



مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة
(JAAUTH)

الموقع الإلكتروني: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائحين من ذوي الهمم
دراسة تطبيقية على المنشآت السياحية بمدينة شرم الشيخ

ريم عبد الناصر عطية نيفين جلال عيد آمال فهمي عمر

قسم الدراسات السياحية – كلية السياحة والفنادق – جامعة قناة السويس

معلومات المقالة	الملخص
الكلمات المفتاحية جودة الخدمات السياحية؛ رضا السائحين؛ ذوو الهمم؛ شرم الشيخ؛ المنشآت السياحية.	يهدف هذا البحث إلى دراسة دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائحين من ذوي الهمم بمدينة شرم الشيخ، نظراً لأهمية هذه الفئة في تعزيز تنافسية المقاصد السياحية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبيان ميداني موجّه لعينة من السائحين ذوي الهمم وتحليلها إحصائياً. أظهرت النتائج أن أبعاد جودة الخدمة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الثقة والأمان) تؤثر تأثيراً معنوياً في مستوى رضا السائحين، وأن الفجوات بين التوقعات والخدمات الفعلية تُعد من أبرز التحديات التي تواجه المنشآت السياحية. كما تبين أن رضا السائحين يرتبط بتوافر البنية التحتية الميسرة، وكفاءة العنصر البشري، ومستوى الشفافية في تقديم المعلومات. وأكدت الدراسة أن الفنادق، والمنتجعات، ومراكز الغوص، والمطارات بشمز الشيخ تبذل جهوداً لتحسين بيئة الخدمات لكنها لا تزال بحاجة إلى تطوير مستمر بما يتوافق مع المعايير الدولية للسياحة الميسرة. أوصت الدراسة بضرورة تبني استراتيجية شاملة لتحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم من خلال التدريب المتخصص للعاملين، وتطوير التشريعات، وتحديث المرافق بما يضمن تجربة سياحية شاملة ومستدامة تعزز مكانة شرم الشيخ كمقصد عالمي صديق للجميع.

المقدمة

تعد سياحة ذوي الهمم ركيزة أساسية للدول ذات المقومات السياحية، فهي ليست مجرد ترف، بل حق إنساني أصيل. ولا تقتصر فوائد هذه السياحة على الأشخاص ذوي الهمم وحدهم، بل تمتد لتشمل المجتمع بأكمله (Kaganek, et al., 2017) لذلك، أيقنت قطاعات السياحة بأن ذوي الهمم لهم الحق الكامل في الاستمتاع بالتجارب السياحية، والسفر، والمشاركة في فعاليات خالية تماماً من العوائق، مثلهم مثل غيرهم (Madkhali et al., 2023) ومن ثم، فإن ذوي الهمم يحتاجون إلى خدمات متخصصة تتلاءم مع طبيعتهم، وتعمل على إشباع

حاجاتهم ورغباتهم، بما يضمن لهم فرص النمو المتكامل والمتوازن والاندماج في المجتمع، وهي مسؤولية تقع على عاتق العاملين في المنشآت السياحية الذين يقدمون هذه الخدمات (شحادة، ٢٠١٧).

خلال العقود السابقة، عانى الأشخاص ذوو الهمم من شتى أشكال الإقصاء والتهميش، إلى أن جاءت الاتفاقية الدولية لحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة، والتي نقلت هذه الخدمات من منهجية الرعاية والعطف إلى الالتزام الكامل بتقديمها، بوصفها جزءاً من حقوقهم المشروعة كسائر أفراد المجتمع (المهيري، ٢٠١٥).

كما تُعدُّ جودة الخدمات السياحية أحد المحاور الأساسية لتحقيق رضا السائحين من ذوي الهمم، حيث إن رضائهم يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى قدرة المنشآت السياحية على تلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم الخاصة. فالخدمات السياحية الموجهة لهذه الفئة لا تقتصر على مجرد تقديم تسهيلات أساسية، بل تمتد لتشمل توفير بيئة سياحية متكاملة وآمنة تراعي معايير الوصول العالمية، وتضمن اندماج السائحين من ذوي الهمم في التجربة السياحية على نحو متساوٍ مع غيرهم (Madkhali et al., 2023).

ويُعدُّ رضا السائحين مؤشراً استراتيجياً على نجاح أي منشأة سياحية، إذ يعكس مستوى كفاءة الخدمة ويؤثر بشكل مباشر على ولاء السائح للمقصد، وبالتالي على قدرته التنافسية في السوق السياحي (Kaganek et al., 2017). وتؤكد الدراسات أن جودة الخدمة السياحية بأبعادها المختلفة – الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، والثقة والأمان – تمثل محدداً رئيسياً لرضا السائحين، لا سيما ذوي الهمم الذين يحتاجون إلى مستوى عالٍ من العناية والاهتمام (قريشان وفلاق، ٢٠٢٠).

من هنا، تبرز أهمية دراسة العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا السائحين من ذوي الهمم بالمنشآت السياحية بمدينة شرم الشيخ، بهدف الكشف عن جوانب القوة والقصور، واقتراح سبل تحسين الخدمات بما يحقق رضا هذه الفئة الحيوية ويعزز القدرة التنافسية للمقصد السياحي (الزهراني، ٢٠٢٢).

مشكلة البحث

رغم ما حققته السياحة المصرية من نجاحات كبيرة على الصعيدين الإقليمي والدولي، ما زالت الخدمات المقدمة للسائحين من ذوي الهمم بمدينة شرم الشيخ تعاني من أوجه قصور متعددة تتعلق بالبنية التحتية الميسرة، ووسائل النقل، والتجهيزات الفندقية، وكذلك تدريب الكوادر البشرية. وتؤكد نتائج العديد من الدراسات أن هناك فجوة واضحة بين توقعات السائحين من ذوي الهمم والخدمات المقدمة لهم فعلياً في المنشآت السياحية (أمين، ٢٠٢١؛ الزهراني، ٢٠٢٢).

ويعد رضا السائحين من ذوي الهمم مؤشراً أساسياً لقياس كفاءة الخدمات السياحية وجودتها، إلا أن هذا الرضا يتأثر سلباً عند غياب المعايير الدولية للنفاذ أو ضعف تطبيقها، مما قد ينعكس على السمعة السياحية للمقصد ويحد من قدرته التنافسية.

وعليه، يمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال الرئيس الآتي:

ما دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائحين من ذوي الهمم بمدينة شرم الشيخ؟

ويتفرع عنه عدد من التساؤلات الفرعية:

١. ما مستوى رضا السائحين من ذوي الهمم عن أبعاد جودة الخدمات السياحية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الثقة والأمان) بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ؟
٢. ما العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا السائحين من ذوي الهمم؟
٣. ما المقترحات التي يمكن تقديمها لتطوير جودة الخدمات السياحية بما يحقق رضا هذه الفئة؟

أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من كونه يربط بين جودة الخدمات السياحية ورضا السائحين من ذوي الهمم بمدينة شرم الشيخ، حيث يسهم من الناحية العلمية في إثراء الأدبيات المتعلقة بالسياحة الميسرة فهي مجموعة من الخدمات والتسهيلات التي تُمكن جميع الأشخاص، بما في ذلك ذوي الهمم وكبار السن، من السفر والاستمتاع بالأنشطة السياحية بسهولة وكرامة واستقلالية، وتوضيح دور أبعاد جودة الخدمة في تحقيق رضا هذه الفئة، بينما تكمن أهميته التطبيقية في مساعدة متخذي القرار والمؤسسات السياحية والفندقية على التعرف على جوانب القوة والقصور في خدماتها، بما يدعم جهود الدولة المصرية في دمج وتمكين ذوي الهمم وتعزيز تنافسية شرم الشيخ كمقصد عالمي صديق للجميع.

فروض البحث

انطلاقاً من مشكلة البحث وأهدافه، فقد تمت صياغة الفروض التالية لاختبارها ميدانياً:

الفرض الرئيسي

يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات السياحية ورضا السائحين من ذوي الهمم في مدينة شرم الشيخ. ويتفرع منه الفروض الفرعية التالية:

١. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبُعد الملموسية على رضا السائحين من ذوي الهمم.
٢. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبُعد الاعتمادية على رضا السائحين من ذوي الهمم.
٣. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبُعد الاستجابة على رضا السائحين من ذوي الهمم.
٤. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبُعد التعاطف على رضا السائحين من ذوي الهمم.
٥. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبُعد الثقة والأمان على رضا السائحين من ذوي الهمم.

الإطار النظري للبحث

أولاً: مفهوم جودة الخدمات السياحية

تعد جودة الخدمة السياحية واحدة من أهم العوامل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة وكسب ثقة العملاء في الأسواق شديدة التنافسية، وبالتالي فإن جودة الخدمة تمنح صناعة الضيافة والسياحة فرصة كبيرة لتحقيق تمايز تنافسي للمنشآت السياحية. كما تُعد أفضل أداة لتمكين مدير التسويق من الحصول على المعلومات حول احتياجات السائحين من ذوي الهمم ورغباتهم وتصوراتهم عن الخدمات وتحليلها. وتساعد هذه المعلومات المديرين على تحديد المشكلات ووضع الخطط الاستراتيجية لتحسين الكفاءة والربحية والأداء العام بجودة عالية (AI-babneh, 2017).

