وذلك باستخدام مقياس ليكارت المكون من سبعة نقاط لقياس درجة أهمية عناصر الخدمة وغالباً ما يتم توجيه الأسئلة التي تقيس الأهمية بعد حصول السائح على الخدمة وذلك من خلال الاستبيان وتتميز هذه الطريقة بأنها تمد المنشأة بمعلومات هامة عن شعور السائح بالخدمة المقدمة وجوانب القوة والضعف وعلى الرغم من ذلك فهناك بعض الانتقادات التي توجه لهذه الطريقة.

- أن العملاء الذين تم استقصائهم ربما لا تعكس آرائهم وجهه نظر العملاء الذين لم يشملهم البحث.
- أن هذا المقياس لا يمد المنشأة بمعلومات وافية يمكن الإعتماد عليها في مقارنة مستوى الخدمة بغيرها من الخدمات في نفس المجال.

▪ الافتقار إلى صياغة مناسبة وقلة الردود أو الاستجابة. (عبد المحسن، ٢٠٠٥)

٣- مقياس الفجوة: يعتمد على مقارنة توقعات العميل بشأن الخدمة وإدراكاتهم لمستوى جودة الخدمة المقدمة بالفعل ومن ثم تحديد الفجوة بين هذه التوقعات والإدراكات جودة الخدمة = التوقعات = الأداء.

- الفجوة الأولى: بين ما يتوقع العميل وإدراك المنشأة فقد لا تترك بشكل جيد كيفية حكم العميل على جودة الخدمة حيث تعتمد المنشأة أن جودة الخدمة مرتبط بشكل أساسي بوسائل الإقامة أو المزارات السياحية بينما السائح يقيّمها من خلال التعامل الجيد من جانب العاملين بالمنشأة. (عبوي، ٢٠٠٧)

▪ الفجوة الثانية: ما بين إدراك المنشأة والجودة النوعية للخدمة أي أن المنشأة لا تضع معياراً محدداً يتعلق بحركة الحجز للرحلات السياحية أو المزارات والاتصالات بالعميل المستفيد من الحجز، ولكن في الواقع لا يمكن للمنشأة الاستجابة لهذا الشرط وإذا ما تم تقييم الخدمة، وفي هذه الحالة تكون لدينا الفجوة بين إدراك المنشأة لأهمية هذه الخدمة ومستوى التنفيذ وذلك نتيجة لعدم الالتزام بتحسين نوعية الخدمة وعدم فهم نوعية الخدمة التي يرغب السائح الحصول عليها وعدم إمكانية وجود معيار لقياس جودة الخدمة.

- الفجوة الثالثة: ما بين الجودة النوعية للخدمة والخدمة المقدمة وينتج ذلك من خلال عدم إعداد وتدريب مقدمي الخدمة بشكل جيد وكثافة العمل المكلفين به بالشكل الذي يضاعف قدرة العاملين على تحمل أعباء العمل مما يجعلهم غير قادرين على الاستجابة للعملاء بشكل جيد، كذلك عدم معرفة العاملين لشروط وإجراءات العمل وهذا يرجع عدم مراعاة الدقة في اختيار العاملين بالشروط التي يجب توافرها فيهم. (بجياوية، ٢٠٢٢)

▪ الفجوة الرابعة: ما بين الخدمات والاتصالات الخارجية يتأثر السائح بالوعد التي تقدم له من قبل المنشأة ومن خلال وسائل الاتصال خلال عملية الترويج التي تقوم بها المنشأة وتكوين صورة معينة عن الخدمة المقدمة قد لا يحصل عليها عند الحصول على الخدمة.

- الفجوة الخامسة: ما بين الخدمة المتوقعة والخدمة المؤداة وهذه الفجوة تحدث عند حصول أحد الفجوات الأربعة أو أكثر من فجوة.

٤- مقياس الأداء الفعلي للخدمة: يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار ان جودة الخدمة يمكن الحكم عليها بشكل مباشر من خلال اتجاهات السائح ويكمن التعبير عن ذلك جودة الخدمة = الأداء ويعتبر هذا المقياس من أسهل وأسرع المقاييس. (المحيادي، ٢٠٠٦)

ميررات استخدام نموذج الفجوات:

يستعمل نموذج الفجوات على نطاق واسع لقياس مستويات تقييم السائحين للخدمات لهم من حيث الجودة ويتم ذلك عن طريق قياس مستوى توقعات السائحين عن الخدمات والتعرف على مدى التباين بين ما يتوقعه السائح من مستوى معين للخدمة المقدمة وبم ما يحصل عليه فعلاً، كما أنها تعد من الأدوات الفعالة التي تساعد في إظهار جوانب القصور في مستوى الخدمة من وجهه نظر السائح والوقوف على نقاط الضعف في المنشأة. (العباسي، ٢٠٠٩)

- ٢-٧ أهمية سوق شرق وجنوب شرق آسيا سياحيا بالنسبة لمصر
تعد دول شرق وجنوب شرق آسيا من الأسواق المهمة والمحتملة للسياحة المصرية خاصة السياحة الثقافية فهو سوق متنامي بسبب زيادة السفر للخارج من قبل الشباب داخل المنطقة ويتضح ذلك من خلال:
- التكامل الإقليمي بين مصر ودول جنوب آسيا.
 - الدعم السياسي والزيارات الرسمية بين مصر ودول شرق وجنوب شرق آسيا.
 - القدرة الإنفاقية العالية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
 - متوسط فترة الإقامة بالمدن السياحية المصرية جيدة مقارنة ببعض الجنسيات الأوروبية الأخرى (التمويل والتنمية جنوب شرق آسيا).

أهداف دول شرق وجنوب شرق آسيا في القطاع السياحي:

- حققت دول شرق وجنوب شرق آسيا نمو اقتصاديا لا يستهان به في مختلف المجالات الصناعية والتجارية والخدمات أدى ذلك إلى زيادة أهميتها في القطاع السياحي وتتمثل هذه الأهداف فيما يلي: -
- النمو الاقتصادي والاجتماعي والثقافي.
 - تحسين مستوى المعيشة ورفع مستوى دخل الفرد.
 - الاستقرار السياسي والاقتصادي.
 - الانتعاش السياحي ووفرة الثروات الطبيعية.
 - وفرة العمالة المدربة.
 - إقامة علاقات وثيقة بين المؤسسات الدولية والإقليمية (خالفي ورميدى، بدون).

٢-٨ التحديات التي تواجه دول شرق وجنوب شرق آسيا داخل المقصد السياحي

- تواجه دول شرق وجنوب شرق آسيا عدد من التحديات متمثلة فيما يلي: -
- التحديات البيئية المتمثلة في التغيرات المناخية.
 - الأزمات الاقتصادية المتلاحقة.
 - المنافسة الأجنبية خاصة من طرف الدول المجاورة.
 - ضعف الخطط التسويق وقلّة الوسائل الترويجية المستخدمة.
 - محدودية استخدام التكنولوجيا.
 - التحديات المتعلقة بالموارد البشرية.
 - نقص البنية التحتية والخدمات المرتبطة بالسياحة.
 - عدم الاستقرار الأمني.
 - الكوارث الطبيعية.
 - تأخير إصدار الفيزا يؤثر بالسلب على الحركة السياحية القادمة من هذه الدول (خالفي ورميدى، بدون).

٢-٩ إحصائيات بتطور أعداد السائحين الوافدين من دول شرق وجنوب شرق آسيا إلى مصر:

وفيما يلي بيان بتطور أعداد السائحين الوافدين من دول شرق وجنوب شرق آسيا إلى مصر

جدول (١) إجمالي عدد الليالي السياحية للمغادرين طبقا لمجموعات الدول من شرق وجنوب شرق آسيا من عام ٢٠١٦ إلى

٢٠٢١م.

عدد الليالي السياحية						مجموعات الدول
٢٠٢١	٢٠٢٠	٢٠١٩	٢٠١٨	٢٠١٧	٢٠١٦	
٦٢٧	١٠٢٢	٣٣٧٧	٣١٣٨	٢٨٢٥	١٢٧٤	شرق آسيا والباسفيك
١٤٩٥	١٤١٧	٢٩٥٩	٣٠٨٠	٢٠١٧	٧٩٥	جنوب آسيا

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، (٢٠١٦: ٢٠٢١).

