

وضع استراتيجية للترويج السياحي في ضوء معايير الجودة بجمهورية مصر العربية.

محمد عمر عبد الرسول عبدالله

المقدمة واهمية البحث

في إطار الدور الذي يلعبه الترويج في خدمة البيئة المحيطة ومنها البيئة السياحية ، اتجهت السياحة إلى تقديم خدمات الترويج السياحي للمتريدين على الأماكن السياحية بجمهورية مصر العربية ، وذلك لتحقيق الاستفادة الأكبر ولجذب السياحة وخاصة في ظل الحالة الراهنة والتي تشهد ركود كبير في مجال السياحة ، سواء كان ذلك على مستوى البنية الأساسية المتمثلة في الصالات والأجهزة الضرورية لتقديم خدمات الترويج الرياضي أو امتلاك الأفراد المؤهلين ويمتلكون الخبرات التي تساعد على تقديم تلك الخدمات بشكل متميز عن الآخرين ومن ثم يتحقق أحد الأهداف الهامة من السياحة.

كما أن نجاح أي مؤسسة خدمية وقدرتها على الاستمرار يتوقف على مدى تحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها ، لذا كان لزاماً توافر أداة تقدير تسهم في الحكم على فعالية الترويج السياحي ومدى تحقيق الأهداف المنشودة ، وتحديد ما إذا كان هناك اختلاف بين النتائج المستهدفة والنتائج التي تحققت فعلاً (١ : ٦٧) .

ولم يعد الترويج السياحي مجرد خدمة تقدم للفرد فهذه الخدمات فوق أنها حق ضرورية للفرد إلا انه ينبغي أن يحظى به في وقت فراغه وهذا ما نص عليه ميثاق الفراغ والترويج إلا أن الترويج السياحي تؤدي إلى ارتفاع مستوى هذا الفرد واستنارته وتحسين نوعيته مما يؤدي بالتالي إلى تحسين استثمار الثروة القومية البشرية كما ونوعاً (١٣ : ١٤٩).

ولهذا فإن الترويج السياحي لا يمثل ناحية من نواحي النشاط الاجتماعي فحسب ولكنه يمثل حجر الزاوية في الجذب السياحي (٩ : ٤٩).

وتحرص المنشآت السياحية على أن تكون متميزة ، لذا شاركت بعض منها في مشروع الجودة الشاملة ، وذلك من خلال التفاعل المستمر مع مختلف قطاعات السياحة وتوفير الكفاءات المتخصصة التي تخدم المنشأة بشكل عام ، حيث تقوم المنشآت السياحية بدراسة وتحليل نظام الجودة (TQM) وذلك بهدف تقويم مدى إمكانية ومناسبة توظيفه كنظام يعمل به لتفعيل وتطوير أنظمة ومخرجات السياحة (٣٥ : ٣٢٠) .

وبشير على السلمي (٢٠٠٢م) إلى ان إدارة الجودة الشاملة هي المدخل الذي يتبنى تطبيق أساليب الجودة ورصد الإستهدافات والنجاحات طويلة الأجل ومشاركة وحدات وأقسام المنشأة بالسعي نحو تحقيق رضا العميل والوفاء بالمنافع التي تنتظرها قطاعات العمل والمجتمع (١٠ : ١٤٦)

تكمن أهمية الدراسة في أنها تتناول موضوع الجودة الشاملة كمدخل لضمان تطوير دور كليات التربية الرياضية بالجامعات المصرية ، وهي بيئة لم يسبق أن تمت دراستها إذ تفتقر المكتبات المصرية لمثل هذه الدراسات حيث تعد على حد علم الباحث الأولى من نوعها في الجامعات المصرية عموماً وكليات التربية الرياضية خصوصاً ، وبالتحديد فان هذه الدراسة تعد مهمة لإدارة المنشآت السياحية والباحثين في هذا المجال ، وكما يأمل الباحث أن تشكل هذه الدراسة نقطة انطلاق للباحثين في هذا المجال والتركيز على الترويج السياحي بشكل خاص .

ويرى على السلمي (٢٠٠٢م) أن نظام إدارة الجودة يمكن من خلاله تحقيق مستويات أعلى للجودة بمختلف المؤسسات ، ويتم ذلك من خلال ثلاثة مداخل تتمثل في ، تحسين المدخلات (المعلومات والتقنيات) التي تبني عليها مواصفات وشروط ومعايير الجودة وتحسين بنية العمل الداخلية (البرامج) ، وجودة المخرجات ، وهذا يتوقف على مستوى جودة

العمليات والمدخلات التي يتكون فيها نظام إدارة الجودة ليشمل تحديث الترويج السياحي ، وتطوير الوسائل المعينة والمنشآت السياحية (١٠ : ١٤٦) .

