

## دور الخدمات الترويحية في تنشيط بعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء

\* د/ سالمة محمد عبد الوهاب أبو حمر

### ملخص البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على دور الخدمات الترويحية في تنشيط بعض المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لمناسبه لطبيعة البحث، واختارت عينة البحث الأساسية من مجتمع البحث بالطريقة العشوائية من (٥٠) موظف، (٣٠٠) سائح عربي وأجنبي ببعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء وعدددهم (٣) مناطق وهم (نوبيع- دهب- شرم الشيخ) والتي يقع في حيز جغرافي واحد. وتوصلت الباحثة لمجموعة من الاستخلاصات أهمها ما يلي: عدم توافر الخدمات الترويحية بصورة كافية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، عدم توافر الإمكانيات (البشرية والمادية) المناسبة للخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية، يوجد ضعف وقصور في وسائل الإعلام المستخدمة في الخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية، يوجد نقص في الأدوات والوسائل الحديثة المستخدمة في الأنشطة الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية، هناك العديد من المعوقات التي تعيق تطوير وتقديم الأنشطة والخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء (عدم وجود أساليب توسيف متاحة وغير جذابة- عدم وجود أنشطة ترويحية تناسب عدد المستفيدين وتمشي مع ميول ورغباتهم وتناسب جميع الأعمار السنية- عدم وجود أخصائيين ترويحيين ومساعدين مؤهلين لهذه المناطق).

**الكلمات الدالة:** الخدمات الترويحية- السياحة الصحراوية- جنوب سيناء.

\* أستاذ مساعد بقسم الترويح والإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية - جامعة طنطا.

### Abstract

The research aims to identify the role of recreational services in revitalizing some desert tourism areas in South Sinai. The researcher relied on the descriptive approach as it suits the nature of the research, and chose the basic research sample from the research community in a random manner from (50) employees and (300) Arab tourists. He is a foreigner in some of the desert tourism areas in South Sinai, and they are (3) areas (Nuweiba - Dahab - Sharm El Sheikh), which are located in one geographical area. The researcher reached a set of conclusions, the most important of which are the following: Lack of adequate recreational services in the desert tourism areas in South Sinai. Lack of appropriate capabilities (human and material) for recreational services in desert tourism areas. There are weaknesses and shortcomings in the media used in recreational services in desert tourism areas. There is a shortage of modern tools and methods used in recreational activities in desert tourism areas. There are many obstacles that hinder the development and provision of recreational activities and services in the desert tourism areas in South Sinai (lack of available and unattractive accommodation methods- lack of recreational activities that suit the number of beneficiaries and go with their inclinations and desires and suit all ages - lack of recreational specialists and qualified assistants for these Regions).

**Keywords:** recreational services - desert tourism - South Sinai.

**مقدمة ومشكلة البحث:**

تعد محافظة جنوب سيناء من أجمل المناطق السياحية وأروعها في مصر فقد وهبها الله الطبيعة الساحرة ما بين الجبال والسهول والوديان والشواطئ الجميلة بالإضافة إلي مياه البحر حيث الشعاب المرجانية والأسماك النادرة والطبيعة الخلابة والمحميات الطبيعية والمزارات المختلفة لكافة الأغراض السياحية.

كما تأخذ محافظة جنوب سيناء شكل المثلث في النصف الجنوبي لشبه جزيرة سيناء ويحد قاعده هذا المثلث الشمالية أرض شمال سيناء وشرق قاعدة المثلث هو بئر طابا المطل علي خليج العقبة، أما غربه فهو رأس المثلث المطل علي خليج السويس، أما بالنسبة لضلعي المثلث يطل الغربي علي خليج السويس والضلع الشرقي علي خليج العقبة ويمتد الضلعان جنوبا حتي يلتقيا في جزيرة رأس محمد الجنوبية وفي نهاية المثلث تماما والمطل علي البحر الأحمر، كما تمتاز بمناخ صحراوي جاف فهو معتدل صيفا، ودافئ شتاء، حيث يبلغ معدل درجة الحرارة في الشتاء وخاصة شهر يناير هو (١٥) درجة مئوية، ويبلغ (٣٠) درجة مئوية صيفا في شهر أغسطس، باستثناء مدينة سانت كاترين حيث تتراوح درجات الحرارة بين ٦- ٢٣ درجة مئوية. (٧٥)، (٧٣)، (٧٦)

والسياحة الصحراوية تمثل نقطة التلاقي بين احتياجات السياحة وبين احتياجات الدولة كمقصد سياحي متجدد يرتكز في مجموعات السياحة البيئية والعلاجية والرياضية والتراثية والدينية، وسياحة المغامرات وتسلق الجبال وفي الصحراء وخاصة الصحراء المصرية كثير من المقومات السابقة وغيرها مما تجعلها مناطق جذب سياحي لكثير من الوفود والمجموعات حول العالم، فمتي ما توافرت محددات الجماليات والترفيهية حققت الصحراء مقاصد سياحية مهمه. (٥٧: ٣٨-٥١)، (٥٦: ٥٣-٥٢)

كما تعد السياحة الصحراوية مجموعة من العناصر المتداخلة والمتعددة التي تشكل مزيجا من المقاصد السياحية في كثير من دول العالم لما تتمتع به من محميات طبيعية وتعدد لثقافات المجتمعات المحلية، وكذلك لما يرتبط بها من سياحة السفاري والتجوال ومراقبة حركة الكثبان الرملية والجبال الصحراوية، وأيضا غروب الشمس، وأهم ما يميز هذا النوع من السياحة قدرته العالية علي احتكاك السياح بالسكان المحليين وسهولة التعرف علي بعضهم. (٤٥: ٦٠)

ويقصد بالسياحة الصحراوية كل إقامة سياحية في محيط صحراوي، تقوم علي استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة مرتبطة بها المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف. (٤: ٥)

ولنشر السياحة الصحراوية وترويج هذا النوع من السياحة كان لابد من الاهتمام بتوفير الخدمة الترويحية في هذه الأماكن، حيث لم تعد الخدمة الترويحية مجرد خدمة اجتماعية تقدم للأفراد، فهذه الخدمات تعتبر حق من حقوق الأفراد ينبغي الحصول عليها وتوفيرها في وقت الفراغ وهذا ما نص عليه ميثاق الفراغ والترويج. (٣٢: ١٤٩)، (٤٢: ٢٥)

وينادي المتخصصون بضرورة الاهتمام بالخدمات الترويحية المقدمة بأنواعها للأفراد وهي وسيلة هامة ينبغي أن توضع في مكانها الصحيح وهي عبارة عن مجموعة من الأنشطة والبرامج المقدمة للأفراد بشكل رسمي أو غير رسمي تقوم بتقديمها الهيئات والمنظمات للأفراد وفي جميع الأحوال يجب أن تلبي الخدمة الترويحية احتياجات الأفراد المقدمة لهم. (٣٢: ٢٥٢)، (٤٧: ٣٥٢)، (٤٩: ٦٥)

كما تعد ممارسه الخدمات الترويحية من أهم العوامل التي تساعد علي النهضة الحضارية والثقافية والرياضية والاجتماعية للمجتمع، حيث تعمل علي تنمية المستفيدين بشكل متكامل في مختلف الجوانب سواء رياضيا أو فكريا أو اجتماعيا أو ثقافيا أو صحيا. (٣٢: ٨)

لذا يعد قطاع الخدمات الترويحية معيارا هاما لقياس مستوي التطور والتقدم وتهتم بالصالح العام للمجتمع من جهة وبالأفراد في البيئة الاجتماعية من جهة أخرى، بهدف إعداد الأجيال لحياة أفضل والمساهمة في رقي المجتمع وحل مشكلاته. (٣٤: ٢)

والخدمات الترويحية لها فوائد اجتماعية واقتصادية كبيرة حيث أنها من أفضل المنتجات ذات الربحية المرتفعة، لذا لابد من تطبيق الأساليب والوسائل التي تتبعها المؤسسات الاقتصادية لتحقيق أهدافها المالية مع العمل علي زيادة الأقبال علي الخدمات الترويحية لشغل أوقات الفراغ وتحقيق مستوي عالي من رضا المشاركين والعمل علي تنمية شخصياتهم من جميع الجوانب، ولن يأتي ذلك إلا من خلال عرض الخدمات الترويحية وتوافر المعلومات بمظهر وشكل جذاب. (١: ١٣٠٤-١٣٦٥)

وتري الباحثة أن الخدمات الترويحية من أهم عناصر جذب المنتج السياحي المقدم من قبل الدولة، فالسائح قبل التوجه إلي السفر لمكان ما لقضاء وقت فراغه في نشاط محبب لديه يفكر كثيرا في اختيار المكان المناسب التي تتوفر الخدمة التي تساعده علي قضاء هذا الوقت وتحقيق الغرض الاسمي وهو الشعور بالسعادة والاسترخاء، وبالطبع فقطاع السياحة الصحراوية من القطاعات الحديثة والواعدة في مجال السياحة المصرية والتي يجب أن تتوفر لها الخدمات الترويحية المناسبة لطبيعتها الخاصة.



فمصر تمتلك أكثر مناطق السياحة الصحراوية الفريدة الغير مُستغلة سياحيا كما أنه في حالة استغلالها بشكل جيد، فمن الممكن تنشيط السياحة المصرية، وفتح أنواع جديدة من السياحة غير المعروفة في مصر سابقا. (٤٦: ١٢٧)

وبعد إطلاع الباحثة علي المراجع والدراسات المرجعية مثل دراسة رأفت عبد الرؤف محمد (٢٠١٩)(١٠)، محمود كمال (٢٠١٩)(٤٤)، رأفت عبد الرؤف محمد (٢٠٢٠)(١١)، نرمين السيد الحطاب (٢٠٢٠)(٥٠)، عمرو هلال (٢٠٢٠)(٢٣)، يحي خيري العجيزي (٢٠٢٠)(٥٤)، فتوح رضا أبو الفتوح (٢٠٢١)(٢٧)، إسلام فتحي إبراهيم، بلال عبد العزيز بدوي، محمد سعيد محمد (٢٠٢١)(٢)، أحمد شوقي، سماح جمعه (٢٠٢٢) (١)، سمر البصيلي (٢٠٢٢)(١٥)، وليد أمين عباس (٢٠٢٣)(٥٣)، سهام الفقي (٢٠٢٣) (١٦)، وكمرجع سعيدة بودوره (٢٠١٢)(١٤)، قاسم المحباوي (٢٠٢٣)(٢٨)، وفي حدود علم الباحثة انه لم يتطرق أحد الباحثين إلي التعرف علي دور الخدمات الترويحية في تنشيط بعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، ولذا فإن هذه الدراسة تعد مساهمة جديدة تساعد في التعرف علي هذا الدور.

ومن خلال قيام الباحثة بدراسة استطلاعية علي عينة من الموظفين والمرشدين السياحيين وبعض السائحين المترددين علي بعض المناطق السياحة الصحراوية، وهدفت هذه الدراسة إلي التعرف علي الخدمات الترويحية المتوفرة ببعض المناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، وتمثلت أهم النتائج ندرة الخدمات الترويحية المتوفرة بهذه المناطق وذلك بسبب عدم توافر الإمكانيات المادية والبشرية بالإضافة إلي ملاحظة الباحثة عدم التركيز الكافي من وسائل الإعلام لإبراز أهمية هذه المناطق السياحة الصحراوية وأهمية جذب عدد كبير من الممارسين للأنشطة الترويحية المتنوعة للسياحة الصحراوية، ومن هنا نبعت فكرة الدراسة حيث تري الباحثة ضرورة التعرف علي دور الخدمات الترويحية في تنشيط بعض المناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.

#### هدف البحث:

يهدف البحث إلي التعرف علي دور الخدمات الترويحية في تنشيط بعض المناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.

#### تساؤلات البحث:

تحاول الباحثة من خلال هذا البحث الإجابة علي التساؤلات الآتية:

– هل تتوفر الإمكانيات البشرية للخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟

- هل تتوفر الإمكانيات المادية للخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟

- هل تتوفر أنشطة ترويحية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟

- هل تلعب وسائل الإعلام دورا في تنشيط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟

- هل توجد معوقات للخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟

**مصطلحات البحث:**

**الخدمات الترويحية:**

هي القدرة علي الاستغلال الأمثل للمساحات والإمكانيات المادية والبشرية لأغراض متعددة لتقديم أنشطة ترويحية هادفة وبناءة تتميز بالقدرة علي جذب الأفراد إليها وإشباع حاجات الأفراد المستفيدين منها وتحقيق السعادة لهم. (٢٢: ٣٠)

**السياحة الصحراوية:**

هي نوع من أنواع السياحة التي تهدف إلي زياره المناطق الصحراوية والأثرية والتعرف علي الأماكن القديمة المتواجدة في الصحراء وفي عمق الرمال أي ما يرتبط جوهرها بالذهن والفكر بصورة مباشرة لذلك نجدها تجذب فئات معينة من السائحين الذين يودون زيارة المعلومات الحضرية. (٢٠: ١٣)

**الدراسات المرجعية:**

**أولاً: الدراسات المرجعية العربية:**

١- دراسة "رأفت عبد الرؤوف بكر" (٢٠١٩) (١٠) بعنوان "تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلي جمهورية مصر العربية" هدف الدراسة: تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلي جمهورية مصر العربية، منهج الدراسة: المنهج الوصفي، عينة الدراسة: ٢٦٨٣ مفحوصا من السائحين (٨٥) مفحوصا من خبراء السياحة هيئة تنمية السياحة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء، أهم النتائج: أكثر أنشطة السياحة الترويحية توافرا بالفنادق والقرى والمنتجات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء هي (الاستجمام علي الشاطئ- التصوير تحت الماء- التمرينات الهوائية- تنس الطاولة، البوتشي، تصفح الأنترنت، الجري، الساونا- رحلة السفاري- الطيران المائي والغوص، أقامه الحفلات، المشي والرحلات البحرية، السباحة، الاسنور كلنج، كرة الطائرة الشاطئية، المساج والتدليك، رؤية السياح الوافدين في تنمية السياحة الترويحية

الموجودة في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء كي تلاءم التنشيط السياحي المستهدف انها تقوم علي الإبقاء علي الوضع الحالي والتطوير، رؤية خبراء السياحة، العاملين بهيئة تنمية السياحة المستثمرين في السياحة الترويحية، مديري الفنادق والقري والمنتجعات السياحية أن محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء يحتوي علي العديد من عوامل الجذب التي تلائم مختلف اتجاهات الطلب والسياحة الترويحية بدرجة كبيرة جدا وهذا متناقضا تماما لرأي السائحين الوافدين.

٢- دراسة "ترمين السيد الحطاب" (٢٠٢٠)(٥٠) بعنوان "السياحة الصحراوية كأداة لتحقيق متطلبات التنمية المستدامة في ضوء رؤية ٢٠٣٠: دراسة استشرافية". هدف الدراسة: الكشف عن مقومات الجذب السياحي التي تزخر بها الصحراء المصرية والتي تتحقق من خلالها المطالب السياحية المتنوعة التي تدعم مصر كمقصد سياحي متنوع ومتميز - استشراف مدي مساهمة السياحة الصحراوية في تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها المتعددة التي تتضح من استجابات المبحوثين وفقا لاستراتيجية مصر ٢٠٣٠. منهج الدراسة: المنهج الوصفي. عينة الدراسة: ٣٨٥ مفحوصا، ٣٥ خبير سياحي، ٢٥٠ هيئة تنشيط السياحة ١٠٠ أكاديمي في الدراسات السياحية. أهم النتائج: قبول الفرض القائل بأن السياحة الصحراوية تمثل أداة فعالة في تحقيق التنمية المستدامة لكافة أبعادها التي تمثل خطة مصر ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة، وبالتالي يوجد دور للمزيج السياحي لهذا النوع من السياحة في تحقيق خطة التنمية المستدامة في مصر.

٣- دراسة "يحي خيري العجيزي" (٢٠٢٠)(٥٤) بعنوان "دور الخدمات الترويحية في تنشيط بعض مناطق السياحة الجيولوجية بجمهورية مصر العربية" هدف الدراسة: التعرف علي دور الخدمات الترويحية في تنشيط بعض مناطق السياحة الجيولوجية بجمهورية مصر العربية. عينة الدراسة: (١٠٤٠) منهم (٢٣٠) موظف وسائح (١٠) موظفين، (٥٠) سائح كعينة استطلاعية، منهج الدراسة: المنهج الوصفي. أهم النتائج: غياب دور الخدمات الترويحية بمناطق السياحة الجيولوجية قيد الدراسة. عدم تحقيق الخدمات الترويحية بمناطق السياحة الجيولوجية قيد الدراسة الهدف المرجو منها. هناك ندرة في توافر الإمكانيات البشرية المناسبة للخدمات الترويحية قيد الدراسة، هناك نقص شديد في الإمكانيات المادية المناسبة للخدمات الترويحية في مناطق السياحة الجيولوجية قيد الدراسة، الأنشطة الترويحية المتوفرة في مناطق السياحة الجيولوجية قيد الدراسة قليلة، سواء أنشطة رياضية أو مائية أو تجارية أو ثقافية أو فنية، عدم توافر وسائل إعلام للخدمات الترويحية بصورة كافية في مناطق السياحة الجيولوجية.

