



جامعة المنصورة
كلية السياحة والفنادق

تقييم أداء الغرف الفرعية لشركات السياحة ووكالات السفر المصرية

مستخلص من رسالة علمية

إعداد

أ.د/ دعاء سمير محمد حزه / أ.د/ نهي إبراهيم محمد عبدالقادر
الاستاذ بقسم الدراسات السياحية بكلية / باحثة ماجستير بقسم الدراسات السياحية
السياحة والفنادق - جامعة المنصورة / كلية السياحة والفنادق - جامعة المنصورة

تقييم أداء الغرف الفرعية لشركات السياحة ووكالات السفر المصرية

تقييم أداء الغرف الفرعية لشركات السياحة ووكالات السفر المصرية إعداد

أ. نهى إبراهيم محمد عبدالقادر^١ / د. دعاء سمير محمد حزه^٢

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم أداء الغرف الفرعية لشركات السياحة ووكالات السفر المصرية في مصر. واعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي من خلال استعراض الدراسات النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة، وكذلك إجراء الدراسة الميدانية من خلال الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية، حيث تم توزيع ٢٥٠ استمارة استقصاء، تم التوزيع بطريقتين منها اليدوي ومنها ما وزع إلكترونياً علي العاملين في شركات السياحة، كان منها ٢٢٤ اجابة صالحة للتحليل الاحصائي بنسبة (٨٩.٦%) باستخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS الاصدار ٢٥ ، وذلك بغرض التعرف على توجهاتهم وآرائهم نحو محاور الدراسة. توصلت الدراسة إلى أنه تقوم

^١ باحثة ماجستير بكلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة

^٢ الأستاذ بقسم الدراسات السياحية بكلية السياحة والفنادق-جامعة المنصورة

الغرف الفرعية بدورها تجاه شركات السياحة المصرية، لكن ليس بالشكل الكافي، كما أنه يوجد علاقة ارتباط طردية بين الأدوار المختلفة للغرف الفرعية. مما يبرز دور الغرف الفرعية في تحسين أداء الشركات السياحية المصرية. توصي الدراسة بأنه على الغرف الفرعية في كل الاقاليم ان تقوم بعمل دورات تدريبية بشكل دوري و مستمر وأن تكون الدورات كافية لتحسين كفاءة العاملين في القطاع السياحي و تكون داخل المجال السياحي وخارجه بما يخدم القطاع و يتم الاعلان عن هذه الدورات في جميع الشركات السياحية.

الكلمات الدالة: شركات السياحة، الغرف الفرعية ، وكالات السفر، مصر .

Evaluating the performance of the subsidiary rooms of Egyptian tourism companies and travel agencies

Abstract

This study aims to evaluate the performance of the subsidiary rooms of Egyptian tourism companies and travel agencies in Egypt. The study relied on the descriptive analytical method by reviewing the theoretical studies related to the subject of the study, as well as conducting the

field study by relying on the random sample method, where 250 survey forms were distributed. Of these, 224 are valid answers for statistical analysis at a rate of (89.6%) using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 25, in order to identify their attitudes and opinions towards the study. The study found that the subsidiary chambers play their role towards the Egyptian tourism companies, but with poor performance. Based on the results that were extracted, a set of recommendations were developed, most notably the sub-chambers in all regions to conduct training courses periodically and continuously, and the courses are sufficient to improve the efficiency of workers in the tourism sector and be inside and outside the tourism field to serve the sector. Announcing these courses to all tourism companies.

Keywords: Tourism companies, subsidiary rooms, travel agencies, Egypt.

مقدمة

أشار جلدة (٢٠١٧) إلى أنه يعود انشاء غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة إلى قرار رئيس الجمهورية بقانون رقم ٨٥ لسنة ١٩٦٨ حيث أناط بغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة رعاية مصالح شركات السياحة والاعتناء بها في نطاق الخطة السياحية للدولة وتمثيلهم لدى السلطات العامة والمنظمات والهيئات المحلية والدولية، كما تساعد الغرفة تلك السلطات

والمنظمات في العمل على تنمية و تنشيط السياحة في مصر وحل مشاكلها ورفع مستوى الأداء فيها. أوضح البطوطي (٢٠١٠) أن الغرف السياحية تهتم بالمصالح المشتركة لأعضائها في نطاق الخطة السياحية للدولة و تمثلهم لدى السلطات العامة و المنظمات و الهيئات المحلية و الدولية كما تساعد تلك السلطات و المنظمات في العمل على تنمية و تنشيط السياحة في مصر و رفع كفاءتها و مستوى الأداء فيها . و نظراً لزيادة عدد الشركات السياحية في كافة محافظات الجمهورية و حرصاً من الغرفة الرئيسة على تقديم افضل خدمة لأعضائها و التواصل الدائم معهم كان قرار انشاء الغرف الفرعية لتغطية كافة محافظات الجمهورية في المدن الرئيسة بتلك المحافظات (المغربي ، ٢٠١٩).

