

## **خدمات المعلومات في قطاع السياحة في محافظات صعيد مصر: دراسة ميدانية على محافظتي الأقصر وأسوان .**

إعداد

هشام محروس كمال الدين حنفي

عدد يناير ٢٠١٩

## تمهيد

يقصد الناس أماكن معينة داخل الوطن (سياحة داخلية) أو أماكن خارج الوطن "سياحة خارجية" لمشاهدة الأماكن الأثرية والسياحية والاستمتاع بالمنظر الطبيعية والطقس المعتدل أو للمشاركة في مؤتمر أول لأغراض أخرى، وتسهم السياحة في اقتصاد الدول السياحية بشكل كبير سواء كانت دول متقدمة أو نامية وذلك من خلال تنامي أنشطتهما وقدرتها على التأثير على أنشطة وقطاعات عديدة داخل الدولة<sup>(١)</sup>.

السياحة شأنها شأن المشاريع الإقتصادية الأخرى بحاجة إلى دعائم تسهم في إنجاحها تأتي في أولها المعلومات، كما أن التخطيط للسياحة والسفر يعتمد على المعلومات المناسبة، مما يبرز دور وأهمية المعلومات في مجال السياحة<sup>(٢)</sup>.

## ٢/١ مشكلة الدراسة:

من خلال زيارة الباحث لمراكز استعلامات السياحة وبعض الفنادق في الأقصر وأسوان تبين أن مشكلة الدراسة تتبلور في العناصر التالية:

١- لاحظ الباحث لمحدودية خدمات المعلومات المقدمة للسياح المقيمين بالفنادق والمتريدين على مراكز استعلامات السياحة محل الدراسة في الأقصر وأسوان.

<sup>١</sup> - عادة عبدالمنعم موسى . خدمات المعلومات المقدمة لنزلاء الفنادق السياحية الفاخرة بمدينة الاسكندرية : دراسة في مدى الاتاحة والافادة . الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات . مج ١٤ ، ع ٢٨ ، يوليو ٢٠٠٧ . ص ١٢٥

<sup>٢</sup> - سالم السالم ، عبدالله المبرز . مراكز المعلومات السياحية بالمملكة العربية السعودية دراسة لواقعها لمستقبلها . السعودية :الهيئة العامة للسياحة والآثار ، ٢٠١٢ ، ص ص ٢٩-٣٠

٢- أغلب مصادر المعلومات المقدمة للسياح مثل النشرات والمطويات والأدلة والكتيبات معلوماتها متقادمة.

عدم وجود العدد الكافي من مراكز استعلامات السياحة بمنطقة الدراسة وعدم ملائمة مواقعها مراكز الحالية لأغلب السياح، وأماكن إقامتهم بالفنادق.

٣- الصعوبات التي يواجهها السياح في الحصول على خدمات المعلومات مثل: ارتفاع أسعار الخدمات- طول الوقت المستغرق في تقديم بعض الخدمات إلى حد ما .

٤- بعض الصعوبات التي تواجه مراكز استعلامات السياحة والفنادق منها قلة عدد القوى العاملة المؤهلة لتقديم خدمات المعلومات ، وقلة البرامج التدريبية التأهيلية .

نلخص من كل ما سبق أن هناك حاجة إلى دراسة واقع هذه خدمات المعلومات السياحية والتعرف على اتجاهات السياح نحو هذه الخدمات .

**٣/١ أهداف الدراسة:** تسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف هي:

١- التعرف على واقع خدمات المعلومات المقدمة للسياح في مراكز استعلامات السياحة والفنادق في محافظتى الأقصر وأسوان ومدى تلبية هذه الخدمات لإحتياجات السياح المعلوماتية.

٢- معرفة الإمكانيات البشرية والمادية الخاصة بخدمات المعلومات السياحية بمراكز معلومات (استعلامات) السياحة ووحدات المعلومات بالفنادق فى الأقصر وأسوان.

٣- التعرف على الصعوبات التي تواجه كلا من السياح عند طلبهم لخدمات المعلومات، والصعوبات التي تواجه الفنادق ومراكز استعلامات السياحة في توفير احتياجات السائحين من خدمات المعلومات.

٤ - دراسة اتجاهات السائحين نحو خدمات المعلومات السياحية المقدمة لهم في مراكز استعلامات السياحة والفنادق في محافظتي الأقصر وأسوان

#### ٤/١ أهمية الدراسة ومبرراتها: تتجلى أهمية الدراسة في الآتي :

١. تتناول الدراسة خدمات المعلومات في قطاعا اقتصاديا هاما من قطاعات الدولة موضع البحث والدراسة والتحليل بهدف تشخيص مشكلاته ومحاولة وضع الحلول المناسبة لها
٢. قلة الدراسات المتخصصة في موضوع الدراسة خدمات المعلومات السياحية حيث ان الدراسة الحالية وطبقا لما هو متاح من الدراسات السابقة التي أجريت في مصر .
٣. الترابط حضارياً وثقافياً واجتماعياً بين سكان المنطقة تركز نحو ٩٠% من حركة السياحة بصعيد مصر فيما بين الأقصر وأسوان. مما يشكل جذباً سياحياً متنوعاً.

#### ٥/١ مجال الدراسة وحدودها:

١/٥/١ الحدود الموضوعية: تتناول الدراسة خدمات المعلومات في قطاع السياحة في صعيد مصر، كما تدخل الدراسة ضمن دراسات خدمات المعلومات، ومدى الإفادة منها.

٢/٥/١ الحدود المكانية: تتحصر الحدود المكانية للدراسة في " الفنادق ومراكز المعلومات السياحية بمحافظة الأقصر وأسوان"

٣/٥/١ الحدود الزمنية: تمتد الدراسة في حدودها الزمنية خلال الفترة من ( أبريل ٢٠١٤م حتى ٢٠١٧م) وهي فترة التطبيق العملي للدراسة  
٦/١ منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج الميداني (٣)، ويستطيع الباحث من خلاله جمع البيانات ووصفها وتفسيرها وتحليلها والتوصل إلى نتائج أكثر دقة كي ترتقي الدراسة إلى مرتبة تعميم النتائج.

٧/١ أدوات جمع البيانات :

١/٧/١ استبيان المستفيدين ( السياح ) حيث تضمن مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة الدراسة بهدف التعرف على اتجاهات السياح نحو خدمات المعلومات السياحية والمقابلات الشخصية.

٩/١ مجتمع الدراسة الخاص بمركز استعلامات السياحة والفنادق : ويشمل مجتمع الدراسة على مراكز استعلامات السياحة والفنادق في الأقصر وأسوان المفتوحة والعاملة أثناء إعداد الدراسة الميدانية  
جدول (٣) يوضح مجتمع الدراسة

مجموع مراكز الاستعلامات والفنادق حسب فئاتها في كل محافظة	فنادق ٣ نجوم	فنادق ٤ نجوم	فنادق ٥ نجوم	مراكز معلومات السياحة	المحافظة			
١٧	فيليب الكرنك- سان جوزيف- اميليو- رويال هاوس كوينزفالى سوسنا- نيوبولا	٨	ايزيس- نوفوتيل- ايتاب الأقصر	٣	شيراتون- الهيلتون- ونتر بالاس- سونستا سان جورج- شنيجن برجر-	٥	١	الأقصر

٢- شعبان عبدالعزيز خليفة. المحاورات في مناهج البحث في علم المكتبات والمعلومات. ط٥- القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠١٠ ، ص ص ١١٩-١٢٠

أسوان	١	٤	٣	٣	١١
	موفمبيك- جزيرة إيزيس- كتركت الجديد- كتركت سوفتيل	بسمّة- نقرتارى- سيتى أبوسمبل	٣	شاليهات إيزيس- ساره- مرحبا	١١
مجموع	٢	٩	٦	١١	٢٨

### ٢/٩/١ عينة الدراسة الخاصة بالساحين :

نظراً لضخامة المجتمع الأصلي وهو جميع السياح بكل جنسياتهم سواء مصريين أو عرب أو أجانب فإنه يصعب فى هذه الدراسة المسح الشامل له، لصعوبة حصر جميع السياح المترددين على مراكز استعلامات السياحة والمقيمين بالفنادق المبحوثة فى الأقصر وأسوان، حيث إننا هنا أمام مجتمع مفتوح<sup>(٤)</sup>، لهذا السبب تم الإعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة والتي يكون فيها احتمال اختيار أى وحدة متساوية<sup>(٥)</sup> حيث قام الباحث بتوزيع عدد (٢٠) استبانة فى كل فندق ومركز معلومات بواقع عدد (٥) استبانة من كل لغة ( اللغة العربية والإنجليزية والفرنسية والألمانية ).

وبلغ اجمالى عدد الإستبيانات الموزعة ( ٥٦٠ ) استبيان ، استرجع منها عدد ( ٤٧٧ ) إستبانة وتمت مراجعتها لاستبعاد غير الصالح منها والتي تمثلت فى (٤٥٧) صالحة للتحليل بنسبة (٩١.٤%) بينما تم إستبعاد (٢٠) استبانة بنسبة (٤ %) لعدم صالحيتهم للتحليل تبين: عدم اكتمال بعضها وخلو كثير منها على مستوى خانات البدائل كذلك تناقض إجابات بعض الأسئلة على الرغم من اكتمال الإستبانة، مما اضطر الباحث

<sup>٤</sup> - نعاس عمارى . خدمات المعلومات بالمكتبة الوطنية الجزائرية واقعها ورضا المستفيدين منها واتجاهات تطويرها ؛ إشراف وهيبة غرامى سعيدى - جامعة الجزائر - ٢ - بوزريعة - كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية - قسم علم المكتبات والتوثيق ، ٢٠١٣ ، ص ١٩

<sup>٥</sup> - محمد فتحى عبد الهادى . البحث ومناهجه فى علوم المكتبات والمعلومات . - ط٤ . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠١٣ . ص ١٠٧

لإلغائها ، لأن استخدامها وتحليلها سيؤثران على النتائج النهائية للدراسة ودقتها، وحتى تكون النتائج أقرب إلى الموضوعية ، والجدول التالي يوضح طبيعة توزيع الاستبانات :

جدول ( 1 ) يوضح عملية توزيع الاستبيان

عدد الاستبانات الموزعة	الغير مستردة	النسبة		الاستبانات المعادة		الاستبانات المستبعدة لعدم صلاحيتها للتحليل		الاستبانات الصالحة للتحليل	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
٥٦٠	٨٣	١٤.٦%	١٤.٦%	٤٧٧	٨٥.٢%	٢٠	٣.٦%	٤٥٧	٨١.٦%

حيث أكد الدكتور محمد فتحي عبد الهادي أن نسب الرفض بالنسبة للاستبانات تتراوح بين (٣٠% : ٤٠%) (٦)، وأن نسب الاستبانات التي لم تعتمد كانت لعدم اكتمال إجاباتها، واستبانات لم تسترد، وبناء عليه فإن نسبة الاستبانات المفقودة وغير الصالحة في الدراسة الحالية لم تتخط المؤشر السابق.