٤- دراسة "إسلام فتحي إبراهيم، بلال عبد العزيز بدوي، محمد سعيد محمد" (٢٠٢١)(٢) عنوان الدراسة: جودة الخدمات الترويحية الرياضية بالفنادق والقرى السياحية بمحافظة البحر الأحمر، هدف الدراسة: التعرف علي تقويم مستوى الخدمات الترويحية الرياضية بالفنادق والقرى السياحية بمحافظة الأحمر من المحاور (الملموسية، الثقة والاعتمادية، الاستجابة، ضمان جودة الخدمات بالفنادق والقرى السياحية، التعاطف)، منهج الدراسة: المنهج الوصفي، عينة الدراسة: (٤٧٥) فردا من المترددين علي الفنادق والقرى السياحية بمحافظة البحر الأحمر، أهم النتائج: يتسم المظهر الخارجي للفنادق والقرى السياحية بالذوق الجمالي، يظهر جميع العاملين بالفنادق والقرى السياحية علي مختلف مستوياتهم بمظهر مميز وجيد، يتم مراعاة العوامل المعرفية، النفسية، الخبرة، البدنية، لدي العملاء والمؤثرة علي تفاعلهم واندماجهم من الخدمات الترويحية الرياضية المتاحة. الخدمات الترويحية الرياضية تقدم بصورة فورية وبدون تأخير، الخدمات الترويحية المتاحة توضع وفق أسس علمية.

#### الدراسات المرجعية الأجنبية:

٥- دراسة "كاهدوى وآخرون Kahdouei et al (٢٠٢٣) (٥٩) بعنوان "تحديد العوامل المؤثرة علي ممارسة السياحة الصحراوية (دراسة حالة لطلاب جامعه يزد)" هدف الدراسة: التعرف علي العوامل التي تؤثر في قبول السياحة الرياضية في الصحراء بين طلاب جامعه يزد، منهج الدراسة: المنهج الوصفي. عينة الدراسة: (٣٧٥) طالبا بشكل عشوائي، أهم النتائج: التأثير الإيجابي والمهم للمتعة والاسترخاء علي قبول السياحة الرياضية في الصحراء.

٦- دراسة "موباركي Mobaraki" (٢٠٢٣)(٦٤) عنوان الدراسة: التصنيف المساحي لمسارات السياحة في محافظة أصفهان - إيران، هدف الدراسة: تصنيف طرق السياحة في محافظة أصفهان من حيث وجود المعالم السياحية والمرافق لتوفير نظام خدمه أفضل للسياح وفقا لقدرة كل محور سياحي وإدارته المناسبة لتلبية احتياجاتهم، منهج الدراسة: المنهج الوصفي، أهم النتائج: أظهرت أن طرق السياحة في مناطق فبريد ونشهر وكاشان وسببميروم بمحافظة اصفهان كانت الأفضل من حيث معالم الجذب السياحي والمرافق، طرق السياحة في المناطق الوسطي والشمالية الغربية، خاصه الصحراء إلا أن هذه الطرق بحاجة إلي المزيد من معالم الجذب السياحي ويشعر بالحاجة ألي المرافق والخدمات، تشير النتائج أيضا إلي زيادة الخدمات والمرافق يجب أن تحدث بشكل اكبر في المناطق الغربية والجنوبية الصحراوية من المحافظة.

٧- دراسة "العنزي Alanazi" (٢٠٢٤) (٥٥) بعنوان "الشغف في الصحراء : استكشاف نوعي الدوافع الترفيهية وتحديات الصيد والتخييم في المملكة العربية السعودية" هدف الدراسة: استكشاف العوامل الدافعة وراء مشاركة الأفراد في الصيد والتخييم كممارسات ترفيهية وتحديد التحديات التي يواجهونها، منهج الدراسة: وصفي، عينة الدراسة: ٤٣ مشاركاً من الذكور، تتراوح أعمارهم بين ٢٠ إلى أكثر من ٥٠ عاماً، أهم النتائج: نتائج هذه الدراسة الضوء على مجموعة متنوعة من الدوافع التي تدفع الأفراد نحو أنشطة الصيد والتخييم في المملكة العربية السعودية. وتمتد هذه الدوافع من التراث الثقافي، والهروب من التحضر، والمغامرة، والترابط الاجتماعي، إلى الترقيات الحكومية والعلاقات الروحية. وعلى العكس من ذلك، يواجه المشاركون تحديات متعددة الأوجه، بما في ذلك عدم القدرة على التنبؤ البيئي، والتعقيدات البيروقراطية، والتدخلات التكنولوجية، والتحديات العقلية، والمخاوف المتعلقة بالسلامة، والقيود المالية. ومن خلال الخوض في هذه الديناميكيات المعقدة، تقدم الدراسة فهماً غنياً للدوافع الترفيهية وتحدياتها في السياق السعودي، مما يسد فجوة أكاديمية ملحوظة ويمهد الطريق للبحث المستقبلي وصنع السياسات المستنيرة.

#### إجراءات البحث:

#### منهج البحث:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة البحث.

#### مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث من الموظفين والسائحين بمناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء وعددهم (٩) مناطق وهم (أبو رديس- أبو زنيمه- نويبع- طابا- رأس سدر- دهب- شرم الشيخ- سانت كاترين- الطور) لعام (٢٠٢٣ / ٢٠٢٤)، والبالغ عددهم (٦٠٠) موظف وسائح عربي واجنبي، كما تم اختيار عينة البحث من مجتمع البحث بالطريقة العشوائية العمدية من الموظفين والسائحين ببعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء وعددهم (٣) مناطق وهم (نويبع- دهب- شرم الشيخ) والتي تقع في حيز جغرافي واحد، بعدد يبلغ (٣٥٠) موظف وسائح (عرب وأجانب)، بحيث يتم التطبيق علي (٥٠) موظف، و(٣٠٠) سائح بنسبة مئوية قدرها (٥٨,٣٣٪)، وتم اختيار (٥٠) موظف سائح عربي واجنبي ببعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء بنسبة مئوية قدرها (٨,٣٣٪) بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية كعينة للدراسة الاستطلاعية وتم استبعاد (٤٠) موظف وسائح بنسبة مئوية قدرها (٦,٦٦٪) لعدم تعاونهم مع الباحثة والجدول رقم (١) يوضح حجم العينة ونسبتها للمجتمع الأصلي.

### جدول (١) حجم العينة ونسبتها للمجتمع الأصلي

| م  | العينة                      | عدد الموظفين والسائحين   | النسبة المئوية % |
|----|-----------------------------|--------------------------|------------------|
| ١- | العينة الأساسية             | ٥٠ موظف + ٣٠٠ سائح = ٣٥٠ | ٥٨,٣٣%           |
| ٢- | عينة الدراسة الاستطلاعية    | ١٠ موظف + ٤٠ سائح = ٥٠   | ٨,٣٣%            |
| ٣- | المستبعدون                  | ١٠ موظفين + ٣٠ سائح = ٤٠ | ٦,٦٦%            |
| ٤- | باقي أفراد المجتمع          | ٣٠ موظف + ١٣٠ سائح = ١٦٠ | ٦٦,٦٦%           |
| ٥- | إجمالي أفراد المجتمع الأصلي | ٦٠٠ موظف وسائح           | ١٠٠%             |

#### أسباب اختيار العينة:

- يجمعهم حيز جغرافي واحد وهو جنوب سيناء.
- تمتاز جنوب سيناء بالطبيعة الساحرة التي تساعد علي الاسترخاء والانسجام.
- يتوافر بجنوب سيناء العديد من الأنشطة الترويحية التي توجد في المناطق الصحراوية مثل (تسلق الجبال- رحلات السفاري- التزلج علي الرمال- ركوب الجمال والأحصنة- التخيم في الصحراء- الاستمتاع بشروق وغروب الشمس) والتي تساعد في كثير من جذب السياح حول العالم.
- تعد المناطق الصحراوية في جنوب سيناء فؤاد صحية لراحة العقول والأبدان والبعد عن الزحام والضوضاء والاختلال بالنفس.

#### وسائل وأدوات جمع البيانات:

- ١- استبيان الخدمات الترويحية لبعض المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء (إعداد الباحثة)

يهدف الاستبيان إلي التعرف علي الخدمات الترويحية في بعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ودورها في تنشيط السياحة في تلك المناطق.

#### الصورة المبدئية للاستبيان:

قامت الباحثة بالاطلاع علي المراجع العلمية كمرجع "طارق كمال (٢٠٠٩) (١٧)، محمد الصيرفي وآخرون (٢٠٠٩) (٣٦)، سعيدة بوروده (٢٠١٢) (١٤)، محمد كمال السمودي وآخرون (٢٠١٤) (٣٣)، علي محمد حسن (٢٠١٧) (٢٢)، قاسم المحياوي (٢٠٢٣) (٢٨)، والدراسات المرجعية كدراسة رأفت عبد الرؤوف (٢٠١٩) (١٠)، ودراسة رأفت عبد الرؤوف (٢٠٢٠) (١٣)، يحي خيري العجيزي (٢٠٢٠) (٥٤)، إسلام فتحي إبراهيم، بلال عبد العزيز بدوي، محمد سعيد محمد (٢٠٢١) (٢)، فتوح أبو الفتوح (٢٠٢١) (٢٧)، سمر البصيلي (٢٠٢٢) (١٥)، سهام الفقي (٢٠٢٣) (١٦)، محمد شمروخ (٢٠٢٣) (٤٠).

- تم تحديد المحاور التي يمكن أن تؤثر علي الخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.
- قامت الباحثة بإعداد استمارة لمحاور الاستبيان في صورتها المبدئية وعرضها علي السادة الخبراء والمتخصصين في مجال الترويج والذين لا تقبل خبراتهم عن (١٠) سنوات في التخصص، وعددهم (٧) خبراء، وقد اشتملت الاستمارة علي عدد (٦) محاور وهي كالآتي (الإمكانات البشرية - الإمكانات المادية - الأنشطة الترويحية - المهرجانات - معوقات الخدمات الترويحية - وسائل الإعلام).
- تم إيجاد النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء والمتخصصين في مجال الترويج وفق الصورة الأولية لمحاور الاستبيان جدول (٢) يوضح ذلك.

### جدول (٢)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية لآراء السادة الخبراء حول محاور استبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن=٧

| م | المحاور                  | أوافق |        | لا أوافق |        | الوزن النسبي | الأهمية النسبية |
|---|--------------------------|-------|--------|----------|--------|--------------|-----------------|
|   |                          | ك     | %      | ك        | %      |              |                 |
| ١ | الإمكانات البشرية        | ٧     | ١٠٠,٠٠ | ٠        | ٠,٠٠   | ٧            | ١٠٠,٠٠          |
| ٢ | الإمكانات المادية        | ٧     | ١٠٠,٠٠ | ٠        | ٠,٠٠   | ٧            | ١٠٠,٠٠          |
| ٣ | الأنشطة الترويحية        | ٧     | ١٠٠,٠٠ | ٠        | ٠,٠٠   | ٧            | ١٠٠,٠٠          |
| ٤ | المهرجانات               | ٢     | ٢٨,٥٧١ | ٥        | ٧١,٤٢٨ | ٢            | ٢٨,٥٧١          |
| ٥ | وسائل الإعلام            | ٧     | ١٠٠,٠٠ | ٠        | ٠,٠٠   | ٧            | ١٠٠,٠٠          |
| ٦ | معوقات الخدمات الترويحية | ٧     | ١٠٠,٠٠ | ٠        | ٠,٠٠   | ٧            | ١٠٠,٠٠          |

يوضح جدول (٢) التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء السادة الخبراء حول محاور استبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، حيث تراوحت الآراء ما بين (٢٨,٢٧٥% - ١٠٠%)، وقد ارتضت الباحثة بالمحاور التي حصلت على أهمية نسبية قدرها (١٠٠,٠٠%)، وبذلك تم قبول (٥) محاور وهم (الإمكانات البشرية، الإمكانات المادية، الأنشطة الترويحية، وسائل الإعلام، معوقات الخدمات الترويحية).

قامت الباحثة بوضع مجموعة من العبارات لكل محور من المحاور وصياغتها بما يتناسب مع كل محور حيث روعي أن تكون ذات لغة بسيطة ومألوفة ولا تحمل أكثر من معني، وبذلك يكون الاستبيان في صورته المبدئية من (٧٥) عبارة موزعة علي المحاور المختلفة وذلك علي النحو التالي:

- ١- محور الإمكانات البشرية (١٨) ثمانية عشر عبارة.

- ٢- محور الإمكانيات المادية (١٦) ستة عشر عبارة.
- ٣- محور الأنشطة الترويحية (١٥) خمسة عشر عبارة.
- ٤- محور وسائل الإعلام (١١) إحدى عشر عبارة.
- ٥- محور معوقات الخدمات الترويحية (١٥) خمسة عشر عبارة.
- تم عرض العبارات الخاصة بالمحاور الخمسة علي السادة الخبراء والمتخصصين في المجال لأبداء الرأي في مدي مناسبة العبارات للمحور الذي تندرج تحته أو تعديل أو صياغة أي عبارة أو حذف أو إضافة أي عبارة أخرى. مرفق (٢).
- في ضوء آراء السادة الخبراء والمتخصصين في مجال الترويج، تم حذف بعض العبارات من بعض المحاور حيث أنها لا تتناسب مع الهدف الموضوع لأجله، جدول (٣) يوضح ذلك.

### جدول (٣)

العدد المبدئي والنهائي وأرقام العبارات المستبعدة لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء

| م  | المحاور                  | العدد المبدئي للعبارات | عدد العبارات المستبعدة | أرقام العبارات المستبعدة | العدد النهائي للعبارات |
|----|--------------------------|------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| ١- | الإمكانيات البشرية       | ١٨                     | ١                      | ١٧                       | ١٧                     |
| ٢- | الإمكانيات المادية       | ١٦                     | ١                      | ١٤                       | ١٥                     |
| ٣- | الأنشطة الترويحية        | ١٥                     | -                      | -                        | ١٥                     |
| ٤- | وسائل الإعلام            | ١١                     | -                      | -                        | ١١                     |
| ٥- | معوقات الخدمات الترويحية | ١٥                     | ١                      | ٧                        | ١٤                     |
| ٦- | الإجمالي                 | ٧٥                     | ٣                      | ٧، ١٤، ١٧                | ٧٢                     |

يوضح جدول (٣) العدد المبدئي والنهائي وأرقام العبارات المستبعدة لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، ويتضح اتفاق السادة الخبراء علي حذف عدد (٣) عبارات ليصبح العدد النهائي لعبارات الاستبيان (٧٢) عبارة من إجمالي (٧٥) عبارة، وبدون أي عبارات مضافة كما هو موضح بالجدول، وتم ترجمه الاستبيان إلي اللغة الإنجليزية، وذلك لان عدد السائحين المترددين علي مناطق السياحة الصحراوية أغلبهم يتحدثون اللغة الإنجليزية بطلاقة.

- تم وضع ميزان تقديري ثلاثي (نعم - إلي حد ما - لا).



## جدول (٤)

التكرار والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات محاور استبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن=٧

| المحور الأول |   |                 | المحور الثالث |   |                 | المحور الخامس |   |                 |
|--------------|---|-----------------|---------------|---|-----------------|---------------|---|-----------------|
| م            | ك | نسبة الموافقة % | م             | ك | نسبة الموافقة % | م             | ك | نسبة الموافقة % |
| ١            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٢            | ٦ | ٨٥,٧١٤          | ٢             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٢             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٣            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٣             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٣             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٤            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٤             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٤             | ٦ | ٨٥,٧١٤          |
| ٥            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٥             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٥             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٦            | ٦ | ٨٥,٧١٤          | ٦             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٦             | ٦ | ٨٥,٧١٤          |
| ٧            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٧             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٧             | ١ | ٢١٤,٢٨٥         |
| ٨            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٨             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٨             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٩            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٩             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٩             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٠           | ٦ | ٨٥,٧١٤          | ١٠            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٠            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١١           | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١١            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١١            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٢           | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٢            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٢            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٣           | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٣            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٣            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٤           | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٤            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٤            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٥           | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٥            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٥            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٦           | ٧ | ١٠٠,٠٠          | المحور الرابع |   |                 | ١٦            |   |                 |
| ١٧           | ٢ | ٢٨,٥٧١          | ١             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٧            |   |                 |
| ١٨           | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٢             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١٨            |   |                 |
| ١            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٣             | ٦ | ٨٥,٧١٤          | المحور الثاني |   |                 |
| ٢            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٤             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ١             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٣            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٥             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٢             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٤            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٦             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٣             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٥            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٧             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٤             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٦            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٨             | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٥             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٧            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٩             | ٦ | ٨٥,٧١٤          | ٦             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٨            | ٦ | ٨٥,٧١٤          | ١٠            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٧             | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ٩            | ٦ | ٨٥,٧١٤          | ١١            | ٧ | ١٠٠,٠٠          | ٨             | ٦ | ٨٥,٧١٤          |
| ١٠           | ٧ | ١٠٠,٠٠          |               |   |                 | ٩             | ٦ | ٨٥,٧١٤          |
| ١١           | ٧ | ١٠٠,٠٠          |               |   |                 | ١٠            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٢           | ٧ | ١٠٠,٠٠          |               |   |                 | ١١            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٣           | ٦ | ٨٥,٧١٤          |               |   |                 | ١٢            | ٧ | ١٠٠,٠٠          |
| ١٤           | ١ | ١٤,٢٨٥          |               |   |                 | ١٣            | ٦ | ٨٥,٧١٤          |
| ١٥           | ٦ | ٨٥,٧١٤          |               |   |                 | ١٤            | ١ | ١٤,٢٨٥          |
| ١٦           | ٧ | ١٠٠,٠٠          |               |   |                 | ١٥            | ٦ | ٨٥,٧١٤          |

يوضح جدول (٤) التكرار والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات محاور استبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، حيث تراوحت النسبة للعبارات ما بين (١٤,٢٨٥٪ - ١٠٠,٠٠٪) وقد ارتضت الباحثة بالعبارات التي حصلت على نسبة مئوية قدرها (٨٥,٧١٤٪) فأكثر، وتم حذف العبارات التي لا تتناسب مع الهدف والتي حصلت على نسبة مئوية أقل من (٨٥,٧١٤٪).