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة الدراسة في عدم وضوح الدور التي تقوم به الغرف الفرعية في مساعدة السلطات و المنظمات في العمل على تنمية و تنشيط السياحة في مصر و رفع كفاءتها و مستوى الأداء فيها. فإنه لم يتم التطرق مسبقاً إلى هذا الدور المهم في الدراسات العلمية لتحديد أهمية هذا الدور والمعوقات التي تواجهه والعمل

على تحسين أداء الغرف الفرعية لشركات السياحة المصرية،
تكمّن مشكلة البحث في الاجابة على الاسئلة الآتية:

١. هل تقوم الغرف الفرعية بتنظيم دورات تدريبية للعاملين
بالشركات السياحية؟

٢. إلى أي مدى تسهم الغرف الفرعية في حل مشاكل شركات
السياحة؟

٣. كيف تساعد الغرف الفرعية شركات السياحة في تسهيل أداء
الأعمال؟

٤. ما دور الغرفة الفرعية في مجال السياحة الداخلية

٥. هل تسهم الغرف الفرعية في تنوع المنتج السياحي الذي
تقدمه الشركات السياحية؟

أهداف البحث

١. تقييم الدورات التدريبية التي تقدمها الغرف الفرعية بتنظيم
للعاملين بشركات السياحة.

٢. التعرف على دور الغرف الفرعية في حل مشاكل وكالات
السفر.

٣. قياس مساهمة الغرف الفرعية في تسهيل اعمال شركات السياحة التابعة لها.

٤. تحديد دور الغرفة الفرعية في مجال السياحة الداخلية.

٥. تسليط الضوء على دور الغرف الفرعية في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه شركات السياحة؟

فرض البحث:

يقوم البحث على فرض رئيس وهو "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ بين تفعيل دور الغرفة في مجالات (التدريب - السياحة الداخلية - حل المشكلات - تسهيل الاعمال) وتحسين أداء الغرف الفرعية.

محددات البحث

محددات بشرية: اقتصرت الدراسة على استقصاء العاملين في شركات السياحة.

محددات زمنية: تمت الدراسة الميدانية في الفترة من سبتمبر الى ديسمبر ٢٠٢١.

الإطار النظري للبحث

تنشأ الغرفة السياحية بقرار من وزير السياحة ، و تكون لها الشخصية الاعتبارية بمجرد إنشائها ، و يكون لها جمعية عمومية مجلس إدارة ، و يجوز لها أن تنشئ فروعاً في المناطق السياحية الهامة ، و شعباً لأوجه النشاط السياحي المتعددة داخل كل منها بقرار من مجلس إدارة الغرفة بأغلبية ثلثي الاعضاء بعد موافقة وزير السياحة (غرفة شركات ووكالات السفر و السياحة، ٢٠٢١).

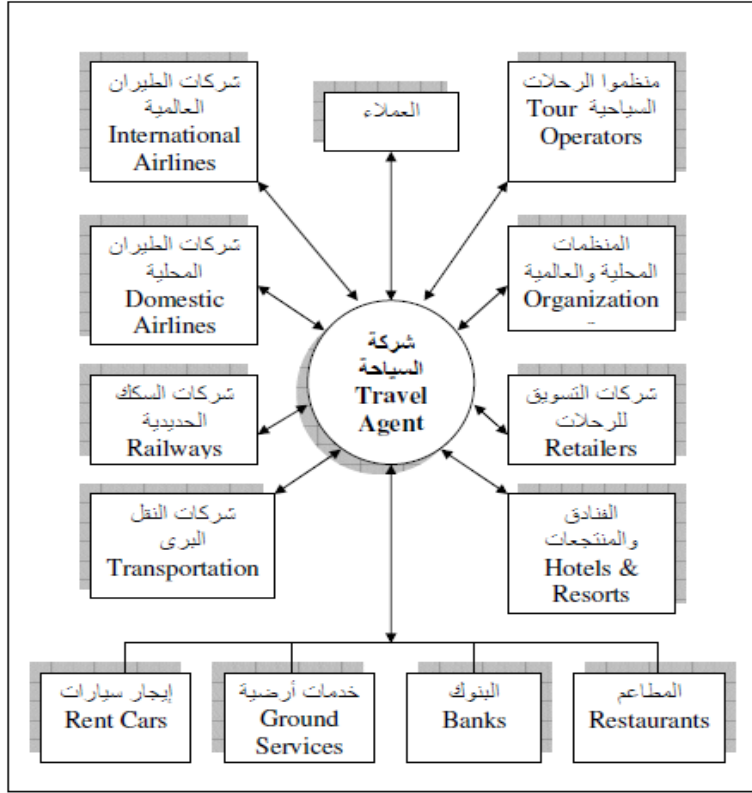
تعريف الشركة السياحية

تتعدد تعريفات شركات السياحة عبر العالم، وإن اتفقت أغلبها على دورها الأساسي في الإعداد والترتيب والتنفيذ للبرامج السياحية وعمل الحجوزات السياحية المختلفة. تعرف شركات السياحة أنها "المكان الذي يقدم الخدمات والمعلومات الاستشارية والفنية، وعمل الترتيبات اللازمة للسفر برا وبحرا وجوا إلى أي مكان في العالم للعملاء، وفقا لبرامج وقواعد محددة (Kim et al., 2012).

