

## The Impact of the Quality of Tourism Services Provided by Small and Medium Enterprises on Tourist Satisfaction in North Al Sharqiya Governorate, Sultanate of Oman

Co-Prof. Hayel Abd Elmawla Tashtoush<sup>\*1</sup>, Ms. Yusra Amer Suleiman Al-Maskariyah<sup>2</sup>, Ms. Rahma Salem Abdullah Al-Harhiyah<sup>3</sup>, Ms. Jokha Salem Shannan Al-Zuwaidiyah<sup>2</sup>, Eng. Asya Yusuf Mohammed Al-Maskariyah<sup>4</sup>

<sup>1</sup> College of Business Administration | A'sharqiyah University | Oman

<sup>2</sup> Planning & Wilayat Development Department | Office of the Governor of North Al-Sharqiya | Oman

<sup>3</sup> Administrative & Financial Affairs Department | Directorate of Labor in North Al-Sharqiya Governorate | Oman

<sup>4</sup> North Al-Sharqiya Municipality | Oman

### Received:

10/03/2025

### Revised:

17/03/2025

### Accepted:

29/03/2025

### Published:

30/07/2025

\* Corresponding author:

[hayel.tashtoush@asu.edu.om](mailto:hayel.tashtoush@asu.edu.om)

om

**Citation:** Tashtoush, H.

A., Al-Maskariyah, Y. A., Al-

Harhiyah, R. S., Al-

Zuwaidiyah, J. S., & Al-

Maskariyah, A. Y. (2025).

The Impact of the Quality of Tourism Services

Provided by Small and Medium Enterprises on

Tourist Satisfaction in North Al Sharqiya

Governorate, Sultanate of Oman. *Journal of*

*Economic, Administrative and Legal Sciences*, 9(7), 43 – 68.

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.L120325>

AJSRP.L120325

2025 © AISRP • Arab

Institute of Sciences &

Research Publishing

(AISRP), Palestine, all

rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license

**Abstract:** This study aimed to examine the impact of the quality of tourism services provided by small and medium enterprises on tourist satisfaction in the North Sharqiyah Governorate of Oman. The study focused on five dimensions of tourism service quality (tangibility, security, responsiveness) as an independent variable and tourist satisfaction as a dependent variable. A questionnaire was used as a quantitative tool for data collection, with a total of 203 responses. The descriptive analytical approach was applied using Excel to address the research questions and hypotheses.

The study results indicated that the current level of tourism service quality in North Sharqiyah Governorate, Oman, was rated as high. Similarly, the overall level of tourist satisfaction with tourism services in the governorate was also high. Regarding the specific dimensions of tourism service quality, the findings revealed a statistically significant impact of the dimensions tangibility and responsiveness on tourist satisfaction. However, the security dimension did not show a statistically significant effect on tourist satisfaction, indicating that it is not a key factor influencing tourists' perceptions of service quality. This suggests that other factors may have a greater impact on the level of tourist satisfaction.

**Keywords:** Tourism service quality, small and medium enterprises, tourist satisfaction, North Sharqiyah Governorate.

### أثر جودة الخدمات السياحية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان

الأستاذ المشارك / هائل عبد المولى طشتوش<sup>\*1</sup>، أ. يسرى بنت عامر بن سليمان المسكورية<sup>2</sup>، أ. رحمة بنت سالم بن عبد الله الحارثية<sup>3</sup>، أ. جوخة بنت سالم بن شنن الزوايدية<sup>2</sup>، م. آسيا بنت يوسف بن محمد المسكورية<sup>4</sup>

<sup>1</sup> كلية إدارة الأعمال | جامعة الشرقية | سلطنة عمان

<sup>2</sup> قسم التخطيط وتنمية الولاية | مكتب محافظ شمال الشرقية | سلطنة عمان

<sup>3</sup> دائرة الشؤون الإدارية والمالية | مديرية العمل بمحافظة شمال الشرقية | سلطنة عمان

<sup>4</sup> بلدية شمال الشرقية | سلطنة عمان

**المستخلص:** هدفت هذه الدراسة لمعرفة تأثير جودة الخدمات السياحية المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان. حيث ركزت الدراسة على جودة الخدمات السياحية بأبعادها الخمسة (الملموسية، الأمان، الاستجابة)، كمتغير مستقل، ورضا السياح كمتغير تابع، واستخدمت أداة الاستبانة كأداة كمية لجمع البيانات، وبلغ عدد الاستجابات (203) استجابة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باستخدام برنامج (Excel) للإجابة على أسئلة وفرضيات البحث. وأفادت نتائج الدراسة بأن مستوى جودة الخدمات السياحية الحالي بمحافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان كان ضمن الدرجة العالية. وجاء المستوى العام لرضا السياح عن الخدمات السياحية بالمحافظة بدرجة رضا عالية. وأما عن تفاصيل أبعاد جودة الخدمات السياحية، فقد كشفت النتائج عن وجود تأثير ذو دلالة إحصائية على رضا السياح للأبعاد (الملموسية، الاستجابة)، في المقابل لم يظهر لبعيد (الأمان) تأثير ذو دلالة إحصائية على رضا السياح مما يدل أنهما لا يشكل عامل رئيسي في التأثير على انطباع السياح عن جودة الخدمات وأن هناك عوامل أخرى تؤثر بشكل أكثر على مستوى رضا السياح. **الكلمات المفتاحية:** جودة الخدمات السياحية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رضا السياح، محافظة شمال الشرقية.

## 1- المقدمة

تعد السياحة في وقتنا الحالي من أكثر الصناعات نمواً في العالم، وتحتل موقعاً متميزاً في اقتصاديات معظم الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، نظراً لمساهمتها المباشرة والفعالة في الناتج المحلي، ودورها في تحسين المستوى الاقتصادي وتحقيق معدلات نمو شاملة ومستدامة؛ لتصبح بذلك أول وأهم صناعة عالمية على الأقل من حيث رأس المال المستثمر والقوى العاملة المستخدمة.

وتشير تقارير المنظمة العالمية للسياحة إلى أن الحركة السياحية الدولية تتزايد بمعدلات تفوق المعدلات الخاصة ببعض الأنشطة الاقتصادية الأخرى مما جعل صناعة السياحة في سلم الاهتمامات لما تشكله من أهمية وديناميكية كقطاع واعد للتنمية بشكل عام، وتؤكد كل الجهود والتوقعات أن السياحة صناعة المستقبل، مما جعل الكثير من الدول تعطي أهمية كبيرة لهذا النشاط في برامجها التنموية مع تخصيص اعتمادات ضخمة لتوفير أحسن الخدمات، مما جعل هذه الدول تنمو من خلال التنمية السياحية.

وفي سلطنة عمان، فقد سعت الحكومة في إطار تحقيق التنمية المستدامة، ومواجهة التحديات العالمية إلى تعزيز التنوع الاقتصادي، من خلال زيادة الأنشطة غير النفطية مثل القطاع السياحي، والصناعات التحويلية والخدمات اللوجستية، وتشجيع الاستثمار الأجنبي، ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لزيادة مساهمة القطاع الخاص في القطاعات ذات القيمة المضافة. وكان الاهتمام بالجانب السياحي واضحاً وملموساً نظراً لما يتمتع به هذا القطاع من فرص كبيرة للنمو والازدهار، حيث تمتلك السلطنة العديد من الموارد الطبيعية والثقافية والتاريخية والأثرية التي تجذب السياح من مختلف دول العالم. ففي محافظة شمال الشرقية تشكل المقومات السياحية عنصر جذب سياحي مهم من خلال تنوع الأماكن السياحية لاسيما في الموسم الشتوي الذي تشهد خلاله ولايات شمال الشرقية إقبلاً كبيراً من السياح من داخل وخارج السلطنة للاستمتاع بأجوائها وأماكنها السياحية المتنوعة مثل القلاع والحصون والعيون والبرك المائية والأودية والحارات القديمة والمنزهات الطبيعية والتخييم، والأسواق المحلية، وتسعى المحافظة في إطار تنشيط الحركة السياحية إلى إقامة العديد من الفعاليات والأنشطة الجاذبة كالأنشطة الترفيهية والفنون العمانية المغناة وسباقات الهجن والخيول وفعاليات قيادة المركبات ذات الدفع الرباعي والتزلج على الرمال وتسلق الجبال وصعود الرمال، بالإضافة إلى الاهتمام بالخدمات السياحية للسياح، والتي تعد من العوامل الرئيسية في جذب الزوار، وإثراء تجربتهم السياحية، فهي تشكل عاملاً مؤثراً في رضا الزوار عن الوجهة السياحية، سواء كانت هذه الخدمات فنادق ومنتجعات، ومطاعم ومقاهي، ووسائل النقل، وجولات سياحية، أو أي خدمة أخرى تقدم للسائحين، وبالتالي تعتبر جودة الخدمة السياحية عنصراً حاسماً في تكوين تجربة السفر ورضا الزائر عن وجهته السياحية.

وبناء على ما تقدم أعلاه، أصبح حرياً الاهتمام برفع مستوى رضا السياح من خلال قياس مستوى رضاهم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم في المحافظة في سبيل تطوير الخدمات وتشجيع السياح الآخرين لزيارة المحافظة والاستمتاع بأجوائها المميزة. لذا جاءت هذه الدراسة بهدف تسليط الضوء على الخدمات السياحية المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصغيرة لما تشكله من قطاع بارز في تقديم الخدمات السياحية بالمحافظة، ونظراً لدورها في النهوض بالاقتصاد الوطني ودفع عجلة التنمية، ولكونها إحدى مستهدفات رؤية عُمان 2040 التي تهدف إلى تمكين هذه المؤسسات، بما يجعلها أحد روافد وأعمدة الاقتصاد مستقبلاً، حيث ستتناول هذه الدراسة أثر الخدمات السياحية المقدمة من هذه المؤسسات على رضا السياح في المحافظة، والكشف عن مستوى الخدمات المقدمة ودرجة رضا السائحين عنها.

## مشكلة الدراسة.

تعد الصناعة السياحية إحدى الصناعات المهمة والواعدة في وقتنا الحالي، وقد سماها البعض "صناعة القرن الحادي والعشرين"، وهي في المقام الأول صناعة خدمات لأنها تقوم على إعداد وتجهيز المنتج السياحي وعرضه للبيع وهو منتج خدمني غير ملموس (معنوي) يختلف عن المنتجات الخدمية الأخرى. فالمنتج السياحي له خصائص تميزه عن الخدمات الأخرى، وله ارتباط قوي بالعنصر البشري سواء من ناحية تقديم الخدمة أو تلقي الخدمة، وترتبط جودة الخدمات السياحية المقدمة بصورة مباشرة بمستوى رضا السائح عندما يحظى الزائر بتجربة سياحية مرضية وممتعة تزيد احتمال عودته في المستقبل ونشر تجربته الإيجابية للآخرين، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة الطلب السياحي وتعزيز القطاع السياحي في المنطقة. إلا أنه في حالة عدم تحقيق مستوى عال من جودة الخدمات السياحية قد يؤدي ذلك إلى تدهور الطلب السياحي وتقلص بالتالي حجم الزيارات والإقامة السياحية.

وتعتبر الجودة في تقديم الخدمات للسياح كسلاح إستراتيجي لضمان البقاء والنمو في السوق السياحي خاصة في ظل الكم والنوع الهائل من البدائل التي تعرض أمام السائح في كل وقت خاصة مع التطور الهائل لوسائل وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فمن خلال الخدمة الجيدة تستطيع المؤسسات تمييز منتجاتها وجذب وإرضاء أكبر عدد من السياح وذلك باهتمامها بتحسين الجوانب المادية والإنسانية في تقديم هذه الخدمة أو ما يعرف بأبعاد جودة الخدمة. إلا أنه في ذات الوقت تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحديات مختلفة تؤثر على جودة

وكفاءة الخدمات السياحية المقدمة، مثل نقص التمويل، التنافسية العالية، والتحديات اللوجستية. هذه التحديات يمكن أن تؤدي إلى تفاوت في مستوى جودة الخدمات المقدمة، مما يؤثر بدوره على رضا المستفيدين ويؤثر بشكل غير مباشر على الاقتصاد السياحي للدولة.

في هذا السياق، توجد عدة دراسات سابقة تناولت جودة الخدمات السياحية وأثرها على رضا الزبون (السائح)، إلا أنه لا توجد دراسة على - حد علم الباحثات - ركزت على جودة الخدمات السياحية المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالتحديد باعتبارها المحرك الواعد لاقتصاد الدول، ولكنها تحظى بالاهتمام الحكومي في منحها أولوية خاصة لإقامة المشاريع وتقديم الخدمات في مختلف القطاعات بما فيها القطاع السياحي تشجيعاً لهم على النمو والتوسع والاستفادة من خدماتهم لرفع مستوى القطاعات، ومن هنا برزت الحاجة إلى دراسة أثر الخدمات السياحية المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في محافظة شمال الشرقية على رضا السياح. لكون أن المحافظة وجهة نشطة في قطاعي التراث والسياحة في المواسم الشتوية بشكل خاص، نظراً لوجود الرمال في عدد من ولايات المحافظة والأودية والواحات والعيون المائية الكبرى والقلاع والحصون والأسواق الشعبية والحارات الأثرية القديمة، فضلاً عن تميزها بالعديد من الأنشطة الترفيهية التي يتصف بعضها بالتحدي والمتعة والمغامرة، وتبين المؤشرات السياحية بالمحافظة أن نسبة إشغال الغرف الفندقية تصل في بعض الأوقات إلى 100%، فضلاً أن عدد المنشآت الفندقية المرخص لها وصل إلى 47 منشأة فندقية تضم 1044 غرفة فندقية (جريدة عمان، 2024)، لذا يشهد القطاع السياحي في محافظة شمال الشرقية تطوراً مستمراً بفضل المبادرات والجهود التي تبذلها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التي تُعتبر جزءاً مهماً من الاقتصاد المحلي. حيث تساهم هذه المؤسسات بشكل كبير في تقديم الخدمات السياحية المتنوعة، مثل الإقامة، والترفيه، والنقل، وتنظيم الفعاليات السياحية، مما يساهم في جذب المزيد من الزوار وتنمية السياحة في المحافظة. ومع ذلك، تتفاوت جودة الخدمات السياحية المقدمة من هذه المؤسسات، مما يؤثر سلباً على رضا السياح المتلقين لهذه الخدمات، وكما أشارت دراسة أنه لا تزال هناك تساؤلات حول مدى تأثير هذه الخدمات المقدمة على مدى رضا المستفيدين والاقتصاد السياحي بشكل عام.