## ١١/١ الدراسات السابقة :

قام الباحث بالبحث في قواعد البيانات وتصفح فهرس اتحاد المكتبات المصرية، وتصفح محرك البحث العلمي من Google Scholar هذا وقد تبين للباحث أنه ليس هناك دراسات تناولت هذا الاتجاه في خدمات المعلومات السياحية في الأقصر واسوان ، هذا وقد تم ترتيب الدراسات

<sup>٦</sup> - نفس المرجع السابق . ص ١٨٩ .

السابقة (العربية والأجنبية) ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم وهي على النحو الآتي:

### ١/١١/٠ الدراسات العربية:

١- بشاير سعود عبدالعزيز الرندي بعنوان: سلوك البحث عن المعلومات لدى الاسرة الكويتية لاغراض السياحة: دراسة لتوفير نظام معلومات متكامل<sup>(٧)</sup> وأهم أهداف الدراسة: التعرف على أهمية السياحة اقتصادياً وتنموياً وسياسياً في الوطن العربي عامة والكويت خاصة، والسلوك المعلوماتي للسائح الكويتي، وأهم مصادر المعلومات التي يستقى منها المعلومات عند التخطيط لرحلته السياحية ودور مكاتب السياحة والسفر بالنسبة للعائلة الكويتية عند التخطيط للسياحة والسفر ودور الأنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية عند التخطيط للسفر، وكذا توفير نظام معلوماتي باللغة العربية يستطيع السائح الكويتي الاستفادة منه في التخطيط لرحلته السياحية.

٢- عوض بن هادي مهدي القحطاني. خدمات المعلومات السياحية بمركز المعلومات والأبحاث السياحية (ماس) بالهيئة العامة للسياحة والآثار بالمملكة العربية السعودية: دراسة تقييمية<sup>(٨)</sup> وهدفت الدراسة الى:  
١- التعرف على خدمات المعلومات التي يقدمها مركز(ماس) استطلاع

<sup>٧</sup> - بشاير سعود عبدالعزيز الرندي بعنوان: سلوك البحث عن المعلومات لدى الاسرة الكويتية لاغراض السياحة: دراسة لتوفير نظام معلومات متكامل - دكتوراة - جامعة القاهرة - كلية الآداب - قسم المكتبات والوثائق والمعلومات - إشراف أسامة السيد محمود، ٢٠١٤

<sup>٨</sup> - عوض بن هادي مهدي القحطاني. خدمات المعلومات السياحية بمركز المعلومات والأبحاث السياحية (ماس) بالهيئة العامة للسياحة والآثار بالمملكة العربية السعودية: دراسة تقييمية؛ إشراف/ منصور بن عبدالله الزامل. ماجستير. جامعة الملك سعود - كلية الآداب - قسم علوم المعلومات ٢٠١٤

مدى رضا المستفيدين عن خدمات المعلومات بمركز (ماس) قياس مواكبة مركز (ماس) للمعايير الدولية لمنظمة السياحة العالمية تحديد الصعوبات التي يواجهها المستفيدون من مركز (ماس) للحصول على المعلومات المطلوبة اقتراح التوصيات التي تساعد على تطوير هذه الخدمات ، والإفادة منها في إطار الإمكانيات المتاحة بمركز (ماس) ، وقد استخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة

٢/١١/١ ثانيا :الدراسات الأجنبية :

### **1- Effective Tourism web sites: A web- Based Survey and .tourism web sites Review**

وتهدف هذه الدراسة إلى كشف النقاب عن الثغرات المتوافرة في محتوى أى موقع سياحي فعال ، وذلك من وجهة نظر السائحين والأكاديمين والمهنيين ، أى بصفة عامة من وجهة نظر صناعة السياحة نفسها ، كما تهدف الدراسة أيضا إلى القاء الضوء على الوضع الحالي لأحسن المواقع السياحية Web Sites في نيوزيلاندا والعالم.

### **3- Quality Requirements of Tourism Information Systems in the Internet**

وتهدف إلى وضع المعايير التنظيمية التي يجب إتباعها لتحسين جودة المعلومات السياحية في نظم المعلومات السياحية المنبئية على شبكة المعلومات الدولية ( الانترنت ) حتى يمكنها ان تقوم بدور فعال في التسويق السياحي .

### **5- Successful Use of information technology in a small tourism enterprise .: the case of country holidays**

وتهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أهم الجوانب الإيجابية الناتجة عن تطبيق تكنولوجيا المعلومات على الشركات الصغيرة ، وقد توصلت الدراسة إلى حقيقتين مؤكدتين هما : أن استخدام تكنولوجيا المعلومات يؤدي إلى تعريف إحتياجات العمل ، وأن الاستخدام الناجح لتكنولوجيا المعلومات فى الشركات الصغيرة ليس بالضرورة أجهزة وبرامج بقدر ما تقتنيه هذه الشركات من معلومات تساعدها على مواجهة التنافس فى مجال عملها . تصميم نظام المعلومات السياحي .

### ✚ وفى نهاية عرض الدراسات السابقة لهذه الدراسة يمكننا أن نلخص الأتى :

ان تركيز بعض الدراسات على سلوكيات البحث عن المعلومات فى حين ركز البعض الآخر على جودة الخدمات الكترونية ... بينما ركزت الدراسة على منطقة جغرافية لم تدرس من قبل وهى الأقصر وأسوان ودراسة خدمات المعلومات السياحية التى لم يسبق دراسة هذه الخدمات من قبل. الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة فى تناولها لموضوع خدمات المعلومات السياحية فى صعيد مصر بالتطبيق على الأقصر وأسوان من حيث أهدافها ومنهجها ومجتمعها لذا فإن الدراسة الحالية لا تكرر الدراسات السابقة. تناولت الدراسة خدمات المعلومات فى قطاع السياحة وهو قطاع اقتصادى حيوى ، حيث تلعب هذه الخدمات من دور هام وكبير فى زيادة الإقبال السياحي لمصر وفى تحسين الصورة الذهنية عن السياحة المصرية .

### الاطار التطبيقي للدراسة:

السياحة شأنها شأن المشاريع الأخرى فى الحياة بحاجة الى دعائم تسهم فى إنجاحها وفى مقدمتها المعلومات ، حيث أن التخطيط للمشروع السياحى واتخاذ قرار بهذا الخصوص يعتمد على المعلومات المناسبة . كما ان الحركة السياحية تمتاز بسرعة التغير مما يستدعى متابعة ما يطرأ على الساحة من مستجدات فى عالم السياحة والسفر (٩).

أهمية احتياج السياح للمعلومات قبل واثناء السفر (١٠):

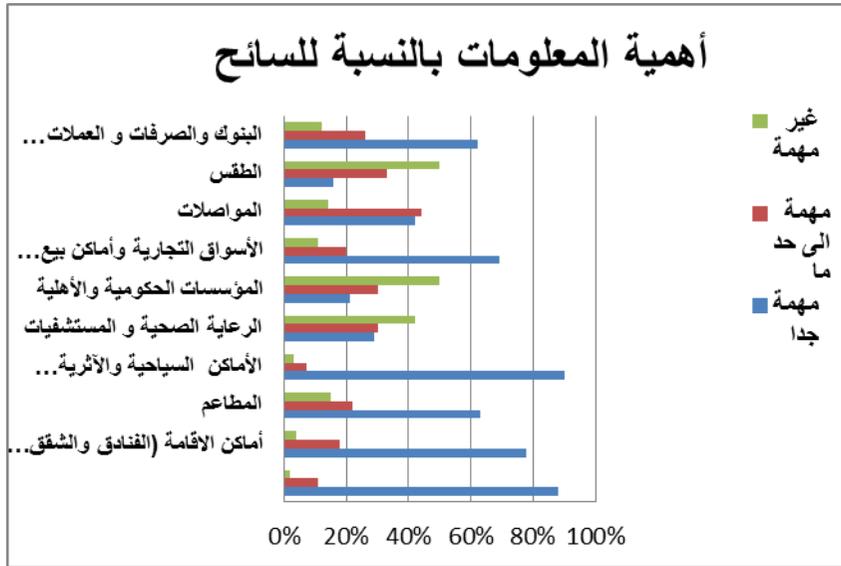
تم سؤال السياح عن مدى أهمية احتياجك للمعلومات قبل واثناء السفر

والجدول التالى يوضح التكرار والنسب المئوية لإجاباتهم :

جدول (2) يوضح مدى أهمية المعلومات بالنسبة للسائح قبل واثناء السفر

درجة الأهمية						مدى أهمية المعلومات بالنسبة للسائح
غير مهمة		مهمة إلى حد		مهمة جداً		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
2%	7	11%	50	88%	400	معلومات عن شركات حجز تذكر الطيران وتذكر القطارات وتأجير السيارات
4%	17	18%	84	78%	356	أماكن الإقامة (الفنادق والشقق المفروش)
15%	67	22%	100	63%	290	المطاعم
3%	12	7%	33	90%	412	الأماكن السياحية والأثرية والترفيهية
42%	190	30%	135	29%	132	الرعاية الصحية و المستشفيات
50%	230	30%	137	21%	96	المؤسسات الحكومية والأهلية
11%	49	20%	93	69%	315	الأسواق التجارية وأماكن بيع الهدايا التذكارية
14%	64	44%	200	42%	193	المواصلات
50%	230	33%	153	16%	74	الطقس
12%	53	26%	119	62%	285	البنوك والصرفات و العملات واسعارها