ويرى الباحث أن الترويج السياحي هام جدا وخاصة لقضاء وقت الفراغ لدى المترددين على المنشآت السياحية ، حيث يجب على القائم بالترويج السياحي إتباع معايير الجودة عند تقديم الأنشطة الترويجية للسائحين المترددين على الأماكن السياحية ، لممارسة العديد من المناشط الترويجية التي توفرها المؤسسات سواء كانت حكومية أو مؤسسة أهلية ومن خلالها يكتسب الفرد العديد من الخبرات البدنية والصحية والعقلية والنفسية والاجتماعية بما يتوافق مع معايير الجودة ، وفي ظل يتواجد السائحين في الأماكن السياحية بجمهورية مصر العربية لإشباع حاجاتهم ورغباتهم ، وقد لاحظ الباحث من خلال عملة في مجال الترويج السياحي انتشار المؤسسات السياحية في الأونة الأخيرة وخاصة التي تقدم خدمات ترويجية سياحية لدي المترددين عليها ، إلا أنها قد تؤدي بطريقة شخصية والاعتماد على قدرات الأفراد القائمين على الترويج السياحة ، وهو ما دفع الباحث إلى تناول الموضوع بالدراسة لوضع إستراتيجية الترويج السياحي في ضوء معايير الجودة بجمهورية مصر العربية.

هدف البحث :

التعرف على مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغيرات رسالة الترويج السياحي - القيادة والإدارة - البرامج الترويجية - المعايير القياسية للمؤسسة السياحية - إدارة الجودة للترويج السياحي - مشاركة المجتمع - خطط التطوير السياحية - مقترحات تحسين عملية المراجعة والتقارير .

تساؤل البحث :

ما مدى التعرف على مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغيرات رسالة الترويج السياحي - القيادة والإدارة - البرامج الترويجية - المعايير القياسية للمؤسسة السياحية - إدارة الجودة للترويج السياحي - مشاركة المجتمع - خطط التطوير السياحية - مقترحات تحسين عملية المراجعة والتقارير؟

الدراسات السابقة :

١. أجرى أحمد الفاضل (٢٠٠٢م) (٢) دراسة بهدف التعرف على مدى الرضا عن أنشطة وقت الفراغ الترويجية لدى مرتادي مركز الأمير سلمان الاجتماعي واستخدم المنهج الوصفي وبلغت العينة (١٩٣) من الذكور والإناث واستخدم الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات وخلصت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائيا مرتبطة بعدد الزيارات الأسبوعية وعدد الأنشطة الممارسة في الزيارة الواحدة ، وذلك لصالح العدد الأكثر في كليهما ، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث في درجة الرضا عن أنشطة وقت الفراغ بشكل عام

٢. أجرى فيلكل Felkel (٢٠٠١م) (٣٣) دراسة هدفت إلى وضع مراكز اللياقة البدنية كعالم للمرح ، واستخدم المنهج الوصفي وبلغت العينة (٦٢٥٠) مراكز اللياقة البدنية واستخدم الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات وخلصت النتائج إلى أن الخدمات المتعلقة بالنشاط الرياضي ليست العامل المؤثر في الإقبال على المراكز و لكن خدمات جانبية مثل جودن مورجن كافية (قهوة الصباح) ، معدل الزيادة من سنة ١٩٧٥م إلى ١٩٩٩ م قد بلغ ٦٠٠ % حيث أن عدد المراكز سنة ١٩٧٥ م بلغ ٥٠٠ مركز و في عام ١٩٩٩م بلغ ٦٢٥٠ مركز .

٣. أجرى كيزر Kaiser (٢٠٠٢م) (٣٥) دراسة بهدف بناء وتطوير الخدمات الترويجية الرياضية للعارضين التجاريين في مدينة كيلن ، واستخدم المنهج الوصفي وبلغت العينة (٢٥٠٨٠) فرد واستخدم الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات وخلصت النتائج إلى أن ٢٢% من المتجهين إلى تلك المراكز يمارسون الأنشطة المرتبطة بزيادة اللياقة البدنية ، ٦% يمارسون ألعاب الماء ، ٩% يمارسون رياضات الدفاع عن النفس ، ١٩ % يمارسون ألعاب الأيروبيك ، ٧٥% من إجمالي عدد المراكز يقع في المناطق الحضرية .

٤. أجرى سيد عبد الحميد (٢٠٠٣م) (٨) دراسة هدفت إلى التعرف على أساليب الجذب في بعض المؤسسات الترويحية الاستثمارية ، واستخدم المنهج الوصفي وشملت العينة موردين ورجال أعمال ومديرين واستخدم الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات وخلصت النتائج إلى توافر معظم أساليب الجذب الخاصة بالمؤسسات الترويحية الاستثمارية ، توافر الخدمات والتسهيلات داخل المؤسسات الترويحية الاستثمارية ، توافر البرامج الترويحية المقدمة بالمؤسسات الترويحية الاستثمارية ، توافر العديد من وسائل الإعلام الخاصة بالمؤسسات الترويحية الاستثمارية .
٥. أجرى إبراهيم نزيه (٢٠٠٤م) (١) دراسة لتطبيق أسلوب الفجوة في تطبيق جودة الخدمات بمراكز الشباب ، واستخدم المنهج الوصفي وبلغت العينة (٤٥٦) من المستفيدين الشباب و(٧٩) من المديرين والمشرفين واستخدم الاستبيان والمقابلة العلمية لجمع البيانات وخلصت النتائج إلى ان مستوى رضا المستفيدين من الخدمة المقدمة من مراكز الشباب يختلف باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية مثل طبيعة الترويج السياحي ، السن ، المؤهل الدراسي ، البيئة ، المهنة بينما لا يتأثر باختلاف متغير النوع (بنين - بنات)
٦. أجرى إيهاب محمد عثمان فقيري (٢٠١٠م) (٣) دراسة بعنوان ترويج الخدمات السياحية والفندقية وإمكانية تطويرها في ولاية الخرطوم ٢٠٠٥-٢٠٠٨ هدف هذا البحث إلى تأكيد أهمية الترويج في القطاع السياحي والفندقي والدور الذي يلعبه في ترويج الثروات السياحية والفندقية وخاصة فنادق ولاية الخرطوم "عينة البحث"، واستخدم المنهج الوصفي ، واشتملت العينة على عدد من السائحين ، ومن أهم النتائج ان هنالك علاقة عكسية بين رضا السائحين عن الخدمات السياحية وتكرار الزيارة ، هنالك علاقة طردية بين مدة الإقامة ورضا السائحين عن الخدمات السياحية والفندقية ، هنالك علاقة عكسية بين رضا السائحين عن الخدمات والمستوى التعليمي للسائحين .

