

## دور شهادات ضمان الجودة في نجاح عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر

حنان العصار

أستاذ - قسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية

زينب يسري عبد العال

باحث - قسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية

نهى كامل

مدرس - قسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية

نشوى فؤاد

أستاذ - قسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية

### الملخص

آليات التمويل مثل الهيئات الحكومية المسؤولة أو المنظمات غير الحكومية وعليه تهدف الدراسة إلى تحليل الواقع الفعلي لعمل منظمي الرحلات فيما يتعلق بتطبيق شهادة ضمان جودة متخصصة في مصر، وقد اعتمدت في ذلك على الأسلوب الكيفي من خلال إجراء العديد من المقابلات مع بعض مسؤولي الهيئات الحكومية المصرية للتعرف على آرائهم بشأن تطبيق هذه الشهادة، بالإضافة إلى الأسلوب الكمي من خلال توجيه استمارات استبيان للشركات السياحية فئة (أ) للتعرف على أهم المقومات التي تمكنهم من الحصول على شهادة لضمان الجودة.

وأوضحت النتائج توافر مبادئ نظم إدارة الجودة لدى الغالبية العظمى من شركات السياحة وهي أساس حصول أي مؤسسة على شهادة لضمان الجودة. وقد انتهت الدراسة بتقديم نموذج مقترح لشهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر، تتناسب مع ظروف الدولة

يعتبر الهدف الرئيسي من شهادات ضمان الجودة هو مساعدة المؤسسات السياحية على فهم كافة الأمور المتعلقة بالجودة وتوجيه جهودها وقدراتها المالية والبشرية لتطوير جودة أعمالها بشكل ينعكس إيجابياً على المركز التنافسي لهذه المؤسسات وفي ذات الوقت يدعم ويراعي أبعاد التنمية المستدامة في المقصد السياحي. وفي ضوء ذلك يواجه منظم الرحلات السياحية العديد من الصعوبات التي لا يستطيع مواجهتها بمفرده في سبيل الحصول على شهادة لضمان الجودة نظراً لصغر حجم إمكانياته المادية والبشرية مقارنة بالقطاعات السياحية الضخمة مثل الفنادق وخطوط الطيران، الأمر الذي أدى إلى اتجاه العديد من الحكومات في المقاصد السياحية إلى تصميم برامج شهادات جودة متخصصة في عمل منظمي الرحلات السياحية من خلال تفعيل عمليات الشراكة مع أصحاب المصلحة الأخرى باستخدام مزيج من

(مصر)، والشركات السياحية بها، وهو ما ينعكس إيجابياً على كافة أطراف العملية السياحية. إلى توفير الثقة والمصداقية بين مختلف الأطراف الفاعلة في السوق (Mino, 2019).

### ١-٢ مشكلة الدراسة

بالرغم من أهمية شهادات ضمان الجودة كوسيلة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية وتأكيد لجودة الخدمات المقدمة، فضلاً عن اتجاه العديد من الدول إلى إصدار شهادات جودة مختصة لذلك وتشجيع منظمي الرحلات للحصول عليها؛ إلا أن هناك العديد من الدول الأخرى ومن بينها مصر مازال دورها محدوداً في هذا الشأن ولا زالت بمعزل عن هذا الاتجاه.

### ١-٣ فرض الدراسة

يفتقر منظمو الرحلات السياحية لمقومات الحصول على شهادة لضمان الجودة في مصر.

### ١-٤ أهمية وأهداف الدراسة

تعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تحاول التركيز على تأثير الشهادات وأهميتها كونها وسيلة وأداة لضمان الجودة في عمل منظم الرحلات السياحية وهو ما يعمل على تحقيق الجودة في المجال السياحي بأكمله. ويمكن أن توجه نتائج هذه الدراسة وتوصياتها إلي الجهات المعنية مثل وزارة السياحة وغرفة شركات ووكالات السياحة والسفر وذلك لتأكيد أهمية تطبيق شهادات ضمان الجودة في عمل منظم الرحلات السياحية باعتبارها عامل هام لجودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين بشكل يعمل على استمرار ونجاح النشاط السياحي في الدولة.

الكلمات الدالة: منظم الرحلات السياحية، شهادات ضمان الجودة، مصر.

### ١. الإطار العام للبحث

#### ١-١ مقدمة

انطلاقاً من كون منظم الرحلات السياحية هو المسئول عن تجميع عناصر العرض السياحي للوصول إلى منتج نهائي يتلاقى مع الطلب السياحي، أي تجميع الخدمات السياحية وتقديمها في شكلها النهائي كرحلة شاملة إلى السائح. فقد أصبح تحقيق جودة العمل السياحي ككل لا بد وأن يبدأ أولاً في عمله باعتباره الوسيط بين العرض السياحي والطلب السياحي (Budeanu, 2005) وهو ما يشير إلى حتمية وجود جهة خارجية تحقق وتؤكد مدى التزام منظمي الرحلات بتطبيق الجودة في أعمالهم الداخلية والخارجية (Pileliene &

Simkus, 2012) وتعتبر برامج شهادات ضمان الجودة هي الوسيلة المثلى لذلك؛ حيث تعمل على تحفيز المؤسسات لتطبيق مجموعة محددة من المعايير، وتعد هذه الشهادة بمثابة ضمان وتأكيد للالتزامهم بهذه المعايير (Tan, 2016). وتشير منظمة السياحة العالمية إلى أن شهادات ضمان الجودة ليست غاية في حد ذاتها (Jayne & Skerratt, 2003)، ولكنها وسيلة وواحدة من أهم الأدوات التي تعمل على تحقيق التكامل والتنسيق بين جميع العناصر التي تؤثر على جودة المنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسات السياحية مما يؤدي

ومراحل تطبيقها في عمل منظمي الرحلات السياحية؛ تقديم نماذج عالمية لبعض الشهادات المتعلقة بضمان جودة أعمال منظمي الرحلات السياحية، مع إبراز أهم نتائجها وانعكاسات تطبيقها؛ تحليل الوضع الحالي لمنظمي الرحلات السياحية في مصر فيما يتعلق بموضوع شهادات ضمان الجودة؛ وأخيراً تقديم مقترح شهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر استرشاداً بالنماذج والمعايير العالمية.

## ٢. الإطار النظري

### ١-٢ مراحل عملية ضمان الجودة

ضمان الجودة في الأساس هو مطابقة معيار محدد مسبقاً استناداً إلى بعض العناصر التي تلبى احتياجات كافة اصحاب المصلحة بدءاً من العملاء مروراً بالمؤسسات العاملة وانتهاء عند المجتمع المحيط. ويعتبر الاعتماد هو الطريقة المثلى لضمان الجودة في أي صناعة (Buttle, 1997)، وحتى في أبسط نظم ضمان الجودة يتم قياس واختبار وتقييم معيار واحد أو عدة معايير مع عدة متطلبات لتقييم مدى المطابقة. وتعد عملية ضمان الجودة بمثابة مجموعة من الأنشطة المترابطة مع بعضها البعض؛ والتي يتم فيها تقييم المنتج أو العملية أو الخدمة لتتوافق مع معايير معينة بشكل يؤدي إلى تمييز المنتجين وتوفير الثقة للمستهلكين (Sanders, 2004). وتعد الشهادة في حد ذاتها مرحلة من

### ٢-١-١ المعايير

ومراحل تطبيقها في عمل منظمي الرحلات السياحية؛ تقديم نماذج عالمية لبعض الشهادات المتعلقة بضمان جودة أعمال منظمي الرحلات السياحية، مع إبراز أهم نتائجها وانعكاسات تطبيقها؛ تحليل الوضع الحالي لمنظمي الرحلات السياحية في مصر فيما يتعلق بموضوع شهادات ضمان الجودة؛ وأخيراً تقديم مقترح شهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر استرشاداً بالنماذج والمعايير العالمية.

### ٢-١-٢ التقييم

ومراحل تطبيقها في عمل منظمي الرحلات السياحية؛ تقديم نماذج عالمية لبعض الشهادات المتعلقة بضمان جودة أعمال منظمي الرحلات السياحية، مع إبراز أهم نتائجها وانعكاسات تطبيقها؛ تحليل الوضع الحالي لمنظمي الرحلات السياحية في مصر فيما يتعلق بموضوع شهادات ضمان الجودة؛ وأخيراً تقديم مقترح شهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر استرشاداً بالنماذج والمعايير العالمية.