<sup>٩</sup> - سالم السالم ، عبدالله المبرز . مراكز المعلومات السياحية بالمملكة العربية السعودية دراسة لواقعها لمستقبلها . الهيئة العامة للسياحة والآثار ، إشراف/ الهيئة العامة للسياحة والآثار بالسعودية . ٢٠١٢ ، ص ٢٩  
١٠ - اجابة السؤال رقم ( ٢/٢ ) فى استبانة الدراسة



رسم توضيحي 1 يوضح أهمية البحث عن المعلومات للسائح قبل وأثناء السفر يتضح من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق حيث جاء في المرتبة الأولى من حيث درجة الأهمية في توفر المعلومات عنها بدرجة (مهمة جداً)، معلومات عن شركات حجز تذكر الطيران وتذكر القطارات وتأجير السيارات بنسبة قدرها ٨٨% وأماكن الإقامة (الفنادق والشقق المفروشة) بنسبة قدرها ٧٨% والمطاعم بنسبة ٦٣% والأسواق التجارية وأماكن بيع الهدايا التذكارية بنسبة قدرها ٦٩% والبنوك والصرفات و العملات و أسعارها بنسبة قدرها ٦٢% المعلومات عن المزارات السياحية والآثرية والترفيهية التي يمكن زيارتها بنسبة قدرها ٩٠% **ويليها بالمرتبة الثانية** من حيث درجة الأهمية ( مهمة الى حد ما ) في توفر المعلومات عنها: المواصلات بنسبة ٤٤%، وجاء في المرتبة الأخيرة من حيث درجة الأهمية ( غير مهمة ) توفر المعلومات عن: الرعاية الصحية والمستشفيات بنسبة قدرها ٤٢%

وحالة الجو ( الطقس ) بنسبة قدرها ٥٠% والمؤسسات الحكومية والأهلية بنسبة ٥٠%.

وتتفق الدراسة مع سالم السالم وعبدالله المبرز في : أن المعلومات هي أول ما يحتاجه السائح عندما يفكر في السفر لأنه يريد ان يعرف على وجه الدقة جوانب عديدة تساعد على اتخاذ القرار مثل حالة الطقس و التي يمكنه علمها ، والاماكن التي يمكنه المبيت فيها ، ونحو ذلك من الجوانب الأخرى الضرورية (١١)

مدى الافادة من المصادر التي تستمد منها المعلومات الخاصة بالسياحة والسفر (١٢):

تم سؤال السياح عن مدى الإفادة من المصادر التي يستمدون منها المعلومات الخاصة بالسياحة والسفر والجدول التالي يوضح التكرارات والنسب المئوية لإجاباتهم :

جدول ١٣ يوضح مدى افادة السياح من المصادر التي يستمد منها معلومات

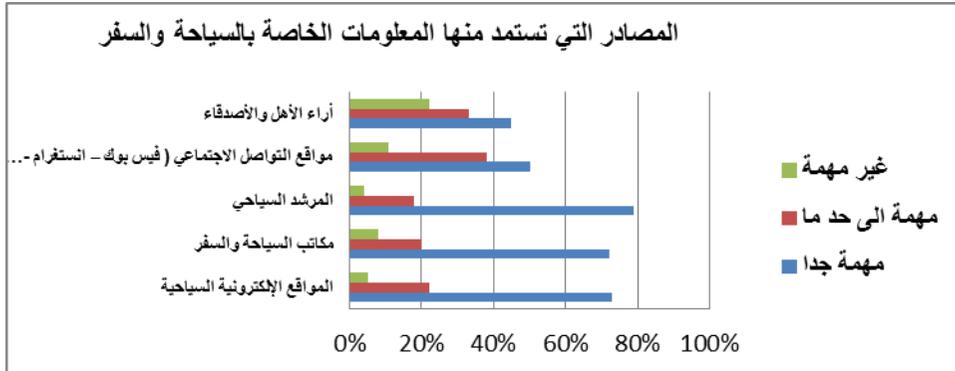
السياحة والسفر

درجة الإفادة						المصدر
إفادة ضعيف		إفادة متوسط		إفادة كبيرة		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
5%	25	22%	100	73%	332	المواقع الإلكترونية السياحية
8%	37	20%	90	72%	330	مكاتب السياحة والسفر
4%	37	18%	80	79%	360	المرشد السياحي

١١ - سالم السالم ، عبدالله المبرز . مراكز المعلومات السياحية بالمملكة العربية السعودية دراسة لواقعها لمستقبلها . الهيئة العامة للسياحة والآثار ، إشراف/ الهيئة العامة للسياحة والآثار بالسعودية . ٢٠١٢ ، ص ٢٩

١٢ - اجابة السؤال رقم ( ٣/٢ ) في استبانة الدراسة

11%	52	38%	175	50%	230	مواقع التواصل الاجتماعي ( فيس بوك - انستغرام - يوت يوب - تويتر .
22%	17	33%	150	54%	207	آراء الأهل والأصدقاء



رسم توضيحي 2 يوضح المصادر التي يستمد منها السياح معلومات السياحة والسفر يتضح من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق أن السياح يستفيدون إفادة كبيرة (من ٨٠ إلى ١٠٠) من جميع المصادر ولكن بنسب مختلفة كما يلي حيث جاء المرشد السياحي في المرتبة الاولى كمصدر معلومات بنسبة بلغت ٧٩% واحتلت المواقع الإلكترونية السياحية المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٧٣%. بينما كانت في المرتبة الثالثة مكاتب السياحة والسفر بنسبة ٧٢% وكان آراء الأهل والأصدقاء اي يرجع الاختيار الى كلام الافردا حول الاماكن السياحية واماكن الاقامة بنسبة ٥٤% في المرتبة رقم اربعة واخيراً مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرها ٥٠%.

وترى الدراسة أنه: كما أشرنا أنفاً إلى أن التقدم التقني الذي نشهده ، أدى إلى إرتفاع نسبة التعاملات الإلكترونية ومن ثم لجوء السياح إلى البحث في الانترنت عن هذه المنتديات حيث أنها تقدم معلوماتها بشكل مجاني كما

يجب التركيز على اصحاب وكالات السياحة والسفر وتوعية اصحابها والعاملين بها بـسؤولياتهم بنقل المعلومات عن الصورة السياحية ، كما يرى الباحث بضرورة توجيه مزيد من الاهتمام والدعم لموقع الانترنت السياحية وذلك للتعريف بالسياحة والخدمات المقدمة للسياح والمقومات التي تمتلكها مصر وانها تمثل وجهة سياحية راقية .

### مدى إفادة السياح من المواقع الإلكترونية التالية :

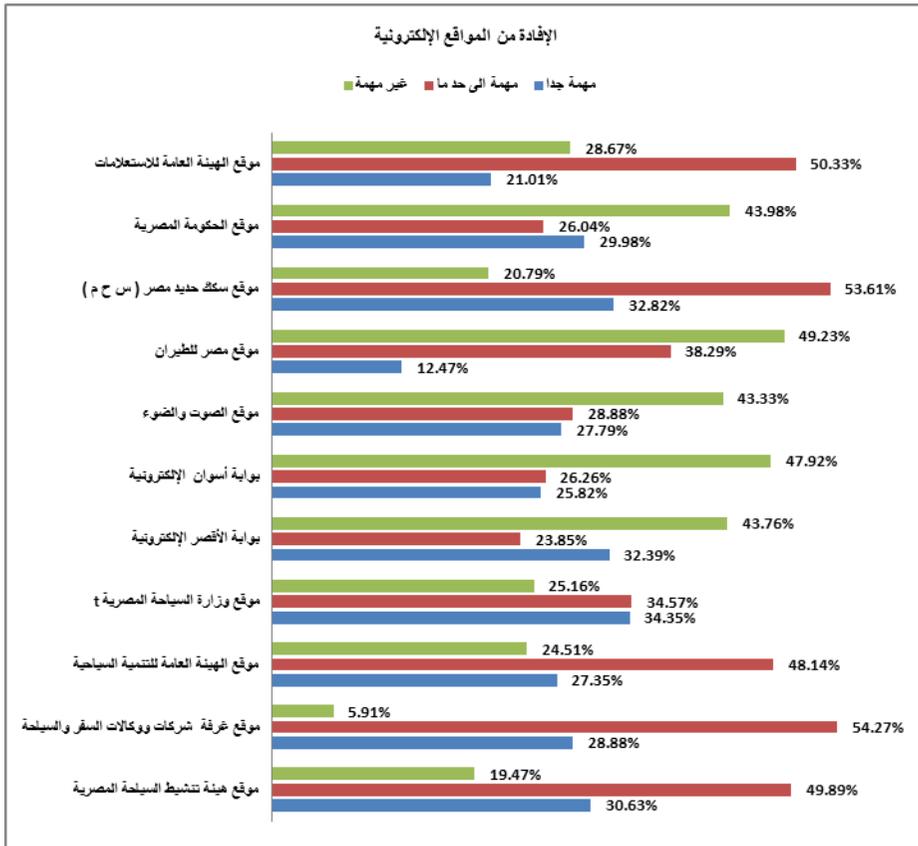
تم سؤال السياح عن مدى إفادتهم من مواقع الإنترنت السياحية المصرية فى الحصول على معلومات عن الأقصر وأسوان لأغراض السياحة والسفر :١٣

والجدول التالى يوضح التكرارات والنسب المئوية لإجاباتهم :

درجة الإفادة						الموقع
إفادة ضعيف		إفادة متوسطة		إفادة كبيرة		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
19.47%	89	49.89%	228	30.63%	140	موقع هيئة تنشيط السياحة المصرية والمتاح فى الرابط : <a href="http://www.en.egypt.travel">www.en.egypt.travel</a>
5.91%	27	54.27%	248	28.88%	132	موقع غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة والمتاح فى الرابط <a href="http://www.etaaegypt.org">www.etaaegypt.org</a>
24.51%	112	48.14%	220	27.35%	125	موقع الهيئة العامة للتنمية السياحية والمتاح فى الرابط <a href="http://www.tda.gov.eg">www.tda.gov.eg</a>
25.16%	115	34.57%	158	34.35%	157	موقع وزارة السياحة المصرية والمتاح فى الرابط