جدول (٢) إجمالي عدد السائحين الوافدين من جنوب آسيا طبقاً للجنسية من عام ٢٠١٦ إلى ٢٠٢١

٢٠٢١	٢٠٢٠	٢٠١٩	٢٠١٨	٢٠١٧	٢٠١٦	الجنسيات
العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
١٠٢٠٧٧	١٠٧٧٥٣	٣٣٤٣٠٦	٣٢٦١٦٧	٢٦٥٦٦٠	٢٠٢٥٢٣	الجملة
٢٧٥٧٨	٢٧١٤١	٥٥٧١٣	٤٧٩٧٤	٣٠٠٨٩	٣١٧٦٢	الفلبيين
١١٩٤١	١٥٦٥٩	٤٣٦٥٢	٤٦٤٨٥	٣٠٨٣١	٢٥٤٣٤	إندونيسيا
٥٦٩٣	١٢٢١٤	٣٣٦٩٤	٣٢٣٠٢	٢٨٧٠٢	٢٦٤٦٩	ماليزيا
٣٦٩	٥٦٨١	١٩٧٧٧	١٨٨٦٦	١٤٩٥٢	٧٢٧٧	تايوان
٥٠٥٧	٤٠٢٠	١٠٥٠٥	١٢٠٠٢	٩٠٧٩	٧١٤٢	باكستان
١١٩٦٣	١٣٧٨١	٤٢٣٤٨	٤١٧٠٩	٣٠٨٢٤	٢٤٥٩٣	آخرون

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، (٢٠١٦: ٢٠٢١).

جدول (٣) إجمالي أعداد السائحين الوافدين من شرق آسيا والباسفيك طبقاً للجنسية من عام ٢٠١٦ إلى عام

٢٠٢١

٢٠٢١	٢٠٢٠	٢٠١٩	٢٠١٨	٢٠١٧	٢٠١٦	الجنسيات
العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
٤٠٥١٦	٨٢٥٤٦	٣٥٣٧٨٣	٣٤٣٢٦٢	٣٧٠٦٧١	٢٣٦٨٥٨	الجملة

أستراليا	٢٧٢٨١	٣٤٩٧٠	٤٦٢٢٠	٥٥٢٢٦	١١٠٧٩	٦٠٠٠
اليابان	١٨٦٤٣	٣٢٧٤٣	٤١٨٠٧	52409	١٣٩٣٦	٢٥٠٤
كوريا الجنوبية	١١٤٧٥	١٥٥٩٨	٢٠٤٨٨	٣١٩٤٦	١٣٣٥٨	٤٣٢١
الصين الشعبية	١٧٩٤٥٩	٢٨٧٢٦	٢٣٤٧٤٧	٢١٤٢٠٢	٤٤١٧٣	٣١٣٠١

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، (٢٠١٦: ٢٠٢١).

جدول (٤) إجمالي أعداد السائحين الوافدين طبقاً لمجموعات دول شرق وجنوب شرق آسيا من عام ٢٠١٦ إلى عام ٢٠٢١

مجموعات الدول	٢٠١٦	التغير	٢٠١٧	التغير	٢٠١٨	التغير	٢٠١٩	التغير	٢٠٢٠	التغير	٢٠٢١	التغير
	العدد	العدد										
شرق آسيا والباسيفيك	٢٣٦٨٥	١٣٣٧١	٣٧٠٥٧	٢٧٣٠	٣٤٣٢٦	١٠٥٢	٣٥٣٧٨	-	٨٢٥٤٦	-	٤٦٥١٦	-
	٨	٣	١	- ٩	٢	١	٣	٢٧٢٣٧			٣٦٠٣	٠
جنوب آسيا	٢٠٢٥٢	٦٣١٣٧	٢٦٥٦٦	٦٠٥٠	٣٢٦١٦	٨١٣٩	٣٣٤٣٠	-	١٠٧٧٥	-	١٠٢٩٧	-
	٣		٠	٧	٧		٦	٢٢٦٥٥	٣	٤٧٧٦	٧	٤٧٧٦
							٣					

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، (٢٠١٦: ٢٠٢١).

يتضح من خلال الإحصائيات السابقة أن الحركة السياحية الوافدة من دول شرق وجنوب شرق آسيا شهدت زيادة في أعداد السائحين والليالي السياحية من عام ٢٠١٦ وحتى عام ٢٠١٩ ولكن هناك انخفاض ملحوظ في أعداد السائحين من دول شرق وجنوب شرق آسيا وانخفاض في أعداد الليالي السياحية في مصر عام ٢٠٢٠ وهذا يرجع إلى تأثير جائحة كورونا على السياحة العالمية والمحلية والتي أدت إلى خسارة القطاع السياحي في مصر نحو ٩ مليارات دولار من الإيرادات وتراجع أعداد السائحين من ١٣ مليون ٢٠١٩ إلى ٣,٥ مليون عام ٢٠٢٠ إضافة إلى تأثير الأزمات السياسية والأمنية في بعض دول المنطقة على الحركة السياحية وهذا الانخفاض في أعداد السائحين أثر بالسلب على أعداد السائحين في عام ٢٠٢١.

١٠-٢ من أجل ذلك تبذل وزارة السياحة وهيئة التنشيط السياحي جهودا مكثفه لجذب المزيد من الحركة السياحية الوافدة لمصر من هذه الأسواق وذلك من خلال عدد من الإجراءات وهي كالتالي:

- المشاركة في المعارض والمؤتمرات والورش السياحية التي تستهدف هذه الأسواق وتقديم عروض وبرامج سياحية متنوعة ومغرية لجذب السواح مثل معرض أراب تور في دبي ومعرض أس أتى في سنغافورة ومعرض إي تي بي في بانكوك.
- رفع معدلات النمو في الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر وإبراز الصورة الحقيقية لتاريخ مصر الحضاري ونهضتها الحديثة ومقوماتها السياحية المتنوعة.
- التعاون مع شركات الطيران والفنادق وشركات السياحة والسفر في محاولة لزيادة طاقة الطيران ولتقديم خدمات سياحية مخفضة التكاليف ومناسبة للأسواق المستهدفة مثل طيران أس أي وطيران إير آرابيا وطيران فلاي دبي.
- التواصل مع الجهات المعنية في دول شرق وجنوب شرق آسيا مثل الجمعيات والهيئات السياحية والإعلامية لتبادل الخبرات والآراء والتعرف على متطلبات واحتياجات وتوقعات هذه الأسواق (التوقعات الاقتصادية لجنوب شرق آسيا والصين والهند واليابان لعام ٢٠٢٠ <https://www.oecd.org>)
- التخطيط لتنظيم رحلات تعريفية لكبار الصحفيين والمؤثرين في الرأي من دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- إطلاق حملات إعلانية ترويجية عبر وسائل التواصل الاجتماعي والأنترنت باللغات المحلية واستخدام الرسائل حسب طبيعة كل سوق على حدة لزيادة التوعية بالمقصد السياحي المصري واستهدفت هذه الحملة ٢٧ دولة في شرق آسيا.
- زيادة عدد المرشدين الذين يتحدثون اللغة اليابانية والصينية وعمل لافتات باللغات مختلفة في الأماكن الأثرية المتوقع زيارتها.
- نشر الوعي السياحي لدى المواطنين أن مصر لديها منتج سياحي متميز من السياحة الثقافية على مستوى العالم متفرد.
- منح السائحين الوافدين لمصر من تلك الدول تأشيرات الدخول بالمنافذ والمطارات المصرية عند وصولهم أسوأ بما يتم مع أكثر من ٧٠ دولة أخرى من أجل جذب المزيد من الحركة السياحية الوافدة وتيسير دخول المزارات السياحية لهم.
- من أهم الشرائح المستهدفة أو المحتملة من تلك الأسواق هم السائحين الذين يهتمون بالسياحة الثقافية والتاريخية في مصر وخاصة من الصين واليابان والطلاب والباحثين الذين يسعون في تطوير مهاراتهم في مجالات التعليم والابتكار والتكنولوجيا والسياحة.
- استعراض جودة الخدمات السياحية والاكتشافات الأثرية الأخيرة والرقابة على جميع الأماكن السياحية (<https://mota.gov.eg>, available on 28-4-2023)

٣- الإطار الميداني للبحث:-

المقدمة:

تناولت إجراءات البحث الميداني في بيان عينته، وكيفية تصميم أداة البحث الميداني وخطوات إعدادها وصدقها وثباتها، ثم بيان أسلوب تطبيق أداة البحث الميداني، والمعالجة الإحصائية لاستجابات أفراد العينة، حيث يتناول التحليلات الإحصائية المستخدمة للإجابة على تساؤلات البحث حيث استخدم معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة البحث ثم معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق أداة البحث، كما استخدم التكرارات والنسب والمتوسطات والوزن النسبي لتصنيف محاور الاستبيان. تم إجراء كافة التحليلات الإحصائية باستخدام برنامج SPSS V. 26، وأخيراً عرض نتائج البحث الميداني وتفسيراته. أي أن هذا الجزء من البحث يتناول المحاور التالية:

١-٣ إجراءات البحث الميداني:

أ- إعداد أداة البحث: قام الباحثان بإعداد استبانة؛ للمدراء والعاملين في شركات السياحة المصرية فئة (أ) وكذلك الخبراء السياحيين في وزارة السياحة والآثار المصرية وغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لتوزيعها عليهم.