إجراءات البحث :

منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لمناسبته لطبيعة البحث .

مجتمع وعينة البحث :

تم اختيار مجتمع من المنشآت السياحية بجمهورية مصر العربية وهي كائنة في (الفيوم - الجيزة - القاهرة - شرم الشيخ - الغردقة - الأقصر - الإسكندرية - بورسعيد - العلمين)، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية وبلغ عددها (١٠) منشأة، وبلغ حجم العينة (٥٠٠) فرد من المترددين على المنشآت السياحية مجتمع البحث بالإضافة إلى عدد (٥٠) فرد لإجراء المعاملات العلمية لتقنين استمارة جمع البيانات قيد البحث .

أدوات جمع البيانات :

- المقابلة الشخصية .
- استمارة استبيان وضع إستراتيجية الترويج السياحي في ضوء معايير الجودة بجمهورية مصر العربية من إعداد الباحث .

الدراسة الاستطلاعية :

أجريت بهدف إجراء المعاملات العلمية (الصدق والثبات) لاستمارة الاستبيان قيد البحث من ١/٣ - ١٥/٣/٢٠١٥م وكانت النتائج كما يلي :

في الصدق : وجود دلالة لمعامل الاتساق الداخلي لجميع عبارات محاور استمارة الاستبيان عند مستوي معنوية ٠.٠٥ . وبلغ عدد عبارات الاستبيان (٣٩) عبارة .

وفي الثبات : بلغ الثبات الكلي (٠.٨٢) بطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان وبراون لاستمارة الاستبيان.

الدراسة الأساسية

تم تطبيق معايير الجودة على عينة البحث والبالغ عددها (٥٠٠) فرد من الممارسين للترويج السياحي المقدم من المنشآت السياحية مجتمع البحث وذلك في الفترة من ٢٠١٥/٣/٢٢م إلى ٢٠١٥/٦/٢٨م وبعد الانتهاء من تطبيق الاستمارة تم جمعها وتنظيمها وتفرغ البيانات لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة .

عرض ومناقشة النتائج:

جدول (١)

مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين لمتغيرات رسالة الترويج السياحي والقيادة والإدارة والمترددين على الأماكن السياحية
ن = ٥٠٠

المتغير	م	العبارات	مناسب	إلى حد ما	غير مناسب	الدرجة المقدره	النسبة المئوية
رسالة الترويج السياحي	١	الترويج السياحي	٣٦٠	٩٠	٥٠	٤٣٦.٦٧	%٨٧.٣٣
	٢	نص الرسالة	٣١٠	١٥٠	٤٠	٤٢٣.٣٣	%٨٤.٦٧
	٣	تحديث رسالة الترويج السياحي	٣٠٠	١٤٠	٦٠	٤١٢.٣٣	%٨٢.٤٧
	٤	الأهداف / الإستراتيجية	٢٩٠	١٦٠	٥٠	٤١٣.٣٣	%٨٢.٦٧
القيادة والإدارة	١	الهيكل التنظيمي للمؤسسة السياحية	٢٩٠	١٦٠	٥٠	٤١٣.٣٣	%٨٢.٦٧
	٢	اختيار القيادة للمؤسسة السياحية	٣٢٠	١٦٠	٢٠	٤٣٣.٣٣	%٨٦.٦٧
	٣	فعالية السياسات والنظم والممارسات داخل الترويج السياحي	٢٥٠	١٥٠	٥٠	٣٦٦.٦٧	%٧٣.٣٣
	٤	مدى الاستجابة لتغيير الأولويات والاحتياجات الناشئة	٢٣٠	١٨٠	٩٠	٣٨٠.٠	%٧٦
	٥	مساهمة أنشطة التحسين / لتعزيز الحديثة في الأهداف والخطط الإستراتيجية	٢٠٠	١٨٠	١٢٠	٣٦٠.٠	%٧٢
	٦	مراجعة أثر خطة تحسين الترويج السياحي	٢٤٠	١٦٠	١٠٠	٣٨٠.٠	%٧٦
المترددين على الأماكن السياحية	١	يتم توزيع المترددين على الأماكن السياحية حسب مؤهلاتهم الأكاديمية	٢٣٠	١٨٠	٩٠	٣٨٠	%٧٦
	٢	مدى تحقيق البرامج الترويجية المقدمة للأهداف المترددين	٢٦٠	١٦٠	٨٠	٣٩٣.٣٣	%٧٨.٦٧
	٣	الأماكن السياحية تعمل على تنمية قدرات المترددين	٢١٠	١٩٠	١٠٠	٣٧٠	%٧٤
	٤	يطلب المترددين المعاونة من الترويج السياحي لاستيفاء احتياجاتهم	٢٧٠	١٥٠	٨٠	٣٩٦.٦٧	%٧٩.٣٣
	٥	تتم مراجعة السياسات المطبقة لتنمية قدرات المترددين على الأماكن السياحية	٢٢٠	٢٠٠	٨٠	٣٨٠	%٧٦