**طريقة تصحيح الاستبيان:**

تعطي الباحثة الدرجات الآتية إذا كانت العبارات إيجابية:

- تعطي درجة (٣) إذا كانت الإجابة بنعم.
- تعطي درجة (٢) إذا كانت الإجابة إلي حد ما.
- تعطي درجة (١) إذا كانت الإجابة لا.

وتعطي الباحثة الدرجات التالية إذا كانت العبارات سلبية

- تعطي درجة (٣) إذا كانت الإجابة لا.
- تعطي درجة (٢) إذا كانت الإجابة إلي حد ما.
- تعطي درجة (١) إذا كانت الإجابة نعم.

فيما تراوحت درجة الاستبيان ما بين (٢٢ - ٢١٦) درجة أي كلما زادت درجة الاستبيان أن هناك دور فعال للخدمات الترويجية في تنشيط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.

**المعاملات العلمية لاستبيان الخدمات الترويجية:**

قامت الباحثة بالتحقق من صدق وثبات الاستبيان بإجراء الدراسة الاستطلاعية الأولى وذلك بتطبيق هذا الاستبيان علي عينة قوامها (٥٠) موظف وسائح عربي واجنبي وذلك من مجتمع البحث وخارج العينة الأساسية في الفترة ما بين يوم الأحد الموافق ٢٠٢٣/١٢/١٧ إلي يوم الأربعاء الموافق ٢٠٢٣/١٢/٢٠ م.

وقامت الباحثة بإيجاد الصدق عن طريق صدق الاتساق الداخلي بين درجة العبارة ودرجة المحور وبين درجة العبارة ودرجة الاستبيان، وبين درجات المحاور مع بعضها وبين درجة المحور والدرجة الكلية للاستبيان وهذا يوضحه جدولي (٥)، (٦)، كما قامت الباحثة بإيجاد الثبات عن طريق التجزئة النصفية وكذلك معامل ألفا كرونباخ وهذا ما يوضحه جدول (٧)، (٨)

**جدول (٦)**

صدق الاتساق الداخلي بين درجة العبارة ودرجة المحور وبين درجة العبارة والدرجة الكلية لاستبيان الخدمات الترويجية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث لدى عينة التقنين ن = ٥٠

| معامل الارتباط    |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| العبارة مع المحور | العبارة مع المحور | العبارة مع المحور | العبارة مع المحور | العبارة مع المحور | العبارة مع المحور | العبارة مع المحور | العبارة مع المحور |
| المحور الخامس     |                   | المحور الثالث     |                   |                   | المحور الأول      |                   |                   |
| **٠,٨٩٠           | **٠,٩١٦           | ٥٩                | **٠,٩١٤           | **٠,٩٤٥           | ٣٣                | **٠,٨٨٠           | **٠,٨٨٠           |
| **٠,٩٠٠           | **٠,٩١٩           | ٦٠                | **٠,٩٣٥           | **٠,٩٣٥           | ٣٤                | **٠,٩٠٠           | **٠,٨٩٢           |
| **٠,٩٤٩           | **٠,٩٧٠           | ٦١                | **٠,٩٠٠           | **٠,٨٦٨           | ٣٥                | **٠,٩٠٠           | **٠,٨٨١           |
| **٠,٩٢٦           | **٠,٩٣٧           | ٦٢                | **٠,٨٩٦           | **٠,٨٧٦           | ٣٦                | **٠,٨٩٦           | **٠,٨٨٣           |
| **٠,٩٠٦           | **٠,٩٢٦           | ٦٣                | **٠,٩١٧           | **٠,٩٣٢           | ٣٧                | **٠,٩١٧           | **٠,٩٢١           |

## تابع جدول (٦)

صدق الاتساق الداخلي بين درجة العبارة ودرجة المحور وبين درجة العبارة والدرجة الكلية لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث لدى عينة التقنين ن=٥٠

| معامل الارتباط     |                   |    |                    |                   |    |                    |                   |
|--------------------|-------------------|----|--------------------|-------------------|----|--------------------|-------------------|
| العبارة مع المجموع | العبارة مع المحور | م  | العبارة مع المجموع | العبارة مع المحور | م  | العبارة مع المجموع | العبارة مع المحور |
| **٠,٩٤٩            | **٠,٩٧٠           | ٦٤ | **٠,٩٣٨            | **٠,٩٥٧           | ٣٨ | **٠,٩٣٨            | **٠,٩٤٨           |
| **٠,٨٧٣            | **٠,٨٧٢           | ٦٥ | **٠,٩١٤            | **٠,٩٤٥           | ٣٩ | **٠,٩١٤            | **٠,٩٢٨           |
| **٠,٩٢٣            | **٠,٨٨٦           | ٦٦ | **٠,٨٩٦            | **٠,٩٠٢           | ٤٠ | **٠,٩٣٥            | **٠,٩٣٧           |
| **٠,٨٢٣            | **٠,٨٥٧           | ٦٧ | **٠,٩٣١            | **٠,٩٢٧           | ٤١ | **٠,٩٣١            | **٠,٩٣٥           |
| **٠,٩٢٨            | **٠,٨٩٩           | ٦٨ | **٠,٨٨٤            | **٠,٨٥٩           | ٤٢ | **٠,٨٨٤            | **٠,٨٧٨           |
| **٠,٩١٤            | **٠,٩٣٢           | ٦٩ | **٠,٨٩٢            | **٠,٨٨٣           | ٤٣ | **٠,٨٩٢            | **٠,٨٨٨           |
| **٠,٩٠٥            | **٠,٩٢٣           | ٧٠ | **٠,٩٢٩            | **٠,٩٣٥           | ٤٤ | **٠,٩٢٩            | **٠,٩٣٧           |
| **٠,٩٢٩            | **٠,٩٤٠           | ٧١ | **٠,٨٩٠            | **٠,٨٩٧           | ٤٥ | **٠,٨٩٠            | **٠,٨٩٢           |
| **٠,٩٤٥            | **٠,٩٦٠           | ٧٢ | **٠,٩٣٨            | **٠,٩٥٧           | ٤٦ | **٠,٩٣٨            | **٠,٩٤٨           |
|                    |                   |    | **٠,٩١٤            | **٠,٩٤٥           | ٤٧ | **٠,٩١٤            | **٠,٩٢٨           |
|                    |                   |    | المحور الرابع      |                   |    | **٠,٩٣٥            | **٠,٩٣٧           |
|                    |                   |    | **٠,٩٤٤            | **٠,٩٥٦           | ٤٨ | **٠,٩٣١            | **٠,٩٣٥           |
|                    |                   |    | **٠,٩٣١            | **٠,٩٤٠           | ٤٩ | المحور الثاني      |                   |
|                    |                   |    | **٠,٩٠٠            | **٠,٩٠٠           | ٥٠ | **٠,٨٨٤            | **٠,٨٩٩           |
|                    |                   |    | **٠,٩٤٩            | **٠,٩٧٧           | ٥١ | **٠,٨٨٠            | **٠,٨٩٣           |
|                    |                   |    | **٠,٩٢٦            | **٠,٩٢٥           | ٥٢ | **٠,٩٠٠            | **٠,٩٠٢           |
|                    |                   |    | **٠,٩٠٦            | **٠,٩١١           | ٥٣ | **٠,٩٠٠            | **٠,٨٨٨           |
|                    |                   |    | **٠,٩٤٩            | **٠,٩٧٧           | ٥٤ | **٠,٨٩٦            | **٠,٨٩٠           |
|                    |                   |    | **٠,٨٧٣            | **٠,٨٧٣           | ٥٥ | **٠,٩١٧            | **٠,٩١٣           |
|                    |                   |    | **٠,٩٢٣            | **٠,٩٠٧           | ٥٦ | **٠,٩٣٨            | **٠,٩٤٦           |
|                    |                   |    | **٠,٨٢٣            | **٠,٨٤٤           | ٥٧ | **٠,٩١٤            | **٠,٩١٨           |
|                    |                   |    | **٠,٩٤٤            | **٠,٩٣٤           | ٥٨ | **٠,٩٣٥            | **٠,٩٢٣           |
|                    |                   |    |                    |                   |    | **٠,٩٣١            | **٠,٩٢٣           |
|                    |                   |    |                    |                   |    | **٠,٨٨٤            | **٠,٨٩٩           |
|                    |                   |    |                    |                   |    | **٠,٨٩٢            | **٠,٨٩٣           |
|                    |                   |    |                    |                   |    | **٠,٩٢٩            | **٠,٩٣٧           |
|                    |                   |    |                    |                   |    | **٠,٨٩٠            | **٠,٨٩٠           |
|                    |                   |    |                    |                   |    | **٠,٩٣٨            | **٠,٩٤٦           |

\* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٠,٢٧٥٩)

\*\* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠١) = (٠,٣٥٧٥)

يوضح جدول (٦) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين درجة العبارة ودرجة المحور وقد تراوحت قيمة معامل الارتباط ما بين (٠,٨٤٤-٠,٩٧٧) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، وبين درجة العبارة والمجموع الكلي للاستبيان ما بين (٠,٨٢٣-٠,٩٤٩) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١) مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث.

## جدول (٧)

صدق الاتساق الداخلي بين درجات المحاور مع بعضها وبين درجة المحور والدرجة الكلية لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث لدى عينة التقنين ن = ٥٠

| م | المحاور                                  | المحور الأول | المحور الثاني | المحور الثالث | المحور الرابع | المحور الخامس |
|---|--|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| ١ | الإمكانات البشرية                        | **٠,٩٩٨      | **٠,٩٩٨       | **٠,٩٩٨       | **٠,٩٩٨       | **٠,٩٩٧       |
| ٢ | الإمكانات المادية                        | **٠,٩٩٨      | **٠,٩٩٨       | **٠,٩٩٤       | **٠,٩٩٤       | **٠,٩٨٠       |
| ٣ | الأنشطة الترويحية                        | **٠,٩٩٨      | **٠,٩٩٤       | **٠,٩٩٤       | **٠,٩٧٥       | **٠,٩٦٨       |
| ٤ | وسائل الإعلام                            | **٠,٩٨٤      | **٠,٩٨٤       | **٠,٩٧٥       | **٠,٩٩٤       | **٠,٩٩٤       |
| ٥ | معوقات الخدمات الترويحية                 | **٠,٩٧٧      | **٠,٩٨٠       | **٠,٩٦٨       | **٠,٩٩٤       | **٠,٩٩٤       |
| ٦ | الدرجة الكلية لاستبيان الخدمات الترويحية | **٠,٩٩٨      | **٠,٩٩٨       | **٠,٩٩٤       | **٠,٩٩٢       | **٠,٩٨٨       |

\* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٠,٢٧٥٩)

\*\* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠١) = (٠,٣٥٧٥)

يوضح جدول (٧) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين المحاور مع بعضها وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، وبين درجة المحور والدرجة الكلية لمحاور الاستبيان وهي دالة عند مستوى (٠,٠١) مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث.

## جدول (٨)

التجزئة النصفية لبيان معامل الثبات لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث لدى عينة التقنين ن = ٥٠

| م | المحاور                                  | اختبار التجزئة النصفية |       |
|---|--|------------------------|-------|
|   |  | سبيرمان - براون        | جتمان |
| ١ | الإمكانات البشرية                        | ٠,٩٩٥                  | ٠,٩٩٣ |
| ٢ | الإمكانات المادية                        | ٠,٩٩٠                  | ٠,٩٨٩ |
| ٣ | الأنشطة الترويحية                        | ٠,٩٩١                  | ٠,٩٨٧ |
| ٤ | وسائل الإعلام                            | ٠,٩٩١                  | ٠,٩٨٠ |
| ٥ | معوقات الخدمات الترويحية                 | ٠,٩٧٨                  | ٠,٩٧٧ |
| ٦ | الدرجة الكلية لاستبيان الخدمات الترويحية | ٠,٩٩٨                  | ٠,٩٩٨ |

يتضح من جدول (٨) لنتائج اختبار التجزئة النصفية لسبيرمان - براون وجتمان أن معامل الثبات لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث مرتفع مما يشير إلى تمتع الاستبيان بمعامل ثبات دال.

## جدول (٩)

معامل الفا (كرونباخ) لبيان معامل الثبات لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث لدى عينة التقنين ن = ٥٠

| معامل الفا |                          |                                  |
|------------|--------------------------|----------------------------------|
| ٠,٨٧٥      |                          |                                  |
| م          | المحاور                  | Deleted Cronbach's Alpha if Item |
| ١          | الإمكانات البشرية        | ٠,٨٥٨                            |
| ٢          | الإمكانات المادية        | ٠,٨٦٠                            |
| ٣          | الأنشطة الترويحية        | ٠,٨٦٠                            |
| ٤          | وسائل الإعلام            | ٠,٨٦٣                            |
| ٥          | معوقات الخدمات الترويحية | ٠,٨٦١                            |

يوضح جدول (٩) معامل الفا (كرونباخ) لبيان معامل الثبات لاستبيان الخدمات الترويجية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء قيد البحث ويتضح دلالة معامل الفا للاستبيان.

٢- استبيان لتحديد أهم المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء (إعداد الباحثة)  
قامت الباحثة ببناء استبيان بهدف تحديد أهم المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء.

#### الصورة المبدئية للاستبيان:

قامت الباحثة بعمل مسح مرجعي لحصر أهم المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء بالاطلاع علي الدراسات المرجعية كدراسة فاروق راشد (٢٠٠٤)(٢٦)، دراسة رأفت عبد الرؤوف (٢٠١٩)(١٠)، رأفت عبد الرؤوف (٢٠٢٠)(١١)، ودراسة نرمين السيد الحطاب (٢٠٢٠)(٥٠)، ومواقع شبكة المعلومات كموقع (٧٥)(٧٣)(٧٤)(٧٦).

- تحديد بعض أهم المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء.
- تم إعداد استمارة استبيان تضم المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء وعرضها علي السادة الخبراء المتخصصين في مجال السياحة والفنادق والذي لا تقل خبراتهم عن (١٠) سنوات علي عدد (٩) مناطق وهم (ابورديس- أبو زينمة- نويبع- طابا- رأس سدر- ذهب- شرم الشيخ- سانت كاترين- الطور) مرفق (٦)
- تم تحديد النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء والمتخصصين في مجال السياحة والفنادق وفق استجابات الخبراء للمناطق السياحية الصحراوية التي يشملها الاستبيان، وقد ارتضت الباحثة بالأبعاد التي حصلت علي أهمية نسبية قدرها (١٠٠,٠٠٪)، مرفق (٧) وجدول (١٠) يوضح ذلك وبذلك تم قبول (٣) مناطق وهم (نويبع - ذهب - شرم الشيخ) وذلك لان تلك المناطق يجمعها حيز جغرافي واحد وهو جنوب سيناء.

#### جدول (١٠)

التكرار والنسبة المئوية والأهمية النسبية لآراء السادة الخبراء حول استبيان تحديد أهم

المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء ن=٧

| م | المناطق السياحية بجنوب سيناء | أوافق |        | لا أوافق |        | الوزن النسبي | الأهمية النسبية |
|---|------------------------------|-------|--------|----------|--------|--------------|-----------------|
|   |                              | ك     | %      | ك        | %      |              |                 |
| ١ | أبو دريس                     | ٢     | ٢٨,٥٧١ | ٥        | ٧١,٤٢٨ | ٢            | ٢٨,٥٧١          |
| ٢ | أبو زينمة                    | ١     | ١٤,٢٨٥ | ٦        | ٨٥,٧١٤ | ١            | ١٤,٢٨٥          |
| ٣ | نويبع                        | ٧     | ١٠٠,٠٠ | ٠        | ٠,٠٠   | ٧            | ١٠٠,٠٠          |
| ٤ | طابا                         | ٢     | ٢٨,٥٧١ | ٥        | ٧١,٤٢٨ | ٢            | ٢٨,٥٧١          |
| ٥ | رأس سدر                      | ١     | ١٤,٢٨٥ | ٦        | ٨٥,٧١٤ | ١            | ١٤,٢٨٥          |
| ٦ | ذهب                          | ٧     | ١٠٠,٠٠ | ٠        | ٠,٠٠   | ٧            | ١٠٠,٠٠          |
| ٧ | شرم الشيخ                    | ٧     | ١٠٠,٠٠ | ٠        | ٠,٠٠   | ٧            | ١٠٠,٠٠          |
| ٨ | سانت كاترين                  | ٢     | ٢٨,٥٧١ | ٥        | ٧١,٤٢٨ | ٢            | ٢٨,٥٧١          |
| ٩ | الطور                        | ٢     | ٢٨,٥٧١ | ٥        | ٧١,٤٢٨ | ٢            | ٢٨,٥٧١          |

يوضح جدول (١٠) التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء السادة الخبراء حول استبيان تحديد أهم المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء حيث تراوحت الآراء ما بين (١٤,٢٨٥٪ - ١٠٠٪)، وقد ارتضت الباحثة بالمناطق التي حصلت على أهمية نسبية قدرها (١٠٠,٠٠٪)، وبذلك تم قبول (٣) مناطق وهم (نويبع، دهب، شرم الشيخ).