ب- تطبيق أداة الدراسة الميدانية: ولقد تضمنت الاستبانة تقييم واقع دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري بالتطبيق على دول شرق وجنوب شرق آسيا، بالإضافة إلى العمل على وضع مجموعة من التوصيات التي تساعد على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين في ضوء ما تسفر عنه البحث النظرية والميدانية من نتائج. ويتضح ثبات وصدق أداة البحث فيما يلي:

٢-٣ ثبات محاور الاستبانة: تم حساب ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ حيث يستخدم هذا المعامل لقياس ثبات أداة جمع البيانات سواء كان تقديرها ثنائي (صفر/١) أو تقديرها متصل كما في حالة مقاييس الاتجاهات التي تؤسس على طريقة ليكرت الخماسي، وكانت النتائج كما هي موضحة بالجدول الآتي:

حيث استخدم معامل ألفا كرونباخ لدراسة ثبات محاور البحث حيث تتراوح قيم معامل ألفا كرونباخ بين الصفر والواحد الصحيح وكلما اقتربت قيمة المعامل من ٠.٧ فأعلى دل ذلك على وجود ثبات للاستبيان.

جدول (٥): قيم ثبات محاور الاستبانة الموجهة للمبوحين بطريقة ألفا كرونباخ

م	المحور	عدد الأسئلة	قيمة ألفا كرونباخ
١	دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية القادمة من دول شرق وجنوب شرق آسيا	١٤	0.877
٢	المعوقات التي تحد من تحسين جودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا	١٢	0.923
٣	المقترحات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا	١٢	0.912

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن: قيمة معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لجميع محاور الدراسة تتراوح بين (0.853 و0.923) وهذه القيم أعلى من 0.7 ومن ثم يمكننا القول بأن محاور الدراسة تتسم بالثبات. وهي قيم مناسبة لتحقيق ثبات الاستبانة، كما أن جميع محاورها على درجة جيدة من الثبات، وهذا يعني أن الأداة صالحة للتطبيق.

٣-٣ صدق أداة البحث (الاستبانة):

تم التحقق من صدق الاستبانة من خلال طريقتين أولهما صدق المحكمين؛ حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أساتذة كليات ومعاهد السياحة والفنادق؛ لإبداء آرائهم حول مناسبة وانتفاء العبارات لمحاور الاستبانة، ولعينة وموضوع البحث، والتحقق من سلامة ووضوح الصياغة اللغوية للعبارات، وأن الاستبانة صالحة لقياس ما صممت من أجله، ولقد أبدى السادة المحكمون مجموعة من الملاحظات حول عبارات الاستبانة، وتم تعديل الاستبانة على ضوء ذلك. ومن هنا يمكن القول أنه قد تمت الاستفادة من التحكيم في الاطمئنان إلى صدق الاستبانة، أي أن عبارات كل منها تقيس الغرض الذي وضعت من أجله. وبعدها استخدم الباحثان أيضاً طريقة ثانية للتحقق من صدق الاستبانة من خلال استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة

العلاقة الارتباطية بين المحور وعباراته الفرعية حيث تتراوح قيم معامل الارتباط بين -١ و ١. تعد العبارة صادقة إذا كانت قيمة معامل الارتباط معنوية وأعلى من ٠.٠٤.

المحور الأول: دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية القادمة من دول شرق وجنوب شرق آسيا
جدول (٦): صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول

العبرة	معامل الارتباط
١- تقديم الخدمات السياحية بشكل صحيح وذات جودة مناسبة من المرة الأولى.	.667**
٢- توفير احتياجات ورغبات ومتطلبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	.729**
٣- تحقيق المزايا التنافسية لكافة المنشآت السياحية والمزارات السياحية، وبالتالي زيادة نصيب حصة المقصد السياحي المصري من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	.609**
٤- زيادة الحصة السوقية من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	.723**
٥- العمل على إيجاد حلول للعديد من المشكلات التي تواجه سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	.698**
٦- التأكد من استمرارية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا لزيارة المقصد السياحي المصري.	.752**
٧- تقديم معلومات كافية صحيحة صادقة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا عن مواصفات البرامج والخدمات السياحية المقدمة وأسعارها في المقصد السياحي المصري وهذا يساعد على زيادة الحركة السياحية لمصر.	.732**
٨- تساعد جودة الخدمات السياحية على زيادة رضاء وولاء وانتماء سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا للمقصد السياحي المصري.	.740**
٩- تساعد جودة الخدمات السياحية على زيادة ربحية كافة المؤسسات السياحية.	.603**
١٠- شعور سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا بالثقة والأمان في المقصد السياحي المصري.	.652**
١١- تعزيز سمعة المقصد السياحي المصري مما يحسن من صورته الذهنية لدى سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، ويسهل من عمليات الترويج عن مميزات المقصد السياحي المصري.	.675**
١٢- وقف الخدمات السياحية التي لا تصل للمواصفات القياسية، وكذلك التي ليست من ضمن احتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	.715**
١٣- تحقيق السلامة والأمان في كافة الخدمات السياحية المقدمة، أي لا يشكل المنتج السياحي خطراً على حياة السائحين أو سلامتهم.	.745**
١٤- تساعد جودة الخدمات السياحية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا على اتخاذ قرار شراء برنامج سياحي في المقصد السياحي المصري دون غيره من المقاصد الأخرى.	.746**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن: قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور والمحور نفسه (دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية القادمة من دول شرق وجنوب شرق آسيا) تتراوح بين (0.6 و 0.7) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات والمحور نفسه، وهذا يدل على أن عبارات المحور تتسم بالصدق حيث كانت جميع العبارات معنوية وقيمة معامل الارتباط أعلى من ٠.٠٤.

المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تحسين جودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا
جدول (٧): صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني

العبرة	معامل الارتباط
١- معوقات متعلقة بالحصول على تأشيرة الدخول إلى المقصد السياحي المصري، أو تأخير إصدار التأشيرة..	.693**

.724**	٢- عدم التزام بعض شركات السياحة أو مقدمي الخدمات السياحية بوعودها في برامجها السياحية.
.692**	٣- عدم مصداقية بعض من المحال السياحية والترفيهية بجودة المعروض لديها.
.784**	٤- ضعف الاهتمام بدراسة متطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في المقصد السياحي المصري.
.725**	٥- عدم حرص وزارة السياحة والآثار وبعض من وكلاء السياحة والسفر على حل المشكلات التي تواجه سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا بشكل سريع.
.774**	٦- ضعف التنسيق بين وزارة السياحة والآثار وشركات السياحة المتخصصة في سوق سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من أجل تقديم مستوى جودة للخدمات السياحية المقدمة لهذا السوق.
.658**	٧- ضعف مهارات بعض العاملين في القطاع السياحي.
.794**	٨- قلة وعي بعض العاملين في قطاع السياحة والآثار بمتطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
.680**	٩- قلة المرشدين السياحيين المتحدثين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
.810**	١٠- محدودية استخدام التكنولوجيا في بعض المنشآت والمزارات السياحية.
.782**	١١- بعض القصور في النواحي الأمنية داخل بعض المزارات السياحية.
.648**	١٢- ارتفاع أسعار البرامج السياحية والسلع السياحية في المقصد السياحي المصري مقارنة بمثيلتها من المقاصد السياحية الأخرى.

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن: قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور والمحور نفسه (المعوقات التي تحد من تحسين جودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا) تتراوح بين (0.6 و 0.8) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات والمحور نفسه، وهذا يدل على أن عبارات المحور تتسم بالصدق حيث كانت جميع العبارات معنوية وقيمة معامل الارتباط أعلى من ٠.٠٤.

