

# تنوع المنتج السياحي الترويجي في محافظاتى البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره فى تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة الى جمهورية مصر العربية

د. رأفت عبد الرؤوف محمد أحمد بكرى \*

## مقدمة البحث :-

مما لا شك فيه أننا فى العصر الحالى نعيش ثورة تغييرات فى شتى مناحى الحياة المختلفة التكنولوجية والاقتصادية والسياسية، مما أضفى على هذا العصر صبغة الانتقال والتحديات الكبيرة، ولم تكن السياحة كصناعة بمعزل عن هذه التغييرات والتطورات؛ بل هى فى معظم الأحيان تكون أكثر من غيرها متأثرة بهذه التغييرات.

كل هذا جعل الإنسان يعيش حالة من التوتر والضغط العصبى والنفسى الدائم، وذلك فى سعيه وراء مواكبة تقاليد العصر؛ مما أدى إلى ظهور صيحة عالمية تنادى بالسفر من أجل التنفيس عن الذات، تتوازى مع التقدم الهائل فى ثورة الاتصالات أو تكنولوجيا المعلومات؛ مما أحدث تغييراً نمطياً فى اتجاهات الطلب على السياحة الترويجية الوافدة ونوعها ودوافعها والعوامل التى تؤثر فيها فى العصر الحديث، و أيضاً فى تنوع المنتج السياحي الترويجي الذى يطلبه السائح الجديد الذى تميز بالاتجاه إلى مناطق تتميز بالنقاء البيئى والتميز الطبيعى بعيداً عن حياة المدنية الصعبة المزدحمة والملئية بالتلوث، وتجربة معايشة المجتمعات الأخرى ذات الموقع الفريد والمناخ المتميز بالإضافة الى التراث التاريخي والحضاري وهو ما يتميز به ويقدمه قطاع البحر الأحمر وجنوب سيناء.

\* مدرس بقسم الترويج الرياضى - كلية التربية الرياضية - جامعة دمياط .

نجد أن السياحة في العصر الحديث تشتمل على العديد من الأنماط السياحية كالسياحة الترويحية بأنشطتها المختلفة من الاستجمام والاسترخاء والسفاري والسباحة إلى السياحة الثقافية والرياضية والعلاجية وسياحة المعاقين والتسوق والسياحة الفضائية والالكترونية وسياحة السفاري والمغامرات وسياحة الحوافز بالإضافة إلى ظهور نمط السياحة البيئية بشكل واسع. ولما كان للسياحة الترويحية صناعة مردود اقتصادي وثقافي مهم؛ باعتبارها صناعة تصديرية وخدمية، مما جعلها نبراسا للدول المتقدمة والنامية علي حد سواء مما دفعها للاهتمام بها، وتقديم العوامل التي تؤدي إلى تنشيطها.

تعد السياحة الترويحية من أقدم أنماط السياحة في العالم، وتشير الدراسات إلى ان هذا النوع من السياحة يسير بمعدل أسرع من الأنواع الأخرى في كثير من دول العالم ومنها مصر، إذ احتلت المركز الأول في ترتيب التعاقدات على أنواع السياحة، إذ بلغت ٦٥% تليها سياحة الحوافز ثم رجال الأعمال، كما أن هذا النوع من السياحة يحقق الدخل الأكبر للدول السياحية لارتباطها بنشاطات الطبقة الغنية في الغالب. (٥ : ٣٤)

وتعتبر السياحة الترويحية أغنى وأكثر أنواع السياحة انتشارا في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء، كما أنها تعد بديلا لتعويض خسائر أصحاب الفنادق، والمنشآت السياحية بشرم الشيخ والغردقة ومرسى علم وسفاجا ودهب ونوبيع وطابا، كما أنها محصلة للثراء ببيئة محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء، وذلك لتوافر البنية الأساسية التي تقع مراكزها المهمة في مناطق سهلة الاتصال، والمواصلات على السواحل أو بالقرب منها. (١٦)

ويتميز البحر الأحمر بمياهه الدافئة الصافية وشعابه المرجانية الممتدة على مساحات شاسعة من أعماق البحر وما تزخر به من كائنات حية وأسماك زاهية الألوان وحيوانات بحرية نادرة مثل عروس البحر والأحياء الأخرى كما أن هدوء المياه وصفائها وقلّة الأمواج كل هذا جعل للبحر الأحمر طبيعة مميزة ذات

سحر خاص حيث يمكن للسائح التمتع بالرياضيات المائية المختلفة كالألواح الشراعية التي تقام لها مسابقات دولية بمدينة الغردقة ورياضة صيد الأسماك وتقام لها مسابقات دولية ومحلية سنويا بالغردقة. كما تتميز المحافظة بالتجمعات المرجانية الفريدة في تنوعها وحجمها وجمالها وتنوع الحياة البحرية وهذا يعطى بعدا إضافيا لمغريات السياحة التي تعتمد على هذا المورد البيئي النادر والذي يجذب السائحين ومحبي الطبيعة لممارسة رياضة الغطس. للتمتع بالمناظر الخلابة التي تنفرد بها هذه البيئة البحرية في البحر الأحمر والتي يأتي إلى هذه الرياضة ( الغوص ) السائحين من مختلف أنحاء العالم ومن أهم شواطئها الغردقة ، العين السخنة، الجونة سفاجا، القصير، رأس غارب، مرسى علم، برنيس، حلايب، أما جنوب سيناء فهي تمتاز بجمال الطبيعة وما وهبها الله من شواطئ جميلة والتي تبلغ حوالى ٦٠٠ كم ذات رمال ناعمة ومياه دافئة تركوازية وتزخر بالعديد من الأحياء المائية النادرة والشعب المرجانية الفريدة وصالحة لممارسة الرياضات المائية المختلفة مثل الغوص، صيد الأسماك، الألواح الشراعية، التزلق على الماء ومن أهم شواطئها شرم الشيخ، رأس محمد، رأس سدر، دهب، نويبع، طابا، جزيرة فرعون، وادى فيران. (١٧) (٨)

وعلى الرغم من تعدد الفرص وتنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء؛ نجد أن هاتين المحافظتين لا يحصلان على نصيبهما من التنمية والتنشيط لأنماط السياحة الترويحية بهما وبالتالي لا يحصلان على القدر الكافى من حركة السياحة الترويحية الوافدة.

### **مشكلة البحث:**

إن الزيادة المضطردة في التقدم العلمى والتكنولوجى في العصر الحديث أدت الى شعور الانسان بالحاجة الى السفر واكتشاف أماكن وممارسة أنشطة جديدة في أحضان الطبيعة بعيداً عن المدنية بمظاهرها المختلفة وتعقيداتها المتعددة.

نتيجة لهذه الظروف الراهنة؛ ظهرت أنماطاً سياحية كثيرة تعتمد على البيئة وتجوب شرائح سوقية متنامية أهمها السياحة الترويحية مما دفع الكثير من الدول والمنظمات والقطاعات الخاصة العاملة في القطاع السياحي الى الاتجاه لتركيز جهودها التسويقية على رواد هذا النمط السياحي الهام ومحاولة تقديم منتج سياحي ترويحي متميز ومتنوع بما يتلاءم مع الطلب السياحي الحالي.

وتتميز محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء بالموقع الجغرافي المتميز والفريد والمناخ المعتدل والمتميز عنه في الدول الأجنبية المصدرة للسائحين هذا بالإضافة الى توافر المنشآت السياحية القادرة على استقبال هواة السياحة الترويحية بأنماطها المتعددة والمتنوعة، والموارد البشرية القادرة على قيادة هذا النمط السياحي الهام.

من هذا المنطلق وجد الباحث أن هناك أهمية لاتباع طرق تسويقية تعتمد على مقارنة الطلب الوافد والمتنوع على السياحة الترويحية مع ما يتوافر لدى المنشآت السياحية من منتج سياحي ترويحي مختلف والعمل على تنوع المنتج الترويحي حتى يستطيع جذب شرائح متنامية من الطلب السياحي الجديد وبالتالي الحصول على نصيب سياحي كبير وتحقيق شهرة سياحية كبيرة للمنشآت السياحية التي تتبع هذه الطرق.

مما سبق تتلخص مشكلة البحث في عدم وجود رؤية لتوصيف مقومات السياحة الترويحية لصياغة رسالة تسويقية فعالة للمنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء قائمة على الطلب السياحي الوافد وتقديره مما يحفزنا الى دراسة فرص تنوع المنتج السياحي الترويحي في هاتين المحافظتين ذات الأهمية الكبيرة في جمهورية مصر العربية ذلك التنوع الذي لم يحظى بالاهتمام الكافي باعتبارهما اهم محافظتين جاذبتين للسياحة الترويحية الوافدة؛ هذا الى جانب عدم توافر الدراسات التي تشير الى تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة

السياحة الترويحية في جمهورية مصر العربية وتناول ذلك التنوع بالوصف والتحليل لما له من أهمية كبيرة في تنمية وتخطيط السياحة الترويحية لهما وهذا ما أشارت إليه توصيات دراسة ثروت الديب (٢٠١٧)(٢) بضرورة تنوع المنتج السياحي الذي يقدم للسائحين.

### **أهمية البحث والحاجة إليه :**

يستمد البحث أهميته من الاعتبارين الآتيين :

- ١- عمل مسح للمنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء ورسم آلية لتنمية وتخطيط وتسويق المنتج السياحي الترويحي بها بما يتلائم مع اتجاهات السائحين القدامى والجدد.
- ٢- القيمة الاقتصادية والترفيهية لمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء بما يتضمنها من مناطق نظيفة تتميز بجودة طبيعتها ونقاء هواءها.

### **هدف البحث :-**

يهدف البحث إلي دراسة تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة الى جمهورية مصر العربية من خلال الإجابة على التساؤلات التالية :-

- ١- ما الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء؟
- ٢- ما مزيج خدمات السياحة الترويحية السياحية بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء؟
- ٣- ما طبيعة المنتج السياحي الترويحي المتوفر بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء؟

- ٤- هل توجد فروق ذات دلالة احصائياً بين رأى السائحين حول الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وفق متغير مستوى المنشأة السياحية (٤ نجوم - ٥ نجوم)؟
- ٥- هل توجد فروق ذات دلالة احصائياً بين رأى السائحين حول مزيج خدمات السياحة الترويحية السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وفق متغير الجنسية (روس - ألمان - إيطاليين - أوكران - بيلاروس - إنجليز - هولنديين - تشيكيين - سلوفاكيين - بولنديين)؟
- ٦- هل توجد فروق ذات دلالة احصائياً بين رأى عينة استبيان الخبراء/عاملين بهيئة تنمية السياحة/مستثمرين/ مديري منشآت سياحية حول طبيعة المنتج السياحي الترويحي المتوفر بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وفق المتغير الوظيفي ( خبراء سياحيين - عاملين بهيئة تنمية السياحة - مستثمرين في السياحة الترويحية - مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية ) بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء؟

### مصطلحات البحث :

#### المنتج السياحي Tourist product :-

مزيج من العناصر الملموسة وغير الملموسة مثل الموارد الطبيعية والثقافية والموارد البشرية، المعالم السياحية، المرافق والخدمات والأنشطة حول مركز اهتمام معين يمثل جوهر المزيج التسويقي ويتم تسعير المنتج السياحي وبيعه من خلال قنوات التوزيع ولديه دورة حياة.(١٨)

#### المنتج السياحي الترويحي Recreational Tourist product :-

مجموعة من الخبرات البدنية والصحية والنفسية والعقلية والاجتماعية والثقافية التي يحصل عليها السائح أثناء سفره الى وجهته السياحية وهو عبارة

عن مجموعة من العناصر المركبة حيث أنه مزيج من الخدمات المختلفة مثل الجذب السياحي والنقل والإقامة والترفيه التي توفر الرضا للسائح.\*

## **The Red Sea and South Sinai** محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء **-: Sinai Governorates**

محافظتين تقعان على شواطئ البحر الأحمر ويعتبران من أهم وأكثر المحافظات استقبالاً للسائحين الدوليين في جمهورية مصر العربية يتميزان بوجود المياه الصافية التي تصل الرؤية تحت سطحها الى أكثر من ٣٠ متراً بجانب أعلى قمم جبال في مصر وهي سلاسل جبال البحر الأحمر وأهم المدن بالمحافظتين مدينة شرم الشيخ، الغردقة، طابا، سفاجا، مرسى علم، رأس سدر، رأس غارب، دهب، العين السخنة، برنيس، القصير، الجونة، نويبع، سانت كاترين.(٨)

### **-: Activation** التنشيط

القيام بمختلف الأنشطة التي تهدف تنشيط وتوزيع وبيع السلع والخدمات لمشروع ما، وهو نوع من البيع غير الشخصي، وهدفه الأساسي زيادة المبيعات في المدى القصير وفي حدود معينة وفي منطقة جغرافية معينة.(٦: ١٢١)

### **-: Recreational Tourism Movement** حركة السياحة الترويحية

أهم أنواع الأنشطة السياحية في جمهورية مصر العربية والتي تجذب عدداً كبيراً من السائحين من مختلف دول العالم ومن أهم أنشطتها السباحة، الغوص، السفارى، الاستجمام، كرة الطائرة الشاطئية.(١٩)

### **Activation of Recreational** تنشيط حركة السياحة الترويحية

### **-:Tourism Movement**

أسلوب ترويجي ينطوى على محاولة استمالة مباشرة تحمل في ثناياها قيمة مضافة أو حافز للدعوى البيعية، من خلال وكلاء الشركات السياحية

ووكلاء السفر أو حتى السائحين المستهلكين لخدمات وأنشطة السياحة الترويجية بشكل يؤدي في النهاية الى بيع فوري لخدمات وأنشطة السياحة الترويجية" تعريف إجرائي"

### **الدراسات المرجعية :-**

قام عبد الحميد فتحى (٢٠٠٦م) (٦) بدراسة بعنوان " دراسة مسحية للأنشطة الترويجية في القرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر " بهدف التعرف على الأنشطة الترويجية المتوفرة بالقرى السياحية بمحافظة البحر الأحمر واستخدم الباحث المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن ٥٠ قرية سياحية، ٥٠٠ سائح، واستخدم الباحث تحليل المحتوى والوثائق، المقابلة الشخصية، الاستبيان كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج أن الأنشطة الترويجية تعد أحد أهم عوامل الجذب السياحي في القرى السياحية بمحافظة البحر الأحمر.

قام إيفون باتياك، ستيفان سموشينسكى (٢٠١٠م) (١٣) بدراسة بعنوان " الإتجاهات الدولية في السياحة الترويجية والعافية" السياحة قضية مشتركة (المنتجات السياحية البولندية)" بهدف التعرف على المشكلات التي تتم مواجهتها أثناء إنشاء وتشغيل المنتجات السياحية في بولندا وطرق حل هذه المشكلات، تحديد المنتج السياحي بشكل كامل، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن مجموعة من الخبراء في مجال السياحة واستخدم الباحثان الاستبيان والمقابلات الشخصية كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج أن تحديد وتنوع المنتج السياحي في بولندا يساهم في تطوير صناعة السياحة في بولندا.

قامت أميرة عبد الحميد (٢٠١١) (١) بدراسة بعنوان " دراسة مسحية للأنشطة السياحية بمحافظة الإسكندرية " بهدف عمل مسح للأنشطة السياحية



الترويحية المتوفرة بمحافظة الإسكندرية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن ٩٠ مسؤل، ٢٥ خبير في السياحة، ٨٣٢ سائح، واستخدمت الباحثة تحليل المحتوى والوثائق، المقابلة الشخصية، الاستبيان كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج أن الأنشطة الترويحية الأكثر توفراً لدى المسؤولين هي السباحة، تنس الطاولة، المضرب الخشبي، المشى، الجرى، ركوب الدراجات النارية ( البيتش باجى ).

قام فان فوري، إلمارى سلابرت (٢٠١١م) (٩) بدراسة بعنوان " دوافع السفر وسلوك السياح لمنتجع جنوب أفريقيا " بهدف التعرف على وتحديد سلوك السفر وتحديداً دوافع السفر للسياح الذين يزورون المنتجعات في جنوب أفريقيا واستخدم الباحثان المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن مجموعة من السائحين زوار المنتجعات السياحية في جنوب أفريقيا، واستخدم الباحثان الاستبيان والمقابلات الشخصية كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج أن الغرض الرئيسي من دوافع السفر هي الراحة والاسترخاء، وإثراء وتعلم الخبرات، والمشاركة في الأنشطة الترويحية المختلفة، واكتساب القيم الشخصية والتجارب الاجتماعية.

