دور الإدارة الرشيقة في تحسين جودة الخدمات السياحية إلكترونيا – دراسة لمجموعة من الوكالات السياحية بالبليدة-

The Role of Lean Management in Improving the Quality of Electronic Tourism Services – A Study of a Group of Tourism Agencies in Blida

مشاش نادية
مخبر الإقتصاد الأخضر والتنمية في الجزائر، جامعة البليدة2- لونيسي علي، (الجزائر)،
na.mechache@univ-blida2.dz

تاريخ الاستلام: 2026/04/20 تاريخ القبول: 2026/06/25 تاريخ النشر: 2026/07/31

ملخص: جاءت هذه الدراسة لمعالجة الاشكالية التالية " **إلى أي مدى يمكن أن تؤثر مبادئ الإدارة الرشيقة على تعزيز كفاءة وجودة الخدمات السياحية إلكترونيا** " من خلال الكشف عن جوانب العلاقة بين الإدارة الرشيقة وجودة الخدمات السياحية الكترونيا، وذلك عن طريق دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بولاية البليدة، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي واعداد استبيان للدراسة، مع استخدام استخدام برنامج *SPSS*. ومن بين نتائج المتوصل إليها أن الادارة الرشيقة تساعد على تحسين بيئة العمل، وخفض زمن تقديم الخدمة، تقليل الأخطاء والتركيز على العمليات الضرورية، خلق القيمة المضافة، والكشف عن اتجاهات الطلب السياحي الحالي والمستقبلي،

كلمات مفتاحية: الإدارة الرشيقة؛ جودة الخدمات السياحية ؛ التسويق السياحي الإكتروني .

Abstract: *This study examined lean management's impact on electronic tourism service quality in Blida's agencies. Employing a descriptive-analytical approach with a questionnaire, SPSS analysis revealed a significant positive influence of lean management dimensions on service quality. The results show that lean management positively affects the work environment, speeds up customer service, and reduces errors. It also enhances focus on essential activities, supports value creation and innovation, and helps identify current future tourism trends. Overall, lean management is shown to be effective in improving the quality of electronic tourism services.*

Keywords: *lean management; Quality of tourism services; Electronic tourism marketing.*

مقدمة :

تعتبر السياحة أحد الأنشطة الهامة والأساسية التي يمارسها الأفراد في حياتهم، بغض النظر عن مستوياتهم الاجتماعية أو المادية أو الثقافية، كونها ترتبط بتغيير روتين الحياة اليومية، ومع التطورات الهائلة التي عرفتها بيئة الأعمال في مجالات التكنولوجيا وتقنية المعلومات والاتصالات أخذت السياحة نصيبها كواحدة من أكبر أنواع التجارة الدولية عبر شبكات الأنترنت، وهذا ما فرض تصورا حديثا للتعامل مع خدمات السياحة، فأصبحت السياحة الالكترونية في الوقت الحاضر ضرورة حتمية لا يمكن لأي مؤسسة سياحية التغافل والاستغناء عنها. وذلك من خلال توفير عدة متطلبات لتشمل التقدم في تقنية تكنولوجيا المعلومات، والتميز في الإطار المؤسسي والتنظيمي من خلال الاستثمار في الأساليب الإدارية الحديثة على اعتبارها تقوم على عوامل غير ملموسة، والتي يتوقف عليها تميز المؤسسات ونجاحها في تقديم خدماتها، ومن بين هذه الأساليب الإدارية نجد الإدارة الرشيقة التي تعتبر منهج إداري مرن وفعال يعمل على تحقق التفاعل الإيجابي والتحسين المستمر للعمليات وتقليل الأخطاء ، وتعزيز قدرة المؤسسات على التكيف مع التغيرات وتحقيق قيمة مضافة ومستدامة للزبائن. ومن خلال ما تقدم يمكن طرح الإشكالية التالية: **ما مـدى تأثير الإدارة الرشيقة على تعزيز كفاءة وجودة الخدمات السياحيـــة إلكترونيا ورسم معالمها المستقبلية؟**

❖ **فرضيات الدراسة :**

وكمحاولة لتحليل والإجابة عن الأشكالية محل الدراسة قمنا بصياغة مجموعةمن الفرضيات :

- الإدارة الرشيقة تشجع على الفعالية الإدارية وكفاءة العمليات التشغيلية من خلال إزالة العقبات وتقليل الهدر واتخاذ القرار في الوقت المناسب؛
- تطبيق الإدارة الرشيقة يرتبط بتحسين عناصر جودة الخدمة (المهارة، الموثوقية، الاستجابة، الإتصال، ...)؛
- وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق أبعاد الإدارة الرشيقة وجودة الخدمات السياحية الإلكترونية .

❖ **أهداف الدراسة:**

- تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التأكيد على الدور المتنامي الذي تلعبة وتحضى به الإدارة الرشيقة كأحد أهم العوامل المؤدية إلى تميز الخدمات المقدمة في المؤسسات؛
- محاولة فهم كيف تساهم الإدارة الرشيقة في انشاء القيمة المضافة وتقليل الأخطاء ودعم استمرارية الميزة التنافسية للمؤسسة وخاصة السياحية منها؛

- كما تهدف إلى محاولة تقييم إلى أي مدى وصلت المؤسسات الجزائرية وخاصة الوكالات السياحية منها في اعتماد تطبيق الإدارة الرشيقة وتأثيرها على جودة خدماتها الإلكترونية .

❖ **أهمية الدراسة:**

أما عن أهمية هذه الدراسة فهي ترتكز على تحليل الدور الذي تلعبه الإدارة الرشيقة في تعزيز جودة الخدمات السياحية إلكترونيا وعرضه بصفة سهلة ومبسطة للاستيعاب، وتعطي نظرة عامة على موضوع الإدارة الرشيقة وجودة الخدمات السياحية إلكترونيا . ومحاولة اسقاط ذلك على مؤسسات خدماتية سياحية جزائرية.