المحور الثالث: المقترحات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا

جدول (٨): صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني

العبارة	معامل الارتباط
١- العمل على دراسة متطلبات واحتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من أجل توفير مستوى مناسب من جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم.	.827**
٢- التعاون المثمر بين وزارة السياحة والآثار وشركات السياحة المتخصصة في إعداد البرامج السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	.815**
٣- تسهيل إجراءات الدخول للمقصد السياحي المصري والحصول على التأشيرة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، ومنحهم التأشيرة من منافذ الدخول المختلفة عند وصولهم.	.791**
٤- وضع خطة تسويقية شاملة تستهدف سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	.698**
٥- تحسين جودة الخدمات السياحية من حيث الإقامة والنقل والمحال التجارية والترفيهية وإحكام الرقابة عليها.	.654**
٦- توفير خطوط طيران مباشرة منخفضة التكلفة من دول شرق وجنوب شرق آسيا إلى المقصد السياحي المصري لتسهيل السفر.	.680**
٧- إعداد برامج سياحية متنوعة تلبي كافة احتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	.768**
٨- إعداد وتأهيل العاملين في القطاع السياحي على درجة عالية من المهارة والكفاءة والخبرة في التعامل مع	.824**

	سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من خلال عقد برامج ودورات تدريبية متخصصة لهم.
.823**	٩- توفير وتأهيل عدد كاف من المرشدين السياحيين الناطقين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
.685**	١٠- توعية العاملين في القطاع السياحي بعادات وتقاليد وسلوكيات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا واحترامها لتحقيق الرضا والولاء لديهم.
.711**	١١- المشاركة في العديد من المعارض والمؤتمرات السياحية وتقديم عروض وبرامج سياحية متنوعة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا تلاقي رغباتهم واحتياجاتهم.
.627**	١٢- التخطيط لتنظيم رحلات تعريفية لكبار الصحفيين من دول شرق وجنوب شرق آسيا لاطلاعهم على كافة الأنماط السياحية في المقصد السياحي المصري وتاريخه العريق.

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن: قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور والمحور نفسه (المقترحات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا) تتراوح بين (0.6 و0.8) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات والمحور نفسه، وهذا يدل على أن عبارات المحور تتسم بالصدق حيث كانت جميع العبارات معنوية وقيمة معامل الارتباط أعلى من ٠.٤.

ج - عينة البحث:

تكونت عينة البحث من مجموعة المدراء والعاملين في شركات السياحة المصرية فئة (أ) وكذلك الخبراء السياحيين في وزارة السياحة والآثار المصرية وغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة؛ للتعرف على دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري بالتطبيق على دول شرق وجنوب شرق آسيا، بالإضافة إلى العمل على وضع مجموعة من التوصيات التي تساعد على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين، وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية، حصل الباحثان فقط على عدد (١٧٨) استبانة من الاستبانات الموزعة.

د- تطبيق أداة البحث الميداني: تم تطبيق الاستبانة على أفراد العينة حيث خصص لكل فرد استبانة يجيب عليها، وقد طلب من أفراد العينة الإجابة عن مفردات استبانته وفقاً لمقياس ليكرت اسكيل الخماسي، وقد أعطيت هذه الاستجابات الأوزان النسبية الآتية: (٥ - ٤ - ٣ - ٢ - ١) على التوالي.

هـ- المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة البحث: تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

التكرارات، والنسب المئوية: لتوزيع نسبة الاستجابة على كل عبارة بالقائمة.

المتوسط الوزني: بهدف التعرف على مدى تحقق كل عبارة من عبارات الاستبانة، ويُحدد المتوسط الوزني بضرب التكرارات في قيمة درجاتها، ثم جمع حاصل التكرارات في قيمتها مثلاً (موافق بشدة خمس درجات- موافق أربع درجات- محايد ثلاث درجات - غير موافق درجتان - غير موافق بشدة درجة واحدة)، ثم قسمة المجموع الكلي على عدد من أجابوا عن العبارة (خطاب، ٢٠٠٠).

٤-٣ التوصيف الإحصائي لمحاور البحث:-

استخدم البحث التكرارات والنسب المئوية لتوصيف متغيري خبرة أفراد العينة وكذلك توصيف عبارات محاور البحث بالإضافة إلى احتساب المتوسطات والوزن النسبي.

(١) توصيف العينة طبقاً لعدد سنوات الخبرة في المجال السياحي:

جدول (٩) التوصيف طبقاً لعدد سنوات الخبرة في المجال السياحي

Percent	Frequency	عدد سنوات الخبرة في المجال السياحي
12.92	23	من عام إلى أقل من خمس أعوام
23.59	42	من خمس أعوام إلى أقل من عشر أعوام

63.48	113	عشر أعوام فأكثر
100.0	١٧٨	Total

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن 63.48% من أفراد العينة خبرتهم أكثر من عشر أعوام، 23.59% من أفراد العينة خبرتهم من خمس أعوام إلى أقل من عشر أعوام، و 12.92% من أفراد العينة خبرتهم من عام إلى أقل من خمس أعوام. (٢) توصيف العينة طبقاً لدور جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في اتخاذ قرارات شراء البرامج السياحية في المقصد السياحي المصري (القيام بالسفر والسياحة):-

جدول (١٠) توصيف عينة البحث طبقاً لدور جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في اتخاذ قرارات شراء البرامج السياحية في المقصد السياحي المصري

Percent	Frequency	
٨٧.64	١٥٦	أوافق بشدة
3.93	٧	أوافق
7.30	١٣	أوافق بدرجة متوسطة
1.12	٢	لا أوافق
100.0	١٧٨	Total

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن 98.87% من أفراد العينة يوافقون على أن لجودة الخدمات السياحية دور مهم في اتخاذ قرارات شراء البرامج السياحية في المقصد السياحي المصري بالنسبة لدول شرق وجنوب شرق آسيا، 1.12% من أفراد العينة لا يوافقون على أن لجودة الخدمات السياحية دور مهم في اتخاذ قرارات شراء البرامج السياحية في المقصد السياحي المصري بالنسبة لدول شرق وجنوب شرق آسيا، وهي نسبة ضئيلة جداً. (٣) توصيف العينة طبقاً لدور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا:-

جدول (١١) توصيف عينة البحث طبقاً لدور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا

Percent	Frequency	
91.01	١٦٢	أوافق بشدة
8.99	١٦	أوافق
100.0	١٧٨	Total

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن: 100% من أفراد العينة يوافقون على أن لجودة الخدمات السياحية دور بارز في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، وهذا يدل على أهمية الاهتمام برفع مستوى جودة الخدمات السياحية.

تفسير العبارات ومناقشتها:

تشتمل الاستبانة على ثلاث محاور يندرج تحت كل محور منها عدداً من العبارات، وهذه المحاور هي:-

المحور الأول: محور 'دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية القادمة من دول شرق وجنوب شرق آسيا': أوضحت نتائج البحث أن عبارات هذا المحور موافق عليها بشدة؛ حيث بلغ المتوسط الوزني (4.71)؛ حيث كانت الاستجابة لما يندرج تحته من عبارات موافق عليها بدرجة كبيرة جداً. ويبين الجدول التالي مستويات الموافقة على عبارات المحور الأول، كما يلي:

جدول (١٢): يوضح التوصيف الإحصائي لمحور دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية القادمة من دول شرق وجنوب شرق آسيا.