#### أسئلة الدراسة

- 1- ما أثر جودة الخدمات السياحية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح في محافظة شمال الشرقية؟
- 2- ما مستوى الخدمات السياحية المقدمة من هذه المؤسسات؟
- 3- ما درجة رضا السياح عن هذه الخدمات؟

#### أهداف الدراسة

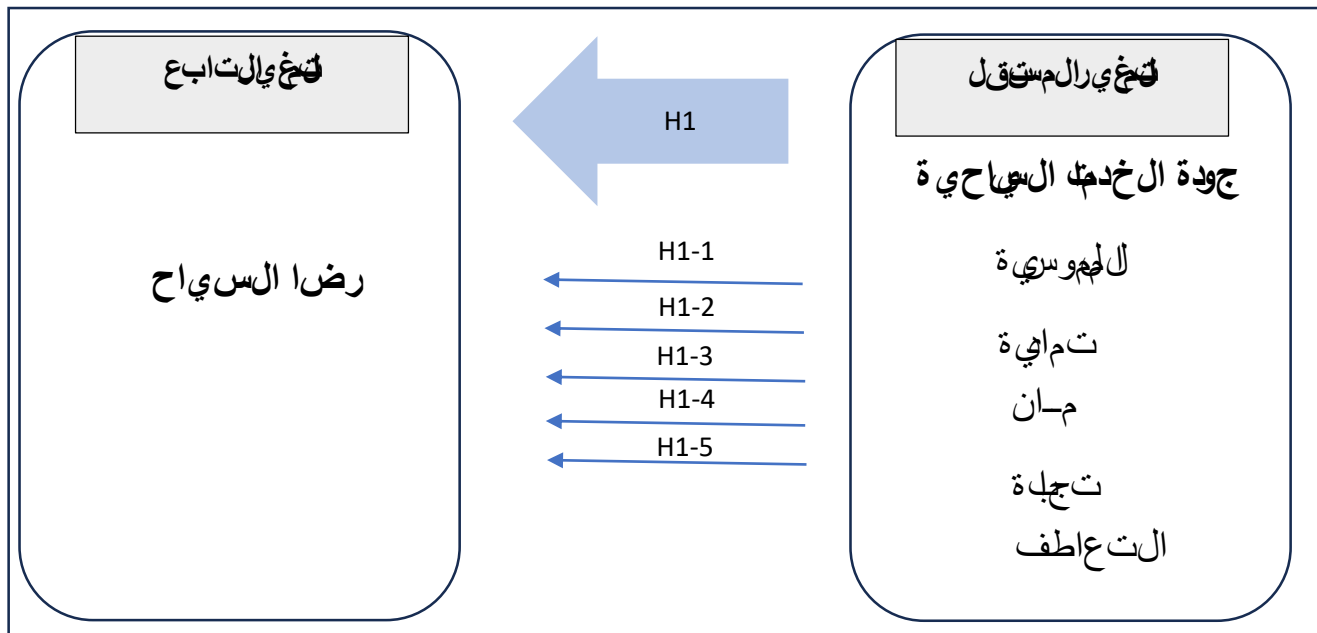
- تحليل واقع القطاع السياحي في محافظة شمال الشرقية.
- تقييم مستوى الخدمات المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- قياس رضا السياح عن الخدمات المقدمة.

#### أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في إثراء المكتبة العربية بدراسات حول جودة الخدمات السياحية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إضافةً إلى تقديم نتائج عملية تساعد الجهات الحكومية والمؤسسات السياحية على تحسين الخدمات المقدمة وتعزيز دور القطاع السياحي في دعم الاقتصاد المحلي.

#### متغيرات الدراسة

- المتغير المستقل: جودة الخدمات السياحية.
  - المتغير التابع: رضا السياح.
- يُتوقع أن تساهم هذه الدراسة في تسليط الضوء على التحديات التي تواجه المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة، واقتراح حلول عملية لرفع جودة الخدمات وتحقيق رضا السياح، مما يعزز من مكانة محافظة شمال الشرقية كوجهة سياحية متميزة.



شكل (1) أنموذج الدراسة (من إعداد الباحثات بالاستناد إلى الدراسات السابقة)

#### 6. فرضيات الدراسة

استناداً إلى الدراسات السابقة وملاحظات الباحثات، تم صياغة الفرضيات التالية لتوجيه البحث والإجابة على أسئلته:

الفرضية الرئيسية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات السياحية التي تقدمها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح في محافظة شمال الشرقية.

الفرضيات الفرعية:

- 1- تؤثر الملموسية في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل إحصائي على رضا السياح.
- 2- تؤثر الاستجابة في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل إحصائي على رضا السياح.
- 3- يؤثر الأمان في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل إحصائي على رضا السياح.

#### 7. التعريفات الإجرائية

- جودة الخدمات السياحية: تشمل الأنشطة والخدمات التي تقدمها المؤسسات السياحية لتحسين تجربة السياح (نور الهدى، 2022). وتمثل أبعاده في الآتي (حاجي وآخرون، 2021):

- الملموسية: تتعلق بالخدمات المادية مثل وسائل النقل الحديثة والفنادق المتطورة.
- الاستجابة: تقيس مدى استعداد مقدمي الخدمة لتلبية احتياجات السياح.
- الأمان: يعكس مستوى الحماية المقدمة للسياح ضد المخاطر المختلفة.

#### 8. حدود الدراسة

- الموضوعية: تبحث في أثر خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية.
  - البشرية: تشمل السياح المستفيدين من هذه الخدمات.
  - المكانية: تركز على محافظة شمال الشرقية.
  - الزمانية: أجريت الدراسة خلال عام 2024م.
- واخيراً تناول هذا الفصل مشكلة الدراسة وأهدافها، إضافة إلى صياغة الفرضيات التي تسعى إلى الكشف عن أثر جودة الخدمات السياحية على رضا السياح. كما حدد الإطار العام للدراسة، بما يشمل متغيراتها وأدوات قياسها، استعداداً لمناقشة الإطار النظري والنتائج في الفصول القادمة.

## 2- الإطار النظري للدراسة

تمهيد

يعد تحسين جودة الخدمات السياحية عنصراً أساسياً في تعزيز تجربة السائح ورفع مستوى رضاه، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة بين الوجهات السياحية. لذا، أصبح من الضروري أن تركز المؤسسات السياحية، بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، على تقديم خدمات متميزة تشمل الاستقبال، الإقامة، الأنشطة الترفيهية، والمرافق المختلفة (أحمد والمدهم، 2022).

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للدراسة، حيث يستعرض مفهوم جودة الخدمات السياحية، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ورضا السياح، إلى جانب تحليل الموسم السياحي في محافظة شمال الشرقية، واستعراض الدراسات السابقة ذات الصلة.

## المبحث الأول: جودة الخدمات السياحية

## أولاً: مفهوم الخدمة

تشير الخدمات إلى مجموعة من الأنشطة المقدمة للعملاء في مختلف القطاعات، مثل التعليم، الصحة، الاتصالات، والسياحة، بهدف تلبية احتياجاتهم. وتتميز الخدمات بعدة خصائص، منها:

1. عدم الملموسية: لا يمكن لمسها أو تخزينها، فهي تجارب مقدمة للعملاء.
2. عدم القابلية للتخزين: تُستخدم فور تقديمها، وإلا فقد تُفقد.
3. التفاعل المباشر: تعتمد على التفاعل بين مقدمي الخدمة والعملاء.
4. التنوع: تختلف حسب تفضيلات العملاء وظروفهم.
5. الاعتمادية: تعتمد على مهارات مقدميها، مما يجعل التدريب أمراً ضرورياً.

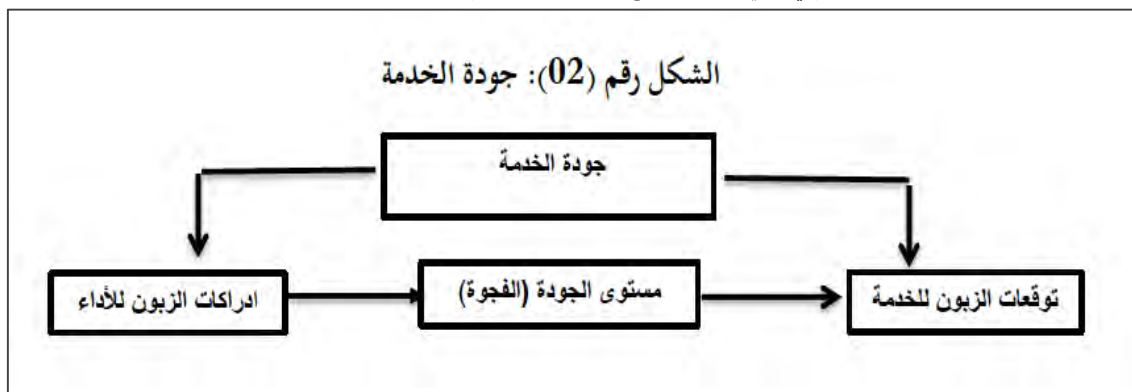
## ثانياً: جودة الخدمات السياحية

تعد جودة الخدمات من العوامل الحاسمة في نجاح أي قطاع، لا سيما السياحي، حيث تقيس مدى تلبية الخدمة لتوقعات السياح. وتعتمد جودة الخدمات على تحقيق أو تجاوز توقعات العملاء، مما يجعلها ميزة تنافسية للمؤسسات السياحية (أمال، 2023).

## ثالثاً: مفهوم جودة الخدمة السياحية

نظراً لاختلاف توقعات السياح واحتياجاتهم، تنوعت تعريفات جودة الخدمة السياحية، حيث تُعرف على أنها مدى تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء (نور الهدى، 2022). كما تشير إلى الفارق بين المعايير المتوقعة للخدمة وبين الأداء الفعلي لها، مما يؤثر على رضا العملاء. وفقاً لـ(بوقاسي، 2023)، تنقسم جودة الخدمة إلى:

- الجودة الفنية: تُقاس بالمعايير الكمية للخدمة.
  - الجودة الوظيفية: تتعلق بأسلوب تقديم الخدمة والتفاعل بين مقدم الخدمة والسائح.
- أما جودة الخدمات السياحية، وفقاً لـ(محمد وبلال، 2023)، فتعني تحقيق احتياجات السياح وتوقعاتهم باستمرار من خلال تقديم خدمات نوعية تفوق المنافسين، مما يساهم في تعزيز رضا السياح واستمرار تدفقهم إلى الوجهة السياحية.



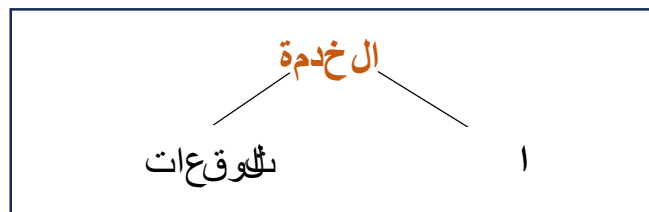
الشكل رقم (2): عناصر جودة الخدمة (محمد وبلال، 2023)

رابعاً: أهمية جودة الخدمات السياحية

تبرز أهمية جودة الخدمات السياحية في النقاط التالية:

1. نمو قطاع الخدمات: تزايد عدد المؤسسات الخدمية، حيث يمثل قطاع الخدمات نسبة كبيرة من النشاط الاقتصادي.

2. اشتداد المنافسة: أدى تنامي المؤسسات السياحية إلى زيادة المنافسة، مما يجعل جودة الخدمات عاملاً حاسماً في تحقيق الميزة التنافسية.
  3. توقعات العملاء: لا يكفي تقديم خدمة جيدة بسعر مناسب، بل يجب أن تكون مصحوبة بمعاملة راقية تلبي توقعات السياح.
  4. القيمة الاقتصادية للجودة: لا تقتصر أهمية الجودة على جذب عملاء جدد، بل تمتد إلى الحفاظ على العملاء الحاليين وتعزيز ولائهم.
- خامساً: أبعاد جودة الخدمات السياحية
- تعتمد جودة الخدمات على ثلاثة أبعاد رئيسية: البيئة المادية، جودة التنظيم، والتفاعل البشري أثناء تقديم الخدمة (أمال، 2023). وقد صنف (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) أبعاد الجودة إلى خمسة عناصر رئيسية:
1. الملموسية: تشمل التسهيلات المادية، مظهر المؤسسة، الأجهزة، والتكنولوجيا المستخدمة (نور الهدى، 2022).
  2. الضمان (الثقة والتوكيد): يتعلق ببناء الثقة بين العميل والمقدم، مما يعزز العلاقة التبادلية.
  3. الاستجابة: تشمل سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء وتوفير المعلومات بشكل فوري.
- سادساً: قياس جودة الخدمة
- يُعد قياس جودة الخدمات أكثر تعقيداً من قياس جودة السلع، نظراً لطبيعتها غير الملموسة وتأثير العوامل النفسية على تقييمها. ومن أبرز أساليب القياس نموذج SERVQUAL الذي طوره (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)، والذي يعتمد على مقارنة توقعات العملاء مع الأداء الفعلي للخدمة، ويُعبّر عنه رياضياً كالتالي:
- $$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء الفعلي} - \text{التوقعات}$$



الشكل رقم (3): مقياس الخدمة (بالاستعانة بالدراسات السابقة)

#### المبحث الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تختلف تعريفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفقاً لمعايير متعددة، مثل طبيعة النشاط، عدد العاملين، رأس المال، أو التكنولوجيا المستخدمة، مما يجعل من الصعب اعتماد تعريف موحد عالمياً.