❖ **الدراسات السابقة :**

- Study Chindaprasert, K & Tattyanantarul, W , (11 June 2024), Entitled: **Integrating Lean Management Into Community-Based Tourism: Enhancing Efficiency In Tourism Supply Chains Through Value Stream Mapping Concept.**

تضمنت هذه الدراسة دمج الإدارة الرشيقة في السياحة المجتمعية وتعزيز الكفاءة في سلاسل التوريد السياحية، من خلال رسم خرائط تدفق، مع العمل على الحد من أوجه الهدر، وتحسين استخدام موارد السياحة في عمليات السياحة المجتمعية، تم اعتماد منهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام أسلوب دراسة حالة في منطقة كوك ساثون- تايلاند، وبلغت عينة الدراسة 400 سائح، ومن النتائج المتوصل إليها أن الهدر في عملية إدارة السياحة المجتمعية يعكس: عدم المشاركة المجتمع، غياب الهوية(رواية القصص)، صعوبة التواصل، الإفراط في الإنتاج، طول وقت الإنتظار، صعوبة النقل والحركة، سوء التنظيم والإدارة؛

- Study Ana Ampero. & Al . (2024), **Entitled: Improving Service Levels in the Hotel Industry through a Lean Service Model: A Case Study.**

قدمت هذه الورقة البحثية ضمن فعاليات المؤتمر الدولي المنعقد في سان خوسيه -كوستاريكا 2024، وجاءت لدراسة تحسين مستويات الخدمة في صناعة الفنادق من خلال نموذج الخدمة الرشيقة، وذلك عبر التركيز على تحسين الكفاءة وتقليل الهدر في العمليات التشغيلية، ورفع مستوى الرضا لدى الزبائن، مع المحافظة على أعلى المستويات من جودة الخدمات المقدمة، اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب دراسة الحالة في أحد الفنادق من خلال القيام بتحليل الوضع القائم لعمليات الخدمات الفندقية وتحديد مصادر الهدر(مثل التكرار ، عدم الكفاءة)، تطبيق أدوات الإدارة الرشيقة في الخدمات (مثل تدفق العمليات، توحيد الإجراءات)، ومن النتائج

المتوصل إليها إثبات فعالية نموذج الخدمة الرشيقة كأداة إدارية قابلة للتطبيق في قطاع الخدمات السياحية، تحقيق رضا الزبائن نتيجة تحسين جودة وسرعة الخدمة؛

- دراسة أسماء بنت حسن حامد الولدي، أريج بنت عبد الرحمان الشامسي، **أثر الإدارة الرشيقة على جودة الحياة الوظيفية دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين بجامعة الملك عبد العزيز"**، مقال ضمن المجلة العربية للنشر العلمي ، المجلد 7، العدد 72، أكتوبر 2024، ركزت هذه الدراسة على: تنظيم موقع العمل، التحسين المستمر، الموظفون أصحاب الوظائف المتعددة، وتأثيرهم على جودة الحياة الوظيفية داخل الحرم الجامعي لجامعة الملك عبد العزيز بالسعودية، وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، وشملت العينة المدروسة 243 من موظفي الجامعة، ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها وجود أثر جزئي لتطبيق منهج الإدارة الرشيقة بمستوى تطبيق 72.6%، وارتفاع مستوى جودة الحياة الوظيفية بنسبة (70.8%)، دمج بعض الاجراءات الروتينية في العمل، العمل على تقليل الهدر والاستثمار الأمثل للموارد وجعلها ضمن الثقافة التنظيمية للجامعة.

❖ ما يميز هذه الورقة البحثية عن الدراسات السابقة هو محاولى دمج الإدارة الرشيقة بالتحول الرقمي في القطاع السياحي، وذلك بالتركيز على الخدمات السياحية الإلكترونية بدلا من الخدمات السياحية التقليدية، مع محاولة الإسقاط الجانب النظري على مجموعة وكالات سياحية لولاية البليدة .

2. التعريف بالمصطلحات الإجرائية للدراسة:

1.2 مفهوم الإدارة الرشيقة :

تم وضع أسس الإدارة الرشيقة في أوائل خمسينيات القرن العشرين، على يد **Ohno Taiichi** وشهد هذا النهج أنذاك تطويرا على مدى عدة سنوات من قبل شركة **Toyota** اليابانية، وفي سنوات التسعينيات من القرن العشرين شهد أسلوب الإدارة الرشيقة اهتماما بارزا من قبل الباحثين خصوصا بعد صدور كتاب الآلة التي غيرت العالم عام **1991**. وتشير الإدارة الرشيقة إلى " مفهوم متعدد الأبعاد يتطلب من المؤسسة العمل على عدة مستويات في وقت واحد، ويشمل ذلك الوصول إلى تحقيق التنفيذ الفعال للعناصر الاستراتيجية للإدارة الرشيقة، وتطبيق ممارساتها لدعم العمليات التشغيلية، بالإضافة إلى تحقيق التحسينات بصورة مستدامة وعلى المدى الطويل لضمان استمرارية الكفاءة في الأداء والإبتكار" (*علي رحال، فيفري 2025، صفحة 45*).

وكما تم تعريفها بأنها" منهجية إدارية تعمل على التخلص من الأنشطة غير المضيفة للقيمة، وتحسين العمليات وتقديم قيمة مضافة، وهي تهدف إلى تحقيق رضا الزبائن، ويتم ذلك من خلال تعزيز القدرات التنظيمية والقضاء على الهدر في العمليات" . (Tattyanantarul, W & Chindaprasert, K, 11 june 2024, p. 280) . وعرفت أيضا بـــ " المنهج الذي يقوم على ضمن بيئة عمل محسنة، وتجنب التأخير في العمليات التشغيلية من خلال تنظيم عناصر الخدمة، لأجل تحقيق كفاءة أعلى وتحسين الأداء" . *(Ana Ampuero.R & Juan Quiroz.F, 17- 19 July 2024, p. 01)*

وللإدارة الرشيقة أهمية كبيرة حيث أنها تعمل على: *(صفاء علام . محمد أبو طالب، مارس 2025، صفحة 55)*

- توفير أحسن خدمة للزبون، فمن بين أهم مبادئ الإدارة الرشيقة هو تحديد القيمة حسبما يحددها الزبون ويجب تزويد الزبائن بكل ما يحتاجونه متى وأينما أرادو ذلك؛
- تقليص الهدر، حيث أن داخل كل أداء يوجد فاقد يتسبب في الخسارة ولا يمثل قيمة، والاستراتيجيات الرشيقة ترتكز على تحسين سرعة العمليات والجودة من خلال تقليص الهدر الناتج عن العمليات؛
- تحسين الجودة وتقليص التكاليف الإضافية في النقل أو زيادة في تكلفة المنتجات، مما يؤدي إلى تحسين جودة العمل، وبالتالي يتم التخلص من العيوب بسرعة ؛
- تعمل على الحد من الحاجة للقوى العاملة والتركيز على تنفيذ ما هو أكثر بأفراد أقل .