م	العبارة	أوافق		لا أوافق		لا أوافق على الإطلاق		المتوسط	الرتب
		بدرجة كبيرة جدا		بدرجة متوسطة		بدرجة متوسطة			
		ن	ك	ن	ك	ن	ك		
١	تقديم الخدمات السياحية بشكل صحيح وذات جودة مناسبة من المرة الأولى.	1	65	1	2	3	0	4	1
		1	8	1	1	3	0	4	3
		7	3	9	1	7	0	9	3
٢	توفير احتياجات ورغبات ومتطلبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	1	82	1	7	1	2	4	1
		4	0	5	3	7	8	6	0
		6	4	3	1	9	3	9	0
٣	تحقيق المزايا التنافسية لكافة المنشآت السياحية والمزارات السياحية، وبالتالي زيادة نصيب حصة المقصد السياحي المصري من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	1	93	1	3	3	0	4	1
		6	8	0	5	0	0	9	1
		7	6	0	4	0	0	1	9
٤	زيادة الحصة السوقية من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	1	85	1	1	2	0	4	4
		5	4	0	5	1	0	8	3
		2	1	0	8	2	0	3	4
٥	العمل على إيجاد حلول للعديد من المشكلات التي تواجه سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	1	83	1	9	1	0	4	8
		4	1	6	7	7	0	7	2
		8	7	4	9	0	0	2	8
٦	التأكد من استمرارية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا لزيارة المقصد السياحي المصري.	1	85	1	8	1	0	4	5
		5	4	0	1	5	0	7	9
		2	2	0	6	1	0	9	5
٧	تقديم معلومات كافية صحيحة صادقة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا عن مواصفات البرامج والخدمات السياحية المقدمة وأسعارها في المقصد السياحي المصري وهذا يساعد على زيادة الحركة السياحية لمصر.	1	86	1	1	2	0	4	2
		5	5	0	3	4	0	8	7
		4	4	0	5	2	0	7	0
٨	تساعد جودة الخدمات السياحية على زيادة رضاء وولاء وانتماء سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا للمقصد السياحي المصري.	1	81	1	1	0	0	4	6
		4	5	0	9	1	0	7	4
		5	7	0	4	7	0	4	6
٩	تساعد جودة الخدمات السياحية على زيادة ربحية كافة المؤسسات السياحية.	1	87	1	2	2	0	4	3
		5	1	0	2	3	0	8	7
		5	9	0	9	3	0	7	3
١٠	شعور سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا بالثقة والأمان في المقصد السياحي المصري.	1	73	1	8	3	0	4	1
		3	6	0	4	3	0	6	6
		1	3	0	9	5	0	6	1
١١	تعزيز سمعة المقصد السياحي المصري مما يحسن من صورته الذهنية لدى سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، ويسهل من عمليات الترويج عن مميزات المقصد السياحي المصري.	1	83	1	6	1	2	4	9
		4	7	5	3	1	3	7	1
		9	1	8	3	2	0	0	0
١٢	وقف الخدمات السياحية التي لا تصل للمواصفات القياسية، وكذلك التي	1	70	1	6	1	4	3	1
		2	2	1	6	1	9	7	9
		5	1	1	4	6	1	1	1

4	3											ليست من ضمن احتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
1	4	0.	5	9	7.	1	4	2	73	1	3	تحقيق السلامة والأمان في كافة الخدمات السياحية المقدمة، أي لا يشكل المنتج السياحي خطراً على حياة السائحين أو سلامتهم.
2	5	0	i		3	3	.	6	.0	0		
7	4	0.	0		1	1	6	1	83	1	4	تساعد جودة الخدمات السياحية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا على اتخاذ قرار شراء برنامج سياحي في المقصد السياحي المصري دون غيره من المقاصد الأخرى.
	7	0	0		0.	8	7	2	.1	8		

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن: العبارة القائلة بأن "تحقيق المزايا التنافسية لكافة المنشآت السياحية والمزارات السياحية، وبالتالي زيادة نصيب حصة المقصد السياحي المصري من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا" تأتي في الترتيب الأول بالنسبة للعبارات الأخرى بمتوسط (4.91) وهذا يشير إلى أن لجودة الخدمات السياحية دور فعال في تحقيق المزايا التنافسية لكافة المنشآت السياحية والمزارات السياحية، وبالتالي زيادة نصيب حصة المقصد السياحي المصري من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، بينما تأتي العبارة "تقديم معلومات كافية صحيحة صادقة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا عن مواصفات البرامج والخدمات السياحية المقدمة وأسعارها في المقصد السياحي المصري وهذا يساعد على زيادة الحركة السياحية لمصر" في الترتيب الثاني بمتوسط (4.87) وهذا يشير إلى أن المعلومات الكافية الصحيحة الصادقة عن مواصفات البرامج والخدمات السياحية المقدمة وأسعارها في المقصد السياحي المصري يساعد على زيادة الحركة السياحية لمصر وهو يعتبر من أدوار جودة الخدمات السياحية، بينما تأتي العبارة "تساعد جودة الخدمات السياحية على زيادة ربحية كافة المؤسسات السياحية" في الترتيب الثالث بمتوسط (4.87) وهذا يشير إلى أن جودة الخدمات السياحية تساعد على زيادة ربحية كافة المؤسسات السياحية، بينما تأتي العبارة "زيادة الحصة السوقية من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا" في الترتيب الرابع بمتوسط (4.83) وهذا يشير إلى أهمية جودة الخدمات السياحية في زيادة الحصة السوقية من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، بينما تأتي العبارة "التأكد من استمرارية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا لزيارة المقصد السياحي المصري" في الترتيب الخامس بمتوسط (4.79) وهذا يشير إلى دور جودة الخدمات السياحية في التأكيد على استمرارية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا لزيارة المقصد السياحي المصري، بينما تأتي العبارة "تساعد جودة الخدمات السياحية على زيادة رضاء وولاء وانتفاء سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا للمقصد السياحي المصري" في الترتيب السادس بمتوسط (4.74) وهذا يشير إلى واقع الدور الإيجابي لجودة الخدمات السياحية على زيادة رضاء وولاء وانتفاء سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا للمقصد السياحي المصري، بينما تأتي العبارة "تساعد جودة الخدمات السياحية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا على اتخاذ قرار شراء برنامج سياحي في المقصد السياحي المصري دون غيره من المقاصد الأخرى" في الترتيب السابع بمتوسط (4.73) وهذا يشير إلى أن الدور الفعال لجودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في مساعدتهم على اتخاذ قرار شراء برنامج سياحي في المقصد السياحي المصري دون غيره من المقاصد الأخرى، بينما تأتي العبارة "العمل على إيجاد حلول للعديد من المشكلات التي تواجه سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا"، والعبارة "تعزيز سمعة المقصد السياحي المصري مما يحسن من صورته الذهنية لدى سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، ويسهل من عمليات الترويج عن مميزات المقصد السياحي المصري"، والعبارة "توفير احتياجات ورغبات ومتطلبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا"، وباقي العبارات في الترتيب الأخير ولكن بمتوسط وزني لكافة العبارات بدرجة عالية جداً؛ وهذا يشير إلى أن لجودة الخدمات السياحية دور فعال وبارز في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري من دول شرق وجنوب شرق آسيا.

المحور الثاني: محور "المعوقات التي تحد من تحسين جودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا":

أوضحت نتائج البحث أن عبارات هذا المحور موافق عليها بدرجة عالية؛ حيث بلغ المتوسط الوزني (4.34)؛ حيث كانت الاستجابة لما يندرج تحته من عبارات موافق عليها أي أن هناك مجموعة من التحديات التي تواجه جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا. ويبين الجدول التالي مستويات الموافقة على عبارات المحور الثاني، كما يلي:

جدول (١٣): يوضح التوصيف الإحصائي لمحور المعوقات التي تحد من تحسين جودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا

م	العبارة	أوافق بدرجة كبيرة جداً		أوافق		أوافق بدرجة متوسطة		لا أوافق		لا أوافق على الإطلاق	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
١	معوقات متعلقة بالحصول على تأشيرة الدخول إلى المقصد السياحي المصري، أو تأخير إصدار التأشيرة.	12	68.0	2	1	12	6.7	1	8	6	3.4
٢	عدم التزام بعض شركات السياحة أو مقدمي الخدمات السياحية بوعودها في برامجها السياحية.	12	69.1	1	5	9	5.1	2	9	2	1.1
٣	عدم مصداقية بعض من المحال السياحية والترفيهية بجودة المعروض لديها.	11	63.5	2	0	23	12.9	2	8	17	9.6
٤	ضعف الاهتمام بدراسة متطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في المقصد السياحي المصري.	16	90.4	1	7	0	0	0	0	0	0.00
٥	عدم حرص وزارة السياحة والآثار وبعض من وكلاء السياحة والسفر على حل المشكلات التي تواجه سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا بشكل سريع.	11	64.6	7	3	24	13.5	2	3	9	5.1
٦	ضعف التنسيق بين وزارة السياحة والآثار وشركات السياحة المتخصصة في سوق سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من أجل تقديم مستوى جودة للخدمات السياحية المقدمة لهذا السوق.	12	71.3	8	4	9	5.1	1	8	16	9.0
٧	ضعف مهارات بعض العاملين في القطاع السياحي.	11	61.8	2	2	28	15.7	1	5	3	1.7
٨	قلة وعي بعض العاملين في قطاع السياحة بمتطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	12	67.4	2	9	11	6.2	1	4	4	2.2
٩	قلة المرشدين السياحيين المتحدثين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	15	84.3	1	7	11	6.2	0	0	0	0.00
١٠	محدودية استخدام التكنولوجيا في بعض المنشآت والمزارات السياحية.	14	83.7	1	6	13	7.3	0	0	0	0.00
١١	بعض القصور في النواحي الأمنية داخل بعض المزارات السياحية.	10	57.9	1	8	12	6.7	1	3	13	7.3
١٢	ارتفاع أسعار البرامج السياحية والسلع السياحية في المقصد السياحي المصري مقارنة بمثيلاتها من المقاصد السياحية الأخرى.	11	62.4	7	3	19	10.7	2	3	2	1.1