عرفت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (يونيبدو) هذه المؤسسات بأنها مشاريع يديرها مالك واحد ويتحمل مسؤولياتها الاستراتيجية والتكنولوجية، ويعمل فيها ما بين 10-50 عاملاً (أحمد والمدهم، 2022). كما تُعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ركيزة أساسية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية لما تتمتع به من مرونة وديناميكية، ويختلف تصنيفها من دولة لأخرى وفقاً لمعايير مثل عدد العمال (حتى 500 عامل في بعض الدول)، أو الإيرادات السنوية، أو رأس المال المستثمر (المسكرية، 2024).

#### المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سلطنة عمان

تعتمد وزارة التجارة والصناعة العمانية في تعريفها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على عدد العمال والمبيعات السنوية، وفقاً لما

يلي:

- تعتمد مبيعات المؤسسة على أحدث مراجعة نهائية سنوية.
- يُحدد عدد العمال بناءً على سجلات وزارة العمل.
- تشمل المؤسسات التي توظف بين 1 و150 عاملاً، ولا تتجاوز مبيعاتها السنوية 5 ملايين ريال عماني، مع استيفاء معايير الاستقلالية.

رقم الأعمال السنوي	عدد العمال	المعايير
		المؤسسة
أقل من 150 ألف ريال عماني	10-1	المؤسسة الصغرى
150 ألف – 1.250 مليون ريال عماني	50-11	المؤسسة الصغيرة
5 مليون ريال عماني	150-51	المؤسسة المتوسطة

المصدر: هيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة -سلطنة عمان، (2023)

تضطلع هيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التي تأسست بموجب المرسوم السلطاني رقم (107/2020)، بمسؤولية تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات الحرفية في سلطنة عُمان، وتعزيز مساهمتها في الاقتصاد الوطني. وتتمثل أبرز اختصاصاتها في إعداد الخطط والسياسات الداعمة لنمو هذه المؤسسات، وتوفير بيئة تنظيمية ملائمة لتطويرها، إلى جانب تقديم الاستشارات المالية والفنية والإدارية والقانونية، وتعزيز قدرتها التنافسية لإنتاج سلع وخدمات عالية الجودة. كما تعمل الهيئة على تشجيع التكامل بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من جهة، والشركات الكبرى والصناعات والخدمات المساندة من جهة أخرى (المسكرية، 2024).

وفي ظل الجهود المستمرة التي تبذلها الهيئة لتعزيز أنشطة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وضمان استدامة نموها، شهدت السلطنة زيادة ملحوظة في أعداد هذه المؤسسات. ووفقًا للإحصائيات الصادرة عن هيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بلغ إجمالي عدد المؤسسات المسجلة لديها 104,574 مؤسسة بحلول نهاية يونيو 2023م. وتشير الإحصاءات إلى أن المؤسسات الصغرى تجاوزت 89 ألف مؤسسة، فيما بلغ عدد المؤسسات الصغيرة 14 ألفًا، أما المؤسسات المتوسطة فقد تجاوز عددها 1000 مؤسسة (وكالة الأنباء العمانية، 2023). وفي محافظة شمال الشرقية، وصل عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى 9,180 مؤسسة متنوعة الأنشطة، حيث توزعت على النحو التالي: 7,744 مؤسسة صغرى، و1,406 مؤسسات صغيرة، و30 مؤسسة متوسطة. كما بلغ عدد المؤسسات العاملة في القطاع السياحي بالمحافظة 233 مؤسسة، موزعة على مختلف القطاعات في ولايات المحافظة، وفقًا لما توضحه الجداول التالية.

جدول (2) : عدد المؤسسات العاملة في القطاع السياحي بمحافظة شمال الشرقية

الإجمالي	النوع		النشاط الاقتصادي
	ذكر	أنثى	
16	11	5	الشاليهات والاستراحات
17	12	5	الشقق المفروشة (الفندقية)
23	16	7	الفنادق والموتيلات والمنتجعات
30	25	5	المخيمات السياحية
1	1	-	الزل التراثية
9	7	2	الزل الخضراء
35	34	1	أنشطة مشغلي الجولات السياحية
88	63	25	أنشطة وكالات السفر
14	10	4	بيوت الضيافة
233	179	54	الإجمالي

جدول (3) : الفئة العمرية للعاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي بمحافظة شمال الشرقية

الإجمالي	الفئة العمرية			النشاط الاقتصادي
	من 51 سنة وأكثر	من 41 الى 50	من 31 الى 40	
16	8	3	5	الشاليهات والاستراحات
17	7	4	6	الشقق المفروشة (الفندقية)
23	10	5	8	الفنادق والموتيلات والمنتجعات
30	8	8	14	المخيمات السياحية
1	1	-	-	الزل التراثية
9	5	3	1	الزل الخضراء
35	16	11	8	أنشطة مشغلي الجولات السياحية
88	17	26	45	أنشطة وكالات السفر
14	4	6	4	بيوت الضيافة
233	76	66	91	الإجمالي
الإجمالي	الفئة العمرية			النشاط الاقتصادي
	من 51 سنة وأكثر	من 41 الى 50	من 31 الى 40	
16	8	3	5	الشاليهات والاستراحات

الإجمالي	الفئة العمرية			النشاط الاقتصادي
	من 51 سنة وأكثر	من 41 إلى 50	من 31 إلى 40	
17	7	4	6	الشقق المفروشة (الفندقية)
23	10	5	8	الفنادق والموتيلات والمنتجعات
30	8	8	14	المخيمات السياحية
1	1	-	-	النزل التراثية
9	5	3	1	النزل الخضراء
35	16	11	8	أنشطة مشغلي الجولات السياحية
88	17	26	45	أنشطة وكالات السفر
14	4	6	4	بيوت الضيافة
233	76	66	91	الإجمالي

جدول (4): توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي حسب الولايات بمحافظة شمال الشرقية

الإجمالي	الولاية							النشاط الاقتصادي
	ابراء	القابل	المضيبي	بدية	دماء والطائيين	سناو	وادي بني خالد	
16	5		1	9	-	1	-	الشاليات والاستراحات
17	5	1	1	3	-	5	2	الشقق المفروشة (الفندقية)
23	7	-	7	6	1	2	-	الفنادق والموتيلات والمنتجعات
30	1	2	3	24	-	-	-	المخيمات السياحية
1	-	-	-	1	-	-	-	النزل التراثية
9	3	2	1	2		1	-	النزل الخضراء
35	10	1	4	14	2	2	2	أنشطة مشغلي الجولات السياحية
88	26	6	24	15	4	12	1	أنشطة وكالات السفر
14	6	-	1	4	1	1	1	بيوت الضيافة
233	63	12	42	78	8	24	6	الإجمالي

أشار المختصون في إدارة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة شمال الشرقية إلى أن نمو المؤسسات العاملة في القطاع السياحي يُقاس بعدة عوامل، منها ازدياد المشاريع السياحية، وارتفاع أعداد الزوار، وتنوع الأنشطة السياحية، وزيادة الاستثمارات في القطاع. ومع ذلك، تواجه هذه المؤسسات تحديات عدة رغم الجهود المبذولة من قبل الهيئة، ومن أبرز هذه التحديات:

1. ارتفاع تكاليف إيجار أراضي الانتفاع.
2. قلة فرص الأعمال الداعمة للقطاع السياحي.
3. تعقيد الاشتراطات المطلوبة للحصول على أراضي الانتفاع بسبب شرط اجتياز الجاهزية.
4. نقص توفر أراضي الانتفاع في بعض الولايات.
5. عدم إمكانية رهن أراضي الانتفاع.
6. تأخير صرف الأراضي بحق الانتفاع.
7. محدودية التسويق السياحي، حيث لا توجد حملات ترويجية كافية لتعريف السياح بالوجهات المختلفة في شمال الشرقية، بالإضافة إلى ضعف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا في جذب الزوار.
8. الموسمية، حيث يتركز معظم الزوار في فصل الشتاء.
9. الحاجة إلى استغلال المواقع السياحية الرئيسية في المحافظة، مثل رمال الشرقية ووادي بني خالد، لربطها بمواقع أخرى وتعزيز الخدمات التي يقدمها رواد الأعمال.

#### رضا السياح

أصبح رضا العملاء محور اهتمام الباحثين والمتخصصين في مجالات إدارة الجودة والتسويق، إذ يُعتبر عاملاً رئيسياً يؤثر على مكانة المؤسسات في السوق، مما يزيد من قدرتها على جذب العملاء مقارنةً بالمنافسين، ويقلل من احتمال انتقالهم إلى جهات أخرى. كما يساهم قياس



رضا العملاء في تقييم أداء المؤسسات وتحسين خدماتها بشكل مستمر (المجلة الدولية للتراث والسياحة، 2021). يُعرف رضا العميل على أنه الشعور الإيجابي الناتج عن تطابق توقعاته مع جودة المنتج أو الخدمة المقدمة (حاجي وآخرون، 2021). وتشير الدراسات إلى أن السائح الراضي ينقل تجربته الإيجابية إلى الآخرين، مما يعزز سمعة الوجهة السياحية. كما أظهرت الأبحاث أن العميل الراضي يشارك تجربته الإيجابية مع خمسة أشخاص في المتوسط، بينما قد يخبر العميل غير الراضي تسعة أشخاص عن تجربته السلبية (حسن، فوزي وأبو شوق، 2020). لذلك، تحرص المؤسسات السياحية على قياس رضا السائحين باستمرار، نظرًا لارتباطه الوثيق بتكرار الزيارة وزيادة الطلب على الوجهة السياحية.

#### منهجيات قياس رضا السائح

يُعد قياس رضا السائح من التحديات المعقدة في قطاع السياحة، حيث تختلف دوافع وتوقعات السائحين عند زيارة الوجهة نفسها. وكلما زاد تنوع اهتمامات السائح، زادت صعوبة قياس مدى رضاهم عن التجربة السياحية. يعتمد خبراء السياحة على عدة منهجيات لاستطلاع رضا السائحين، منها:

1. الطريقة غير المباشرة: يتم استطلاع رأي السائح قبل بدء رحلته السياحية لمعرفة توقعاته، ثم يُعاد الاستطلاع بعد انتهاء التجربة لمقارنة توقعاته مع ما حصل عليه فعليًا. ورغم أن هذه الطريقة دقيقة، إلا أنها قد تكون صعبة التنفيذ بسبب الحاجة إلى استطلاع رأي السائح على مرحلتين.
2. الطريقة المباشرة: تتضمن توزيع استبيانات بعد انتهاء التجربة السياحية وطرح أسئلة مباشرة حول مدى تطابق التجربة مع توقعات السائح. وتُعد هذه الطريقة أقل دقة مقارنةً بالطريقة غير المباشرة، حيث قد تؤثر تجربة السائح الإجمالية على إجاباته.

#### المواسم السياحية في محافظة شمال الشرقية

تتميز محافظة شمال الشرقية بتنوعها المناخي والطبيعي، مما يجعلها وجهة سياحية متميزة على مدار العام. وتوفر المحافظة تجارب سياحية مختلفة حسب الموسم، من بينها رحلات السفاري في الصحراء، والتخييم، وتسلق الجبال، وتتنع مجاري الأودية، وسباقات السيارات الرملية (الرونات)، إلى جانب عروض الفروسية والهجن (العرضة) والاستمتاع بالمواقع الطبيعية والتاريخية.

#### الموسم السياحي في شمال الشرقية

تُعرف الموسمية السياحية بأنها التغير الزمني في تدفق الزوار والإنفاق السياحي، وهو ما يرتبط بعوامل طبيعية ومؤسسية مختلفة (لعوامري، 2023). ووفقًا لروبنسون، فإن الموسمية هي نمط متكرر لحركة السياح خلال فترات معينة من العام، حيث تتأثر بمتغيرات مثل اختلاف درجات الحرارة وساعات النهار وهطول الأمطار. كما أن العوامل المؤسسية، مثل الإجازات الرسمية والعطل المدرسية، تلعب دورًا في تحديد مواسم الذروة السياحية.

يُعد الموسم الشتوي أبرز مواسم السياحة في محافظة شمال الشرقية، حيث تستقطب الولايات المختلفة أعدادًا كبيرة من السياح المحليين والدوليين نظرًا لاعتدال الطقس، مما يسمح بممارسة أنشطة مثل زيارة القرى التراثية، والتعرف على الثقافة العُمانية، والتخييم في رمال بديّة، واستكشاف الأودية في بعض ولايات المحافظة.