### ٢-١-٣ الاعتماد

ومراحل تطبيقها في عمل منظمي الرحلات السياحية؛ تقديم نماذج عالمية لبعض الشهادات المتعلقة بضمان جودة أعمال منظمي الرحلات السياحية، مع إبراز أهم نتائجها وانعكاسات تطبيقها؛ تحليل الوضع الحالي لمنظمي الرحلات السياحية في مصر فيما يتعلق بموضوع شهادات ضمان الجودة؛ وأخيراً تقديم مقترح شهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر استرشاداً بالنماذج والمعايير العالمية.

للحصول على شهادة من أنظمة كسبت القبول في السوق من خلال مصداقيتها وسمعتها.

## ٢-١-٦ القبول

يؤهل الاعتراف بنظام التقييم القبول تلقائي من جميع أصحاب المصلحة، مع الأخذ في الاعتبار أن الاعتراف لا ينتج عنه القبول تلقائياً؛ إلا أن حصول المؤسسة على اعتماد يمنحها القبول المبدئي خاصة مع مصداقية العلامة وهيئة الاعتماد؛ لذا لا بد أن يقتنع المستخدمون بالمزايا المقدمة (Font & Buckley, 2001).

## ٢-٢ تطبيق الشهادات في عمل منظمي الرحلات السياحية

بدأت الشهادات السياحية بشهادات الجودة مثل star rating والتي تمثل نظام تصنيف الفنادق بناء على جودة الخدمات التي تقدمها. تلى ذلك باقي القطاعات السياحية مثل خطوط الطيران والسفن السياحية ومظمي الرحلات السياحية والشواطئ (Mette, 2001). ومن الجدير بالذكر أن الاهتمام العالمي بإصدار الشهادات السياحية ازداد مع مؤتمر قمة الأرض عام ١٩٩٢\* مع دعوة جميع القطاعات لضرورة الالتزام بالمسؤولية البيئية والمجتمعية بما في ذلك الحكومات والمنظمات الغير حكومية (Black & Crabtree, 2007). وكان من أهم أسباب

الاعتماد بشكل عام عندما يتم التحقيق والتقييم والتأكد من توفر الحد الأدنى من المعايير المطلوبة، ويكون الأداء عند مستوى مقبول لدى هيئة الاعتماد. وتسعى العديد من المؤسسات للحصول على اعتماد من هيئات معترف بها لتمييز نفسها عن غيرها من المؤسسات العاملة في نفس المجال (Rome, 2005).

## ٢-١-٤ الشهادة

الشهادة عبارة عن عملية تقديم ضمان موثق بأن المنتج أو الإدارة أو النظام يتوافق مع معيار معين، وقد أنشأت الشهادات في الأساس لتعزيز ثقة المستهلكين في منتجات وخدمات الموردين (Chester & Craptree, 2002). كما عرفها Bein (2005) بأنها الإجراء الذي تقدمه هيئة الاعتماد كتابياً ويمنح شعاراً مميزاً ويدل أن المنتج أو العملية أو الخدمة أو نظام الإدارة يلبي معايير ومتطلبات محددة سابقاً من قبل الهيئة، وقد ركزت العديد من الدراسات في مختلف المجالات على الشهادات باعتبارها من أهم أدوات ضمان تحسين الأداء الداخلي والخارجي للمؤسسات في القطاعات المختلفة (Augustyn, 1998).

## ٢-١-٥ الاعتراف

لقد أوضح Hardjono & Ten (1997) أن الهدف النهائي من عمليات التقييم ليس فقط تحسين الكفاءة والقدرات، ولكن الحصول على الثقة والاعتراف بالشهادة والطريقة التي منحت بها هذه الشهادة. لذلك تسعى المؤسسات

\* مؤتمر نظمه الأمم المتحدة بربو دي جانيرو بالبرازيل من أجل البيئة والتقدم. عُقد في الفترة ٣ إلى ١٤ يونيو ١٩٩٢، عُرف وقتها باسم قمة الأرض، شارك في المؤتمر ١٧٢ حكومة، وكان من أهم نتائجه إنشاء لجنة التنمية المستدامة.

ضمان الجودة في عمل منظم الرحلات ويمكن

تلخيصها فيما يلي :

- المنافسة الداخلية بين منظمي الرحلات وبعضهم البعض لاجتذاب أكبر عدد من السائحين، فضلا عن المنافسة الخارجية بين منظم الرحلات والمؤسسات الأخرى التي تتبع خدماتها منفردة وتحاول التعامل مباشرة مع السائحين مثل الفنادق وخطوط الطيران، وهو ما يؤدي إلى انخفاض جودة الخدمات المقدمة خاصة في ظل عدم وجود رقابة.
- تطور التجارة الإلكترونية بشكل أدى إلى ظهور منافس آخر وهو شبكة الانترنت التي أثرت بشكل كبير جدًا على منظمي الرحلات وتهدد بشكل كبير دوره كوسيط في تقديم الرحلة السياحية، الأمر الذي يلزم منظم الرحلات بضرورة تواجده إلكترونياً، وضرورة تنويع الأنشطة التي يمارسها مع تحسين جودتها كعنصر حماية له من الاختفاء.
- تعدد أعمال منظم الرحلات السياحية؛ حيث أنه يقوم بالتطوير والتسويق والشراء والتوزيع، وجميع هذه الأنشطة هي عمليات يجب إدارتها بصورة منهجية ومنظمة، وهو ما يؤكد ضرورة أن يقوم منظم رحلات بإنشاء وتوثيق وتنفيذ نظام لإدارة الجودة يهدف إلى تحسين وتطوير أعماله باستمرار.
- تعدد الموردين في سلسلة القيمة السياحية؛ السياحة قطاع خدمي ومنتجه معقد للغاية حيث يعتمد على إمدادات متعددة ومن قطاعات عديدة تشمل وسائل النقل، الفنادق، المطاعم، البواخر السياحية وما إلى ذلك،

الاتجاه إلى إصدار الشهادات السياحية هو ضرورة امتثال جميع الأعمال السياحية بكافة فئاتها للحد من الكوارث وانتهاج أفضل الممارسات واتباع مدونات السلوك وزيادة التنظيم الذاتي (UNEP, 2006). وعلى الرغم من حصول العديد من المؤسسات السياحية من مختلف دول العالم على شهادات جودة عالمية مثل الأيزو أو غيرها إلا أن الحصول عليها لا يمكن أن يحل محل شهادات الجودة المتخصصة في المجال السياحي نظراً لعدم تضمينها لمعايير تراعي حساسية خدمات الأنشطة السياحية وطبيعتها المختلفة كلياً عن معايير وطبيعة المنتجات الصناعية (Felipe, 2016). وتعد الفنادق من أكثر القطاعات السياحية التي تقوم بتطبيق مبادئ أنظمة إدارة الجودة سعياً للحصول على اعتماد، في حين يقل ذلك في مجال تنظيم الرحلات والذي يرجعه Augustyn (1998) لوجود تصور عام بأن شهادات ضمان الجودة غير مناسبة في مجال تنظيم الرحلات بسبب محدودية الموارد المالية والبشرية التي تمكنها من الوفاء بمعايير هذه الشهادات كونها كيانات صغيرة نسبياً مقارنة بالكيانات الضخمة التي تحصل على الشهادات.

## ٢-٢-١ أهم دوافع تطبيق الشهادات في مجال تنظيم الرحلات

أكد بعض الباحثين (Eraqi, 2006; Eriksen, 2007; Barry & Mak, 2014) على وجود مجموعة من الدوافع التي تستلزم تطبيق شهادات

في وجودها خاصة مع هيمنة دول على حساب دول أخرى.

- تتنوع أصحاب المصلحة؛ حيث تتنوع بيئة الأعمال وأصحاب المصالح في النشاط السياحي بسبب تشابك النشاط السياحي فضلا عن طبيعته المجزأة وهو ما يؤثر على العديد من المؤسسات الاقتصادية السياحية، كذلك تضارب المصالح بين القطاعين العام والخاص المعنيين بالسياحة.