وفي تعريف أعم وأشمل يعرف Foster الشركة السياحية النموذجية بأنها الشركة التي تقدم الخدمات الأتية (سليم، ٢٠١٥):

- حجز وبيع تذاكر السفر. - إعداد خط سير الرحلات.
 - حجز الرحلات البحرية. - حجز الفنادق والمنتجات السياحية.
 - خدمة تأجير السيارات. - خدمة التأمين على المسافرين والحقائب.
 - تقديم خدمة الحجز والاشتراك في المناسبات والأنشطة المختلفة وممارسة الرياضات المختلفة مثل الغوص والجولف وصيد الأسماك، وحضور المناسبات والمؤتمرات والمهرجانات الرياضية والموسيقية.
- الدور الحيوي للشركات السياحية في النظام السياحي

شكل ١ علاقة الترابط بين الشركة السياحية والخدمات السياحية الأخرى



المصدر: إمامة (٢٠١٤، ص ٥٧).

ويوضح الشكل السابق الدور المحوري الذي تلعبه الشركات السياحية في العملية السياحية من خلالها اتصالها المباشر بجميع

عناصر العملية السياحية، فمن جانب بالعملاء السياحيين، ومن جانب آخر بجميع موردي الخدمات السياحية من منظمي الرحلات مروراً بشركات الطيران والفنادق.... إلخ، وقيامها بدور حلقة الوصل بينهم

الغرف الفرعية لشركات السياحة ووكالات السفر

تعني الغرف السياحية بالمصالح المشتركة لأعضائها في نطاق الخطة السياحية للدولة و تمثلهم لدى السلطات العامة و المنظمات و الهيئات المحلية و الدولية كما تساعد تلك السلطات و المنظمات في العمل على تنمية و تنشيط السياحة في مصر و رفع كفاءتها و مستوى الأداء فيها . و نظراً لزيادة عدد الشركات السياحية في كافة محافظات الجمهورية و حرصاً من الغرفة الرئيسة على تقديم افضل خدمة لأعضائها و التواصل الدائم معهم كان قرار انشاء الغرف الفرعية لتغطية كافة محافظات الجمهورية في المدن الرئيسة بتلك المحافظات (البطوطي، ٢٠١٠: المغربي، ٢٠١٩).

يتولى مجلس إدارة الغرفة تنظيم اعمال الغرفة ووضع السياسة العامة لها وتحديد علاقاتها بالجهات والهيئات والمصالح التي

يتصل عملها بصناعة السياحة ويتولى كذلك الاشراف على الفروع التي يرى المجلس انشاؤها في انحاء الجمهورية والتنسيق فيما بينها وذلك في اطار السياحة العامة للغرفة الرئيسة. ويتولى مجلس الإدارة تعيين اعضاء مجالس ادارات الفروع والاشرف على انجازات الفروع ومدى تطبيقها لأهداف وتوجيهات الغرفة الرئيسة (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠٢١).

مهام الغرف السياحية الفرعية

تعمل الغرفة السياحية على تحقيق ما يأتي (النادي، ٢٠١٣: علي، ٢٠١٧، السيد، ٢٠٢٠):-

١- رعاية المصالح المشتركة لأعضائها و تمثيلهم لدى وزارة السياحة و الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي و الهيئة العامة للتنمية السياحية و غيرها من الجهات و الهيئات و المؤسسات الخاصة او العامة ذات الصلة بالشأن السياحي او بالمصالح المشتركة للأعضاء .

٢- المساعدة في تفعيل الخطط السياحية من اجل تنمية و تنشيط السياحة في جمهورية مصر العربية ، و تقديم كل ما من

شأنه رفع كفاية السياحة المصرية و مستوى الأداء فيها بما
يمكنها من المنافسة العالمية و الاقليمية في مجال السياحة .
٣- تقديم كل انواع الدعم لتحقيق التنمية السياحة المستدامة .
٤- النظر فيما يرى وزير السياحة عرضه عليها من موضوعات
لدراستها ، او ما يطلب ادراجه في جدول اعمال مجلس
الإدارة من موضوعات تدخل في اختصاص الغرفة.
يختص مجلس الإدارة في الغرفة بما يأتي (حنيش و الجوهري،
٢٠١٨):-

- ١- وضع السياسة العامة للغرفة .
- ٢- تحديد الخطة اللازمة لتنمية الأنشطة السياحية المنتمية
للغرفة .
- ٣- وضع الحلول اللازمة لمعالجة المشاكل التي تعترض
تنمية الأنشطة السياحية .
- ٤- تعيين امين عام متفرغ للغرفة و تحديد اختصاصاته
الاخري التي لم تنص عليها هذه اللائحة و مكافاته
السنوية و مدة عمله و تجديدها طبقاً لقانون العمل المشار
اليه .

٥- عزل الامين العام للغرفة شريطة موافقة ثلاثة ارباع
اعضاء مجلس الإدارة و بمراعاة قانون العمل المشار اليه

٦- اختيار من يحل محل الامين العام في حالة غيابة لأي
سبب كان و تحديد اختصاصاته .