						<a href="http://www.toureegypt.net">www.toureegypt.net</a>
43.76%	200	23.85%	109	32.39%	148	بوابة الأقصر الإلكترونية والمتاحة في الرابط <a href="http://www.luxor.gov.eg">www.luxor.gov.eg</a>
47.92%	219	26.26%	120	25.82%	118	بوابة أسوان الإلكترونية والمتاحة في الرابط <a href="http://www.aswan.gov.eg">www.aswan.gov.eg</a>
43.33%	198	28.88%	132	27.79%	127	موقع الصوت والضوء والمتاح في الرابط : <a href="http://www.soundandlight.com.eg">http://www.soundandlight.com.eg</a>
49.23%	225	38.29%	175	12.47%	57	موقع مصر للطيران والمتاح في الرابط : <a href="http://www.egyptair.com">http://www.egyptair.com</a>
20.79%	95	53.61%	245	32.82%	150	موقع سكك حديد مصر ( س ح م ) والمتاح في الرابط : / <a href="https://enr.gov.eg">https://enr.gov.eg</a>
43.98%	201	26.04%	119	29.98%	137	موقع الحكومة المصرية والمتاح في الرابط : <a href="https://www.egypt.gov.eg">https://www.egypt.gov.eg</a>
28.67%	131	50.33%	230	21.01%	96	موقع الهيئة العامة للاستعلامات والمتاح في الربط : <a href="http://www.sis.gov.eg">http://www.sis.gov.eg</a>

## جدول 3 يوضح مدى إفادة السياح من المواقع الالكترونية المصرية



## رسم توضيحي 3 يوضح مدى إفادة السياح من مواقع الانترنت المصرية

يتضح من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق أن السياح يستفيدون إفادة وجاء في المرتبة الاولى إفادة متوسطة بالنسبة للمواقع الالكترونية كمصدر معلومات بالنسبة للسياح من المواقع التالية: موقع هيئة تنشيط السياحة المصرية بنسبة ٤٩.٨٩% موقع غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة بنسبة ٥٤.٢٧% موقع الهيئة العامة للتنمية السياحية بنسبة ٤٨.١٤% ، وموقع وزارة السياحة المصرية بنسبة ٣٤.٥٧% ، وموقع سكك حديد مصر بنسبة ٥٣.٦١% ، وموقع الهيئة العامة للاستعلامات

بنسبة ٥٠.٣٣% ، وكانت المرتبة الثانية افادة ضعيفة من المواقع الإلكترونية الاتية : بوابة الأقصر الإلكترونية بنسبة %43.76 بوابة أسوان الإلكترونية بنسبة %47.92 موقع الصوت والضوء بنسبة بلغت %43.33 موقع مصر للطيران بنسبة بلغت %49.23 موقع الحكومة المصرية بنسبة قدرها %43.98.

أهم نواحي القصور التي واجهت السياح عند التعامل مع هذه المواقع ١٤:

تم سؤال السياح عن أهم نواحي القصور التي واجهتهم عند التعامل مع مواقع الإنترنت السياحية المصرية : والجدول التالي يوضح التكرارات والنسب المئوية لإجاباتهم

جدول 4 يوضح أهم نواحي القصور والصعوبات التي واجهت السياح عند استخدامهم للمواقع الإلكترونية

م	نواحي القصور التي واجهت السياح عند التعامل مع هذه مواقع الإنترنت السياحية المصرية	التكرار	النسبة %
١	عدم الرد على طلب الخدمة	66	14.44%
٢	الموقع لا يتيح جميع الخدمات التي أحتاج إليه	100	21.88%
٣	بطء تحميل الموقع	110	24.07%
٤	عدم تحديث الموقع باستمرار	96	21.01%
٥	التحديات المعلوماتية التي تتعلق بأمن وسلامة المعلومات على الموقع	85	18.60%
٦	المجموع	457	%100

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق نواحي القصور التي واجهت السياح عند التعامل مع هذه مواقع الإنترنت السياحية المصرية، حيث جاء بطء تحميل الموقع بأعلى تكرارات وبنسبة %24.07، يليها

<sup>١٤</sup> - اجابة السؤال رقم ( ٧/٢ ) فى استبانة الدراسة

الموقع لا يتيح جميع الخدمات التي يحتاج إليها السياح بنسبة قدرها 21.88% ، بينما جاء بالمرتبة الثالثة عدم تحديث الموقع باستمرار بنسبة 21.01% ، بينما التهديدات المعلوماتية التي تتعلق بأمن وسلامة المعلومات على الموقع أحتل الترتيب الرابع بنسبة قدرها ١٨.٦٠% ، وأخيراً جاء عدم الرد على طلب الخدمة بنسبة قدرها 14.44%.

أغراض استخدامك لشبكة الإنترنت ١٥:

تم سؤال السياح عن أغراض استخدامك لشبكة الإنترنت خلال رحلتك في الأقصر وأسوان : والجدول التالي يوضح التكرارات والنسب المئوية لإجاباتهم:

جدول 5 يوضح أغراض استخدام السياح لشبكة الإنترنت

م	الغرض	التكرار	النسبة %
١	الاتصال والتواصل مع الفنادق ومراكز استعلامات السياحة	120	26%
٢	البحث عن معلومات عن المناطق السياحية والاثريّة والترفيهية	270	59%
٣	متابعة سير العمل عن بعد	7	2%
٤	متابعة الإخبار	15	3%
٥	ارسال وإستقبال البريد الإلكتروني	9	2%
٦	تحميل ونقل الملفات	12	3%
٧	التسليّة والترفيه	24	5%
٨	المجموع	457	100%

يتضح من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق أغراض استخدام السياح لشبكة الإنترنت حيث في المرتبة الاولى السياح البحث عن معلومات عن المناطق السياحية والاثريّة والترفيهية ٥٩% وكانت المرتبة الثانية للذين

<sup>١٥</sup> - اجابة السؤال رقم (١٠/٢) في استبانة الدراسة

الاتصال والتواصل مع الفنادق ومراكز استعلامات السياحة ٢٦% ، بينما كانت المرتبة الثالثة التسلية والترفيه بنسبة قدرها ٥%، وجاءت المرتبة الرابعة بنسبة متساوية قدرها ٣% لكل من متابعة الإخبار و تحميل ونقل الملفات، وكانت المرتبة الخامسة من يستخدمون الانترنت بغرض متابعة سير العمل عن بعد وكذلك ارسال وإستقبال البريد الإلكتروني بنسبة متساوية ٢% لكل منها.

### مصادر المعلومات السياحية :

مدى أهمية استخدام السياح لأشكال مصادر المعلومات السياحية ١٦ :

تم سؤال السياح عن أهمية استخدامهم لأشكال مصادر المعلومات السياحية والجدول التالي يوضح التكرارات والنسب المئوية لإجاباتهم.

جدول ١٨ يوضح استخدام السياح لأشكال مصادر المعلومات

السياحية

درجة الأهمية						أشكال مصادر المعلومات
غير مهمة		مهمة إلى حد		مهمة جداً		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
8.7%	40	34.8%	159	56.5%	258	كتب
4.8%	22	30.6%	140	64.6%	295	المطويات والنشرات
5.9%	27	28%	128	66.1%	302	أدلة سياحية عن الأقصر وأسوان
28.8%	132	27.4%	125	43.8%	200	أدلة تسوق
15.1%	69	40.9%	187	44%	201	مجسمات وخرائط

<sup>١٦</sup> - اجابة السؤال رقم (١/٣) في استبانة الدراسة

12.9%	59	41.1%	188	46%	210	تطبيقات إلكترونية سياحية للهاتف المحمول
20.5%	94	42.7%	195	36.8%	168	صحف وجراند
18.4%	84	40%	183	41.6%	190	قواميس ومعاجم
16%	73	20.8%	95	63.2%	289	قواعد بيانات سياحية
18.8%	86	37.9%	173	43.3%	198	موسوعات

يتضح من المؤشرات الإحصائية للجدول التالي حيث جاء في المرتبة الأولى في الأهمية بتقييم مهمة جدًا بالنسبة للسياح لأشكال المصادر ولكن بنسب مختلفة كما يلي حيث جاءت الكتب ٥٤% ، المطويات والنشرات ٦٥% ، أدلة سياحية عن الأقصر وأسوان ٦٦% ، أدلة تسوق ٤٤% ، مجسمات وخرائط ٤٤% ، تطبيقات إلكترونية سياحية للهاتف المحمول ٤٦% ، واحتلت المرتبة الثانية بتقييم مهمة إلى حد ما كمصدر معلومات مجسمات وخرائط ٤٤% ، صحف وجراند ٤٣% ، قواميس ومعاجم ٤٢% ، قواعد بيانات سياحية ٦٣% ، موسوعات ٤٣%.

٢/٤/٤ مدى تلبية مصادر المعلومات المتوفرة في الفنادق ومراكز معلومات السياحة في محافظتي الأقصر وأسوان لاحتياجات السياح من المعلومات :١٧

جدول ٦ يوضح مدى تلبية مصادر المعلومات المتوفرة لاحتياجات السياح من المعلومات

م	مدى تلبية مصادر المعلومات المتوفرة لاحتياجاتكم من المعلومات	التكرار	النسبة %
١	تلبى الاحتياجات تمامًا	١٠٢	٢٢.٣٢%
٢	تلبى الاحتياجات إلى حد ما	٢٣٥	٥١.٤٢%

٣	لا تلبى الاحتياجات	١٢٠	%٢٦.٢٦
٤	المجموع	٤٥٧	%١٠٠

يتضح من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق تبين من خلال سؤال السياح عن مدى تلبية مصادر المعلومات المتوفرة في الفنادق ومراكز معلومات السياحة في محافظتي الأقصر وأسوان لاحتياجاتكم من المعلومات تبين ان ما نسبته ٥١.٤٢% من السياح يرون انها تلبى الاحتياجات إلى حد ما ، بينما يرى ٢٦.٢٦% انها لا تلبى الاحتياجات ، ويرى ما نسبته ٢٢.٣٢% بأنها تلبى الاحتياجات تمامًا.

وترى الدراسة أن : هذه النتيجة تثبت قلة المصادر المتوفرة وتؤكد ضرورة زيادة اعداد مصادر المعلومات بطريقة كمية وكيفية وباستمرار لتلبية احتياجات السياح.