#### المواقع التاريخية والأثرية في شمال الشرقية

تضم محافظة شمال الشرقية العديد من المواقع الطبيعية والتراثية التي تسهم في تعزيز السياحة، وفقًا لما نشرته إدارة التراث والسياحة بالمحافظة. ومن أبرز هذه المواقع:

جدول رقم (5): المواقع التاريخية والأثرية بمحافظة شمال الشرقية

م	الموقع التاريخي أو الأثري	الولاية
1	حصن بيت اليمحمدي	إبراء
2	حارتي المنزفة والقناطر	
3	متحف بيت الدروازة الخاص	
4	حصن الروضة	المضيبي
5	حصن بيت الخبيب	
6	حصن الواصل	بديّة

الولاية	الموقع التاريخي او الاثري	م
	حصن المنترب	7
	متحف بدية الخاص	8
وادي بني خالد	حصن العدفين	9
دماء والطائيين	حصن الحمام	10
القابل	قرية المضيرب الاثرية	11
سناو	حارتي الصواوفة والبراشد الاثريتين	12

وفقاً لآخر احصائيات وزارة التراث والسياحة، فقد بلغ عدد زوار القلاع والحصون في محافظة شمال الشرقية 2,616 زائراً. حيث زار حصن الروضة 146 زائراً، وبيت اليمودي 160 زائراً، بينما استقبل حصن الواصل 593 زائراً، وحصن الحمام 794 زائراً. أما قلعة العدفين فقد بلغ عدد زوارها 109 زوار. وتنوع هؤلاء الزوار بين عمانيين وفود رسمية وسياحية، إلى جانب المقيمين وطلاب المدارس.

### ثالثاً: المواقع الطبيعية والأسواق الشعبية بالمحافظة

جدول رقم (6): المواقع الطبيعية والأسواق الشعبية بمحافظة شمال الشرقية

الولاية	الموقع الطبيعي	م
المضيبي	منتزه وادي عندام الطبيعي	1
	منتزه الحوراء الطبيعي	2
	منتزه الروضة (نيابة سمد الشأن)	3
دماء والطائيين	منتزه الشجرة الطبيعي	4
	منتزه الغبرة الطبيعي	5
	عين الزام	6
	الجبل الأبيض	7
	منتزه سموط الطبيعي	8
	الجبل الابيض	9
	منتزه محلاح الطبيعي	10
	البرك المائية	11
وادي بني خالد	شلالات حاور	12
	منتزه الخالدية	13
بدية	رمال الشرقية	14
	حديقة بدية العامة	15
القابل	رمال الشرقية	16
	حديقة السلام العامة	17
إبراء	سوق الأربعاء الشعبي للنساء	18
	حديقة إبراء العامة	19
سناو	سوق سناو الشعبي	20

الجدير بالذكر أن وزارة التراث والسياحة قامت بحصر زوار البرك المائية بولاية وادي بني خالد خلال الفترة من سنة 2010 م إلى 2022 م، حيث وصل في عام 2022 م ما يقارب (92,457 ألف نسمة) شاملاً الزوار العمانيين، والعرب، والأجانب. استعرض الفصل الثاني الإطار النظري للبحث المتمثل في شرح متغيرات الدراسة (جودة الخدمات السياحية، رضا السائح)، وبيان أبعادها وجوانبها ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

### الدراسات السابقة

في هذا المحور، سنستعرض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة على النحو التالي:

1. دراسة الوهيبيية (2022) بعنوان: "أثر نظم المعلومات على جودة الخدمات في المؤسسات الحكومية: دراسة حالة وزارة العمل العمانية"، التي هدفت إلى تحقيق فهم أعمق لتأثير تطبيق نظم المعلومات على تحسين جودة الخدمات المقدمة، من خلال تحليل أبعاد الجودة الخمسة: (الملموسية، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الأمان، والتعاطف)، حيث استخدمت الباحثة أداة الاستبيان على عينة من مجتمع الدراسة يبلغ حجمها (2717) موظفاً وموظفة، وخلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تأثير نظم المعلومات على جميع المؤسسات الحكومية في تقديم خدمات ذات جودة عالية، وتسريع إنجاز المعاملات، وتسهيل الوصول إلى المعلومات واسترجاعها سواء من قبل المستفيد أو الموظف. كما أسهمت في توفير كميات هائلة من المعلومات بشكل متجدد، وتقديم مواقع إلكترونية تخدم الموظف والمستفيد بطريقة سهلة وبسيطة.
2. دراسة نور الهدى (2022) بعنوان: "أثر جودة الخدمات السياحية على الزبون الرقمي" دراسة تحليلية لآراء عينة من الزبائن، هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين جودة الخدمات السياحية والزبون الرقمي. وتم إجراء دراسة على عينة من الزبائن، معتمدين على أبعاد جودة الخدمات السياحية كمتغير مستقل، والتي تتمثل في: سهولة الاستخدام، توفير الوقت، الأمان والسرية، الثقة والأمان، وتقديم الخدمات وسرعة الاستجابة، أما المتغير التابع فهو الزبون الرقمي، واعتمدت الدراسة على استبيان لجمع البيانات تم توزيعه على 220 من الزبائن من متصفحي المواقع الإلكترونية، حيث تم استخدام 163 استمارة و تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين المتغير المستقل، وهو جودة الخدمات السياحية بأبعاده الستة، والمتغير التابع المتمثل في الزبون الرقمي. كذلك أظهرت النتائج أنه لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة تُعزى للبيانات الديموغرافية، وذلك عند مستوى دلالة معنوية 5%.
3. دراسة محمد و بلال (2023) بعنوان: "جودة الخدمات السياحية و أثرها على الطلب السياحي" - دراسة ميدانية بمركب حمام الشلالة -تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على جودة الخدمات المقدمة ودورها في تغيير وجهات نظر الزبائن، بالإضافة إلى معرفة كيفية تأثير جودة هذه الخدمات على الطلب السياحي، ومدى مساهمتها في جذب السياح وبالتالي الاستحواذ على أكبر عدد ممكن من الحركة السياحية، خاصة في ظل المنافسة الشديدة مع الوجهات السياحية الأخرى. حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على استمارة الأسئلة التي تُعتبر الأداة الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة. وبعد إجراء دراسة التطبيقية، توصل الباحث أن المركب يمتلك استراتيجيات وبرامج لتحسين جودة خدماته، ولُعاني المركب من ضعف في الأداء التسويقي نوعاً ما، وذلك لعدم امتلاكه توجهاً استراتيجياً لتسويق الوجهة الداخلية وزيادة الطلب السياحي الأجنبي، كذلك يفتقر المركب إلى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي وتقنيات الإعلام والاتصال والترويج عبر الإنترنت. واستناداً إلى النتائج السابقة تبين أن تخصيص جزء من الميزانية لتحسين جودة مختلف الخدمات السياحية وتعزيز علاقات المركب مع الجامعات لتزويده بمختلف الكفاءات في مجال تحسين الجودة وزيادة الوعي السياحي لدى الزبائن من خلال الوسائط السمعية البصرية والمقروءة، والاعتماد على الخدمات السياحية الإلكترونية لتطوير القطاع السياحي أمر ضروري للارتقاء بالقطاع السياحي في ولاية قالمه.
4. دراسة حنان ورمضاني (2018) بعنوان: " نماذج وطرق قياس علاقة جودة وتنافسية الخدمات السياحية بالقطاع السياحي للدول المغاربية (2007-2017) "، اعتمدت الدراسة على ترتيب هذه الدول وفق مؤشرات السياحة الدولية التي تتضمنها تقارير التنافسية السياحية الصادرة عن منتدى دافوس. حيث استخدمت أساليب وصفية وتحليلية، وتوصلت الدراسة أن النموذج المناسب لقياس أثر جودة وتنافسية الخدمات السياحية هو نموذج panel. كما أظهرت النتائج أن المتغيرات التي تفسر جذب وتوافد السياح إلى هذه الدول تشمل: الموارد البشرية، جاهزية تكنولوجيا المعلومات، تنافسية الأسعار، والموارد الطبيعية. وعلى الرغم من تميز دول المغاربية بالعديد من المقومات الجاذبة للسياح إلا أنها تشهد اختلافاً في التنافسية السياحية وفي تقديم جودة الخدمات السياحية.
5. دراسة أبكر و مصطفى (2021) بعنوان " بناء نموذج للعلاقة بين جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير ورضا الزبون ونوايا البقاء باستخدام نمذجة المعادلة البنائية وفقاً لرؤية المملكة العربية السعودية (2030)"، هدفت لبناء نموذج لقياس جودة الخدمات السياحية بمنطقة عسير ومدى علاقتها مع رضا والنوايا الحسنة للزبون حيث يعتبر رضا الزبون متغير وسيط بالدراسة حيث تم تصميم أداة الدراسة بخمس ابعاد لجودة الخدمة وخمس متغيرات لرضا الزبون وثلاثة متغيرات لنوايا البقاء. تم استخدام المعادلة البنائية باستخدام برنامج أمواس (AMOS) لبناء نموذج العلاقة. توصلت الدراسة انه لتطوير القطاع السياحي بمنطقة عسير يعتمد نموذج جودة الخدمات السياحية على مؤثرات (الملموسية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة والتعاطف).
6. دراسة حسن، فوزي و أبوشوق (2020) بعنوان: "الرحلات الاختيارية وأثرها على رضا السائح بمصر"، التي هدفت الى التعريف بأهمية الرحلات الاختيارية و معرفة أسباب إقبال أو إحجام السائح عنها وكذلك التعرف على المشكلات التي تواجه الرحلات الاختيارية من تنظيم، تنفيذ، بيع و محاولة حلها ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على (الاستبيان والمقابلات)، بالإضافة إلى المقابلات الشخصية مع بعض المسؤولين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود عناصر أساسية لرضا العميل هي: التوقعات، الأداء، المقارنة،

التأكد / عدم التأكد كذلك لا يمكن الوصول إلى ولاء العميل دون الوصول إلى أعلى مستويات الرضا وتوجد عوامل رئيسية للوصول إلى رضا العميل هي: جودة المنتج، السعر المناسب، خدمة العميل ومن العوامل التي تؤدي إلى رضا العميل عن الرحلات الاختيارية هي: التعرف على مشكلات العملاء ومحاولة حلها، تقديم منتج سياحي ملائم بسعر مناسب في الوقت المناسب، التزام الشركة بتنفيذ البرنامج كما هو متفق عليه، المحافظة على جودة الخدمة السياحية كما توجد عوامل تؤثر على رضا السائح عن الرحلات الاختيارية ومنها: التلاعب في أسعار الرحلات الاختيارية مما يؤدي إلى شك السائح في الأسعار، عدم الاهتمام بشكاوى العملاء، عدم التزام المواعيد.

7. دراسة (عبد العزيز، 2021) بعنوان: "تأثير جودة الخدمات المقدمة في شركات السياحة المصرية على رضا السائح بمصر"، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير جودة الخدمات السياحية على رضا السائح في شركات ووكالات السفر والسياحة المصرية والتعرف على مستوى الرضا عن الخدمات المقدمة في المقصد السياحي المصري. ولتحقيق أهداف الدراسة وجمع المعلومات اللازمة لتفسير ودعم الفرضيات وصياغة النتائج تم الاعتماد على نموذج (بارسورمان) المعدل بأبعاده الخمس لقياس (جودة الخدمات السياحية وملموسية التجهيزات، والموثوقية والتوكيد، والتعاطف، الاستجابة) مع إضافة بعد القيمة السعرية حسب (نموذج sweeny)، وتوضح نتائج الدراسة بأن عناصر جودة الخدمات السياحية الست (ملموسية التجهيزات - الموثوقية - الاستجابة - التوكيد - العطف - القيمة) لها تأثير كبير على رضا السائح.

8. دراسة حاجي وآخرون (2021) بعنوان "تشخيص أبعاد جودة الخدمات السياحية وتأثيرها على رضا الزبون في مدينة سوران العراق"، وهدفت الدراسة إلى قياس رضا الزبون لمعرفة درجة رضا الزبائن عن الخدمات السياحية التي يقدمها المنظمات السياحية في مدينة سوران، وذلك من أجل إيجاد أساليب كفيلة بتحسين جودة الخدمات السياحية. من خلال الأبعاد (الملموسية والاعتمادية وسرعة الاستجابة والتعاطف وثقة التوكيد) على رضا الزبائن المتمثلة أبعاده في فهم حاجات الزبون والتغذية العكسية والقياس المستمر لرضا الزبون، وقد تم توزيع الاستبيان على عدد من السائحين في المنطقة وبمعدل (150) استمارة، بطريقة عشوائية. وبعد التحليل باستخدام البرامج الاحصائية، توصلت الدراسة إلى أن تقييم الزبائن لجودة الخدمات السياحية من خلال المؤشرات الخاصة بالتقييم ان تلك المؤشرات او المعايير موجودة ومتوفرة، ولكنها ليست على مستوى الطموح اذ ان جودة الخدمة تعمل على تحقيق رضا الزبون.

9. دراسة فؤاد ومحمد (2020) بعنوان "أثر جودة خدمات الإرشاد السياحي على رضا السائح - دراسة حالة وكالة الشيوخ بالسلف"، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر جودة خدمات الإرشاد السياحي على مستوى رضا السياح، وقد تطرقت في الجانب النظري إلى مفهوم جودة الخدمات السياحية ورضا السائح، وفي الدراسة الميدانية إلى تقييم أثر جودة خدمات الإرشاد السياحي المقدمة في رضا السياح، وتمت الدراسة عن طريق توزيع استبيان صمم باستخدام نموذج الأداء الفعلي (Service Performance) بتطبيق الأبعاد الخمسة لجودة الخدمات. وقد توصلت الدراسة أن رضا السياح لا يتوقف على مدى جودة خدمات الإرشاد السياحي المقدمة له، وإنما يخضع لمعايير أخرى أكثر أهمية بالنسبة له.

10. دراسة نصار والزعي (2018) بعنوان "أثر جودة خدمات المطاعم على رضا العملاء في منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة"، التي هدفت إلى تحليل أثر جودة خدمات المطاعم على رضا العملاء في منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، وتكونت عينة الدراسة من 408 سائح، وتم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة بيانات الدراسة، وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية (الملموسية، الاستجابة) على رضا العملاء، وأوصت الدراسة بأهمية مراعاة مرافق وتجهيزات المطعم، وأكدت بضرورة احتواء المطعم على أجهزة ومعدات متطورة تساعد الموظف في ممارسة عمله.