٧- توقيع جزاء الانذار على المنشآت المخالفة لقرارات
مجلس إدارة الغرفة او قرارات مجلس إدارة

الغرف الفرعية السياحية في مصر

توجد في مصر خمس غرف فرعية لتنظيم أعمال شركات
السياحة المصرية في المحافظات المختلفة وهم (ETTA,
2020):

١. غرفة وسط و غرب الدلتا

٢. غرفة الاسكندرية

٣. غرفة البحر الاحمر (الغردقة)

٤. غرفة جنوب سيناء (شرم الشيخ)

٥. غرفة جنوب الصعيد (الاقصر)

انجازات الغرف الفرعية السياحية في مصر (تقارير غرفة

شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٢:٢٠١٩) :-

- في مجال التدريب، لقد كان التدريب القسط الاكبر من اهتمام الغرفة و ذلك من خلال العمل على تنفيذ برامج تدريبية طموحه تعود بالنفع على جميع الشركات السياحية العاملة في النطاق الجغرافي للفرع و ايضاً على العاملين بها و ذلك من خلال التعاون مع شركة امادبوس مصر و شركة سير ترافل نت ورك بتنظيم عدة دورات خلال عام ٢٠١٢م (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٢).
- كما تم ايضاً تنظيم ندوه " تنمية قطاع الشركات عن طرق التدريب " بالتعاون مع لجنة التدريب بالغرفة الرئيسة و ذلك لحث الشركات على الحرص على تدريب العاملين بها و النهوض بالصناعة.
- نظراً لأهمية العنصر البشري في نجاح اي شركات سياحية كان و لابد من الارتقاء بمستوى أداء موظفي

الشركات من خلال مجموعة من الدورات التخصصية في مجال حجز تذاكر الطيران (أماديوس، جاليليو، سيرر) في الفترة من ٢٠١٣ (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٣).

- في مجال السياحة الدينية، تنظيم حصة مصر كاملة من الحج هو حق اصيل لشركات السياحة ، كما تم الاتفاق مع الشركات على النظام الجديد للحج (القرعة الالكترونية) و قامت الغرفة بعمل حملات توعيه واسعة للمواطنين من خلال عقد اجتماعات عديدة مع السادة وكلاء وزارة الاوقاف لإيصال رسالة نظام الحج الجديد (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٤).

- تم عمل العديد من ورش العمل و الاجتماعات لمناقشة المقترحات و الافكار المقدمة من الشركات بشأن موسمي العمرة و الحج و كيفية التغلب على المشاكل و المعوقات التي تواجه الشركات لتقديم موسم عمرة و حج ناجح كما قام الفرع بالتواصل الدائم مع الغرفة الرئيسية لمتابعة

المشاكل و التطورات التي حدثت في موسم العمرة فيما يخص مشاكل الشركات مع الوكلاء السعوديين للوصول الي حلول بخصوص هذه الازمة (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٥).

- في مجال فض المنازعات، حرص الفرع دائماً على ان يكون البيت الكبير لجميع الشركات السياحية العاملة في النطاق الجغرافي من خلال التدخل لحل اية مشاكل بين الشركات و بعضها البعض او بين الشركات و اية جهة اخرى دون اللجوء الي القضاء تحقيقاً لإرساء أو اصر العلاقات الاجتماعية بين الشركات و بعضها او بينهما و بين اية جهات اخرى (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٦).

- في مجال النقل السياحي، تم التنسيق مع الغرفة الرئيسية ثم عمل حصر للمركبات السياحية العاملة في النطاق الجغرافي للفرع للوقوف على الاحتياجات الفعلية بالنسبة للسولار كما تدخل الفرع بالتعاون مع بعض اصحاب

محطات التمويل لتوفير متطلبات مركبات النقل السياحي من السولار(غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٧:٢٠١٨).

- في مجال التعامل مع السماسرة، يتم التواصل الدائم مع الاجهزة المعنية للتعامل مع السماسرة و المكاتب الغير مرخصة (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٩).

منهجية البحث

مجتمع وعينة الدراسة

شملت عينة الدراسة العاملين في شركات السياحة وكلاء سفر" و قد تم مراعاة التنوع بينهم من حيث التخصصات للحصول على العديد من الآراء التي تحقق الهدف من الدراسة. يعتبر مجتمع الدراسة مجتمعا لا يمكن حصره. بناء علي ذلك تم تطبيق نظام العينة العشوائية حيث تم اختيار عدد (٢٢) من شركات السياحة. تم توزيع عدد (٢٥٠) استمارة، وبلغ عدد الاستمارات الصحيحة (٢٢٤) بنسبة قدرها ٨٩.٦%. وهي معدلات جيدة جدا في

مجالاتها، بحيث يمكن الاعتماد على النتائج التي تم الحصول عليها في اختبار فروض الدراسة واستخلاص النتائج.