قام ميلوس كوسفيسكى، آخرون (٢٠١٣م) (١٥) بدراسة بعنوان " مزيج من منتجات السياحة الترويحية في مركز الكشافة في البلقان " بهدف تحديد نموذج لمزيج المنتج السياحي الترفيهي من مركز الكشافة البلقانية ، بناءً على تحليل وتقييم عناصر العرض وتحديد الطلب على محتوى برنامج معين، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن ١٠٠ سائح، واستخدم الباحثون الاستبيان، وكانت من اهم النتائج أن أهمية الموارد لتنفيذ المحتويات في مجال السياحة الترويحية، وإمكانية تنفيذ مزيج المنتجات الذي يشمل على مجموعة متنوعة من الأنشطة الترويحية.

قامت نفين جلال (٢٠١٤م) (٧) بدراسة بعنوان " التنمية السياحية في شبه جزيرة سيناء " مدينة طور سيناء " بهدف تنمية وتطوير مدينة الطور بشبه جزيرة سيناء، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في الدراسة ( الأسلوب المسحي، التحليلي )، وكانت الينة عبارة عن مجموعة من الخبراء، السائحين، والمسؤولين السياحيين داخل المدينة، واستخدمت الباحثة تحليل المحتوى والوثائق، المقابلة الشخصية، الاستبيان كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج ضعف خطط التنمية السياحية بطور سيناء، الإهمال السياحي من قبل الجهات المسؤولة، عدم تنوع خدمات السياحة الترويحية بها.

قام رأفت البكرى (٢٠١٥م) (٣) بدراسة بعنوان " استراتيجية لتفعيل الأنشطة الترويحية السياحية بجمهورية مصر العربية " بهدف وضع استراتيجية لتفعيل الأنشطة الترويحية السياحية بجمهورية مصر العربية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي في الدراسة ( الأسلوب المسحي، التحليلي )، وكانت العينة عبارة عن ١٤٨٥ سائح من ١٢ جنسية، و ٢٢٥ ممن يعملون بالأنشطة الترويحية السياحية، واستخدم الباحث تحليل المحتوى والوثائق، المقابلة الشخصية، الاستبيان كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج أن وكانت من اهم النتائج أن أنشطة السباحة، الغوص، الاسنوركلنج، الكرة الطائرة الشاطئية، تنس الطاولة، الجرى، المشى، الاستجمام على الشاطئ، النزهاء البحرية وإقامة الحفلات هي من اهم واكثر الأنشطة الترويحية المتوفرة في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء.

قام إيفا شيسرماس، كارولى بيتو (٢٠١٥م) (١١) بدراسة بعنوان " الإتجاهات الدولية في السياحة الترويحية والعافية" بهدف التعرف على توجهات الدول السياحية تجاه السياحة السياح الترويحية والعافية، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن مجموعة من الخبراء في مجال السياحة الترويحية والعافية، واستخدم الباحثان الاستبيان والمقابلات

الشخصية كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج أن محافظة تى السياحة الترويجية والعافية يحتاج الى المزيد من المعلومات والبيانات والموارد لتطوير الخدمات الترويجية وخدمات الصحة وجعلها جديرة بالثقة من قبل السائحين الوافدين.

قام محمود مستان، آخرون (٢٠١٥م) (١٤) بدراسة بعنوان " تقييم المؤشر الترويجي الشاطى لمنطقة السياحة الساحلية لـ ديجلان، كينجيران، ويساتا باهارى " بهدف مقارنة مؤشرات الترويج داخل الثلاث أماكن السياحية الساحلية المختلفة، واستخدام الباحثون المنهج الوصفى فى الدراسة، وكانت العينة عبارة عن مجموعة من السائحين بالثلاث شواطى، واستخدم الباحثون المقابلات الشخصية والاستبيان كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج هي التقييم المتوسط والمنخفض للسائحين للثلاث شواطى الناتج عن عدم الاستخدام الأمثل لها وعدم التطوير فى ادارتها النوعية، وأن الشواطى تحتاج الى تنشيط وإعادة هيكلة.

قام ثروت الديب (٢٠١٧م) (٢) بدراسة بعنوان " الآثار الاقتصادية والاجتماعية المصاحبة لمشكلات التنمية السياحية فى المجتمع المضيف ( دراسة ميدانية فى إقليم القناة (بورسعيد) ) " بهدف التعرف على الآثار الاقتصادية والاجتماعية المصاحبة لمشكلات التنمية السياحية فى المجتمع المضيف، واستخدام الباحث المنهج الوصفى فى الدراسة، وكانت العينة عبارة عن مجموعة من العاملين فى محافظة تى السياحة والفنادق، والقرى السياحية والفندقية، والعاملين فى الخدمات السياحية والفندقية، ومرشدين سياحيين وعلاقات عامة، وكانت من اهم النتائج أن أهمية تنوع المنتج السياحى بأشكاله المختلفة الذى يقدم للسائحين.

قام دونجو جو، آخرون (٢٠١٩م) (١٠) بدراسة بعنوان " استكشاف تصورات السائحين لتاثيرات السياحة " بهدف التعرف على آراء السائحين

لتأثيرات السياحة، واستخدام الباحثون المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن مجموعة من السائحين، واستخدم الباحثون المقابلات الشخصية والاستبيان كأدوات جمع للبيانات، وكانت من اهم النتائج هي ضرورة النظر في وجهات نظر السائحين تجاه السياحة من قبل مديري الوجهات السياحية.

### **إجراءات البحث :-**

#### **١- منهج البحث :**

استخدم الباحث المنهج الوصفي.

#### **٢- مجتمع البحث :**

يتحدد مجتمع البحث فى كلاً من السائحين الدوليين الوافدين الى جمهورية مصر العربية، خبراء السياحة، العاملين بهيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.

#### **٣- عينة البحث**

اختيرت بالطريقة العمدية العشوائية وبلغ قوامها (٢٦٨٣) من السائحين الدوليين الوافدين الى جمهورية مصر العربية ، (٥٨) من خبراء السياحة، العاملين بهيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء كعينة أساسية و (٦٥٥) من السائحين الدوليين الوافدين الى جمهورية مصر العربية و (٢٠) من خبراء السياحة، العاملين بهيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء كعينة استطلاعية.

توصيف (عينة السائحين) الخاصة باستبيان تنوع المنتج السياحي الترويجي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء  
وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية (ن=٢٦٨٣)

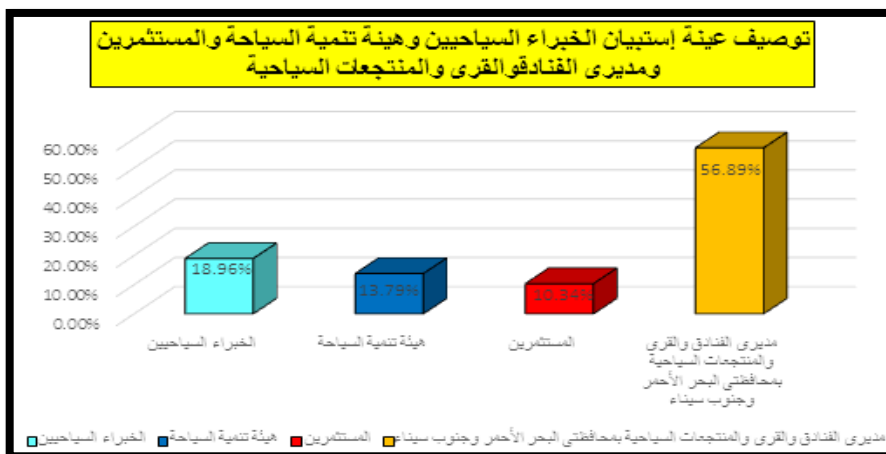
النسبة المئوية	عدد أفراد العينة	الجنسية										الفندق / القرية / المنتجع السياحي	م
		BEL	UKR	SLO	POL	CZE	ITA	NLD	UK	DE	RU		
٣.٤٨٪	٣٢٦	٣٠	٣٦	٧	٢٩	٢٤	٤٤	٣٦	٣٢	٥٨	٣٠	Stella Di Mare Grands Resort & Spa(SAFAGA) °*	-١
١.٥١٪	٢٨٣	٢٩	٢٨	٨	٣٢	١٠	٢٥	٢٩	٢٨	٦٧	٢٧	Stella Di Mare Beach Resort & Spa(SAFAGA) °*	-٢
٣.٨٤٪	٨٤	١٣	٢٣	٧	٦	٣	٤	٦	٦	٧	٩	Bella Vista Resort (HURGADA) £*	-٣
٣.٩٣٪	٨٦	٠	٥	٠	٠	٦	٩	١٢	١٨	٢٥	١١	Maritim Jolie Ville Royal Peninsula Hotel & Resort (SHARM ELSHEIKH) °*	-٤
٧.٨٣٪	١٧١	٩	١١	٨	٥	٦	٤٣	١٩	٢٣	٤٤	٣	Deep Blue INN (MARSA ALAM) £*	-٥
٤.٦٢٪	١٠١	٢	١٢	٧	٢٣	١٩	٦	٣	٩	٧	١٣	MinaMark Beach Resort (HURGADA) £*	-٦
٥.٦٣٪	١٢٣	٠	٣	٠	٠	٠	٥٤	١٨	٢٣	٢٥	٠	Albatros Sea World(MARSA ALAM) °*	-٧
٥.٧٢٪	١٢٥	١٢	١٤	٩	٨	٣	٢٨	٢٣	٣	٧	١٨	Hilton Sharks Bay Resort (SHARM ELSHEIKH) £*	-٨
٦.٢٧٪	١٣٧	٠	١٧	٦	٦	٩	١٤	٢١	٢٢	٢٩	١٣	Maritim Jolie Ville Golf & Resort(SHARM ELSHEIKH) °*	-٩
٦.٢٢٪	١٣٦	٧	١١	١٢	١١	١٢	١٩	١٤	١٣	١٨	١٩	Stella Di Mare Beach Hotel & Spa (SHARM ELSHEIKH) °*	-١٠
٤.٩٤٪	١٠٨	٣	٩	٦	٨	١٠	١٢	١٦	١٦	١٨	١٠	Pyramisa Beach Resort (SHARM ELSHEIKH) °*	-١١
١١.٠٣٪	٢٤١	١٢	١٥	١٥	١٤	١٣	٨١	١٨	٢٣	٢٩	٢١	Hilton Sharks Bay Resort (SHARM ELSHEIKH) £*	-١٢
٥.٢٢٪	١١٤	٨	١٤	١١	١٣	١٢	٩	٣	٩	١٣	٢٢	Mirage New Hawaii Resort (HURGADA) £*	-١٣
٤.٩٠٪	١٠٧	٤	٩	٦	٧	٨	٩	٣	٧	٢٠	٣٤	Seagull Beach Resort (HURGADA) £*	-١٤
٥.٠٨٪	١١١	٤	٩	٤	٣	٥	١٤	٦	٩	٣٥	٢٢	Sunny Days El Palacio Resort & Spa (HURGADA) °*	-١٥
٨.٠١٪	١٧٥	٨	١٩	١٣	١١	٨	٢٢	١٣	١٤	٥٥	١٢	Steigenberger Aldau Beach Hotel (HURGADA) °*	-١٦
٧.٣٧٪	١٦١	١٠	١٦	١١	١٦	١٦	٣٣	٣	٩	٣٦	١١	Strand Beach & Golf Resort Taba Heights (TABA) °*	-١٧
٤.٣٠٪	٩٤	٩	١٢	١٠	٩	١٠	١٢	٦	٦	١٢	٨	Tropitel Dahab Oasis (DAHAB) £*	-١٨
١٠٠٪	٢٦٨٣	١٦٠	٢٦٣	١٤٠	٢٠١	١٧٤	٤٣٨	٢٤٩	٢٧٠	٥٠٥	٢٨٣	الإجمالي	



## جدول (٢)

توصيف عينة الخبراء السياحيين وهيئة تنمية السياحة والمستثمرين ومديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية الخاصة باستبيان تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية (ن=٥٨)

م	عينة البحث	العدد	النسبة المئوية
١-	الخبراء السياحيين	١١	١٨,٩٦%
٢-	هيئة تنمية السياحة	٨	١٣,٧٩%
٣-	المستثمرين	٦	١٠,٣٤%
٤-	مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء	٣٣	٥٦,٨٩%
	الإجمالي	٥٨	١٠٠%



شكل (٢) يوضح توصيف عينة الخبراء السياحيين وهيئة تنمية السياحة والمستثمرين ومديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية الخاصة باستبيان تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية (ن=٥٨)

من الجدول (٢)، وشكل (٢) يتضح أن :

عدد أفراد العينة من الخبراء السياحيين وهيئة تنمية السياحة والمستثمرين ومديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بلغ (٥٨) فرد منهم (١١) من الخبراء السياحيين بنسبة مئوية (١٨،٩٦%) من العينة قيد البحث، (٨) أفراد من هيئة تنمية السياحة بنسبة مئوية (١٣،٧٩%) من العينة قيد البحث، (٦) أفراد من هيئة المستثمرين بنسبة مئوية (١٠،٣٤%) من العينة قيد البحث، (٣٣) فرد من مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بنسبة مئوية (٥٦،٨٩%) من العينة قيد البحث.

### أدوات جمع البيانات :

قام الباحث باستخدام الأدوات التالية فى جمع البيانات وهى تحليل المحتوى والوثائق، استمارة الاستبيان من خلال الاطلاع على الأبحاث والدراسات والكتب العلمية المرتبطة بالبحث متمثلة في(كتب ومراجع ودراسات مرتبطة بتنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية). ومن خلال القراءات النظرية والدراسات المرجعية واستطلاع آراء عدد (٩) خبراء مرفق (أ) فى مجالات الترويج والسياحة، أعد الباحث عدد (٢) استبيان خاص بتنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية أحدهما خاص بالسائحين واحتوى على محورين وهما: الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء، مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء، والآخر خاص بالخبراء السياحيين وهيئة تنمية السياحة والمستثمرين ومديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية واحتوى على محور وهو المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.



قام الباحث بعرض المحاور المقترحة على (٩) من الخبراء المتخصصون في مجالات الاقتصاد والترويج والسياحة من خلال استمارة استطلاع رأى الخبراء حول محاور الاستبيان لإبداء الرأى عن مدى مناسبتها لتصميم استمارة الاستبيان، وقد ارتضى الباحث البقاء على المحاور التى تحوذ على نسبة ٧٥% فأكثر جدول(٣).

### جدول (٣)

النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول محاور إستبيانين تنوع المنتج السياحى الترويجى في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية (ن = ٩)

م	محاور الاستبيانين	موافق	موافق مع صياغة	غير موافق	النسبة المئوية
١-	الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء.	٩	٠	٠	١٠٠%
٢-	مزيج خدمات السياحة الترويجية بمحافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء.	٨	١	٠	١٠٠%
٣-	المنتج السياحى الترويجى في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء.	٧	٢	٠	١٠٠%

يوضح جدول(٣) ترتيب المحاور والنسبة المئوية لآراء الخبراء حول مناسبة محاور الاستبيانين لعينة البحث حيث بلغت النسبة المئوية لاتفاق آراء الخبراء (١٠٠%)، وبناءاً على آراء الخبراء تم التوصل إلى المحاور فى صورتها النهائية وتم وضع العبارات الخاصة لكل محور من المحاور، وتم عرضها على الخبراء لاستطلاع رأيهم فى مدى مناسبة العبارات وملاءمتها لكل محور من المحاور.