الطرق التي يفضلها السياح في الحصول على نسخة من مصادر المعلومات التي يحتاجونها ١٨:

جدول 7 يوضح الطرق التي يفضلها السياح في الحصول على نسخة من مصادر المعلومات التي يحتاجون إليها

م	الطرق التي يفضلها السياح في الحصول على نسخة من مصادر المعلومات التي يحتاجون إليها	التكرار	النسبة %
١	مطبوع على ورق	110	24.07%
٢	مسجل على اسطوانة CD	77	16.85%
٣	بالبريد الإلكتروني	120	26.26%
٤	بالفاكس	150	32.82%
٥	المجموع	457	100%

<sup>١٨</sup> - اجابة السؤال رقم ( ٣/٣ ) في استبانة الدراسة

يتضح من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق تبين من خلال سؤال السياح عن الطرق التي يفضلونها في الحصول على نسخة من مصادر المعلومات التي تحتاج إليها فتبين انهم يفضلون الحصول على نسخة من مصادر المعلومات تكون مطبوع على ورق بنسبة بلغت ١٢.٠٧% ، مسجل على اسطوانة CD بنسبة بلغت ١٦.٨٥% ، بينما بالبريد الإلكتروني كانت بنسبة ٢٢٦.٢٦% ، بالفاكس بنسبة ٣٢.٨٢%

٥/٤ خدمات المعلومات السياحية:

١/٥/٤ مدى أهمية توافر خدمات المعلومات السياحية في مراكز معلومات ( إعلانات ) السياحة والفنادق بالأقصر وأسوان في تلبية إحتياجات السياح المعلوماتية ١٩ :

جدول 8 يوضح مدى أهمية توافر أنواع خدمات المعلومات بالنسبة للسياح في الفنادق ومراكز إعلانات السياحة

درجة الأهمية						الخدمة
مهمة غير		مهمة إلى حد ما		مهمة جدًا		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
12%	٥٥	23%	١٠٦	65%	٢٩٦	خدمات الاطلاع على أوعية المعلومات
16%	٧٥	60%	٢٧٦	23%	١٠٦	خدمات الإعارة لمصادر المعلومات
7%	٣٢	28%	١٢٩	65%	٢٩٦	خدمات الإنترنت
50%	٢٢٨	28%	١٢٩	22%	١٠٠	خدمات الترجمة
15%	٦٨	53%	٢٤٠	33%	١٤٩	خدمات الطباعة
16%	٧٥	42%	١٩٠	46%	٢١٠	خدمات التصوير والاستنساخ

<sup>١٩</sup> - اجابة السؤال رقم ( ١/٤ ) في استبانة الدراسة

7%	٣٤	36%	١٦٣	57%	٢٦٠	خدمات الحجز الآلى
10%	٤٤	37%	١٧٠	53%	٢٤٣	خدمات الرد على الأسئلة والاستفسارات
16%	٧٤	62%	٢٨٣	22%	١٠٠	خدمات الفاكس
25%	١١٥	26%	١٢١	48%	٢٢١	خدمات توصيل الوثائق المطلوبة
20%	٩٣	30%	١٣٦	50%	٢٢٨	خدمات البث الإنتقائى للمعلومات
18%	٨٤	28%	١٢٧	54%	٢٤٦	خدمات الإحاطة الجارية
29%	١٣٢	37%	١٧٠	34%	١٥٥	خدمات البحث فى قواعد البيانات
17%	٧٨	52%	٢٣٩	69%	٣١٧	خدمات الوسائل السمعية والبصرية
14%	٦٤	56%	٢٥٥	30%	١٣٨	خدمات الارشاد الى استخدام الاجهزة
8%	٣٧	38%	١٧٤	54%	٢٤٩	خدمات تنظيم المحاضرات والندوات والمؤتمرات والإحتفالات

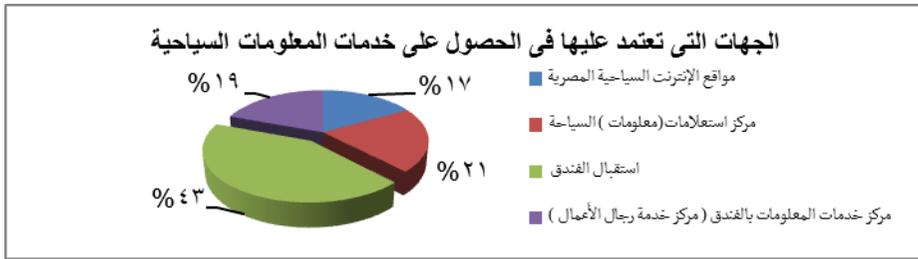
يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق تم سؤال السياح عن مدى أهمية توافر خدمات المعلومات السياحية فى مراكز معلومات ( استعلامات ) السياحة والفنادق بالأقصر وأسوان فى تلبية إحتياجاتهم المعلوماتية، وجاء فى المرتبة الاولى مهمة جداً : خدمات الاطلاع على أوعية المعلومات بنسبة بلغت 65% بينما كانت خدمات الإنترنت بنسبة 6٥ % ، وكانت خدمات التصوير والاستنساخ بنسبة بلغت ٤٦% ، وجاءت خدمات الحجز الآلى بنسبة 57%، وخدمات الرد على الأسئلة والاستفسارات بنسبة ٥٣ % ، وكانت خدمات البث الإنتقائى للمعلومات بنسبة بلغت ٥٠ % ، وخدمات الإحاطة الجارية بنسبة ٥٤ % وخدمات الوسائل السمعية والبصرية بنسبة بلغت ٦٩ % ، وخدمات تنظيم المحاضرات والندوات والمؤتمرات

والإحتفالات بنسبة 54%، وكانت المرتبة الثانية مهمة إلى حد ما : جاءت خدمات الإعارة لمصادر المعلومات بنسبة بلغت 60% ، فى الوقت الذى بلغت فيه نسبة خدمات الطباعة 53% ، وخدمات الفاكس بنسبة 62%، وخدمات توصيل الوثائق المطلوبة بنسبة بلغت 48% ، وخدمات البحث فى قواعد البيانات بنسبة بلغت 37% ، وبلغت نسبة خدمات الارشاد الى استخدام الاجهزة 56%. وكانت المرتبة الثالثة غير مهمة : خدمات الترجمة حيث بلغت 50%.

المصادر التى يعتمد عليها السياح فى الحصول على خدمات المعلومات السياحية ٢٠:

جدول 9 يوضح الجهات التى يعتمد عليها فى الحصول على خدمات المعلومات

م	الجهات التى يعتمد عليها السياح فى الحصول على خدمات المعلومات	التكرار	النسبة %
١	مواقع الإنترنت السياحية المصرية	77	16.85%
٢	مركز استعلامات (معلومات ) السياحة	95	20.79%
٣	استقبال الفندق	196	42.89%
٤	مركز خدمات المعلومات بالفندق ( مركز خدمة رجال الأعمال )	89	19.47%
٥	المجموع	457	100%



رسم توضيحي 4 للجهات التي يعتمد عليها السياح للحصول على خدمات المعلومات يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق من خلال سؤال السياح عن الجهات التي يعتمد عليها السياح في الحصول على خدمات المعلومات التي يحتاج إليها أثناء زيارته للأقصر وأسوان، فقد تبين ان ما نسبته ( 42.89% ) من أفراد مجتمع الدراسة أنهم يستعينون باستقبال الفندق، يليها بالمرتبة الثانية مركز استعلامات (معلومات) السياحة بنسبة 20.79%، بينما يستعين ما نسبته ( 19.47% ) من أفراد مجتمع الدراسة ب مركز خدمات المعلومات بالفندق ( مركز خدمة رجال الأعمال )، أما مواقع الإنترنت السياحية المصرية فإنها تستقطب (16.85%) من أفراد مجتمع الدراسة؛ بحثاً عن المعلومات.

**الطرق التي يتبعها السياح للحصول على خدمات المعلومات التي تحتاجها من المصادر السابقة ٢١ :**

جدول 10 يوضح طرق حصول السياح على خدمات المعلومات

م	طرق الحصول على خدمات المعلومات السياحية	التكرار	النسبة %
١	الحضور الشخصي	١٠٠	21.88%
٢	الاتصال الهاتفي	١٢٠	26.26%

<sup>٢١</sup> - اجابة السؤال رقم ( ٣/٤ ) في استبانة الدراسة

٣	التواصل الإلكتروني	٢٣٧	51.86%
٤	المجموع	٤٥٧	١٠٠%

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق أن (51.86%) من افراد مجتمع الدراسة يحصلون على خدمات المعلومات السياحية عن طريق التواصل الإلكتروني، بينما تاتي باقى النسبة وهى اقل من نصف عينة الدراسة المستطلعة موزعة بين الاتصال الهاتفي بنسبة بلغت 26.26% والنسبة المتبقية هي (21.88%) يحصلون على الخدمات عن طريق الحضور الشخصي.

**خدمات المعلومات الإلكترونية التي يحب السياح توافرها فى المواقع السياحية المصرية على شبكة الإنترنت ٢٢:**

جدول 11 يوضح خدمات المعلومات الالكترونية التي يحب السياح توافر فى مواقع السياحة المصرية على شبكة الانترنت

م	خدمات المعلومات الإلكترونية التي يحبون توافرها فى المواقع السياحية المصرية الرسمية على شبكة الإنترنت	التكرار	النسبة %
١	خدمة حجزالإلكترونى للخدمات والبرامج السياحية من خلال الموقع <b>On line booking</b>	125	27.35%
٢	خدمة الحصول على مصادر المعلومات السياحية الإلكترونية ( كتاب بصيغة pdf أو word – أدلة إلكترونية – خرائط إلكترونية – صور ومقاطع فيديو ...إلخ )	61	13.35%
٣	خدمات الدفع من خلال الموقع باستخدام كروت الائتمان <b>on line payment</b>	97	21.23%
٤	خدمة القيام بجولات افتراضية داخل المقصد السياحى من خلال استخدام	39	8.53%

<sup>٢٢</sup> - اجابة السؤال رقم ( ٤/٤ ) فى استبانة الدراسة

		المجلات إلكترونية أو الكتالوجات الإلكترونية virtual tour أومقاطع فيديو ( فيديو مركب بالصور- فيديو متحرك )	
5.47%	25	إتاحة تصميم برنامج الرحلة tour design	٥
24.07%	110	خدمة الرد على الأسئلة و الاستفسارات	٦
100%	457	مجموع	٧

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق أن تم سؤال السياح عن خدمات المعلومات الإلكترونية التي يحبون توافرها في المواقع السياحية المصرية الرسمية على شبكة الإنترنت وجاءت خدمة الحجز الإلكتروني للخدمات والبرامج السياحية بنسبة بلغت 27.35% ، بينما بلغت نسبة من يفضلون توافر خدمة الحصول على مصادر المعلومات السياحية الإلكترونية 13.35% ، وجاء من يفضلون خدمات الدفع من خلال الموقع باستخدام كروت الائتمان بنسبة بلغت 21.23 %، وكانت خدمة القيام بجولات افتراضية داخل المقصد السياحي بنسبة بلغت 8.53% ، وجاء إتاحة تصميم برنامج الرحلة بنسبة 5.47% ، وكان خدمة الرد على الأسئلة و الاستفسارات بنسبة 24.07%.