### 3- الإطار المنهجي للدراسة

#### تمهيد

بناء على ما تقدم في الفصل الأول والثاني من هذه الدراسة، يأتي الفصل الثالث (إجراءات ومنهجية الدراسة) لاستكمال خطوات البحث والتطرق إلى منهجية الدراسة ومجتمعها والعينة المختارة والأدوات والأساليب المناسبة لأهداف الدراسة، والإجراءات التي سيتم من خلالها التأكد من صدق وثبات الأداة (الاستبانة)، وبيان المعالجات الإحصائية لتحليل البيانات والنتائج والتوصيات. وذلك في إطار اختبار الفرضيات والإجابة على أسئلة البحث والتوصل للنتائج ومناقشتها.

## 1-3 منهج الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ حيث إنه الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة، أو موقف، أو أفراد، أو أحداث، أو أوضاع معينة بهدف اكتشاف حقائق جديدة، أو التحقق من صحة حقائق قديمة وآثارها والعلاقات التي تتصل بها، وتفسيرها، وكشف الجوانب التي تحكمها.

## 2-3 مجتمع الدراسة:

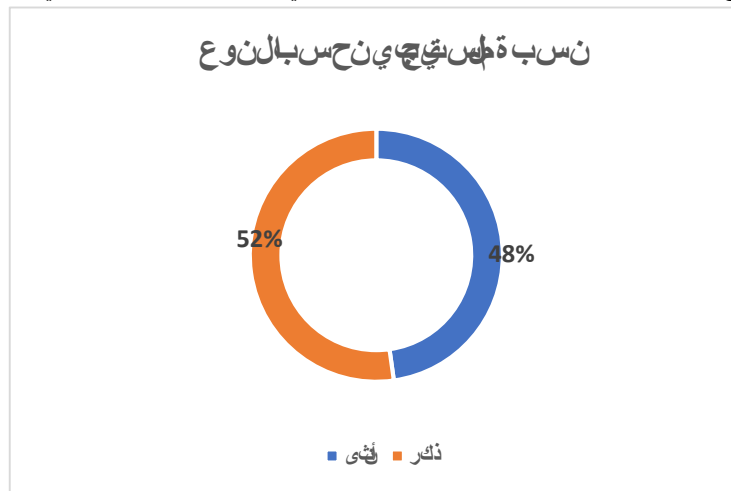
تكون مجتمع الدراسة من السياح الزائرين للمواقع السياحية بولايات محافظة شمال الشرقية خلال عام 2023م، علماً أنه لا توجد تقارير نشرت عدد السياح بدقة خلال أي سنة من السنوات.

## 3-3 عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة الميسرة، نظراً لعدم توفر بيانات دقيقة عن إجمالي عدد السياح في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان خلال عام 2023م، ويهدف توفير تمثيل مناسب للمجتمع المستهدف مع الحفاظ على التنوع والمصادقية في النتائج، حيث تم توزيع عدد (260) استبانة إلكترونياً على السياح والزوار عبر منصات التواصل المناسبة لضمان سهولة الوصول، وتم الحصول على (203) استجابة قابلة للتحليل.

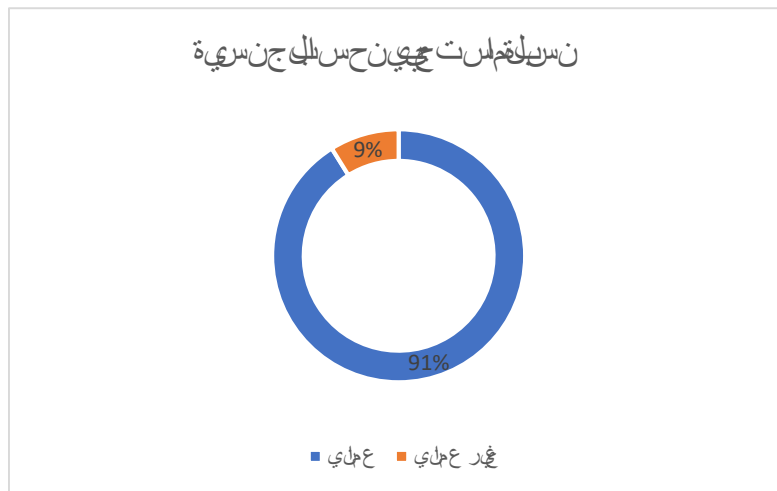
## ● التحليل الوصفي للبيانات الديموغرافية (كل سؤال):

تعد البيانات الديموغرافية للمستجيبين مهمة جداً للبحث حيث إنها توفر فهماً عميقاً على الخصائص المشتركة بين المستجيبين. كما أنها تقدم رؤية واضحة لتنوع عينة البحث مما يساهم في تعزيز مصداقية التحليل العام للبيانات وتفسيرها بشكل دقيق. يمثل الشكل (4) نسبة المستجيبين حسب النوع حيث أن 52% من المستجيبين من فئة الذكور وهي الفئة الأعلى، أما الإناث فهي تمثل 48% من عينة الدراسة.



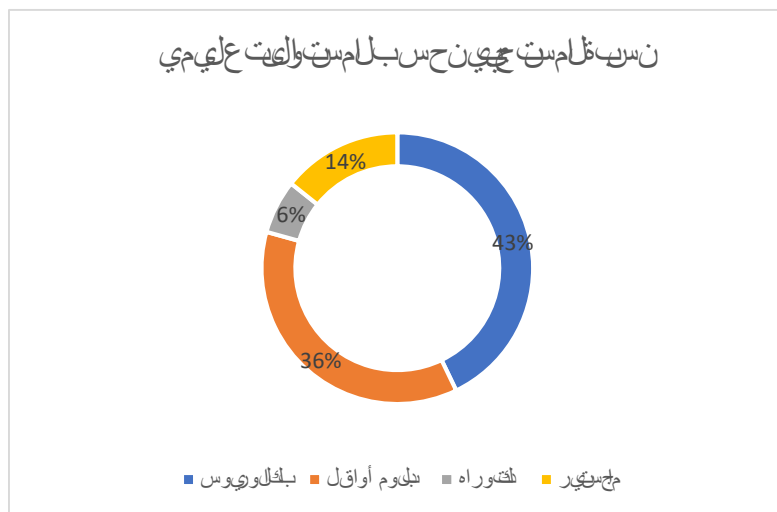
الشكل (4): نسبة المستجيبين حسب النوع

أما فيما يتعلق بالجنسية فإن 91% من المستجيبين عمانيين وأن غير العمانيين يمثلون 9% من عينة الدراسة.



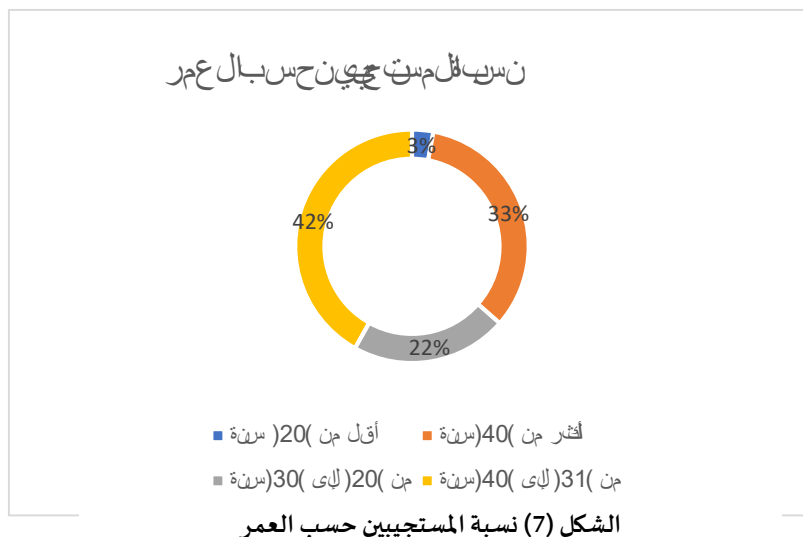
الشكل (5) نسبة المستجيبين حسب الجنسية

أما فيما يتعلق المستوى التعليمي فإن النسبة الأعلى للمستجيبين حاملي مؤهل البكالوريوس حيث بلغت نسبتهم 43% وأقل نسبة للاستجابة للاستبانة من حملة الدبلوم أو أقل حيث بلغت نسبتهم 6%.



الشكل (6): نسبة المستجيبين حسب المستوى التعليمي

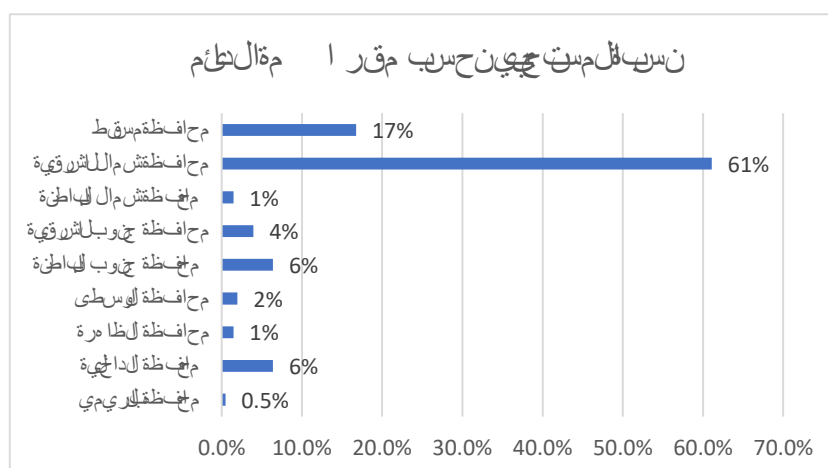
أما على نطاق العمر فإن النسبة الأعلى للمستجيبين تتراوح أعمارهم من (31) إلى (40) سنة حيث بلغت نسبتهم 42% أما أقل فئة عمرية للاستجابة للاستبانة كانت أقل من (20) سنة حيث بلغت نسبتهم 3% فقط.



الشكل (7) نسبة المستجيبين حسب العمر

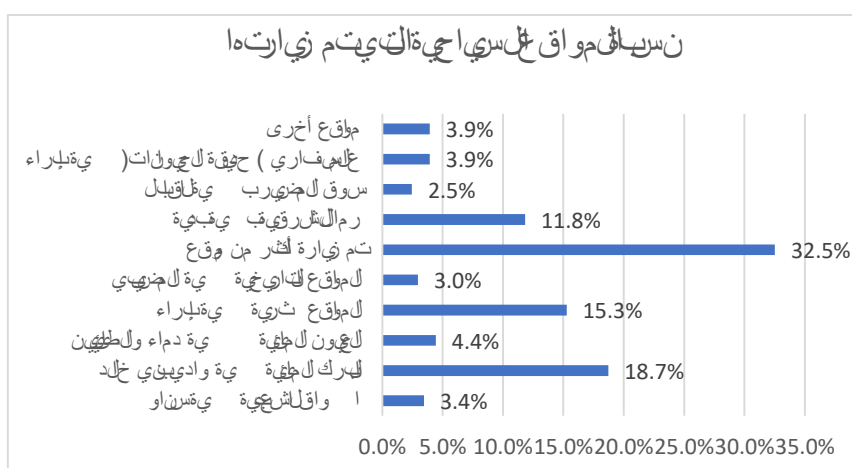
مثل المستجيبون من محافظة شمال الشرقية نسبة (61%) من الاستجابات في المقابل لم تكن هناك أي استجابات من محافظة

ظفار ومحافظة مسندم.



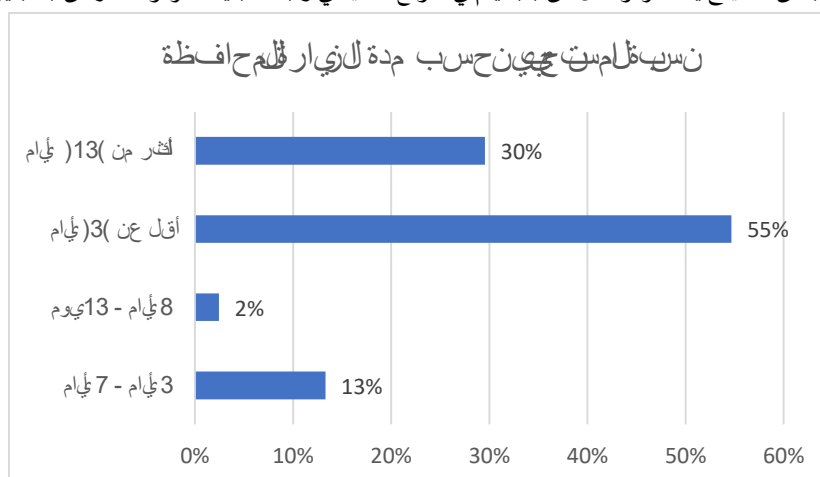
أما فيما يتعلق بالمواقع السياحية بالمحافظة فقد أفاد (32.5%) من العينة أنهم قد زاروا أكثر من موقع بالمحافظة. كما أن (18.7%)

من المستجيبين قد زاروا البرك المائية بوادي بني خالد وأن أقل نسبة زيارة للمواقع السياحية بلغت (2.5%) لسوق المضيرب بولاية القابل.