جدول (٤)  
النسبة المئوية لآراء الخبراء وفق الصورة الأولى لعبارات استبيان  
(السائحين) قيد البحث (ن = ٩)

م	العبارات	موافق	غير موافق	النسبة المئوية
المحور الأول : الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.				
١ -	الأنشطة الترويحية السياحية التي وجدتها متوفرة داخل محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء هي:	٩	-	%١٠٠
١/١	<input checked="" type="checkbox"/> الاستعراضات الفنية	٩	-	%١٠٠
٢/١	<input checked="" type="checkbox"/> الاسكواش	٩	-	%١٠٠
٣/١	<input checked="" type="checkbox"/> الاستجمام على الشاطئ	٩	-	%١٠٠
٤/١	<input checked="" type="checkbox"/> الألعاب الاليكترونية ( فيديو جيمز )	٩	-	%١٠٠
٥/١	<input checked="" type="checkbox"/> التصوير تحت الماء	٩	-	%١٠٠
٦/١	<input checked="" type="checkbox"/> التمرينات البدنية ( الجيمناستيك )	٩	-	%١٠٠
٧/١	<input checked="" type="checkbox"/> التمرينات الهوائية ( الأيروبيك )	٩	-	%١٠٠
٨/١	<input checked="" type="checkbox"/> التنس الأرضي	٩	-	%١٠٠
٩/١	<input checked="" type="checkbox"/> تنس الطاولة	٩	-	%١٠٠
١٠/١	<input checked="" type="checkbox"/> البوتشى	٩	-	%١٠٠
١١/١	<input checked="" type="checkbox"/> البولنج	٩	-	%١٠٠
١٢/١	<input checked="" type="checkbox"/> البيبى فوت	٩	-	%١٠٠
١٣/١	<input checked="" type="checkbox"/> التجديف	٩	-	%١٠٠
١٤/١	<input checked="" type="checkbox"/> التزلج على الماء	٩	-	%١٠٠
١٥/١	<input checked="" type="checkbox"/> التسوق	٩	-	%١٠٠
١٦/١	<input checked="" type="checkbox"/> تصفح الانترنت	٩	-	%١٠٠
١٧/١	<input checked="" type="checkbox"/> تنظيم المسابقات المختلفة	٩	-	%١٠٠
١٨/١	<input checked="" type="checkbox"/> تنظيم المهرجانات	٩	-	%١٠٠
١٩/١	<input checked="" type="checkbox"/> الجاكوزى	٩	-	%١٠٠
٢٠/١	<input checked="" type="checkbox"/> الجرى	٩	-	%١٠٠
٢١/١	<input checked="" type="checkbox"/> الجولف	٩	-	%١٠٠
٢٢/١	<input checked="" type="checkbox"/> الجولف المصغر ( ميني جولف )	٩	-	%١٠٠
٢٣/١	<input checked="" type="checkbox"/> الساونا	٩	-	%١٠٠
٢٤/١	<input checked="" type="checkbox"/> الدراجات المائية ( البدالات المائية )	٩	-	%١٠٠
٢٥/١	<input checked="" type="checkbox"/> إقامة الحفلات	٩	-	%١٠٠
٢٦/١	<input checked="" type="checkbox"/> الألعاب الخاصة بالأطفال	٩	-	%١٠٠
٢٧/١	<input checked="" type="checkbox"/> الألعاب المائية	٩	-	%١٠٠
٢٨/١	<input checked="" type="checkbox"/> الألواح الشراعية	٩	-	%١٠٠
٢٩/١	<input checked="" type="checkbox"/> الألواح الطائرة ( الفلاى بورد )	٩	-	%١٠٠
٣٠/١	<input checked="" type="checkbox"/> دروس تعليم اللغة العربية للأجانب	٩	-	%١٠٠

تابع جدول (٤)  
النسبة المئوية لآراء الخبراء وفق الصورة الأولى لعبارات استبيان  
(السائحين) قيد البحث (ن = ٩)

النسبة المئوية	غير موافق	موافق	العبارات	م
%١٠٠	-	٩	دروس تعليم الرقص للأجانب	٣١/١
%١٠٠	-	٩	رحلات السفارى	٣٢/١
%١٠٠	-	٩	الرسم	٣٣/١
%١٠٠	-	٩	ركوب الأمواج	٣٤/١
%١٠٠	-	٩	ركوب الجمال ( الهجن )	٣٥/١
%١٠٠	-	٩	أنشطة خاصة بذوى الاحتياجات الخاصة	٣٦/١
%١٠٠	-	٩	البلياردو	٣٧/١
%١٠٠	-	٩	صيد الأسماك على الشواطئ	٣٨/١
%١٠٠	-	٩	الطيران المائي ( الباراسيلنج )	٣٩/١
%١٠٠	-	٩	العروض السينمائية	٤٠/١
%١٠٠	-	٩	العروض المسرحية	٤١/١
%١٠٠	-	٩	العلاج باستخدام الرمال	٤٢/١
%١٠٠	-	٩	العلاج باستخدام المياه الطبيعية	٤٣/١
%١٠٠	-	٩	الغوص	٤٤/١
%١٠٠	-	٩	قراءة الجرائد والمجلات	٤٥/١
%١٠٠	-	٩	قراءة الكتب والروايات	٤٦/١
%١٠٠	-	٩	القوارب الشراعية	٤٧/١
%١٠٠	-	٩	الكرة الخماسية	٤٨/١
%١٠٠	-	٩	كرة السرعة ( سيبيبول )	٤٩/١
%١٠٠	-	٩	كرة السلة	٥٠/١
%١٠٠	-	٩	كرة اليد	٥١/١
%١٠٠	-	٩	كرة اليد الشاطئية	٥٢/١
%١٠٠	-	٩	الرماية بالأسهم	٥٣/١
%١٠٠	-	٩	الكروكيه	٥٤/١
%١٠٠	-	٩	المساج والتدليك	٥٥/١
%١٠٠	-	٩	الألعاب الورقية	٥٦/١
%١٠٠	-	٩	المشى	٥٧/١
%١٠٠	-	٩	المضرب الخشبى ( الراكيت )	٥٨/١
%١٠٠	-	٩	الموتوسيكلات المائية ( الجيت سكى )	٥٩/١
%١٠٠	-	٩	البنانا بوت	٦٠/١
%١٠٠	-	٩	الشطرنج	٦١/١
%١٠٠	-	٩	الرحلات البحرية	٦٢/١
%١٠٠	-	٩	دروس تعليم الفلاى بورد للكبار فقط	٦٣/١

تابع جدول (٤)  
النسبة المئوية لآراء الخبراء وفق الصورة الأولى لعبارات استبيان  
(السائحين) قيد البحث (ن = ٩)

النسبة المئوية	غير موافق	موافق	العبارات	م
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> دروس تعليم الغوص للكبار فقط	٦٤/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الغناء	٦٥/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> ركوب الخيل ( الفروسية )	٦٦/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> ركوب الدراجات	٦٧/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> ركوب الدراجات النارية الشاطئية ( البيتش باجى )	٦٨/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> ركوب السيارات الصغيرة ( الكارتنج )	٦٩/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الريشة الطائرة ( البادمتون )	٧٠/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> زيارة المتاحف والأماكن الاثرية	٧١/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> السياحة	٧٢/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الاسنوركلنج	٧٣/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> صيد الأسماك باستخدام القوارب	٧٤/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الكرة الطائرة	٧٥/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> كرة الطائرة الشاطئية	٧٦/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> كرة الماء	٧٧/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> كرة الطائرة المائية	٧٨/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> تكيوبال	٧٩/١
المحور الثانى : مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.				
%١٠٠	-	٩	مدى توافر الخدمات الترويحية داخل المنشآت السياحية ( مراكز غوص - مكاتب رحلات سفار - مكاتب ألعاب مائية - كافيتريات ... )	-٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> متوافرة ومريحة.	١/٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> متوسطة	٢/٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> دون المستوى	٣/٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> غير متوافرة	٤/٢
%١٠٠	-	٩	الغرض الرئيسى من زيارة محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء هو:	-٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> مغريات طبيعية ومناخ	١/٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> ترويح	٢/٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> حوافز	٣/٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> مستوى الخدمات والاسعار	٤/٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> التسهيلات المتاحة	٥/٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الشواطئ	٦/٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الغوص	٧/٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الاستجمام والاستشفاء	٨/٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> كل ما سبق	٩/٣

تابع جدول (٤)  
النسبة المئوية لآراء الخبراء وفق الصورة الأولية لعبارات استبيان  
(السائحين) قيد البحث (ن = ٩)

م	العبـارات	موافق	غير موافق	النسبة المئوية
١٠/٣	<input checked="" type="checkbox"/> غير ذلك	٩	-	%١٠٠
-٤	عدد مرات زيارتي لمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء :	٩	-	%١٠٠
١/٤	<input checked="" type="checkbox"/> مرة واحدة	٩	-	%١٠٠
٢/٤	<input checked="" type="checkbox"/> مرتين	٩	-	%١٠٠
٣/٤	<input checked="" type="checkbox"/> ثلاث مرات فأكثر	٩	-	%١٠٠
-٥	مدة الإقامة بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء هي :	٩	-	%١٠٠
١/٥	<input checked="" type="checkbox"/> أقل من ٤ أيام	٩	-	%١٠٠
٢/٥	<input checked="" type="checkbox"/> من ٥ : ٧ أيام	٩	-	%١٠٠
٣/٥	<input checked="" type="checkbox"/> من ٨ : ١٤ يوم	٩	-	%١٠٠
٤/٥	<input checked="" type="checkbox"/> أكثر من اسبوعين	٩	-	%١٠٠
-٦	مصادر معلوماتك عن محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء والتي كانت سبباً رئيسياً في تشجيعكم لزيارة المحافظتين؟	٩	-	%١٠٠
١/٦	<input checked="" type="checkbox"/> شركات السياحة	٩	-	%١٠٠
٢/٦	<input checked="" type="checkbox"/> الأصدقاء والأقارب	٩	-	%١٠٠
٣/٦	<input checked="" type="checkbox"/> الإذاعة والتلفزيون	٩	-	%١٠٠
٤/٦	<input checked="" type="checkbox"/> صحف ومجلات ونشرات ودوريات سياحية	٩	-	%١٠٠
٥/٦	<input checked="" type="checkbox"/> الإنترنت	٩	-	%١٠٠
٦/٦	<input checked="" type="checkbox"/> الكتب	٩	-	%١٠٠
٧/٦	<input checked="" type="checkbox"/> الوكيل السياحي	٩	-	%١٠٠
٨/٦	<input checked="" type="checkbox"/> زيارة سابقة للمحافظتين	٩	-	%١٠٠
٩/٦	<input checked="" type="checkbox"/> ملصقات ومطويات	٩	-	%١٠٠
١٠/٦	<input checked="" type="checkbox"/> كروت البريد	٩	-	%١٠٠
١١/٦	<input checked="" type="checkbox"/> أفلام سينمائية وفيديو	٩	-	%١٠٠
١٢/٦	<input checked="" type="checkbox"/> غير ذلك	٩	-	%١٠٠
-٧	معدل الإنفاق اليومي في أنشطة السياحة الترويجية داخل محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء بالدولار:	٩	-	%١٠٠
١/٧	<input checked="" type="checkbox"/> أقل من ١٠ دولار	٩	-	%١٠٠
٢/٧	<input checked="" type="checkbox"/> من ١٠ : ٣٠ دولار	٩	-	%١٠٠
٣/٧	<input checked="" type="checkbox"/> من ٣١ : ٥٠ دولار	٩	-	%١٠٠
٤/٧	<input checked="" type="checkbox"/> من ٥١ : ٧٠ دولار	٩	-	%١٠٠
٥/٧	<input checked="" type="checkbox"/> أكثر من ٧٠ دولار	٩	-	%١٠٠
-٨	مكان الإقامة داخل محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء	٩	-	%١٠٠
١/٨	<input checked="" type="checkbox"/> فندق سياحي	٩	-	%١٠٠
٢/٨	<input checked="" type="checkbox"/> قرية سياحية	٩	-	%١٠٠

تابع جدول (٤)  
النسبة المئوية لآراء الخبراء وفق الصورة الأولية لعبارات استبيان  
(السائحين) قيد البحث (ن = ٩)

النسبة المئوية	غير موافق	موافق	العبــــــــارات	م
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> منتجج سياح	٣/٨
%٧٧,٧٧	٢	٧	<input checked="" type="checkbox"/> فيلا	٤/٨
%٨٨,٨٨	١	٨	<input checked="" type="checkbox"/> شاليه	٥/٨
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> غير ذلك	٦/٨
%١٠٠	-	٩	مستوى توافر الخدمات الترويحية في مكان الإقامة :	-٩
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> ممتازة	١/٩
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> جيدة جدا	٢/٩
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> جيدة	٣/٩
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> مقبولة	٤/٩
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> رديئة	٥/٩
%١٠٠	-	٩	تنوع أماكن تقديم الخدمات الترويحية داخل محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء لتوفر مستوى اختيار ملائم للسائحين:	-١٠
%٨٨,٨٨	١	٨	<input checked="" type="checkbox"/> متنوعة	١/١٠
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> غير متنوعة	٢/١٠
%١٠٠	-	٩	تشمل الزيارة محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء فقط أم زيارة أماكن أخرى:	-١١
%٨٨,٨٨	١	٨	<input checked="" type="checkbox"/> تشمل	١/١١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> لا تشمل	٢/١١
%١٠٠	-	٩	وجهة نظرك في احتواء محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء على عوامل أنشطة ترويحية سياحية تلائم مختلف اتجاهات الطلب تكون :	-١٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> بدرجة كبيرة جدا	١/١٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> كبيرة	٢/١٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> متوسطة	٣/١٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> ضعيفة	٤/١٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> ضعيفة جدا	٥/١٢
%١٠٠	-	٩	انطباعك عن السياحة الترويحية بعد زيارة محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء :	-١٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> مرضية	١/١٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> غير مرضية	٢/١٣
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> بدون رأى	٣/١٣
%١٠٠	-	٩	وجهة نظر سيداتكم في تنمية السياحة الترويحية الموجودة في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء لتلاعم التنشيط السياحي المستهدف تتمثل في :	-١٤
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> تغيير الوضع الحالي	١/١٤
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الإبقاء على الوضع الحالي	٢/١٤
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> الإبقاء على الوضع الحالي مع التطوير	٣/١٤

تابع جدول (٤)  
النسبة المئوية لآراء الخبراء وفق الصورة الأولى لعبارات استبيان  
(السائحين) قيد البحث (ن = ٩)

النسبة المئوية	غير موافق	موافق	العبارات	م
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> غير ذلك	٤/١٤
%١٠٠	-	٩	عناصر تنمية السياحة الترويحية من مناطق ترويحية - مناطق خدمات - أماكن للاهتمامات الخاصة - أخرى :	-١٥
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> تلبى رغبتى تماما	١/١٥
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> بدرجة متوسطة	٢/١٥
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> تحتاج لتطوير	٣/١٥
			<input checked="" type="checkbox"/> دون المستوى	٤/١٥
%١٠٠	-	٩	طبيعة تنظيم برنامج السياحة الترويحية الذى يتم تنفيذه داخل محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء :	-١٦
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> عن طريق شركات سياحية	١/١٦
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> تنظيم ذاتى	٢/١٦

جدول (٥)  
النسبة المئوية لآراء الخبراء وفق الصورة الأولى لعبارات استبيان (الخبراء  
السياحيين، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديرى الفنادق والقرى  
والمنتجات السياحية) قيد البحث (ن = ٩)

النسبة المئوية	غير موافق	موافق	العبارات	م
المنتج السياحى الترويحي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء.				
%١٠٠	-	٩	نوعية المجموعات التي تتعاملون معها في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء بالنسبة فيما يخص الاستثمار والتنمية في خدمات السياحة الترويحية :	-١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> أفراد	١/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> مجموعات	٢/١
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> كل ما سبق	٣/١
%١٠٠	-	٩	تقديم الأنشطة وخدمات السياحة الترويحية الملحقه بها يقتصر على موسم معين:	-٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> نعم	١/٢
%١٠٠	-	٩	<input checked="" type="checkbox"/> لا يرتبط بموسم معين	٢/٢
%١٠٠	-	٩	الجنسيات التي يتوقع لها ان تستثمر في مجالات تنمية أنشطة وخدمات السياحة الترويحية في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء تكون في	-٣

صورة :				
١/٣	<input checked="" type="checkbox"/>	أجانب	٩	-
٢/٣	<input checked="" type="checkbox"/>	عرب	٩	-
٣/٣	<input checked="" type="checkbox"/>	مصريين	٩	-
٤/٣	<input checked="" type="checkbox"/>	كل ما سبق	٩	-
-٤		إعتماد منشآتكم في التنشيط لحركة السياحة الترويجية يكون من خلال :	٩	-
١/٤	<input checked="" type="checkbox"/>	الإذاعة والتلفزيون	٩	-
٢/٤	<input checked="" type="checkbox"/>	الصحف والمجلات	٨	١
٣/٤	<input checked="" type="checkbox"/>	وكلاء سياحيين	٩	-
٤/٤	<input checked="" type="checkbox"/>	شركات سياحية	٩	-
٥/٤	<input checked="" type="checkbox"/>	وسائل دعائية مكتوبة	٩	-
٦/٤	<input checked="" type="checkbox"/>	مطويات سياحية	٨	١
٧/٤	<input checked="" type="checkbox"/>	الانترنت	٩	-
-٥		من وجهة نظر سيادتكم ترون أن محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء يحتوى على عوامل جذب تلائم مختلف اتجاهات الطلب على السياحة الترويجية بدرجة :	٩	-
١/٥	<input checked="" type="checkbox"/>	كبيرة جدا	٩	-
٢/٥	<input checked="" type="checkbox"/>	كبيرة	٩	-
٣/٥	<input checked="" type="checkbox"/>	متوسطة	٩	-
٤/٥	<input checked="" type="checkbox"/>	ضعيفة	٩	-
-٦		معدل التردد ( حركة السياحة الترويجية ) الحالية والمتوقعة على المنشآت السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء تكون :	٩	-
١/٦	<input checked="" type="checkbox"/>	بدرجة كبيرة جدا	٩	-
٢/٦	<input checked="" type="checkbox"/>	بدرجة كبيرة	٩	-
٣/٦	<input checked="" type="checkbox"/>	بدرجة متوسطة	٩	-
-٧		هناك مجالات للاستثمار في السياحة الترويجية ترونها مناسبة ومطلوبة لمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء لتنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة ؟	٩	-
-٨		هناك مقومات للاستثمار في السياحة الترويجية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء ؟	٩	-
-٩		هناك مشكلات يواجهها السائحون من رواد السياحة الترويجية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء ؟	٩	-

وبناءً على آراء السادة الخبراء تم قبول العبارات الحاصلة على نسبة موافقة (٧٥%) فأكثر وحذف العبارات التي استقر الرأي عليها ، وبذلك بلغ عدد



العبارات الخاصة باستبيان السائحين (١٦) عبارة موزعة على كل محور من المحاور، كما بلغ عدد العبارات الخاصة باستبيان الخبراء وهيئة تنمية السياحة والمستثمرين ومديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية (٩) عبارات. وضع الباحث ميزان تقدير ثنائى ( ميزان ثرستون ) للاستجابات على عبارات استبيان العاملين وفقاً لما يلى : نعم وتقدر بـ ( ثلاث درجات )، لا وتقدر بـ ( درجة واحدة ).  
المعاملات العلمية للاستبيان:

حساب معامل الصدق لاستمارة استبيان (السائحين) والخاصة بدراسة تنوع المنتج السياحي الترويجي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء واثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة الى جمهورية مصر العربية. عن طريق صدق الاتساق الداخلي للتحقق من مدى ملائمة عبارات استبيان السائحين، قام الباحث بتطبيق استبيان السائحين على عينة استطلاعية قوامها (٦٥٥) سائح من السائحين هواة السياحة الترويجية الوافدين الى جمهورية مصر العربية من داخل المجتمع ومن خارج عينة البحث الأساسية فى الفترة من (٥ - ٨ - ٢٠١٨م) إلى (٩ - ٩ - ٢٠١٨م).