شكل (١)

خريطة توضح مواقع مناطق السياحة الصحراوية الثلاثة التي اختارتهم الباحثة بجنوب سيناء الدراسة الأساسية:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة الأساسية بعد اتخاذ اللازم من الموافقات الإدارية وصلاحيات استبيان الخدمات الترويحية وترجمه الاستبيان باللغة الأجنبية حتي يتناسب مع السائحين الأجانب، واختيار عينة عشوائية عددها (٣٥٠) موظف وسائح أي (٥٠) موظف، و(٣٠٠) سائح عربي واجنبي، وذلك وفق تعليمات التي حددت لاستخدامه علي عينة الدراسة الأساسية، وذلك في الفترة من يوم الاثنين الموافق ٢٠٢٤/١/٨ وحتى يوم الاثنين الموافق ٢٠٢٤/١/٢٢. وقد راعت الباحثة قبل تنفيذها للدراسة التأكيد علي أفراد العينة بالتالي:

- عدم وضع أكثر من علامه أمام كل عبارة.
- عدم ترك عبارة دون علامه أمامها.
- التوضيح أن نتائج الاستجابات علي الاستبيان وسوف تستخدم هذه البيانات بغرض البحث العلمي فقط.
- لا توجد إجابة صحيحة وأخري خاطئة.

#### المعالجات الإحصائية:

تم استخدام المعالجات الإحصائية المناسبة لطبيعة البحث وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لإجراء المعالجات الإحصائية وهي:

- التجزئة النصفية.
- معامل الفا كرونباخ.
- الوزن النسبي.
- الأهمية النسبية.
- كا<sup>٢</sup>

## عرض ومناقشة النتائج :

أولاً: عرض ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها والخاصة بالتساؤل الأول هل تتوفر الإمكانيات البشرية للخدمات الترويحية في بعض المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء؟

## جدول (١١)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة ك<sup>١</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الأول (الإمكانيات البشرية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن=٣٥٠

| م | العبارات   | نعم |        | إلى حد ما |        | لا  |        | المتوسط | ك <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |
|---|--|-----|--------|-----------|--------|-----|--------|---------|----------------|--------------|-----------------|---------|
|   |  | ك   | %      | ك         | %      | ك   | %      |         |                |              |                 |         |
| ١ | ينصف موظفي الخدمات الترويحية بحسن المظهر ولباقة الحديث والروح السمة.                                 | ٢٠٧ | ٥٩,١٤٣ | ٨٩        | ٢٥,٤٢٨ | ٥٤  | ١٥,٤٢٨ | ٢,٤٣٧١  | ١١٠,١٦٦        | ٨٥٣          | ٨١,٢٣٨          | ٤       |
| ٢ | ينصف موظفي الخدمات الترويحية بحسن معاملتهم والسائحين واستخدام اللغة المناسبة مع كل جنسية.            | ٢٠١ | ٥٧,٤٢٨ | ١٠٠       | ٢٨,٥٧١ | ٤٩  | ١٤,٠٠  | ٢,٤٣٤٣  | ١٠٢,٥٨٩        | ٨٥٢          | ٨١,١٤٣          | ٥       |
| ٣ | ينصف موظفي الخدمات الترويحية بالكفاءة والمهارة المناسبة لطبيعة الخدمات المقدمة.                      | ١٩٦ | ٥٦,٠٠  | ٩٥        | ٢٧,١٤٣ | ٥٩  | ١٦,٨٥٧ | ٢,٣٩١٤  | ٨٦,٤٧٤         | ٨٣٧          | ٧٩,٧١٤          | ٨       |
| ٤ | يراعي موظفي الخدمات الترويحية الفروق الفردية بين السائحين.   | ٢٠٠ | ٥٧,١٤٣ | ١٠٠       | ٢٨,٥٧١ | ٥٠  | ١٤,٢٨٦ | ٢,٤٢٨٦  | ١٠٠,٠٠         | ٨٥٠          | ٨٠,٩٥٢          | ٦       |
| ٥ | يتوافر دليل بدوي لمساعدة السياح المترددين على مناطق السياحة الصحراوية.                               | ٢١٦ | ٦١,٧١٤ | ١٠٣       | ٢٩,٤٢٨ | ٣١  | ٨,٨٥٧  | ٢,٥٢٨٦  | ١٤٩,٠٨٠        | ٨٨٥          | ٨٤,٢٨٦          | ٢       |
| ٦ | يوفر موظفي الخدمات الترويحية للسياح استبيانات ( Guest Comment ) للمتابعة والتقويم للخدمات الترويحية. | ٣٩  | ١١,١٤٣ | ٩١        | ٢٦,٠٠  | ٢٢٠ | ٦٢,٨٥٧ | ١,٤٨٢٩  | ١٤٨,٨٧٤        | ٥١٩          | ٤٩,٤٢٨          | ١٢      |
| ٧ | يتوفر مرشدان سياحيين لتوجيه الأفراد لخدمات الترويج بمنطقة السياحة الصحراوية.                         | ٢٠٨ | ٥٩,٤٢٨ | ٨٠        | ٢٢,٨٥٧ | ٦٢  | ١٧,٧١٤ | ٢,٤١٧١  | ١٠٨,٦٤٠        | ٨٤٦          | ٨٠,٥٧١          | ٧       |

## تابع جدول (١١)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة ك<sup>١</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الأول (الإمكانات البشرية) لاستبيان الخدمات الترويجية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن=٣٥٠

| م  | العبارات   | نعم |        | لا  |        | المتوسط | ك <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |        |    |
|----|--|-----|--------|-----|--------|---------|----------------|--------------|-----------------|---------|--------|----|
|    |  | ك   | %      | ك   | %      |         |                |              |                 |         |        |    |
| ٨  | يتوفر متخصص عند حدوث الأزمات والكوارث داخل مناطق السياحة الصحراوية.            | ٤٠  | ١١,٤٢٨ | ٩٢  | ٢٦,٢٨٦ | ٢١٨     | ٦٢,٢٨٦         | ١,٤٩١٤       | ١٤٣,٦١١         | ٥٢٢     | ٤٩,٧١٤ | ١٠ |
| ٩  | يتوفر متخصص في الدعاية والإعلان للتسويق للسياحة الصحراوية.                     | ٣٤  | ٩,٧١٤  | ٩٣  | ٢٦,٥٧١ | ٢٢٣     | ٦٣,٧١٤         | ١,٤٦٠٠       | ١٦٠,٢٩١         | ٥١١     | ٤٨,٦٦٧ | ١٦ |
| ١٠ | يتوفر عدد مناسب من أفراد الأمن بالسياحة الصحراوية.                             | ٢١٢ | ٦٠,٥٧١ | ٨١  | ٢٣,١٤٣ | ٥٧      | ١٦,٢٨٦         | ٢,٤٤٢٩       | ١١٩,٣٢٠         | ٨٥٥     | ٨١,٤٢٨ | ٣  |
| ١١ | تعلن إدارة مناطق السياحة الصحراوية عن تطوير خدمات الترويجية.                   | ٣٠  | ٨,٥٧١  | ١٠٣ | ٢٩,٤٢٨ | ٢١٧     | ٦٢,٠٠          | ١,٤٦٥٧       | ١٥٢,٢٦٩         | ٥١٣     | ٤٨,٨٥٧ | ١٥ |
| ١٢ | يتوفر طبيب للإسعافات الأولية بمناطق السياحة الصحراوية.                         | ٥٤  | ١٥,٤٢٨ | ٧٢  | ٢٠,٥٧١ | ٢٢٤     | ٦٤,٠٠          | ١,٥١٤٣       | ١٤٩,٥٠٩         | ٥٣٠     | ٥٠,٤٧٦ | ٩  |
| ١٣ | يوجد إخصائي ترويجي ومساعدين مؤهلين للخدمات الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية. | ٢٧  | ٧,٧١٤  | ٩٩  | ٢٨,٢٨٦ | ٢٢٤     | ٦٤,٠٠          | ١,٤٣٧١       | ١٧٠,٣٣٧         | ٥٠٣     | ٤٧,٩٠٥ | ١٧ |
| ١٤ | توجد إدارة خاصة مسئولة عن موظفي الخدمات الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية.    | ٣٦  | ١٠,٢٨٦ | ٩٦  | ٢٧,٤٢٨ | ٢١٨     | ٦٢,٢٨٦         | ١,٤٨٠٠       | ١٤٧,٤٥١         | ٥١٨     | ٤٩,٣٣٣ | ١٣ |
| ١٥ | يتوفر سائقين معتمدين من وزارة السياحة ذو خبرة ودراية بدروب ومدقان الصحراء.     | ٢٢٨ | ٦٥,١٤٣ | ٨٢  | ٢٣,٤٢٨ | ٤٠      | ١١,٤٢٨         | ٢,٥٣٧١       | ١٦٦,٩٢٦         | ٨٨٨     | ٨٤,٥٧١ | ١  |
| ١٦ | تواكب الكوادر البشرية التطور العالمي أثناء تقديم الخدمة.                       | ٣٧  | ١٠,٥٧١ | ٩٠  | ٢٥,٧١٤ | ٢٢٣     | ٦٣,٧١٤         | ١,٤٦٨٦       | ١٥٧,٤١١         | ٥١٤     | ٤٨,٩٥٢ | ١٤ |
| ١٧ | تتوفر دورات تدريبية متطورة لموظفي الخدمات الترويجية بالسياحة الصحراوية.        | ٣٤  | ٩,٧١٤  | ١٠٢ | ٢٩,١٤٣ | ٢١٤     | ٦١,١٤٣         | ١,٤٨٥٧       | ١٤١,٦٢٣         | ٥٢٠     | ٤٩,٥٢٤ | ١١ |

\*قيمة ك<sup>١</sup> الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩



يتضح من جدول (١١) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات المحور الأول (الإمكانات البشرية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، حيث تراوح الوزن النسبي لجميع عبارات المحور ما بين (٥١١-٨٨٨)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٤٧,٩٠٥% - ٨٤,٥٧١%) كما تراوحت قيمة كآ المحسوبة تتراوح ما بين (٨٦,٤٧٤ - ١٧٠,٣٣٧) وهي أكبر من قيمتها الجدولية.

ويتضح من جدول (١١) الإجابة على التساؤل الأول: هل تتوفر الإمكانات البشرية للخدمات الترويحية في بعض المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء؟ والذي يثبت عدم توافر الإمكانات البشرية بصورة كافية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء وهذا ما أكدته أفراد عينة البحث سواء كانوا موظفين أو سائحين، وترى الباحثة عدم توافر الإمكانات البشرية في هذه المناطق السياحية ووجود قصور في توفر أخصائين ترويحيين، وكذلك في توفر أفراد المتابعة والتفوييم وعدم وجود خيارات فعالة في هذه الأماكن أدى إلى ضعف السياحة وعدم التوجه إلى تنشيط هذا النوع من السياحة.

ويذكر كلا من ميريس وآخرون **Mairesse et al (٢٠٠٥)**، قدرية البنداري (٢٠١١) أن توافر الإمكانات البشرية ساعد على نشر السياحة وهذه الإمكانات منها توافر عوامل الأمن والسلامة، وتوافر مرشدين وأخصائي ترويحوي، ولذلك أن توفير الكوادر البشرية المؤهلة في مجال السياحة يؤثر تأثيراً إيجابياً على زيادة الدخل القومي وتطور المنتج السياحي نتيجة التعرف على متطلبات الأفراد والفئة المستهدفة ولذلك أن القدرة التنافسية بين مقدمي الخدمة الترويحية يزيد من تشييط السياحة. (٢٢:٦٣)، (٢٩:٣٦)

كما يشير كل من بيلس ونتيو **Bilish, Neti (٢٠١٩)** (٦٦)، ليا روسي **Lea Rossi (٢٠١٩)** (٦١) إلى أن جودة الخدمات ليست برنامج أو حدث وقتي ولكنها عملية مستمرة تهدف إلى الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية لصالح المؤسسة بشكل خاص والمجتمع بشكل عام فضلا عن الوفاء باحتياجات المستفيدين.

ويري محمود كمال (٢٠١٦) أن اذا تم الاهتمام بالكوادر البشرية من الإداريين والموظفين والمرشدين السياحيين من خلال إعدادهم العلمي والفني والتدريب على تقديم الخدمات الترويحية على أكمل وجه، وكذلك حسن الاستقبال والتعامل مع المستفيدين من الأجانب والعرب، كل ذلك سيؤثر بشكل إيجابي على زيادة الأقبال على تلك النوع من السياحة. (٢٨٠:٤٤)

كما وضحت دراسة عبد اللطيف إسماعيل عليم (٢٠١٠) (١٩) أن زيادة الاستثمارات في مجال السياحة البيئية يساعد على الاستغلال الأمثل للإمكانات البشرية المتوفرة في مصر، بما يساعد على خلق فرص عمل جديدة والحد من انتشار البطالة والاستفادة من أفكار وطاقت الشباب، بما يحقق عائد قومي ممتاز يساعد في دفع عجلة الاقتصاد للتقدم.

وتضيف دراسة باتريشا وينتر وآخرون (Patricia L. winter et al ٢٠٢٠) (٦٧) أن الترويج والسياحة القائمة على الطبيعة توفر أن فوائد أساسية للأفراد والمجتمعات، وبالتالي المساهمة في تحقيق السياحة المستدامة، وذلك من خلال توفير الخدمات الترويجية والتي يقوم بتقديمها الأخصائيين الترويجيين لخلق الفرص أمام السائحين للاستمتاع بالطبيعة الخلابة، ولذا يجب تغيير الثقافة بين مقدمي الخدمات الترويجية ومديرين السياحة الطبيعية، وتوفير منهج جديد قائم على التعاون بين الحكومة وشركات القطاع الخاص لتنشيط هذا المجال السياحي.

ومن هنا تبين أن الأخصائي الترويجي يقع عليه مجموعة من الواجبات الأساسية ومنها تشجيع السائحين على ممارسة الأنشطة الترويجية، وتأمين الأنشطة التي يشرف عليها والإلمام بالمعرفة المتخصصة التي يتوقف عليها عمله، والتمتع بدرجة مناسبة من اللياقة البدنية واللباقة في التحدث إلى السائحين، بالإضافة إلى التنمية الذاتية المستمرة. (٢٤: ٨٧، ٨٨) وترى الباحثة انه لكي تحقق الخدمة الترويجية أهدافها المطلوبة لابد أن تقدم بصورة تتلاءم مع توقعات مرتاديها وتلبي حاجاتهم ويأتي ذلك من خلال البحث عن الطرق والوسائل لتطوير وتحسين الخدمة بالإضافة إلى التقويم المستمر لها وتأهيل الأشخاص العاملين على تلك الأماكن وبذلك تتم الإجابة على التساؤل الأول.

ثانياً: عرض ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها والخاصة بالإجابة على التساؤل الثاني: هل تتوفر الإمكانيات المادية للخدمات الترويجية في بعض المناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟.