4		9								
---	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن: العبارة "ضعف الاهتمام بدراسة متطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في المقصد السياحي المصري" جاءت في الترتيب الأول من حيث المعوقات التي تواجه جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في المقصد السياحي المصري وذلك بمتوسط (4.90) وهذا يشير إلى وجود ضعف في عدم الاهتمام بدراسة متطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في المقصد السياحي المصري، بينما تأتي العبارة "قلة المرشدين السياحيين المتحدثين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا" في الترتيب الثاني بمتوسط (4.78) وهذا يشير إلى أن قلة المرشدين السياحيين المتحدثين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا يعد من ضمن المعوقات التي تواجه جودة تقديم الخدمات السياحية لسائحي هذا السوق، بينما تأتي العبارة "محدودية استخدام التكنولوجيا في بعض المنشآت والمزارات السياحية" في الترتيب الثالث بمتوسط (4.76)، بينما تأتي العبارة "قلة وعي بعض العاملين في قطاع السياحة بمتطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا" في الترتيب الرابع بمتوسط (4.39) وهذا يشير إلى أن هناك قلة في وعي بعض العاملين في قطاع السياحة بمتطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، بينما تأتي العبارة "معوقات متعلقة بالحصول على تأشيرة الدخول إلى المقصد السياحي المصري، أو تأخير إصدار التأشيرة" في الترتيب الخامس بمتوسط (4.31) وهذا يشير إلى أن معوقات الحصول على تأشيرة الدخول إلى المقصد السياحي المصري، أو تأخير إصدار التأشيرة تعد إحدى معوقات جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، بينما تأتي العبارة "عدم التزام بعض شركات السياحة أو مقدمي الخدمات السياحية بوعودها في برامجها السياحية" في الترتيب السادس بمتوسط (4.28) وهذا يشير إلى أن عدم التزام بعض شركات السياحة أو مقدمي الخدمات السياحية بوعودها في برامجها السياحية من ضمن معوقات جودة الخدمات السياحية، ومن ثم تأتي بعد ذلك كافة العبارات الأخرى المتفق عليها من ضمن المعوقات التي تواجه جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.

المحور الثالث: محور "المقترحات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا":

أوضحت نتائج البحث أن عبارات هذا المحور موافق عليها بشكل كبير جداً؛ حيث بلغ المتوسط الوزني (4.88)؛ حيث كانت الاستجابة لما يندرج تحته من عبارات موافق عليها أي أن هناك مجموعة من المقترحات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا. ويبين الجدول التالي مستويات الموافقة على عبارات المحور الثالث، كما يلي:

جدول (١٤): يوضح التوصيف الإحصائي لمحور المقترحات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي

دول شرق وجنوب شرق آسيا

م	العبارة	أوافق بدرجة كبيرة جداً		أوافق		أوافق بدرجة متوسطة		لا أوافق		لا أوافق على الإطلاق	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
١	العمل على دراسة متطلبات واحتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من أجل توفير مستوى مناسب من جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم.	16	89	1	0	0	0	0	0	0	0
٢	التعاون المثمر بين وزارة السياحة والآثار وشركات السياحة المتخصصة في إعداد البرامج السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.	16	92	6	3	8	4.5	0	0	0	0

	8						4						
	8												
3	4	0.	.	0	0.0	.	1	1	89.	16			تسهيل إجراءات الدخول للمقصد السياحي المصري والحصول على التأشيرة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، ومنحهم التأشيرة من منافذ الدخول المختلفة عند وصولهم.
4	9	00	.	0	0	.	0	8	9	0			
	0			0			1						
4	4	0.	.	0	5.6	10	1	2	82.	14			وضع خطة تسويقية شاملة تستهدف سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
1	7	00	.	0			1	1	6	7			
2	7			0			8						
5	4	0.	.	0	0.0	.	1	1	89.	15			تحسين جودة الخدمات السياحية من حيث الإقامة والنقل والمحال التجارية والترفيهية وإحكام الرقابة عليها.
5	8	00	.	0	0	.	0	9	3	9			
	9			0			7						
6	4	0.	.	0	0.0	.	1	3	2	86.	15		توفير خطوط طيران مباشرة مخفضة التكلفة من دول شرق وجنوب شرق آسيا إلى المقصد السياحي المصري لتسهيل السفر.
9	8	00	.	0	0	.	3	4	5	4			
	7			0			5						
7	4	0.	.	0	0.0	.	7	1	92.	16			إعداد برامج سياحية متنوعة تلبي كافة احتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
1	9	00	.	0	0	.	3	3	7	5			
	3			0			3						
8	4	0.	.	0	0.0	.	1	1	89.	15			إعداد وتأهيل العاملين في القطاع السياحي على درجة عالية من المهارة والكفاءة والخبرة في التعامل مع سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من خلال عقد برامج ودورات تدريبية متخصصة لهم.
6	8	00	.	0	0	.	0	9	3	9			
	9			0			7						
9	4	0.	.	0	0.0	.	7	1	92.	16			توفير وتأهيل عدد كاف من المرشدين السياحيين الناطقين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
2	9	00	.	0	0	.	9	4	1	4			
	2			0			9						
10	4	0.	.	0	0.0	.	1	2	88.	15			توعية العاملين في القطاع السياحي بعبادات وتقاليده وسلوكيات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا واحترامها لتحقيق الرضا والولاء لديهم.
7	8	00	.	0	0	.	1	0	8	8			
	9			0			2						
11	4	0.	.	0	0.0	.	1	3	2	86.	15		المشاركة في العديد من المعارض والمؤتمرات السياحية وتقديم عروض وبرامج سياحية متنوعة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا تلاقي رغباتهم واحتياجاتهم.
1	8	00	.	0	0	.	3	4	5	4			
	7			0			5						
12	4	0.	.	0	0.0	.	1	2	83.	14			التخطيط لتنظيم رحلات تعريفية لكبار الصحفيين من دول شرق وجنوب شرق آسيا لاطلاعهم على كافة الأنماط السياحية في المقصد السياحي المصري وتاريخه العريق.
1	8	00	.	0	0	.	6	9	7	9			
	1			0			.						

4		0		3			
---	--	---	--	---	--	--	--

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن: العبارة "إعداد برامج سياحية متنوعة تلبي كافة احتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا" جاءت في الترتيب الأول من حيث المقترحات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا وذلك بمتوسط (4.93) وهذا يشير إلى أهمية إعداد برامج سياحية متنوعة تلبي كافة احتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، بينما تأتي العبارة "توفير وتأهيل عدد كاف من المرشدين السياحيين الناطقين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا" في الترتيب الثاني بمتوسط (4.92) وهذا يشير إلى أنه من المهم توفير وتأهيل عدد كاف من المرشدين السياحيين الناطقين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، بينما تأتي العبارة "العمل على دراسة متطلبات واحتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من أجل توفير مستوى مناسب من جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم" في الترتيب الثالث بمتوسط (4.90)، بينما تأتي العبارة "تسهيل إجراءات الدخول للمقصد السياحي المصري والحصول على التأشيرة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، ومنحهم التأشيرة من منافذ الدخول المختلفة عند وصولهم" في الترتيب الرابع بمتوسط (4.90)، بينما تأتي العبارة "تحسين جودة الخدمات السياحية من حيث الإقامة والنقل والمحال التجارية والترفيهية وإحكام الرقابة عليها" في الترتيب الخامس بمتوسط (4.89) وهذا يشير إلى أن تحسين جودة الخدمات السياحية من حيث الإقامة والنقل والمحال التجارية والترفيهية وإحكام الرقابة عليها يعد من أحد المقترحات المهمة التي تساعد على جودة الخدمات السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، بينما تأتي العبارة "إعداد وتأهيل العاملين في القطاع السياحي على درجة عالية من المهارة والكفاءة والخبرة في التعامل مع سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من خلال عقد برامج ودورات تدريبية متخصصة لهم" في الترتيب السادس بمتوسط (4.89)، ومن ثم تأتي بعد ذلك كافة العبارات الأخرى المتفق عليها من ضمن المقترحات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.