واستخدم الباحث معامل الارتباط لحساب صدق الإتساق الداخلي من خلال إيجاد معامل الارتباط البسيط لبيرسون **Person** بين كل عبارة والمحور الخاص بها، معامل الارتباط بين محاور الاستبيان بعضها البعض، معامل الارتباط بين المحاور والدرجة الكلية للاستبيان كما هو موضح بالجدول(٦)(٧)(٨).

جدول (٦)

معامل الارتباط بين العبارات والمحاور الخاصة بها واستبيان (السائحين)

قيد البحث (ن = ٦٥٥)

تابع المحور/البعد الأول			تابع المحور/البعد الأول			تابع المحور/البعد الأول		
الإستبيان	المحور	العبارة	الإستبيان	المحور	العبارة	الإستبيان	المحور	العبارة
.٣٩٦	.٣٨٦	٧٩/١	.٢١٨	.٢٢٨	٤٠/١	.٣٦٥	.٣٨٨	١/١
المحور/البعد الثاني			.٨٠٦	.٥٧١	٤١/١	.١٣٣	.١٢٣	٢/١
.٢٣٩	.٥٠٨	١/٢	.٢٨٣	.٣٢٦	٤٢/١	.١٢٧	.١٥٤	٣/١
.٣٤٦	.٩٣٨	٢/٢	.٨٤١	.٩١٥	٤٣/١	.١٧٠	.١٨٥	٤/١
.١٩٩	.٥٨٦	٣/٢	.٥٨٣	.٥٥٤	٤٤/١	.١٨٧	.١٤٤	٥/١
.٠٥٢	.٣٣٥	٤/٢	.٥٦١	.٦١٢	٤٥/١	.١٠٠	.٠٨٧	٦/١
.٠٨٨	.١٥١	١/٣	.٢٣٧	.٢٣٥	٤٦/١	.١٢٩	.١٥٥	٧/١
.١٣٤	.٥١١	٢/٣	.٢٩٤	.٣١٩	٤٧/١	.٢٥٣	.٢٧١	٨/١
.٠٥٨	.١٥١	٣/٣	.٠٨٤	.٠٧٩	٤٨/١	.١٨٦	.١٣٤	٩/١
.٠٩٧	.٠٩٦	٤/٣	.٥٠٧	.٥٤١	٤٩/١	.١٧٩	.١٦٥	١٠/١
.١٩٣	.٥٥٠	٥/٣	.٢٦٧	.٢٧٩	٥٠/١	.١٣٣	.١٢٣	١١/١
.٠٧٨	.١٥١	٦/٣	.١٠٠	.٠٨٧	٥١/١	.٤١٥	.٤٤٩	١٢/١
.١٧٨	.١٤٦	٧/٣	.٣٣٦	.٣٥٥	٥٢/١	.١٣٠	.١٢٧	١٣/١
.١٤٣	.١٥٩	٨/٣	.١٥٦	.١٧٢	٥٣/١	.٣٣٥	.٣٤١	١٤/١
.٠٧١	.٠٦٨	٩/٣	.١٧٣	.١٨٥	٥٤/١	.١١٢	.١٣٢	١٥/١
.٠٧٠	.٢٦٧	١٠/٣	.٤٤٥	.٤٩٨	٥٥/١	.١٥٦	.١٤٥	١٦/١
.٠٧٦	.١٥٧	١/٤	.٢٢١	.٢٤٤	٥٦/١	.٠٩٩	.١٢٢	١٧/١
.٠٨٧	.٠٧٧	٢/٤	.٣٣٩	.٣٤٧	٥٧/١	.٢٦١	.٢٥١	١٨/١
.٠٧٧	.١٢٢	٣/٤	.٥٩٢	.٦٢٧	٥٨/١	.٨٤٢	.٩٠٨	١٩/١
.٣٢٩	.٣٣٣	١/٥	.٧١٧	.٧٧٨	٥٩/١	.٥٧٧	.٥٥٠	٢٠/١
.٠٨٠	.١٠٣	٢/٥	.٥٥٤	.٥٨٣	٦٠/١	.٣٣٤	.٣٤٧	٢١/١
.٢١٨	.٥٩٦	٣/٥	.٣٧٨	.٤١٥	٦١/١	.٨٥٩	.٨٥١	٢٢/١
.٢٤٨	.٦٩٢	٤/٥	.٧٤٣	.٧٥٥	٦٢/١	.٨٧١	.٧٩٦	٢٣/١
.٠٧٨	.١٩٠	١/٦	.٥٦١	.٦١٢	٦٣/١	.٧٥٧	.٧٤٧	٢٤/١
.٠٩٧	.٣٥١	٢/٦	.١٦٢	.١٧٣	٦٤/١	.٩٨٦	.٩١٨	٢٥/١
.٢٣٩	.٥٠٨	٣/٦	.٢٤٧	.٢٥٤	٦٥/١	.٣٣٥	.٣٤١	٢٦/١
.٠٨٩	.١٥١	٤/٦	.٠٧٩	.٠٨٧	٦٦/١	.٧٠٢	.٧٤٠	٢٧/١
.١٤٧	.٣٣٥	٥/٦	.٦٥٠	.٦٩٩	٦٧/١	.٧٢٥	.٧٨٥	٢٨/١
.٠٧٨	.١٥١	٦/٦	.٣٣٦	.٣٥٥	٦٨/١	.٣٢٢	.٣٤٦	٢٩/١
.٠٨٢	.٠٧٦	٧/٦	.٣٢٨	.٣٤٩	٦٩/١	.٢١٨	.٢٢٨	٣٠/١
.٠٨٢	.٣٣٥	٨/٦	.٢١٦	.٢٢٢	٧٠/١	.١٥٨	.١٨١	٣١/١
.٢٦٠	.٥٣٥	٩/٦	.١٧٨	.١٩٢	٧١/١	.٣٥١	.٣٨٨	٣٢/١
.٣٣٣	.٨٥٧	١٠/٦	.٥٨٤	.٥٥٣	٧٢/١	.١٠٤	.١٢٧	٣٣/١
.١٣٠	-.٣٣٣	١١/٦	.٣٦٩	.٤٥٥	٧٣/١	.٦١٧	.٦٦١	٣٤/١
.٠٨٢	.٠٧٠	١٢/٦	.١٧٨	.١٩٢	٧٤/١	.٥٠٢	.٥٤٠	٣٥/١
.٢٣٢	.٧٢٦	١/٧	.٣٣٥	.٣٤١	٧٥/١	.٠٩٥	.٠٨٩	٣٦/١
.٠٩٥	.١١٥	٢/٧	.٧٨٣	.٧٥٣	٧٦/١	.١٠٩	.١١٢	٣٧/١
.١١٦	.٣٣٥	٣/٧	.٢٩٩	.٣٠٧	٧٧/١	.٠٨٤	.٠٧٩	٣٨/١
.٠٨٢	.٣٣٥	٤/٧	.٧٠٢	.٧٤٠	٧٨/١	.٦٢٥	.٦٣٤	٣٩/١

### تابع جدول (٦)

معامل الارتباط بين العبارات والمحاور الخاصة بها واستبيان (السائقين)

قيد البحث (ن = ٦٥٥)

المحور/البعد الثاني			المحور/البعد الثاني			المحور/البعد الثاني		
الإستبيان	المحور	العبرة	الإستبيان	المحور	العبرة	الإستبيان	المحور	العبرة
.١٨٨	.١٨٢	٣/١٤	.١٩٣	.٤١٨	٢/١٠	.٣٣٩	.٧٥٢	٥/٧
.٠٤٥	.٠٣١	٤/١٤	.١٥٢	.٤٧٣	١/١١	.٠٨٤	.١٩٠	١/٨
.٠٩٦	.١١٠	١/١٥	.١٥٢	.٤٧٣	٢/١١	.٠٩٧	.١٣٧	٢/٨
.١٣٤	.٥١١	٢/١٥	.١٧٩	.٣٤١	١/١٢	.١٠٥	.١٨٠	٣/٨
.٠٨٢	.٣٩٨	٣/١٥	.١٢٣	.٣٣٧	٢/١٢	.٠٣٠	.١٠٣	٤/٨
.٤٥٣	.٤٣٩	٤/١٥	.١٢٣	.٣٣٧	٣/١٢	.١٣٠	.٠٦٧	٥/٨
.٠٨٩	.١٥١	١/١٦	.٣١٦	.٧٩٤	٤/١٢	.٠٤٥	.١٠٨	٦/٨
.٠٨٩	.١٥١	٢/١٦	.٠٩٧	.١٧٨	٥/١٢	.٠٩٤	.١٧٩	١/٩
			.١٦٢	.٣٦٣	١/١٣	.٠٩٨	.١٢٩	٢/٩
			.١٦٢	.٣٦٣	٢/١٣	.١٧٠	.٣٤٨	٣/٩
			.١٨٨	.١٨٢	٣/١٣	.١٢٣	.٣٣٧	٤/٩
			.٥٩٤	.٥٩٣	١/١٤	.١٦٩	.٣٨٧	٥/٩
			.٣٧٩	.٤٦٥	٢/١٤	.١٩٣	.٤١٨	١/١٠

• قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٠٧٦

من جدول (٦) يتضح أن:

- وجود ارتباط دال إحصائياً بين العبارات والدرجة الكلية للمحاور والدرجة الكلية لاستبيان السائقين حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي.
- وبناءً على نتائج صدق عبارات ومحاور الاستبيان تم حذف مجموعة من العبارات الغير دالة إحصائياً (عبارة رقم ٤/٢، ٩/٣، ١٠/٣، ١٢/٦، ٤/٨، ٥/٨، ٦/٨) حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥).

### جدول (٧)

مصفوفة الارتباط بين محاور استبيان السائحين قيد البحث (ن = ٦٥٥)

المحاور	١	٢
١		
٢	.٧٧.**	

• قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٠٧٦.

من جدول (٧) يتضح أن:

- وجود ارتباط دال إحصائياً بين محاور استبيان السائحين وبعضها البعض حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي.
- كما استخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي لحساب صدق الاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للاستبيان، جدول (٧).

### جدول (٨)

معامل الارتباط بين المحاور والدرجة الكلية لاستبيان

السائحين قيد البحث (ن = ٦٥٥)

م	المحاور / الأبعاد	الاستبيان
١-	الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.	.٩٢٩**
٢-	مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.	.٣٥٨**

• قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٠٧٦.

من جدول (٨)، يتضح أن:

- وجود ارتباط دال إحصائياً بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية لاستبيان السائحين حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي.

حساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان الخاصة بعينة السائحين والخاص بدراسة تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء واثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة الى جمهورية مصر العربية.

استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لحساب معامل ثبات محاور استبيان السائحين، وذلك بتطبيقه على مجموعة الدراسة الاستطلاعية وعددهم (٦٥٥) سائح وافد، وتم حساب معامل الثبات لمحاور استبيان السائحين كما هو موضح بجدول (٨).

#### جدول (٩)

ثبات محاور استبيان السائحين قيد البحث (ن = ٦٥٥)

م	المحور	المفردات	ثبات Cronbach's Alpha
١	الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.	٧٩/١	.٧٩٩
٢	مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.	١٥	.٧٥٨
	الاستبيان ككل	١٦	.٧٤٣

• قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٠٧٦

من جدول (٩)، يتضح: ثبات محاور استبيان السائحين، حيث بلغ معامل ثبات محاور استبيان السائحين بطريقة ألفا كرونباخ ما بين (٠.٧٥٨) و(٠.٧٩٩) لاستبيان السائحين ككل مما يشير إلى ارتفاع معامل ثبات المحاور.

حساب معامل الصدق لاستمارة استبيان (خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية) والخاصة بدراسة تنوع المنتج السياحي الترويجي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء واثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة الى جمهورية مصر العربية.

عن طريق صدق الاتساق الداخلي للتحقق من مدى ملائمة عبارات الاستبيان ، قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية قوامها (٢٠) من خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء فى الفترة من (٥ - ٨ - ٢٠١٨م) إلى (٩ - ٨ - ٢٠١٨م).

واستخدم الباحث معامل الارتباط لحساب صدق الإتساق الداخلي من خلال إيجاد معامل الارتباط البسيط لبيرسون Person بين كل عبارة والاستبيان الخاص بها كما هو موضح بالجدول(١٠).

#### جدول (١٠)

معامل الارتباط بين العبارات والمحاور الخاصة بها واستبيان (خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية) قيد البحث (ن = ٢٠)

المحور/البعد الأول		تابع المحور/البعد الأول		تابع المحور/البعد الأول	
العبرة	الإستبيان	العبرة	الإستبيان	العبرة	الإستبيان
١/١	.٥٣٩	١/٤	.٧٧٣	٣/٥	.٥٣٥
٢/١	.٧٠٨	٢/٤	.٥١٧	٤/٥	.٦٠١
٣/١	.٦١٠	٣/٤	.٧٨٥	١/٦	.٦٠٢
١/٢	.٨٠٢	٤/٤	.٧٨٥	٢/٦	.٧٠٢
٢/٢	.٨٠٢	٥/٤	.٨٣٦	٣/٦	.٦٨٤
١/٣	.٥٣١	٦/٤	.٧٢٠	-٧	.٦٥٧
٢/٣	.٥٤٧	٧/٤	.٨٢٨	-٨	.٧٢٠
٣/٣	.٦٤٠	١/٥	.٥٠٢	-٩	.٧٧٢
٤/٣	.٤٩٥	٢/٥	.٤٧٩		

\*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٤٤

من جدول (١٠) يتضح أن:

- وجود ارتباط دال إحصائياً بين العبارات والدرجة الكلية للاستبيان حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي.

### جدول (١١)

ثبات محاور استبيان (خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية) قيد البحث (ن = ٢٠)

م	المحور	المفردات	Cronbach's Alpha ثبات
١	المنتج السياحي الترويجي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء.	٩	.٧٣١
	الاستبيان ككل		

\*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٤٤

من جدول (١١)، يتضح: ثبات محاور استبيان (خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية)، حيث بلغ معامل ثبات محاور الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ (٠.٧٣١) مما يشير إلى ارتفاع معامل ثبات الاستبيان. مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث فى السائحين الوافدين إلى جمهورية مصر العربية، خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وقام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية العشوائية وكان قوامها (٢٦٨٣) سائح للعينة الأساسية، (٦٥٥) للاستطلاعية، (٥٨) من خبراء السياحة، هيئة تنمية

السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء للعينة الأساسية، (٢٠) للاستطلاعية.

### أدوات جمع البيانات:

استبيانين تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية لتحليل تنوع المنتج السياحي الترويحي ويتكون الإستبيان الأول ( السائحين ) من (١٦) مفردة موزعة على محورين، ويتكون الإستبيان الثاني ( خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء ) من (٩) مفردة موزعة على الاستبيان من إعداد الباحث.