أداة البحث الميداني

بعد الرجوع للأدبيات السابقة، تم تصميم استمارة استبيان مشتملة على خمسة محاور رئيسية لتوضيح أثر دور الغرف الفرعية في على الأداء المؤسسي بالتطبيق على شركات السياحة. البعد الأول: تقييم دور الغرف الفرعية في تنظيم دورات تدريبية للعاملين بالشركات واشتمل ذلك البعد علي ٥ عبارات. البعد الثاني: تقييم دور الغرف الفرعية في فض النزاعات المتعلقة بشركات السياحة في نطاق حدودها واشتمل ذلك البعد علي ٣ عبارات. البعد الثالث: تقييم دور الغرفة الفرعية في مساعدة شركات السياحة في تسهيل أداء الاعمال واشتمل ذلك البعد علي ٣ عبارات. البعد الرابع: تقييم دور الغرفة الفرعية في مجال السياحة الداخلية واشتمل ذلك البعد علي ٣ عبارات. البعد الخامس: تقييم دور الغرفة الفرعية في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الشركات السياحية واشتمل ذلك البعد علي ٣ عبارات.

جدول رقم ١: مقياس الإجابة على فقرات الاستقصاء.

ثلاثي			المقياس
لا	إلى حد ما	نعم	التصنيف
١	٢	٣	الدرجة
: ١.٠٠	٢.٣٤ : ١.٦٧	: ٢.٣٥	المدى
١.٦٦		٣.٠٠	

$$\text{المدى (طول الفئة)} = (٣ - ١) / ٣ = ٠.٦٦$$

النتائج والمناقشة

إجراءات ثبات المقياس (طريقة ألفا كرونباخ):

الجدول (١) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أسئلة

الإستبيان

م	المحور	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
١	تنظيم دورات تدريبية للعاملين بالشركات	٥	٨٣٤,
٢	فض النزاعات المتعلقة بشركات السياحة ا	٣	٧١٢,
٣	مساعدة شركات السياحة في تسهيل أداء الاعمال	٣	٨٨٤,
٤	مجال السياحة الداخلية	٣	٧٧٩,
٥	تنوع المنتج السياحي	٣	٩٢٤,
	المجموع	١٧	٩٣٨,

يتضح من جدول (١) ان معاملات الثبات باستخدام معامل ألفا - كرونباخ كانت ٠.٩٤ وهي معاملات موجب تزيد عن المعدل السائد (٧٠%) (Pallant, 2016)، مما يشير أيضا إلى أن الاستبيان على قدر مناسب من الثبات ، وبالتالي من الممكن استخدامه للعينة موضوع الدراسة.

جدول رقم (٢) دور الغرف الفرعية في تنظيم دورات تدريبية للعاملين

رقم السؤال	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإستجابة			الأسئلة	
			١	٢	٣		
5	.654	1.45	144	60	20	ك	تقوم الغرفة الفرعية المسؤولة عن الشركة التي تعمل بها بعمل دورات تدريبية
			64.3	26.8	8.9	%	
٢	.733	1.90	72	102	50	ك	الدورات التدريبية كافية لتحسين كفاءة العاملين في القطاع السياحي
			32.1	45.5	22.3	%	
٣	.760	1.68	144	60	20	ك	تعقد الدورات بشكل دوري و مستمر
			64.3	26.8	8.9	%	
١	.893	2.40	62	10	152	ك	الدورات التدريبية تكون في المجال السياحي فقط مثل امادبوس / جاليليو
			27.7	4.5	67.9	%	

٤	.780	1.54	143	41	40	ك	هناك دورات تدريبية تكون في
			63.8	18.3	17.9	%	خارج المجال السياحي مثل (تنمية بشرية)
١.٧٩			المتوسط				
			الع				
			المحور				

تبين من الجدول (٢) أنه إلى حد ما تقوم الغرفة بدورها في تنظيم دورات تدريبية للعاملين بمتوسط عام (١.٧٩). يتضح أن الدورات التدريبية تكون في المجال السياحي فقط بمتوسط (٢.٤٠). في سياق آخر، يري المبحوثون أن إلي حد ما الدورات التدريبية كافية لتحسين كفاءة العاملين في القطاع السياحي بمتوسط (١.٦٨). علي وجه آخر، يري المبحوثون أن لا يتم تنظيم دورات تدريبية تكون في خارج المجال السياحي بمتوسط (١.٥٤). كما أنهم يروا بأنه لا تقوم الغرفة الفرعية المسئولة عن الشركة التي تعمل بها بعمل دورات تدريبية بمتوسط (١.٢٧). يتعارض تلك التقارير مع الغرفة (٢٠١٢) و (٢٠١٣)، بأنهم ينظمون دورات تدريبية مختلفة لتنمية مهارات العاملين. أوضح البطوطي (٢٠١٠) أن الغرف السياحية تهتم بالمصالح

المشتركة لأعضائها في نطاق الخطة السياحية كما تساعد تلك المنظمات في العمل على رفع كفاءتها و مستوى الأداء فيها.