٤- نتائج البحث:-

من خلال عرض الإطار النظري الخاص بجودة الخدمات السياحية ودورها في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا؛ فقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج وهي:-
سوق شرق وجنوب شرق آسيا من الأسواق السياحية الواعدة نظرا للقدرة الإنفاقية العالية للمواطنين الآسيويين.
لا بد من تنشيط السياحة الأثرية والثقافية نظرا للاهتمام السائح الآسيوي بالسياحة الأثرية.
تقوم الأجهزة السياحية الرسمية المتمثلة في وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي وهيئة التنمية السياحية باتخاذ عدد من الإجراءات لجذب المزيد من الحركة السياحية من هذه الأسواق.
تقوم الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي بإبراز أهم المناطق السياحية والأثرية وإبراز الوجهة المشرف لمصر كوجهة سياحية متميزة.

إن من المهم تنظيم مهرجانات ورحلات تعريفية لمنظمي الرحلات السياحية لهذه الأسواق.

- **وبدراسة دور جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا تبين لنا أن هناك دور بارز لجودة الخدمات السياحية يتمثل في:-**
 - تقديم الخدمات السياحية بشكل صحيح وذات جودة مناسبة من المرة الأولى.
 - توفير احتياجات ورغبات ومتطلبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
 - تحقيق المزايا التنافسية لكافة المنشآت السياحية والمزارات السياحية، وبالتالي زيادة نصيب حصة المقصد السياحي المصري من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
 - زيادة الحصة السوقية من سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.

- العمل على إيجاد حلول للعديد من المشكلات التي تواجه سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- التأكد من استمرارية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا لزيارة المقصد السياحي المصري.
- تقديم معلومات كافية صحيحة صادقة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا عن مواصفات البرامج والخدمات السياحية المقدمة وأسعارها في المقصد السياحي المصري وهذا يساعد على زيادة الحركة السياحية لمصر.
- تساعد جودة الخدمات السياحية على زيادة رضاء وولاء وانتماء سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا للمقصد السياحي المصري.
- تساعد جودة الخدمات السياحية على زيادة ربحية كافة المؤسسات السياحية.
- شعور سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا بالثقة والأمان في المقصد السياحي المصري.
- تعزيز سمعة المقصد السياحي المصري مما يحسن من صورته الذهنية لدى سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، ويسهل من عمليات الترويج عن مميزات المقصد السياحي المصري.
- وقف الخدمات السياحية التي لا تصل للمواصفات القياسية، وكذلك التي ليست من ضمن احتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- تحقيق السلامة والأمان في كافة الخدمات السياحية المقدمة، أي لا يشكل المنتج السياحي خطراً على حياة السائحين أو سلامتهم.
- تساعد جودة الخدمات السياحية سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا على اتخاذ قرار شراء برنامج سياحي في المقصد السياحي المصري دون غيره من المقاصد الأخرى.
- وقد توصل البحث أيضاً إلى مجموعة من المعوقات التي تحد من تحسين جودة الخدمات السياحية في تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، وهي كما يلي:-
 - معوقات متعلقة بالحصول على تأشيرة الدخول إلى المقصد السياحي المصري، أو تأخير إصدار التأشيرة.
 - عدم التزام بعض شركات السياحة أو مقدمي الخدمات السياحية بوعودها في برامجها السياحية.
 - عدم مصداقية بعض من المحال السياحية والترفيهية بجودة المعروض لديها.
 - ضعف الاهتمام بدراسة متطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا في المقصد السياحي المصري.
 - عدم حرص وزارة السياحة والأثار وبعض من وكلاء السياحة والسفر على حل المشكلات التي تواجه سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا بشكل سريع.
 - ضعف التنسيق بين وزارة السياحة والأثار وشركات السياحة المتخصصة في سوق سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من أجل تقديم مستوى جودة للخدمات السياحية المقدمة لهذا السوق.
 - ضعف مهارات بعض العاملين في القطاع السياحي.
 - قلة وعي بعض العاملين في قطاع السياحة بمتطلبات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
 - قلة المرشدين السياحيين المتحدثين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا
 - محدودية استخدام التكنولوجيا في بعض المنشآت والمزارات السياحية
 - بعض القصور في النواحي الأمنية داخل بعض المزارات السياحية
 - ارتفاع أسعار البرامج السياحية والسلع السياحية في المقصد السياحي المصري مقارنة بمثيلتها من المقاصد السياحية الأخرى.
- ٥- توصيات البحث: فيما يلي مجموعة من التوصيات لتحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا لتنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري من قبل تلك الأسواق:

- ضرورة تبني مفهوم الجودة الشاملة للخدمات السياحية في كافة الشركات السياحية والمزارات السياحية من أجل تنشيط الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري من دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- ضرورة زيادة الاهتمام من قبل وزارة السياحة والآثار وكذلك شركات السياحة بسرعة الاستجابة لشكاوى سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من خلال استحداث برامج الكترونية للاستجابة الفعالة والتدريب على التعامل معها لحل تلك المشكلات.
- لا بد من الحرص على التحول الرقمي وإدخال تكنولوجيا العصر في كافة وأوجه الخدمات السياحية الموجهة لسائحي هذه الأسواق؛ من التحول إلى طرق الدفع الإلكتروني وإنشاء محرك بحث إلكتروني لكافة الخدمات السياحية المقدمة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- العمل على رفع كفاءة ومهارات العاملين في شركات السياحة وفي مختلف المزارات السياحية التي يتوجه إليها سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا؛ من حيث كيفية التعامل بطرق احترافية مع سائحي هذه الأسواق المصدرة للسائحين.
- ضرورة السعي لإنشاء فروع من شركات السياحة المصرية في دول شرق وجنوب شرق آسيا لزيادة التدفقات السياحية للمقصد السياحي المصري.
- ضرورة قيام وزارة السياحة والآثار والهيئة العامة لتنشيط السياحي بإجراء البحوث ودراسات السوق في دول شرق وجنوب شرق آسيا للتعرف على متطلبات ورغبات واحتياجات هذه الأسواق.
- العمل على تطبيق معايير الجودة في المقاصد السياحية من بنية تحتية - اتصالات جيدة - مرافق عامة - خدمات متميزة ومتنوعة.
- الحفاظ على البيئة والحد من التلوث واتخاذ كل الإجراءات اللازمة لتنفيذ ذلك.
- العمل على استخدام أفضل سبل الترويج والتنشيط السياحي لجذب سائحي شرق وجنوب شرق آسيا إلى مصر.
- العمل على الاستفادة من التراث الثقافي والطبيعي كمصدر من مصادر الجذب السياحي لمصر.
- المشاركة في العديد من المعارض والمؤتمرات السياحية وتقديم عروض وبرامج سياحية متنوعة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا تلاقى رغباتهم واحتياجاتهم.
- التخطيط لتنظيم رحلات تعريفية لكبار الصحفيين من دول شرق وجنوب شرق آسيا لاطلاعهم على كافة الأنماط السياحية في المقصد السياحي المصري وتاريخه العريق.
- العمل على دراسة متطلبات واحتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا من أجل توفير مستوى مناسب من جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم.
- التعاون المثمر بين وزارة السياحة والآثار وشركات السياحة المتخصصة في إعداد البرامج السياحية لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- تسهيل إجراءات الدخول للمقصد السياحي المصري والحصول على التأشيرة لسائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا، ومنحهم التأشيرة من منافذ الدخول المختلفة عند وصولهم.
- وضع خطة تسويقية شاملة تستهدف سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- تحسين جودة الخدمات السياحية من حيث الإقامة والنقل والمحال التجارية والترفيهية وإحكام الرقابة عليها.
- توفير خطوط طيران مباشرة منخفضة التكلفة من دول شرق وجنوب شرق آسيا إلى المقصد السياحي المصري لتسهيل السفر.
- إعداد برامج سياحية متنوعة تلبى كافة احتياجات ورغبات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- توفير وتأهيل عدد كاف من المرشدين السياحيين الناطقين بلغات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا.
- توعية العاملين في القطاع السياحي بعبادات وتقاليد وسلوكيات واحتياجات سائحي دول شرق وجنوب شرق آسيا واحترامها لتحقيق الرضا والولاء لديهم.