### الدراسة الأساسية :

بعد الاطمئنان لمعاملات الصدق والثبات، قام الباحث بتطبيق استمارة جمع البيانات على عينة البحث البالغ قوامها (٢٦٨٣) مفحوصاً من السائحين، و استمارة جمع البيانات على عينة البحث البالغ قوامها (٥٨) مفحوصاً من (خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء) وذلك في الفترة من (١-١٠-٢٠١٨م) إلى (١٣-١٢-٢٠١٨م) وقد ساعد الباحث في التطبيق مجموعة من الزملاء مرفق(ب)، وبعد الانتهاء من تطبيق استمارات الاستبيان تم جمعها وتنظيمها وتفرغ البيانات لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة.

خطوات استبيانين تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية.



من خلال القراءات النظرية والدراسات المرجعية واستطلاع آراء عدد (٩) خبراء فى الترويج والسياحة مرفق (أ) أعد الباحث استبيانين تنوع المنتج السياحى الترويجي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية واحتوى الاستبيان الأول الخاص بالسائحين على محورين، وهما: الأنشطة الترويجية السياحية المتوفر بمحافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء، مزيج خدمات السياحة الترويجية بمحافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء، واحتوى الاستبيان الثانى الخاص بخبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديرى الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء على محور، وهو: المنتج السياحى الترويجي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.

تم عرض الصورة الأولية للاستبيانين على الخبراء للتأكد من مناسبة المحاور لتحليل جوانب تنوع المنتج السياحى الترويجي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية ، وتم التوصل إلى (٣) محاور للاستبيانين الصورة النهائية لمحاور الاستبيانين مرفق (ج).

فى ضوء الوزن النسبى للمحاور المستخلصة تم توزيع عدد (١٦) مفردة لاستبيان السائحين، (٩) مفردة لاستبيان الخبراء السياحيين، وهيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديرى الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء على الخبراء للتأكد من مناسبة المفردات لجوانب تنوع المنتج السياحى الترويجي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية ومن الصياغة اللغوية لها وبناءً على آراء السادة الخبراء تم قبول العبارات الحاصلة على نسبة موافقة (٧٥%) فأكثر، وتم التوصل إلى (٢٥) مفردة، موزعة على

كل محور من المحاور بعد عرضها على الخبراء واجراء صدق الاتساق الداخلى (١٦) مفردة لاستبيان السائحين، (٩) مفردة لاستبيان الخبراء السياحيين، وهيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديرى الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء الصورة النهائية للاستبيانين جاهزة للتطبيق على العينة الأساسية مرفق(د).

وضع الباحث ميزان تقدير ثنائى ( ميزان ثرستون ) للاستجابات على عبارات استبيانين تنوع المنتج السياحى الترويجي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية وفقاً لما يلي : نعم وتقدر بـ ( ثلاث درجات )، لا وتقدر بـ ( درجة واحدة ) . ثم حساب الدرجة الكلية لكل استبيان على حدة وقد تم إيجاد المعاملات العلمية لإستبيانين تنوع المنتج السياحى الترويجي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية.

عرض وتفسير ومناقشة النتائج:

جدول (٨)

التكرارات والدرجة الترجيحية والوزن النسبي للأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء (ن=٢٦٨٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية	لا	النسبة المئوية	نعم	العبارات
١- الأنشطة الترويحية السياحية التي وجدت متوفرة داخل محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء هي:							
١٧	٦٦.٨٥%	٥٣٨١	٤٩.٧	١٣٣٤	٥٠.٣	١٣٤٩	الاستعراضات الفنية
٢٣	٥٨.١٨%	٤٦٨٣	٦٢.٧	١٦٨٣	٣٧.٣	١٠٠٠	الاسكواش
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	الاستجمام على الشاطئ
٢٦	٥٤.٧٥%	٤٤٠٧	٦٧.٩	١٨٢١	٣٢.١	٨٦٢	الألعاب الإلكترونية (فيديو جيمز)
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	التصوير تحت الماء
٢	٩٤.٩٣%	٧٦٤١	٧.٦	٢٠٤	٩٢.٤	٢٤٧٩	التمرينات البدنية (الجيمنستيك)
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	التمرينات الهوائية (الأيروبك)
٢٨	٥٢.٢٤%	٤٢٠٥	٧١.٦	١٩٢٢	٢٨.٤	٧٦١	التنس الأرضي
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	تنس الطاولة
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	البوتشي
٢٣	٥٨.١٨%	٤٦٨٣	٦٢.٧	١٦٨٣	٣٧.٣	١٠٠٠	البولنج
٢٢	٦١.٥٦%	٤٩٥٥	٥٧.٧	١٥٤٧	٤٢.٣	١١٣٦	البيبي فوت
٢٩	٥٢.٢٩%	٤٢٠٩	٧١.٦	١٩٢٠	٢٨.٤	٧٦٣	التجديف
٦	٨٨.٠٩%	٧٠٩١	١٧.٩	٤٧٩	٨٢.١	٢٢٠٤	التزلج على الماء
١٠	٨٢.٢٠%	٦٦١٧	٢٦.٧	٧١٦	٧٣.٣	١٩٦٧	التسوق
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	تصفح الانترنت
٧	٨٧.٢٥%	٧٠٢٣	١٩.١	٥١٣	٨٠.٩	٢١٧٠	تنظيم المسابقات المختلفة
٤٠	٣٣.٣٣%	٢٦٨٣	١٠٠.٠	٢٦٨٣	٠.٠	٠	تنظيم المهرجانات
١١	٨٠.٤١%	٦٤٧٣	٢٩.٤	٧٨٨	٧٠.٦	١٨٩٥	الجاكوزي
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	الجرى
٢٧	٥٢.٨٦%	٤٢٥٥	٧٠.٧	١٨٩٧	٢٩.٣	٧٨٦	الجولف
٢٧	٥٢.٨٦%	٤٢٥٥	٧٠.٧	١٨٩٧	٢٩.٣	٧٨٦	الجولف المصغر (ميني جولف)
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	الساونا
١٥	٧١.٧٩%	٥٧٧٩	٤٢.٣	١١٣٥	٥٧.٧	١٥٤٨	الدراجات المائية (البدالات المائية)
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	إقامة الحفلات
٦	٨٨.٠٩%	٧٠٩١	١٧.٩	٤٧٩	٨٢.١	٢٢٠٤	الألعاب الخاصة بالأطفال
١١	٨٠.٤١%	٦٤٧٣	٢٩.٤	٧٨٨	٧٠.٦	١٨٩٥	الألعاب المائية
١٣	٧٥.٣٧%	٦٠٦٧	٣٦.٩	٩٩١	٦٣.١	١٦٩٢	الألواح الشراعية
٢٧	٥٢.٨٦%	٤٢٥٥	٧٠.٧	١٨٩٧	٢٩.٣	٧٨٦	الألواح الطائرة (الفلاي بورد)
٣٢	٤٧.٠٤%	٣٧٨٧	٧٩.٤	٢١٣١	٢٠.٦	٥٥٢	دروس تعليم اللغة العربية للأجانب

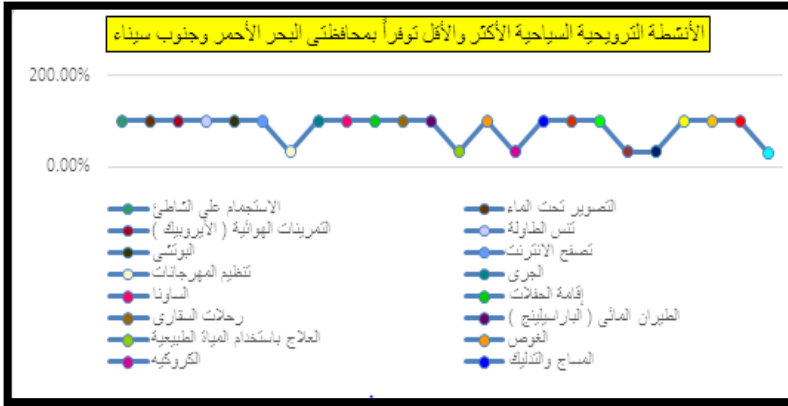
تابع جدول (٨)

التكرارات والدرجة الترجيحية والوزن النسبي للأنشطة

الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء (ن=٢٦٨٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية	لا	النسبة المئوية	نعم	العبارات
٥	٨٩.٨٨%	٧٢٣٥	١٥.٢	٤٠.٧	٨٤.٨	٢٢٧٦	تعليم <input checked="" type="checkbox"/> دروس <input checked="" type="checkbox"/> الرقص <input checked="" type="checkbox"/> للجانبي
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	رحلات السفارى <input checked="" type="checkbox"/>
٢١	٦٢.٤٠%	٥٠٢٣	٥٦.٤	١٥١٣	٤٣.٦	١١٧٠	الرسم <input checked="" type="checkbox"/>
٢٠	٦٣.٢٥%	٥٠٩١	٥٥.١	١٤٧٩	٤٤.٩	١٢٠٤	ركوب الأمواج <input checked="" type="checkbox"/>
٦	٨٨.٠٩%	٧٠٩١	١٧.٩	٤٧٩	٨٢.١	٢٢٠٤	ركوب الجمال ( الهجن ) <input checked="" type="checkbox"/>
٣٠	٥٢.٠١%	٤١٨٧	٧٢.٠	١٩٣١	٢٨.٠	٧٥٢	أنشطة خاصة بذوى الاحتياجات الخاصة <input checked="" type="checkbox"/>
٩	٨٢.٨٠%	٦٦٦٥	٢٥.٨	٦٩٢	٧٤.٢	١١٩١	البياردو <input checked="" type="checkbox"/>
٣٣	٤٦.٠٨%	٣٧٠٩	٨٠.٩	٢١٧٠	١٩.١	٥١٣	صيد الأسماك <input checked="" type="checkbox"/>
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	على الشواطئ <input checked="" type="checkbox"/>
٣٢	٤٧.٠٤%	٣٧٨٧	٧٩.٤	٢١٣١	٢٠.٦	٥٥٢	الطيران المائى <input checked="" type="checkbox"/>
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	( الباراسيلنج ) <input checked="" type="checkbox"/>
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	العروض السينمائية <input checked="" type="checkbox"/>
٣٧	٤٥.١٨%	٣٦٣٧	٨٢.٢	٢٢٠٦	١٧.٨	٤٧٧	العروض المسرحية <input checked="" type="checkbox"/>
٤٠	٣٣.٣٣%	٢٦٨٣	١٠٠.٠	٢٦٨٣	٠.٠	٠	العلاج باستخدام الرمال <input checked="" type="checkbox"/>
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	العلاج باستخدام المياه الطبيعية <input checked="" type="checkbox"/>
١٦	٦٨.٣١%	٥٤٩٩	٤٧.٥	١٢٧٥	٥٢.٥	١٤٠٨	الغوص <input checked="" type="checkbox"/>
١٨	٦٦.٤٨%	٥٣٥١	٥٠.٣	١٣٤٩	٤٩.٧	١٣٣٤	قراءة الجرائد <input checked="" type="checkbox"/>
١٥	٧١.٧٩%	٥٧٧٩	٤٢.٣	١١٣٥	٥٧.٧	١٥٤٨	والمجلات <input checked="" type="checkbox"/>
٧	٨٧.٢٥%	٧٠٢٣	١٩.١	٥١٣	٨٠.٩	٢١٧٠	قراءة الكتب والروايات <input checked="" type="checkbox"/>
٢٥	٥٦.٤٦%	٤٥٤٥	٦٥.٣	١٧٥٢	٣٤.٧	٦٣١	القوارب الشراعية <input checked="" type="checkbox"/>
٣٤	٤٥.٤٣%	٣٦٥٧	٨١.٨	٢١٩٦	١٨.٢	٤٨٧	كرة الخماسية <input checked="" type="checkbox"/>
٣٩	٣٨.٤٠%	٣٠٩١	٩٢.٤	٢٤٧٩	٧.٦	٢٠٤	كرة السرعة ( سبيبول ) <input checked="" type="checkbox"/>
٣٨	٤٠.١٦%	٣٢٢٣	٨٩.٨	٢٤٠٨	١٠.٢	٢٧٥	كرة السلة <input checked="" type="checkbox"/>
١٩	٦٥.٨٥%	٥٣٠١	٥١.٢	١٣٧٤	٤٨.٨	١٣٠٩	كرة اليد <input checked="" type="checkbox"/>
٤٠	٣٣.٣٣%	٢٦٨٣	١٠٠.٠	٢٦٨٣	٠.٠	٠	كرة اليد الشاطئية <input checked="" type="checkbox"/>
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨	الرماية بالأسهم <input checked="" type="checkbox"/>
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨	الكروكيه <input checked="" type="checkbox"/>
١	١٠٠.٠%	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨	المساج والتدليك <input checked="" type="checkbox"/>

١٢	٧٨.٦٠٪	٦٣٢٧	٣٢.١	٨٦١	٦٧.٩	١٨٢٢	☒ الألعاب الورقية	٥٦/١
١	١٠٠.٠٪	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	☒ المشى	٥٧/١
١٣	٧٥.٣٧٪	٦.٦٧	٣٦.٩	٩٩١	٦٣.١	١٦٩٢	☒ المضرب الخشبي ( الراكيت )	٥٨/١
٧	٨٧.٢٥٪	٧٠٢٣	١٩.١	٥١٣	٨٠.٩	٢١٧٠	☒ المتوسيكلات المائية ( الجيت سكي )	٥٩/١
٧	٨٧.٢٥٪	٧٠٢٣	١٩.١	٥١٣	٨٠.٩	٢١٧٠	☒ البنانا بوت	٦٠/١
٢٤	٥٧.٩٠٪	٤٦٦١	٦٣.١	١٦٩٤	٣٦.٩	٩٨٩	☒ الشطرنج	٦١/١
١	١٠٠.٠٪	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	☒ الرحلات البحرية	٦٢/١
١٦	٦٨.٣١٪	٥٤٩٩	٤٧.٥	١٢٧٥	٥٢.٥	١٤٠٨	☒ دروس تعليم الفلاي بورد للكبار فقط	٦٣/١
٤	٩١.٣٢٪	٧٣٥١	١٣.٠	٣٤٩	٨٧.٠	٢٣٣٤	☒ دروس تعليم الغوص للكبار فقط	٦٤/١
٨	٨٣.٦٥٪	٦٧٣٣	٢٤.٥	٦٥٨	٧٥.٥	٢٠٢٥	☒ الغناء	٦٥/١
٣١	٤٧.٠٧٪	٣٧٨٩	٧٩.٤	٢١٣٠	٢٠.٦	٥٥٣	☒ ركوب الخيل ( الفروسية )	٦٦/١
١٤	٧٣.٦٣٪	٥٩٢٧	٣٩.٥	١٠٦١	٦٠.٥	١٦٢٢	☒ ركوب الدراجات	٦٧/١
٣	٩٣.١٦٪	٧٤٩٩	١٠.٢	٢٧٥	٨٩.٨	٢٤٠٨	☒ ركوب الدراجات النارية الشاطئية ( البيتش باجي )	٦٨/١
٤٠	٣٣.٣٣٪	٢٦٨٣	١٠٠.٠	٢٦٨٣	٠.٠	٠	☒ ركوب السيارات الصغيرة ( الكارتنج )	٦٩/١
٤٠	٣٣.٣٣٪	٢٦٨٣	١٠٠.٠	٢٦٨٣	٠.٠	٠	☒ الريشة الطائرة ( البادمنتون )	٧٠/١
٣٦	٤٥.٢١٪	٣٦٣٩	٨٢.٢	٢٢٠٥	١٧.٨	٤٧٨	☒ زيارة المتاحف والأماكن الاثرية	٧١/١
١	١٠٠.٠٪	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	☒ السباحة	٧٢/١
١	١٥٪	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	☒ الاسنوركلنج	٧٣/١
٣٦	٤٥.٢١٪	٣٦٣٩	٨٢.٢	٢٢٠٥	١٧.٨	٤٧٨	☒ صيد الأسماك باستخدام القوارب	٧٤/١
٣٥	٤٥.٢٣٪	٣٦٤١	٨٢.١	٢٢٠٤	١٧.٩	٤٧٩	☒ الكرة الطائرة	٧٥/١
١	١٠٠.٠٪	٨٠٤٩	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢٦٨٣	☒ كرة الطاولة الشاطئية	٧٦/١
١٢	٧٨.٦٠٪	٦٣٢٧	٣٢.١	٨٦١	٦٧.٩	١٨٢٢	☒ كرة الماء	٧٧/١
١١	٨٠.٤١٪	٦٤٧٣	٢٩.٤	٧٨٨	٧٠.٦	١٨٩٥	☒ كرة الطائرة المائية	٧٨/١
٤٠	٣٣.٣٣٪	٢٦٨٣	١٠٠.٠	٢٦٨٣	٠.٠	٠	☒ تكيوبال	٧٩/١



شكل (٣) يوضح الأنشطة الترويحية السياحية الأكثر والأقل توفراً بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء

من جدول (٨) وشكل (٣) يتضح أن :

- آراء العينة حول عبارات استمارة الاستبيان لمحور الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء قد حصلت على نسبة مئوية تراوحت ما بين ( ١٠٠% ، ٣٣ ، ٣٣% ) .
- جاءت أنشطة كلاً من ( الاستجمام على الشاطئ، التصوير تحت الماء، التمرينات الهوائية (الأيروبيك)، تنس الطاولة، البوتشي، تصفح الانترنت، الجرى، الساونا، إقامة الحفلات، رحلات السفارى، الطيران المائي (الباراسيلنج)، الغوص، المساج والتدليك، المشى، الرحلات البحرية، السباحة، الاسنوركلنج، كرة الطائرة الشاطئية ) فى الترتيب الأعلى بنسبة ( ١٠٠% ) من إجمالى الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وقد يرجع الباحث ذلك إلى أهمية هذه الأنشطة للسائحين الوافدين حيث أنها تعد من الأنشطة الترويحية السياحية الأكثر تفضيلاً لدى السائحين الوافدين داخل محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وتعد من أهم عناصر الجذب داخل الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بالمحافظتين لذا كان من الطبيعي أن تولى إدارات تلك المنشآت أهمية لهذه الأنشطة وتسخر

كافة الإمكانيات اللازمة لممارستها بكل سهولة ويسر وهذا يتفق مع دراسة عبد الحميد فتحي (٢٠٠٦م) (٥)، فان فوري، إلمارى سلابريت (٢٠١١م) (٩)، أميرة عبد الحميد (٢٠١١م) (١)، رأفت البكرى (٢٠١٥م) (٣) التي أوضحت أن هذه الأنشطة تعد من أهم الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة داخل المنشآت السياحية والتي تشكل الدوافع الرئيسية لدى السائحين.