جدول رقم (٣) دور الغرف الفرعية في فض النزاعات المتعلقة بشركات السياحة

الترتيب	الإحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الإستجابة			الأسئلة	
			١	٢	٣	ك	%
٣	.567	1.36	153	61	10	ك	تقوم الغرفة بفض النزاعات بين الشركات و بعضها من خلال فترة عملك ؟
			68.3	27.2	4.5	%	
١	.901	1.91	102	41	81	ك	تعرضت لموقف نزاع بينك و بين شركة من الشركات السياحية و ساعدتك الغرفة الفرعية المسئولة عن الاقليم
			45.5	18.3	36.2	%	
٢	.770	1.63	123	61	40	ك	عند لجوء شركة سياحة للغرفة الفرعية و هي في مشكلة مع منشأه حكومية تقوم بأخذ الاجراءات اللازمة منها
			54.9	27.2	17.9	%	
١.٦٣			المتوسط العام للمحور				

تبين من الجدول (٣) أن الغرف الفرعية لا تقوم بدورها في فض النزاعات المتعلقة بشركات السياحة في نطاق حدودها بمتوسط عام (١.٦٣). كما تبين أنه إلي حد ما تم التعرض لموقف نزاع بين شركات السياحية و ساعدت الغرفة الفرعية المسئولة عن الاقليم عندما تم اللجوء اليها بمتوسط (١.٩١). علي وجه آخر، يري المبحوثون أن عند لجوء شركة سياحة للغرفة الفرعية و هي في مشكلة مع منشأه حكومية لا تقوم بأخذ الاجراءات اللازمة منها بمتوسط (١.٦٣). كما أنه لا تقوم الغرفة بفض النزاعات بين الشركات و بعضها بمتوسط (١.٣٦). تتعارض تلك النتيجة مع تقارير (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٦).

جدول رقم (٤) دور الغرفة الفرعية في تسهيل أداء اعمال شركات السياحة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإستجابة			الأسئلة	
			١	٢	٣		
٣	.898	1.90	102	42	80	ك	تقوم الغرفة الفرعية بالمساعدة
			45.5	18.8	35.7	%	في الفحص الدوري للأتوبيسات السياحية
٢	.792	1.90	82	82	60	ك	تساعد الغرفة الفرعية في

تقييم أداء الغرف الفرعية لشركات السياحة ووكالات السفر المصرية

			36.6	36.6	26.8	%	تصاريح المؤتمرات و تسهل اجراءاتها
١	.906	2.00	92	41	91	ك	تساعد الغرفة في انهاء
			41.1	18.3	40.6	%	تصاريح و اجراءات في السياحة الخارجية
١.٩٣			المتوسط العام للمحور				

تبين من الجدول (٤) أن الغرفة إلى حد ما تقوم بدورها في تسهيل أداء اعمال شركات السياحة في بمتوسط عام (١.٩٣). يتضح أنه إلى حد ما الغرفة تساعد في تصاريح و انهاء اجراءات في السياحة الخارجية بمتوسط (٢.٠٠). كما الغرفة تساعد بشكل بسيط في تصاريح المؤتمرات و تسهل اجراءاتها، كما ان الغرفة تقوم احيانا بالمساعدة في الفحص الدوري للأتوبيسات السياحية بمتوسط (١.٩٠).

جدول رقم (٥) دور الغرفة الفرعية في مجال السياحة الداخلية

الترتيب	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإستجابة			الأسئلة	
			١	٢	٣		
3	.420	1.23	173	51	0	ك	تهتم الشركة التي تعمل بها
			77.2	22.8	0	%	بمجال السياحة الداخلية

٢	.700	1.67	103	91	30	ك	تهتم الغرفة الفرعية بالسياحة الداخلية
			46	40.6	13.4	%	
١	.792	1.77	102	72	50	ك	تساعد الغرفة الفرعية في تصاريح التنقلات للسياحة الداخلية
			45.5	32.1	22.3	%	
١.٥٦			المتوسط ط الع العام للمحور				

تبين من الجدول (٥) أن الغرفة الفرعية لا تقوم بدورها في مجال السياحة الداخلية بمتوسط عام (١.٥٦). يتضح أيضاً، أنه إلي حد ما تساعد الغرفة في تصاريح التنقلات للسياحة الداخلية بمتوسط (١.٧٧). علي وجه آخر، يري المبحوثون أن الغرفة الفرعية لا تهتم بالسياحة الداخلية بمتوسط (١.٦٧). كما لا تهتم الشركات السياحية بمجال السياحة الداخلية بمتوسط (١.٢٣). تتعارض تلك النتيجة مع تقارير (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٧: ٢٠١٨)، بأنه في مجال النقل السياحي، تم التنسيق مع الغرفة الرئيسية ثم عمل حصر للمركبات السياحية العاملة في النطاق الجغرافي للفرع للوقوف على الاحتياجات الفعلية بالنسبة للسولار كما تدخل الفرع بالتعاون مع بعض

اصحاب محطات التموين لتوفير متطلبات مركبات النقل السياحي من السولار.