المراجع:

- ابو طبيخ، ليث (٢٠١٦)، دراسة عوامل البنية التحتية التكنولوجية في تحسين جودة الخدمات السياحية، دراسة ميدانية في عدد من المؤسسات السياحية في محافظة النجف الأشرف، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الإنسانية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعه الكوفة، العدد ١٨
- أيمن، برنجي (٢٠٠٩)، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك، دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعه بومرداس، ص ٨٠
- بجياوية، سهام، (٢٠٢٢)، مساهمة جودة الخدمات الفندقية في التأثير على سياسة الفندق في إدارة الطلب على الفنادق، المجلة الدولية للأداء الاقتصادي، جامعه بومرداس، الجزائر، ص ١٤:١٢
- بوزار، صفية وبركان، أمينة (٢٠١٩)، "دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة وكالة النجاح للسياحة والسفر - تيبازة"، مجلة العلوم التجارية، القطب الجامعي بالقلعة - مدرسة الدراسات العليا التجارية.
- بوزيان، قروج وأمين، رماس محمد (٢٠٢٢)، "أثر أبعاد جودة الخدمات السياحية الفندقية في استقطاب الزبون: حالة عينة من الزبائن الفنادق السياحية لولاية سعيدة"، جامعه محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- تقرير سوق السفر والسياحة في جنوب شرق آسيا النمو والاتجاهات وتأثير التوقعات (٢٠٢٨ - ٢٠٢٣)
- التمويل والتنمية دول جنوب شرق آسيا، منطقة تتطلق نحو مستقبل مشرق سبتمبر ٢٠١٨، مجلة فصلية تصدر عن صندوق النقد الدولي، العدد ٥٥، رقم (٣)
- التوقعات الاقتصادية لجنوب شرق آسيا والصين والهند واليابان لعام ٢٠٢٠. <https://www.2020>
- الجهاز المركزي للتعبة العامة والإحصاء من عام ٢٠٢١:٢٠١٦
- حمادي، سعد (٢٠١٦) تأثير توقعات الزبائن وإدراكهم في جودة الخدمة (دراسة ميدانية)، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية اقتصاديات الأعمال جامعه النهرين، مجلد ٢٢، العدد ٨٣
- حمادي، ماجد، حمد، عامر ووسام، حسين (٢٠١٨) تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأثرها في جودة خدمة قطاع السياحة والفندقة - دراسة تحليلية في مجموعة فنادق مختارة في العاصمة العراقية بغداد، مجلة دراسات محاسبية ومالية (JAFS)، المجلد ١٣، العدد ٤
- حمد، عامر حماد، جدعان (٢٠١٨)، دور خصائص المنظمة المتعلقة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية، دراسة تحليلية في عينة من المصادر الأهلية في محافظة كركوك مجلة جامعه كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد ٨، العدد ١
- الحناوي، ريماء، (٢٠٠١)، تسويق الخدمات السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، ص ٢٣
- الحيوري، فؤاد وجاسم، راضي (٢٠١٧) تقويم الخدمات السياحية في ظل معايير جودة المنتج السياحي بفنادق مدينه كربلاء، مجله الباحث، العدد ٢٥
- خالفي، على، رميدى، عبد الوهاب (بدون)، رابطة دول جنوب شرق آسيا (الآسيان) ASEAN "نموذج الدول النامية للإقليمية المنفتحة، المجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد السادس، ص ٨٢-١٩٤
- خطاب، علي ماهر (٢٠٠٠)، "القياس والتقويم في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- درويش، حسام (2018)، معايير الجودة في الوجهات السياحية، مجله السياحة العربية <https://alsy> [alaalarabia.com archives/17695](https://alaalarabia.com/archives/17695).
- السكر، مروان، (١٩٩١)، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ص ٣٩

- السيسي، ماهر عبد الخالق، (٢٠٠٧)، الموسوعة السياحية في الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة وجودة الخدمات السياحية في مواجهة العولمة السياحية، جمعية إدارة الأعمال العربية، العدد ١١٦ ص ٤٦-٤٩
- شمطو، سمير خليل (٢٠١٩)، "إدارة وكالات السفر والسياحة"، دار الكتب والوثائق العراقية ببغداد، جامعة كربلاء، العراق.
- العباسي، ه. ب. (٢٠٠٩)، تسويق خدمات المعلومات عبر الأنترنت، الرياض، المملكة العربية السعودية، مكتبة فهد الوطنية
- عبد المحسن، توفيق محمد (٢٠٠٥)، قياس الجودة والقياس المقارن "أساليب حديثة في المعايير والقياس، جامعه الزقازيق، مصر، ص ٤٩
- عبدالعزيز، أشرف محمود السيد محمد وآخرون (٢٠٢١)، "تأثير جودة الخدمات المقدمة في شركات السياحة المصرية على رضا السائح"، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد (١٥) العدد (٢)، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- عبوي، زيد منير (٢٠٠٧) فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ص ٤٥
- عزيز، زهير عباس مطلق، علاء كريم (بدون) "خصائص الخدمات السياحية تأثيرها على جودة الخدمة في فنادق الدرجة الممتازة في بغداد، مجلة المستنصرية، للدراسات العربية والدولية، العدد ٤٩
- عطا الله، فاروق عبد النبي حسانين، وآخرون ، (٢٠٢٠)، دراسة تقييمية لملوسية الخدمات السياحية في منطقة البتراء، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، العدد ١، المجلد ١٤، ص ٣١٨
- كاظم، خضير محمود، (٢٠٠٢)، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ص ٢٢٤-٢٢٠
- كبرو، رعد يوسف، وسالم، خلود هاشم (٢٠٢٣)، "قياس جودة الخدمة السياحية لتحقيق الريادة التنظيمية: دراسة مقارنة بين فندق روتانا بغداد وروتانا أربيل"، مجلة الجامعة العراقية، الجامعة العراقية، مركز البحوث والدراسات الإسلامية.
- ماضي، محمد توفيق، (٢٠٠٢) ، تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الخدمية، مجلة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد ٣٥٨، مصر، ص ١٢
- المحياوي، قاسم نايف علوان،، (٢٠٠٦)، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات وتطبيقات، دار الشرق للنشر والتوزيع، عمان، ص ١٠٤، ٥٤
- منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية والمبادئ التوجيه الدولية للمناطق الصناعية، ٢٠١٩، ص ٢٩
- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية الأونكتاد ٢٠٢٠، ص ٢٨
- الهيئة العامة للتنشيط السياحي <https://mota.gov.eg>
- Elena.y ,Electronic service quality in development of scale for assessment of electronic service quality doctoral thesis of development of business administration and social sciences ,lulea university ,2006.p.11
- European commission ,(2020) . mapping skills and training needs to improve accessibility in tourism services p9,10
- UNWTO (2021), "International Tourism highlights", 2020 edition, 08May 2023/Retrieved May15,2023:https://www.e-unwto.org/doi/pdf.

The Quality of Tourism Services and its Role in activating Incoming Tourism to Egypt “Applied to Countries in East and South-East Asia”

Article Info

Pages: 141-167

Keywords

Activating the
Tourist Movement

Egyptian Tourist
Destination

East And South-East
Asian Countries.

Abstract

The research aimed to study the role of the quality of tourism services provided to tourists from East and Southeast Asian countries and work to improve the quality of services provided to them in order to stimulate the tourism movement of the Egyptian tourist destination and work to overcome many obstacles that impede the process of tourism activation from this promising market in the future; To achieve the objectives of the research, the descriptive approach was used, and the field study relied on distributing (178) questionnaires to a random sample of managers and workers in Egyptian tourism companies, Category (A), as well as tourism experts in the Egyptian Ministry of Tourism and Antiquities and the Chamber of Travel and Tourism Companies and Agencies; In order to get acquainted with their opinions and points of view on the subject of the research, the data was analyzed statistically using the V.26SPSS program. The research reached several results, the most important of which is that interest in raising the quality of tourism services in the Egyptian tourist destination helps in stimulating the tourism movement to Egypt, especially from the countries of East and Southeast Asia, as recommended Research the necessity of uniting all aspects of fruitful cooperation between the Egyptian Ministry of Tourism and Antiquities and its concerned agencies, Egyptian tourism companies and all other tourist places in order to make them aware of the importance of achieving a high level of quality of tourism services provided to tourists from this market.