ثانياً: مفهوم رضا السائحين

يُعرّف رضا السائح بأنه النتيجة النهائية لتجربة السائح، ويعبر عن الفجوة بين توقعاته المسبقة ومستوى الخدمة الفعلي الذي يتلقاه. ويُعد الرضا مؤشراً استراتيجياً على نجاح أي منشأة سياحية، إذ يؤثر على ولاء السائح، وتكرار زيارته، ورغبته في التوصية بالمقصد للآخرين (Kaganek et al., 2017).

ثالثاً: مفهوم سياحة ذوي الهمم

سياحة ذوي الهمم هي نمط سياحي يهدف لتمكين الأشخاص ذوي الإعاقات من المشاركة الكاملة في الأنشطة السياحية عبر توفير مرافق مهيأة وبنية تحتية مناسبة وتدريب الكوادر، نظرًا لكونهم شريحة متنامية في السوق السياحي (شحادة، ٢٠١٧؛ Madkhali et al., 2023).

رابعاً: العوامل المؤثرة في جودة الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم

يشير الخزيم (٢٠٢٣) إلى أن جودة الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم تتأثر بمجموعة من العوامل المتشابكة، التي يجب على المنشآت السياحية أخذها في الاعتبار لضمان تجربة سياحية مميزة وشاملة. ومن أهم هذه العوامل ما يلي:

١. القوانين والسياسات المنظمة

تمثل الأساس لضمان حقوق ذوي الهمم في الوصول للخدمات ووضوح القوانين وتطبيقها الصارم يعزز الجودة، بينما ضعفها أو غياب آليات التنفيذ يقلل منها.

٢. الموارد المتاحة

توافر الموارد البشرية المدربة والمادية والمالية ضروري لتقديم خدمات ميسرة، نقص التدريب أو التمويل يحد من القدرة على تحسين البنية التحتية وتقديم خدمات متخصصة.

٣. توقعات السائح من ذوي الهمم

التوقعات غالبًا مرتفعة بسبب الصعوبات اليومية التي يواجهونها، عدم تلبية هذه التوقعات قد يؤدي لعدم الرضاء حتى لو كانت الخدمات جيدة بمعايير أخرى.

٤. الوسائل التقنية

التكنولوجيا الحديثة تسهم في إزالة الحواجز وتسهيل الوصول (مثل التطبيقات الميسرة، لغة الإشارة الرقمية، المساعدات الصوتية)، التقنيات غير المهيأة تقلل من جودة الخدمة.

٥. السوق السياحي

المنافسة تدفع المنشآت لتقديم خدمات أفضل لذوي الهمم، السمعة الإيجابية والإدراك للقوة الشرائية لهذه الفئة يعززان الجودة والاستثمار في التسهيلات.

خامساً: طرق قياس جودة الخدمات السياحية من خلال السائح من ذوي الهمم

يوضح بولطيف (٢٠٢٢) أن طرق قياس جودة الخدمات السياحية تتمثل فيما يلي:

- **الاستثمارات والاستبيانات:** تقوم المنشآت السياحية التي تقدم خدمات للسائح من ذوي الهمم بتوزيع استمارات أو استبيانات عليهم أو على أسرهم، لقياس مدى انطباعهم عن المنشأة السياحية. وتعد هذه الوسيلة مناسبة وفعالة لقياس مستوى رضائهم عن جودة الخدمات المقدمة، كما تمنح المنشأة فرصة للتعرف على السلبيات والعمل على تطوير وتحسين خدماتها بما يتماشى مع رغبات واحتياجات هذه الفئة.
- **صندوق الاقتراحات والشكاوى:** يتيح للعملاء تقديم مقترحاتهم أو شكاواهم بشأن أي خدمة مقدمة، ومن خلاله يمكن تقييم مدى رضاء أو عدم رضاء السائح من ذوي الهمم عن الخدمات. ويجب أن يعمل هذا النظام بسرية تامة ودقة، مع استخدام نتائجه في تقييم سير العمل.
- **تكرار الزيارات:** إن تكرار زيارة السائح من ذوي الهمم للمنشأة السياحية يُعد مؤشرًا إيجابيًا على رضائهم عن الخدمات المقدمة، حيث يعطي الانطباع بمدى جودتها.
- **التوصية الشفوية (الكلمة المنقولة):** تتمثل في إقناع العملاء الآخرين بزيارة المنشأة السياحية واستخدام خدماتها، بناءً على رضا العملاء السابقين واعتقادهم بأن هذه الخدمات ستلبي احتياجاتهم ورغباتهم.

سادساً: العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضاء السائح من ذوي الهمم

تلعب جودة الخدمة دورًا مهمًا في التنمية السياحية، لذا تسعى المنشآت السياحية إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة من خلال تقديم خدمات متميزة موجّهة نحو مصالح السائح من ذوي الهمم، بنزاهة واحترافية، وهو الهدف الأساسي من إنشاء المنشآت السياحية التي تقوم بواجباتها، وتُعد جميع الالتزامات المتعلقة بخدمة ذوي

الهمم مسؤولية تقع على عاتق كل موظف داخل المنشأة. وفي الأساس، توجد أدوات قياس ومعايير ومؤشرات متعددة لتقييم جودة الخدمات السياحية، نظرًا لاختلاف الجهات التي تحدد الجودة باختلاف وجهات نظرها. وبعبارة بسيطة، يمكن قياس جودة الخدمة من خلال مقارنة تصورات العملاء عن الخدمات التي يحصلون عليها فعليًا مع الخدمات التي يتوقعونها أو يرغبون بها. فإذا كان الواقع يفوق التوقعات، عُدت الخدمة عالية الجودة، وإذا كان أقل من التوقعات، عُدت الخدمة منخفضة الجودة، أما إذا تطابق الواقع مع التوقعات، فتُعد الخدمة مرضية (Kwasua et al., 2021).

يتمثل تأثير أبعاد جودة الخدمة السياحية المقدمة للسائحين من ذوي الهمم وفقًا لنموذج SERVQUAL، وهو إطار شائع الاستخدام لتقييم جودة الخدمة، ويتضمن خمسة أبعاد رئيسية، كما أشار إليها كلٌّ من (محبوب، ٢٠٢٣؛ عبد السلام، ٢٠٢٣؛ Mindy, 2018) فيما يلي:

١. تأثير الملموسية على رضا السائحين من ذوي الهمم

تتمثل الملموسية في البرامج، والتسهيلات المادية، والتصميم الداخلي، ومستوى التكنولوجيا في المنشأة السياحية، والمرافق المرتبطة بنوع الخدمة المقدمة للسائحين من ذوي الهمم، إضافةً إلى مستوى الاهتمام الذي يحصل عليه السائح. فكل هذه الجوانب تمثل عناصر مادية ملموسة ضمن بيئة العمل، فضلًا عن وجود موظفين ذوي مظهر حسن للتعامل مع هذه الفئة، مما يترك انطباعات إيجابية عن عراقة المكان ومدى تقديره للسائح من ذوي الهمم.

وتنقسم البيئة المادية إلى عناصر خارجية وداخلية، تلعب دورًا مهمًا في كسب رضا السائحين، كما أوضح (مويسي، ٢٠٢١):

- **العناصر الخارجية:** تؤثر على نفسية السائح من ذوي الهمم، حيث يسهم الشكل الخارجي للمنشأة من حيث الحجم، ومواد البناء، والموقع، وعناصر الجذب المحيطة، في تكوين الصورة والانطباع الأول لديهم.
- **العناصر الداخلية:** تشمل الألوان الجذابة، وتسهيلات تقديم الخدمة التي تعزز الانطباع الجيد، بالإضافة إلى ظروف التكييف والتبريد التي تمنح الراحة، ومظهر العاملين من حيث الالتزام بالزي الموحد والنظافة، فضلًا عن أسلوبهم في التعامل مع ذوي الهمم، وهو ما يترك أثرًا نفسيًا إيجابيًا.

ويوضح الجدول التالي العناصر الداخلية والخارجية لبعد الملموسية:

جدول ١. العناصر الداخلية والخارجية لبعد الملموسية

العناصر الخارجية	العناصر الداخلية
- المداخل - الإضاءة الخارجية - شكل وتصميم المنشأة - حجم المنشأة المادي - مواقف السيارات - المسارات - المنحدرات الخارجية - اللافتات	- الألوان - الإضاءة الداخلية - التصميم الداخلي - التكييف والتدفئة - المعدات ووسائل العرض - اللوحات الإرشادية - الكراسي المتحركة - المصاعد

المصدر: الضمور (٢٠١٥).