## ٢-٢-٢ اعتبارات معايير شهادات منظمي الرحلات

هناك عدد من الاعتبارات الأساسية التي يجب أن تدرج كمعايير للجودة في نظم تقييم جودة عمل منظمي الرحلات السياحية، ويمكن تجميعها في أربعة مجموعات رئيسية مصاغة في شكل الأسئلة التالية (Milan, & Esteban, 2004; Ryan & Cessford, 2003):

- ما **What** ؟ : ما الذي يميز الخدمات والعروض والمعلومات التي يقوم منظم الرحلات السياحية بتقديمها؟

يقوم منظم الرحلات ببيع خدمات شركات الطيران ووسائل النقل الأخرى، والفنادق وكافة أماكن الإقامة، والرحلات الترفيهية وأماكن الجذب السياحي، وكل هذه المؤسسات تقوم بعمل عروض وتقديم معلومات ووسائل تسويقية لمنتجاتها. وبالتالي لا بد أن يكون منظم الرحلات السياحية متميز ومبتكر في هذه المنتجات ويقدمها بشكل مختلف ويجعل فيها ميزة تنافسية تميزه عن مقدمها الأساسي وتميزه عن

والتي تقدم كل منها عنصراً واحداً في المنتج الكلي لمنظم الرحلات، وتحدد هذه المكونات معاً تجربة السائح وتقديره لجودة الخدمة؛ وبالتالي يحكم السائح على جودة منظم الرحلات من خلال جودة جميع عناصر الرحلة السياحية حتى وإن كان منظم الرحلات غير مسئول عنها، وهو ما يلزمه ضرورة مراعاة عامل الجودة في تعامله مع كافة الموردين لضمان جودة الرحلة بأكملها.

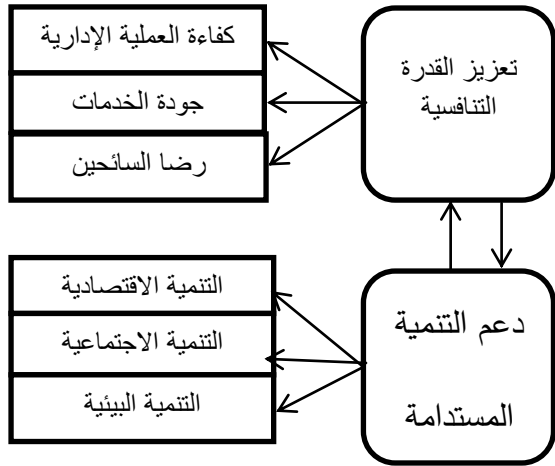
- أولوية اختيار منظم الرحلات: حيث تعتبر الجودة هي أحد العوامل المؤثرة على الاختيار بين منظمي الرحلات خاصة مع زيادة الوعي السياحي؛ ولكن يراعي بالنسبة لهذه النقطة ضرورة تعزيز ذلك بوجود استراتيجية تسويقية جيدة تعلن وتؤكد انتهاج هذا المنظم للجودة بشكل فعلي. وقد يتقبل بعض السائحين ارتفاع السعر ولكن بشرط توافر عنصر الجودة في الخدمة.

- تقلب السلوك السياحي؛ حيث يخضع السلوك السياحي بشكل عام لتأثيرات نفسية واجتماعية عديدة، وكذلك السمات الشخصية وردود الفعل قصيرة المدى. وإذا تأثرت صورة عنصر واحد فقط في الرحلة السياحية فإن صورة الرحلة بأكملها سوف تتأثر؛ فعلى سبيل المثال انتشار بعض الأوبئة والأمراض يسبب الضرر الفوري لصناعة السياحة وجميع مؤسساتها الاقتصادية.

- التكتلات الدولية؛ أي الترابط الرأسي بين الشركات السياحية دولية النشاط الذي يؤدي إلى هياكل تجارية ضخمة يصعب التنافس

منظمي الرحلات الآخرين الذين يقدمون نفس الخدمات. ٢-٣ انعكاسات تطبيق شهادات ضمان الجودة على عمل منظمي الرحلات

يشير كلا من كيم وأويسال (Kim & Uysal, 2013) إلى أن "تحقيق الجودة يُعني تحقيق الوجود"؛ تأكيدًا على أن توافر عنصر الجودة في عمل أي مؤسسة سياحية يعد أمرًا ضروريًا من أجل بقائها وقدرتها على الاستمرار في السوق؛ وهو ما يؤدي بالتبعية إلى المساهمة في الحفاظ على استمرارية النشاط السياحي في الدولة بأكملها (Huang et al., 2011)، مما دفع الحكومات إلى تصميم برامج شهادات تضمن تحقيق الجودة في عمل مؤسساتها السياحية، مع مراعاة أن تتضمن هذه الشهادات معايير تساهم في تقدم المركز التنافسي للمؤسسة السياحية وفي ذات الوقت تساهم في دعم التنمية المستدامة بالمقصد (Curtin & Busby, 1999).



شكل (١) : أثر تطبيق شهادات ضمان الجودة في عمل منظم الرحلات السياحية

ويوضح الشكل رقم (١) أن نجاح عمل أي مؤسسة سياحية يقاس بمؤشرين رئيسيين: المؤشر الأول هو قوة مركزها التنافسي باعتبارها مؤسسات اقتصادية

- أين Where ؟ : أين يتم تقديم الخدمة السياحية؟

الشكل العام لمكتب منظم الرحلات السياحية والعناصر الملموسة مثل المدخل والديكور والأرفف والمعدات والتسهيلات وأماكن الجلوس، يكون لها تأثير مباشر على الإدراك المبدئي لجودة الخدمة. كذلك العناصر الغير ملموسة مثل النظافة والإضاءة والأجواء العامة المحيطة يمكن أن تحمل رسالة سلبية أو إيجابية للعميل عن جودة الخدمات الخارجية.

- من Who ؟ : من هو الشخص الذي يقوم بتقديم الخدمة؟

حيث يعتبر الموظف جزء من جودة الخدمة وهو عامل أساسي في عملية الإنتاج والاستهلاك بالنسبة لمنظم الرحلات. وبالتالي لابد من تقييمه من حيث التعليم والكفاءة والخلفية الثقافية، والاستعداد لحل المشكلات وطريقة التعامل مع العملاء، حيث ينعكس ذلك بشكل كبير على جودة الخدمة.

- كيف How ؟ : كيف يتم تقديم الخدمة؟

يقصد بها كفاءة الوثائق المتعلقة بالسفر، طريقة الدفع، التوقيت وسرعة الخدمة هل تم تقديم الخدمة بشكل سريع أم بطيء، وكذلك دقة العرض هل يتوافق مع طلب العميل أم لا يلبي احتياجاته، طرق وسرعة تسوية الشكاوي، مدى الالتزام بالوعود المقدمة.

تهدف في المقام الأول لتكوين صورة جيدة و متميزة سعياً للحصول على مزيد من العملاء وبالتالي تحقيق الربح. أما المؤشر الثاني هو مدى المساهمة في دعم استدامة المقصد السياحي الذي تعمل به وهو ما ينعكس بشكل إيجابي على جميع أصحاب المصلحة وكافة أطراف العملية السياحية (Singh, 2019). وهو ما تراعيه الحكومات عند تصميم شهادات متخصصة لضمان جودة عمل مؤسساتها السياحية ومن بينها منظم الرحلات.