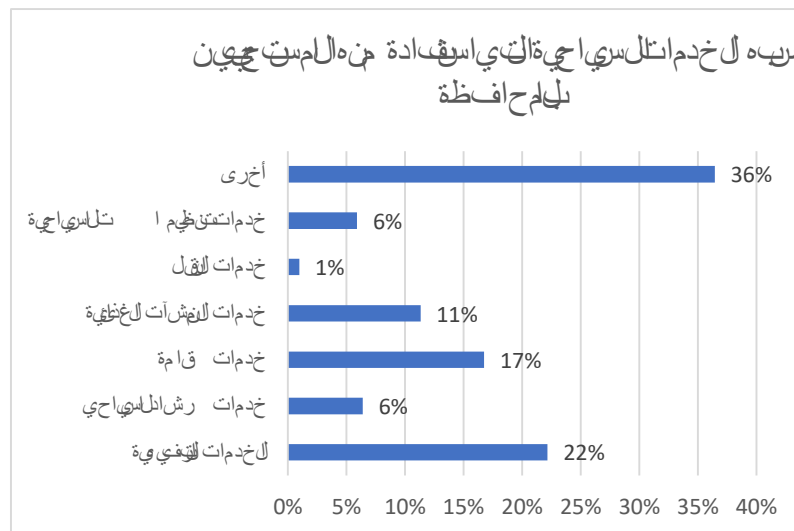
شكل (9): نسبة المواقع السياحية التي تم زيارتها

كما أن (55%) من السياح يستغرقوا أقل من (3) أيام في الموقع السياحي و (30%) يستغرقون أكثر من (13) يوم.



شكل (10): نسبة المستجيبين حسب مدة الزيارة للمحافظة

وأن (22%) من العينة يستفيدون من الخدمات الترفيهية و (1%) فقط من يستفيدون من خدمات النقل و (36%) يستفيدون من خدمات أخرى.



الشكل (11): نسبة الخدمات السياحية التي استفاد منها المستجيبون بمحافظة

#### 4-3 أداة الدراسة:

في إطار جمع البيانات والمعلومات الأولية من مجتمع الدراسة، والتأكد من صحة الفرضيات، والإجابة على أسئلة الدراسة، المتمثلة في تحليل العلاقة بين جودة الخدمات السياحية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ورضا السياح بمحافظة شمال الشرقية، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة كأداة كمية لجمع البيانات بالاستفادة من الدراسات السابقة في ذات الإطار، نظراً لكونها من أكثر الوسائل المستخدمة في الدراسات والأبحاث، وتتضمن بنود وفقرات تستهدف معرفة آراء المفحوصين بشكل شامل، وتعتبر من الطرق الميسرة للوصول إلى عينة الدراسة لاسيما في وقتنا الحالي، وذلك من خلال استخدام الاستبانة الإلكترونية وتميرها على عينة الدراسة بسهولة وبسرعة عالية، وتمثلت خطوات تطبيق أداة الاستبانة في مراجعة الأهداف والفرضيات وأسئلة الدراسة، والاستفادة من الدراسات والأدبيات السابقة في صياغة وتصميم الاستبانة وتحديد الأبعاد والفقرات التي تندرج ضمنها، استناداً إلى الدراسات الأخرى المشابهة في هذا المجال.

تم تحليل البيانات عن طريق برنامج (Excel) واستخدم المنهج الوصفي التحليلي للإجابة على أسئلة وفرضيات البحث حيث تم باستخدام المعالجة الإحصائية التالية:

1. التوزيعات التكرارية، والنسب المئوية للتعرف على تكرار الإجابات لدى أفراد عينة الدراسة.
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
3. معامل ارتباط بيرسون.
4. تحليل الانحدار الخطي المتعدد.

#### 5-3 صدق الأداة:

للتحقق من صدق الأداة تم عرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص، وبلغ عددهم (6) محكمين من جامعة الشرقية وجامعة نزوى بسلطنة عمان والبرنامج الوطني للتشغيل، وغرفة تجارة وصناعة عمان- فرع ابراء، وإدارة التراث والسياحة، وقد عادت الاستبانات المحكمة جميعها، وأجمع المحكمون على صدقها وملاءمتها لقياس المحاور التي وضعت من أجلها، وذلك بعد إجراء التعديلات المناسبة في ضوء ملاحظات المحكمين وتوجيهاتهم، إما بالحذف، أو الإضافة، أو إعادة صياغة، أو إعادة الترتيب.

#### 6-3 صدق الاتساق الداخلي:

يمثل صدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات المقياس مع المحور الذي تنتمي إليه الفقرة، وتم حساب صدق الاتساق الداخلي وذلك من خلال معاملات الارتباط بين كل فقرة من محاور المقياس، والمتوسط للمقياس نفسه.

أولاً: مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة مع أبعادها  
المحور الأول: جودة الخدمات السياحية



يتضح من الجدول (8) أن جميع معاملات الارتباط في جميع أبعاد محور جودة الخدمات السياحية عالية وقريبة من القيمة (1)، وبذلك تعتبر جميع أبعاد المحور صادقة وتقيس ما وضعت له.

جدول (8): محور جودة الخدمات السياحية

م	البعد	معامل الارتباط
1	الملموسية	0.88
3	الأمان	0.85
4	الاستجابة	0.92

ثانيًا: مدى ارتباط كل بعد من أبعاد الدراسة مع فقراته.

البعد الأول: الملموسية.

يتضح من الجدول (9) أن جميع معاملات الارتباط في جميع فقرات الملموسية عالية، وبذلك تعتبر جميع فقرات المحور صادقة وتقيس ما وضعت له.

جدول (9): ارتباط بعد الملموسية مع فقراته

م	الفقرة	معامل الارتباط
1	يتميز العاملون في المؤسسة السياحية بالمظهر اللائق	0.84
2	يسعى العاملون في المؤسسة السياحية لتوفير وسائل الراحة لي.	0.85
3	تتميز المرافق في المؤسسة السياحية بأنها جذابة.	0.798
4	توفر المؤسسة السياحية تجهيزات ومعدات ذات تقنية متطورة لأداء الخدمة.	0.85

البعد الثاني: الأمان

يتضح من الجدول (10) أن جميع معاملات الارتباط في جميع فقرات الأمان عالية، وبذلك تعتبر جميع فقرات المحور صادقة وتقيس ما وضعت له.

جدول (10): ارتباط بعد الأمان مع فقراته

م	الفقرة	معامل الارتباط
1	يتحلى العاملون في المؤسسة السياحية بالأمانة الشخصية	0.85
2	يتمتع العاملون في المؤسسة السياحية بالأحاسيس الإنسانية	0.84
3	تتميز المؤسسة السياحية بدقة معاملاتها المالية.	0.84
4	تتعامل المؤسسة السياحية مع بيانات السياح بسرية.	0.81

البعد الثالث: الاستجابة

يتضح من الجدول (11) أن جميع معاملات الارتباط في جميع فقرات الاستجابة عالية وبذلك تعتبر جميع فقرات المحور صادقة وتقيس ما وضعت له.

جدول (11): ارتباط بعد الاستجابة مع فقراته

م	الفقرة	معامل الارتباط
1	تقوم المؤسسة السياحية بالإجابة على الاستفسارات بطريقة سريعة	0.87
2	تتصرف المؤسسة بسرعة الاستجابة عند طلب الخدمات السياحية	0.89
3	تهتم المؤسسة السياحية بتوفير كل ما هو مطلوب للسياح	0.88
4	تمتلك المؤسسة السياحية عاملون يمتازون بالمهارات الكافية للتعامل مع متطلبات السياح.	0.85

المحور الثاني: رضا السياح

يتضح من الجدول (12) أن جميع معاملات الارتباط في جميع فقرات رضا السياح عالية، وبذلك تعتبر جميع فقرات المحور صادقة وتقيس ما وضعت له.

جدول (12): ارتباط متغير رضا السياح مع فقراته

م	الفقرة	معامل الارتباط
1	هذه التجربة (الزيارة) هي بالضبط ما أحتهجه.	0.85

م	الفقرة	معامل الارتباط
2	كانت هذ الزيارة ممتعة مقارنة بالزيارات الأخرى المماثلة	0.84
3	أنا راضي عن الخدمة السياحية المقدمة لي	0.89
4	الخدمات السياحية المقدمة أفضل من توقعاتي	0.87
5	بشكل عام، أنا راضي عن قراري بزيارة هذه الوجهة.	0.83

7-3. ثبات أداة الدراسة

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لاستخراج قيمة الثبات للداده المستخدمة في الدراسة، ووفقا للنتائج الواردة في الجدول يتبين أن جميع أبعاد الدراسة تتمتع بمستوى عالٍ من الثبات حيث بلغ معامل الثبات العام للأداة (0.98)، وهذا يشير أن أداة الدراسة تتمتع بقيمة ممتازة من الثبات.

جدول (13): معاملات الثبات تبعاً لأبعاد الدراسة

م	البعد	معامل الثبات
1	الملموسية	.840
3	الأمان	0.89
4	الاستجابة	0.90
6	رضا السياح	0.90
	الثبات العام	0.98

## تحليل نتائج الدراسة

يتضمن هذا الجزء من الدراسة عرضاً للنتائج التي تم التوصل إليها ومناقشتها، بعد أن قامت الباحثات بجمع البيانات بواسطة الاستبانة لدراسة "قياس أثر جودة الخدمات السياحية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى رضا المستفيدين خلال الموسم السياحي الشتوي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان" وعرضها ومناقشتها وفقاً لأسئلة وفرضيات الدراسة.

## 1-4 التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة:

لتحليل البيانات وتحديد الأساليب الإحصائية المناسبة للتحليل يجب التحقق من اعتدال البيانات وذلك بحساب معامل الالتواء (Skewness) ومعامل التفلطح (Kurtosis) لكل متغير من متغيرات الدراسة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (15): قياس ثبات الاستبانة وتبعها للتوزيع الطبيعي

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الالتواء Skewness	ومعامل التفلطح Kurtosis
رضا السياح	3.443	0.945	-0.641	0.054
الملموسية	3.473	0.903	-0.691	0.431
الأمان	3.798	0.723	-0.848	1.781

من خلال الجدول (15) يتضح بأنه بناء على القيم المستخلصة لمعامل الالتواء ومعامل لتفلطح أن عينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

## 2-4 تحليل نتائج السؤال الأول:

وللإجابة على أسئلة الدراسة وتحليل النتائج المحصلة، تم تحديد طول الخلايا وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وتم حساب المدى (5-1) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (4=5÷0.80) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وجدول (17) يوضح ذلك.

جدول (16): الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت الخماسي

درجة الموافقة	المتوسط الحسابي (طول الخلية)
منخفضة جداً	من 1 إلى 1.80
منخفضة	من 1.81 إلى 2.60
متوسطة	من 2.61 إلى 3.40
عالية	من 3.41 إلى 4.20

المتوسط الحسابي (طول الخلية)	درجة الموافقة
من 4.21 إلى 5.00	عالية جدا

وللإجابة على السؤال الرئيسي والذي ينص على:

- ما أثر جودة خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح في محافظة شمال الشرقية؟ يستوجب الإجابة على فرضيات الدراسة التالية:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذات دلالة إحصائية لجودة الخدمات السياحية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان.

والتي تنبثق منها الفرضيات الفرعية الآتية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للموسمية في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية.
  - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية.
  - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمان في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية.
- لقياس أثر جودة الخدمات السياحية المقدمة من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح تم حساب مدى قوة العلاقة بين المتغير التابع وكل بعد من ابعاد المتغير المستقل (الموسمية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف) باستخدام معامل الارتباط بيرسون. حيث يمثل الجدول (17) أن معامل الارتباط عالي مما يوضع قوة العلاقة بين المتغير التابع وابعاد المتغير المستقل.

جدول (17) معامل الارتباط بين المتغير التابع (رضا السياح) و ابعاد المتغير المستقل (جودة الخدمات السياحية)

م	البعد	معامل الارتباط
1	الموسمية	0.753
2	الأمان	0.675
3	الاستجابة	0.835

ولتحديد تأثير الأبعاد على مستوى الرضا تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد حيث أن أبرز النتائج موضحة بالجدول (18).

جدول (18) درجة تأثير ابعاد جودة الخدمات على رضا السياح عند مستوى دلالة (0.05)

م	البعد	p-values
1	الموسمية	0.018
2	الأمان	0.926
3	الاستجابة	000.0
4	جودة الخدمات السياحية	0.000

بناء على النتائج الخاصة بنتائج الانحدار الخطي المتعدد عند مستوى دلالة (0.05) اتضح الآتي:

- يوجد أثر ذات دلالة إحصائية لجودة الخدمات السياحية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان.
  - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للموسمية في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية فبالتالي للموسمية تأثير على تحسين رضا السياح.
  - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمان في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية فبالتالي لا يساهم بعد الأمان في تحسين رضا السياح.
  - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة في خدمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية فبالتالي يساهم بعد الاستجابة في تحسين رضا السياح.
- بناء عليه اتضح من النتائج السابقة أن ابعاد جودة الخدمات السياحية (الموسمية والاستجابة) لها تأثير عالي على مستوى رضا السياح وأن السياح يقدر هذه الخدمات أما الأمان والتعاطف ليس لها تأثير كبير على الرضا.

#### 3-4 تحليل السؤال الثاني:

ما مستوى الخدمات السياحية المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة شمال الشرقية؟

جدول (19) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المتغير المستقل (جودة الخدمات السياحية)

الرتبة	م	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
3	1	الملموسية	3.473	0.903	عالية
1	3	الأمان	3.798	0.723	عالية
4	4	الاستجابة	3.401	0.920	متوسطة
		المجموع الكلي	3.527	0.782	عالية

يتضح من الجدول (19) أن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة عن طريق في المؤسسات الصغيرة بمحافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان كان ضمن الدرجة العالية حيث تراوح المتوسط الحسابي بين (3.326-3.798)، والانحراف المعياري بين (1.013-0.723). وجاء في المرتبة الأولى (الأمان) بدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.798) وانحراف معياري قدره (0.723)، وجاء في المرتبة الأخيرة (الاعتمادية) بدرجة (متوسطة)، وبمتوسط حسابي بلغ (3.326) وانحراف معياري قدره (1.013).