- جاءت أنشطة كلاً من (تنظيم المهرجانات، العلاج باستخدام المياه الطبيعية، الكروكيه، ركوب السيارات الصغيرة (الكارتنج)، الريشة الطائرة (البادمنتون)، تكيوبال ) فى الترتيب الأدنى بنسبة (٣٣،٣٣%) من إجمالي الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن هذه الأنشطة لا تتناسب مع اهتمامات السوق السياحية الحالية لذا يجب على الفنادق والقرى والمنتجات السياحية إذا ما رغبت في جذب أسواق سياحية باهتمامات جديدة ان تهتم بتلك الأنشطة كذلك الأنشطة المستحدثة حتى تنوع من منتجها السياحي الترويحي وبالتالي تشجع الشركات والوكالات السياحية الأجنبية على استقطاب سائحين جدد لممارسة هذه الأنشطة ويتفق ذلك مع دراسة رأفت البكرى (٢٠٠٥م) (٤) التي أوضحت أن هذه الأنشطة تعد من أقل الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة داخل المنشآت السياحية.

جدول (٩)  
التكرارات والدرجة الترجيحية والوزن النسبي لمزيج خدمات السياحة الترويحية  
بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء (ن=٢٦٨٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية	لا	النسبة المئوية	نعم	العيــــــــارات
٢- مدى توافر الخدمات الترويحية داخل المنشآت السياحية ( مراكز غوص - مكاتب رحلات سفار - مكاتب ألعاب مائية - كافتيريات ... )							
١٢	٨٢.١٥%	٦٦١٣	٢٦.٨	٧١٨	٧٣.٢	١٩٦٥	<input checked="" type="checkbox"/> متوافرة ومريحة.
٤٠	٤٣.٢٤%	٣٤٨١	٨٥.١	٢٢٨٤	١٤.٩	٣٣٩	<input checked="" type="checkbox"/> متوسطة
٤٨	٣٣.٣٥%	٢٦٨٥	٩٩.٩٦	٢٦٨٢	٠.٠٣	١	<input checked="" type="checkbox"/> دون المستوى
٣- الغرض الرئيسي من زيارة محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء هو:							
١٠	٨٤.٨٤%	٦٨٢٩	٢٢.٧	٦١٠	٧٧.٣	٢٠٧٣	<input checked="" type="checkbox"/> مغريات طبيعية ومناخ
١١	٨٤.٠٩%	٦٧٦٩	٢٣.٩	٦٤٠	٧٦.١	٢٠٤٣	<input checked="" type="checkbox"/> ترويح
٣٤	٤٨.٤٩%	٣٩٠٣	٧٧.٣	٢٠٧٣	٢٢.٧	٦١٠	<input checked="" type="checkbox"/> حوافر
٤	٩٢.٨٤%	٧٤٧٣	١٠.٧	٢٨٨	٨٩.٣	٢٣٩٥	<input checked="" type="checkbox"/> مستوى الخدمات والاسعار
١٩	٧١.٠٠%	٥٧١٥	٤٣.٥	١١٦٧	٥٦.٥	١٥١٦	<input checked="" type="checkbox"/> التسهيلات المتاحة
١٠	٨٤.٨٤%	٦٨٢٩	٢٢.٧	٦١٠	٧٧.٣	٢٠٧٣	<input checked="" type="checkbox"/> الشواطئ
٣	٩٩.٦٢%	٨٠١٩	٠.٦	١٥	٩٩.٤	٢٦٦٨	<input checked="" type="checkbox"/> الغوص
٢	٩٩.٧٥%	٨٠٢٩	٠.٤	١٠	٩٩.٦	٢٦٧٣	<input checked="" type="checkbox"/> الاستجمام والاستشفاء
٤- عدد مرات زيارتي لمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء :							
٣١	٤٩.٢٣%	٣٩٦٣	٧٦.١	٢٠٤٣	٢٣.٩	٦٤٠	<input checked="" type="checkbox"/> مرة واحدة
٣٨	٩٥.١٨%	٣٦٣٧	٨٢.٢	٢٢٠٦	١٧.٨	٤٧٧	<input checked="" type="checkbox"/> مرتين
١٨	٧٢.٢٤%	٥٨١٥	٤١.٦	١١١٧	٥٨.٤	١٥٦٦	<input checked="" type="checkbox"/> ثلاث مرات فأكثر
٥- مدة الإقامة بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء هي :							
٤٨	٣٣.٣٥%	٢٦٨٥	٩٩.٩٦	٢٦٨٢	٠.٠٣	١	<input checked="" type="checkbox"/> أقل من ٤ أيام
٤١	٤١.٣٣%	٣٣٢٧	٨٨.٠	٢٣٦١	١٢.٠	٣٢٢	<input checked="" type="checkbox"/> من ٥ : ٧ أيام
٢٠	٦٨.٢٦%	٥٤٩٥	٤٧.٦	١٢٧٧	٥٢.٤	١٤٠٦	<input checked="" type="checkbox"/> من ٨ : ١٤ يوم
٢٧	٥٧.٠٣%	٤٥٩١	٦٤.٤	١٧٢٩	٣٥.٦	٩٥٤	<input checked="" type="checkbox"/> أكثر من اسبوعين
٦- مصادر معلوماتك عن محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء والتي كانت سببا رئيسيا في تشجيعكم لزيارة المحافظتين؟							
٧	٨٦.١٨%	٦٩٣٧	٢٠.٧	٥٥٦	٧٩.٣	٢١٢٧	<input checked="" type="checkbox"/> شركات السياحة
١٤	٧٩.٠٠%	٦٣٥٩	٣١.٥	٨٤٥	٦٨.٥	١٨٣٨	<input checked="" type="checkbox"/> الأصدقاء والأقارب
٢٩	٥١.١٤%	٤١١٧	٧٣.٣	١٩٦٦	٢٦.٧	٧١٧	<input checked="" type="checkbox"/> الإذاعة والتلفزيون
٣٥	٤٨.٣٩%	٣٨٩٥	٧٧.٤	٢٠٧٧	٢٢.٦	٦٠٦	<input checked="" type="checkbox"/> صحف ومجلات ونشرات ودوريات سياحية
١١	٨٤.٠٩%	٦٧٦٩	٢٣.٩	٦٤٠	٧٦.١	٢٠٤٣	<input checked="" type="checkbox"/> الإنترنت
٣٤	٤٨.٤٩%	٣٩٠٣	٧٧.٣	٢٠٧٣	٢٢.٧	٦١٠	<input checked="" type="checkbox"/> الكتب
٨	٨٦.٠٨%	٦٩٢٩	٢٠.٩	٥٦٠	٧٩.١	٢١٢٣	<input checked="" type="checkbox"/> الوكيل السياحي
٥	٩٢.٠٩%	٧٤١٣	١١.٩	٣١٨	٨٨.١	٢٣٦٥	<input checked="" type="checkbox"/> زيارة سابقة للمحافظتين



تابع جدول (٩)

التكرارات والدرجة الترجيحية والوزن النسبي لمزيج خدمات السياحة

الترويجية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء (ن=٢٦٨٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية	لا	النسبة المئوية	نعم	العبارات
٢٦	٥٧.٠٦%	٤٥٩٣	٦٤.٤	١٧٢٨	٣٥.٦	٩٥٥	مُلصقات ومطويات
٣٢	٤٩.١٦%	٣٩٥٧	٧٦.٣	٢٠٤٦	٢٣.٧	٦٣٧	كروت البريد
٣٤	٤٨.٤٩%	٣٩٠٣	٧٧.٣	٢٠٧٣	٢٢.٧	٦١٠	أفلام سينمائية وفديو
٧- معدل الإنفاق اليومي في أنشطة السياحة الترويجية داخل محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء بالدولار:							
٣٣	٤٩.١٣%	٣٩٥٥	٧٦.٣	٢٠٤٧	٢٣.٧	٦٣٦	أقل من ١٠ دولار
٢٤	٦٠.٢٤%	٤٨٤٩	٥٩.٦	١٦٠٠	٤٠.٤	١٠٨٣	من ١٠ : ٣٠ دولار
٣٠	٤٩.٣٣%	٣٩٧١	٧٦.٠	٢٠٣٩	٢٤.٠	٦٤٤	من ٣١ : ٥٠ دولار
٤٢	٤١.٢٣%	٣٣١٩	٨٨.١	٢٣٦٥	١١.٩	٣١٨	من ٥١ : ٧٠ دولار
٤٧	٣٣.٣٨%	٢٦٨٧	٩٩.٩٢	٢٦٨١	٠.٠٧	٢	أكثر من ٧٠ دولار
٨- مكان الإقامة داخل محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء :							
٣٦	٤٧.١٤%	٣٧٩٥	٧٩.٣	٢١٢٧	٢٠.٧	٥٥٦	فندق سياحي
٣٧	٤٦.٤٢%	٣٧٣٧	٨٠.٤	٢١٥٦	١٩.٦	٥٢٧	قرية سياحية
٢٣	٦٥.٠٨%	٥٢٣٩	٥٢.٤	١٤٠٥	٤٧.٦	١٢٧٨	منتجع سياح
٩- مستوى توافر الخدمات الترويجية في مكان الإقامة :							
٤٧	٣٣.٣٨%	٢٦٨٧	٩٩.٩٢	٢٦٨١	٠.٠٧	٢	ممتازة
٣٩	٤٥.١٣%	٣٣٣٣	٨٢.٣	٢٢٠٨	١٧.٧	٤٧٥	جيدة جدا
١٣	٨٠.٠٧%	٦٤٤٥	٢٩.٩	٨٠٢	٧٠.١	١٨٨١	جيدة
٤١	٤١.٢٣%	٣٣٢٧	٨٨.٠	٢٣٦١	١٢.٠	٣٢٢	مقبولة
٤٧	٣٣.٣٨%	٢٦٨٧	٩٩.٩٢	٢٦٨١	٠.٠٧	٢	رديئة
١٠- تنوع أماكن تقديم الخدمات الترويجية داخل محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء لتوفر مستوى اختيار ملائم للسائحين:							
٢٥	٥٧.٠٨%	٤٥٩٥	٦٤.٤	١٧٢٧	٣٥.٦	٩٥٦	متنوعة
١٧	٧٦.٢٤%	٦١٣٧	٣٥.٦	٩٥٦	٦٤.٤	١٧٢٧	غير متنوعة
١١- تشمل الزيارة محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء فقط أم زيارة أماكن أخرى:							
٢١	٦٧.٠٢%	٥٣٩٥	٤٩.٥	١٣٢٧	٥٠.٥	١٣٥٦	تشمل
٢٢	٦٦.٣٠%	٥٣٣٧	٥٠.٥	١٣٥٦	٤٩.٥	١٣٢٧	لا تشمل
١٢- وجهة نظرك في احتواء محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء على عوامل أنشطة ترويجية سياحية تلائم مختلف اتجاهات الطلب تكون :							
٤٩	٣٣.٣٣%	٢٦٨٣	١٠٠.٠	٢٦٨٣	٠.٠٠	٠.٠٠	بدرجة كبيرة جدا
٤١	٤١.٢٣%	٣٣٢٧	٨٨.٠	٢٣٦١	١٢.٠	٣٢٢	كبيرة
٦	٩١.٨٤%	٧٣٩٣	١٢.٢	٣٢٨	٨٧.٨	٢٣٥٥	متوسطة
٤٧	٣٣.٣٨%	٢٦٨٧	٩٩.٩٢	٢٦٨١	٠.٠٧	٢	ضعيفة
٤٥	٣٣.٤٣%	٢٦٩١	٩٩.٨٥	٢٦٧٩	٠.١٤	٤	ضعيفة جدا
١٣- انطباعك عن السياحة الترويجية بعد زيارة محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء :							

تابع جدول (٩)  
التكرارات والدرجة الترجيحية والوزن النسبي لمزيج خدمات السياحة  
الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء (ن=٢٦٨٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية	لا	النسبة المئوية	معم	العبارات
١٦	٧٦.٨٤%	٦١٨٥	٣٤.٧	٩٣٢	٦٥.٣	١٧٥١	<input checked="" type="checkbox"/> مرضية
٢٨	٥٦.٣٤%	٤٥٣٥	٦٥.٥	١٧٥٧	٣٤.٥	٩٢٦	<input checked="" type="checkbox"/> غير مرضية
٤٤	٣٣.٤٨%	٢٦٩٥	٩٩.٧٧	٢٦٧٧	٠.٢٢	٦	<input checked="" type="checkbox"/> بدون رأى
١٤- وجهة نظر سيادتكم في تنمية السياحة الترويحية الموجودة في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء لتلائم التنشيط السياحى المستهدف تتمثل في :							
٤٨	٣٣.٣٥%	٢٦٨٥	٩٩.٩٦	٢٦٨٢	٠.٠٣	١	<input checked="" type="checkbox"/> تغيير الوضع الحالى
٤٨	٣٣.٣٥%	٢٦٨٥	٩٩.٩٦	٢٦٨٢	٠.٠٣	١	<input checked="" type="checkbox"/> الإبقاء على الوضع الحالى
١	٩٩.٩٥%	٨٠٤٥	٠.٠٧	٢	٩٩.٩٢	٢٦٨١	<input checked="" type="checkbox"/> الإبقاء على الوضع الحالى مع التطوير
١٥- عناصر تنمية السياحة الترويحية من مناطق ترويحية - مناطق خدمات - أماكن للاهتمامات الخاصة - أخرى :							
٤٣	٣٩.٢٤%	٣١٥٩	٩١.١	٢٤٤٥	٨.٩	٢٣٨	<input checked="" type="checkbox"/> تلبى رغبتى تماماً
٣١	٤٩.٢٣%	٣٩٦٣	٧٦.١	٢٠٤٣	٢٣.٩	٦٤٠	<input checked="" type="checkbox"/> بدرجة متوسطة
١٥	٧٨.١٠%	٦٢٨٧	٣٢.٨	٨٨١	٦٧.٢	١٨٠٢	<input checked="" type="checkbox"/> تحتاج لتطوير
٤٦	٣٣.٤٠%	٢٦٨٩	٩٩.٨٨	٢٦٨٠	٠.١١	٣	<input checked="" type="checkbox"/> دون المستوى
١٦- طبيعة تنظيم برنامج السياحة الترويحية الذى يتم تنفيذه داخل محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء :							
٩	٨٤.٩٤%	٦٨٣٧	٢٢.٦	٦٠٦	٧٧.٤	٢٠٧	<input checked="" type="checkbox"/> عن طريق شركات سياحية
٣٥	٤٨.٣٩%	٣٨٩٥	٧٧.٤	٢٠٧٧	٢٢.٦	٦٠٦	<input checked="" type="checkbox"/> تنظيم ذاتى

من جدول (٩) يتضح أن :

- آراء العينة حول عبارات مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء قد حصلت على نسبة مئوية تراوحت ما بين (٣٣,٣٣% ، ٩٩,٩٥%).
- جاءت عبارة وجهة نظر السائحين الوافدين في تنمية السياحة الترويحية الموجودة في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء لتلائم التنشيط السياحى المستهدف تتمثل في الإبقاء على الوضع الحالى مع التطوير فى الترتيب الأعلى بنسبة (٩٩,٩٥%) من إجمالى عدد

العبارات الخاصة بالمحور وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن التطوير والتغيير هو سمة العصر وقد يحدث تطوراً عظيماً في اتجاهات طلب السياحة الترويحية الوافدة وتنوعه وهو دائماً ما يتطلع نحو المنتج السياحي الترويحي ذو الجودة العالية لذا يرى السائحون ضرورة الإبقاء على ما هو كائن من الأنشطة الترويحية السياحية مع التطوير والتحديث بما يتناسب مع اهتمامات ورغبات السائحون المتعددة والمتنوعة والمتجددة وحتى يعطى الفرصة لجذب أسواق سياحية جديدة مختلفة في اهتماماتها عن الأسواق السياحية الحالية ويتفق ذلك مع دراسة إيفا شيسرمان، كارولى بيتو (٢٠١٥م) (١١) التي أكدت أن قطاع السياحة الترويحية والصحة يحتاج الى تدفق أكثر للمزيد من المعلومات والبيانات والموارد لجعل الخدمات الترويحية والصحية جيدة بالثقة من قبل السائحون الوافدين، محمود مستان، آخرون (٢٠١٥م) (١٤) التي أكدت على ضرورة الاستخدام الأقصى للموارد السياحية والتطوير في أساليب إدارتها النوعية.