٢-٣ دور الحكومات في تطبيق شهادات ضمان جودة منظمي الرحلات السياحية

٢-٣-١ تخطيط برامج شهادات ضمان الجودة

تبدأ خطة العمل في برامج أنظمة شهادات ضمان الجودة بتحديد المراحل اللازمة لإنشاء وتطوير والحفاظ على برنامج شهادة معتمدة مع تحديد الأهداف العامة والاستراتيجية، وتتمثل أهم هذه المراحل فيما يلي (UNEP, 1998; CREM, 2000):

أ- مرحلة التصميم ( تحديد الهدف من الشهادة والمؤسسات المستهدفة، تشكيل لجنة من كافة أصحاب المصلحة، عمل دراسة جدوى لتقييم مشروع برنامج الشهادة، وضع خطة العمل)

ب- مرحلة التشغيل (تنفيذ برنامج التعليم والتدريب لكيفية تطبيق المعايير، بداية الرصد والتقييم، الاعتماد ومنح الشهادة للمؤسسات التي حققت الحد الأدنى للمعايير)

ت- مرحلة التعزيز والتطوير (عمل شراكات واندماجات على مستوى واسع لنشر وتطوير

إن منظمي الرحلات السياحية باعتبارهم شركات صغيرة الحجم- مقارنة بالكيانات السياحية الكبرى مثل الفنادق وخطوط الطيران- لا يملكون امكانيات الحصول على شهادة؛ حيث غالباً ما تفقر هذه الشركات للخبرة في مجال الجودة وهو ما يصعب معه استيفاء المعايير المطلوبة، بالإضافة إلى التكلفة الباهظة الثمن للشهادات العالمية (Bagur, 2015)؛ وهو ما يتطلب ضرورة تنفيذ برامج الشهادات المتخصصة في عمل منظمي الرحلات على المستوى الوطني أو الإقليمي مع ضرورة التعاون مع كافة أصحاب المصلحة (Alonso & Rodríguez, 2012). وفي ضوء ذلك اتجهت العديد من المقاصد السياحية لتصميم شهادات خاصة لمؤسساتها السياحية تتناسب مع كافة ظروف الدولة وخصائصها الجغرافية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والبيئية، وفي ذات الوقت تتناسب مع امكانيات المؤسسات السياحية العاملة فيها وذلك لضمان النجاح والاستمرار للمؤسسة



الشهادة، التسويق والترويج، رصد وتقييم نجاح برنامج الشهادة وإعلان النتائج على نطاق واسع، تجديد وتطوير المعايير حسب الظروف الراهنة).

### ٢-٣-٢ تحديد مؤشرات تقييم معايير الشهادات

يعتبر وضع المعايير جزء هام من تأسيس نظم اصدار الشهادات بأي دولة، ولا بد أن تراعي الحكومات معالجة الأبعاد الثلاثة لاستدامة المقصد السياحي ككل وهي القضايا البيئية والاجتماعية والاقتصادية. مع مراعاة وضع معايير أساسية لكل المؤسسات السياحية بالدولة ووضع معايير تكملية لخدمات بعينها مثل أماكن الإقامة وخدمات النقل والمطاعم ومنظمي الرحلات والمعالم السياحية وذلك طبقاً للآثار المترتبة على كل نشاط. وبشكل عام يجب أن تكون المعايير مرنة بحيث يمكن تعديلها وفقاً للظروف البيئية والاجتماعية والاقتصادية بالدولة (Murphy & Bendell, 1997). كما يتعين أن تكون المعايير واقعية ويمكن تحقيقها للمشاركين من القطاعين العام والخاص، وأيضاً أن تكون على مستويات مختلفة؛ فهناك معايير يمكن تحقيقها بسهولة ومعايير أكثر صعوبة يمكن تحقيقها من البعض، وجدير بالذكر أن قياس تلك المعايير وتقييمها يتم باستخدام مؤشرات محددة ومفهومة لدى مختلف الأطراف، ومن أهم هذه المؤشرات ما يلي (Sansidahrn, et al., 2002):

أ- المؤشرات البيئية: تختص هذه المؤشرات بتقييم الأثر البيئي وممارسات الإدارة البيئية وسياسات الشركات والتدابير التقنية، الصحة والسلامة،

الحفاظ على الموارد الطبيعية، صيانة الحياة البرية، والتوعية البيئية للعملاء.  
ب- المؤشرات الاجتماعية: تهدف هذه المؤشرات لتقييم الأثر الاجتماعي للمؤسسات، من حيث سياسات الموظفين، الحفاظ على الثقافة المحلية والتراث والأصالة، التنمية العمرانية، رضا السكان المحليين، إلى جانب المساهمة في أغراض التنمية المحلية، كذلك المعلومات المقدمة للعملاء عن المجتمع والثقافة.

ت- المؤشرات الاقتصادية: من حيث القدرة على خلق فرص عمل محلية، إجمالي عدد الموظفين من المجتمع المحلي ومستوى مهاراتهم، إدارة سلاسل التوريد من خلال سياسات الشراء الخضراء والمستدامة، سلاسل التوريد الصديقة للبيئة، التسويق المسئول، والاستعانة بالمواد والعمالة المحلية.

يتبين مما سبق أنه من الضروري مراعاة الاسترشاد بالمعايير الدولية من أجل ضمان المصداقية؛ كذلك مراعاة الظروف المحلية لضمان امكانية التطبيق لأكبر عدد من الشركات، كذلك لا بد أن يكون برنامج الشهادة قابل للمقارنة مع البرامج المطبقة في الدول الأخرى حتى ولو كانت المعايير تعكس الظروف المحلية لكل دولة (Rivera, 2002)

## ٢-٣-٣ توفير الدعم العيني والنقدي لبرامج الشهادات

إن معظم برامج إصدار الشهادات السياحية في الوقت الحاضر تتم على المستوى الوطني وتغطي دولة واحدة فقط، وبالتالي تلعب الحكومات الدور الرئيسي في توفير الدعم العيني والنقدي لهذه الشهادات سواء من خلال الحكومة نفسها أو من خلال توفير آليات تمويل بديلة (Testa & Sipe, 2012). ولابد أن تكون الهيئات الحكومية مرنة في فتح آفاق مصادر التمويل حتى يتمكن أكبر عدد من الشركات الحصول على الاعتماد، والعمل على إقامة التوازن في التمويل بين القطاعين العام والخاص، ووضع رسم للمشاركين لتغطية على الأقل جزء من التكاليف مع مراعاة أن تبقى هذه الرسوم منخفضة لتشجيع أكبر عدد من الشركات في الاشتراك، ومحاولة تحقيق التوازن بين هذه الرسوم وحجم الأعمال (Matsui, 2018).

وتختلف تكاليف تطبيق برامج الشهادات حسب المكان والحجم ونطاق البرنامج، وفيما يلي آليات ومصادر التمويل والدعم المالية والعينية التي يمكن استخدامها من قبل كافة برامج الشهادات الوطنية (Hagler, 1999; Bangkok Post, 2016)

أ- الدعم المالي والإعانات: الإعانات المالية هي تكاليف يتحملها أو يدفعها شخص آخر، ويمكن أن تكون هذه الإعانات مباشرة من الهيئات الحكومية أو المنظمات الغير حكومية أو غير مباشرة مثل تخفيض التكاليف أو المساعدات الفنية.

ب- المنح : اتجهت العديد من الدول للاستعانة بالمنح كمصدر لتمويل برامج الشهادات سواء في تكاليف التطبيق أو المساعدات التقنية أو برامج التدريب، ويمكن الاستعانة بالمنح في تغطية التكاليف المباشرة والغير مباشرة. وهناك العديد من الجهات التي تقدم منح لبرامج الشهادات من أهمها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية. كذلك تقدم بعض الحكومات بنفسها منحًا للشركات الراغبة في الحصول على الاعتماد.

ت- القروض وضمانات القروض: تقوم الحكومة بمساعدة الشركات الراغبة في الحصول على الاعتماد من خلال التفاوض مع جهات منح القروض بشروط ضمان مواتية مثل فترات السماح أو ضمانات الأصول الشخصية أو فترات سداد أطول أو تخفيض نسبة الفائدة .

ث- الدعم العيني : تتجه الحكومات لتقديم الدعم العيني مثل المساعدات الفنية والتقنية أو المساعدة في التسويق أو إدارة الأعمال، وتساعد هذه العناصر في تغطية جزء كبير من التكلفة التي تقع على عاتق الشركات الصغيرة ولا تستطيع الوفاء بها.

ج- التمويل الضريبي : تلجأ بعض الحكومات لنوع آخر من التمويل الغير صريح مثل الإعفاء الضريبي للشركات المعتمدة، مع إلزام الشركات الغير معتمدة بدفع معدلات ضريبية أعلى كما هو الحال في بربادوس، ويتم توجيه هذه الضرائب نحو تمويل برنامج الشهادة لتمكين عدد شركات أكبر من الحصول على الاعتماد.

ويعتبر تحليل SWOT هو الأنسب لدراسة البيئة المحيطة بتطبيق برنامج الشهادة من خلال التعرف على الفرص ونقاط القوة والاستفادة منها والتعرف على نقاط الضعف والتهديدات ومحاولة التغلب عليها (Blumer, 2007).