يوضح جدول (١) ان تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير رسالة الترويج السياحي قد تراوح ما بين (%٨٢.٤٧ : %٨٧.٣٣) ، أن تطبيق في مبادئ إدارة الجودة الشاملة ، ومن

وجهة نظر القيادة والإدارة قد تراوح ما بين (٧٢% : ٨٦.٣٣%) ، ومن وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية قد تراوح ما بين (٧٤% : ٧٩.٦٧%) ، ما يدل على ان الأماكن السياحية يجب ان تحقق الجودة الشاملة في هذا المحور من وجه نظر عينة البحث ، ويرى الباحث هذه النتائج قد ترجع إلى تشابه درجة تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة كبيرة في متغير رسالة الترويج السياحي .

وتتفق هذه النتائج مع ما يشير إليه فريد زين الدين (١٩٩٦م) إن وضع الأهداف والانطلاق من التركيز على العملاء وتحقيق رسالة المنظمة والتأكيد على شمولية التطبيق والواقعية -توصيل وتوضيح الأهداف لجميع العاملين بالمنظمة وربط الأهداف العامة بالأهداف والطموحات الفردية ونشر الأهداف والسياسة وتحديد أهداف فرعية لكل المستويات وترجمة الأهداف إلى ممارسات وأفعال توجيه جهود التحسين بحيث تتوافق مع تحقيق أهداف المنظمة (١١ : ٢٧) .

كما تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة كل من محمد عبد الله (٢٠٠٢م) وروجرز ، كولين ، جروف ، Rodgera & Colen & Grove (١٩٩٨م) والتي خلصت إلى ان تطبيق الجودة الشاملة يعمل على تطوير التدريب للكوادر كما ان الجودة الشاملة تساعد على رضا العاملين ، وضرورة الأخذ بالأساليب الإدارية الحديثة ومنها أسلوب إدارة الجودة الشاملة (١٤) (٣٩) .

وتشير اللجنة القومية لضمان الجودة والاعتماد ٢٠٠٨م إلى انه من الضرورة نشر ثقافة الجودة ، بما في ذلك المساهمة في الأبحاث والأنشطة العلمية وخدمة المجتمع ، والتشجيع على تحسين المعايير ومستوى جودة فرص التعلم؛ وتيسير تطوير وتطبيق معايير مرجعية قومية مع الأخذ في الاعتبار المعايير العالمية، ودعم المؤسسات في تطوير نظم ضمان الجودة الداخلية الخاصة بكل مؤسسة . وستقوم أيضاً الهيئة بإنشاء نظام لمراجعة المؤسسات والنظر في اعتمادها بغرض منح شهادات الاعتماد للمؤسسات التي تستوفي الضوابط (١٧ : ١٩٥) .

جدول (٢)

مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير البرامج الترويجية والمعايير القياسية للأماكن السياحية
ن = ٥٠٠

المتغيرات	م	العبارات	مناسب	إلى حد ما	غير مناسب	الدرجة المقدره	النسبة المئوية
البرامج الترويجية	١	البرامج الترويجية تتناسب مع المترددين على الترويج السياحي	٢٦٠	١٧٠	٧٠	٣٩٦.٦٧	٧٩.٣٣%
	٢	عدد الخدمات البيئة وتنمية المجتمع المتاحة	٢٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	٨٠%
	٣	عدد المترددين المسجلين في كل برنامج	٢٩٠	١٦٠	٥٠	٤١٣.٣٣	٨٢.٦٧%
	٤	إطار عمل البرامج الترويجية	٢٤٠	١٨٠	٨٠	٣٨٦.٦٧	٧٧.٣٣%
	٥	عدد الساعات المعتمدة في كل برنامج	٣٠٠	١٢٠	٨٠	٤٠٦.٦٧	٨١.٣٣%
	٦	التدريب باستخدام البرامج الترويجية	٣٢٠	١٤٠	٤٠	٤٢٦.٦٧	٨٥.٣٣%
المعايير القياسية للأماكن السياحية	١	المعايير القياسية للمنشآت السياحية تتناسب مع المعايير القياسية المرجعية للجودة	٢٦٠	١٥٠	٩٠	٣٩٠	٧٩%
	٢	يتم تقييم المترددين طبقا للمعايير القياسية للجودة	٢١٠	١٩٠	١٠٠	٣٧٠	٧٤%
	٣	استمرار المترددين على المنشآت السياحية ومدى تقدمهم	٢٨٠	١٥٠	٧٠	٤٠٣.٣٣	٨٠.٦٧%
	٤	انجاز المترددين متضمنا المعايير القياسية للمؤسسة السياحية	٢٢٠	١٨٠	١٠٠	٣٧٠.٣٣	٧٤.٦٧%
	٥	التقويم الخارجي لجودة الأداء والمعايير القياسية للأماكن السياحية التي يحققها الترويج السياحي	٢٠٠	٢١٠	٩٠	٣٧٠	٧٤%