ولمزيد من التعمق في الإجابة على السؤال الأول، تم تناول فقرات كل بعد على حدة وذلك كما يأتي:

البعد الأول: الملموسية

جدول (20): مستوى جودة الخدمات (الملموسية)

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	يتميز العاملون في المؤسسة السياحية بالمظهر اللائق	3.669	0.987	عالية
2	يسعى العاملون في المؤسسة السياحية لتوفير وسائل الراحة لي.	13.62	81.028	عالية
3	تتميز المرافق في المؤسسة السياحية بأنها جذابة.	3.512	1.105	عالية
4	توفر المؤسسة السياحية تجهيزات ومعدات ذات تقنية متطورة لأداء الخدمة.	93.08	1.199	متوسطة
	الاجمالي	33.47	30.90	عالية

يتضح من الجدول رقم (20) أن واقع الملموسية في الخدمات كان ضمن الدرجة العالية بقيمة (3.473) وانحراف معياري (0.903). تراوح المتوسط الحسابي لفقرات البعد بين (3.669-3.089)، والانحراف المعياري بين (1.199-0.987)، وحصلت الفقرة (1) والتي نصها " يتميز العاملون في المؤسسة السياحية بالمظهر اللائق" على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.669) وانحراف معياري قدره (0.987) وبدرجة عالية، بينما حصلت الفقرة (4) والتي نصها " توفر المؤسسة السياحية تجهيزات ومعدات ذات تقنية متطورة لأداء الخدمة." على أقل متوسط حسابي بلغ (3.089) وانحراف معياري قدره (1.199) وبدرجة متوسطة.

البعد الثاني: الأمان

يتضح من الجدول رقم (23) أن واقع الأمان في الخدمات كان ضمن الدرجة العالية بقيمة (3.798) وانحراف معياري (0.723). تراوح المتوسط الحسابي لفقرات البعد بين (3.433-3.217)، والانحراف المعياري بين (3.660-3.985)، وحصلت الفقرة (1) والتي نصها " يتحلّى العاملون في المؤسسة السياحية بالأمانة الشخصية " على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.985) وانحراف معياري قدره (0.811) وبدرجة عالية، بينما حصلت الفقرة (4) والتي نصها " تتعامل المؤسسة السياحية مع بيانات السياح بسرية." على أقل متوسط حسابي بلغ (3.660) وانحراف معياري قدره (0.894) وبدرجة متوسطة.

جدول (21): مستوى جودة الخدمات (الأمان)

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	يتحلّى العاملون في المؤسسة السياحية بالأمانة الشخصية	3.985	0.811	عالية
2	يتمتع العاملون في المؤسسة السياحية بالأحاسيس الإنسانية	3.872	0.817	عالية
3	تتميز المؤسسة السياحية بدقة معاملاتها المالية.	3.675	0.945	عالية
4	تتعامل المؤسسة السياحية مع بيانات السياح بسرية.	3.660	0.894	عالية
	الاجمالي	3.798	0.723	عالية

البعد الثالث: الاستجابة

يتضح من الجدول رقم (22) أن واقع الاستجابة في الخدمات كان ضمن الدرجة المتوسطة بقيمة (3.401) وانحراف معياري (1.050). تراوح المتوسط الحسابي لفقرات البعد بين (3.300-3.493)، والانحراف المعياري بين (1.050-1.127)، وحصلت الفقرة (1) والتي نصها "تقوم المؤسسة السياحية بالإجابة على الاستفسارات بطريقة سريعة" على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.493) وانحراف معياري قدره (1.050) وبدرجة عالية، بينما حصلت الفقرة (3) والتي نصها "تهتم المؤسسة السياحية بتوفير كل ما هو مطلوب للسياح" على أقل متوسط حسابي بلغ (3.300) وانحراف معياري قدره (1.127) وبدرجة متوسطة.

جدول (22): مستوى جودة الخدمات (الاستجابة)

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	تقوم المؤسسة السياحية بالإجابة على الاستفسارات بطريقة سريعة	3.493	1.050	عالية
2	تتصف المؤسسة بسرعة الاستجابة عند طلب الخدمات السياحية	3.414	1.018	عالية
3	تهتم المؤسسة السياحية بتوفير كل ما هو مطلوب للسياح	3.300	1.127	متوسطة
4	تمتلك المؤسسة السياحية عاملون يمتازون بالمهارات الكافية للتعامل مع متطلبات السياح.	3.399	1.031	متوسطة
	الاجمالي	3.401	0.920	متوسطة

#### 4-4 تحليل السؤال الثالث:

ما درجة رضا السياح على الخدمات السياحية بمحافظة شمال الشرقية؟ يتضح من الجدول رقم (23) أن مستوى رضا السياح من الخدمات المقدمة عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كانت ضمن الدرجة العالية بقيمة (3.443) وانحراف معياري (0.945). تراوح المتوسط الحسابي لفقرات البعد بين (3.123-3.680)، والانحراف المعياري بين (1.039-1.186)، وحصلت الفقرة (5) والتي نصها "بشكل عام، أنا راضٍ عن قراري بزيارة هذه الوجهة" على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.680) وانحراف معياري قدره (1.039) وبدرجة عالية، بينما حصلت الفقرة (4) والتي نصها "الخدمات السياحية المقدمة أفضل من توقعاتي". على أقل متوسط حسابي بلغ (3.123) وانحراف معياري قدره (1.186) وبدرجة عالية.

جدول (23) درجة رضا السياح عن الخدمات السياحية المقدمة

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	هذه التجربة (الزيارة) هي بالضبط ما أحاجه.	3.576	1.019	عالية
2	كانت هذه الزيارة ممتعة مقارنة بالزيارات الأخرى المماثلة.	3.527	1.073	عالية
3	أنا راضٍ عن الخدمة السياحية المقدمة لي.	3.310	1.185	متوسطة
4	الخدمات السياحية المقدمة أفضل من توقعاتي.	3.123	1.186	متوسطة
5	بشكل عام، أنا راضٍ عن قراري بزيارة هذه الوجهة.	3.680	1.039	عالية
	الاجمالي	3.443	0.945	عالية

#### 4-5 مقترحات لتحسين جودة الخدمات السياحية بمحافظة شمال الشرقية:

من خلال السؤال المفتوح في الاستبانة فيما يتعلق بالمقترحات لتطوير الخدمات السياحية بمحافظة شمال الشرقية تم طرح مجموعه من المقترحات من قبل المستجيبين بناء على التفاصيل المدرجة بالجدول (24):

جدول (24) مقترحات المستجيبين لتحسين الخدمات السياحية بالمحافظة

م	المقترح	التكرار
1	انشاء دورات المياه نظيفة	9
2	إقامة مطاعم متنوعة	9
3	توفير أكشاك لبيع الهدايا التراثية	1
4	زيادة الفعاليات والأنشطة الترفيهية للمواقع	9
5	تقوية شبكات الانترنت	1

م	المقترح	التكرار
6	تطوير الاماكن الاثرية في ولاية ابراء مثل المنزفة وغيرها	7
7	توفير اجهزه البرودة بسبب حرارة الجو	1
8	التطوير الدائم وخلق بيئة سياحية منافسة	6
9	تكثيف الاعلان عن المو اقع السياحية لمعرفتها ومعرفة مو اقعها	2
10	زيادة جودة الخدمات السياحية والاهتمام برفع مستوى الخدمات المقدمة	2
11	توفير اماكن قربه للسكن من الاماكن السياحية	3
12	زيادة عدد الحيوانات وتنوع الباقات لدخول الحديقة	1

من خلال تحليل بيانات الدراسة اتضح:

أن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان كان ضمن الدرجة العالية حيث تراوح المتوسط الحسابي بين (3.326-3.798)، وتصدّر بُعد (الأمان) الأبعاد الأخرى حيث حصل على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.798)، مما يشير إلى أن هناك مجال لتحسين مستوى الاعتمادية في الخدمات المقدمة.

أما فيما يتعلق بتأثير أبعاد جودة الخدمات السياحية على المتغير التابع أوضحت النتائج أن أبعاد جودة الخدمات السياحية (الملموسية، الاستجابة) لها تأثيراً كبير ذو دلالة احصائية على رضا السياح في المقابل لم يظهر الأمان تأثير ذو دلالة إحصائية مما يدل أنه لا يشكل عامل رئيسي في التأثير على انطباع السياح عن جودة الخدمات.

أما عن مستوى رضا السياح عن الخدمات السياحية كانت درجة الرضا عالية حيث بلغت بمتوسط حسابي (3.443).

### مناقشة النتائج والتوصيات

يتناول هذا الجزء مناقشة نتائج الدراسة وتحليلها، والتي تم التوصل إليها من خلال استخدام برنامج التحليل الإحصائي (Excel) بهدف استخراج الدلالات والمؤشرات التي تساعد في التحقق من فرضيات الدراسة والإجابة على تساؤلاتها. كما يتم في هذا الفصل ربط النتائج بالموضوع الرئيسي للدراسة، والمتمثل في تأثير جودة الخدمات السياحية التي تقدمها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رضا السياح في محافظة شمال الشرقية. بالإضافة إلى ذلك، يتناول الفصل تقديم أبرز التوصيات المستخلصة بناءً على النتائج، إلى جانب تسليط الضوء على أهم التحديات التي واجهها الباحثون أثناء الدراسة، والتي يمكن أن تؤخذ بعين الاعتبار في الأبحاث المستقبلية.

#### مناقشة النتائج وتفسيرها

##### أولاً: مناقشة نتائج اختبار السؤال الأول للدراسة

ما مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان؟ أظهرت نتائج تحليل البيانات المتعلقة بالسؤال الأول أن مستوى جودة الخدمات السياحية التي تقدمها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في محافظة شمال الشرقية جاء ضمن المستوى المرتفع بشكل عام. ومع ذلك، فقد تفاوتت مستويات الجودة عبر الأبعاد المختلفة، حيث سجل بعد الاستجابة مستوى متوسطاً، في حين جاءت أبعاد الملموسية، والأمان، بمستوى عالي.

قد يُعزى هذا التفاوت في المستويات إلى اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المحافظة بتحسين جودة الخدمات السياحية، لا سيما من خلال توفير بنية تحتية متطورة، وموارد مادية متكاملة، وتجهيزات تلبى احتياجات السياح وتوقعاتهم. كما أن توفير معايير الأمان في مختلف العمليات والخدمات المقدمة ساهم في تعزيز ثقة السياح وانطباعاتهم الإيجابية حول التجربة السياحية في المحافظة.

##### ثانياً: مناقشة نتائج اختبار السؤال الثاني للدراسة

ما درجة رضا السياح عن الخدمات المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة شمال الشرقية في سلطنة عمان؟ أظهرت نتائج الدراسة أن درجة رضا السياح عن الخدمات المقدمة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة شمال الشرقية جاءت بدرجة عالية بشكل عام. وقد حصلت الفقرة "أنا راضٍ عن قراري بزيارة هذه الوجهة" على أعلى متوسط حسابي، مما يشير إلى أن الوجهة السياحية المختارة تمتاز بمقومات جذب طبيعية وثقافية وتاريخية فريدة من نوعها تعزز رضا السياح عن قرار زيارتها.

وفقاً لنظرية الجاذبية السياحية، يعتمد رضا الزوار إلى حد كبير على مدى تلبية الوجهة لتوقعاتهم المسبقة. وتشير النتائج إلى أن الخدمات الأساسية كانت بمستوى جيد، مثل سهولة الوصول إلى الموقع، ومستوى النظافة، وتنوع أماكن الإقامة والترفيه. بالإضافة إلى ذلك،

كان عامل القيمة مقابل المال مؤثرًا في تعزيز الرضا، حيث شعر السياح بأن الخدمات المقدمة تفوق القيمة المدفوعة، مما انعكس إيجابيًا على رضاهم العام عن التجربة السياحية .

في المقابل، حصلت الفقرة "الخدمات السياحية المقدمة أفضل من توقعاتي" على أقل متوسط حسابي، بدرجة متوسطة. وقد يُعزى ذلك إلى نقص الابتكار والتنوع في الخدمات، حيث يميل السياح إلى البحث عن تجارب فريدة وجديدة، مما يجعل الخدمات التقليدية أو المتكررة دون مستوى التوقعات، وفقًا لنظرية التوقعات. فإذا لم تتجاوز الخدمات المقدمة توقعات السياح، فقد يتم تقييمها على أنها عادية أو أقل من المأمول. كما قد تعكس هذه النتيجة التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تقديم خدمات متكاملة، نظرًا لمحدودية الموارد، وضعف الإمكانيات، ونقص الخبرة لدى بعض العاملين في هذا المجال .

بصورة عامة، قد يكون هناك تفاوت في جودة الخدمات المقدمة؛ فقد تتميز بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتقديم خدمات عالية الجودة تلي تطلعات السياح، بينما قد تعاني أخرى من ضعف في تقديم نفس المستوى من الخدمة. كما أن التجربة الشخصية للسياح تختلف بناءً على احتياجاتهم واهتماماتهم الفردية، مما قد يؤثر على تقييمهم العام للوجهة. إضافة إلى ذلك، فإن التوقعات المسبقة للسياح، وضعف الابتكار والتنوع في الخدمات، وربما الترويج غير الواقعي لبعض الوجهات، كلها عوامل قد تؤثر على مدى رضاهم عن التجربة السياحية، حتى لو كانت الخدمات جيدة من الناحية الموضوعية .

### ثالثاً: مناقشة نتائج اختبار السؤال الثالث للدراسة

ما أثر جودة الخدمات السياحية على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية في سلطنة عمان؟  
للإجابة على هذا التساؤل، تم إجراء عدة اختبارات إحصائية لاختبار الفرضية الرئيسية للدراسة، والتي تفترض وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية.