2.2 أبعاد الإدارة الرشيقة

هي مجموعة الممارسات العملية والتنظيمية التي تجسد تطبيق منهج الإدارة الرشيقة داخل المؤسسات والتي من أهمها: *(أسماء بنت حسن حامد الولدي. أريج بنت عبد الرحمان الشامسي، أكتوبر 2024،، صفحة 462)*

- **تنظيم موقع العمل:** بهدف الحفاظ على الأشياء منظمة ونظيفة، خلال التخلص من الفوضى، تنظيف مكان العمل التنظيم والترتيب المنهجي، الصيانة، الالتزام والانضباط الذاتي، وذلك بهدف تحسين ظروف العمل، وضمان السلامة المهنية في العمل، وتقليل وتجنب الهدر، أما عندما تقدم الأعمال إلكترونيا فيصبح التنظيم متعلقا بإدارة المعلومات، والملفات وتسهيل الوصول إليها، وتحسين وضمان تدفق العمل والتواصل، مع ضمان أمن المعلومات ؛

- **التحسين المستمر :** انطلاقا من إجراء تحسينات تدريجية صغيرة وبسيطة ومستمرة على الخدمات والعمليات في جميع المستويات، لتقليل التكاليف والهدر في الموارد وزيادة الإنتاجية مع التركيز على الإتقان الكامل؛
- **العمل القياسي:** أي توحيد الإجراءات في مكان العمل، حيث يتم الإجابة على التساؤلات التالية: ماذا ؟ أين؟ متى؟ من؟ وكيف؟ لإتمام المهام وضمان الوصول لأفضل نتيجة، وقياس التقدم في المستقبل؛
- **العمال المتعددو الوظائف:** يشير إلى العمال المتخصصون وأصحاب المهارات المتعددة والمتدربون جيدا، والذين يمكلون القدرة على حل المشكلات، وهذا ما يؤدي إلى التحسين المستمر، والاهتمام بتحسين البيئة في العمل.

3. الخدمات السياحية :

1.3الخدمة السياحية وجودتها :

الخدمة السياحية هي الأعمال التي توفر وتؤمن للسائح التسهيلات والراحة اللازمة عند طلب البضائع والخدمات السياحية خلال سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية، *(صبري عبد السميع، 2013، صفحة 91)*

أما جودة الخدمات السياحية وفق منظمة السياحة العالمية (UNWTO) فهي " تتضمن تلبية جميع الإحتياجات والمتطلبات المتوقعة والمطلوبة من السائح بالسعر المقبول، ووفقا للشروط التعاقدية المتفق عليها مثل: النظافة سهولة الوصول، مدة العمليات، السلامة،...إلخ"؛ *(TROFIMOV Victoria . LIVITCHI Oxana, 2025, p. 154)* ، كما تم تعريفها بأنها " جودة الخدمة التي يستفيد منها السائح، سواء الجودة المتوقعة أو الجودة المدركة من طرف الزبائن، وبالتالي فهي المحدد الأساسي لرضا السائح أو عدم رضاه، لذا تحرص المؤسسات السياحية على تعزيز النوعية في نشاطها حفاظا على زبائنها الحاليين، وسعيا منها لكسب زبائن جدد بفضل فارق الجودة مع المؤسسات السياحية المنافسة" . *(بريكي خالد، طالم صالح، 2024، صفحة 43)*

2.3 أبعاد جودة الخدمة السياحية :

وتتمثل أهم أبعاد الخدمة السياحية في : *(مساوي مباركة، قارة ابتسام، 2020، صفحة 167)*

- **المهـارة(compétence):** بامتلاك المؤسسة للمعرفة ووسائل تطبيقها، و كل الطاقات اللازمة لتقديم الخدمة ؛
- **الموثوقية/ الإلتزام (Fiabilité):** بأن يكون أداء الخدمة بشكل منتظم، وبمستوى ثابت في كل وقت وفي أي مكان، أي أن المؤسسة تعمل على الالتزام بوعودها التي قدمتها لزبائنها ؛

- **الإستجابة (Reactivite)**: وتكون بشكل سريع، في أي وقت وفي أي مكان الطلبات الزبائن؛
- **ايصال الخدمة (Accessibilite)**: وهو يتعلق بالجانبين المادي و النفسي، وسهولة الوصول إلى مقدم الخدمة، وكذلك الاتصال السهل و المريح معه؛
- **التفهم (Comprehension)**: محاولة فهم الحاجات الخاصة بالزبون والتأقلم ما أمكن معها ؛
- **الإتصال (Communication)**: أن تحرص المؤسسة على إعلام زبائنها بما يحتويه عرض خدماتها، وذلك بلغة سهلة الفهم وملائمة لكل فئة من زبائنها؛
- **المصداقية (Credibilite)**: وتعكس سمعة المؤسسة من خلال ضمان جانب الجدية والنزاهة؛
- **الأمـــان (Securite)**: أن يكون الزبون بعيدا عن مختلف المخاطر (مادية، مالية، معنوية)؛
- **اللبـــاقة (Courtoisie)**: أي لباقة مقدمي الخدمة والاعتبار الذي يولونه للزبائن؛
- **الجانب الملموس(Tangibilite)** : تتميز الخدمة أنها غير ملموسة، وهذا الجانب يؤثر كثيرا في القدرة على إقناع الزبون بها، لذلك تلجأ المؤسسة الإضافة ما هو ملموس لأنه يعتبر أكثر أمانا بالنسبة للزبون.