ب- المرحلة الثانية: رسم الاستراتيجية  
(التجزئة/الاستهداف/  
positioning)

تتمثل المرحلة الثانية في اتخاذ القرار بشأن كيفية تجزئة وتقسيم السوق واستهداف أجزاء محددة منه، ووضع المنتج في مكانه المناسب

ت- المرحلة الثالثة: المزيج التسويقي (المنتج /  
السعر / الترويج/ التوزيع)

على الرغم من أن موارد التسويق في برامج الشهادات محدودة نوعاً ما، إلا أنه يمكن الاستفادة من بعض الفرص التي تساعد في التسويق بطريقة أكثر فعالية. وتتمثل المرحلة الأخيرة في تحديد المزيج التسويقي، والذي يتضمن كيفية تقديم وتوزيع المنتج للمستهلكين سواء الوسيط أو السائح. وتتضمن هذه المرحلة محاولة الاستفادة بكافة قنوات التوزيع المتاحة لدفع المنتج المعتمد إلى السوق من حيث الحوافز الحكومية والوسطاء والشركاء في العمل والتحالفات مع المنظمات المختلفة، كذلك محاولة جذب كافة العملاء والوسطاء المعنيين لاستخدام المنتجات المعتمدة (Bein, 2005)

ومن الجدير بالذكر أنه لتحقيق النجاح والاستدامة المالية والتنظيمية طويلة الأجل لبرامج الشهادات السياحية يتطلب ذلك استيفاء ثلاث شروط رئيسية

وتقوم الهيئات السياحية الحكومية عامة بالاستعانة بالهيئات المختصة سواء على مستوى الدولة أو المستوى الإقليمي والعالمي لتحديد التكلفة المتوقعة لتطبيق برنامج الاعتماد، وتحديد أهم مصادر التمويل والشراكات المحتملة مع المنظمات غير الحكومية المحلية والعالمية وكذلك هيئات القطاع الخاص، والهيئات السياحية العالمية، كذلك تحاول الجهات الحكومية توفير جزء كبير من المساعدات للشركات من خلال التمويل الضريبي أو تخفيض تكاليف الاشتراك أو غيرها (Matsui, 2018).

٢-٣-٤ وضع استراتيجية تسويق برامج الشهادات السياحية

يعتبر التسويق عنصر أساسي في برامج إصدار الشهادات ويعد العامل الأكثر جاذبية للشركات للحصول على الاعتماد باعتباره فائدة ملموسة. وفي ضوء ذلك تقوم الهيئة الحكومية المختصة برسم استراتيجية تسويقية لبرنامج الشهادة تحمل في طياتها أهداف وتكون نتائجها قابلة للقياس، ولا بد أن تضمن نجاح واستمرار البرنامج وكافة الشركات المشتركة فيه، وتتضمن هذه الاستراتيجية العديد من المراحل كما يلي (Vicente, 2005):

أ- المرحلة الأولى: التحليل ( حجم الطلب /  
المنافسين / البيئة المحيطة )

تتمثل المرحلة الأولى في عمل تحليل شامل للسوق يشمل الموارد والمنافسين وبيئة الأعمال، حيث لا بد أن يتم استيعاب السوق المحيط بالشهادة من خلال معرفة حجم الطلب المتوقع على الخدمات والمنتجات المصدقة والمنافسين وأصحاب المصلحة الآخرين.

المحامين وأساتذة الجامعات والمسؤولين الحكوميين وذلك ضمانًا للحياد والإنصاف وكفاءة وعدالة التقييم (H.I.S, 2017).

وقد وضعت الحكومة اليابانية في عام ٢٠١٦ ثلاثة أهداف خاصة بالنشاط السياحي، الهدف الأول تحويل اليابان إلى بلد سياحي مميز من خلال تقديم خدمات تختلف بشكل كبير جدًا عن الدول الأخرى سواء المحيطة أو البعيدة. والهدف الثاني زيادة الاستهلاك السياحي إلى ٣٠ تريليون ين، وزيادة عدد السائحين إلى ١٨ مليون سائح. وبالفعل نجحت هذه الأهداف بشكل كبير، حيث تجاوز عدد السائحين عام ٢٠١٦ عدد العشرون مليون سائحًا (JTB, 2019). وقد أثبتت العديد من الأبحاث التي قامت بها جاتا أن أحد أهم أسباب زيادة الطلب السياحي في اليابان هو جودة الخدمات السياحية بشكل عام وتوافر عناصر السلامة والأمن. وأصبحت السياحة ركيزة أساسية في استراتيجية اليابان للنمو الاقتصادي (JATA, 2017). وقد تمثلت أهم فوائد تطبيق هذا النظام بالنسبة لمنظمي الرحلات في منع المنافسة السعرية والحصول على هامش الربح المناسب ومن ثمّ عدم القلق من المنافسة. بالإضافة إلى الحصول على مزيد من العملاء، حيث تقوم جاتا بالتسويق للشركات المعتمدة وتقوم بمنح شهادات لضمان جودة خدماتها وهو ما يجذب إليها المزيد من العملاء خاصة مع زيادة وعي السائحين بفكر الجودة. أما أهم الفوائد التي انعكست على الدولة تمثلت أهمها في تقليل تكاليف المراقبة والتفتيش الدوري على جودة الخدمات حيث تعتبر جاتا هي المسؤولة أمام الحكومة. بالإضافة إلى زيادة الطلب السياحي بشكل عام وهو ما أثبتته

وفقًا لما أوضحه Blumer (2007): الأول؛ هو الاعتراف العام المحلي والإقليمي والدولي، والثاني؛ هو زيادة الطلب من الشركات الراغبة في الاعتماد، ويتم ذلك من خلال الدقة في تحديد الأهداف وقبول المعايير وتسهيل إجراءات الاعتماد وزيادة الوعي حول فوائد الشهادة، والشرط الثالث هو خلق مزيج مبتكر ومتدفق من مصادر التمويل والدعم في كل مراحل الشهادة منذ بدء التشغيل والتخطيط والتطوير بحيث يظل البرنامج قابل للتطبيق من الناحية المالية والعملية بمرور الوقت.

## ٢-٤ نماذج من شهادات ضمان جودة أعمال منظمي الرحلات السياحية

### ٢-٤-١ نظام ضمان جودة منظمي الرحلات في اليابان

يعتبر نظام ضمان جودة منظمي الرحلات في اليابان تنظيمًا ذاتيًا لصناعة السياحة اليابانية، قامت به الهيئة الحكومية المختصة والمسئولة عن تنظيم أعمال وكالات السفر من خلال وضع عدد من المعايير بناء على الظروف الداخلية والخارجية الخاصة بالدولة، حيث لكل دولة ظروفها التي تلزمها بعمل تنظيم ذاتي لمؤسساتها الاقتصادية بما ينعكس إيجابيًا على الدولة وهذه المؤسسات والعملاء وأفراد المجتمعات المحلية (JATA, 2016). ويعمل هذا النظام على تقييم نوعية منظمي الرحلات من ثلاثة جهات وهي: الامتثال القانوني، مستوى جودة الخدمة، المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات، ويتم منح الاعتماد للشركات التي تستوفي هذه المعايير. ويقوم بعملية التقييم لجنة لمراجعة ضمان الجودة تتألف من خبراء في جميع المجالات مثل

حدوث زيادة في نسبة سائحي بعض الدول المجاورة نتيجة الطلب على الرحلات المعتمدة، على سبيل المثال، دولة الفلبين بلغ عدد السائحين منها خلال عام ٢٠١٢ حوالي ٣٣١,٣٤٦ سائحًا. أما في عام ٢٠١٣ بلغ عدد سائحي الفلبين إلى كوريا حوالي ٤٠٠,٦٨٦ بنسبة زيادة بلغت ٢٠,٩% (Junio, Kim & Lee, 2017). وبالطبع انعكست إيرادات هذه الرحلات بشكل ايجابي على سيول وجميع منظمي الرحلات المعتمدين بها (Nam, 2016).