٢. تأثير الاستجابة والاعتمادية على رضا السائحين من ذوي الهمم

تمثل بُعد الاستجابة في سرعة تلبية احتياجات السائحين من ذوي الهمم، وإبلاغهم بالوقت المناسب لتقديم الخدمة، وتقديم المساعدة، والرد على الاستفسارات والأسئلة، والعمل المستمر على تطوير الخدمات المقدمة لهم. كما يشمل ذلك اهتمام الموظفين بتلبية طلباتهم والرغبة الحقيقية في خدمتهم. فغياب الاستجابة الجيدة لا يقتصر أثره على عدم رضا السائحين، بل يمتد ليؤثر سلبيًا على سمعة المنشأة السياحية نفسها؛ لذا من الضروري توفير منافذ متعددة للحصول على الخدمة، وضمان جاهزية الموظفين وعدم انشغالهم عن خدمة العملاء (محجوب، ٢٠٢٣).

أما الاعتمادية فهي القدرة على تقديم الخدمة السياحية على الفور وبشكل دقيق ومرص، مع الالتزام بالمواعيد المحددة للرحلات السياحية وتقديم خدمة متسقة وعالية الجودة. كما تشمل الاعتمادية توفير الضمانات التي تمنح السائحين من ذوي الهمم الثقة في تلقي خدمات تتناسب احتياجاتهم، والحفاظ على مستوى ثابت من الجودة، بالإضافة إلى الاعتماد على مقدمي الخدمة في حل المشكلات التي قد يواجهها السائح أثناء الرحلة (محجوب، ٢٠٢٣).

٣. تأثير الأمان والتعاطف على رضا السائحين من ذوي الهمم

يتمثل الأمان والتعاطف كما أوضحه عبد السلام (٢٠٢٣)؛ محجوب (٢٠٢٣) فيما يلي:

✓ **الأمان:** يتمثل هذا البعد في وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة، مما يمنح السائحين من ذوي الهمم شعورًا بالثقة والأمان أثناء التعامل معهم. كما يشمل الدعم الذي يتلقاه الموظفون من إدارتهم داخل المنشأة السياحية، والذي ينعكس بدوره على تقديم خدمة أفضل وأكثر احترافية لهذه الفئة.

✓ **التعاطف واللباقة:** يتجسد هذا البعد في حسن المعاملة والرعاية، من خلال سلوك ودود ومهذب، والاهتمام بالسائحين من ذوي الهمم على نحو خاص، مع فهم عميق لاحتياجاتهم ومتطلباتهم. ويتضمن التعاطف منح اهتمام فردي لكل سائح، مثل تسهيل سبل الاتصال بالمنشأة السياحية، وقدرة الموظفين على التواصل الفعال في بيئة السياحة. ويُعد التعاطف عنصرًا أساسيًا لاستمرارية تقديم خدمات مميزة، حيث يتم توجيه هذا المفهوم نحو توفير الرعاية الكاملة لذوي الهمم، مع إعطائهم الأولوية في جميع جوانب الخدمة.

باختصار، يتضح أن أبعاد جودة الخدمة السياحية السابقة — مثل الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الأمان، والتعاطف — ترتبط ارتباطاً مباشراً بسلوك مقدم الخدمة وطريقة تعامله مع السائحين من ذوي الهمم؛ فالإبتسامة، وحسن المظهر، ولغة الجسد الإيجابية، والإيماءات الواضحة، كلها عناصر تعزز الثقة والرضا، بينما يؤدي سوء المعاملة أو التجاهل ونقص المعلومات إلى انطباعات سلبية وفقدان الولاء. بالمقابل، فإن مقدم الخدمة المتحمس والمتعاون يرفع من فرص تكرار الزيارة وزيادة ربحية المنشأة، مما يجعل تنمية مهارات التعامل الإنساني والمهني جزءاً أساسياً من تطبيق أبعاد جودة الخدمة بفعالية (هيكل، ٢٠٠٦؛ مرسي وأبو بكر، ٢٠٠٦).

سابعاً: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائحين من ذوي الهمم

يتضح دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائحين من ذوي الهمم وقلب اتجاهاتهم كما أوضح أبو النصر، (٢٠١٥) فيما يلي:

- **تحقيق رضا السائحين من ذوي الهمم:** تعد جودة الخدمة السياحية من العوامل الأساسية التي تؤثر على رضا السائح، من خلال تلبية احتياجاته وتوقعاته، وتقديم خدمة مميزة تجعله يستمتع برحلته ويعيد زيارة الوجهة، ويوصي غيره من السائحين بزيارتها.
- **بناء الالتزام والجدية والثقة:** تلتزم المنشآت السياحية بتقديم خدمات موثوقة تتوافق مع طبيعة إعاقة السائح، مما يعزز شعوره بالثقة والجدية في التعامل مع المنشأة من خلال الخدمات التي تلقاها، ويسهم في تغيير اتجاهاته نحو زيارة الوجهة مجدداً نتيجة رضا عن الخدمة المقدمة.
- **تعزيز التعاون والترابط:** يسهم التعاون والترابط بين مقدمي الخدمة والسائح من ذوي الهمم في رفع جودة الخدمة السياحية بشكل كبير، إذ يساعد هذا التفاعل الإيجابي على فهم أدق لاحتياجات السائح، وتقديم المشورة المناسبة، وبناء تجربة شخصية مميزة. كما أن العلاقة القائمة على الاحترام والتفاهم والتعاون تؤثر إيجابياً على اتجاهات السائح نحو المنشأة والوجهة ككل، مما يعزز رضا العميق عن الخدمة والمجتمع المضيف.
- **التأثير على القرارات الشرائية:** تؤدي الخدمات السياحية عالية الجودة والمكيفة لذوي الهمم إلى زيادة إنفاق السائح على الرحلة والتجارب المتاحة، إذ يشعر بأن القيمة التي يحصل عليها تبرر التكلفة. ومن ثم، فإن رضا السائح وجودة الخدمة يؤثران مباشرة على قراراته الشرائية، مما يزيد الطلب على الخدمات السياحية الملائمة ويحقق عائداً اقتصادياً للوجهة.

• **تعزيز المنافسة السياحية والميزة التنافسية:** تتميز المنشأة السياحية التي تتمتع بسمعة جيدة وتقدم خدمات عالية الجودة عن منافسيها، وتجذب المزيد من السائحين، ولا سيما إذا كانت خدماتها ملائمة لطبيعة إعاقة السائح، مما يزيد من فرص الإقبال عليها.

• **الاستمرارية والمسؤولية الاجتماعية:** تعتبر جودة الخدمات السياحية أساساً في تعزيز الاستمرارية والمسؤولية الاجتماعية في القطاع السياحي حيث تؤدي إلى الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية في الوجهة السياحية بطريقة تُفيد جميع أفراد المجتمع وتضمن استدامة السياحة على المدى الطويل.

وبناءً على ما سبق، فإن جودة الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم ليست مجرد عامل لتحقيق رضائهم، بل هي قوة دافعة لإعادة تشكيل اتجاهاتهم، وتعزيز ثقتهم، وزيادة إنفاقهم، ومنح المنشآت ميزة تنافسية، وترسيخ مبادئ الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية في القطاع السياحي.

منهجية البحث

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل بيانات الاستبيان الميداني وتفسير العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضاء السائحين من ذوي الهمم.

مجتمع البحث وعينه

✓ مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع البحث في جميع السائحين من ذوي الهمم القادمين إلى مدينة شرم الشيخ خلال شهر يناير حتى شهر فبراير عام ٢٠٢٥م من خلال تقديم استبيان موجه لهم.