### جدول (١٢)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة ك<sup>٢</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الثاني (الإمكانيات المادية) لاستبيان الخدمات الترويجية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن=٣٥٠

| م  | العبارة   | نعم    |    | لا     |        | المتوسط | ك <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |
|----|---|--------|----|--------|--------|---------|----------------|--------------|-----------------|---------|
|    |   | ك      | %  | ك      | %      |         |                |              |                 |         |
| ٨  | الخدمات الترويجية تقدم بصورة فورية وبدون تأخير.   | ١٧,١٤٣ | ٤٨ | ١٤٢    | ٤٠,٥٧١ | ١,٧٦٥   | ٤١,٤٤٠         | ٦١٨          | ٥٨,٨٥٧          | ٢       |
| ٩  | متوفر خدمات الحجز الإلكتروني للسياح.  | ١٧,٤٢٨ | ٦١ | ٣٧,١٤٣ | ١٥٩    | ١,٧٢٠   | ٤٣,٤٤٦         | ٦٠٢          | ٥٧,٣٣٣          | ٥       |
| ١٠ | يوجد أدوات وأجهزة للإسعافات الأولية مع المرشد والدليل البدوي والسائقين.                                     | ١٧,٤٢٨ | ٦١ | ٣٤,٢٨٦ | ١٦٩    | ١,٦٩١   | ٥٠,١٣١         | ٥٩٢          | ٥٦,٣٨١          | ٦       |
| ١١ | يتوفر جميع وسائل الاتصالات المختلفة وخدمات شبكة الأنترنت داخل المناطق السياحة الصحراوية (على مدار ٢٤ ساعة). | ١٨,٥٧١ | ٦٥ | ٣٥,١٤٣ | ١٦٢    | ١,٧٢٢   | ٤٠,٨٤٠         | ٦٠٣          | ٥٧,٤٢٨          | ٤       |

## تابع جدول (١٢)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة كاي<sup>٢</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الثاني (الإمكانات المادية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن=٣٥٠

| م  | العبارة  | نعم    |    | لا  |     | المتوسط كاي <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |
|----|--|--------|----|-----|-----|--------------------------|--------------|-----------------|---------|
|    |  | ك      | %  | ك   | %   |                          |              |                 |         |
| ٢  | يتوفر وحدة إدارة المخاطر والأزمات والكوارث بالقرب من مناطق السياحة الصحراوية.                          | ١٢,٠٠  | ٤٢ | ١٨٣ | ١٢٥ | ٥٢,٢٨٦                   | ١١٧          | ٥٨,٧٦٢          | ٣       |
| ٣  | توجد استراحات وأماكن مجهزة بوسائل الراحة لتبديل الملابس بمناطق السياحة الصحراوية                       | ٢٠,٢٨٦ | ٧١ | ٩٩  | ١٨٠ | ٢٨,٢٨٦                   | ٥٩١          | ٥٦,٢٨٦          | ٧       |
| ٤  | يتناسب عدد الأدوات الخاصة بالخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية مع عدد المستفيدين منها.          | ١٦,٠٠  | ٥٦ | ٧٨  | ٢١٦ | ٢٢,٢٨٦                   | ٥٤٠          | ٥١,٤٢٨          | ١٥      |
| ٥  | توفر الخدمات الترويحية سيارات (Jeep) ذات الدفع الرباعي لسهولة التنقل والتحرك على الأراضي الصحراوية.    | ١٥,٧١٤ | ٥٥ | ٨٥  | ٢١٠ | ٢٤,٢٨٦                   | ٥٤٥          | ٥١,٩٠٥          | ١٣      |
| ٦  | تتاح خدمات المظلات الصحراوية بمناطق السياحة الصحراوية بما لا يضر.                                      | ١٣,٧١٤ | ٤٨ | ١٠٣ | ١٩٩ | ٢٩,٤٢٨                   | ١٠٠,١٢٠      | ٥٢,٢٨٦          | ١١      |
| ٧  | يوفر الدليل البدوي وسائل النظافة بمناطق السياحة الصحراوية.   | ١٩,١٤٣ | ٦٧ | ٩٦  | ١٨٧ | ٢٧,٤٢٨                   | ٥٨٠          | ٥٥,٢٣٨          | ١٠      |
| ٨  | خدمة الطيران الشراعي متوفرة في مناطق السياحة الصحراوية بما لا يضر.                                     | ١٧,١٤٣ | ٦٥ | ١٦٥ | ١٢٥ | ٤٧,١٤٣                   | ٦٣٥          | ٦٠,٤٧٦          | ١       |
| ٩  | يوجد مكان محدد ومعلوم لتلقي الشكاوي والاستفسارات المرتبطة بالخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية. | ٢٠,٢٨٦ | ٧١ | ٨٩  | ١٩٠ | ٢٥,٤٢٨                   | ٥٨١          | ٥٥,٣٣٣          | ٩       |
| ١٠ | تتوفر ميزانية كافية لصيانة الأجهزة والأدوات الخاصة بالخدمات الترويحية المقدمة ويتم الصيانة بشكل دوري.  | ١٦,٨٥٧ | ٥٩ | ٨١  | ٢١٠ | ٢٣,١٤٣                   | ٥٤٩          | ٥٢,٢٨٦          | ١٢      |
| ١١ | تتاح خدمات رحلات السفاري بمناطق السياحة الصحراوية.   | ١٩,١٤٣ | ٦٧ | ٩٨  | ١٨٥ | ٢٨,٠٠٠                   | ٥٨٢          | ٥٥,٤٢٨          | ٨       |
| ١٢ | يتم استخدام الأدوات الحديثة لتقديم الخدمة الصحراوية بصورة مرضية.                                       | ١٤,٥٧١ | ٥١ | ٨٩  | ٢١٠ | ٢٥,٤٢٨                   | ٥٤١          | ٥١,٥٢٤          | ١٤      |

\*قيمة كاي<sup>٢</sup> الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٠,٩٩

يتضح من جدول (١٢) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات المحور الثاني (الإمكانات المادية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، حيث تراوح الوزن النسبي لجميع عبارات المحور ما بين (٥٤١-٦٣٥)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٥١,٤٢٨%-٦٠,٤٧٦%)، كما تراوحت قيمة كآ المحسوبة تتراوح ما بين (٤٠,٨٤٠ - ١٢٨,٩٣٧) وهي أكبر من قيمتها الجدولية.

ويتضح من جدول (١٢) الإجابة على التساؤل الثاني "هل تتوفر الإمكانات المادية للخدمات الترويحية في بعض المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء، قيد البحث؟" والذي يثبت عدم توافر الإمكانات المادية بصورة كافية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، وهذا ما أكدته آراء أفراد عينيه البحث سواء كانوا موظفين أو سائحين وترى الباحثة أن هذا يشير إلى عدم تناسب عدد الأدوات الخاصة بالخدمات الترويحية مع عدد المستفيدين منها، بالإضافة إلى قصور من وسائل الاتصالات المختلفة وشبكات الأنترنت داخل المناطق السياحية الصحراوية على مدار (٢٤) ساعة، وعدم توافر ميزانية لصيانة الأدوات والأجهزة المستخدم في الخدمات الترويحية لبعض أنشطة وقصور في الصيانة بشكل مستمر، بالإضافة إلى عدم وجود استراحة مجهزة بوسائل الراحة أو أماكن مجهزة لتبديل الملابس بالمناطق قيد البحث، ما يؤدي إلى ضعف النشاط السياحي في تلك المناطق.

وترى الباحثة أن السياحة الصحراوية أداة فعالة ومؤثرة بطريقة مباشرة على المجتمع ككل فهي تخلق فرص عمل للشباب وتزيد الثروات عن طريق توفير الخدمات الترويحية في صورة جيدة مما يؤثر إيجابيا على زيادة الدخل القومي للبلاد.

ويرى كلاً من أشرف راغب (٢٠٠٦)، رضوان Radwan (٢٠٢١) أن مصر تعتبر من أهم مناطق الجذب السياحي في العالم لما تتمتع به من ثروة سياحية وموقع متميز ومناخ جيد، ومن ثم تمثل السياحة عنصراً اقتصادياً هاماً يخدم أغراض التنمية، إذا يشكل عائدها مكوناً هاماً من مكونات الدخل القومي، وسيلة لموازنة ميزان المدفوعات لما تدر من عملات أجنبية، كما تعتبر سوقاً رائجا لاستيعاب الأيدي العاملة وتنشيط الصناعات البيئية. (٣: ١٣٥)، (٦٨: ٢٢)

وهذا ما يتفق مع دراسة فاطمة أرواحي Fateme Ardahaey (٢٠١١) (٥٨) التي أكدت على أن السياحة تساهم في زيادة تدفقات العملة الأجنبية، والقضاء على البطالة على التضخم وحل معظم المشاكل الاقتصادية، لذا من الطبيعي اهتمام الدولة بالحملات الترويحية التسويقية العالمية التي تقوم بها بالترويج السياحة الترويحية باعتبارها أبرز الوجهات السياحية الموجودة من منطقة الشرق الأوسط.

وللاإمكانات المادية دور هام في التخطيط للترويج، لذلك يجب توفير كافة المعلومات من الإمكانات المادية مثل نوعية الأدوات والأجهزة والمنشآت والميزانية التي يمكن تقريرها والوقت المخصص لكل نشاط ترويجي، وما يمكن توفيره من الإسعافات الأولية والتسهيلات الطبية، بما سياهم في توفير أنشطة ترويجية متميزة. (٣٢: ٥٠)

وهناك عوامل تؤثر في إقبال الأفراد على نوع سياحي معين مثل توفر وسائل الانتقال وجودتها وحالة الطرق، ونوعية وسائل الراحة والترويج، واعتدال الأسعار، وتوفر الخدمات الترويجية المتنوعة في المكان. المخطط لزيارته، فكلما تنوعت وتزايدت الإمكانات المادية في وجهة السفر كلما زادت النشاط السياحي بها. (٢٤: ١٢، ٢٣)

وتشير دراسة نرمين السيد الخطاب (٢٠٢٠) (٥٠) أن السياحة الصحراوية تمثل أداة فعالة في تحسين التنمية المستدامة لكافة أبعادها التي تمثل خطة مصر ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة، وبالتالي يوجد دور للمزيج السياحي لهذا النوع من السياحة في تحقيق خطة التنمية المستدامة في مصر.

وكما تشير نتائج دراسة موباراكى Mobaraki (٢٠٢٣) (٦٤) أن الصحراء بحاجة إلي المزيد من معالم الجذب السياحي وزيارة الخدمات والمرافق يجب أن تحدث بشكل أكبر في المناطق الغربية والجنوبية الصحراوية.

وترى الباحثة أن من خلال العرض السابق أن مناطق السياحة الصحراوية ينبغي أن تحظى برضا المستفيدين فيما يرتبط بالإمكانات المادية من حيث توافر مقومات الممارسة الفعالة ومنها حداثة الأدوات والأجهزة الخاصة بالخدمات الترويجية وعمل صيانة دورية لكل هذه الخدمات بالإضافة إلى إتاحة خدمات الأنترنت بمناطق السياحة الصحراوية على مدار (٢٤) ساعة وذلك لجذب أكبر عدد من السائحين المصريين والأجانب من خلال توفير خدمات الحجز الإلكتروني للسياح، ووجود المكان المناسب والمعلوم لتلقى الشكاوي والاستفسارات المرتبطة بالخدمات الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية. وبذلك تم الإجابة على التساؤل الثاني.

ثالثاً: عرض ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها والخاصة بالتساؤل الثالث. هل تتوفر أنشطة ترويجية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟.

#### جدول (١٣)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة كا<sup>٢</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الثالث (الأنشطة الترويجية) لاستبيان الخدمات الترويجية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن=٣٥٠

| م | العبارة                            | نعم |        | إلى حد ما |        | لا |       | المتوسط | كا <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |
|---|------------------------------------|-----|--------|-----------|--------|----|-------|---------|-----------------|--------------|-----------------|---------|
|   |                                    | ك   | %      | ك         | %      | ك  | %     |         |                 |              |                 |         |
| ٣ | المطــــــــــــــــلات الصحراوية. | ٢٧٤ | ٧٨,٢٨٦ | ٥٧        | ١٦,٢٨٦ | ١٩ | ٥,٤٢٨ | ٢,٧٢٨٦  | ٣٢٤,٤٥١         | ٩٥٥          | ٩٠,٩٥٢          | ١٠      |
| ٤ | تسلق الحبال.                       | ٢٧٥ | ٧٨,٥٧١ | ٥٦        | ١٦,٠٠  | ١٩ | ٥,٤٢٨ | ٢,٧٣١٤  | ٣٢٨,١٨٩         | ٩٥٦          | ٩١,٠٤٧          | ٧       |

## تابع جدول (١٣)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة ك<sup>٢</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الثالث (الأنشطة الترويحية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن = ٣٥٠

| م  | العبارات                             | نعم |        | إلى حد ما |        | لا |        | المتوسط | ك <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |
|----|--------------------------------------|-----|--------|-----------|--------|----|--------|---------|----------------|--------------|-----------------|---------|
|    |                                      | ك   | %      | ك         | %      | ك  | %      |         |                |              |                 |         |
| ٥  | استكشاف الصحراء.                     | ٢٩١ | ٨٣,١٤٣ | ٤٠        | ١١,٤٢٨ | ١٩ | ٥,٤٢٨  | ٢,١٧٧١  | ٣٩٢,٦٤٦        | ٩٧٢          | ٩٢,٥٧١          | ٢       |
| ٦  | الاستمتاع بشروق وغروب الشمس.         | ٣١١ | ٨٨,٨٥٧ | ٢٤        | ٦,٨٥٧  | ١٥ | ٤,٢٨٦  | ٢,٨٤٥٧  | ٤٨٥,٩٠٣        | ٩٩٦          | ٩٤,٨٥٧          | ١       |
| ٧  | ركوب دراجات رباعية الدفع (بتش باجي). | ٢٧٧ | ٧٩,١٤٣ | ٥٤        | ١٥,٤٢٨ | ١٩ | ٥,٤٢٨  | ٢,١٣٧١  | ٣٣٥,٧٦٦        | ٩٥٨          | ٩١,٢٣٨          | ٥       |
| ٨  | ركوب دراجات هوائية.                  | ٢٧٧ | ٧٩,١٤٣ | ٤٧        | ١٣,٤٢٨ | ٢٦ | ٧,٤٢٨  | ٢,٧١٧١  | ٣٣٢,٤٠٦        | ٩٥١          | ٩٠,٥٧١          | ١١      |
| ٩  | العلاج بالرمال ونبابيع المياه.       | ٢٨٢ | ٨٠,٥٧١ | ٤٢        | ١٢,٠٠  | ٢٦ | ٧,٤٢٨  | ٢,١٣١٤  | ٣٥٢,٥٤٩        | ٩٥٦          | ٩١,٠٤٧          | ٩       |
| ١٠ | تساق الكثبان الرملية.                | ٢٧٨ | ٧٩,٤٢٨ | ٤٠        | ١١,٤٢٨ | ٣٢ | ٩,١٤٣  | ٢,٧٠٢٩  | ٣٣٤,٩٢٦        | ٩٤٦          | ٩٠,٠٩٥          | ١٣      |
| ١١ | رحلات السفاري.                       | ٢٨٠ | ٨٠,٠٠  | ٤٧        | ١٣,٤٢٨ | ٢٣ | ٦,٥٧١  | ٢,١٣٤٣  | ٣٤٥,٤٦٩        | ٩٥٧          | ٩١,١٤٣          | ٦       |
| ١٢ | الصيد بأنواعه                        | ٢٧٨ | ٧٩,٤٢٨ | ٤١        | ١١,٧١٤ | ٣١ | ٨,٨٥٧  | ٢,٧٠٥٧  | ٣٣٥,٠٨٠        | ٩٤٧          | ٩٠,١٩٠          | ١٢      |
| ١٣ | التزلج على الرمال بالسيارة.          | ٢٨٥ | ٨١,٤٢٨ | ٤٦        | ١٣,١٤٣ | ١٩ | ٥,٤٢٨  | ٢,١٦٠٠  | ٣٦٧,٤٤٦        | ٩٦٦          | ٩٢,٠٠           | ٤       |
| ١٤ | التخييم في الصحراء.                  | ٢٩٠ | ٨٢,٨٥٧ | ٤١        | ١١,٧١٤ | ١٩ | ٥,٤٢٨  | ٢,١٧٤٣  | ٣٨٨,٣٦٠        | ٩٧١          | ٩٢,٤٧٦          | ٣       |
| ١٥ | ركوب الجمال والأحصنة.                | ٢٧٩ | ٧٩,٧١٤ | ٤٨        | ١٣,٧١٤ | ٢٣ | ٦,٥٧١  | ٢,١٣١٤  | ٣٤١,٤٩١        | ٩٥٦          | ٩١,٠٤٧          | ٨       |
| ١٦ | الطيران الشراعي (الباراموتور).       | ٢٦٧ | ٧٦,٢٨٦ | ٥٤        | ١٥,٤٢٨ | ٢٩ | ٨,٢٨٦  | ٢,٦٨٠٠  | ٢٩٣,٢٥١        | ٩٣٨          | ٨٩,٣٣٣          | ١٤      |
| ١٧ | مركبات البلو كارت.                   | ٢٤٥ | ٧٠,٠٠  | ٤٨        | ١٣,٧١٤ | ٥٧ | ١٦,٢٨٦ | ٢,٥٣٧١  | ٢١٢,٠٩٧        | ٨٨٨          | ٨٤,٥٧١          | ١٥      |

\*قيمة ك<sup>٢</sup> الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٠,٩٩

يتضح من جدول (١٣) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات المحور الثالث (الأنشطة الترويحية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، حيث تراوح الوزن النسبي لجميع عبارات المحور ما بين (٨٨٨-٩٩٦)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٨٤,٥٧١%-٩٤,٨٥٧%)، كما تراوحت قيمة ك<sup>٢</sup> المحسوبة تتراوح ما بين (٢١٢,٠٩٧ - ٤٨٥,٩٠٣) وهي أكبر من قيمتها الجدولية.

يتضح من جدول (١٣) الإجابة على التساؤل الثالث هل تتوفر أنشطة ترويحية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟ والذي يثبت توفر أنشطة ترويحية بمناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء وهذا ما أكدته عينة البحث سواء كانوا موظفين أو سائحين حيث

تراوحت الأهمية النسبية لهذه العبارات بين (٩٤,٨٥٧) كأعلى قيمة، (٨٤,٥٧١) كأقل قيمة، كما تراوحت قيمة كلاً للعبارات ما بين (٢١٢,٩٧ - ٤٨٥,٩٠٣). وترى الباحثة أن لابد تتناسب الأنشطة الترويحية مع ميول ورغبات المستفيدين وأن تكون قابلة للتغير والتطور المستمر، مما يؤدي إلى تنشيط السياحة الصحراوية جنوب سيناء.

وتؤكد دراسة **عبد الحميد فتحي (٢٠٠٦)** (١٨) أن من أهم النتائج أن الأنشطة الترويحية تعد أحد أهم عوامل الجذب السياحي في القرى السياحية بمحافظة البحر الأحمر.