يوضح جدول (٢) أن تطبيق في مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير البرامج الترويجية قد تراوح ما بين (٧٧% : ٨٥.٣٣%) ما يدل على ان الأماكن السياحية تحقق الجودة الشاملة في هذا المحور

كما يوضح جدول (٢) أن تطبيق في مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير المعايير القياسية للأماكن السياحية قد تراوح ما بين (٧٤% : ٨٠.٦٧%) ما يدل على ان الأماكن السياحية تحقق الجودة الشاملة في هذا المحور ، ويرى الباحث هذه النتائج قد ترجع إلى تشابه درجة تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة كبيرة في متغير المعايير القياسية للأماكن السياحية .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات والبحوث التربوية والتي قامت بها بعض الدول العربية ، بحيث تتناول جميع الجوانب المختلفة لمدخلات العملية الترويجية ، وتسعى لتحقيق مبدأ الجودة الشاملة ، ويمكن تطبيقها على قطاعات مختلفة ومتطورة ، وقد حرص القائمون على وضع هذه المعايير أن تستند على الجانب الأخلاقي ، وتراعى عادات المجتمع وسلوكياته . وتشمل المعايير مجالات المدرسة الفاعلة كوحدة متكاملة ، والمعلم كمشارك أساسي في العملية الترويجية ، والإدارة المميزة ، ومشاركة المجتمع حيث تسهم المدرسة في خدمة المجتمع المدني ويقوم المجتمع بدوره بتقديم الدعم للمدرسة مادياً وخدمياً وإعلامياً (٣٥) (٥).

جدول (٣)

مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على
الأماكن السياحية لمتغير إدارة الجودة
ن = ٥٠٠

م	العبارات	مناسب	إلى حد ما	غير مناسب	الدرجة المقدره	النسبة المئوية
١	رؤية البرامج الترويجية لتنشيط السياحة في جمهورية مصر العربية	٢٢٠	٢٠٠	٨٠	٣٨٠	٧٦%
٢	مدى تطبيق سياسات الترويج السياحي	٢٥٠	١٦٠	٩٠	٣٨٦.٦٧	٧٧.٣٣%
٣	مدى التفاعل مع مجموعة المترددين لاكتساب ثقة المجتمع في الخدمة البيئة وتنمية المجتمع بها	٣١٠	١٦٠	٣٠	٤٢٦.٦٧	٨٥.٣٣%
٤	مدى فعالية نظام المراجعة الداخلية لضمان الجودة	٢٣٠	٢٠٠	٧٠	٣٨٦.٦٧	٧٧.٣٣%
٥	القضايا التي تطرأ من خلال أى تقرير مراجعة خارجية	٢٨٠	١٦٠	٦٠	٤٠٦.٦٧	٨١.٣٣%
٦	مراجعة آخر خطة تعزيز / الخطة لتنفيذية لتحسين جودة الترويج السياحي	٢٣٠	١٥٠	١٢٠	٣٧٠	٧٤%
٧	خطة العمل بالأماكن السياحية	٢٩٠	١٧٠	٤٠	٤١٦.٦٧	٨٣.٣٣%

يوضح جدول (٣) أن تطبيق في مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير إدارة الجودة قد تراوح ما بين (٧٤% : ٨٥.٣٣%) ما يدل على ان الترويج داخل الأماكن السياحية تحقق الجودة الشاملة في هذا المحور .

وتتفق هذه نتائج مع نتائج دراسة سعيد محمد الشيمى (٢٠٠٠م) في أن الفرد هو أداة تنفيذ السياسات التي تقرها الإدارة العليا لذلك يجب اشتراكه في تحمل عبء مسئولية في التطوير وإشراك العاملين أيضا في اتخاذ القرارات لذلك فهو يرى أن يتبنى مدخل الجودة الشاملة لحل المشاكل من خلال مفهوم التحسين المستمر والذي يشترك في تنفيذه جميع أعضاء المؤسسة من مديري وقوى عاملة و عملاء من خلال التفاهم الكامل للعمل بالمؤسسة ، وهذا يتطلب الاعتماد على جهاز

كفاء للمعلومات ، وهذا يتطلب أحداث تغييرات ملائمة في الهيكل التنظيمي لإمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في جميع وحدات العمل والخدمات المساعدة في كافة الوظائف والإدارات (٦) .

وتتفق هذه النتائج مع ما يشير إليه سلامة عبد العظيم حسين (٢٠٠٥م) ان مسؤولية الإدارة في تحقيق الجودة الشاملة وأن ٨٠% من المشاكل تنشأ بسبب الإدارة ومن ثم فإن العلاج لهذه المشكلة يأتي من خلال الإدارة نفسها خاصة فئة الإدارة العليا حيث أن المؤسسات تعكس مقاييس قاداتها لذلك نجد أن متطلبات التحسين المستمر وتحقيق الجودة يتمثل في الإيمان والافتتاع الراسخ من جانب الإدارة العليا بأهمية الجودة ، والتعهد بفهم وتطبيق الجودة الشاملة وان تكون لديهم القدرة على تحمل المسؤولية لعمل ذلك (٧) .