يتضح مما سبق، أنه يمكن تطبيق برامج شهادات ضمان الجودة المتخصصة في عمل منظمي الرحلات في أي مقصد سياحي، سواء من العالم النامي أو المتقدم بشرط تطويع عملية التطبيق وتصميم المعايير وفقًا لظروف المقصد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وكذلك أن يتلائم مع إمكانيات المؤسسات السياحية العاملة به. وفي ضوء ذلك تتناول الدراسة التطبيقية إمكانية تطبيق شهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر.

### ٣. الجانب التطبيقي

يهدف الجانب التطبيقي للدراسة الحالية إلى تقييم إمكانية تطبيق شهادة وطنية متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر، من خلال جمع وتحليل البيانات واستقراءها بشكل علمي وواقعي، ومحاولة التعرف على الواقع الفعلي عن مدى توفر مبادئ نظم إدارة الجودة في عمل منظمي الرحلات في مصر والتعرف على رغبتهم في الحصول على شهادة لضمان الجودة. هذا إلى جانب التعرف على المقومات والمعوقات والآثار المتوقعة

الإحصائيات نتيجة للابتكار وتنوع المعروض من الخدمات السياحية. كما تقوم الشركات بتوزيع معلومات عن الثقافة اليابانية مع إلزام السائحين باحترام العادات والتقاليد المحلية (JATA, 2016).

٢-٤-٢ شهادة مدينة سيول لجودة الرحلات السياحية

قامت هيئة السياحة الوطنية بمدينة سيول عاصمة كوريا الجنوبية بتصميم برنامج اعتماد لجودة الرحلات السياحية Seoul Certified Quality Tour Package. هذا البرنامج لا يهدف فقط لاعتماد منظمي الرحلات ولكنه أيضًا يستهدف بالدرجة الأولى اعتماد جودة الرحلات التي يتم تقديمها وتنظيمها في مدينة سيول (VSN, 2018). وتمنح مدينة سيول علامة تصديق للرحلات السياحية التي تستوفي معايير الجودة المطلوبة للشهادة؛ هذه العلامة كفيلة بضمان توافر الجودة طوال خط سير الرحلة بشكل يعزز الصورة السياحية لسيول ويمنح السائح فرصة الاختيار بين العديد من الرحلات مع الثقة في جودتها (Cospar, 2017). استهدفت هيئة السياحة الوطنية بمدينة سيول كأحد أهم المدن السياحية بكوريا تطبيق شهادة تعمل على الارتقاء بجودة الرحلات السياحية لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية وهي: مساعدة منظمي الرحلات السياحية في تطوير جودة أعمالهم، تقديم معايير لجودة الرحلات بشكل يحقق رضا السائح، تعزيز الصورة السياحية لمدينة سيول كمقصد للرحلات ذات الجودة (INTA, 2014).

ومن الجدير بالذكر، أن الشهادة بشكل عام تم تطبيقها عام ٢٠١٢. ويتضح من الإحصائيات

من مارس إلى يونيو ٢٠١٨. وقد اشتملت المقابلات الشخصية أربعة محاور رئيسية هي:

- المحور الأول: الكشف عن أهم المقومات التي يمكن أن تدعم تطبيق شهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر، وكذلك الوقوف على أهم الفرص ونقاط القوة التي يمكن أن تساعد في تطبيق الشهادة المقترحة.

- المحور الثاني: التعرف على آراء الخبراء حول أهم المعوقات والتحديات التي يمكن أن تحول دون تطبيق شهادة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر.

- المحور الثالث: تقييم أهم الفوائد المتوقعة من تطبيق شهادة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر. سواء تعلق تلك الفوائد بمنظم الرحلات نفسه أو بالدولة والمجتمع المحيط.

- المحور الرابع: يستعرض أهم مقترحات مسؤولي الجهات الحكومية وكذلك الخبراء في غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة لتطبيق شهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات في مصر. والتي يمكن أن تساهم بشكل أو بآخر في تكوين صورة عامة عن الشهادة المقترحة وكيفية تطبيقها بنجاح.

### ٢-٢-٣ استمارات الاستبيان

أوضح القانون المصري الخاص بتنظيم الشركات السياحية المصرية أن منظمي الرحلات السياحية

في حالة تطبيق هذه الشهادة؛ وذلك من خلال تقييم الواقع الفعلي عن طريق آراء مسؤولي الجهات الحكومية المصرية المختصة وذات الصلة، بالإضافة إلى معرفة أهم المقترحات اللازمة من وجهة نظر المسؤولين لتطبيق هذه الشهادة. وبالتالي الخروج بأهم النتائج واستخلاص التوصيات اللازمة وتقديم شهادة مقترحة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر تساهم في نجاح أعماله وفي ذات الوقت تدعم أهداف التنمية المستدامة بالدولة.

### ١-٣ منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها. وقد اشتملت أدوات الدراسة الأسلوب الكيفي (من خلال المقابلات الشخصية) والأسلوب الكمي (من خلال استمارات الاستبيان)، وذلك لاختبار فروض الدراسة وتحقيق أهدافها للوصول إلى فهم الوضع الراهن لعمل منظم الرحلات والتعرف على جوانب القوة والضعف ومدى صلاحيته أو مدى حاجته إلى التغيير.

### ٢-٣ مجتمع وعينة الدراسة

#### ١-٢-٣ المقابلات الشخصية

أجريت المقابلات الشخصية مع أربعة عشر مسئولاً موزعين ما بين غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة باعتبارها الهيئة الحكومية المختصة بعمل منظم الرحلات المصري؛ بالإضافة إلى المسؤولين في بعض الهيئات الحكومية الأخرى ذات الصلة بموضوع الدراسة والتي تمثلت في وزارة السياحة والهيئة المصرية للمواصفات والجودة، خلال الفترة

المستقصي دون تحديد مسبق للإجابات البديلة من طرف الباحث. وقد تناول الاستبيان محورين رئيسيين: الأول يتعلق بمدى توافر مبادئ نظم إدارة الجودة في عمل منظم الرحلات المصري، وتعتبر هذه المبادئ هي المعيار الرئيسي الذي يحدد مدى قدرة الشركات على تطبيق الجودة في أعمالهم (التركيز على العملاء، القيادة، مشاركة العاملين، منهجية العمليات، التحسين، اتخاذ القرار المبني على الأدلة، إدارة العلاقات). كذلك تعد هذه المبادئ هي المقوم الأساسي الذي لا بد من توافره لدى أي مؤسسة في أي مجال حتى تستطيع الحصول على شهادة لضمان الجودة. وقد تناول هذا المحور عشرة أسئلة، تم صياغتها استنادًا على استبيانات العديد من الدراسات والأبحاث السابقة (Berry, et al, 1990; Behara & Gundersen, 2001; Eraqi, 2008; Mak, 2011; Mane et al., 2017) التي تستهدف قياس مدى توفر مبادئ نظم إدارة الجودة لدى المؤسسات المختلفة. وتعتبر أسئلة هذا المحور بمثابة مفاتيح توضيحية تعبر عن مدى توافر مبادئ نظم إدارة الجودة في عمل منظمي الرحلات في مصر. ثم المحور الثاني الذي يتضمن أربعة أسئلة، تستهدف معرفة إذا ما كان هناك شركات سياحة مصرية حاصلة على شهادة لضمان الجودة وما هي الجهات المانحة لهذه الشهادات. وكذلك قياس مدى رغبة الشركات في الحصول على شهادة لضمان الجودة في حالة توافرها، بالإضافة إلى التعرف على آرائهم فيما يتعلق بتطبيق الشهادة.

تم معالجة البيانات إحصائيًا من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) Statistical Package for the Social

Tour Operators التي لها حق تنظيم وتنفيذ الرحلات السياحية هي شركات الفئة "أ" فقط (أحمد، ٢٠٠٥). ونظرًا لأن الدراسة تقع في نطاق عمل مدراء تلك الشركات أو مديري الأقسام بها؛ اعتمدت الدراسة التطبيقية على عينة عشوائية من مدراء الشركات السياحية فئة "أ" ومديري الأقسام به. وقد بلغ عدد الاستثمارات الموزعة (٤٠٠) استثمارًا والتي تمثل حوالي ١٨.٥% من حجم المجتمع الكلي البالغ ٢١٦٦ شركة (غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، ٢٠١٧)، وذلك استنادًا للمعادلة التي أوصى بها (Steven, 2012) لاحتماب حجم العينة العشوائية الملائم بمستوى دلالة (٠.٠٩٥) ونسبة خطأ (٠.٠٥). ووفقًا لذلك وجد أن عينة الدراسة يجب ألا تقل عن ٣٢٦ شركة بنسبة ١٥% من حجم المجتمع الكلي. وقد بلغ عدد الاستثمارات المردودة ٣٥٢ استثمارًا بنسبة استجابة ٨٨%، من بينها ٣٢٦ استثمارًا فقط صالحة للتحليل.