وتضيف دراسة **فان فورين وسلابرت Van Vuuren & Slabbert (٢٠١١)** (٧١) أن الغرض الأساسي من دوافع السفر هي الراحة والاسترخاء، وإثراء وتعلم الخبراء، والمشاركة في الأنشطة الترويحية المختلفة، واكتساب القيم الشخصية والتجارب الاجتماعية.

كما يضيف **على حسن (٢٠١٧)** أن مصر تعتبر من أهم مناطق الجذب السياحي في العالم لما تتمتع به من ثروة أثرية وسياحية موقع متميز ومناخ جيد ولذلك كان يجب الاهتمام بجودة الأنشطة والخدمات الترويحية مما يساعد على زيادة أعداد السائحين الوافدين إلى مصر، ولذلك أن الخدمات والأنشطة الترويحية لم تعد مظهر من مظاهر الرفاهية بل أصبحت خدمة أساسية تقدم للأفراد. (٢٢:٢٦)، (٤٨:١١)

وتوضح **آية السيد العربي أحمد حسين وآخرون (٢٠١٩)** تعتبر السياحة البيئية وسياحة السفاري وسياحة التخيم من أهم الأنشطة الترويحية في الصحراء فتميز مصر بطابع خاصة نظراً لطبيعتها الفريدة لذا يتوافد إليها السائحون من جميع بقاع الدنيا للاستمتاع بجمال هذه الطبيعة الخلابة وروعة ليلاتها الساحرة. (٦:٨٨، ٨٩)

والأنشطة الترويحية تساعد على تنمية الإحساس بضرورة العودة للطبيعة للاستمتاع بالهواء الطلق والبعد عن التلوث البيئي وذلك من خلال الاستفادة من إمكانات الطبيعة، كما تعمل على التخلص من مشكلات الحياة العصرية من خلال التأمل بمناظرها الخلابة وتعمل أيضاً على تنمية الرغبة للتعلم من خلال الاستكشاف للعديد من أسرار الطبيعة. (٣٥:٦٦، ٦٨)

وتضيف نتائج دراسة **استيفان مهبل Stefan Muhl (٢٠٢٠)** (٧٠) أن الأفراد يفضلون ممارسة الأنشطة الترويحية خاصة التي تكون قريبة من مناظر طبيعية ويزداد الإقبال على المناطق التي بها مناظر جبلية ومياه نظيفة وهادئة ولا يوجد بها تزامم أو ضوضاء وتمكن الزوار من الاستمتاع بمراقبة الحيوانات والطيور.

وتشير دراسة **سهام إبراهيم الفقي (٢٠٢٣)** (١٦) أن المناطق الذي فيها مقومات طبيعية في المجال السياحية تعد شيء عظيم في التنمية الاقتصادية للبلاد، لذلك أن صناعة السياحة يعد من أفضل أنواع الصناعات في العالم فالسائحون ينفقون على السياحة والترويج

بغرض المتعة أكثر من أي شيء آخر فكان لابد من توافر الأنشطة الترويحية المختلفة والمتعددة التي تتناسب معهم بغرض قضاء وقت فراغهم والشعور بالسعادة.

كما تشير نتائج دراسة كاهدوى وآخرون Kahduei et al (٢٠٢٣) (٥٩) أن التأثير الإيجابي والمهم للمتعة والاسترخاء على قبول السياحة الرياضية في الصحراء. وترى الباحثة من خلال العرض السابق أن المناطق السياحية الصحراوية بجنوب سيناء تتوفر فيها أنشطة الترويحية تعمل على تشييط السياحة الصحراوية فكان لابد من أن تكون مخططة على أساس علمي لكي تحقق رضا الممارسين لها، كما يجب أن تعتمد على الوسائل التكنولوجية الحديثة، أن تكون متاحة ومرنة بحيث يمكن التعديل عليها لتتناسب مختلف الظروف وإذا توفر ما سبق سوف يحدث تنشيط لمناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، وبذلك تم الإجابة على التساؤل الثالث.

رابعاً: عرض ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها والخاصة بالتساؤل الرابع: "هل تلعب وسائل الإعلام دوراً في تشييط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟"

#### جدول (١٤)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة كاً والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الرابع (وسائل الإعلام) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن = ٣٥٠

| م  | العبارات   | نعم |        | لا  |        | المتوسط | كاً    | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |        |   |
|----|--|-----|--------|-----|--------|---------|--------|--------------|-----------------|---------|--------|---|
|    |  | ك   | %      | ك   | %      |         |        |              |                 |         |        |   |
| ٨  | يتم الإعلان عن الخدمات الترويحية المتوفرة بمناطق السياحة الصحراوية من خلال التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي. | ٢٨٥ | ٨١,٤٢٨ | ٤٦  | ١٣,١٤٣ | ١٩      | ٥,٤٢٨  | ٢,٧٦٠٠       | ٣٦٧,٤٤٦         | ٩٦٦     | ٩٢,٠٠  | ١ |
| ٩  | تتوفر لوحات إرشادية واضحة عن الخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية.                                       | ٢١  | ٦,٠٠   | ١٧٧ | ٢٢,٠٠  | ٢٥٢     | ٧٢,٠٠  | ١,٣٤٠٠       | ٢٤٨,٩٢٠         | ٤٦٩     | ٤٤,٦٦٦ | ٨ |
| ١٠ | يتوفر موقع إلكتروني تعريف بالخدمات الترويحية المتاحة بمناطق السياحة الصحراوية.                                 | ٣٠  | ٨,٥٧١  | ١٦٤ | ٤٦,٨٥٧ | ١٥٦     | ٤٤,٥٧١ | ١,٦٤٠٠       | ٩٦,٨٤٦          | ٥٧٤     | ٥٤,٦٦٦ | ٧ |
| ١١ | يتوفر وسائل دعائية وإعلان مناسبة عن الخدمات الترويحية قبل بداية الخدمة لجذب أكبر عدد من السائحين.              | ٢٣  | ٦,٥٧١  | ١٨٧ | ٥٣,٤٢٨ | ١٤٠     | ٤٠,٠٠  | ١,٦٦٥٧       | ١٢٢,٢٦٩         | ٥٨٣     | ٥٥,٥٢٤ | ٤ |



## تابع جدول (١٤)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة ك<sup>١</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الرابع (وسائل الإعلام) لاستبيان الخدمات الترويجية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن = ٣٥٠

| م | العبارات   | نعم |       | لا  |        | المتوسط | ك <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |    |
|---|--|-----|-------|-----|--------|---------|----------------|--------------|-----------------|---------|----|
|   |  | ك   | %     | ك   | %      |         |                |              |                 |         |    |
| ٢ | يتم الاستعانة بشركات التسويق الإلكتروني للإعلان عن الخدمات الترويجية المتاحة بمناطق السياحة الصحراوية. | ٣١  | ٨,٨٥٧ | ٣١  | ٨,٨٥٧  | ٨٢,٢٨٥  | ٢٨٨            | ١,٢٦٥٧       | ٤٤٣             | ٤٢,١٩٠  | ١٠ |
| ٣ | تعقد مؤتمرات سياحية دولية للتعريف بالخدمات الترويجية المتاحة بمناطق السياحة الصحراوية.                 | ١٩  | ٥,٤٢٨ | ٥٩  | ١٦,٨٥٧ | ٧٧,٧١٤  | ٢٧٢            | ١,٢٧٧١       | ٤٤٧             | ٤٢,٥٧١  | ٩  |
| ٤ | توزع كتيبات إرشادية تشرح الخدمات الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية على السائحين المترددين عليها.      | ١٤  | ٤,٠٠  | ٣٠  | ٨,٥٧١  | ٨٧,٤٢٨  | ٣٠٦            | ١,١٦٥٧       | ٤٠٨             | ٣٨,٨٥٧  | ١١ |
| ٥ | تحقق وسائل الإعلام المختلفة عن جذب لسياح جدد لم يمارسوا السياحة الصحراوية من قبل.                      | ٢٠  | ٥,٧١٤ | ١٩٠ | ٥٤,٢٨٥ | ٤٠,٠٠   | ١٤٠            | ١,٦٥٧١       | ٥٨٠             | ٥٥,٢٣٨  | ٥  |
| ٦ | تعمل المهرجانات السياحية على تنشيط السياحة الصحراوية وجذب عدد كبير من السياح.                          | ٣٠  | ٨,٥٧١ | ١٦٩ | ٤٨,٢٨٥ | ٤٣,١٤٣  | ١٥١            | ١,٦٥٤٣       | ٥٧٩             | ٥٥,١٤٣  | ٦  |
| ٧ | توجد استبانات (Guest comment) معلنه عن مستوى الخدمة التي تقدم للسائحين بمناطق السياحة الصحراوية.       | ٢٣٨ | ٦٨,٠٠ | ٨٠  | ٢٢,٨٥٧ | ٩,١٤٣   | ٣٢             | ٢,٥٨٨٦       | ٩٠٦             | ٨٦,٢٨٦  | ٢  |
| ٨ | نشر إعلانات الخدمات الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية بطريقة مشوقة للأفراد.                           | ٣٣  | ٩,٤٢٨ | ٢٠٠ | ٥٧,١٤٣ | ٣٣,٤٢٨  | ١١٧            | ١,٧٦٠٠       | ٦١٦             | ٥٨,٦٦٦  | ٣  |

\*قيمة ك<sup>١</sup> الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يتضح من جدول (١٤) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات المحور الرابع (وسائل الإعلام) لاستبيان الخدمات الترويجية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، حيث تراوح الوزن النسبي لجميع عبارات المحور ما بين (٤٤٣-٩٦٦)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٤٢,١٩٠%-٩٢,٠٠%)، كما تراوحت قيمة ك<sup>٢</sup> المحسوبة تتراوح ما بين (٩٦,٨٤٦ - ٤٦١,٩٨٩) وهي أكبر من قيمتها الجدولية.

يتضح من جدول (١٤) الإجابة على التساؤل الرابع: هل تلعب وسائل الإعلام دوراً في تنشيط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟ والذي يثبت عدم توافر وسائل إعلام للخدمات الترويجية بصورة كافية في مناطق السياحة الصحراوية قيد البحث، وهذا ما أكدته آراء أفراد عينة البحث سواء الموظفين أو السائحين، وترى الباحثة أن هذا يشير إلى وجود قصور في توفير وسائل الإعلام داخل وخارج مناطق السياحة الصحراوية وعدم تسليط المجالات الدولية الضوء على الخدمات الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية، مما يؤدي إلى ضعف النشاط السياحي في تلك المناطق.

وتؤكد دراسة **حمدينو عمر السيد حامد (٢٠٠٦) (٩)**، **محمد عبد الوهاب (٢٠٠٨) (٣١)** أن الأنترنت يعتبر من أهم الوسائل المستخدمة في ترويج الخدمات السياحية لدى السائحين الوافدين إلى جمهورية مصر العربية، ويعتبر أيضاً وسيلة تمنح السائح اختياراً أوسع وأفضل فيمكن للسائح سواء في العمل أو في المنزل، كما ينظر إليه على أنه وسيلة الحجز في الدقائق الأخرى.

وتوصلت دراسة **نفين جلال عيد (٢٠٠٨) (٥٢)**، **محمد السيد السيد مطر (٢٠١٢) (٣٠)** إلى أن شبكة الأنترنت أصبحت وسيلة لتطوير الدعاية السياحة الترويجية ونشرها بشكل مكثف، وكذلك أصبحت خدمة مكملة تتسم بطبيعتها، حيث يلعب الأنترنت دوراً هاماً في توفير قدر كبير من المعلومات التفصيلية المكتوبة والمصورة وأحياناً قد يقدم تصويراً حياً للخدمة السياحية الترويجية، مما يؤدي إلى زيادة الثقة في المؤسسات السياحية.

وتشير دراسة **يو، وجريتزل Yoo, and Gretzel (٢٠١٢) (٧٢)** إلى أن مواقع وأدوات التواصل أصبحت الآن مكون رئيسي ضمن مكونات المزيج الترويجي للمقاصد السياحية وفي دراستهم "Use and Greation Social Media By Travelles" أكد أن ١,٨٪ من المبحوثين اتصالحهم بشبكات التواصل الاجتماعي لتوفير المعلومات المرتبطة بالتخطيط لرحلاتهم.

وتؤكد دراسة **لون هسو Lun Hsu (٢٠١١) (٦٢)** إلى أن تايوان تمكنت من خلال استخدام موقع فيسبوك كأداة التسويق الإلكتروني من بناء شبكة قوية من عملا الفنادق على المستوى المحلي.

ومن خلال ما سبق تشير دراسة **محمد محمد فراج (٢٠١٢) (٣٨)** إلى أن هناك اتجاه عام في مصر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تسويقها سياحياً ويوجد مشاركة من قبل الأفراد في تأسيس صفحات لتنشيط السياحة المصرية بمجهودات فردية.

وتوصي دراسة **عبد إيهاب إبراهيم (٢٠١٨)** يجب أن يتم تغذية مواقع التواصل الاجتماعي بروابط تمكن من الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي وبين الأدوات الإلكترونية التوضيحية مثل الخرائط الجغرافية الإلكترونية، والكتالوجات الإلكترونية، والكتيبات

الإلكترونية، والبرامج الإلكترونية المتواكبة مع مستحدثات العصر عبر الهاتف المحمول والتي تمكن السائح من الحصول على معلومات تفصيلية وموثقة عن الخدمات أو المناطق الترويحية التي يبحث عنها. (٢١: ٢٤)

كما أشارت دراسة كرسنين كلينج وآخرون (Kristin Kling et al (٢٠٢٠)(٦٠) إلى أن المشاركة في الأنشطة الترويحية والسياحة زادت من خلال مواقع الويب، مما يؤكد على الدور الهام الذي تلعب وسائل الإعلام عبر الإنترنت في جذب سائحين جدد للوجهات السياحية، كما أشارت إلى أن هناك اتجاهات جديدة للمشاركة في أنشطة الاستجمام في الهواء الطلق والتمتع بالمناظر الطبيعية.

وتشير نتائج غيوه هيام زبيدة، بوعزيز ناصر (٢٠٢٢) أن موقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في إظهار السياحة الصحراوية كمقصد سياحي وساعدت أغلبية الفئة المبحوثة على اكتشاف سحر الصحراء في نشيط السياحة بها من خلال إظهار ما بها من جاذبة. (٢٥: ٢٧)

وترى الباحثة من خلال العرض السابق أن لوسائل الإعلام دور بارز في توسيع القاعدة الشعبية بضرورة الاهتمام بالسياحة الصحراوية وتكوين رأى عام مصري ودولي واسع لدعم هذا المجال، بالإضافة إلى تسليط الضوء على الخدمات الترويحية المقدمة في تلك المناطق، والاهتمام بالإعلام المحلي والدولي بكافة وسائله من مؤتمرات وندوات وإعلانات تلفزيونية وكتيبات تعريفية بهذه المناطق وبالخدمات الترويحية المقدمة بها وذلك للعمل على تنشيط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، وبذلك يتم الإجابة على التساؤل الرابع. خامساً: عرض ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها والخاصة بالتساؤل الخامس: "هل توجد معوقات الخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء؟"

#### جدول (١٥)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة ك<sup>٢</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث في المحور الخامس (معوقات الخدمات الترويحية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن=٣٥٠

| م  | العبارة   | نعم |        | لا |       | المتوسط | ك <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |
|----|---|-----|--------|----|-------|---------|----------------|--------------|-----------------|---------|
|    |   | ك   | %      | ك  | %     |         |                |              |                 |         |
| ٩  | تؤثر عوامل الطقس على نزول السياح في مناطق السياحة الصحراوية.                            | ٣٣٧ | ٩٦,٢٨٦ | ٣  | ٠,٨٥٧ | ٢,٩٥٤٣  | ٦٢٤,٣٨٣        | ١,٠٣٤        | ٩٨,٤٧٦          | ١       |
| ١٠ | ارتفاع أسعار وتكلفة خدمات ألعاب المغامرة المختلفة بمناطق السياحة الصحراوية.             | ٢٩٦ | ٨٤,٥٧١ | ١٣ | ٣,٧١٤ | ٢,٨٠٨٦  | ٤١٦,٨٥١        | ٩٨٣          | ٩٣,٦١٩          | ٨       |
| ١١ | ندرة الأبحاث والدراسات الأكاديمية لتنمية الخدمات الترويحية التي تخدم السياحة الصحراوية. | ٢٩٩ | ٨٥,٤٢٨ | ٢٢ | ٦,٢٨٦ | ٢,٧٩١٤  | ٤٢٧,٦٥١        | ٩٧٧          | ٩٣,٠٤٧          | ١١      |