3.3 التسويق السياحي الإلكتروني :

التسويق السياحي الإلكتروني مصطلح يطلق على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسويق الخدمات السياحية، وذلك عند الربط الفاعل بين البائعون قطاع السياحة والزبائن (السياح)، ويستخدم التسويق السياحي الإلكتروني العديد من التقنيات مثل تبادل المعلومات الإلكتروني Electronic Data interchange ، وتحويل الأموال إلكترونيا والبريد الالكتروني، الرسائل النصية القصيرة ... الخ، كما يشمل كافة العمليات السياحية المعروفة من عروض البرامج السياحية، وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الإنترنت، وخدمات ما بعد الحصول على المنتج. *(بلعي حمزة، بن جلول خالد، فلقول عبد القادر، 2019، صفحة 19)*

يتميز التسويق السياحي الإلكتروني بمجموعة من الخصائص: *(موفق عدنان عبد الجبار الحميري، رامي فلاح الطويل، 2016، صفحة 272)*

- الخصوصية: حيث يمكن للمستفيدين من الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت، بحيث لا تستطيع المؤسسة السياحية (صاحب الموقع) أن تعرف من قرأ رسالتها الالكترونية إلا إذا إتصل المستفيد بها، كما لا يمكنها مرافقة المستفيدين؛
- استخدام عنصر الإثارة لجذل انتباه المستخدم للرسائل اللاكترونية؛

- لا توجد قيود عدا التكلفة على كمية المعلومات التي يمكن عرضها على المستفيذين، فالعرض يستمر 24 في اليوم لأن شبكة العالمية للواب لا تتوقف؛
- يقدم التسويق الإلكتروني خدمة واسعة إلى عدد كبير من المستفيدين على نطاق لم يسبق له مثيل؛
- إنها وسيلة لتجنب التسويق غير الصادق حيث بإستطاعة الفرد الإخبار عن عدم صدق المؤسسة المعلنة ونشر حالات الخداع التي تعرض لها؛
- يمكن أن تكون الاتصالات الإلكترونية تفاعلية وتبادلية بين طرفين بسبب هذا الإتصال ثنائي الإتجاه تزداد احتمالات بناء علاقات قوية بالمستفيدين من جميع انحاء العالم، حيث يمكن للمؤسسة في غضون دقائق من البث أن تتسلم جوابا بطلب عدم الإرسال ثانية أو جوابا شاكيا يقترح تحسينات معينة أو جوابا يعبر عن رغبة في الشراء.

4.3 مبادئ تطبيق الإدارة الرشيقة في سياق السياحة:

عند تطبيق مبادئ الإدارة الرشيقة في سياق السياحة يتم إتباع الخطوات التالية: (Tattyanantarul, W & Chindaprasert, K, 11 june 2024, p. 280)

- **تحديد القيمة**: أي قيمة المنتجات والخدمات السياحية من منظور السائح المتلقي للخدمة؛
- **رسم خريطة تدفق القيمة**: لأجل توضيح إجراءات العمل بأكملها والمتعلقة بتقديم المنتجات والخدمات السياحية للسياح؛
- **تقديم القيمة بشكل مستمر:** من خلال التركيز على إجراء العمليات التي تمكن من تقديم القيمة بشكل مستمر في المنتجات والخدمات السياحية دون انقطاع لأجل ارضاء الزبون؛
- **نظام السحب:** وذلك لتلبية احتياجات السياح بشكل سريع وفعال وتوفير المتطلبات من حيث الكمية والتوقيت؛
- **الإتقان:** أي إدارة العمليات السياحية بفعالية لتلبية متطلبات القيمة والرضا المتوقعة مع الحفاظ على الكفاءة والقضاء على الهدر.

4. الإدارة الرشيقة على مستوى الوكالات السياحية بولاية البليدة وتأثيرها على جودة خدماتها السياحية إلكترونيا:

1.4 الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية :

من خلال الجانب التطبيقي للدراسة فقد تم اختيار 08 وكالات سياحية (وهي الجهة المسؤولة عن تنظيم الرحلات والعطل للناس عن طريق عمل تدابير استعدادهم للسفر، وهي تضم قسم

السياحة الخارجية، قسم السياحة الداخلية، قسم جحز تذاكر الطيران، العلاقات العامة، السياحة الدينية) موزعين على بلدية البليدة، تم اختيار عينة ميسرة للدراسة، حيث تم توزيع 45 استبيان على جميع العاملين في كل وكالة تم التوجه إليها، وتم استرجاع 31 منها صالح للتحليل. وقد تضمن الاستبيان محورين رئيسيين بحيث كان المحور الأول حول الإدارة الرشيقة بأبعادها والتي تمثلت في: تنظيم موقع العمل، التحسين المستمر، العمل القياسي، العمال المتعددو الوظائف، وذلك من خلال 17 سؤال، أما المحور الثاني حول جودة الخدمات السياحية إلكترونيا، وقد شمل 11 سؤال. بالإضافة إلى المحور المتعلق بالمعلومات الشخصية.

2.4 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة لوصف وتحليل البيانات :

لأجل تحليل ما قدمه أفراد العينة الذين تم استقصاؤهم من إجابات، تم تنظيم المعلومات وعرضها في جداول واتباع الأساليب الإحصائية التي تتناسب وفرضيات الدراسة ومتغيراتها كما يلي:

- **المتوسط الحسابي :** يستخرج من خلال قسمة مجموع القيم المختلفة على عددها؛
- **الإنحراف المعياري :** وهو يُظهر مدى تشتت البيانات عن وسطها الحسابي، وكلما كان الإنحراف المعياري صغيرا كانت النتائج أكثر مصداقية وجودة وأقل تشتتا ؛
- **معامل الثبات ألفا كورنباخ : (Cronbach's Alpha)** يستعمل لقياس مدى ثبات أداة القياس من ناحية الإتساق الداخلي لعبارات الأداة؛
- **إختبار T للعينة الواحدة (One simpel test)** : يستخدم هذا الاختبار لفحص ما إذا كان متوسط متغير ما لعينة واحدة يساوي قيمة ثابتة، ويتم رفض أو قبول الفرضية كما يلي: إذا كانت قيمة معنوية (Sig) أكبر من قيمة المعنوية المرغوبة بها للإختبار (0.05) فإننا نقبل الفرضية الصفريةHo ، إذا كانت قيمة معنوية (Sig) أقل من قيمة المعنوية المرغوبة بها للإختبار (0.05) فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلةH1 ؛
- **تحليل التباين للانحدار:** هدفه التحقق من مدى صلاحية وملاءمة بيانات النموذج الإحصائي؛
- **تحليل التباين الأحادي**: وهو يكشف عن الفروقات في اتجاهات المبحوثين نحو متغيرات الدراسة وفق المعلومات العامة للوكالة السياحية؛
- **الإنحدار الخطي البسيط**: يهدف إلى قياس وتحليل تأثير المتغير المستقل على المتغيرات التابعة
- **معامل الإرتباط بيرسون**: يكشف عن قوة العلاقة بين متغيرين أو أكثر، ويتراوح قيمة معامل الإرتباط بين [+ 1 - 1]؛