- جاءت عبارة وجهة نظر السائحون في احتواء محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء على عوامل أنشطة ترويحية سياحية تلائم مختلف اتجاهات الطلب تكون بدرجة كبيرة جداً فى الترتيب الأدنى بنسبة (٣٣،٣٣%) من إجمالى عدد العبارات الخاصة بالمحور وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن الأنشطة الترويحية السياحية الموجودة في المحافظتين بحاجة الى التنوع والتطوير والتحديث لها بما يتناسب مع اهتمامات ورغبات السائحون المتعددة والمتنوعة بتنوع جنسياتهم وعاداتهم وتقاليدهم المختلفة وهذا يتفق مع دراسة إيفونا ياتياك (٢٠١٠م) (١٣)، نفين جلال (٢٠١٤م) (٧)، ثروت الديب (٢٠١٧م) (٢)، التي أكدت على ضرورة تنوع المنتج السياحي الذى يقدم للسائحون لمواكبة متطلبات السائحون المختلفة.

جدول (١٠)  
التكرارات والدرجة الترجيحية والوزن النسبي للمنتج السياحي الترويجي في  
محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء (ن=٥٨)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية	لا	النسبة المئوية	نعم	العبارات
١- نوعية المجموعات التي تتعاملون معها في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء بالنسبة فيما يخص الاستثمار والتنمية في خدمات السياحة الترويجية:							
١٣	٥٥.١٧%	٩٦	٦٧.٢	٣٩	٣٢.٨	١٩	<input checked="" type="checkbox"/> أفراد
١٦	٤٧.١٢%	٨٢	٧٩.٣	٤٦	٢٠.٧	١٢	<input checked="" type="checkbox"/> مجموعات
٩	٦٤.٣٦%	١١٢	٥٣.٤	٣١	٤٦.٦	٢٧	<input checked="" type="checkbox"/> كل ما سبق
٢- تقديم الأنشطة وخدمات السياحة الترويجية الملحقة بها يقتصر على موسم معين:							
١٤	٥٠.٥٧%	٨٨	٧٤.١	٤٣	٢٥.٩	١٥	<input checked="" type="checkbox"/> نعم
٣	٨٢.٧٥%	١٤٤	٢٥.٩	١٥	٧٤.١	٤٣	<input checked="" type="checkbox"/> لا يرتبط بموسم معين
٣- الجنسيات التي يتوقع لها ان تستثمر في مجالات تنمية أنشطة وخدمات السياحة الترويجية في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء تكون في صورة:							
١٥	٤٩.٤٢%	٨٦	٧٥.٩	٤٤	٢٤.١	١٤	<input checked="" type="checkbox"/> أجانب
١٧	٤٢.٥٢%	٧٤	٨٦.٢	٥٠	١٣.٨	٨	<input checked="" type="checkbox"/> عرب
١٤	٥٠.٥٧%	٨٨	٧٤.١	٤٣	٢٥.٩	١٥	<input checked="" type="checkbox"/> مصريين
١٢	٥٧.٤٧%	١٠٠	٦٣.٨	٣٧	٣٦.٢	٢١	<input checked="" type="checkbox"/> كل ما سبق
٤- اعتماد منشآتكم في التنشيط لحركة السياحة الترويجية يكون من خلال :							
١٤	٥٠.٥٧%	٨٨	٧٤.١	٤٣	٢٥.٩	٥	<input checked="" type="checkbox"/> الإذاعة والتليفزيون
٦	٧٥.٨٦%	١٣٢	٣٦.٢	٢١	٦٣.٨	٣٧	<input checked="" type="checkbox"/> الصحف والمجلات
٤	٨١.٦٠%	١٤٢	٢٧.٦	١٦	٧٢.٤	٤٢	<input checked="" type="checkbox"/> وكلاء سياحيين
٤	٨١.٦٠%	١٤٢	٢٧.٦	١٦	٧٢.٤	٤٢	<input checked="" type="checkbox"/> شركات سياحية
١١	٦٢.٠٦%	١٠٨	٥٦.٩	٣٣	٤٣.١	٢٥	<input checked="" type="checkbox"/> وسائل دعائية مكتوبة
٦	٧٥.٨٦%	١٣٢	٣٦.٢	٢١	٦٣.٨	٣٧	<input checked="" type="checkbox"/> مطويات سياحية
٢	٨٧.٣٥%	١٥٢	١٩.٠	١١	٨١.٠	٤٧	<input checked="" type="checkbox"/> الانترنت
٥- من وجهة نظر سيادتكم ترون أن محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء يحتوى على عوامل جذب تلائم مختلف اتجاهات الطلب على السياحة الترويجية بدرجة :							
١	٨٩.٦٥%	١٥٦	١٥.٥	٩	٨٤.٥	٤٩	<input checked="" type="checkbox"/> كبيرة جدا
١٨	٣٦.٧٨%	٦٤	٩٤.٨	٥٥	٥.٢	٣	<input checked="" type="checkbox"/> كبيرة
١٨	٣٦.٧٨%	٦٤	٩٤.٨	٥٥	٥.٢	٣	<input checked="" type="checkbox"/> متوسطة
١٨	٣٦.٧٨%	٦٤	٩٤.٨	٥٥	٥.٢	٣	<input checked="" type="checkbox"/> ضعيفة
٦- معدل التردد ( حركة السياحة الترويجية ) الحالية والمتوقعة على المنشآت السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء تكون :							
٨	٧٠.١١%	١٢٢	٤٤.٨	٢٦	٥٥.٢	٣٢	<input checked="" type="checkbox"/> بدرجة كبيرة جدا
١٠	٦٣.٢١%	١١٠	٥٥.٢	٣٢	٤٤.٨	٢٦	<input checked="" type="checkbox"/> بدرجة كبيرة
١٩	٣٣.٣٣%	٥٨	١٠٠.٠	٥٨	٠.٠	٠	<input checked="" type="checkbox"/> بدرجة متوسطة

تابع جدول (١٠)  
التكرارات والدرجة الترجيحية والوزن النسبي للمنتج السياحي الترويجي في  
محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء (ن=٥٨)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية	لا	النسبة المئوية	نعم	العبارات
٥	٧٧.٠١%	١٣٤	٣٤.٥	٢٠	٦٥.٥	٣٨	٧- هناك مجالات للاستثمار في السياحة الترويجية ترونها مناسبة ومطلوبة لمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء لتنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة؟
٥	٧٧.٠١%	١٣٤	٣٤.٥	٢٠	٦٥.٥	٣٨	٨- هناك مقومات للاستثمار في السياحة الترويجية بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء ؟
٧	٧٣.٥٦%	١٢٨	٣٩.٧	٢٣	٦٠.٣	٣٥	٩- هناك مشكلات يواجهها السائحين من رواد السياحة الترويجية بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء ؟

من جدول (١٠) يتضح أن :

- آراء العينة حول المنتج السياحي الترويجي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء قد حصلت على نسبة مئوية تراوحت ما بين (٨٩,٦٥% ، ٣٣,٣٣%) .

- جاءت عبارة يرى الخبراء السياحيين، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء أن محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء يحتوى على عوامل جذب تلائم مختلف اتجاهات الطلب على السياحة الترويجية بدرجة كبيرة جداً في الترتيب الأعلى بنسبة (٨٩,٦٥%) من إجمالي عدد العبارات الخاصة

بالمحور وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء بها كل المقومات الطبيعية والمادية والبشرية القادرة على جذب كل أنواع السائحين من كل الجنسيات وتستطيع تلبية كل رغبات حركة السياحة الترويحية الدولية إلا أن الواقع لا يعكس ذلك إلى حد كبير خصوصاً أن رأى السائحين الوافدين مخالف تماماً لهذا الرأى حيث يرون ان محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء لا يحتويها على عوامل أنشطة ترويحية سياحية تلائم مختلف اتجاهات الطلب على السياحة الترويحية كما هو موضح في نتائج محور مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء لذا يجب الأخذ برأى السائحين وتضمين رأيهم كاصحاب مصلحة في صنع القرار حول تطوير السياحة الترويحية لتناسب مختلف اتجاهات الطلب عليها وهذا ما يتفق مع دراسة جورجيت ليا بيرنز، لوفي هارالدسدوتيرب (٢٠١٨م) (١٢)، ودراسة دونجو جو وآخرون (٢٠١٩م) (١٠) التي أكدت على ضرورة النظر الى وجهات نظر السائحين الوافدين من قبل مديري الوجهات السياحية المختلفة.

- جاءت عبارة معدل التردد ( حركة السياحة الترويحية ) الحالية والمتوقعة على المنشآت السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء تكون بدرجة متوسطة فى الترتيب الأدنى بنسبة (٣٣،٣٣%) من إجمالى عدد العبارات الخاصة بالمحور وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن الخبراء السياحيين، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء على يقين تام بأن الوضع الحالي لحركة السياحة الترويحية والرؤية الإستراتيجية المستقبلية لهذا النمط السياحي الهام سوف تتحسن بالتدرج خصوصاً مع تحسن الوضع الأمنى للبلاد.

جدول (١١)

دلالة الفروق بين متوسطي آراء أفراد عينة البحث (السائحون الوافدين)  
حول الأنشطة الترويحية السياحية ومزيج خدمات السياحة الترويحية  
المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وفق متغير مستوى  
المنشأة السياحية (٤ نجوم - ٥ نجوم) (ن = ٢٦٨٣)

قيمة ت	الفرق بين المتوسطين	ن = ١٦٤٦		ن = ١٠٣٧		المحاور	م
		المنشآت السياحية ذات ٥ نجوم		المنشآت السياحية ذات ٤ نجوم			
		س	+ع	س	+ع		
٠.٢٧٠	٠.٠٨	٨.٠٠٥٤	١٧١.٤٣	٨.٠٢١٣	١٧١.٣٥	الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء	١-
٠.٢٢٢	٠.٠٣	٣.٥٤٤٢	١١١.٣٨	٣.٥٦٤٠R	١١١.٤١	مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء	٢-

قيمة (ت) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = (٠.٢٦٧)

من جدول (١١) يتضح: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى  
معنوية (٠.٠٥) بين متوسط آراء السائحون الوافدين في المحور الأول  
(الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر  
وجنوب سيناء) وفق متغير مستوى المنشأة السياحية (٤ نجوم - ٥ نجوم)  
حيث أن قيمة ت المحسوبة أكبر من قيمة ت الجدولية وبالتالي نرفض الفرض  
الصفرى الذى ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين  
ونقبل بالفرض البديل بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح المنشآت  
السياحية ذات ٥ نجوم حيث أن مجموع متوسطات آراء السائحون داخل هذا  
المستوى من المنشآت اعلى من مجموع متوسطات آراء السائحون داخل

المنشآت ذات الـ٥ نجوم وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن المنشآت السياحية ذات الخمس نجوم تختلف نسبياً عن المنشآت السياحية ذات الأربع نجوم فيما يخص التنوع في الأنشطة الترويحية السياحية المقدمة للسائحين، بينما لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بين متوسط آراء السائحين الوافدين في المحور الثاني ( مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء) حيث أن قيمة ت المحسوبة أقل من قيمة ت الجدولية وقد يرجع الباحث ذلك الى شبه الاتفاق بين المنشآت السياحية ذات الـ٥ نجوم، الـ٥ نجوم حول مزيج خدمات السياحة الترويحية داخل محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء حيث أن طبيعة وجودة الخدمات بين المستويين قريبة جداً والاختلاف بينهما طفيف جداً.

### جدول (١٢)

تحليل التباين الأحادي للفروق بين آراء عينة البحث ( السائحين ) وفق متغير الجنسية (روس - ألمان - إيطاليين- أوكران - بيلاروس - إنجليز - هولنديين - تشيكيين - سلوفاكيين - بولنديين ) (ن=١٦٨٣)

م	المحاور	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F
١	الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء	بين المجموعات	٢٠.٨١٨	٩	٢.٣١٣	٠.٠٣٦
		داخل المجموعات	١٧٢.٥٧.٩٨	٢٦٧٣	٦٤.٣٦٩	
		المجموع	١٧٢.٧٨.٧٩	٢٦٨٢		
٢	مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء	بين المجموعات	٦.٥٤٨	٩	٠.٧٢٨	٠.٠٥٨
		داخل المجموعات	٣٣٨١٧.٨٢	٢٦٧٣	١٢.٦٢٥	
		المجموع	٣٣٨٢٤.٣٧	٢٦٨٢		

• قيمة (F) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) = ١.٨٨٣



من الجدول (١٢) يتضح : وجود فروق غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥) وفق متغير الجنسية (روس - ألمان - إيطاليين - أوكران - بيلاروس - إنجليز - هولنديين - تشيكيين - سلوفاكيين - بولنديين ) عينة البحث - في جميع محاور استبيان السائحين حول تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء واثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية حيث أن قيمة (F) المحسوبة أقل من قيمة (F) الجدولية وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن الأنشطة الترويحية المتوفرة بالفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء بالإضافة الى مزيج خدمات السياحة الترويحية السياحية بها يتفق في اختيار المتوفر منها كل جنسيات السائحين الوافدين من الخارج.

### جدول (١٣)

تحليل التباين الأحادي للفروق بين آراء عينة البحث

(العاملين) وفق متغير الوظيفة (خبراء سياحيين - عاملين بهيئة تنمية

السياحة - مستثمرين في السياحة الترويحية - مديري الفنادق والقرى

والمنتجعات السياحية) (ن = ٦٥٥)

م	المحاور	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F
١	المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء	بين المجموعات	٤٥٧.٢٨٣	٣	١٥٢.٤٢٨	٢٢.٢٢٨
		داخل المجموعات	٣٧٠.٣٠٣	٥٤	٦.٨٥٧	
		المجموع	٨٢٧.٥٨٦	٥٧		

• قيمة (F) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) = ٢.٧٧٥

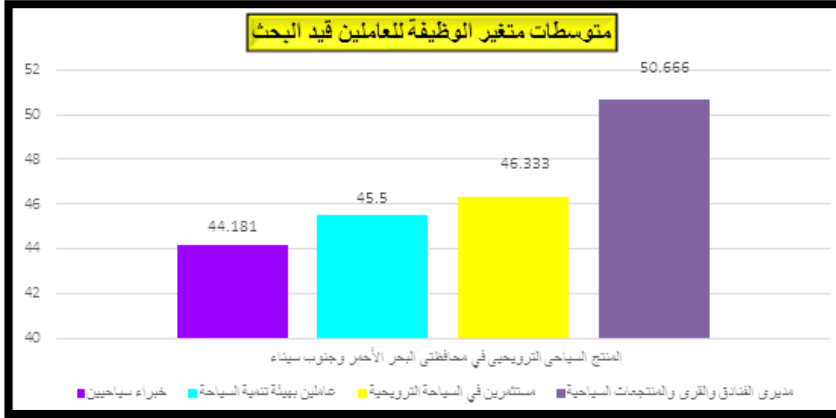
من جدول (١٣) يتضح: وجود فروق ذات دلالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بين متوسط آراء العاملين بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وفق متغير الوظيفة (خبراء سياحيين - عاملين بهيئة تنمية السياحة -

مستثمرين في السياحة الترويحية - مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية) العينة قيد البحث في محور استبيان تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء واثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية حيث أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية وبالتالي نرفض الفرض الصفرى الذى ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين الأربعة متغيرات ونقبل بالفرض البديل بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين الأربع متغيرات، مما دعا الباحث إلى استخدام المقارنة مع أقل فرق معنوى باستخدام LSD للتعرف على اتجاه الفروق بين متوسطات الوظيفة للعاملين قيد البحث.