جدول رقم (٦) دور الغرفة الفرعية في تنوع المنتج السياحي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإستجابة			الأسئلة	
			١	٢	٣		
1	.790	1.91	81	83	60	ك	هناك تنوع في المنتج السياحي في محافظتك
			36.2	37.1	26.8	%	
٣	.499	1.46	122	102	0	ك	هل الشركة التي تعمل بها فيها تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه ؟
			54.5	45.5	0	%	
٢	.861	1.72	123	41	60	ك	للغرفة دور في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الشركات السياحية
			54.9	18.3	26.8	%	
١.٧٠			المتوسط العام للمحور				

تبين من الجدول (٦) بالنسبة لإجابات المبحوثين بشركات السياحة بخصوص تقييم دور الغرفة الفرعية في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الشركات السياحية أنه إلى حد ما تقوم بدورها في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الشركات السياحية

بمتوسط عام (١.٧٠). يتضح من الجدول أيضا أنه إلي حد ما هناك تنوع في المنتج السياحي بمتوسط (١.٨٢). كما للغرفة إلي حد ما دور في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الشركات السياحية في المحافظة بمتوسط (١.٧٧). علي وجه آخر، يري المبحوثون أنه لا يوجد تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الشركات السياحي بمتوسط (١.٤٦). من الواضح أنه يوجد تقصير في إيجاد التنوع للبرامج السياحية التي تقدمها شركات السياحة حيث أن الدور المحوري الذي تلعبه الشركات السياحية في العملية السياحية من خلالها اتصالها المباشر بجميع عناصر العملية السياحية (إمامة، ٢٠١٤).

اختبار فرض البحث:

يقوم البحث على فرض رئيسي وهو "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ بين تفعيل دور الغرفة في مجالات (التدريب - السياحة الداخلية - حل المشكلات - تسهيل الاعمال) وتحسين أداء الغرف الفرعية.

جدول رقم (٧): معاملات الارتباط (بيرسون) بين متغيرات الدراسة.

تقييم أداء الغرف الفرعية لشركات السياحة ووكالات السفر المصرية

معامل الارتباط (Correlation)					المتوسط الحسابي	المتغيرات
٥	٤	٣	٢	١		
.77*	.83*	.71*	.66*	١.٠٠	١.٧٩	تقييم دور الغرف الفرعية في تنظيم دورات تدريبية للعاملين بالشركات
.86*	.67*	.88*	١.٠٠		١.٦٣	تقييم دور الغرف الفرعية في فض النزاعات المتعلقة بشركات السياحة في نطاق حدودها
.79*	.68*	١.٠٠			١.٩٣	تقييم دور الغرفة الفرعية في مساعدة شركات السياحة في تسهيل أداء الاعمال
.79*	١.٠٠				١.٥٦	تقييم دور الغرفة الفرعية في مجال السياحة الداخلية
١.٠٠					١.٧٠	تقييم دور الغرفة الفرعية في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الشركات السياحية

* الارتباط معنوي عند مستوي ٠.٠٠٥ أو أقل

يوضح الجدول رقم (٧) وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين تقييم دور الغرف الفرعية في تنظيم دورات تدريبية للعاملين بالشركات و تقييم دور الغرف الفرعية في فض النزاعات المتعلقة بشركات السياحة في نطاق حدودها بلغت 0.66 عند مستوى معنوية ٠.٠٥ أو أقل مما يعني وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين كلتا المتغيرين. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين تقييم دور الغرفة الفرعية في مساعدة شركات السياحة في تسهيل أداء الاعمال وتقييم دور الغرف الفرعية في فض النزاعات المتعلقة بشركات السياحة في نطاق حدودها بقيمة 0.88 عند مستوى معنوية ٠.٠٥ أو أقل. تعكس النتائج المذكورة في الجدول (٧) مدي التلازم و الاتساق بين الادوار المختلفة للغرف الفرعية. مما يبرز دور الغرف الفرعية في تحسين أداء الشركات السياحية المصرية.

النتائج العامة للدراسة:

أبرزت الدراسة بعض النتائج الهامة وهي:

١. تقوم الغرفة بدورها في تنظيم دورات تدريبية للعاملين، لكن ليس بالشكل الكافي.

٢. الغرف الفرعية لا تقوم بدورها في فض النزاعات المتعلقة بشركات السياحة في نطاق حدودها
٣. تقوم الغرفة إلى حد ما بدورها في تسهيل أداء اعمال شركات السياحة. لكن الامر يحتاج لتفعيل أكبر.
٤. الغرفة الفرعية لا تقوم بدورها في مجال السياحة الداخلية أو الدينية.
٥. تساهم الغرف الفرعية بشكل بسيط في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الشركات السياحية.
٦. يوجد علاقة ارتباط طردية بين الادوار المختلفة للغرف الفرعية. مما يبرز دور الغرف الفرعية في تحسين أداء الشركات السياحية المصرية.

التوصيات

- قدّمت الدراسةُ عدة توصياتٍ موجّهة إلى الغرف الفرعية لشركات السياحة ووكالات السفر المصرية إذ توصي الدراسة بما يلي:
- (١) يجب على الغرف الفرعية في كل الاقاليم ان تقوم بعمل دورات تدريبية بشكل دوري و مستمر و تكون الدورات كافية لتحسين كفاءة العاملين في القطاع

السياحي و تكون داخل و خارج المجال السياحي بما يخدم القطاع و يتم الاعلان عن هذه الدورات الي جميع الشركات السياحية.