وقد تم توزيع الاستثمارات من خلال طريقتين وهي الاستبيان الورقي وتسليمها مباشرة للمدراء للإجابة عليها. إلى جانب تصميم نسخة الكترونية من الاستبيان في شكل Google Form وإرسالها إلى المدراء عبر الإيميل وذلك للحصول على معدل استجابة أكثر.

وتنوعت أسئلة الاستبيان ما بين الأسئلة المغلقة ذات الاختيار الواحد والتي اعتمدت على مقياس ليكرت الخماسي؛ حيث يشير رقم "١" إلى لا أوافق بشدة، ويشير رقم "٥" إلى أوافق بشدة. كما تضمن الاستبيان أيضًا على نوعية الأسئلة المفتوحة التي تحتاج إلى إجابات غير محددة، فيجيب عليها

Science . وقد تم استخدام بعض أساليب الإحصاء الوصفي والمتمثلة في التكرارات والنسب المئوية، بالإضافة إلى بعض الأدوات الإحصائية الأخرى مثل معامل الارتباط لتحديد طبيعة العلاقة بين المتغيرات، وفيما يلي تحليل ومناقشة المقابلات واستمارات الاستبيان.

### ٣-٣ مناقشة وتحليل النتائج

#### ٣-٣-١ المقابلات الشخصية

أوضحت نتائج المقابلات مع مسؤولي الهيئات الحكومية ما يلي:

- توافر كافة الهيئات الحكومية اللازمة لتصميم وتطبيق شهادة متخصصة لضمان جودة عمل منظمي الرحلات في مصر، سواء تلك المختصة بعمل منظمي الرحلات، أو تلك التي تختص بشهادات ضمان الجودة.

- وجود عدد من المعوقات الخاصة بتطبيق شهادة لضمان جودة منظمي الرحلات السياحية في مصر منها عدم تحديث القوانين المنظمة للعمل السياحي المصري، وعدم تطبيق الجودة في كافة القطاعات السياحية الأخرى الموجودة بالدولة، وعمل غير المتخصصين في المجال السياحي، بالإضافة إلى قلة الاندماجات والتعاون بين الشركات.

- وجود عدد من المقومات التي تدعم تطبيق شهادة لضمان جودة منظمي الرحلات السياحية في مصر من أهمها استراتيجية

الدولة ورؤية ٢٠٣٠ التي تستهدف تعزيز المركز التنافسي للدولة والعمل على كفاءة كافة مؤسساتها الاقتصادية وتعظيم وتشجيع فرص الاستثمار في الدولة، سعياً لتحقيق الرفاهية المجتمعية والحفاظ على البيئة والتنوع البيولوجي، والاستفادة من كافة القدرات الكامنة للمجتمع.

- توافر العديد من الصروح العلمية المتخصصة في النشاط السياحي متمثلة في الكليات والمعاهد بالمحافظات المختلفة، بالإضافة إلى وجود كوادر علمية وخبراء في مجالي السياحة وشهادات الجودة من أهم دعائم ومقومات تطبيق الشهادة المستهدفة.

#### ٣-٣-٢ استمارات الاستبيان

تمثلت أهم نتائج استمارات الاستبيان فيما يلي:

- الغالبية العظمى من شركات السياحة ووكالات السفر فئة (أ) في مصر يتوفر لديها مبادئ نظم إدارة الجودة التي تعتبر أهم مقوم للحصول على شهادة لضمان الجودة، وذلك بوسط حسابي (٤.٥٥)، وانحراف معياري (٠.٥٨).

- أن غالبية منظمي الرحلات السياحية في مصر لديهم الرغبة في الحصول على شهادة لضمان الجودة فقد بلغت نسبة الإجابة "نعم" ( ٩٨,٢ % )، مما يعكس وعي القائمين على إدارة الشركات السياحية المصرية بأهمية شهادات ضمان الجودة انعكاساتها ودورها في نجاح أعمالهم، وهو ما يتضح من الجدول رقم (١). وفي هذا الصدد أشار



التحديات	الفرص	
تصنيف الشركات بشكل خاطئ.	وجود هيئة حكومية	
ضعف الموارد المالية المتاحة.	مصرية مختصة	
عدم وجود شهادات جودة سياحية في مصر.	بعمل منظم الرحلات.	تحليل البيئة الخارجية
عدم حداثة القوانين المنظمة للعمل السياحي.	وجود هيئات حكومية	وتشمل تحليل الفرص
عدم الاهتمام بالجودة في القطاعات السياحية الأخرى المكتملة لعمل الشركات السياحية.	مصرية وخبراء مصريين في مجال الجودة.	والتحديات الناتجة عن سياسات وأعمال الهيئات الحكومية
	استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠.	
	توافر العديد من الكليات والصروح العلمية المتخصصة في المجال السياحي.	

كلا من Lam & Zhang (1999) أن تطبيق الجودة في عمل الشركات السياحية أو غيرها من المؤسسات يبدأ برغبة الإدارة في ذلك. بينما أبدى حوالي (١,٨%) من الشركات بعدم رغبتهم في الحصول على شهادة لضمان الجودة ويمكن أن يكون ذلك بسبب عدم الوعي الكافي بأهميتها أو وجود بعض المعوقات الخاصة لدى هذه الشركات.

جدول (١) : عدد الشركات التي ترغب في الحصول على شهادة لضمان الجودة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
٩٨,٢%	٣٣٠	نعم
١,٨%	٦	لا
١٠٠%	٣٣٦	المجموع

وبناء على ما سبق؛ من خلال تحليل نتائج المقابلات الشخصية وكذلك نتائج استمارات الاستبيان تم تحديد أهم نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات التي تؤثر في تطبيق الشهادة المقترحة، وهو ما يتضح من خلال الجدول رقم (٢):

جدول (٢) تحليل البيئة الداخلية والبيئة الخارجية

SWOT	أهم مقومات تطبيق الشهادة	أهم معوقات تطبيق الشهادة
تحليل البيئة الداخلية وتشمل تحليل نقاط القوة والضعف للشركات السياحية المصرية	نقاط القوة توفر مبادئ نظم إدارة الجودة إدارة الجودة رغبة الشركات في الحصول على الشهادة تقارب حجم وإمكانات الشركات	نقاط الضعف ضعف الإمكانيات المادية والتقنية. عدم وعي العاملين بأهمية الجودة. عدم حصول أي شركة على شهادة سابقاً وبالتالي عدم الخبرة.

### ٣-٤ التحقق من فرض الدراسة

تم إثبات عدم صحة فرض الدراسة (يفتقر منظمو الرحلات السياحية لمقومات الحصول على شهادة لضمان الجودة في مصر)، حيث أكدت نتائج الدراسة التطبيقية وجود العديد من المقومات التي تساعد منظمي الرحلات السياحية للحصول على شهادة لضمان الجودة في مصر، وهو ما يتضح مما يلي:

#### أ- مقومات متعلقة بالشركات السياحية المصرية

أوضحت نتائج استمارات الاستبيان توافر مبادئ نظم إدارة الجودة لدى الشركات السياحية المصرية، هذه المبادئ تعتبر المقوم الرئيسي للحصول على

تعاونها مع الهيئات العالمية المتخصصة في الجودة مثل الأيزو.

#### ت-مقومات متعلقة باستراتيجية الدولة

تعتبر الاستراتيجية التي تهدف الدولة لتحقيقها بحلول عام ٢٠٣٠ أحد أهم مقومات تطبيق شهادة متخصصة لضمان جودة منظمي الرحلات في مصر ، حيث تسعى الدولة في إطار تحقيق أهدافها إلى كفاءة أعمال كافة مؤسساتها الاقتصادية ومن بينها الشركات السياحية، وهو ما يؤكد اتجاه الدولة لتشجيع تطبيق شهادات لضمان جودة كافة مؤسساتها الاقتصادية ومنحها الشرعية والدعم السياسي.