متوسط تكرار الإستفادة من خدمات المعلومات السياحية المقدمة في

الفنادق ومراكز استعلامات السياحة ٢٣:

جدول 12 متوسط تكرار استفادة السياح من خدمات المعلومات السياحية

م	متوسط تكرار استفادة السياح من خدمات المعلومات السياحية	التكرار	النسبة %
١	مرة كل يوم	209	46%

٢٣ - اجابة السؤال رقم ( ٥/٤ ) في استبانة الدراسة

22%	102	مرة كل أسبوع	٢
32%	146	عند الحاجة	٣
100%	457	مجموع	٤

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق متوسط تكرار إستفادة السياح من خدمات المعلومات السياحية المقدمة فى الفنادق ومراكز استعلامات السياحة أن (46%) من افراد مجتمع الدراسة ، تميل للاستفادة من الخدمات مرة كل يوم بينما نجد ان (22%) تميل للاستفادة من الخدمات مرة كل أسبوع، بينما نجد ان (32%) تميل للاستفادة من الخدمات الا عند الحاجة والضرورة .

**مدى استجابة العاملين فى الفنادق ومراكز استعلامات السياحة فى توفير الخدمات التى يحتاج لها السياح ٢٤:** جدول 13 مدى استجابة العاملين فى توفير الخدمات للسياح

م	مدى استجابة العاملين فى الفنادق ومراكز استعلامات السياحة فى توفير الخدمات	التكرار	النسبة %
١	سريعة جدا	٩٩	٢٢%
٢	سريعة	٢٣١	٥٠%
٣	متوسطة	٧١	١٦%
٤	بطيئة	٥٦	١٢%
٥	مجموع	٤٥٧	١٠٠%

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق أن (٧٢%) من افراد مجتمع الدراسة المستطلعة ان هناك استجابة تتراوح بين سريعة جدا الى سريعة ، أى ان غالبية أفراد مجتمع الدراسة ترى أن هناك مستوى سريعاً من الاستجابة من جانب العاملين ، وعلى العكس من ذلك نجد ان

٢٤ - اجابة السؤال رقم (٦/٤) فى استبانة الدراسة

١٦% يرون أنها ذات مستوى متوسط ،بينما يرى ١٢% أنها بطيئة .  
وترى الدراسة أن : النسبة جيدة جدا فى سرعة الاستجابة ، ويأمل فى  
تحسنها للأفضل .

#### ٧/٥/٤ تقييم الخدمات المعلومات المقدمة لتلبية احتياجاتك المعلوماتية

:٢٥

جدول 14 يوضح تقييم السياح لخدمات المعلومات المقدمة لهم

م	مدى تقييم السياح لخدمات المعلومات المقدمة لتلبية احتياجاتهم المعلوماتية	التكرار	النسبة %
١	ممتازة	١٢١	26%
٢	جيدة	٢٠٠	44%
٣	مقبولة	٩٧	21%
٤	ضعيفة	٣٩	9%
٥	مجموع	٤٥٧	١٠٠%

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق أن الغالبية من افراد  
مجتمع الدراسة المستطلعة وبنسبة بلغت ( ٤٤% ) أنها جيدة، ويرى ما  
نسبته ٢٦% أن مستوى خدمات المعلومات المقدمة بمستوى ممتازة ، بينما  
يرى ما نسبته ( ٢١% ) انها بمستوى مقبولة ، وكذلك يرى ما نسبته ( ٩% )  
بأنها ضعيفة . وترى الدراسة أن: هذه النتائج تدل على ان هناك

<sup>٢٥</sup> - اجابة السؤال رقم ( ٧/٤ ) فى استبانة الدراسة

تعاوننا جيد المستوى من جانب العاملين فى تقديم ما هو أفضل للسياح ،  
فيما يتعلق بالخدمات المطلوبة .

مدى رضا السياح عن خدمات المعلومات المقدمة لهم ٢٦:

جدول 15 يوضح مدى رضا السياح عن خدمات المعلومات

م	مدى رضا السياح عن خدمات المعلومات	التكرار	النسبة %
١	راض	٣٢٤	71%
٢	غير راض	١٣٣	29%
٣	مجموع	٤٥٧	١٠٠%

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق و بسؤال السياح عن مدى رضا السياح عن خدمات المعلومات المقدمة لهم تبين أن الغالبية من افراد مجتمع الدراسة المستطلعة وبنسبة بلغت (71%) ،راضون عن الخدمات المقدمة لهم ، بينما على النقيض من ذلك نجد أن ( 29% ) من افراد مجتمع الدراسة المستطلعة ، غير راضية عن مستوى خدمات المعلومات المقدمة ؛ لأسباب ترجع إلى تلك الشريحة من أفراد مجتمع الدراسة كان اهمها ان السعر غير مناسب تماما مع نوعية الخدمات المقدمة لهم ، وهنا يجب الاخذ بعين الاعتبار نوعية الخدمات المقدمة لهم وتحسينها ان أمكن ذلك

**وترى الدراسة:** أن النسبة الراضية تمثل الاغلبية من افراد مجتمع الدراسة ، وتعكس مدى التقانى من جانب الموظفين العاملين فى تقديم ما هو ضرورى وبصورة مرضية من خدمات المعلومات لكل شرائح المستفيدين من تلك الخدمات والمعلومات من خلال هذه النتائج نجد ان نسبة رضا

<sup>٢٦</sup> - اجابة السؤال رقم (٨/٤) فى استبانة الدراسة

السياح وصلت الى الحد المقبول ومن هنا يمكن القول بان العاملين بالفنادق ومراكز استعلامات السياحة كانت لهم تلك اللباقة والتعامل الحسن مع زبائنهم ، وهذا يمكن أن يؤثر بالإيجاب على قطاع السياحة بشكل عام والفنادق بشكل خاص

### أسباب السياح عدم الرضا عن الخدمات المقدمة ٢٧:

جدول 16 يوضح اسباب عدم رضا بعض السياح عن خدمات المعلومات المقدمة لهم

م	أسباب عدم الرضا	التكرار	النسبة %
١	عدم توفر المعلومات المطلوبة	١٤	11%
٢	ضعف تعاون بعض العاملين	٢٩	22%
٣	سطحية المعلومات المتوافرة	١٨	14%
٤	طول الوقت المستغرق للخدمة	١٩	14%
٥	ارتفاع رسوم الخدمات	٤٢	32%
٦	ضعف مصداقية المعلومات	٥	4%
٧	المبالغة في المعلومات الإحصائية	٦	5%
	مجموع	١٣٣	١٠٠%

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق أن أسباب عدم الرضا السياح عن الخدمات المقدمة تبين انها كما يلي : بسبب ارتفاع رسوم الخدما بنسبة بلغت 32 % وجاء من اسباب عدم الرضا ايضا ضعف تعاون بعض العاملين بنسبة 22%،بينما كان سطحية المعلومات المتوافرة بنسبة بلغت 14%، و طول الوقت المستغرق للخدمة بنسبة بنسبة 14%، عدم توفر المعلومات المطلوبة بنسبة 11%،ويرى البعض ان هناك مبالغة في المعلومات الإحصائية بنسبة 5%، وضعف مصداقية المعلومات بنسبة 4 %

<sup>٢٧</sup> - اجابة السؤال رقم ( ٩/٤ ) في استبانة الدراسة

**وترى الدراسة** انه لا بد من الاهتمام بتطوير وتوسيع مجال الأنشطة الترفيهية لإثارة انتباه الضيوف وبالتالي استقبال اكبر عدد ممكن من الزبائن في المستقبل .

أهم مقترحاتك لتطوير خدمات المعلومات السياحية بقطاع السياحة بالأقصر وأسوان ٢٨:

جدول 17 يوضح مقترحات السياح لتطوير خدمات المعلومات

م	أهم المقترحات لتطوير خدمات المعلومات السياحية	التكرار	النسبة %
١	تدريب العاملين على أحدث مهارات تكنولوجيا المعلومات	١٧٨	39%
٢	انشاء مراكز جديدة لتقديم خدمات المعلومات السياحية	١٥٩	34.8%
٣	تعيين متخصصين لتقديم خدمات المعلومات	٦٧	14.6%
٤	وضع الخطط واتباع معايير الجودة فى الخدمات	٥٣	11.6%
٥	مجموع	٤٥٧	%١٠٠

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق تم سؤال السياح عن أهم مقترحاتك لتطوير خدمات المعلومات السياحية بقطاع السياحة حيث جاء اقتراح تدريب العاملين على أحدث مهارات تكنولوجيا المعلومات بنسبة 39% ، ثم انشاء مراكز جديدة لتقديم خدمات المعلومات السياحية بنسبة 34.8% ، بينما كان اقتراح تعيين متخصصين لتقديم خدمات المعلومات 14.6%، وضع الخطط واتباع معايير الجودة فى الخدمات بنسبة 11.6%.