كما تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة نعمان الموسوي (٢٠٠٣م) في ان ضرورة ربط السلطة بالمسؤولين ووضع سلطة القرار في الفصل كانت جزءا من فلسفة الإدارة لدى عديد من القادة في الدول المتقدمة . هناك تغير في ميزان المركزية واللامركزية في الإدارة (١٦) .

ويتفق كل من معروز جابر علاونه (٢٠٠٤م) وسلامة عبد العظيم حسين (٢٠٠٥م) ان إدارة الجودة تسعى للتحسن المستمر التدريجي بعد تحديد وفهم إمكانيات كل فرد والعمل الدءوب على تحسينها وتطويرها وتسعى الجودة الشاملة إلى ترسيخ التعاون والعمل الجماعي حيث تشارك كل تلميذة بأفكارها بحرية من خلال عمليات العصف الفكري وطرح البدائل المتعددة لحل مشكلة معينة وإنها تهيئ التلاميذ لأسلوب حل المشكلات حتى تتمكن من نقل أثر التعلم من داخل المدرسة إلى حياتها العملية في المجتمع الذي يعيش فيه ، حيث يركز المعلمين والمعلمات في الأنشطة الصفية على مشكلات واقعية تعيشها التلاميذ بالفعل ، ويؤكد أسلوب إدارة الجودة الشاملة على تعليم التلاميذ كيف تتعلم وممارسة التعلم الذاتي في اكتساب المهارات المختلفة حتى تكتسب وتدرك ان التعلم عملية مستمرة مدى الحياة تمشيا مع طبيعة العصر الذي نعيشه (١٥ : ٨١) ، (٧ : ١٢٥)

جدول (٤)

مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير مشاركة المجتمع وخطط التطوير السياحية ومقترحات تحسين عملية المراجعة والتقارير ن = ٥٠٠

المتغيرات	م	العبارات	مناسب	إلى حد ما	غير مناسب	الدرجة المقدره	النسبة المئوية
مشاركة المجتمع	١	مساهمة المجتمع المحلي والمجتمع ككل	٢١٠	٢٠٠	٩٠	٣٧٣.٣٣	٧٤.٦٧%
	٢	تقويم المستخدمين النهائيين لجودة الترويج السياحي	٢٣٠	١٨٠	٩٠	٣٨٠	٧٦%
	٣	مراجعة آخر التوصيات لتعزيز الترويج السياحي	٢٧٠	١٨٠	٥٠	٤٠٦.٦٧	٨١.٣٣%
	٤	خطة لعمل التنفيذية	٢٦٠	٢٠٠	٤٠	٤٠٦.٦٧	٨١.٣٣%
خطط التطوير السياحية	١	توجد خطط التطوير السياحية	٢٩٠	١٦٠	٥٠	٤١٣.٣٣	٨٢.٦٧%
مقترحات تحسين عملية المراجعة والتقارير	١	توجد مقترحات لتحسين عملية المراجعة والتقارير بالترويج السياحي متضمنة فعالية نماذج ودليل الارشادي	٣٠٠	١٥٠	٥٠	٤١٦.٦٧	٨٣.٣٣%

يوضح جدول (٤) ان تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير مشاركة المجتمع قد تراوح ما بين (٧٤.٦٧% : ٨١.٣٣%) ما يدل على ان عينة البحث ترى ان الأماكن السياحية يجب

ان تحقق الجودة الشاملة في هذا المحور ، ويرى الباحث هذه النتائج قد ترجع إلى ضرورة اعتماد الأسلوب الإداري في الأماكن السياحية على معايير الجودة .

وتتفق هذه النتائج مع ما جاءت به دراسة نعمان الموسوي (٢٠٠٣م) بان إدارة الجودة الشاملة الواجب تطبيقها في مؤسسات التعليم العالي تنحصر بثينة متطلبات الجودة ومتابعة العملية التعليمية وتطوير القوي البشرية وخدمة المجتمع ، وكما تتفق أيضا جزئيا مع نتائج دراسة خالد الزامل (٢٠٠٠م) في أن هناك جزء من المنظمات السعودية تطبق مفاهيم إدارة الجودة الشاملة وجزء آخر يحاول تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة فيها (١٦)(٤).

كما يوضح جدول (٤) أن تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير خطط التطوير السياحية قد بلغت (٨٢.٦٧%) ما يدل على ان الأماكن السياحية تحقق الجودة الشاملة في هذا المحور ، ويرى الباحث هذه النتائج قد ترجع إلى تشابه درجة تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة كبيرة في متغير خطط التطوير السياحية .

حيث تمثل إدارة الجودة الشاملة الأسس والقواعد التي تستند إليها المنظمات في توجيه وتحسين مسارات العمل وتطوير اتجاهاته بالأساليب العلمية والإحصائية والقدرات والمهارات البشرية ، داخليا بتلبية حاجات المتعاملين معها الحالية والمرتبقة ، وخارجياً بتجويد المواد والمستلزمات والخدمات التي تتطلبها المنشأة في إطار تتكامل وتتناسق فيه الجهود لتطوير وتحديث نظم ووسائل الإدارة وتكنولوجية العمل باستمرار (١٢ : ٧٩) ، (٣٥ : ١٢٠) .