- **إختبار كولموجروف سميرنوف :(Kolmogorov- Smirnov)** : يتم استخدام هذا الإختبار لأجل معرفة طبيعة توزيع البيانات المتاحة هل تتبع هذه البيانات توزيعا محددا أم لا؛

3.4 تشخيص واقع الإدارة الرشيقة في الوكلات السياحية :

جاءت الأسئلة الاستبيان في شكل مغلق، حيث أن لكل سؤال من الأسئلة خمسة إجابات بديلة وفقا لدرجة معيارية ، وذلك تطبيقا لمقياس **ليكرت الخماسي(Likert Scale) ،** والذي يتكون من خمسة درجات تتراوح بين: موافق تماما ، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق تماما، حيث تم ترجيح تلك الدراجات بأوزان ترجيحية متدرجة من أكبر المستويات إلى الأصغر والتي تقيس آراء وإتجاهات كل فرد من العينة. *(محفوظ جودة، 2008، صفحة 23)* .

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
01	02	03	04	05

ولتحديد الحدود العليا والدنيا (طول الخلايا) لمقياس ليكرت الخماسي تم حساب المدى (5-1 4)، ثم بعد ذلك نقوم بتقسيمه (المدى) على عدد الخلايا والتي عددها خمسة (4 + 5 = 0 8)، ومن ثم إضافة هذه القيمة المتحصل عليها (0.8) إلى أقل قيمة في المقياس وهي الواحد صحيح وذلك لأجل لتحديد الحد الأعلى للخلية،

الجدول رقم (01): دلالات الإجابات عن الأسئلة

الاجابة عن الأسئلة	مجال المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
غير موافق تماما	[1.8 , 01]	[36% , 20%]
غير موافق	[2.6 , 1.8]	[52% , 36%]
محايد	[3.4 , 2.6]	[68% , 52%]
موافق	[4.2 3.4,]	[84% , 68%]
موافق تماما	[5 , 4.2]	[100% , 84%]

المصدر : *(عزحسن عبد الفتاح، 2008، صفحة 540)*

يمكننا أن نتعرف على المجالات التي ستنتمي إليها المتوسطات، وكذلك التعرف على درجة الموافقة من طرف أفراد العينة على العبارة الواردة في الاستبيان .

4.4 اختبار صدق وثبات الإستبيان

من العمليات المهمة قبل تطبيق الإستبيان على الفئة المستهدفة هي عملية ضبطه، لأنها تحقق لنا أداة قياس يمكن الإعتماد عليها في جمع البيانات ومن ثم تعميم النتائج، لذلك تم القيام بقياس ثبات صدق الإستبيان من خلال معامل **ألفا كرونباخ** والذي يجب أن تكون قيمته أكبر من 60% .

الجدول رقم (02): نتائج إختبار صدق وثبات الإستبيان

الرقم	المحاور والأبعاد	معامل الثبات Cronbach s Alpha	معامل الإرتباط برسون
01	تنظيم موقع العمل	0.726	0.733**
02	التحسين المستمر	0.753	0.834**
03	العمل القياسي	0.621	0.642**
04	العمال المتعددو الوظائف	0.697	0.721**
05	محور الإدارة الرشيقة	0.781	0.766**
06	محور الخدمات السياحية الإلكترونية	0.806	0.909**
عبارات الإستبيان		0.826	/

المصدر: من إعداد الباحثة إعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول رقم (02) فان معامل الإختبار **ألفا كرونباخ** الذي تم حسابه لقياس ثبات الإستبيان، كانت النسب المتوصل إليها تفوق 60 %، بحيث كانت أقل نسبة 62% وأكبر نسبة 82%، وهذا يدل على ثبات أداة الدراسة، أما معامل بيرسون فقد جاءت جميع القيم أكبر من القيمة الجدولية وهذا ما يدل على صدق الإستبيان المستخدم بالدراسة.

5.4 تحليل وتفسير إجابات أفراد العين نحو متغيرات الدراسة :

أ. تحليل اتجاهات إجابات أفراد العينة محل الدراسة نحو أبعاد محور الإدارة الرشيقة:

بالاعتماد على الجدول الموالي الذي يضم الأوساط الحسابية، الإنحراف المعياري، قيمة T، عن جميع العبارات بالإعتماد على برنامج **spss**، وذلك بهدف عرض وتحليل البيانات التي تضمنها الإستبيان.

الجدول رقم (03): المقاييس الوصفية لإجابات أفراد العينة حول أبعاد الإدارة الرشيقة

	العبارة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة t	(sig)
01	تنظيم موقع العمل	3.39	0.422	27.828	0.000
02	التحسين المستمر	3.69	0.524	52.565	0.000
03	العمل القياسي	4.18	0.508	56.890	0.000
04	العمال المتعددو الوظائف	3.09	1.117	21.086	0.000
محور الإدارة الرشيقة		**3.49**	**0.834**	**37.415**	**0.000**

المتوسط دال احصائيا عند مستوى $\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الباحثة إعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

- من خلال الجدول رقم (03) فإن بعد تنظيم موقع العمل قد حقق متوسط حسابي 3.39 وانحراف معياري 0.422، وبما أن قيمة t قد بلغت (27.808) وهي قيمة موجبة، والقيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.000) وهي أصغر من مستوى الدلالة (0.05) ، وبذلك يعتبر هذا المتوسط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.05) ، أي أن هذا البعد في الوكالات محل