من فضلك سجل أى ملاحظات أو مقترحات ترغب فى إضافتها إلى هذه الإستبانة ٢٩:

تم سؤال السياح عن أى ملاحظات أو مقترحات ترغب فى إضافتها إلى هذه الإستبانة: والجدول التالى يوضح التكرارات والنسب المئوية لإجاباتهم:

<sup>٢٨</sup> - اجابة السؤال رقم ( ١/٥ ) فى استبانة الدراسة  
<sup>٢٩</sup> - اجابة السؤال رقم ( ٢/٥ ) فى استبانة الدراسة

## جدول 18 ملاحظات بعض السياح

م	ملاحظات ومقترحات	التكرار	النسبة %
١	خفض اسعار الخدمات	١٢٣	٨٩.٨%
٢	استحداث خدمات جديدة مثل خدمات الواقع الافتراضى	١٤	١.٢%
٣	مجموع	١٣٧	١٠٠%

يتضح جلياً من المؤشرات الإحصائية للجدول السابق وبسؤال السياح عن أى ملاحظات أو مقترحات ترغب فى إضافتها إلى هذه الإستبانة ، وقد شارك فى الاجابة عن هذا السؤال عدد ١٣٧ سائح حيث يرى ١٢٣ من المشاركين ضرورة خفض اسعار الخدمات، بينما يرى ١٤ منهم استحداث خدمات جديدة مثل خدمات الواقع الافتراضى.

## نتائج الدراسة.

- ١- فقد تبين أن عدد مراكز معلومات ( استعلامات ) السياحة التى تقع فى منطقة الدراسة مركزان يتبعان الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة والتي تتبع بدورها وزارة السياحة.
- ٢- تبين من الدراسة الميدانية ان المساحات الخاصة بوحدة المعلومات لا تكفى الأ ١٠ % من السياح المقيمين بهذه الفنادق وفيما يتعلق بمراكز استعلامات السياحة فإن مساحتها ايضا ضيقة .
- ٣- بالنسبة للتنظيم الادارى ( الهيكل التنظيمى ) فقد تبين ان مراكز استعلامات ( معلومات ) السياحة فى محافظتى الأقصر وأسوان تتبع إدارياً ديوان المحافظة وفتياً تتبع الهيئة العامة لتنشيط السياحى ومقرها وزارة السياحة بالقاهرة.
- ٤- وفيما يختص بوحدة المعلومات بالفنادق محل الدراسة تبين ان وحدة المعلومات فى هذه الفنادق سواء كانت ( مراكز رجال الاعمال او مركز الانترنت - او

الاستقبال ) تبين انها تتبع قسم المكاتب الامامية بهذه الفنادق او قسم التسويق في حال وجوده .

٥- اللوائح والتشريعات: تبين من الدراسة الميدانية وجود هذه اللوائح في عدد قليل من الفنادق ولكن لا يتم تحديثها باستمرار وفقاً للتغيرات التكنولوجية الحديثة ، كما أنها لا تحدد بشكل مفصل ودقيق لمهام وطبيعة كل وظيفة من وظائف العاملين في تقديم خدمات المعلومات السياحية.

٦- بلغ عدد الفنادق التي شملتها الدراسة (٢٦ فندق ) تقع ضمن فئات ( ٥ و٤ و٣ نجوم ) اشتملت على عدد ١٠ مراكز خدمات رجال أعمال و٧ مكاتب و١٣ مركز لبيع الكتب والهدايا والتحف ، و٤ مراكز انترنت ، و١٣ قاعة إجتماعات ومؤتمرات و٧ قاعات لمشاهدة العروض السينمائية.

٧- وقد تبين للباحث ان هناك نقص في الكوادر البشرية المتخصصة وهذا قد ترتب عليه انخفاض قدرات مراكز المعلومات السياحية والفنادق على الإبداع والتجديد والتطوير في مجالات العمل السياحي المعلوماتي لوفاء باحتياجات السياح من خدمات المعلومات السياحية.

٨- تبين للباحث عدة مؤشرات تؤكد في مجملها ارتفاع معدلات الإعتماد على المصادر المطبوعة ( التقليدية ) في الحصول على المعلومات السياحية وأن أغلب الفنادق ومراكز الإستعلامات لم تعتمد بعد على مصادر المعلومات الإلكترونية بشكل كامل، كما تبين عدم توافر نسخ كافية من هذه المصادر المطبوعة فبالكاد تتوفر نسخ باعداد قليلة ،وهي عبارة عن بوسترات وكتيبات وصور

وخرائط طبعتها الهيئة المصرية العامة للإستعلامات والهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة وتحتوى على معلومات مختصرة جداً ومتقدمة ولا يتم تحديثها باستمرار.

٩- تبين من الدراسة الميدانية ان مصادر المعلومات السياحية المتوفرة لا يتم إجراء أى عمليات فنية لها ( فهرسة وتصنيف ) ويرجع ذلك إلى عدم إهتمام الفنادق ومراكز معلومات السياحة بهذا الشأن ، أيضاً عدم وجود متخصصين فى مجال المكتبات والمعلومات تعمل بها ، كما أنه لا يتم التزويد ولا يوجد أى إهتمام بهذا الشأن وأن المصادر المتوفرة بالفنادق ومراكز استعلامات السياحة قليلة جداً ومعظمها تبرع من السياح الذين أقامو بهذه الفنادق .

١٠- أظهرت الدراسة الميدانية تنوع الخدمات المقدمة بالفنادق ومراكز الإستعلامات السياحية المدروسة ، حيث تتمثل فى خدمات الاطلاع على أوعية المعلومات وخدمات الإعارة التى تنوعت فترة إعارة المصادر من فندق لآخر وخدمات الانترنت وخدمات الترجمة والطباعة والتصوير ، وخدمات الحجز الالى والرد على الإستفسارات والفاكس ، وخدمات توصيل الوثائق ...الخ. وأن رسوم الخدمات ليست موحدة فى جميع الفنادق وتختلف من فندق لآخر طبقاً لتقدير الإدارة الفندقية وقسم التسويق ، فى حين كانت الخدمات فى مركزى المعلومات ( الاستعلامات ) السياحية فى الاقصر وأسوان تقدم اغلب خدماتها بشكل مجانى تماماً.

١١- وفيما يتعلق بخدمات المعلومات الإلكترونية المتوفرة من خلال الموقع الإلكتروني ، فقد تبين للباحث تنوع هذه الخدمات مثل خدمات الحجز الإلكتروني وخدمات مصادر المعلومات الإلكترونية وخدمات الدفع من خلال بطاقات الائتمان وخدمات التجول الافتراضي بالصور وخدمات تصميم برنامج الرحلة وخدمات الرد على الاستفسارات من خلال الموقع الإلكتروني .

١٢- بالنسبة لأغراض تقديم خدمات المعلومات فتبين ان الفنادق والمراكز وعددها ٩ بنسبة بلغت ٣٠% كان الغرض الاساسى من تقديم الخدمات هو الربح ، بينما فى ٨ فندق ومركز بنسبة بلغت ٢٧ % كان الغرض من تقديم الخدمات هو حاجه السياح لها ، وجاء تحسين الصورة وزيادة الاقبال فى ٦ فندق ومركز بنسبة ٢٥% بينما كانت فى ٥ فندق بنسبة ١٨ % لانها متطلب اساسي من متطلبات انشاء الفندق او مركز الاستعلامات.

١٣- كما تبين من الدراسة الميدانية أنه لا تتوافر قوائم تسعير واضحة و محدثة بإستمرار ، ولا يتم توضيح أساس التسعير وبالتالي التسعير قد يكون عنصر نفور وليس جذبا للسياح حيث أن الفنادق تتبع أعلى الأسعار فى الحصول على اغلب الخدمات دفع رسوم مالية عالية خاصة فى الفنادق فئة ٥ نجوم بمنطقة الدراسة ، وفيما يتعلق بمراكز الإستعلامات بمنطقة الدراسة فتبين أنها تقدم أغلب خدماتها بالمجان للسياح وأن الخدمات التى تقدم بمقابل يكون المقابل زهيد وبسيط

١٤- تطوير المواقع الالكترونية للفنادق ومراكز الإستعلامات السياحية على شبكة الانترنت لتشجيع السياحة وجذب السياح لزيارة الأماكن السياحية والأثرية والتعرف على كل المعلومات عنها من خلال الموقع الالكتروني .

### ثانيا : توصيات الدراسة

١- افتتاح مراكز استعلامات ( معلومات ) سياحية جديدة تلبى حاجات السياح من المعلومات وذلك نظراً لقلّة عددها فى الوقت الحالى ( مركزين فقط فى منطقة الدراسة ) ، هذا ويرى الباحث ضرورة أن تكون هذه المراكز فى ( المطارات - بالقرب من الأماكن الأثرية والسياحية - الأسواق السياحية - محطات السكك الحديدية والأتوبيس - الأماكن الترفيهية التى يتردد عليها السياح ) .

٢- أن يتم فتح هذه المراكز خلال الفترة المسائية من الساعه الثالثة ظهراً حتى ١٢ مساءً حتى تتناسب مع السياح الذين يصلون فى أوقات متأخرة إلى المدينة فى سبيل تحقيق رغبات واحتياجات السياح على إختلاف فئاتهم وتخصصاتهم .

٣- أن يتم تصميم مبانى مركز المعلومات السياحة على شكل مبنى أثرى أو سياحى يكون معبراً عن طبيعية المدينة الأثرية والسياحية، ويكون على درجة عالية من تكنولوجيا المبانى الذكية ذلك لانه من العوامل المهمة التى تجذب المستفيدين ( السياح ) إلى استخدامها والتفاعل مع انشطتها ، والإفادة من خدماتها إلى أقصى درجة.

٤- ضرورة العمل على تخصيص مساحات اخرى للسياح إما بتخصيص قاعات وحجرات أخرى لوحدات تقديم المعلومات السياحية أو أن يتم التوسع في نفس الأماكن بإضافة مساحات أخرى مجاورة لها حتى تكفي اعداد اكبر من السياح المترددين عليها لطلب الخدمة لتستوعب اكبر عدد من نزلاء هذه الفنادق وتجهيزها بالأثاث والأجهزة الحديثة على إختلاف اشكالها لتقديم خدمات معلومات سياحية أفضل .

٥- تحويل مراكز إستعلامات السياحة إلى مراكز مستقلة خارج الهيكل التنظيمي للهيئة تتبع وزير السياحة مباشرة وتكون مراكز مستقلة وتدار بواسطة مجلس ادارة من العاملين في هذه المراكز مع تخصيص ميزانيات تقى بإحتياجات مراكز المعلومات وأنشطتها وخدماتها المعلوماتية .