تابع جدول (١٥)  
التكرار والنسبة المئوية وقيمة ك<sup>١</sup> والوزن النسبي والأهمية النسبية لآراء عينة البحث  
في المحور الخامس (معوقات الخدمات الترويحية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض  
مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء ن = ٣٥٠

| م  | العبارة   | نعم |        | لا |        | المتوسط | ك <sup>٢</sup> | الوزن النسبي | الأهمية النسبية | الترتيب |
|----|---|-----|--------|----|--------|---------|----------------|--------------|-----------------|---------|
|    |   | ك   | %      | ك  | %      |         |                |              |                 |         |
| ٢  | تفتقد طبيعة الخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية إلى التنوع لإشباع رغبات الممارسين طبقاً للسن والنوع (ذكور / إناث). | ٢٨٦ | ٨١,٧١٤ | ٣٩ | ١١,١٤٣ | ٢,٧٤٥٧  | ٣٦٩,٥٠٣        | ٩٦١          | ٩١,٥٢٤          | ١٣      |
| ٣  | ظهور مقاصد سياحة جديدة ومنتزة في مجال السياحة الصحراوية مثل دول الجزائر والمغرب والأمارات.                                | ٢٩٨ | ٨٥,١٤٣ | ٣٧ | ١٠,٥٧١ | ٤,٢٨٦   | ٢,٨٠٨٦         | ٩٨٣          | ٩٣,٦١٩          | ٩       |
| ٤  | تغير نوعية السائح وانخفاض مستواه الثقافي والمادي.   | ٢٨٩ | ٨٢,٥٧١ | ٤٧ | ١٣,٤٢٨ | ٤,٠٠    | ٢,٧٨٥٧         | ٩٧٥          | ٩٢,٨٥٧          | ١٢      |
| ٥  | انخفاض المنتج السياحي الترويحي والمعاملة السيئة من قبل بعض المواطنين المسجلين.  | ٢٩٩ | ٨٥,٤٢٨ | ٤٢ | ١٢,٠٠  | ٢,٥٧١   | ٢,٨٢٨٦         | ٩٩٠          | ٩٤,٢٨٦          | ٥       |
| ٦  | عدم توافر خطط استراتيجية تراعي التغيرات العالمية الأمنية وأحداث الإرهاب بالسياحة الصحراوية بجنوب سيناء.                   | ٣٠٤ | ٨٦,٨٥٧ | ٣١ | ٨,٨٥٧  | ٤,٠٠    | ٢,٨٣١٤         | ٩٨٨          | ٩٤,٠٩٥          | ٧       |
| ٧  | عدم تنوع وسائل الدعاية والإعلان عن الخدمات الترويحية بالطرق التكنولوجية الحديثة.  | ٣٢٤ | ٩٢,٥٧١ | ١٨ | ٥,١٤٣  | ٢,٢٨٦   | ٢,٩٠٢٩         | ١٠١٦         | ٩٦,٧٦٢          | ٢       |
| ٨  | ضعف الوعي السياحي الترويحي والبيئي بمناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.  | ٣٠٦ | ٨٧,٤٢٨ | ٢٨ | ٨,٠٠   | ٤,٥٧١   | ٢,٨٢٨٦         | ٩٩٠          | ٩٤,٢٨٦          | ٤       |
| ٩  | اقتصار فرص العمل على الموسم السياحي فقط وارتفاع المستوى العالمي في الأسعار للسلع والخدمات.                                | ٢٩٨ | ٨٥,١٤٣ | ٤٣ | ١٢,٢٨٦ | ٢,٥٧١   | ٢,٨٢٥٧         | ٩٨٩          | ٩٤,١٩٠          | ٦       |
| ١٠ | ضعف العلاقة بين القادة ومرؤوسيهيم لدى موظفي الخدمات الترويحية.  | ٢٩٦ | ٨٤,٥٧١ | ٣٨ | ١٠,٨٥٧ | ٤,٥٧١   | ٢,٨٠٠٠         | ٩٨٠          | ٩٣,٣٣٣          | ١٠      |
| ١٤ | ضعف المخصصات المالية لإقامة نوات وبرامج تدريبية لدى موظفي الخدمات الترويحية.  | ٢٨٠ | ٨٠,٠٠  | ٣١ | ٨,٨٥٧  | ١١,١٤٣  | ٣٤٣,٢٧٤        | ٩٤١          | ٨٩,٦١٩          | ١٤      |
| ٢  | إعاقه الوعي لدى موظفي الخدمات الترويحية بالتغيرات الولاية.  | ٣١٤ | ٨٩,٧١٤ | ٢٩ | ٨,٢٨٦  | ٢,٠٠    | ٢,٨٧٧١         | ١٠٠٧         | ٩٥,٩٠٥          | ٣       |

\*قيمة ك<sup>٢</sup> الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٠,٩٩

يتضح من جدول (١٥) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات المحور الخامس (معوقات الخدمات الترويحية) لاستبيان الخدمات الترويحية لبعض مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، حيث تراوح الوزن النسبي لجميع عبارات المحور ما بين (٩٤١-١٠٣٤)، كما تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٨٩,٦١٩%-٩٨,٤٧٦%)، كما تراوحت قيمة كاي<sup>٢</sup> المحسوبة تتراوح ما بين (٣٤٣,٢٧٤ - ٦٢٤,٣٨٣) وهي أكبر من قيمتها الجدولية.

ويتضح من جدول (١٥) الإجابة على التساؤل الخامس: هل توجد معوقات للخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، والذي يثبت وجود معوقات للخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية، وهذا ما أكدته آراء أفراد عينة البحث سواء كانوا موظفين أو سائحين، وترى الباحثة وجود معوقات لعدة أسباب أهمها عوامل الطقس والموسمية (الموسم السياحي) حيث أنها تؤثر على النزلاء، وعدم تنوع في وسائل الإعلام والدعاية عن الخدمات الترويحية بالطرق التكنولوجية الحديثة، بالإضافة إلى إعاقة الوعي السياحي بمناطق السياحة الصحراوية أدى كل ذلك إلى ضعف وعدم التوجه إلى تنشيط هذا النوع من السياحة. ويتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة كلاً من أمل البرى (٢٠١١)، محمد زينة (٢٠١٢) بأن الموسمية وعوامل الطقس من أكثر المعوقات في السياحة الصحراوية حيث أنه لا يوجد أقبال كثيف من السائحين غير في الفترة من شهر أكتوبر وحتى شهر إبريل من كل عام ويرجع ذلك إلى ارتفاع حالة الطقس من شهر مايو وحتى شهر أكتوبر مما يصعب ممارسة أنشطة الخدمات الترويحية، بالإضافة من أن معظم السائحين الأوروبيين يفضلون زيادة مصر خلال موسم الشتاء. (٥: ١٤٦)، (٣٧: ٦٧)

ولذا يجب تفعيل دور الإعلام السياحي، وهو أحد أشكال الإعلام المتخصص وهو كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات المتعلقة بالسياحة الصحراوية بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل الاتصال المختلفة. (٤١: ٦٣)

وتشير نتائج كلاً من محمد محمود النجار (٢٠١٢) (٣٩)، محمود عصام جبر (٢٠١٦) (٤٣) أن بالرغم من وجود أهداف محددة وواضحة حول ممارسة الأنشطة الترويحية، هناك عدم دعي بثقافة الممارسة الترويحية لدى الأفراد، ويجب أيضاً الاهتمام بالخدمات الترويحية التي تتمتع بالتنوع والتشويق والإثارة.

كما تضيف نتائج دراسة **نفين جلال (٢٠١٤) (٥١)** أن من أهم النتائج ضعف خطط التنمية السياحية بسياء، والإهمال السياحي من قبل الجهات المسؤولة، وعدم تنوع خدمات السياحة الترويحية بها.

وتشير نتائج دراسة **ثروت الديب (٢٠١٧) (٧)** من أهم النتائج أن أهمية تنوع المنتج السياحي بأشكاله المختلفة الذي يقدم للسائحين.

كما ترى الباحثة أن الأمن السياحي والاستقرار السياسي هو من أهم العوامل المسؤول عن تكوين صورة المقصد السياحي في ذهن السائح قبل الخدمة الترويحية والبنية التحتية والخدمات القائمة على مستوى الأسعار وما إلى ذلك من مميزات ليس لها أي قيمة بدون استقرار أممي وسياسي وهذا تؤكدته دراسة **سكينة بولال Sakina Boulal (٢٠١٧) (٦٩)** أن الإرهاب يؤثر سلباً على الدولة المضيفة والدول المحيطة والعكس صحيح، كما أن له دور سلبي في عدم تحقيق الاستدامة السياحية للمقصد السياحي.

ودراسة **نوشاد خان وآخرون Naushad Khan et al (٢٠٢٠) (٦٥)** التي أكدت على الإرهاب يقلل من عدد السائحين في العالم بشكل سلبي على المقصد السياحي.

كما تضيف نتائج دراسة **رأفت بكرى (٢٠٢٠) (١٢)** أن الصورة الذهنية المأخوذة عن مصر نتيجة بعض الأحداث الإرهابية توهي للسائح بضعف الأمن والأمان وعدم الاستقرار.

وترى الباحثة من خلال العرض السابق أن يجب تسليط الضوء وخاصة على السياحة الصحراوية بجنوب سيناء من خلال وسائل الإعلام المحلية والدولية بالإضافة إلى زيادة الوعي السياحي الترويحي بمناطق السياحة الصحراوية والتنوع في الأنشطة لجذب أكبر عدد من السائحين مختلفي الجنسية ووضع خطط استراتيجية عن مصر نتيجة بعض الأحداث الإرهابية بالإضافة عمل دراسات وأبحاث أكاديمية لتنمية الخدمات الترويحية التي تخدم السياحة الصحراوية وللمحد من المعوقات الموجودة. وبذلك تم الإجابة على التساؤل الخامس.

#### الاستخلاصات:

في ضوء الأهداف والتساؤلات الخاصة بالبحث واستناداً على الإجراءات العلمية المرتبطة بموضوع البحث وما توصلت إليه من حقائق من خلال التطبيق والمعالجات الإحصائية قد توصلت الباحثة إلى الاستخلاصات التالية:

- عدم توافر الخدمات الترويحية بصورة كافية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.

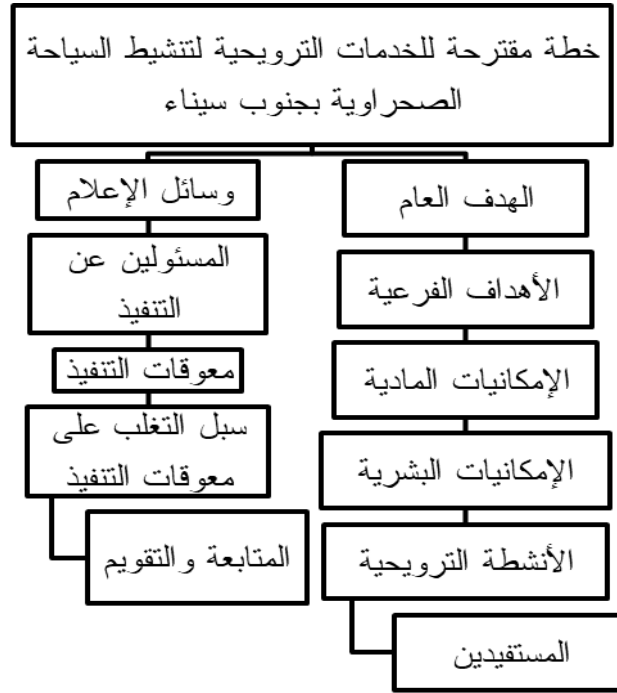
- عدم توافر الإمكانيات (البشرية والمادية) المناسبة للخدمات الترويحية في مناطق السياحة الصحراوية.

- يوجد ضعف وقصور في وسائل الإعلام المستخدمة في الخدمات الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية.
- يوجد نقص في الأدوات والوسائل الحديثة المستخدمة في الأنشطة الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية.
- هناك العديد من المعوقات التي تعيق تطوير وتقديم الأنشطة والخدمات الترويجية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء (عدم وجود أساليب تسويق متاحة وغير جذابة - عدم وجود أنشطة ترويجية تناسب عدد المستفيدين وتمشي مع ميول ورغباتهم وتناسب جميع الأعمار السنوية - عدم وجود أخصائيين ترويجيين ومساعدين مؤهلين لهذه المناطق).

#### التوصيات:

##### في حدود استخلاصات البحث توصي الباحثة بالآتي:

- تطبيق استبيان الخدمات الترويجية لتنشيط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.
- الاهتمام بالسياحة الصحراوية كنمط تجديد للسياحة مما تساعد على جذب عدد كبير من السائحين.
- ضرورة توفير وسائل الترويج السياحي الإلكتروني لنشر السياحة الصحراوية للسائحين باللغات التي تناسب معهم.
- زيادة وسائل الإعلام والاهتمام بنشر هذا النوع من السياحة الصحراوية.
- ضرورة وضع برامج مخططة لتنمية التسويق في مجال السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.
- الاستعانة بمختصين في جميع أنحاء العالم لتطوير قطاع أنشطة وخدمات السياحة الصحراوية بجمهورية مصر العربية.
- ضرورة الاهتمام بالإمكانيات البشرية والمادية المناسبة للخدمات الترويجية في مناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.
- كما توصي الباحثة بوضع خطة مقترحة للخدمات الترويجية لتنشيط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء، وتنصح أهم معالم هذه الخطة فيما يلي:



### الهدف العام:

تنشيط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.

### الأهداف الفرعية:

- توفير الخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.
- العمل على تحقيق أهداف الخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية.
- توفير الإمكانيات البشرية المناسبة للخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية.
- توفير الإمكانيات المادية المناسبة للخدمات الترويحية بمناطق السياحة الصحراوية.
- تطوير أداء وسائل الإعلام لتنشيط السياحة الصحراوية بجنوب سيناء.
- اقتراح أنشطة ترويحية متنوعة تناسب جميع الأفراد.
- تطوير وسائل متابعة وتقييم الخدمات الترويحية داخل مناطق السياحة الصحراوية.

### الإمكانات البشرية:

- توافر دورات تدريبية متطورة وإدارة خاصة مسئولة عن تلك الدورات على أسس علمية منظمة لمواردها البشرية، والاهتمام بالتدريب المستمر الكوادر البشرية.
- أن يستطع الأخصائي الترويحي ومساعدين مؤهلين مواكبين للتطور العالمي أثناء تقديم الخدمة.



**الإمكانات المادية:**

- يجب توفير موارد مالية (حكومية - تمويل ذاتي) لتقديم الخدمات الترويحية. بالإضافة إلى استخدام أدوات حديثة ومناسبة مع عدد المستفيدين منها.
- توفير ضرورة تواجد إسعافات طائفة عند الحاجة.
- توفير خدمات الأنترنت والوسائل الاتصالات المختلفة داخل المناطق السياحة الصحراوية (على مدار ٢٤ ساعة).

**الأنشطة الترويحية:**

- يجب الاهتمام بتطوير الأنشطة الترويحية لكي تناسب جميع الأعمار السنية.
- يجب التنوع في الأنشطة الترويحية لكي تتوافق مع مناطق السياحة الصحراوية.
- توفير ميزانية خاصة للأنشطة الترويحية وذلك من خلال إقامة مشروع سياحي صحراوية وهو بناء مدينة ترفيهه داخل الصحراء على أشكال وطراز مختلفة يشمل (الطراز الفرعوني - الطراز الريفي - الطراز النوبي - الطراز البدوي - الطراز الأفريقي).

**وسائل الإعلام:**

- يجب الاهتمام بوسائل الإعلام وتسلط الضوء على مناطق السياحة الصحراوية من خلال استخدام المساحات الإعلانية عن السياحة الصحراوية بين فواصل المسلسلات الأكثر جذباً.
- استخدام لوحات إعلانية عن السياحة الصحراوية في مباريات كرة القدم بالدوريات والبطولات العالمية.
- الاستعانة بشركات تسويق الإلكتروني في تجديد المحتوى.
- ربط كل وسائل الاتصال معاً.
- تقديم بعض العروض الخاصة لتحفيز وتنشيط السياحة الصحراوية.
- تحسين الصور والفيديوهات الخاصة بمناطق السياحة الصحراوية.

**المسؤولين عن التنفيذ:**

- تقع مسئولة هذه الخطة على عدد كبير من الأفراد ومن أهمهم وزير السياحة ورئيس هيئة التنشيط السياحي والباحثين في مجال الترويج والإعلامين ورجال الأعمال.

**معوقات التنفيذ:**

- من أهم معوقات التي تواجه مراحل تنفيذ الخطة هو ضعف التمويل الداخلي والخارجي للخدمات الترويحية.

- إعاقة الوعي لدى موظفي الخدمات الترويجية بالتغيرات الدولية.
  - الظروف السياسية والأمنية المحيطة بمناطق السياحة الصحراوية.
  - ظهور مقاصد سياحة جديدة ومتميزة في مجال السياحة الصحراوية.
- سبل التغلب على معوقات التنفيذ:**
- يمكن التغلب على المعوقات السابقة عن طريق توفير مناخ صالح للاستثمار.
  - يعمل على جذب مستثمرين جدد.
  - الاهتمام بالأنشطة الغير تقليدية التي تجذب السائحين.
  - نشر ثقافة الخدمات الترويجية.
  - الاهتمام بالمنتج السياحي والمعاملة الحسنة من قبل بعض المواطنين المحليين.
  - تخصص جهاز للإدارة والأزمات مسئولة عن الخدمات الترويجية بمناطق السياحة الصحراوية.

#### **المتابعة والتقييم:**

- يجب الاهتمام بالمتابعة والتقييم المستمر.
- الاهتمام من عملية التقييم في التخطيط لبرامج السياحة الصحراوية.
- تطبيق القواعد التي تنظم الممارسة الفعالة لبرنامج السياحة الصحراوية.
- وجود لوائح وقوانين معلنة وواضحة لدى الجميع تحكم العمل بالمناطق الصحراوية.
- جمع المعلومات باستمرار من خلال الاستبانات الموزعة على متلقي الخدمات الترويجية وسرعة الإجابة على أسئلة العملاء (Guest Comment).
- تحديد نقاط القوة والضعف والتغلب على نقاط الضعف في أقل وقت ممكن.