الدراسة في المستوى المتوسط الذي يعكس البيئة المرتبة والمنسقة للعمل بالطريقة التي تسهل الوصول للمعلومات والتي تحسن انسيابية العمليات التشغيلية، وهذا ما قد يسرع من تقديم الخدمة للزبائن ويحسين صورة المؤسسة واحترافيتهـــــا لديهم؛

- بلغ متوسط بعد التحسين المستمر 3.69 ، وانحرافه المعياري 0.524 ، والذي يدل على أن اهتمام الوكالات محل الدراسة بهذا البعد يقترب من المستوى المطلوب، مما قد يقلل من تطور أداءها ويحجب عنها التعرف على نقاط ضعفها، ومن ثم عدم التمكن من معالجتها ، كما أنه يؤثر سلبا على قدرتها في التكيف مع التغيرات في بيئتها التنافسية ، هذا كله قد يخلق لدى الزبون إحساس بعدم اهتمام المؤسسة بتجربته السياحية؛
- سجيل بعد العمل القياسي على متوسط حسابي 4.18، وانحراف معياري 0.538 ، وهذا يشير إلى الإهتمام الواضح لتوحيد إجراءات العمل وفق مقاييس محددة ووفق معايير محددة، مما يساعد على تجنب والتقليل من التباين في أداء العمال ، كما أنه يحسين الرقابة وتقييم الأداء ويسهل تحديد الفئة المستهدفة للتدريب، أما بالنسبة للزبائن فإنهم يضمن لهم الثبات في مستوى الجودة المقدمة مما يعزز ثقتهم في المؤسسة؛
- سجل بعد العاملون المتعددو الوظائف متوسط حسابي بـ 3.69، وانحراف معياري 1.117، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة أفراد العينة لبعد العاملون المتعددو الوظائف يزيد عن درجة الحياد، مما يشير إلى زيادة الإجابات عن درجة الحياد، وهذا يفسر اهتمام المؤسسات بهذا البعد الذي يمكن العاملين لديهم من أداء أكثر من مهمة داخل المؤسسة، كما أنه يعد عنصرا أساسيا في تحقيق المرونة التشغيلية والاستجابة السريعة للظروف المتغيرة، ومن ثم تحسين استغلال الموارد البشرية، كما أنه يضمن استمرارية العمل، مع تقليل زمن الإنتظار وسرعة الاستجابة لطلبات الزبائن .

ب. تحليل إتجاهات إجابات أفراد العينة محل الدراسة نحو محور جودة الخدمات السياحية الإلكترونية

الجدول الموالي الذي مقاييس الوسط الحسابي، الإنحراف المعياري، قيمة T، لجميع العبارات المتعلقة بمحور جودة الخدمات السياحية الإلكترونية ،

الجدول رقم (04): المقاييس الوصفية لإجابات أفراد العينة حول جودة الخدمات السياحية الإلكترونية

العبارة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة t	(sig)

01	التطبيق السياحي أو الموقع الإلكتروني للمؤسسة سهل الإستخدام	3.28	1.012	23.069	0.000
02	المعلومات السياحية المتوفرة على مؤقع المؤسسة دقيقة وواضحة	3.27	0.708	20.136	0.000
03	الخدمات الإلكترونية المقدمة من المؤسسة تناسب مختلف فئات السياح	4.06	0.586	17.304	0.000
04	الخدمة الإلكترونية متاحة في جميع الأوقات دون إنقطاع	3.35	0.874	19.080	0.000
05	المؤسسة توفر ارشادات واضحة عن استخدام خدماتها الكترونيا	4.23	0.612	17.709	0.000
06	انجاز الحجز والرد على الاستفسارات من خلال الموقع يتم في وقت قصير	3.84	0.622	22.023	0.000
07	المؤسسة تلتزم بالمحافظة على سرية البيانات الشخصية	3.42	0.783	20.252	0.000
08	أشعر بالثقة عند استخدام الخدمات السياحية الإلكترونية	3.14	0.785	18.37	0.000
09	الخدمات السياحية الإلكترونية تقلل من الوقت المستغرق	4.64	0.471	16.822	0.000
10	أثناء استخدام الخدمة نادرا ما أواجه أخطاء تقنية	4.21	0.645	17.340	0.000
11	أشعر بالرضا العام عن الخدمات السياحية الإلكترونية مقارنة بالخدمات التقليدية	3.06	1.153	20.566	0.000
محور جودة الخدمات السياحية الإلكترونية		**3.809**	**0.784**	**20.254**	**0.000**

المتوسط دال احصائيا عند مستوى $\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الباحثة إعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

خلال الجدول فقد بلغ المتوسط الإجمالي لمجموع عبارات محور جودة الخدمات السياحية 3.809، وانحراف معياري 0.784، وعليه يمكن القول أن الإجابات تزيد عن درجة الحياد لجودة هذه الخدمات والتي يعكسها سهولة الإستخدام المواقع أو المنصات، وكذلك توجهها إلى عدة فئات سياحية ، بالإضافة إلى متوسط الإستجابة على الطلبات والإستفسارات، وهذا ما ينعكس على رضا الزبون .

5 . اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة:

سوف ننطلق من بعض الشروط التي يجب توفرها قبل تحليل الإنحدار لإختبار الفرضية الرئيسة وفرضياتها الفرعية، وذلك من أجل ملاءمة البيانات لإفتراض تحليل الإنحدار وذلك كما يلي:

❖ **إختبار التوزيع الطبيعي للبيانات :** تم اعتماد اختبار كولموجروف سمرنوف ، تمهيدا لإستخدام أسلوب تحليل الإنحدار ، والنتائج جاءت كما يلي:

الجدول رقم (05): اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات متغيرات الدراسة K-S

الأبعاد	قيمة Kolmogorov – Smirnovz (K -S)	Sig
تنظيم موقع العمل	0.49	1.016
التحسين المستمر	0.62	1.130

العمل القياسي	0.23	0.956
العمال متعددو الوظائف	0.54	1.087
الإدارة الرشيقة	0.906	1.094
جودة الخدمات السياحية الالكترونية	0.911	1.023

المصدر: من إعداد الباحثة إعتمادا على مخرجات برنامج àSPSS

الجدول يقوم على اختبار الفرضيتين التاليتين :