٦- أن تكون التبعية الإدارية لوحدات المعلومات بالفنادق للمدير مباشرة وتخصيص قسم مستقل تحت مسمى قسم خدمات المعلومات السياحية يقدم من خلاله كل خدمات المعلومات للسائح على ان يتبع القسم مدير الفندق مباشرة ، لأن هذه الإدارات مهمة بالنسبة للسياح .

٧- توافر البرمجيات والتطبيقات الخاصة بإدارة الأقسام المختلفة وخاصة الإستقبال لماله من دور كبير في خدمة السياح وكذا قواعد وبنوك المعلومات السياحية وإتاحتها عبر الإنترنت. فجميع تلك التجهيزات الأساسية تمثل عنصراً حيوياً للبنية التحتية بمراكز المعلومات السياحية ووحدات المعلومات بالفنادق ، وبدونها لن تتمكن من القيام بمهامها وخدماتها المعلوماتية للسياح.

- ٨- إنشاء مراكز المعلومات السياحية الرقمية : هى أجهزة مشابهة لأجهزة الصراف الآلى الخاصة بالبنوك تعمل ذاتياً على مدار الساعة ، ومتصلة بالانترنت، ويتم الحصول على المعلومات من خلال شاشة تعمل باللمس ، وإرسال المعلومة المطلوبة بتقنية البلوتوث ، والمواصفات الفنية التى يجب تصمم بناء عليها مراكز المعلومات الرقمية
- ٩- زيادة عدد الموارد البشرية المتخصصة ، حيث ان العدد الحالى لا يكفى من وجهة نظر الباحث لإنجاز المهام المطلوبة منه بكل دقة وإحترافية كما أن ذلك سوف يزيد من عدد ساعات العمل لتلبية إحتياجات السائح .
- ١٠- تأهيل وتدريب العاملين سواء فى الداخل أو الخارج ( دورات تدريبية - ورش عمل- مؤتمرات ) فى مجال تقديم خدمات المعلومات من اجل إعداد كوادر بشرية قادرة على التعامل بحرفية مع السائح وتلبية إحتياجاته على أكمل وجه .
- ١١-إنشاء وحدة بوزارة السياحة تختص بالعمل على تطوير مصادر المعلومات السياحية المناسبة للسائح.
- ١٢- ضرورة ان يتم تخصيص قاعات او غرف للمكتبة داخل الفنادق ومراكز الاستعلامات السياحية ويتم تزويدها بكافة التجهيزات من اثاث واجهزة وان يتوافر فيها عنصر الهدوء والاضاء والتهوية الجيد لمساعدة السياح على القراءة والاطلاع .
- ١٣-بناء مجموعات حديثة ومتوازنة وشاملة وقوية من مصادر المعلومات بأشكالها المختلفة( كتب - أدلة سياحية عن الأقصر وأسوان- البوسترات

التذكارية - مجسمات وخرائط - صحف وجرائد - قواميس ومعاجم... وغيرها). و التي ترتبط إرتباطاً وثيقاً بإهتمامات وإحتياجات السياح.

١٤- ضرورة قيام وزارتي السياحة والثقافة بالتنسيق مع الوزارت الأخرى المعنية فى إعداد افلام تسجيلية ومطويات بشكل مستمر ومتطور تعرض المعلومات عن الأماكن الاثرية والمعالم السياحية وكذلك لزيادة التعريف بالتراث الثقافى وإتاحتها بجميع المراكز والفنادق .

١٥- تزويد مراكز المعلومات بأجهزة حاسب الى ، وشاشات بلازما يتم تشغيلها باللمس، متصلة بالإنترنت وشاشات (LCD) لعرض صور وافلام بالصوت والصورة عن المناطق السياحية.

١٦- إستحداث خدمات سياحية جديدة لم تكن موجودة من قبل بما يحقق منفعة جديدة للسائح مما يعمل على زيادة حجم الطلب السياحى المتوقع والذى يؤثر بدوره على الميزان السياحى ومن ثم الدخل القومى .

١٧- يوصى بالباحث بضرورة إعادة النظر فى خدمات المعلومات المقدمة من حيث توحيد رسوم تقديمها داخل فنادق الفئة الواحدة لتحقيق قدر من المصداقية والواقعية .

١٨- اعداد دليل تعريفى ( مطبوع والكترونى ) للتعريف بالخدمات وأماكن تقديمها وطرق تقديمها ، ورسومها .

١٩- ضرورة إعادة النظر فى قواعد توصيف وتصنيف الفنادق والمنشآت السياحية وتعديل القوانين والتعليمات المنظمة لعملية التصنيف السياحى لتشمل على تقييم خدمات المعلومات السياحية وأسعارها ، ذلك لأهمية المعلومات فى السياحة.

### قائمة المصادر والمراجع

١. اجماليات التقسيم الاداري للوحدات المحلية على مستوي الجمهورية ، قرار رئيس الجمهورية رقم ١١٦ لسنة ٢٠٠٨ ، ٢٠٠٨/٨/١ ، بيانات غير منشوره ، وزاره التنمية المحلية ، ٢٠٠٨ م .
٢. احمد اسماعيل بغدادى .خدمات المعلومات فى المجالس المحلية بمحافظة قنا .ماجستير -جامعة الازهر - كلية الدراسات الإنسانية بالقاهرة : قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات ، ٢٠١٧م .
٣. أحمد محمود مقابلة . صناعة السياحة . - ط ١ . - الأردن : كنوز المعرفة ، ٢٠٠٧ م .
٤. اطلس المواقع الأثرية لمحافظة اسوان وقنا ومدينه الاقصر ، ومركز توثيق التراث الحضاري والطبيعي ، المجلس الاعلى للآثار ، اصدار ابريل ٢٠٠٨م .
٥. بختي ابراهيم و شعوبي محمود فوزي . دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة . مجلة الباحث - عدد ٧ / ٢٠٠٩ - ٢٠١٠م
٦. بشاير سعود عبدالعزيز الرندى . سلوك البحث عن المعلومات لدى الاسرة الكويتية لاغراض السياحة : دراسة لتوفير نظام معلومات متكامل - دكتوراة - جامعة القاهرة - كلية الاداب - قسم المكتبات والوثائق والمعلومات؛ إشراف أسامة السيد محمود ، ٢٠١٤م

٧. بشاير سعودى الرندى. المصادر الرقمية للمعلومات السياحية على الانترنت . دورية الاتجاهات الحديثة فى المكتبات والمعلومات، مج ٢١ ، ع ٤١ (يوليو ٢٠١٤)
٨. رؤوف هلال (التخطيط لبناء نظام وطني للمعلومات السياحية في مصر ، ٢٠٠٧ م
٩. ريان درويش . الاستثمارات السياحية ، الحصيلة والأوقاف المستقبلية . رسالة ماجستير . جامعة الجزائر ، ١٩٩٦ .
١٠. سالم السالم ، عبدالله المبرز . مراكز المعلومات السياحية بالمملكة العربية السعودية دراسة لواقعها لمستقبلها . الهيئة العامة للسياحة والآثار . ٢٠١٢ م
١١. شعبان عبد العزيز خليفة و محمد أمين البنهاوى . قاموس البنهاوى الموسوعي في مصطلحات المكتبات والمعلومات. - القاهرة : العربي للتوزيع والنشر ، ١٩٩١ م.
١٢. شعبان عبدالعزيز خليفة .المحاورات فى مناهج البحث فى علم المكتبات والمعلومات . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠١٠ م.
١٣. غادة عبدالمنعم موسى . خدمات المعلومات المقدمة لنزلاء الفنادق السياحية الفاخرة بمدينة الاسكندرية : دراسة فى مدى الاتاحة والافادة . الاتجاهات الحديثة فى المكتبات والمعلومات . مج ١٤ . ع ٢٨ . يوليو ٢٠٠٧ م.

١٤. ماهر عبدالخالق السيسى .الموسوعه السياحيه : الإتجاهات الحديثه فى صناعة السياحة : التكنولوجيا فى خدمة السياحة . ادارة الأعمال ، مصر ، ٢٠٠٧، ع ١١٧ .
١٥. محمد فتحى عبد الهادى . البحث ومناهجه فى علوم المكتبات والمعلومات . - ط٤. - القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠١٣م.
١٦. محمد منير حجاب . الإعلام السياحى . - ط ٢ . - القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣
١٧. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، مجلس الوزراء . اغسطس ٢٠٠٩م .
١٨. منال شوقى عبدالعاطى . جغرافية السياحة . ط١. - الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ٢٠١١ .
١٩. نبيل بن عبدالرحمن المعثم . قواعد ومستودعات المعلومات السياحية السعودية : دراسة لتفعيل قواعد المعلومات فى النشاط السياحى للمكلمة . مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية ٢٠١٠، مج١٧.١٤ .
٢٠. نشرة المحميات الطبيعية فى مصر ، ٢٠٠٨ م .
٢١. نعيم الظاهر ، سراب إلياس . مبادئ السياحة ( سلسلة السياحة والفنادق ١) . - ط ١ . - الاردن : دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ٢٠٠١ م .

### المصادر الأجنبية :

- 1- E unjung No,Jink Kim(sep2015). Comparing the attributes of online tourism information sources: computers in Human Behavior.volume 50.
- 2-Nina Kolas, Wolfram Hopken, Matthias Fuchs, Maria Lexhagen (Dec2014). Information Gathering by

Ubiquitous Services for CRM in tourism Destinations:  
An Explorative study from Sweden.

3-Adam Subic, Markus Zanker(Des 2014). Investigating  
Users Information Needs and Attitudes towards  
Proactivity in Mobile Tourists Guides: Information and  
Communication Technologies in tourism 2015

5-Rotar. n. z. razovie.m.vidakovle.j source of  
information for tourists – the case OF Croatia. Journal of  
us - china publicn Adminstration(November, 2010) 7  
(11)

6-Daramola j . o, Adigun m.o, olugbara .o.o." A product  
line Architecture for Evolving intelligent component  
services in tourism information systems ". information  
and communication technologies in tourism:2008

7-Successful Use of information technology in a small  
tourism enterprise : the case of country holidays

8-Buhalis,Dimlrios ( n.d)stratagictime fo information  
achnologies in the tourism industry tourism management

9-Fllicite,A. (2004) information needs jahavior and  
information seeking behavior of leisure tourist: Apilot  
study of professional Blak women in Pretoria. mousaion :  
2004 . 22.(2)