(٢) يجب على الغرف الفرعية في كل الاقاليم ان تسهل في الاجراءات في السياحة الدينية حيث ان معظم الشركات في اقاليم كثيرة تكون معتمدة على السياحة الدينية (الحج - العمرة) فلكل شركة حصة في السياحة الدينية (الحج - العمرة) تحددها الوزارة .

(٣) يجب على الغرف الفرعية المساعدة في فض الخلافات و النزاعات بين الشركات و بعضها او الشركات و العاملين بها او الشركات مع اي منشأ حكومية كالمروور .

(٤) يجب على الغرف الفرعية في كل الاقاليم الحد من المشكلة التي تواجهها شركات السياحة وهي السماسرة و الخراثيه حيث انها تؤثر سلباً على القطاع السياحي بأكمله وسمعة السياحة في مصر بصفة عامة.

(٥) في ظل ظروف العالم السياسية المتغيرة يجب على مصر ان تهتم بالسياحة الداخلية فعلى الغرف الفرعية في كل الاقاليم التشجيع على السياحة الداخلية عن طريق تسهيل الاجراءات عمل حملات تنشيط .

(٦) يجب على الغرف الفرعية في كل اقليم التركيز على تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه لشركات في اقليمها

المراجع

١/ المراجع باللغة العربية

- إمامة، سمير حلمي (٢٠١٤) : شركات السياحة، الجزء الثاني، بستان المعرفة، القاهرة. ص ٥٧
- البطوطي، سعيد (٢٠١٠): شركات السياحة ووكالات السفر، الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- جلدة ،سليم بطرس (٢٠١٧) : مكاتب السياحة والسفر، دار الخليج، الأردن، عمان.

- حنيش، محمود و الجوهري، اشرف (٢٠١٨): القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٧ بتنظيم الشركات السياحية ولائحته التنفيذية ، الطبعة الرابعة عشر ، مطابع الاميرية ، القاهرة ، ج.م.ع ص ٢٠٢
- سليم، عبد الرحمن (٢٠١٥) ، "شركات السياحة ووكالات السفر"، (الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية)، ص ١٣.
- على، وليد ماهر جمال الدين (٢٠١٧): تنمية مهارات ممثلي شركات السياحة المصرية فى المعارض السياحية الدولية، رسالة دكتوراه، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، جامعة حلوان.
- غرفة شركات ووكالات السفر و السياحة (٢٠٢١) <https://www.etaa-egypt.org>
- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (٢٠١٧) : تقرير غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لعام ٢٠١٧،الاتحاد المصري للغرف السياحية ، القاهرة ، ج.م.ع ، ص ٣٠

- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (٢٠١٢) :تقرير
غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لعام ٢٠١٢، الاتحاد
المصري للغرف السياحية ، القاهرة ، ج.م.ع ، ص ٥٠
- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (٢٠١٣) :تقرير
غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لعام ٢٠١٣، الاتحاد
المصري للغرف السياحية ، القاهرة ، ج.م.ع ، ص ٣١
- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (٢٠١٤) :تقرير
غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لعام ٢٠١٤، الاتحاد
المصري للغرف السياحية ، القاهرة ، ج.م.ع ، ص ٤٣
- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (٢٠١٥) :تقرير
غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لعام ٢٠١٥، الاتحاد
المصري للغرف السياحية ، القاهرة ، ج.م.ع ، ص ٤٠
- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (٢٠١٦) :تقرير
غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لعام ٢٠١٦، الاتحاد
المصري للغرف السياحية ، القاهرة ، ج.م.ع ، ص ٣٠

- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (٢٠١٨): تقرير غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لعام ٢٠١٨، الاتحاد المصري للغرف السياحية، القاهرة، ج.م.ع، ص ٣٣
- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (٢٠١٩): تقرير غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لعام ٢٠١٩، الاتحاد المصري للغرف السياحية، القاهرة، ج.م.ع، ص ٤٠
- المغربي، سليم يالم مفتاح (٢٠١٩): دور الأجهزة الرسمية في التسويق للمقصد السياحي الليبي، رسالة ماجستير، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة.
- النادي، أميرة محمد محمد (٢٠١٣): دور شركات السياحة في تحقيق رضا السائح وتحسين الصورة السياحية لمصر، رسالة دكتوراه، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.

٢/ المراجع باللغة الإنجليزية

1. Egyptian Travel Agents Association “ETAA” (2020), “A list of travel agencies in Egypt” [online], available

at: <https://www.etaa-egypt.org/SitePages/Companies.aspx>

2. Kim, Y., Kim, S., & Yoo, J. (2012). Travel agency employees' career commitment and turnover intention during the recent global economic crisis. *Service Industries Journal*, 32(8), 1247-1264.
3. Pallant, J. (2016). *SPSS survival manual*, 6th Ed., Berkshire, McGraw-Hill Education (UK).