H0: البيانات تتبع التوزيع الطبيعي؛ H1: لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي

من الجدول أعلاه فان قيمة sig لكل الأبعاد أكبر 0.025، وهذا ما يشير إلى قبول الفرضية الصفرية **H0: البيانات تتبع التوزيع الطبيعي؛**

بعد التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي سوف نقوم باختبار الفرضية الرئيسة من خلال تحليل الإنحدار البسيط كما يبين الجدول الموالي:

الجدول رقم (06) : نتائج تحليل الإنحدار البسيط

البعد	Beta	معامل الإرتباط R	معامل التحديد R^2	F	Sig
تنظيم موقع العمل	0.413	0.647	0.618	20.892	0.01
التحسين المستمر	1.976	0.417	0.706	2.743	0.00
العمل القياسي	2.195	0.499	0.549	9.598	0.04
العمال متعددو الوظائف	1.098	0.569	0.624	13.904	0.01

$\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الباحثة إعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ وجود علاقة ارتباط طردية بين الإدارة الرشيقة التي تم تحديد أبعادها الأربعة (تنظيم موقع العمل، التحسين المستمر، العمل القياسي، العمال المتعددو الوظائف) وجودة الخدمات السياحية إلكترونيا ، بحيث جاءت معاملات الإرتباط للأبعاد الأربعة أكثر من 0.4 كما جاءت معاملات التحديد أكبر من 0.54، أي أن أكثر من 54% من الاختلاف في مستوى جودة الخدمات السياحية إلكترونيا يمكن تفسيره من خلال أبعاد الإدارة الرشيقة، وبما أن مستوى الدلالة sig للأبعاد أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$، فإن خط الإنحدار يلائم البيانات مما يجعلنا نقبل نقبل الفرضية البديلة : **وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للإدارة الرشيقة على جودة الخدمات السياحية إلكترونيا**

6. خاتمة:

من خلال هذه الورقة البحثية تم توضيح مفهوم إداري حديث وهو الإدارة الرشيقة، التي تعد أحد النماذج الإدارية التي تستند على تعزيز القدرات التنظيمية، لأجل تحسين العمليات

والتخلص من الأنشطة التي لا تحقق قيمة مضافة، وكيف يمكن أن يؤثر هذا المنهج على جودة الخدمات السياحية المقدمة إلكترونيا، والتي سمحت للعديد من السياح الحالين والمرتقبين الوصول إلى المعلومات التي يحتاجونها والأماكن التي يرغبون زيارتها عبر مختلف أنحاء العالم، والتعرف على الخرائط والصور وأسعار الخدمة والكثير من الخدمات المباشرة. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تركز الإدارة الرشيقة على تحسين العمليات الداخلية وتقليص الأنشطة غير الضرورية وخلق القيمة للزبون، وهذا من شأنه أن يسهم في رفع جودة الخدمات المقدمة وتعزيز القدرة التنافسية وتحقيق رضا السائح على المدى الطويل؛
- إعتماد الادارة الرشيقة على التحسين المستمر يجعل المؤسسة قادرة على الكشف المبكر للأخطاء، كما يسمح لها بالتكيف السريع مع التطورات والتغيرات الخدمات بشكل مستمر وقفا لاحتياجات الزبون، وبالتالي إمكلاك القدرة على التعديل السريع في العروض والتفاعل مع ملاحظات الزبائن، مما يساهم في تقديم تجربة مخصصة وأكثر مرونة لهم ويعزز ولاءهم ويزيد من جودة الخدمة ؛
- المؤسسات محل الدراسة لم يكن لديها رؤية واضحة المعالم للتسويق لخدماتها، بل كان تركيزفيها على مجارات متغيرات البيئة المحيطة دون التركيزعلى خلق ميزة تنافسية تحقق لهم الأسبقية وتسهم في زيادة مبيعاتها وأرباحها ، وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج الوطني والمحلي ؛

الإقتراحات :

- على المؤسسات أن تعمل على التقييم الدوري لجودة خدماتها الإلكترونية لأجل ترسيخ ثقافة التحسين المستمر، والتقليل الهدر بمختلف أنواعه (الإنتظار، الأخطاء في العمل، الحركة غير الضرورية،...) مما يقلل التكاليف ويزيد من الإنتاجية ويسرع ويحسن من جودة الخدمة ويجلب السياح؛
- التسويق الإلكتروني يوفر للمؤسسة السياحية فرصة التعامل مع السوق العالمي وسهولة الخدمة عرض المنتج السياحي فيه والخروج عن الحدود المحلية، لذلك فالمؤسسات بحاجة إلى إعادة تنظيم هياكلها ودمج الأنشطة الإتصالية التسويقية باستراتيجياتها مع تحديث إجراءات العمل بها بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتجددة ؛

- العمل على تدريب العمال وتكوينهم حتى يكونو متعددي المهارات وقادرين على التعامل مع مختلف أنظمة الإلكترونية؛
- تطوير وسائل الدفع الإلكتروني لتسهيل اتمام وانجاز العمليات للزبائن؛
- العمل على التعاون بين الوكالات السياحية فيما بينها، وكذلك مع المؤسسات الحكومية، وذلك لأجل خلق بيئة صحية ملائمة لتنفيذ المواقع الالكترونية تتوفر على قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد والخدمات السياحية .

7. قائمة المراجع باللغة العربية :

- أسماء بنت حسن حامد الولدي. أريج بنت عبد الرحمان الشامسي. (أكتوبر 2024،). أثر الإدارة الرشيقة على جودة الحياة الوظيفية دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين بجامعة الملك عبد العزيز. *المجلة العربية للنشر العلمي، 7*(72)،
- بريكي خالد، طالم صالح. (2024). أثر تفعيل المواقع الالكترونية في جودة الخدمات السياحية – دراسة ميدانية على زبائن الوكالات السياحية بولاية الجلفة. *مجلة أفاق للبحوث والدراسات، 7*(1)،
- بلعي حمزة، بن جلول خالد، فلقول عبد القادر. (2019). دور التسويق السياحي الإلكتروني في ترقية الخدمات السياحية دراسة بعض الوكالات السياحية الناشطة بولاية الشرق الجزائري. *مجلة دراسات تسويقية وإدارة الأعمال، 3*(2).
- صبري عبد السميع. (2013). *التسويق السياحي والفندقي : مدخال صناعة السياحة والضيافة* (الإصدار 1). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- صفاء علام . محمد أبو طالب. (مارس 2025). نماذج عالمية في تطبيق الإدارة الرشيقة في مدارس التعليم الثانوي بمصر. *مجلة البحث العلمي في التربية*(21)، 55.
- عز حسن عبد الفتاح. (2008). *مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS* (الإصدار 1). المملكة العربية السعودية: دار خوارزم العلمية.
- علي رحال. (فيفري 2025). الإدارة الرشيقة في المؤسسات بين المفهوم والمتطلبات وصولا للعوامل المثبط. *مجلة الدراسات البيئية والتنمية المستدامة، 4*(1)، 45.