✓ عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية "ميسرة" من السائحين من ذوي الهمم القادمين إلى مدينة شرم الشيخ خلال بداية عام ٢٠٢٥م، ويبلغ عدد السائحين من ذوي الهمم القادمين إلى مدينة شرم الشيخ خلال هذه الفترة (٨٥٧١) مفردة، وبالكشف في جداول تحديد حجم العينة عند مجتمع بحث (١٠,٠٠٠)، تبين أن حجم العينة يبلغ (٣٨٤) مفردة، وتم توزيع (٤٠٠) استمارة استبيان على السائحين من ذوي الهمم القادمين إلى مدينة شرم الشيخ، وبلغ عدد الاستمارات الصحيحة (٣٨٤) استمارة استبيان بنسبة (٩٦%)، وذلك للتعرف على آرائهم ومقترحاتهم بشأن أبعاد المتغيرات موضع الدراسة، وقد تم وصف عينة العاملين من خلال المتغيرات الديموغرافية (الشخصية) المتمثلة في: (رفقاء الزيارة، نوع الإعاقة، العمر، النوع، فئة الجنسية، المؤهل العلمي) في ضوء الفئة والعدد والنسبة المئوية، ويوضح الجدول التالي وصف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة كما يلي:

جدول ٢. وصف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية	الفئة	العدد	النسبة المئوية
رفقاء الزيارة	بمفردي	١٠٦	٢٧,٦%
	بصحبة الأهل	١٥٠	٣٩,١%
	بصحبة الأصدقاء	١٢٨	٣٣,٣%
نوع الإعاقة	حركية	٢٩	٧,٦%
	سمعية	٤٥	١١,٧%
	بصرية	٢٦	٦,٨%
	ذهنية	٣٢	٨,٣%
	صعوبات نطق	١١٢	٢٩,٢%
	توحد	١٣٥	٣٥,٢%
	أخرى	٥	١,٣%
	أقل من ٢٥ عام	١١٣	٢٩,٤%
	من ٢٥-٣٩ عام	١٤٢	٤٠%
	من ٤٠-٥٠ عام	٧٨	٢٠,٣%
العمر	أكثر من ٥٠ عام	٥١	١٣,٣%
	ذكر	٢٣٩	٦٢,٢%
النوع	أنثى	١٤٥	٣٧,٨%
	سائح عربي	٢٦١	٦٧,٩%
فئة الجنسية	مصري	١٤٧	٥٦,٣%
	سعودي	٣٦	١٣,٧%
	إماراتي	٢٧	١٠,٣%
	كويتي	٢٢	٨,٤%
	لبناني	١٦	٦,١%
	تونسي	٩	٢,٤%
	جزائري	٤	١,٥%
	سائح أجنبي	١٢٣	٣٢,١%
	أمريكي	٥١	٤١,٤%
	بريطاني	٣٢	٢٦,١%
	الماني	١٩	١٥,٤%
	أسباني	١٤	١١,٣%
	روسي	٦	٤,٨%
	فرنسي	١	٠,٨%
المؤهل العلمي	دون المتوسط	٧١	١٨,٥%
	متوسط	١١٥	٢٩,٩%
	عالي (بكالوريوس/ ليسانس)	١٥٥	٤٠,٣%
	دراسات عليا	٤٣	١١,٢%
	الإجمالي	٣٨٤	١٠٠%

يتضح أن إجمالي عينة الدراسة من السائحين ذوي الهمم بمدينة شرم الشيخ بلغ ٣٨٤ مفردة؛ حيث جاء ٣٩.١% من الزائرين بصحبة الأهل، و ٣٣.٣% بصحبة الأصدقاء، بينما زار ٢٧.٦% بمفردهم. وأظهرت البيانات أن أعلى نسب الإعاقة كانت لدى ذوي اضطراب التوحد (٣٥.٢%) وصعوبات النطق (٢٩.٢%)، بينما

أساليب التحليل

○ التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات.

○ معامل الارتباط (بیرسون).

○ تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفروض.

تم حساب الإحصاء الوصفي لأبعاد متغير رضا السائحين التالية: (قبول الخدمة، التعامل مع المنشأة السياحية، المصداقية في أعمال المنشأة السياحية) كما يلي:

التحليل الوصفي لعبارات بُعد قبول الخدمة

تم استخدام بعض أساليب الإحصاء الوصفي لتحليل عبارات بُعد قبول الخدمة، ويوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوي التحقق وترتيب العبارات المرتبطة ببُعد قبول الخدمة كما يلي:

جدول ٣. التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى التحقق وترتيب العبارات

المرتبة بعد قبول الخدمة

العبارة	موافق بشده	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشده	الحسابي المتوسط	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	التحقق مستوى	الترتيب
الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتك.	ك	١٠٥	١٧٦	٧١	٣٢	-	٧٨,٤%	٠,٨٨٧	مرتفع	١
	%	٢٧,٣	٤٥,٨	١٨,٥	٨,٣	-				
قد تتحسن درجة رضاك إذا قامت المنشأة السياحية بإدخال تحسينات وتغييرات في جودة خدماتها القادمة.	ك	٨٥	١٧٩	٩٥	٢٥	-	٧٦,٨%	٠,٨٤٠	مرتفع	٢
	%	٢٢,١	٤٦,٦	٢٤,٧	٦,٥	-				
نراعي الخدمات السياحية المقدمة خصائص كل سائح من ذوي الهمم.	ك	٩٥	١٥٥	١٠٩	٢٥	-	٧٦,٦%	٠,٨٧٥	مرتفع	٣
	%	٢٤,٧	٤٠,٤	٢٨,٤	٦,٥	-				
ليس لدي أي شكاوى بخصوص الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم.	ك	٨٤	١٣٢	١٣٠	٣٨	-	٧٣,٦%	٠,٩٢٤	مرتفع	٤
	%	٢١,٩	٣٤,٤	٣٣,٩	٩,٩	-				
متوسط العام للبعد						٣,٨٢	٧٦,٤%		مرتفع	

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة الدراسة السائحين من ذوي الهمم بمدينة شرم الشيخ على بُعد قبول الخدمة جاء مرتفعاً، حيث بلغ المتوسط العام للبُعد ككل (٣,٨٢)، وجاءت أعلى إجابة على بُعد قبول الخدمة للعبارة (١) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣,٩٢) وتتص على (الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتك)، وجاءت العبارة رقم (٢) في المرتبة الثانية على بُعد قبول الخدمة بمتوسط حسابي قدره (٣,٨٤) وتتص على (قد تتحسن درجة رضاك إذا قامت المنشأة السياحية بإدخال تحسينات وتغييرات في جودة خدماتها القادمة)، في حين جاءت أقل إجابات على بُعد قبول الخدمة للعبارة (٤) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣,٦٨) وتتص على (ليس لدي أي شكاوي بخصوص الخدمات السياحية المقدمة لذوي الهمم).

التحليل الوصفي لعبارات بُعد التعامل مع المنشأة السياحية

تم استخدام بعض أساليب الإحصاء الوصفي لتحليل عبارات بُعد التعامل مع المنشأة السياحية، ويوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوي التحقق وترتيب العبارات المرتبطة ببُعد التعامل مع المنشأة السياحية كما يلي:

جدول ٤. التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوي التحقق وترتيب العبارات المرتبطة ببُعد التعامل مع المنشأة السياحية

م	العبارة	موافق بشده	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	مستوى التحقق	الترتيب
١	أنت راضٍ عن تعاملك مع المنشأة السياحية.	ك	٢٦	١٦٨	١٥٩	٣١	٣,٤٩	٦٩,٨%	٠,٧٤٠	مرتفع	٢
		%	٦,٨	٤٣,٨	٤١,٤	٨,١					
٢	أنت راضٍ على كل ما تقدمه المنشأة السياحية من خدمات تتناسب مع إمكانياتك.	ك	٣٢	١٦٩	١٢١	٥٦	٣,٤٢	٦٨,٤%	٠,٨٩٣	مرتفع	٥
		%	٨,٣	٤٤	٣١,٥	١٤,٦					
٣	تقوم المنشأة السياحية دوماً على تلبية رغبات واحتياجات ذوي الهمم.	ك	٥٣	١٤١	١٤٢	٤٢	٣,٥٠	٧٠%	٠,٩١٦	مرتفع	١
		%	١٣,٨	٣٦,٧	٣٧	١٠,٩					
٤	أنت راضٍ عن تعاملك مع المنشأة السياحية لفترة طويلة.	ك	٣٣	١٦٦	١١٢	٦٧	٣,٣٩	٦٧,٨%	٠,٩٢٥	متوسط	٦
		%	٨,٦	٤٣,٢	٢٩,٢	١٧,٤					
٥	توفر المنشأة السياحية جميع احتياجاتك أكثر بكثير مما تدفعه.	ك	٣٠	١٦٥	١٣٣	٥٠	٣,٤٣	٦٨,٨%	٠,٨٦٩	مرتفع	٤
		%	٧,٨	٤٣	٣٤,٦	١٣					
٦	يتواجد بالقرب من المنشأة السياحية مختلف المرافق مثل المستشفيات، مراكز الشرطة، المحلات ومحطات النقل.	ك	٣٧	١٥٨	١٣٥	٤٩	٣,٤٥	٦٩%	٠,٨٨٠	مرتفع	٣
		%	٩,٦	٤١,١	٣٥,٢	١٢,٨					
المتوسط العام للبُعد							٣,٤٤	٦٨,٨%	مرتفع		

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة الدراسة السائحين من ذوي الهمم بمدينة شرم الشيخ على بُعد التعامل مع المنشأة السياحية جاء مرتفعاً، حيث بلغ المتوسط العام للبُعد ككل (٣,٤٤)، وجاءت أعلى إجابة على بُعد التعامل مع المنشأة السياحية للعبارة (٣) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣,٥٠)

وتتص على (تقوم المنشأة السياحية دوماً على تلبية رغبات واحتياجات ذوي الهمم)، وجاءت العبارة رقم (١) في المرتبة الثانية على بُعد التعامل مع المنشأة السياحية بمتوسط حسابي قدره (٣,٤٩) وتتص على (أنت راضٍ عن تعاملك مع المنشأة السياحية)، في حين جاءت أقل إجابات على بُعد التعامل مع المنشأة السياحية للعبارة (٤) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣,٣٩) وتتص على (أنت راضٍ عن تعاملك مع المنشأة السياحية لفترة طويلة).