كما يتفق كل من لاجان ، باتريك ، ويليام Lagan & Batrek & Williame (١٩٩٨م) و إبراهيم نزيه (٢٠٠٤م) على أهمية التدريب والتأهيل للقيادات فهي من العوامل الهامة لتحقيق أهداف الجودة الشاملة (٣٦) (١ : ١٢٤) .

وكما يوضح جدول (٤) أن تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير مقترحات تحسين عملية المراجعة والتقارير قد بلغ (٨٣.٣٣%) ما يدل على ان الأماكن السياحية تحقق الجودة الشاملة في هذا المحور ، ويرى الباحث هذه النتائج قد ترجع إلى تشابه درجة تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة كبيرة في متغير مقترحات تحسين عملية المراجعة والتقارير .

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة ماكدوناند ، دينيس Mac Donand & Deness (١٩٩٦م) والتي خلصت إلى وجود خمسة عوامل يجب مراعاتها عند تطبيق الجودة الشاملة في القطاع العام ومؤسسات الخدمة ، التركيز على تحسين العمليات ، التحديد النوعي للجودة ، المشاركة في اتخاذ القرار ، الاعتماد على النتائج التزام الإدارة العليا (٣٧)

الاستخلاصات :

- ١ . تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير رسالة الترويج السياحي تراوح ما بين (٨٢.٤٧% : ٨٧.٣٣%) .
- ٢ . تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير القيادة والإدارة تراوح ما بين (٧٢% : ٨٦.٣٣%)
- ٣ . تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية تراوح ما بين (٧٤% : ٧٩.٦٧%) .
- ٤ . تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير البرامج الترويجية تراوح ما بين (٧٧% : ٨٥.٣٣%)
- ٥ . تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير المعايير القياسية للمؤسسة السياحية تراوح ما بين (٧٤% : ٨٠.٦٧%)

٦. تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير إدارة الجودة الترويج السياحي تراوح ما بين (٧٤% : ٨٥.٣٣%)
٧. تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير مشاركة المجتمع تراوح ما بين (٧٤.٦٧% : ٨١.٣٣%)
٨. تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير خطط التطوير السياحية بلغ (٨٢.٦٧%)
٩. تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير مقترحات تحسين عملية المراجعة والتقارير بلغ (٨٣.٣٣%)

التوصيات :

- زيادة الوعي الترويجي السياحي لدى القائمين على المنشآت السياحية.
- زيادة اهتمام المنشآت السياحية بمتطلبات الترويج السياحي وإنشاء مراكز ترويجية سياحية بها .
- الاهتمام بالإمكانات الترويجية السياحية داخل المنشآت السياحية.
- إعطاء المترددين على الأماكن السياحية فرصة المشاركة في اتخاذ القرارات الهامة من خلال آرائهم وتقييمهم للترويج السياحي المشاركين به .
- مراعاة تناسب أعداد المترددين على الأماكن السياحية مع الخدمات الترويجية السياحية والإمكانات المناسبة .

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

١. إبراهيم نزيه : تطبيق أسلوب الفجوة في قياس جودة الخدمة بمراكز الشباب، رسالة دكتوراه، القاهرة ،جامعة حلوان ،كلية التربية الرياضية بالهرم ،٢٠٠٤م.
٢. أحمد الفاضل : مدى الرضا عن أنشطة وقت الفراغ الترويجية لدى مرتادي مركز الأمير سلمان الاجتماعي، إنتاج علمي، مجلة بحوث التربية الرياضية الشاملة، جامعة الزقازيق، كلية التربية الرياضية للبنات، ٢٠٠٢م
٣. إيهاب محمد عثمان فقيري (٢٠١٠م) ترويج الخدمات السياحية والفندقية وإمكانية تطويرها في ولاية الخرطوم ٢٠٠٥-٢٠٠٨ ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة شندى ، الخرطوم
٤. خالد الزامل : (٢٠٠٠): مفهوم إدارة الجودة الشاملة في المملكة العربية السعودية ، ورقة مقدمة للمؤتمر السادس للتدريب والتنمية الإدارية ، القاهرة ، ١٩- ٢١ ابريل ٢٠٠٠ .
٥. دينا كمال محمود عوض الله : ٢٠٠٥م "إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتطوير البرامج الرياضية في التلفزيون المصري" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات بالقاهرة ، جامعة حلوان .
٦. سعيد محمد الشيمي : ٢٠٠٠م ، قضايا إدارة الجودة الشاملة في ثقافة مديري شركات قطاع الأعمال العام ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة .
٧. سلامة عبد العظيم حسين : ٢٠٠٥م ، الاعتماد وضمان الجودة في التعليم ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة .
٨. سيد عبد الحميد : أساليب الجذب في بعض المؤسسات الترويجية الاستثمارية ، رسالة ماجستير ، جامعة حلوان ،كلية التربية الرياضية بالهرم ،٢٠٠٣م.