أظهرت نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون وجود ارتباط قوي وعلاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل (جودة الخدمات السياحية) والمتغير التابع (رضا السياح). كما كشفت نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن قيمة الارتباط (R) كانت جيدة جداً، أما قيمة مربع ( $R^2$ )، والتي تحدد نسبة تأثير جودة الخدمات السياحية على رضا السياح، فقد بلغت (0.75)، مما يشير إلى أن 75% من التغير في رضا السياح يعود إلى أبعاد جودة الخدمات السياحية المقدمة من المؤسسات الصغيرة بمحافظة شمال الشرقية، وهي: الملموسية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، والتعاطف، بينما يعود 25% إلى عوامل أخرى لم تتناولها الدراسة.

أكدت هذه النتيجة تحليل التباين الأحادي (ANOVA) ومعاملات الانحدار، وبناءً عليه، تم قبول الفرضية الرئيسية، حيث تبين أن هناك أثراً إيجابياً ذا دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لجودة الخدمات السياحية على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية في سلطنة عمان.

### تفسير النتائج

يمكن إرجاع هذه النتيجة إلى أن توفر مقومات جودة الخدمات السياحية، مثل المرافق المتطورة، والتجهيزات الحديثة، ووسائل الراحة المتميزة، بالإضافة إلى تقديم خدمات احترافية وسريعة تلي احتياجات وتوقعات السياح، يلعب دوراً كبيراً في تعزيز رضاهم. كما أن حرص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تحسين جودة خدماتها من خلال تدريب العاملين، تقديم العروض الجاذبة، التركيز على الأسعار المناسبة، وتوفير بيئة سياحية مريحة ساهم بشكل مباشر في رفع مستوى رضا السياح.

### اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة

تم اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة، وجاءت نتائجها على النحو التالي:

#### 1. الفرضية الفرعية الأولى

يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للملموسية في الخدمات السياحية على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية في سلطنة عمان.

النتائج:

أظهرت نتائج تحليل الانحدار البسيط أن قيمة المعامل بلغت (0.16)، مما يعني أنه كلما زادت جودة العناصر الملموسة، مثل وسائل النقل الآمنة، وحدائق الفنادق والمرافق، بمقدار وحدة واحدة، يزداد رضا السياح بمعدل (0.16).

بناءً على قيمة p-value المحسوبة، تم قبول الفرضية الفرعية، حيث يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

التفسير:

تُعد الملموسية أحد الأبعاد الأساسية في تقييم جودة الخدمات السياحية، حيث تؤثر نظافة المرافق، جودة الأثاث، والتصميم العام على راحة السياح وتوقعاتهم، مما يعزز رضاهم. وقد أكدت دراسة أمين وبوزيان (2022) هذه النتيجة، مشيرة إلى أهمية تحسين الجوانب

الملموسة لتعزيز تجربة السياح. كما أشار حاجي وآخرون (2021) إلى ضرورة تطوير البنية التحتية السياحية لضمان استيعاب أعداد السياح، حيث توجد علاقة طردية بين توافر هذه العوامل وجذب السياح وزيادة رضاهم.

## 2. الفرضية الفرعية الثانية

النص: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للأمان في الخدمات السياحية على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية في سلطنة عمان.

### النتائج:

أظهرت نتائج تحليل الانحدار البسيط أن قيمة المعامل بلغت (0.01)، مما يعني أنه كلما زادت إجراءات الأمان (مثل الحماية من الحوادث، الحرائق، السرقات والاعتداءات) بمعدل وحدة واحدة، يزداد رضا السياح بمعدل (0.01). لكن نتائج معاملات الانحدار لم تُظهر دلالة إحصائية معنوية، ولذلك تم رفض الفرضية الفرعية، حيث لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للأمان في الخدمات السياحية على رضا السياح.

### التفسير:

هذه النتيجة توضح أن الأمان ليس العامل الأكثر تأثيراً على رضا السياح، ربما لأن السياح يفترضون مسبقاً أن البيئة السياحية آمنة، مما يجعلهم لا يغيرون اهتماماً كبيراً لهذا البعد عند تقييمهم للخدمات. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أمين وبوزيان (2022)، لكنها تعارضت مع دراسة سفيان وكاهي (2017) التي وجدت أن الأمان عامل مؤثر في جودة الخدمات الفندقية في "تيميمون" بالجزائر، وكذلك مع دراسة نور الهدى (2022).

## 3. الفرضية الفرعية الرابعة

النص: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للاستجابة في الخدمات السياحية على رضا السياح بمحافظة شمال الشرقية في سلطنة عمان.

### النتائج:

أظهرت نتائج تحليل الانحدار البسيط أن قيمة المعامل بلغت (0.43)، مما يعني أنه كلما زادت سرعة استجابة العاملين في القطاع السياحي لتلبية احتياجات السياح بمقدار وحدة واحدة، يزداد رضاهم بمعدل (0.43). بناءً على نتائج معاملات الانحدار، تم قبول الفرضية الفرعية، حيث يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

### التفسير:

يُعد الاستعداد والاستجابة الفورية لطلبات السياح أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر في رضاهم. وقد أكدت هذه النتيجة كل من دراسة نور الهدى (2022) ودراسة أمين وبوزيان (2022) في المقابل، لم تتفق هذه النتيجة مع دراسة سفيان وكاهي (2017) حول جودة الخدمات الفندقية في الجزائر، والتي لم تجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستجابة ورضا الزبائن.

## النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

1. تبين أن مستوى جودة الخدمات السياحية التي تقدمها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في محافظة شمال الشرقية كانت بمستوى متميز.
  2. ظهر لنا أن السياح القادمون إلى محافظة شمال الشرقية راضين عن مستوى الخدمات التي تقدم لهم.
  3. تبين أن السياح يشعرون بالأمان خلال وجودهم في المرافق السياحية في المحافظة.
- بناءً على نتائج الدراسة، نقدم مجموعة من التوصيات لتحسين جودة الخدمات السياحية وزيادة رضا السياح في محافظة شمال الشرقية، أبرزها:

1. الاهتمام بتطوير المرافق والمباني والتجهيزات المرتبطة فيها بما يتماشى مع معايير الجودة ويلبي تطلعات السائح واحتياجاته.
2. ضرورة تطوير التكنولوجيا المستخدمة في مجال الخدمات السياحية المقدمة حيث أنها تعمل على تحسين ابعاد جودة الخدمات وزيادة رضا السياح.
3. من الضروري إجراء دراسة أو استطلاع حول نوعية التحسين المطلوب استثماره في الخدمات لتطوير هذا الجانب واستكشاف أهم الممارسات والسلوكيات والأدوات في هذه المؤسسات التي تؤدي بدرجة كبيرة إلى جذب السياح وكسب رضاهم.
4. زيادة الترويج السياحي للمنطقة لتعريف السياح بالخدمات المقدمة.



ختامًا، توفر هذه الدراسة رؤى مهمة حول جودة الخدمات السياحية المقدمة في محافظة شمال الشرقية، وتسلسل الضوء على الجوانب التي تحتاج إلى تحسين لضمان تجربة سياحية أكثر رضا وراحة للسياح. كما تفتح هذه الدراسة المجال أمام الباحثين المستقبليين لاستكشاف مزيد من العوامل المؤثرة على جودة الخدمات السياحية وتأثيرها على رضا السياح في مناطق أخرى.

### قائمة المراجع:

- أبكر، عبدالجلال، ومصطفى، أنور. "بناء نموذج للعلاقة بين جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير ورضا الزبون ونوايا البقاء باستخدام نمذجة المعادلة البنائية وفقاً لرؤية المملكة العربية السعودية". (2030) مجلة المثنى للعلوم التجارية والاقتصادية، 11، 141-155.
- أحمد أحمد، والمدهم عبدالله. "تمويل وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتأثيرها على النمو الاقتصادي في الدول العربية". المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2022، 1(3)، 1-10.
- الشنفرى، أحمد. "دور النشاط السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية في سلطنة عمان". Journal of the Advances in Agricultural Researches (JAAR)، 2023، 28(4).
- المسكرية، يسرى. "جودة الحياة الوظيفية وأثرها على إدارة الابتكار في المؤسسات الصغيرة بمحافظة شمال الشرقية". رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرقية، 2024.
- المركز الوطني للإحصاء والمعلومات. "التقرير الشهري الإحصائي لمؤشرات قطاع السياحة لعام 2024". وزارة التراث والسياحة، 2024.
- الوهيبي، زامطة. "أثر نظم المعلومات على جودة الخدمات في المؤسسات الحكومية: دراسة حالة وزارة العمل العمانية". جامعة الشرقية، كلية إدارة الأعمال، 2022.
- بوزيان قروج، أمين رماس. "أثر أبعاد جودة الخدمات السياحية الفندقية في استقطاب الزبون". مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، 2022، 16، 721-703.
- بوشاشية، نادية، ومنير نوري. "جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح". الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 2017، 4(350)، 50-66.
- بوقاسي، أمال. "أهمية جودة الخدمات السياحية في ترقية وتطوير الصناعة السياحية: دراسة حالة الجزائر". دار المنظومة، 2023، 6(366)، 50-20.
- جريدة عمان. "سلطنة عمان تعزز إيراداتها غير النفطية لبناء مستقبل اقتصادي مستدام". جريدة عمان، 2024. تم الوصول إليه في 10 أكتوبر 2024.
- حراث، حنان، ورمضاني، محمد. "نماذج وطرق قياس علاقة جودة وتنافسية الخدمات السياحية بالقطاع السياحي للدول المغاربية". مجلة بوليتكنيك للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018، 2(1).
- حسن فوزي، وأبوشوق. "الرحلات الاختيارية وأثرها على رضا السائح". المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، 2020، 14(1).
- سفيان، فتاح، وكاهي، فطيمة. "دور جهود الخدمات الفندقية في تحقيق رضا الزبائن: دراسة ميدانية لعينة من زبائن فندق قورارة". رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، الجزائر، 2017.
- سيروان لطيف حاجي، أ.د. درمان سليمان صادق، د. رزگار سعيد حسين، د. أرشد حاجي صديق. "تشخيص أبعاد جودة الخدمات السياحية وتأثيرها على رضا الزبون". مجلة بوليتكنيك للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2021، 2(1).
- صوالحة، وين زلتوت. "جودة الخدمات السياحية وتأثيرها على رضا الزبون: دراسة حالة الوكالات السياحية في ولاية قالمة". جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2016، 8(200)، 34-50.
- عباس صباح، وبوخشاشة موسى. "أثر التكوين السياحي على تحسين الخدمات السياحية: دراسة حالة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية ومركب حمام الشلالة". جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2021، 7(400)، 170-189.
- عبد العزيز، محمد. "تأثير جودة الخدمات المقدمة في شركات السياحة المصرية على رضا السائح". المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، 2021، 15(2).
- عتمة، سامي إبراهيم أحمد، والصرايرة، أكثم عبد المجيد مسلم. "أثر إدارة مواقع الإرث العالمي على جودة الخدمات السياحية المقدمة في المواقع السياحية الأردنية: دراسة ميدانية". رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، عمان، 2029.
- عيداوي، محمد، ومسياد، بلال. "جودة الخدمات السياحية وأثرها على الطلب السياحي: دراسة ميدانية بمركب حمام الشلالة". جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2021، 7(120)، 200-222.
- غانية وسعيدة. "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية". مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2014.

- قريشان، فؤاد، وفلاق، محمد. "أثر جودة خدمات الإرشاد السياحي على رضا السائح". جامعة الشلف، 2020، 4(200)، 20-54.
- كتيبي، نور الهدى. "أثر جودة الخدمات السياحية على الزبون الرقمي: دراسة تحليلية لأراء عينة من الزبائن". دار المنظومة، 2022، 4(300)، 10-40.
- لعوامري، حورية حياة. "أثر الموسمية السياحية على حركة السياحة الداخلية: دراسة حالة المركب السياحي 'مطارس تيبازة'". مجلة دفاتر البحوث العلمية، 2023، 11(1)، 218-203.
- مبانى، محمد. "سبل دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة". وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2017، 10، 233-301.
- نصار، موسى. "أثر جودة خدمات المطاعم السياحية على رضا الزبائن في منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة". دار المنظومة، 2018، 9(110)، 40-65.
- هيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. "مشروع استراتيجية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للفترة 2023-2025". 2024.
- وزارة التراث والسياحة. "حصر زوار القلاع والحصون". المديرية العامة للتخطيط، دائرة الإحصاء والدراسات، 2017.
- وزارة التراث والسياحة. "حصر زوار البرك المائية بوادي بني خالد من 2010-2022م". 2018.
- وكالة الأنباء العمانية. "نمو متسارع في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سلطنة عمان". تم الوصول إليه في 23 أكتوبر 2024 من [omannews.gov.om](http://omannews.gov.om).
- وكالة الأنباء العمانية. "محافظة شمال الشرقية فرص استثمارية في مختلف القطاعات". تم الوصول إليه في 23 أكتوبر 2024 من [omannews.gov.om](http://omannews.gov.om).

#### المراجع الاجنبية:

- Badr, F.M., Hassouna, A.B.I., & Afaneh, S.M. (2018). The Impact of Destination Service Quality and Destination Environment on Tourist Satisfaction: A Field Study on Jordan's Golden Triangle From Tourists' Point of View. Master's thesis, Middle East University, Faculty of Business, Amman, Jordan.
- Zeina, M.M.A., Ammar, S.A.M., Ahmed, M.F.A.E., Elwardany, W.M.M., & Abdulaziz, T.A. (2023). Service Quality in Tourism and Hospitality Industry and Tourist Destination Loyalty Post-COVID-19: The Role of Tourism Destination Image and Tourist Trust. International Journal of Tourism and Hospitality Studies (IJTHS), 5(1), pp. 26-50.