التحليل الوصفي لعبارات بُعد المصداقية في أعمال المنشأة السياحية

تم استخدام بعض أساليب الإحصاء الوصفي لتحليل عبارات بُعد المصداقية في أعمال المنشأة السياحية، ويوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوي التحقق وترتيب العبارات المرتبطة ببُعد المصداقية في أعمال المنشأة السياحية كما يلي:

جدول ٥. التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوي التحقق وترتيب العبارات المرتبطة ببُعد المصداقية في أعمال المنشأة السياحية

م	العبارة	موافق بشده	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	مستوى التحقق	الترتيب
١	أنت راضٍ عن تعاملك مع المنشأة السياحية	٢١	١٦٤	١٨١	١٨	-	٣,٤٨	٦٩,٦%	٠,٦٧٣	مرتفع	٤
٢	أنت راضٍ على كل ما تقدمه المنشأة السياحية من خدمات تتناسب مع إمكانيتك	٦١	١٦١	١٣٧	٢٥	-	٣,٦٧	٧٣,٤%	٠,٨١٨	مرتفع	٣
٣	تقوم المنشأة السياحية دوماً على تلبية رغبات واحتياجات ذوي الهمم	٢١	٢٥٠	١٠٧	٦	-	٣,٧٥	٧٥%	٠,٥٧٥	مرتفع	١
٤	أنت راضٍ عن تعاملك مع المنشأة السياحية لفترة طويلة	٣٩	١٢٢	١٧٢	٥١	-	٣,٣٨	٦٧,٦%	٠,٨٤١	متوسط	٥
٥	توفر المنشأة السياحية جميع احتياجاتك أكثر بكثير مما تدفعه	٣٩	٩٩	٢٠١	٣٩	٦	٣,٣٢	٦٦,٤%	٠,٨٤٩	متوسط	٦
٦	يتواجد بالقرب من المنشأة السياحية مختلف المرافق مثل المستشفيات، مراكز الشرطة، المحلات ومحطات النقل	٢٨	٢٣٦	١١٤	٦	-	٣,٧٤	٧٤,٨%	٠,٦٠٦	مرتفع	٢
المتوسط العام للبُعد							٣,٥٦	٧١,٢%	مرتفع		

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة الدراسة السائحين من ذوي الهمم بمدينة شرم الشيخ على بُعد المصداقية في أعمال المنشأة السياحية جاء مرتفعاً، حيث بلغ المتوسط العام للبُعد ككل (٣,٥٦)، وجاءت أعلى إجابة على بُعد المصداقية في أعمال المنشأة السياحية للعبارة (٣) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣,٧٥) وتتص على (تقوم المنشأة السياحية دوماً على تلبية رغبات واحتياجات ذوي الهمم)، وجاءت العبارة رقم (٦) في المرتبة الثانية على بُعد المصداقية في أعمال المنشأة السياحية بمتوسط حسابي قدره (٣,٧٤) وتتص على (يتواجد بالقرب من المنشأة السياحية مختلف المرافق مثل المستشفيات، مراكز الشرطة، المحلات

ومحطات النقل)، في حين جاءت أقل إجابات على بُعد المصدقية في أعمال المنشأة السياحية للعبارة (٥) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣,٣٢) وتنص على (توفر المنشأة السياحية جميع احتياجاتك أكثر بكثير مما تدفعه).

تحليل الفروض

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في جودة الخدمات السياحية المقدمة بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ".

تم تحليل أثر أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم على جودة الخدمات السياحية بالمنشآت في شرم الشيخ باستخدام تحليل الانحدار المتعدد، وأظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين، كما يوضح الجدول معاملات الارتباط الناتجة عن التحليل كما يلي:

جدول ٦. نتائج معاملات الارتباط لأثر أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في جودة الخدمات السياحية المقدمة بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ

الأبعاد المؤثرة	قيمة (R)	قيمة (R ²)	قيمة Adjusted (R ²)	الخطأ المعياري	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
التعامل مع المنشأة السياحية	٠.٩٣٥	٠.٨٧٤	٠.٨٧٤	٣.٩٨٢٦٥	٤٢١٠.٣٦٤٢	١	٤٢١٠.٣٦٤٢	٢٦٥٤.٤٥٣	٠.٠١
					٦٠٥٩.٠٩٧	٣٨٢	١٥.٨٦٢		
					٤٨١٦٢.٧٤٠	٣٨٣	-		
المصدقية في أعمال المنشأة السياحية	٠.٩٥٠	٠.٩٠٢	٠.٩٠١	٣.٥٢٦٩٧	٤٣٤٢٣.٢٧١	٢	٢١٧١١.٦٣٥	١٧٤٥.٣٧١	٠.٠١
					٤٧٣٩.٤٦٩	٣٨١	١٢.٤٤٠		
					٤٨١٦٢.٧٤٠	٣٨٣	-		
قبول الخدمة	٠.٩٥٥	٠.٩١٣	٠.٩١٢	٣.٣٢٤٢٤	٤٣٩٦٣.٥١٠	٣	١٤٦٥٤.٥٠٣	١٣٢٦.١٢٧	٠.٠١
					٤١٩٩.٢٣٠	٣٨٠	١١.٠٥١		
					٤٨١٦٢.٧٤٠	٣٨٣	-		

أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد من خلال الجدول السابق أن أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم (التعامل مع المنشأة، المصدقية، قبول الخدمة) لها تأثير معنوي على جودة الخدمات السياحية في شرم الشيخ.

• التفسير النسبي للجودة بلغ: ٨٧.٤% للتعامل مع المنشأة، ٩٠.٢% للمصدقية، ٩١.٣% لقبول الخدمة.

• قيم اختبار (F) كانت مرتفعة ودالة إحصائيًا عند مستوى ٠.٠١، مما يؤكد إمكانية التنبؤ بجودة الخدمات اعتمادًا على هذه الأبعاد. ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في جودة الخدمات السياحية المقدمة بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ٧. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في جودة الخدمات السياحية المقدمة بالمنشآت

السياحية في مدينة شرم الشيخ

الأبعاد المؤثرة	معاملات الانحدار غير المعيارية (B)	الخطأ المعياري لمعاملات النموذج	معاملات الانحدار المعيارية (Beta)	قيمة (T) لمعاملات النموذج	مستوى الدلالة
التعامل مع المنشأة السياحية	٢.٢٧٨	٠.٠٤٤	٠.٩٣٥	٥١.٥٢١	٠.٠١
المصادقية في أعمال المنشأة السياحية	٠.٨٥٦	٠.٠٨٣	٠.٢٦٠	١٠.٣٠٠	٠.٠١
قبول الخدمة	٠.٥٥٣	٠.٠٧٩	٠.١٥٢	٦.٩٩٢	٠.٠١

يتضح من الجدول السابق وجود أثر إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) لأبعاد التعامل مع المنشأة السياحية (٠.٩٣٥)، المصادقية (٠.٢٦٠)، قبول الخدمة (٠.١٥٢) على جودة الخدمات في شرم الشيخ، حيث جاءت قيم T مرتفعة (٥١.٥٢١)، (١٠.٣٠٠)، (٦.٩٩٢) وقيم التأثير (٢.٢٧٢)، (٠.٨٥٦)، (٠.٥٥٣) على التوالي. ويُعد التعامل مع المنشأة أكثر الأبعاد تأثيراً، يليه المصادقية ثم قبول الخدمة.

تتوافق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة، حيث أكدت كل من Madkhali et al., (2023)؛ عاطف (٢٠٢٣)؛ والغفلي (٢٠١٨) أن أسلوب التعامل داخل المنشأة يُعد من أبرز المحددات المؤثرة في رضا السائحين من ذوي الهمم، وهو ما ظهر كذلك في هذه الدراسة. كما جاءت النتائج المتعلقة بأثر المصادقية وقبول الخدمة منسجمة مع ما أشارت إليه دراسة (Abd- Elraof et al., 2018)؛ Moauad et al., (2022)، حيث بينت تلك الدراسات أن الالتزام بالوعود ووضوح الخدمة وتلبيةها لتوقعات السائحين يعزز مستوى الرضا ويرفع من جودة الخدمة المقدمة.

وينبثق من الفرض الرئيسي الفروض الفرعية الآتية

١. الفرض الفرعي الأول: ينص على: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في الملموسية بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ".

تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على مدى أثر أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في الملموسية بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ، ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في الملموسية بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ٨. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في الملموسية بالمنشآت السياحية في مدينة

شرم الشيخ

الأبعاد المؤثرة	معاملات الانحدار غير المعيارية (B)	الخطأ المعياري لمعاملات النموذج	معاملات الانحدار المعيارية (Beta)	قيمة (T) لمعاملات النموذج	مستوى الدلالة
التعامل مع المنشأة السياحية	٠.٣٠٨	٠.٠٢٢	٠.٥٨٢	١٣.٩٨٨	٠.٠١
قبول الخدمة	٠.٢٠٧	٠.٠٤٥	٠.٢٦٣	٤.٦٥٠	٠.٠١
المصادقية في أعمال المنشأة السياحية	٠.١٦٨	٠.٠٤٦	٠.٢٣٦	٣.٦٤٢	٠.٠١

تشير نتائج اختبار الارتباط أولاً إلى وجود علاقة ارتباطية معنوية بين بُعد الملموسية وكل من أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم (التعامل مع المنشأة، قبول الخدمة، المصادقية)، مما أكد إمكانية استخدام هذه الأبعاد في نموذج الانحدار المتعدد. كما يتضح من نتائج الانحدار المتعدد وجود تأثير إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) لبُعد الملموسية على رضا السائحين في أبعاده الثلاثة المذكورة، حيث بلغت قيم معاملات الانحدار المحسوبة (٠.٥٨٢، ٠.٢٦٣، ٠.٢٣٦)، وبلغت قيم T المقابلة (١٣.٩٨٨، ٤.٦٥٠، ٣.٦٤٢) على التوالي. وتشير قيم حجم التأثير (٠.٣٠٨، ٠.٢٠٧، ٠.١٦٨) إلى أن الملموسية تُعد أكثر الأبعاد تأثيراً في رضا السائحين من خلال تعزيز جودة التعامل داخل المنشأة، يليها تحسين مستوى قبول الخدمة، ثم تعزيز المصادقية في أعمال المنشأة السياحية. وبذلك يتضح أن رفع مستوى الملموسية مثل جودة التجهيزات، المظهر الخارجي، وتحديث الأدوات— يسهم مباشرة في زيادة رضا السائحين من ذوي الهمم.

بناءً على ما سبق فإن هذه النتيجة تتفق مع عدة دراسات والتي تُبرز الترابط بين الجوانب المادية وغير المادية لتجربة السائح من ذوي الهمم منها دراسة كلٍ من عاطف (٢٠٢٣)، الغفلي (٢٠١٨)، المغاوري (٢٠٢٤)، Aababneh et al. (2022)، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعزي إلى أن الملموسية ليست مجرد هياكل ثابتة، بل هي تجربة ديناميكية تتشكل بتأثير التفاعل البشري، والشفافية، ومدى تلبية التوقعات، هذا يضيف بُعداً أعمق لفهم جودة الخدمة الشاملة لذوي الهمم.

٢. الفرض الفرعي الثاني: ينص على: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في الاعتمادية بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ".

تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على مدى أثر أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في الاعتمادية بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ، ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في الاعتمادية بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ٩. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في الاعتمادية بالمنشآت السياحية في مدينة

شرم الشيخ

الأبعاد المؤثرة	معاملات الانحدار غير المعيارية (B)	الخطأ المعياري لمعاملات النموذج	معاملات الانحدار المعيارية (Beta)	قيمة (T) لمعاملات النموذج	مستوى الدلالة
التعامل مع المنشأة السياحية	٠.٣١٢	٠.٠١٥	٠.٧٣٩	٢١.٤٠٧	٠.٠٠١
المصادقية في أعمال المنشأة السياحية	٠.٢١٢	٠.٠٢٩	٠.٣٧١	٧.٢٨٧	٠.٠٠١

تشير نتائج اختبار الارتباط أولاً إلى وجود علاقة ارتباطية معنوية بين بُعد الاعتمادية وكلٍ من أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم، وهي: التعامل مع المنشأة السياحية والمصادقية في أعمال المنشأة، مما برّر إدراج هذه الأبعاد في نموذج الانحدار المتعدد لقياس مدى تأثر رضا السائحين بمستوى الاعتمادية في المنشآت السياحية بمدينة شرم الشيخ. وقد أوضحت نتائج تحليل الانحدار المتعدد وجود أثر إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (٠.٠٠١) لبُعد الاعتمادية على كل من التعامل مع المنشأة والمصادقية، حيث بلغت قيم معاملات الانحدار (٠.٧٣٩، ٠.٣٧١)، وبلغت قيم T المقابلة (٢١.٤٠٧، ٧.٢٨٧) على التوالي، مما يشير إلى أن ارتفاع مستوى الاعتمادية داخل المنشآت السياحية ينعكس مباشرة في تعزيز رضا السائحين من حيث جودة التعامل وارتفاع مستوى المصادقية. كما تُظهر قيم التأثير أن الاعتمادية تؤثر بدرجة أكبر في بُعد التعامل (٠.٣١٢)، يليه بُعد المصادقية (٠.٢١٢). وتتسق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Madkhali et al. (2023)، التي أكدت أن الاعتمادية المستندة إلى حسن التعامل والالتزام تعزز ثقة السائح وشعوره بالطمأنينة تجاه الخدمة المقدمة. ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم غير المؤثرة على الاعتمادية بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ١٠. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم غير المؤثرة في الاعتمادية

بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ

الأبعاد غير المؤثرة	قيمة (Beta)	قيمة (T)	مستوى الدلالة	الارتباط الجزئي
قبول الخدمة	٠.٠٨٩	١.٩٢١	٠.٠٥٥	٠.٠٩٨

أظهرت نتائج اختبار الارتباط أن بُعد قبول الخدمة لا يرتبط ارتباطاً كافياً يسمح بتفسيره من خلال نموذج الانحدار، وهو ما أكدته نتائج الانحدار المتعدد التي بيّنت عدم وجود أثر دال إحصائياً لبُعد الاعتمادية على قبول الخدمة، حيث بلغت قيمة Beta (٠.٠٨٩) وقيمة T (١.٩٢١) عند مستوى دلالة (٠.٠٥٥)، وهو مستوى غير دال. وتشير هذه النتيجة إلى أن رفع مستوى الاعتمادية في المنشأة لا ينعكس بالضرورة في زيادة قبول الخدمة على المدى القصير، إذ يعتبر القبول استجابة لحظية قد لا ترتبط مباشرة بالثقة طويلة الأمد. وترى الباحثة أن تعزيز القبول يتطلب آليات أخرى

تلامس توقعات السائحين لحظة تلقي الخدمة، بينما يتطلب بناء الاعتمادية استراتيجيات مستمرة تتعلق بالاتساق والجودة والاستجابة الاحترافية."

٣. **الفرض الفرعي الثالث:** ينص على: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في الاستجابة بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ".

تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على مدى أثر الاستجابة في أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ، ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر الاستجابة في أبعاد رضا السائحين بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ١١. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في الاستجابة بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ

الأبعاد المؤثرة	معاملات الانحدار غير المعيارية (B)	الخطأ المعياري لمعاملات النموذج	معاملات الانحدار المعيارية (Beta)	قيمة (T) لمعاملات النموذج	مستوى الدلالة
التعامل مع المنشأة السياحية	٠.٦٦٤	٠.٠١٠	٠.٩٥٧	٦٤.٢٦٥	٠.٠١
قبول الخدمة	٠.٠٦٩	٠.٠٢١	٠.٠٦٧	٣.٢٥١	٠.٠١

أوضح اختبار الارتباط وجود علاقة معنوية بين بُعد الاستجابة وكلٍ من التعامل مع المنشأة وقبول الخدمة، وهو ما دعم استخدامهما في نموذج الانحدار المتعدد. وبينت النتائج وجود أثر إيجابي دال إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١) لبُعد الاستجابة على كلا البعدين، حيث بلغت معاملات الانحدار (٠.٩٥٧، ٠.٠٦٧) وقيم T (٦٤.٢٦٥، ٣.٢٥١) على التوالي، مع تأثير أكبر للتعامل ثم قبول الخدمة. وتشير النتائج إلى أن تحسين سرعة الاستجابة وفعاليتها يسهم مباشرة في رفع رضا السائحين من ذوي الهمم، بما يتوافق مع ما أكدته دراسات عاطف (٢٠٢٣)، (Aababneh et al. (2022) ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد للاستجابة غير المؤثرة على أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ١٢. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم غير المؤثرة في الاستجابة بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ

الأبعاد غير المؤثرة	قيمة (Beta)	قيمة (T)	مستوى الدلالة	الارتباط الجزئي
المصادقية في أعمال المنشأة السياحية	٠.٠٢٢-	٠.٩٠٦-	٠.٣٦٦	٠.٠٤٦-

أوضحت نتائج اختبار الارتباط عدم وجود علاقة معنوية بين بُعد الاستجابة والمصادقية في أعمال المنشأة، وهو ما أكدته نتائج الانحدار التي بينت عدم وجود أثر دال للاستجابة على تعزيز المصادقية في المنشآت السياحية بمدينة شرم الشيخ. وتشير هذه النتيجة إلى أن سرعة الاستجابة ومرونتها لا

تؤدي بالضرورة إلى بناء ثقة طويلة الأمد لدى السائحين، إذ تتطلب المصادقية عناصر أكثر استقرارًا مثل الالتزام بالوعود وجودة التنفيذ، وهي أمور تتجاوز حدود التفاعل اللحظي

٤. **الفرض الفرعي الرابع:** ينص على: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في التعاطف بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ".

تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على مدى أثر التعاطف في أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ، ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر التعاطف على أبعاد رضا السائحين بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ١٣. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في التعاطف بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ

الأبعاد المؤثرة	معاملات الانحدار غير المعيارية (B)	الخطأ المعياري لمعاملات النموذج	معاملات الانحدار المعيارية (Beta)	قيمة (T) لمعاملات النموذج	مستوى الدلالة
قبول الخدمة	٠.٦٨٦	٠.٠٢٩	٠.٧٧٦	٢٤.٠١٣	٠.٠١
التعامل مع المنشأة السياحية	٠.٢٥٣	٠.٠٢٣	٠.٤٢٧	١٠.٨٠٥	٠.٠١
المصادقية في أعمال المنشأة السياحية	٠.١٤٥	٠.٠٣٦	٠.١٨١	٤.٠٢٠	٠.٠١

أظهر اختبار الارتباط وجود علاقة معنوية بين بُعد التعاطف وكلٍ من قبول الخدمة، والتعامل، والمصادقية، وهو ما أكدته نتائج الانحدار التي بينت أثرًا إيجابيًا دالًا للتعاطف على هذه الأبعاد عند مستوى (٠.٠١)، حيث كان تأثيره الأكبر في قبول الخدمة ثم التعامل ثم المصادقية. وتشير النتائج إلى أن ارتفاع مستوى التعاطف داخل المنشآت السياحية يعزز رضا السائحين من ذوي الهمم، بما يتوافق مع ما أكدته دراستا عاطف (٢٠٢٣) والغفلي (٢٠١٨).

٥. **الفرض الفرعي الخامس:** ينص على: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم في الثقة والأمان بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ".

تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على مدى أثر الثقة والأمان في أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ، ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر الثقة والأمان في أبعاد رضا السائحين بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ١٤. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد رضا السائحين في الثقة والأمان بالمنشآت السياحية في

مدينة شرم الشيخ

الأبعاد المؤثرة	معاملات الانحدار غير المعيارية (B)	الخطأ المعياري لمعاملات النموذج	معاملات الانحدار المعيارية (Beta)	قيمة (T) لمعاملات النموذج	مستوى الدلالة
التعامل مع المنشأة السياحية	٠.٥٤٢	٠.٠١٤	٠.٨٩٦	٣٩.٥١٠	٠.٠١
المصادقية في أعمال المنشأة السياحية	٠.٢٢٩	٠.٠٢٧	٠.٢٨٠	٨.٥٧٤	٠.٠١

أظهر اختبار الارتباط وجود علاقة معنوية بين بُعد الثقة والأمان وكلّ من التعامل مع المنشأة والمصادقية، وهو ما دعم استخدامهما في نموذج الانحدار المتعدد. وقد بينت النتائج وجود أثر إيجابي دال إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١) لبُعد الثقة والأمان على كلا البعدين، حيث بلغت معاملات الانحدار (٠.٨٩٦، ٠.٢٨٠) وقيم T (٣٩.٥١٠، ٨.٥٧٤) على التوالي، مع تأثير أكبر للتعامل ثم المصادقية. وتشير هذه النتائج إلى أن شعور السائح من ذوي الهمم بالثقة والأمان داخل المنشأة يعزز رضاه عن جودة التعامل وموثوقية الخدمة، بما يتسق مع ما أكدته دراستا iMadkhal et al.(2023) و Aababneh et al.(2022).

ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد للثقة والأمان الغير مؤثرة في أبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ كما يلي:

جدول ١٥. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد رضا السائحين من ذوي الهمم غير المؤثرة في الثقة والأمان

بالمنشآت السياحية في مدينة شرم الشيخ

الأبعاد غير المؤثرة	قيمة (Beta)	قيمة (T)	مستوى الدلالة	الارتباط الجزئي
قبول الخدمة	٠.٠٠٧	٠.٢٤٢	٠.٨٠٩	٠.٠١٢

تشير نتائج اختبار الارتباط والانحدار إلى عدم وجود أثر دال لبُعد الثقة والأمان على قبول الخدمة، مما يعني أن شعور السائح بالثقة والأمان داخل المنشأة لا ينعكس بالضرورة في مستوى القبول اللحظي للخدمة. وتوضح الباحثة أن قبول الخدمة يُعد استجابة فورية قد لا ترتبط دائماً بالشعور العميق بالثقة والأمان، والذي يتكوّن عادةً عبر ممارسات أكثر استدامة واتساقاً.

ونستخلص مما سبق أن جميع أبعاد جودة الخدمة السياحية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الثقة والأمان) أثبتت تأثيراً دالاً على رضا السائحين من ذوي الهمم، بينما الملموسية والثقة والأمان كانتا الأكثر تأثيراً، تليهما الاعتمادية، ثم الاستجابة والتعاطف.

الخاتمة والنتائج

أوضحت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات السياحية تُعد العامل الأكثر تأثيراً في رضا السائحين من ذوي الهمم بشرم الشيخ، خاصة ما يتعلق باللموسية والثقة والأمان، نظراً لاعتماد هذه الفئة بشكل كبير على سهولة الوصول وتجهيزات البنية التحتية. كما بينت النتائج أن التعامل والمصداقية يمثلان محورين أساسيين في تعزيز رضا السائح، إذ تؤثر طريقة التواصل ووضوح المعلومات والالتزام بالوعود تأثيراً مباشراً في تقييم التجربة.

ورغم إيجابية تأثير الاستجابة والتعاطف، إلا أن نقص تدريب بعض العاملين حدّ من فعاليتهما، مما يعكس حاجة المنشآت إلى تطوير الثقافة الخدمية وتعزيز وعي العاملين باحتياجات ذوي الهمم. وتشير النتائج كذلك إلى وجود فجوات بين توقعات السائحين ومستوى الخدمة الفعلي، خاصة في بعض مرافق الوصول، مما يستلزم تحسيناً مستمراً في البنية التحتية والالتزام بالمصداقية في عرض الخدمات.

وبناءً عليه، تؤكد الدراسة أن تحقيق تجربة سياحية ميسرة يتطلب تكامل التجهيزات المناسبة مع كفاءة العنصر البشري والالتزام بالمعايير الدولية، بما يعزز تنافسية شرم الشيخ كمقصد صديق لذوي الهمم.

التوصيات

أولاً: المؤسسات والمنشآت السياحية (الفنادق، المنتجعات، مراكز الغوص، شركات السياحة، المتاحف)

١. تحسين البنية التحتية الميسرة داخل المنشآت (منحدرات، مسارات، دورات مياه مجهزة، لوحات إرشادية واضحة).

٢. تدريب العاملين على مهارات التعامل مع ذوي الهمم والوعي باختلاف احتياجاتهم.

٣. تعزيز المصداقية في تقديم المعلومات الخاصة بالخدمات المتاحة لهم وتوافقها مع الواقع الفعلي.

٤. توفير وسائل دعم إضافية مثل الكراسي المتحركة، الخرائط الصوتية، ومرافقي خدمة متخصصين.

ثانياً: وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة

١. إدماج مفهوم السياحة الميسرة ضمن الخطط الوطنية ومعايير الجودة للسياح.

٢. إعداد برامج تدريب رسمية للعاملين بالتعاون مع منظمات دولية متخصصة في ذوي الهمم.

٣. تفعيل حملات توعية داخل القطاع السياحي لتعزيز ثقافة احترام حقوق ذوي الهمم.

٤. متابعة جودة الخدمات بشكل دوري وإدراج معايير السياحة الميسرة في التراخيص والتقييمات.

ثالثاً: الإدارات المحلية بمدينة شرم الشيخ

١. توفير مسارات آمنة ومهيأة في المناطق السياحية العامة والواجهات البحرية.

٢. تحسين وسائل النقل العام والسياحي لتكون مجهزة ومناسبة لذوي الهمم.

٣. دعم إنشاء مرافق عامة مهيأة مثل مراكز الإسعاف، مواقف السيارات، وممرات العبور.

رابعاً: الجهات التشريعية والرقابية

١. تحديث التشريعات المتعلقة بحقوق السائحين من ذوي الهمم بما يتماشى مع المعايير الدولية.
٢. فرض رقابة فعالة على المنشآت للتأكد من التزامها بتطبيق التجهيزات والخدمات المعلنة.
٣. اعتماد نظام تقييم وطني خاص بالسياحة الميسرة يمنح درجات تميز للمنشآت الملتزمة.