١. عدله عيسى ، وخليفة بهبهاني : "تقويم المراكز الرياضية الترويحية النسائية بدولة الكويت" ، إنتاج علمي، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضية، العدد التاسع عشر، جامعة حلوان، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، يوليو ٢٠٠٠م.
٢. على السلمي : ٢٠٠٢م ، إدارة التميز , نماذج وتقنيات الإدارة في عصر المعرفة , دار غريب للطباعة القاهرة .
٣. فريد زين الدين : ١٩٩٦م , " المنهج العلمي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات العربية " مصر , جامعة الزقازيق .
٤. مأمون الداروكة ، وآخرون : ٢٠٠١م ، إدارة الجودة الشاملة ، دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان
٥. محمد السمودي : الترويج وأوقات الفراغ، المنصورة ، مطبعة الفرسان ، ٢٠٠١م ، المنصورة .
٦. محمد عبد الله محمد عبد الله : ٢٠٠٢م " تطوير كليات التربية في ضوء مدخل إدارة الجودة الشاملة" ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية ، جامعة الزقازيق .
٧. معزوز جابر علاونه : ٢٠٠٤م مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في الجامعة العربية الأمريكية ، ورقة علمية أعدت لمؤتمر النوعية في التعليم الجامعي المصري الذي عقده برنامج التربية ودائرة ضبط النوعية ، جامعة القدس المفتوحة في مدينة رام الله في الفترة
٨. نعمان الموسوي : ٢٠٠٣م تطوير أداة لقياس إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي ، المجلة التربوية ، ع(٦٧) ، ص: ٨٩-١١٨
٩. وزارة التعليم العالي : ٢٠٠٨م دليل الاعتماد وضمان الجودة في التعليم العالي جمهورية مصر العربية.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

10. F Felkel itness – studios als Erlebniswelten . In : A. Hermanns & F.Riedmüller (Hrsg) : Management – Handbuch sport – Marketing Munchen , s . 147 – 157 , 2001 .
11. Kaiser , S. Struktur und Entwicklung kommer-zieller sport an bieter an Beispiel der Stadt kolim . In : Hoych , H . , (Hrsg.) : Finanzierung der sport , Aachen , 2002 .
12. Lagan & Patrick & William. 1998 : Astudy -' of the use of teams in the Total Quality Management process as Implemented Through finance and university services at the university of (IOWA). PHD ; The university of low A .
13. Mac Donand & Deness - J. 1996 : Total Quality Management: Acase study of the cherry Hill public schools, cherry hill, New Jersey. EDD, Columbia university teachers college.
14. Rodgeras & Colin & Grove. 1998 : Teacher perceptions of total Quality Management practices in Elementary schools. EDD; Arizona state university .
15. Wiedmer, T., and Harris, V. 1997, "Implications of Total Quality Management in Education". The Educational Forum, 61 (Summer), 314-318..

الملخص باللغة العربية

وضع استراتيجية للترويج السياحي في ضوء معايير الجودة بجمهورية مصر العربية.
محمد عمر عبد الرسول عبدالله

يهدف البحث الى وضع إستراتيجية للترويج السياحي في ضوء معايير الجودة بجمهورية مصر العربية ، استخدم الباحث المنهج الوصفي ، وبلغ حجم العينة (٥٠٠) فرد من المترددين على المنشآت السياحية ، ومن أهم النتائج الاستخلاصات تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المترددين على الأماكن السياحية لمتغير رسالة الترويج السياحي تراوح ما بين (٨٢.٤٧% : ٨٧.٣٣%) ، ولمتغير القيادة والإدارة تراوح ما بين (٧٢% : ٨٦.٣٣%) ، ولمتغير البرامج الترويجية تراوح ما بين (٧٧% : ٨٥.٣٣%) ولمتغير المعايير القياسية للمؤسسة السياحية تراوح ما بين (٧٤% : ٨٠.٦٧%) ولمتغير إدارة الجودة الترويج السياحي تراوح ما بين (٧٤% : ٨٥.٣٣%) ، ولمتغير مشاركة المجتمع تراوح ما بين (٧٤.٦٧% : ٨١.٣٣%) ولمتغير خطط التطوير السياحية بلغ (٨٢.٦٧%) ولمتغير مقترحات تحسين عملية المراجعة والتقارير بلغ (٨٣.٣٣%) ، ومن أهم التوصيات زيادة الوعي الترويجي لدى المترددين على الأماكن السياحية وتوضيح دورها في العملية الترويجية وزيادة الاهتمام بمتطلبات المجتمع المحلي وإنشاء مراكز خدمة أخرى التابعة لها ، والاهتمام بالبيئة وأساليب التواصل والتوصيل..

Establishing a Tourism Recreational Strategy in The Highlight of Quality Norms in the Arab Republic of Egypt.**Mohamed Omar Abdelrasoul Abdullah**

The research aims to establishing a tourism recreational strategy in the high light of Quality norms in the Arab Republic of Egypt .

The sample was (500) from the tourism institutions visitors, the most important results was applying the overall quality management principles from the visitors view on the tourism places.

for the tourism recreational mission variable was between (82.47%:87.33%)

The leadership and management variable was between (72%-86.33%)

The recreation program variable was between (74%:80.67%)

The quality management of tourism recreation variable was between(74%:85.33%)

The communication participation variable was between (74.67%:81.33%)

The tourism development plans variables was (82.67%)

The suggested reports, revision process improvement variable was(83.33%)

The most important recommendations was: to increase recreation awareness with tourism places visitors ,clarifying its role in the education process, increase interest in the requirements of the local community , institute other service centers in different Give attention to environment within the university and contacts &communication ways..