#### جدول (١٤)

اتجاه الفروق بين متوسطات آراء عينة البحث (العاملين)  
وفق متغير الوظيفة (خبراء سياحيين - عاملين بهيئة تنمية السياحة -  
مستثمرين في السياحة الترويحية - مديري الفنادق والقرى والمنتجات  
السياحية) قيد البحث باستخدام ( LSD ) ( ن = ٦٥٥ )

م	المحاور	سنوات الخبرة	المتوسط الحسابى	الفروق بين المتوسطات		
				عاملين بهيئة تنمية السياحة	مستثمرين في السياحة الترويحية	مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية
١-	المنتج السياحي الترويحي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء	خبراء سياحيين	٤٤.١٨١	١.٣١٨	٢.١٥١	٦.٤٨٤
		عاملين بهيئة تنمية السياحة	٤٥.٥٠٠		.٨٣٣٣	٥.١٦٦
		مستثمرين في السياحة الترويحية	٤٦.٣٣٣			٤.٣٣٣
		مديري الفنادق والقرى والمنتجات السياحية	٥٠.٦٦٦			



شكل (٣) متوسطات آراء عينة البحث (العاملين) وفق متغير الوظيفة (خبراء سياحيين - عاملين ببيئة تنمية السياحة - مستثمرين في السياحة الترويجية - مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية)

قيد البحث باستخدام (LSD) (ن = ٦٥٥)

من جدول (١٤) وشكل (٣) يتضح: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية (٠.٠٥) في متغير الوظيفة في محور استبيان العاملين حول تنوع المنتج السياحي الترويجي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء واثره في تنشيط حركة السياحة الترويجية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية لصالح مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية حيث أن قيمة (F) المحسوبة أكبر من قيمة (F) الجدولية وأن قيمة متوسطات تلك المتغير أعلى من قيمة متوسطات المتغيرات الأخرى، وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية هم أكثر العاملين دراية بطبيعة المنتج السياحي الترويجي داخل المحافظتين على اعتبار انهم على رأس الإدارة العليا لأهم المنشآت السياحية استقبلاً لحركة السياحة الترويجية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.

## الاستنتاجات:

انطلاقاً من نتائج هذا البحث وفي ضوء المنهج المستخدم وفي حدود العينة وأدوات جمع البيانات والمعالجات الإحصائية المستخدمة؛ يقدم الباحث الاستنتاجات التالية:

- أكثر أنشطة السياحة الترويحية توفراً بالفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء هي ( الاستجمام على الشاطئ، التصوير تحت الماء، التمرينات الهوائية (الأيروبيك)، تنس الطاولة، البوتشي، تصفح الانترنت، الجرى، الساونا، إقامة الحفلات، رحلات السفارى، الطيران المائى (الباراسيلنج)، الغوص، المساج والتدليك، المشى، الرحلات البحرية، السباحة، الاسنوركلنج، كرة الطائرة الشاطئية ).

- أقل أنشطة السياحة الترويحية توفراً بالفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء هي (تنظيم المهرجانات، العلاج باستخدام المياه الطبيعية، الكروكيه، ركوب السيارات الصغيرة (الكارتنج)، الريشة الطائرة (البادمنتون)، تكيوبال ).

- رؤية السائحين الوافدين في تنمية السياحة الترويحية الموجودة في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء كى تلاءم التنشيط السياحى المستهدف أنها تقوم على الإبقاء على الوضع الحالى مع التطوير.

- رؤية السائحين بان محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء لا تحتوي على عوامل أنشطة ترويحية سياحية تلاءم مختلف اتجاهات الطلب.

- رؤية خبراء السياحة، العاملين بهيئة تنمية السياحة، المستثمرين في السياحة الترويحية، مديرى الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية أن محافظة

البحر الأحمر وجنوب سيناء يحتوي على عوامل جذب تلائم مختلف اتجاهات الطلب على السياحة الترويحية بدرجة كبيرة جداً وهذا مناقض تماماً لرأى السائحين الوافدين.

- رؤية خبراء السياحة، العاملين بهيئة تنمية السياحة، المستثمرين في السياحة الترويحية، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية أن معدل حركة السياحة الترويحية الحالية والمتوقعة على المنشآت السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء يكون وسيكون بدرجة كبيرة جداً.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بين متوسط آراء السائحين الوافدين في محور (الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء) وفق متغير مستوى المنشأة السياحية (٤ نجوم، ٥ نجوم) لصالح المنشآت السياحية ذات الخمس نجوم.

- وجود فروق غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بين متوسط آراء السائحين الوافدين في المحور الثاني (مزيج خدمات السياحة الترويحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء) وفق متغير مستوى المنشأة السياحية (٤ نجوم، ٥ نجوم).

- وجود فروق غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بين متوسط آراء السائحين الوافدين في جميع محاور استبيان السائحين حول تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء واثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى جمهورية مصر العربية وفق متغير الجنسية (روس - ألمان - إيطاليين - أوكران - بيلاروس - إنجليز - هولنديين - تشيكيين - سلوفاكيين - بولنديين ) عينة البحث.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بين متوسط آراء العاملين بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء حول المنتج السياحي الترويحي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء وفق متغير الوظيفة (خبراء سياحيين، عاملين بهيئة تنمية السياحة، مستثمرين في السياحة الترويحية، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية) العينة قيد البحث لصالح مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.

### التوصيات:

في ضوء المنهج المستخدم وما تم التوصل إليه من نتائج واستنتاجات؛ يقدم الباحث التوصيات التالية:

- يجب أن يتم التشخيص الدقيق للمنتج السياحي الترويحي المتنوع في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء؛ وذلك حتى يتسنى استخدامه في رسم استراتيجية شاملة للسياحة الترويحية تؤدي إلى تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء والربط بين عوامل الجذب السياحي بها والطلب السياحي الحالي.
- وضع خطة ترويجية للتعريف بالمنتج السياحي الترويحي الموجود في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وكيفية الوصول إليه؛ عن طريق مختلف وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، والعلاقات العامة مع وضع دليل شامل لعوامل جذب السياحة الترويحية في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء.
- تفعيل الدور الحيوي للتسويق السياحي لمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء، عن طريق الوسائل الحديثة مثل انشاء مواقع متخصصة على

شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) خصوصاً بالنسبة للمنتج السياحي الترويحي الفريد بمحافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء، مثل الغوص والتصوير تحت الماء.

- وضع برامج للسياحة الترويحية تعد وتنفذ داخل محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء، بواسطة شركات السياحة والوكلاء السياحيين أو منظمى البرامج والرحلات المصريين والأجانب.

- تنوع المنتج السياحي الترويحي بالمحافظتين كإشياء مراسٍ لهواة رياضة اليخوت التي يتزايد الطلب عليها عاماً بعد عام في السوق العالمية بوجه عام والسوق الأوروبية بوجه خاص لما له من مردود إقتصادي كبير.

- تطوير نقاط الغوص الموجودة في المحافظتين والعمل على اكتشاف نقاط أخرى جديدة لما له من مردود اقتصادي كبير خاصة ان رياضة الغوص تعتبر من أهم أنشطة السياحة الترويحية المفضلة لدى السائحين الدوليين داخل محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء.

- عقد مؤتمرات دولية بشكل دورى بغرض تنشيط حركة السياحة الترويحية بالمحافظتين يتم فيها دعوة سفراء الدول الأجنبية بمشاركة شركات السياحة والوكالات السياحية المحلية وعابرة القوميات ومنظمى برامج السياحة الترويحية من الدول الأجنبية للمشاركة بصورة فعالة في التعرف على المنتج السياحي الترويحي المتنوع في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء وتسويقه وتنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إليه.

- تشجيع الاستثمار العربي والأجنبي في مجال خدمات السياحة الترويحية في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء ووضع آليات تشجع على التنفيذ.

- إقامة فنادق وقرى ومنتجعات سياحية وشواطئ سياحية ذات صبغة ترويحية تختلف عن المنشآت السياحية الأخرى تلائم مختلف الشرائح السوقية من حيث السعر وجودة الخدمات الترويحية المقدمة وتنوعها.

## المراجع :

### أولاً المراجع باللغة العربية :

- ١- أميرة عبد الحميد : دراسة مسحية للأنشطة السياحية الترويحية، بمحافظة الإسكندرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠١١م.
- ٢- ثروت الديب : الآثار الاقتصادية والاجتماعية المصاحبة لمشكلات التنمية السياحية فى المجتمع المضيف دراسة ميدانية فى إقليم القناة ( بورسعيد)، بحث منشور، المجلد ٤٥، العدد ٣، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة، ٢٠١٧م
- ٣- رأفت البكرى : إستراتيجية لتفعيل الأنشطة الترويحية السياحية بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠١٥م.
- ٤- سلطان النصاروى، للنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٦م.
- آخرون
- ٥- عبد الحميد فتحى : دراسة مسحية للأنشطة الترويحية فى القرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
- ٦- محمد الصيرفى : تنشيط المبيعات السياحية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٠م
- ٧- نفين جلال : التنمية السياحية فى شبه جزيرة سيناء " مدينة طور سيناء "، وزارة السياحة، مجلة البحوث السياحية، ٢٠١٤م.



**نشرات ودوريات باللغة العربية:**

٨- وزارة السياحة : مصر " الدليل السياحي " ٢٠١٨م

**ثانياً المراجع باللغة الإنجليزية :**

- ٩- C. Van Vuuren, : : TRAVEL MOTIVATIONS  
Elmarie Slabbert AND BEHAVIOUR OF  
TOURISTS TO A SOUTH  
AFRICAN RESORT, S VOL.  
I – INTERNATIONAL  
CONFERENCE ON  
TOURISM &  
MANAGEMENT STUDIES –  
ALGARVE ٢٠١١.
- ١٠- DongohJoo, : Exploring tourists'  
HeetaeCho, Kyle perceptions of tourism  
M.Woosname impacts, Tourism  
Management Perspectives,  
Volume ٣١, Pages ٢٣١-  
٢٣٥, ٢٠١٩.
- ١١- Eva Csirmaz, : International trends in  
Károly Peto recreational and wellness  
tourism, Procedia Economics  
and Finance ٣٢, doi:  
١٠.١٠١٦/S٢٢١٢-  
٥٦٧١(١٥)٠١٤٥٨-٦, ٧٥٥ –  
٧٦٢, ٢٠١٥.
- ١٢- Georgette : Hydropower and tourism in  
LeahBurns, Laufey Iceland: Visitor and operator  
Haraldsdóttirb perspectives on preferred use  
of natural areas, Journal of  
Outdoor Recreation and  
Tourism, Volume ٢٥, Pages  
٩١-١٠١, ٢٠١٨.

- ١٣- Iwona M.Batyk, : “Tourism – Common cause”.  
Stefan S.Smoczyński Polish tourist products,  
Tourism  
Management, Volume ٣١,  
Issue ٤, Pages ٥٥٣-٥٥٥, ٢٠١٠.
- ١٤- Mahmud Mustain,  
Haryo Armono, a ,  
Danu Kurniawan The Evaluation of Beach  
Recreational Index for  
Coastal Tourism Zone of:  
Delegan, Kenjeran, and  
Wisata Bahari Lamongan,  
Procedia Earth and Planetary  
Science ١٤ ( ٢٠١٥ ) ١٧ – ٢٤,  
Volume ١٤, Pages ١٧-٢٤,  
, ٢٠١٥.
- ١٥- Miloš Kocevski, Iva  
Škrbić, Romana  
Romanov PROIZVODNI MIKS  
REKREATIVNOG  
TURIZMA BALKANSKOG  
SKAUTSKOG CENTRA,  
Fakultet za sport i turizam,  
Novi Sad, TIMS Acta ٧, ٥١-  
٥٨, DOI: ١٠.٥٩٣٧/timsact٧-  
٣٨١٠, ٢٠١٣.

ثالثاً: مراجع الشبكة الدولية للمعلومات

- ١٦- <https://www.dostor.org/٢١٨٦٧٠٣> ٢٧-٥-٢٠١٨  
١٢:٣٠ am
- ١٧- [http://www.redsea.gov.eg/tourism/Lists/List٣/  
AllItems.aspx٦-٥-٢٠١٨١.٢٣](http://www.redsea.gov.eg/tourism/Lists/List٣/AllItems.aspx٦-٥-٢٠١٨١.٢٣) am
- ١٨- [https://www.unwto.org/tourism-development-  
products١١-٥-٢٠١٨٨.٢٣](https://www.unwto.org/tourism-development-products١١-٥-٢٠١٨٨.٢٣) PM
- ١٩- [https://www.sis.gov.eg/section/٤١٥/٧٢٧٦?lan  
g=en-us١٨-٤-٢٠١٨٣.٥٦](https://www.sis.gov.eg/section/٤١٥/٧٢٧٦?lang=en-us١٨-٤-٢٠١٨٣.٥٦) AM

## تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة الى جمهورية مصر العربية

د. رأفت عبد الرؤوف محمد أحمد بكرى \*

عنوان الدراسة " تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة الى جمهورية مصر العربية "، بهدف دراسة تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة الى جمهورية مصر العربية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وبلغت عينة الدراسة (٢٦٨٣) مفحوصاً من السائحين، (٥٨) مفحوصاً من خبراء السياحة، هيئة تنمية السياحة، المستثمرين، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت من أهم نتائج الدراسة هي أكثر أنشطة السياحة الترويحية توفراً بالفنادق والقرى والمنتجعات السياحية بمحافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء هي ( الاستجمام على الشاطئ، التصوير تحت الماء، التمرينات الهوائية (الأيروبيك)، تنس الطاولة، البوتشي، تصفح الانترنت، الجرى، الساونا، إقامة الحفلات، رحلات السفارى، الطيران المائى (الباراسيلينج)، الغوص، المساج والتدليك، المشى، الرحلات البحرية، السباحة، الاسنوركلنج، كرة الطائرة الشاطئية )، رؤية السائحين الوافدين في تنمية السياحة الترويحية الموجودة في محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء كى تلاعم التنشيط السياحي المستهدف أنها تقوم على الإبقاء على الوضع الحالي مع التطوير، رؤية السائحين بان محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء لا تحتوي على عوامل أنشطة ترويحية سياحية تلاعم مختلف اتجاهات الطلب، رؤية خبراء السياحة، العاملين بهيئة تنمية السياحة، المستثمرين في السياحة الترويحية، مديري الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية أن محافظة البحر الأحمر وجنوب سيناء يحتوي على عوامل جذب تلاعم مختلف اتجاهات الطلب على السياحة الترويحية بدرجة كبيرة جداً وهذا مناقض تماماً لرأى السائحين الوافدين.

\* مدرس بقسم الترويج الرياضى - كلية التربية الرياضية - جامعة دمياط .

**The diversity of the recreational tourism product in the Red Sea and South Sinai governorates and its effect in stimulating the movement of arriving recreational tourism in the Arab Republic of Egypt**

**\* Raafat Abd El-Raouf Mohamed Elbakry**

---

---

The title of the study is "The diversity of the recreational tourism product in the Red Sea and South Sinai governorates and its effect in stimulating the movement of arriving recreational tourism in the Arab Republic of Egypt", with the aim of studying the diversity of the recreational tourism product in the Red Sea and South Sinai governorates and its effect on stimulating the recreational tourism movement in the Arab Republic of Egypt, The researcher used the descriptive approach, and the study sample reached (٢٦٨٣) examined by tourists, (٥٨) examined by (tourism experts, Tourism Development Authority, investors, managers of hotels, villages and tourist resorts in the Red Sea and South Sinai governorates, and the researcher used the questionnaire as a tool to collect data, and was Among the most important results of the study are the most recreational tourism activities available in hotels, villages and tourist resorts in the governorates of the Red Sea and South Sinai are (beach recreation, underwater photography, aerobic exercises), table tennis, bushi, internet surfing, running, sauna, partying, Safari, parasailing, diving, massage and massage, hiking, cruises, swimming, snorkelling, beach volleyball, sight seeing The arrivals regulations in the development of recreational tourism in the Red Sea and South Sinai governorates in order to match the targeted tourism activation that it is based on maintaining the current situation with the development, the tourists' view that the Red Sea and South Sinai governorates do not contain factors of recreational tourism activities that suit different directions of demand, the experts' vision Tourism, employees of the Tourism Development Authority, investors in recreational tourism, managers of hotels, villages and tourist resorts that the governorates of the Red Sea and South Sinai contain attracting factors that suit the various directions of demand for recreational tourism in a very large way, and this is completely contrary to the opinion of foreign tourists.

---

**\*Lecturer - Sports Recreation Department - Faculty of Physical Education - Damietta University**