خامساً: المجتمع المدني والجمعيات الداعمة لذوي الهمم

١. المشاركة في تقييم الخدمات السياحية ورصد احتياجات السائحين من ذوي الهمم.
٢. التعاون مع المنشآت السياحية لتقديم برامج توعية ودعم فني حول الإعاقات المختلفة.
٣. تنفيذ ورش وبرامج تدريبية مشتركة لتأهيل العاملين على آليات التواصل الفعال.

دراسات مستقبلية

١. دراسة أثر تطبيق المعايير الدولية للسياحة الميسرة على جودة الخدمات السياحية ورضا السائحين من ذوي الهمم في المنشآت السياحية المصرية.
٢. قياس أثر البرامج التدريبية المتخصصة للعاملين بالمنشآت السياحية على تحسين مهارات التعامل والاستجابة لاحتياجات السائحين من ذوي الهمم.
٣. تحليل الفروق في مستوى الرضا بين فئات الإعاقات المختلفة (حركية - بصرية - سمعية - ذهنية - توحد) لتحديد الاحتياجات الأكثر تأثيراً في جودة الخدمة.
٤. دراسة دور التكنولوجيا المساعدة مثل الخرائط الصوتية والتطبيقات الذكية ولغة الإشارة الرقمية في تحسين تجربة السائح من ذوي الهمم وزيادة مستوى رضائه.
٥. تقييم تأثير المصداقية وشفافية المعلومات السياحية الرقمية على قرار السفر لدى السائحين من ذوي الهمم واتجاهاتهم نحو المقاصد المصرية.
٦. دراسة مقارنة بين المقاصد السياحية المصرية وبعض المقاصد العالمية الرائدة في مجال السياحة الميسرة؛ لاستخلاص أفضل الممارسات وتطبيقها محلياً.
٧. قياس الأثر الاقتصادي لتطوير السياحة الميسرة على الدخل السياحي وزيادة الطلب على المنشآت السياحية المجهزة لذوي الهمم في مصر.

المراجع العربية

أبو النصر، مدحت محمد محمود (٢٠١٥). "إدارة الجودة الشاملة: استراتيجية كايزن لتطوير المنظمات"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، ص ٥١.

الخزيم، سلطان محمد صالح (٢٠٢٣). "أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات السياحية لزاثري المملكة العربية السعودية بغرض العمرة والحج أو الترفيه"، *مجلة كلية السياحة والفنادق*، جامعة المنصورة، العدد ١٤، ص ١٢٨: ١٢٩.

الزهراني، ناصر عطية (٢٠٢٢). "واقع وتحديات سياحة ذوب الإعاقة (السياحة الميسرة) في منطقة الباحة"، *مجلة البحث العلمي في التربية*، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، العدد ٤، المجلد ٢٣، ص ٢٢٢.

الضمور، هاني محمد (٢٠١٥). "تسويق الخدمات"، دار وائل للنشر، عمان، ص ٤٢٨.

المهيري، عوشة والسرطاوي، عبد العزيز وعبدات، روجي مرواح وطه، بهاء (٢٠١٥). "تقييم مستوى الخدمات المقدمة للأشخاص ذوي الإعاقة في إمارة أبو ظبي"، *المجلة العلمية للبحوث والنشر العلمي*، كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد الحادي والثلاثون، العدد الأول، ص ٣٨٠.

أمين، أسماء وراغب، محمود (٢٠٢١). "ذوي الهمم عصر جديد من التمكين في الجمهورية الجديدة" جريدة اليوم السابع، مصر <https://Www.Youm7.Com/Story/2021/12/3>

بو لطيفة، سميحة وبولوجية، هاجر (٢٠٢٢). "أثر مقدمي الخدمة على جودة الخدمة السياحية"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، ص ٢٥: ٢٦.

شحادة، حازم محمد عبد الله (٢٠١٧). "أثر استراتيجية تخصيص الخدمة على رضا الطلبة ذوي الإعاقة في مؤسسات التعليم العالي - دراسة حالة الجامعة الإسلامية بغزة"، رسالة دكتوراه، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية، غزة، ص ١١٩.

عبد السلام، عزة محمد (٢٠٢٣). "قياس تأثير رضا ذوي الهمم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم على دمجهم في السوق السياحي"، *المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية*، المعهد المصري العالي للسياحة والفنادق، مجلد ٤، العدد ١، مصر، ص ٦٦.

قريشان، فؤاد، وفلاق، محمد (٢٠٢٠). "أثر جودة خدمات الإرشاد السياحي على رضا السائح: دراسة حالة وكالة الشخان بالشلف"، *مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا*، المجلد ١٦، العدد ٢٤، ص ٢٤٩.

محجوب، حافظ (٢٠٢٣). "واقع جودة الخدمة السياحية في المؤسسة الفندقية"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، المجلد ١٤، العدد ١، ص ٦.

- مرسي، جمال الدين محمد وأبو بكر، مصطفى محمود (٢٠٠٦م). "ليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع: مدخلك لتحقيق ميزة تنافسية في بنية الأعمال المعاصرة"، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص ٤٥.
- موسي، عبد الله (٢٠٢١). "أثر جودة الخدمات الصحية على رضا الزبون"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، الجزائر، ص ١٣: ٣٣.
- هيكل، محمد أحمد (٢٠٠٦). "مهارات التعامل مع الناس"، مجموعة النيل العربية، مصر، ص ٢٣٤.

المراجع الأجنبية

- Aababneh, Samer. et al. (2022). "Extent of Interest of Tourist Facilities in Providing Services for Tourists with Mobility Disabilities in Jordan: A Case Study Ajloun City", *The Scientific Journal of the Faculty of Tourism and Hotels, Alexandria University*, Vol. 19, Issue 2, P 18.
- Abd- Elraof, Khlloud. Dawood, Abd-Elbary. (2018). "Accessible Accommodation: Do Resorts in Egypt Provide Services and Facilities Required for Guests with Disabilities?", *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, Vol. 2, Issue 1, p 23-26.
- Kaganek, K., Ambrozy, T., Mucha, D. Jurczak (2017). "Barriers to Participation in Tourism in the Disabled". *Polish Journal of Sport and Tourism*.vol.4, pp.121-129.
- Kwasua, Esalina. Subianto, Agus. Ambarwati, Arie, (2021). "Quality of Services for Visitors with Disabilities at the Museum of the Indonesian National Army Navy (TNI Al) Loca Jala Crana", *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS)*, Volume 04 - Issue 11, P 24:25.
- Madkhali, Huthayfah. Alotaibi, Salman. Alharethi, Thaib, (2023). "The influence of tourism event constraints and hospitableness on tourists with disabilities satisfaction and revisit intention in Saudi Arabia", The *International Journal of tourism and Hospitality studies*, O6U, Vol. 5, No. 2, p 3.
- Magdy, Aya Mohammed. Ali, Nesreen, Khairy. (2023). "Assessing Sharm El-Sheik Diving Centers' Ability to Provide Services for Tourists with Special Needs", *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality (JAAUTH)*, Vol.25 No. 2, P 181-184.
- Mindy Myung-Hee Jeon. (2018). "The Routledge Handbook of Hospitality Marketing: Impact of peer – to – peer revie sites on hospitality consumer behaviors and product services delivery", taylor& Francis, United Kingdom, p: 491.



**Journal of Association of Arab Universities
for Tourism and Hospitality (JAAUTH)**

journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



**The Role of Tourism Service Quality in Achieving the Satisfaction of
Tourists with Disabilities: An Applied Study on Tourism
Establishments in Sharm El-Sheikh**

Reem Abdel Nasser Atia Nevien Galal Eid Amal Fahmy Omar

Department of Tourism Studies- Faculty of Tourism and Hotels – Suez Canal University

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Tourism Service
Quality;
Tourist
Satisfaction;
People with
Disabilities;
Sharm El-Sheikh;
Tourism
Establishments.

(JAAUTH)

Vol. 29, No. 2,

(Dec 2025),

PP.34 -58.

This research aims to examine the role of tourism service quality in achieving the satisfaction of tourists with disabilities in Sharm El-Sheikh, given the importance of this group in enhancing the competitiveness of tourist destinations. The study adopted a descriptive-analytical approach, and data were collected through a field questionnaire directed at a sample of tourists with disabilities and analyzed statistically. The results revealed that the dimensions of service quality (tangibility, reliability, responsiveness, empathy, assurance, and safety) have a significant impact on the level of tourist satisfaction. The gaps between expectations and actual services were found to be among the main challenges facing tourism establishments. Furthermore, tourist satisfaction was found to be linked to the availability of accessible infrastructure, the efficiency of human resources, and the level of transparency in information provision. The study confirmed that hotels, resorts, diving centers, and airports in Sharm El-Sheikh are making efforts to improve the service environment; however, continuous development is still required to align with international standards of accessible tourism. The study recommended adopting a comprehensive strategy to enhance the quality of tourism services provided to people with disabilities through specialized staff training, legislative development, and facility upgrades, ensuring an inclusive and sustainable tourism experience that strengthens Sharm El-Sheikh's position as a globally accessible destination for all.