#### **المستفيدين:**

- سوف يستفيد الاقتصاد الوطني من خلال توفير العملة الصعبة وزيادة الدخل القومي القادم من متلقي الخدمة الترويجية إلى توفير فرص العمل والقضاء على البطالة للأخصائيين الترويجيين.
- زيادة الأرباح السنوية للمستثمرين في سياحة الصحراوية، بالإضافة إلى الفائدة التي سوف تعود على الطلاب والباحثين في مجال الترويج والسياحة حيث ستفتح أمامهم مجالات جديدة للبحث العلمي في مناطق السياحة الصحراوية.

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

- ١- أحمد محمد شوقي، سماح محمد جمعه (٢٠٢٢). خطة لتسويق الخدمات الترويحية الإلكترونية بكلية التربية الرياضية جامعه طنطا، بحث منشور، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، العدد (٦١) جزء (٤) ص ١٣٠٤ - ١٣٦٥، كلية التربية الرياضية، جامعه أسيوط.
- ٢- إسلام فتحي إبراهيم، بلال عبد العزيز بدوي، محمد سعيد محمد (٢٠٢١). جودة الخدمات الترويحية الرياضية بالفنادق والقرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر، بحث منشور، كلية السياحة والفنادق، جامعه حلوان.
- ٣- أشرف عبد الرؤف راغب (٢٠٠٦). الآثار المصرية الغارقة في خليج أبو قير، دراسة أثرية وحضارية لآثار العصر المتأخر والبطلمي المبكر، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الآداب، قسم الآثار والحضارة، شعبة الآثار المصرية، جامعة الإسكندرية.
- ٤- الجريدة الرسمية، قانون رقم ٠١-٠٣ يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، العدد ١١، المؤرخ في ٢٠٠٣/٢/١٧ الجزائر.
- ٥- أمل السيد البري (٢٠١١). الفنادق البيئية مقوم سياحي جديد بالوحدات الداخلة، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، مج ٢٨، ع ٢، ص ١٣٧-١٤٨، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- ٦- أية السيد العربي أحمد حسين، رانيا محمد بهاء الدين، نهاد محمد كمال يحيي (٢٠١٩). الاستغلال الأمثل للمحميات الطبيعية وتأثير على حركة السياحة الوافدة بالتطبيق على محمية الصحراء البيضاء، بحث منشور، مجلة كلية السياحة والفنادق، عدد ٦، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة.
- ٧- ثروت الديب (٢٠١٧). الآثار الاقتصادية والاجتماعية المصاحبة لمشكلات التنمية السياحة في المجتمع المضيف "دراسة ميدانية" في إقليم القناة (بورسعيد)، بحث منشور، المجلد ٤٥، العدد ٣، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة.
- ٨- حسام عبد العزيز جودة، حمدينو عمر السيد، ياسمين عبد النبي محمد (٢٠٢١). مستوي ثقافة الخدمات الترويحية وعلاقته ببعض المتغيرات لدي أخصائي النشاط الرياضي بمحافظة الدقهلية، بحث منشور، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة، ع (٤٣)، ص ٣١-٦١، كلية التربية الرياضية جامعه المنصورة.

- ٩- حمدينو عمر السيد حامد (٢٠٠٦). دور السياحة الرياضية في تنمية الجذب السياحي لجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة.
- ١٠- رأفت عبد الرؤوف أحمد بكري (٢٠١٩). تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء واثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلي جمهورية مصر العربية، بحث منشور، مجلة علوم الرياضة، مج ٣٢، ص ١ - ٦٠، كلية التربية الرياضية جامعته المنيا.
- ١١- رأفت عبد الرؤوف أحمد بكري (٢٠٢٠). تطوير أسس خطط تنمية السياحة الترويحية بقطاع البحر الأحمر وجنوب سيناء في ضوء المتغيرات الدولية الحديثة، بحث منشور، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، مج ٣٥، ص ١-٤١، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة حلوان.
- ١٢- رأفت عبد الرؤوف أحمد بكري (٢٠٢٠). تنشيط حركة السياحة الترويحية البولندية في جمهورية مصر العربية، بحث منشور، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان.
- ١٣- رأفت عبد الرؤوف أحمد بكري (٢٠٢٠). دور المنتج الترويحي السياحي في صناعة حركة السياحة الترويحية الوافدة من جمهورية مصر العربية، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، المجلد ٤٣ وع ٤٣ كلية التربية الرياضية للبنات، جامعته حلوان.
- ١٤- سعيدة بو وردة (٢٠١٢). الخدمات الترويحية وأهميتها في التخطيط الحضري، مجلة الحكمة للدراسات، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر.
- ١٥- سمر البصيلي (٢٠٢٢). تصميم مقياس لجودة الخدمات الترويحية ببعض الأندية الرياضية، بحث منشور، مجلة أسبوط لعلوم وفنون الرياضة، عدد ٦٠، كلية التربية الرياضية، جامعته أسبوط.
- ١٦- سهام إبراهيم الفقي (٢٠٢٣). دراسة تحليلية لواقع الخدمات الترويحية في بعض مناطق سياحة الأثار الغارقة بمحافظة الإسكندرية، بحث منشور، مجله علوم الرياضة، كلية التربية الرياضية، جامعته كفر الشيخ.
- ١٧- طارق محمد كمال (٢٠٠٩). السياحة والبيئة، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية.

- ١٨- عبد الحميد فتحي (٢٠٠٦). دراسة مسحية للأنشطة الترويحية في القرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر، رساله ماجستير غير مشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.
- ١٩- عبد اللطيف إسماعيل عليم إبراهيم (٢٠١٠). أثر تنمية السياحة البيئية بمحافظة البحر الأحمر على التنمية الاقتصادية دراسة تطبيقية على مدينة مرسى علم، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا والبحوث البيئية، جامعة عين شمس.
- ٢٠- عبد الوهاب (١٩٩٨). كتاب السنوي للسياحة العالوية والفنادق، الإسكندرية مصر الجمعية المصرية للسياحين.
- ٢١- عبده إبراهيم عبده (٢٠١٨). خطة إعلامية لتسويق الخدمات الترويحية بالشركة السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور، المجلة العلمية لمعلومات وفنون الرياضة، المجلد ١٦، ع ١٦، كلية التربية الرياضية، جامعة الزقازيق.
- ٢٢- على محمد حسن (٢٠١٧). اثر التخطيط الاستراتيجي في تسويق الخدمات، دار زهران، للنشر والتوزيع، الأردن.
- ٢٣- عمرو هلاي (٢٠٢٠). جودة الخدمات الترويحية الرياضية بأندية محافظة دمياط، بحث منشور، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، العدد ٥ يناير، مج ٨٨، جامعه حلوان.
- ٢٤- عوض عبد الله الدرس (٢٠٠٧). فلسفة الترويج ومجالاته، ما هي للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
- ٢٥- غيوة هيام زبيدة، بوعزيز ناصر (٢٠٢٢). دور موقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة الصحراوية (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي شبكات مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى ولاية قسنطينة)، بحث منشور، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد ٣، المجلد ٤، ص ١٥-٢٨، جامعة ماى الجزائر.
- ٢٦- فاروق إيهاب راشد (٢٠٠٤). التنمية السياحية للمناطق الصحراوية مدخل للتوافق والتنمية المستدامة والعمران في اطار التنمية المستدامة، بحث منشور، المؤتمر الأول كلية الهندسة، جامعه القاهرة.
- ٢٧- فتوح رضا أبو الفتوح (٢٠٢١). مستوى جودة الخدمات الترويحية بمدينة دمياط الجديدة، بحث منشور، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة، عدد ٩٣، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعه حلوان.

- ٢٨- قاسم المحياوي (٢٠٢٣). إدارة الجودة في الخدمات - مفاهيم وتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- ٢٩- قدرية توكل البنداري (٢٠١١). التنمية السياحية المستدامة للأثار الغارقة في الإسكندرية، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، جامعة قناة السويس - كلية السياحة الفنادق.
- ٣٠- محمد السيد السيد مطر (٢٠١٢). التنظيم الذاتي للسياحة الترويحية الداخلية بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة.
- ٣١- محمد عبد الوهاب (٢٠٠٨). كيفية تنظيم السياحة الإلكترونية ومردودها على صناعة السياحة، بحث منشور، مجلة البحوث السياحية، ص ٥١، وزارة السياحة، القاهرة.
- ٣٢- محمد كمال السمنودي وآخرون (٢٠١٤). الترويج وأوقات الفراغ، مكتبة شجر الدر، المنصورة.
- ٣٣- محمد كمال السمنودي وآخرون (٢٠١٤). التربية الترويحية (فلسفة - تطبيقات)، مكتبة شجرة الدر للنشر والتوزيع، المنصورة.
- ٣٤- محمد كمال السمنودي، محمد السيد خميس، هبة السيد مخيمر (٢٠١٥). الخدمات الترويحية بمركز الخدمة العامة بكلية التربية الرياضية جامع المنصورة، دراسة تحليلية، بحث منشور، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة، ع (٢٤)، ص ٢٢٧ - ٣٠١، كلية التربية الرياضية، جامع المنصورة.
- ٣٥- محمد محمد الحماحمي، عايدة عبد العزيز (٢٠٠٩). الترويج بين النظرية والتطبيق، ط٦، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ٣٦- محمد محمد الصيرفي (٢٠٠٩). السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
- ٣٧- محمد محمد زينة (٢٠١٢). المعوقات التي تواجه تنمية الفنادق البيئية وسبل إزالتها، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، مج ٢٩، ع ٢٤، ص ٥٥-٧٣، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.

- ٣٨- محمد محمد فراج (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي، وزارة السياحة، قطاع التخطيط والبحوث والتدريب، مسابقة وزارة السياحة لعام ٢٠١٢، ص ٢٢.
- ٣٩- محمد محمود النجار (٢٠١٢). تقييم الأنشطة الترويحية المائية بالفنادق السياحية بالقاهرة الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها.
- ٤٠- محمد مسفر شمروخ (٢٠٢٣). جودة خدمات الترويج الرياضي بالمنشآت السياحية العامة والخاصة بدولة الكويت، بحث منشور، المجلة العلمية لعلوم الرياضة، العدد ١ المجلد ١١، كلية التربية الرياضية، جامعة كفر الشيخ.
- ٤١- محمد منير حجاب (٢٠٠٢). الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ٤٢- محمود إسماعيل طلبه (٢٠١٠). سيكولوجية الترويج وأوقات الفراغ، اسلاميك جرافيك للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ٤٣- محمود عصام جبر (٢٠١٦). منظومة مقترحة لتطوير الخدمات الترويحية بمؤسسات المعاقين ذهنياً، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
- ٤٤- محمود كمال (٢٠١٩). تقييم جودة الخدمات الترويحية بأندية ودور القوات المسلحة المصرية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعه حلوان.
- ٤٥- مرزوق عايد القعيد وآخرون (٢٠١١). مبادئ السياحة، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان.
- ٤٦- مرهان حسين الحلواني (٢٠١١). موضوع خاصة في الإذاعة : الإعلام السياحي دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة.
- ٤٧- مريان نشأت عبد الشهيد (٢٠٢٠). التوزيع المكاني للخدمات الترويحية في مدينة نجع حمادي، دراسة جغرافية، بحث منشور، مجلة كلية الآداب للإنسانيات والعلوم الاجتماعية، مج (١٢)، ع(٢)، جامعه جنوب الوادي.
- ٤٨- مريهان حسن الحلواني (٢٠١١). موضوع خاصه بالإذاعة الإعلام السياحي، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة.

- ٤٩-مسعد عويس (٢٠١٦). الترويج وأوقات الفراغ، مؤسسة سيد عويس للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ٥٠-نرمين السيد الحطاب (٢٠٢٠). السياحة الصحراوية كأداة لتحقيق متطلبات التنمية المستدامة في ضوء رؤية ٢٠٣٠ " دراسة استشرافية، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد ١٨، العدد ١، ص ١٦٣-١٨٣، كلية السياحة والفنادق جامعه قناة السويس.
- ٥١-نفين جلال (٢٠١٤). التنمية السياحية في شبة جزيرة سيناء، مدينة طور سيناء، وزارة السياحة، بحث منشور، مجلة البحوث السياحية.
- ٥٢-نفين جلال عيد (٢٠٠٨). السياحة الإلكترونية ومردودها على صناعة السياحة، بحث منشور، مجلة البحوث السياحية، ص ٥، وزارة السياحة، القاهرة.
- ٥٣-وليد أمين عباس (٢٠٢٣). الكفايات الأدائية لأخصائي الترويج الرياضي العاملين بمجال السياحة الرياضية بمحافظة جنوب سيناء والبحر الأحمر، بحث منشور، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، عدد ٩٨، ص ٨٢-١١٣، كلية التربية الرياضية بنين، جامعه حلوان.
- ٥٤-يحي خيري العجيزي (٢٠٢٠). دور الخدمات الترويجية في تنشيط بعض المناطق السياحية الجيولوجية بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعه طنطا.

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 55- Alanazi, H. M. N. (2024). Passion in the desert: a qualitative exploration of recreational motivations and challenges for hunting and camping in Saudi Arabia. Cogent Social Sciences, 10(1), 2299820.
- 56- Allan, M. (2016). place attachment and tourist experience in context of desert tourism the case of wadirum. cZech Journal of tourism 5 ( 1) , 35- 52. doi : 10.1515/ cjot. 2016. 0003
- 57- Eshraghi, M, Toriman ,M, and Ahmad, H, (2010). sustainable ecotourism in desert areas in Iran ; potential and issues.



volume 5 , number (1), 38-51 Available at ; [http:// ejournal ukmimy ebangi / article / view file / 21646/6652/](http://ejournal.ukmimyebangi/article/viewfile/21646/6652/)

- 58-Fateme Ardahaey (2011).** Economic impacts of Tourism industry, International journal of Business and Manage men doi: 10 5539/ijbm-v6n8p206. Vol. 6. No.8.
- 59-Kahdouei, E., Farzan, F., & Abedi Samakosh, M. (2024).** Identifying Factors Affecting the Adoption of Sport Tourism in The Desert (Case Study: Yazd University Students). Desert Management, 11(4), 71-82.
- 60-Kristin Kling and others (2020).** Equality in the outdoors gender perspective on recreation and tourism media in the Swedish mountains journal of current Issues in tourism, vol23, issuez.
- 61-Lea Rossi, et all (2019).** Determinants of non-profit sport Management Revie 21 October.
- 62-Lun Hsu, Y (2011).** Facebook as international e marketing Strateg of Taiwan hotelsm Internal Journal of Hospitality management 22 (5). Pp736, 757.
- 63-Mairesse, f, Desvallé A., Viel, A, Van Blyenburgh, N. H., Panese, f, Dufour, C... (Deloche B. (2005).** L'objet de la museologie. P.A. Mariaux (Ed). Institut d'Histoire de l'art et de Museologie.
- 64-Mobaraki, O. (2023).** Spatial classification of tourism routes in Isfahan Province, Iran. Human Geographies: Journal of Studies & Research in Human Geography, 17(2).
- 65-Naushad Khan, Absar Ul Hassan Shah Fahad, Mahnoor Naushad (2020).** Factors Affecting tourism Industry and Its Impacts on Global Economy of the world.
- 66-Note A, Bilish f (2019).** Total Quality Management Macro funcation model for ranks, Total Quality Management, Vol. 11 No.1.

- 67- **Patricia L. Winter and others (2020)**. Outdoor Recreation Nature. Based Tourism, and Sustainability, journal of sustainability, Vol 12, issue 1.
- 68- **Radwan, W. (2021)**. Mystery of sunken Antiquities and its Effect in promoting Tourism in Egypti case study Alexandria Governorate. Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality, 21 (3) 80-100.
- 69- **Sakina Boulal (2017)**. The Impact of Terrorism on the Economic Sustain able tourism Developmen of the island of crete, Athens Journal of tourism volume 4, Issue4 – pages 335-354.
- 70- **Stefan Muhl (2020)**. Landscape and infrastructure preferences of recreational rowers in Germany Journal of outdoor recreation and tourism Elsevier, vol.29.
- 71- **Van Vuuren, C., & Slabbert, E. (2011)**. Travel motivations and behaviour of tourists to a South African resort. Tourism & Management Studies, 295-304.
- 72- **Yoo, K, H., and Gretzel U., (2012)**. Use and Greation Social Media By Travelles. (Editor Segale, Marianna) Ashgate Publishiny limited, U K, p.195.

### ثالثاً: مراجع شبكة المعلومات الدولية:

- 73- <https://arm.Wikipedia.org> السبت الموافق ٢٠٢٣/١٢/٣٠ الساعة ٢ مساءً
- 74- <https://mawdoo3.com> الأحد ٢٠٢٤/١/٧ الساعة ٢,٤٥ صباحاً
- 75- <https://sisgov.eg> الخميس الموافق ٢٠٢٣/١٢/١٤ الساعة ٢,٣٠ صباحاً
- 76- <https://southsini.gov.eg> البوابة الالكترونية لمحافظة جنوب سيناء الأحد ٢٠٢٤/١/٧ الساعة ٣,٠٠ صباحاً