- محفوظ جودة. (2008). *التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS* (الإصدار 1). الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- مساوي مباركة، قارة ابتسام. (2020). دراسة تأثير أبعاد جودة الخدمة السياحية على ترقية الوكالات السياحية (دراسة حالة الوكالات السياحية بوهران). *مجلة أبحاث اقتصادية وادارية، 14*(03).
- موفق عدنان عبد الجبار الحميري، رامي فلاح الطويل. (2016). *التسويق السياحي لخدمات الفنادق والسياحة توجه حديث متكامل* (الإصدار 1). الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

المراجع باللغة الأجنبية

- Ana Ampuero.R & Juan Quiroz.F. (17- 19 July 2024). Improving Service Levels in the Hotel Industry through a Lean Service Model: A Case Study. *22nd LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: Sustainable Engineering for a Diverse* . San Jose COSTA RICA.
- Tattyanantarul, W & Chindaprasert, K. (11 june 2024). Integrating Lean Management Into Community-Based Tourism: Enhancing Efficiency In Tourism Supply Chains Through Value Stream Mapping Concept. *Humantles, Arts and Social Sciences, 24*(2).
- TROFIMOV Victoria . LIVITCHI Oxana. (2025). The Quality Of Tourism Services: A Key To Ensuring Sustainable Development. *Annals Of The „Constantin Brâncuşi" University Of Târgu Jiu, Economy Series*(1).

8. ملاحق:

الإستبـيـــان

سيدي، سيدتي : لقد جاءت هذه الدراسة في إطار اعداد مقال علمي، تحت عنوان " دور الادارة الرشيقة في تحسين جودة الخدمات السياحية إلكترونيا – دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بولاية البليدة" لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالمساعدة في إتمام هذه الورقة البحثية عن طريق الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة المرفقة، مؤكدين لكم بأن جميع المعلومات التي يتم الحصول عليها ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

يتم وضع علامة (X) في الخانة التي تعبر عن مدى موافقتكم عليها.

❖ **البيانات الشخصية:**

- **الفئة العمرية:** 28 -18سنة .....، 39 - 29سنة.....، 40- 50سنة.....، أكثر من 50 سنة.....
- **المستوى التعليمي : تقني.....، جامعي.....، دراسات العليا،،،،**
- **الخبرة المهنية : 5 10 - سنوات .....، 11 15 - سنة.....، 16 20 - سنة..... أكثر من 20 سنة.....ز**

❖ **محاور الاستبيان**

العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
تنظيم موقع العمل					
تنظم المؤسسة السياحية عملياتها الإلكترونية بشكل واضح					
الوصول إلى الخدمات السياحية الالكترونية بسيط وسهل ودون تعقيد					
تنظيم العمل يساعد على تقديم الخدمات السياحية الالكترونية يشكل سريع					
الوكالة تحرص على تقليل التداخل والفوضى في الإجراءات الالكترونية					
التحسين المستمر					
تعمل المؤسسة باستمرار على تحسين خدماتها الإلكترونية وتجربة المستخدم السياحي					
بصفة دورية يتم تحديث الموقع أو التطبيق السياحي للمؤسسة					
تعالج المؤسسة الملاحظات التي يقدمها الزبائن لتحسين الخدمة الالكترونية					
العمل القياسي					
في كل مرة يتم تقديم الخدمة الإلكترونية بنفس الجودة					
المؤسسة تعتمد على اجراءات موحدة لتقديم خدماتها السياحية الالكترونية					
الاجراءات الموحدة ساهمت في تقليل الأخطاء التقنية					
وضوح الإجراءات سهل على الزبائن استخدام الخدمة الالكترونية					
العمال المتعددو الوظائف					
العاملون في المؤسسة يمكلون مهارات متعددة في التعامل مع الأنظمة الإلكترونية					
يستطيع العاملون أداء أكثر من مهمة عند تقديم الخدمة السياحية الإلكترونية					
تمتع العاملين بمهارات متعددة يساعد على حل المشكلات بسرعة					
تنوع مهارات العاملين ينعكس بالايجاب على جودة الخدمة الإلكترونية					
المؤسسة تعمل على تدريب العاملين باستمرار لإكتساب مهارات جديدة					
جودة الخدمات السياحية الالكترونية					
التطبيق السياحي او الموقع الإلكتروني للمؤسسة سهل الإستخدام					
المعلومات السياحية المتوفرة على مؤقع المؤسسة دقيقة وواضحة					

الخدمات الإلكترونية المقدمة من المؤسسة تناسب مختلف فئات السياح					
الخدمة الإلكترونية متاحة في جميع الأوقات دون إنقطاع					
المؤسسة توفر ارشادات واواضحة عن استخدام خدماتها الكترونيا					
انجاز الحجز والرد على الاستفسارات من خلال الموقع يتم في وقت قصير					
المؤسسة تلتزم بالمحافظة على سرية البيانات الشخصية					
أشعر بالثقة عند استخدام الخدمات السياحية الإلكترونية					
الخدمات السياحية الإلكترونية تقلل من الوقت المستغرق					
أثناء استخدام الخدمة نادرا ما أواجه أخطاء تقنية					
أشعر بالرضا العام عن الخدمات السياحية الإلكترونية مقارنة بالخدمات التقليدية					

نشكركم على حسن تعاونكم والمشاركة في ملء هذه الاستمارة