

## البحث الرابع – بحث مشترك

<p><b>The service quality provided in Egyptian tourism agencies impact on tourist satisfaction</b></p>	<p>عنوان البحث</p>
<p>تأثير جودة الخدمات المقدمة في شركات ووكالات السفر والسياحة المصرية على رضا السائح</p>	
<p>أشرف محمود السيد محمد عبد العزيز (قسم الدراسات السياحية) أ.د. سوزان بكرى حسن (قسم الدراسات السياحية) د. سالى خليل (قسم الدراسات السياحية) د. رغبة محمد بدر الدين ابو العز (قسم الدراسات السياحية)</p>	<p>المشاركون</p>
<p>ديسمبر 2021</p>	<p>سنة النشر</p>
<p>لمجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد ( 15 ) العدد ( ٢ ) ديسمبر 2021 ، ص ص ١٤٥-١٦٦ . (مشتق من رسالة)</p>	<p>الناشر</p>

### الملخص

أن جودة الخدمات والتسهيلات السياحية المقدمة من شركات السياحة المصرية يؤثر على زيادة التدفقات السياحية أو ندرتها ولذلك تهدف الدراسة الى قياس تأثير جودة الخدمات السياحية المقدمة من شركات السياحة المصرية على رضا السائح و تقييم مدى رضائه عن تلك الخدمات المقدمة. حيث يميل السائح الراضى إلى نقل تجارية الإيجابية إلى أشخاص آخرين بالإضافة إلى الرغبة في إعادة الشراء وتكرار زيارته . ولتحقيق اهداف الدراسة واختبار الفروض تم استخدام المنهج الكمي لاختبار نموذج الدراسة من خلال تحديد النماذج الموجودة بالفعل في الأدبيات السابقة. وأعتمدت الدراسة الميدانية على توزيع استمارات الاستبيان على عينة عشوائية من السائحين بعدة مناطق سياحية بمحافظات القاهرة والجيزة والاقصر واسوان وشرم الشيخ والغردقة، وبلغ عددهم (١٩٢) سائح للتعرف على آرائهم بشأن متغيرات الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن تحقيق رضا السائح يتحقق من جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائح بعناصرها المقترحة بالدراسة حيث ان رضا السائح عنصر هام وفعال لبقاء ونمو شركات السياحة المصرية. لذلك من الالهية التنسيق والتعاون الدائم بين وزارة السياحة المصرية وشركات السياحة المصرية لتوفير البرامج التدريبية للعاملين بشركات السياحة المصرية والتي تهدف إلى توعيتهم باهمية جودة الخدمات السياحية وأهميتها وكيفية تقديمها بالشكل الذى يحقق رضا السائح ويكفل تكرار الزيارة وتوافر نية إعادة الشراء وتوصية الآخرين.