وبالتالي تؤكد نتائج الدراسة توفر العديد من المقومات اللازمة لحصول منظمي الرحلات السياحية على شهادة لضمان الجودة في مصر سواء تعلق هذه المقومات بالشركات السياحية أو الهيئات الحكومية المختصة أو الاستراتيجية التي تهدف الدولة لتحقيقها.

#### ٤. توصيات الدراسة

في ضوء ما تم استعراضه، تم التوصل للتوصيات التالية التي يمكن أن تساهم بشكل كبير في تطبيق الشهادة المقترحة، وتمثلت فيما يلي:

#### ٤-١ توصيات عامة للهيئات الحكومية السياحية المسؤولة

- دراسة نماذج شهادات ضمان جودة منظمي الرحلات المطبقة في كافة الدول سواء على المستوى الإقليمي أو الدولي، مع دراسة

شهادة لضمان الجودة لأي شركة وفي أي مجال، كما أكدت نتائج الاستبيان رغبة أغلب مديري الشركات السياحية المصرية في الحصول على شهادة لضمان الجودة، ويعتبر توفر هذه الرغبة هي الخطوة الأولى وأحد المقومات الأساسية للحصول على هذه الشهادة حيث أنها عملية اختيارية وغير إجبارية.

#### ب-مقومات متعلقة بالهيئات الحكومية المختصة

- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة: الغرفة هي الهيئة المختصة بعمل الشركات السياحية في مصر، وبخلاف الدور الرئيسي للغرف السياحية المتمثل في رعاية مصالح أعضائها من المنشآت السياحية المختلفة وتمثيلها أمام السلطات العامة بالدولة، إضافة إلى الدور التدريبي الهام، فإن غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة يمكن أن تقوم بمساعدة الشركات في حالة وجود أية عقبات تواجه التنفيذ وتقديم المساعدة التقنية في كيفية استيفاء المعايير.

- الهيئة المصرية للمواصفات والجودة: هذه الهيئة هي المختصة بإصدار مواصفات قياسية مصرية. وقد قامت بإصدار العديد من المواصفات المصرية في مجالات الهندسة والغذاء والغزل والنسيج، ولديها العديد من اللجان والأقسام مثل إدارة التدريب وتسجيل الشهادات وحماية المستهلك ووحدة الدعم الفني ووحدة التسويق، وهي تعتبر صرح هائل لتطبيق شهادات ضمان جودة طبقاً لمواصفات مصرية، ويعمل لديها صفوة من خبراء الجودة في مصر، بالإضافة إلى

إعادة تقسيم الشركات السياحية في مصر لفئات ( أ، ب، ج، د ) بناء على درجة تطبيق الجودة في العمل السياحي.

- عقد ندوات وورش عمل للشركات السياحية المصرية وذلك لتعريفهم بشهادات الجودة وأهدافها، واستعراض أهم فوائدها التي تعود على الشركات السياحية وعلى الدولة بأكملها.

#### ٤-٢ توصيات خاصة بالشركات السياحية المصرية

- الاضطلاع على مبادئ نظم إدارة الجودة وكل ما يتعلق بكيفية تطبيقها من المصادر الرسمية مثل الموقع الالكتروني للأيزو، أو من خلال الهيئة المصرية للمواصفات والجودة، مع محاولة انتهاجها قدر المستطاع وفق الإمكانيات المتاحة بكل شركة.

- تقييم الأداء الحالي في المؤسسة سواء فيما يتعلق بالإدارة أو الخدمات أو التعامل مع العملاء، كذلك الأداء المتعلق بدعم الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للدولة، وتحديد الأداء المستهدف والفجوة بينهما، مع رسم خطة عمل تشمل دراسة كيفية استغلال واستثمار كل الإمكانيات البشرية والمالية المتاحة بالشركة لمحاولة تحقيق الأداء المستهدف بأسرع وقت وبأقل تكاليف، مع ضرورة عمل نظام داخلي لقياس مدى التطور والاختلاف في الأداء من فترة إلى أخرى.

شهادات ضمان الجودة المحلية في القطاعات الأخرى، وذلك للاضطلاع على أبعاد وكيفية تطبيق هذه الشهادات وأهم معاييرها ونتائج تطبيقها، خاصة أنها كهيئة حكومية يسهل عليها الحصول على كافة هذه البيانات بشكل رسمي.

- إنشاء منظومة متكاملة لإدارة برنامج الشهادة، تضم الأطراف الرئيسية مثل غرفة شركات السياحة والهيئة المصرية للمواصفات والجودة، بالإضافة إلى ممثلين من كافة أصحاب المصلحة المعنيين.

- تعزيز الاتصالات والعمل على توفير الدعم العيني والنقدي لبرنامج الشهادة والشركات المعتمدة، وذلك من مختلف المصادر الوطنية والإقليمية والعالمية.

- وضع استراتيجيات تسويق برنامج الشهادة تستهدف جذب الشركات السياحية للانضمام إلى البرنامج وتوفير الدعم التسويقي والترويجي للشركات المعتمدة.

- إلغاء نظام التصنيف المحلي القائم وتطبيق نظام التقسيم العالمي، ومنح كل شركة المسمى الحقيقي لها كالتالي: الشركات المنوطة بشراء وتجميع الخدمات السياحية وتقديمها في شكلها النهائي كرحلة متكاملة يطلق عليها منظم رحلات؛ الشركات المنوطة بشراء الخدمات السياحية بشكل منفصل أو الرحلات جاهزة من منظم الرحلات يطلق عليها وكالة سفر؛ أما شركات النقل السياحي يطلق عليها ذات المسمى وهي شركة نقل سياحي، مع مراعاة

## ٥. الشهادة المصرية لضمان جودة عمل منظمي الرحلات السياحية

والشهادة هي مستند يتم منحه من قبل منظمة مستقلة - المتمثلة هنا في الهيئة الحكومية المختصة بالإصدار - لتحديد ما إذا كانت الخدمة التي تقدمها مجموعة معينة من المؤسسات - المتمثلة هنا في الشركات السياحية المصرية فئة (أ) - تتوافق مع معايير معينة- المعايير المدرجة في الشهادة المقترحة- بشكل صحيح وبدرجة كافية، وتعتبر الشهادة هي تأكيد وبرهان للتوافق مع هذه المعايير. وفيما يلي معايير الشهادة المقترحة حيث تم تقسيمها في إطار معيارين رئيسيين كالتالي:

### ١-٥ معايير تعزيز القدرة التنافسية لمنظم الرحلات السياحية المصري

يستهدف هذا المعيار تعزيز القدرة التنافسية للشركات السياحية المصرية فئة ( أ )، حيث يؤدي تطبيق الجودة في عمل منظم الرحلات إلى زيادة قدرته التنافسية وتطوير مركزه السوقي، وفي ضوء ذلك تناول المعيار ثلاثة معايير فرعية وهي: معايير جودة العملية الإدارية والخدمات الداخلية، معايير جودة الرحلة السياحية والخدمات الخارجية، ومعايير رضا السائح.

### ٢-٥ معايير دعم التنمية المستدامة بالدولة

يستهدف هذا المعيار أن يكون عمل الشركات السياحية المصرية فئة ( أ ) داعماً لعملية التنمية المستدامة بالدولة حيث لا يمكن أن يتحقق نجاح عمل منظم الرحلات بمعزل عن مساهمته في تنمية المجتمع والحفاظ على البيئة المحيطة بعمله. وفي

- حرص الشركة على التواصل مع عملائها وإنشاء نظام لتقييم مدى رضا العملاء وتقييمهم لجودة الخدمات المقدمة.

- المشاركة في كافة الدورات التدريبية التي تتعلق بجودة الأعمال سواء تلك التي تقدمها غرفة الشركات السياحية ووزارة السياحة، أو الدورات التدريبية التي تقدمها الهيئات الأخرى.

- توفير بيئة أعمال خلاقة ومبتكرة بالشركة وتمكين العاملين ومشاركتهم في اتخاذ القرار قدر الإمكان، والاستفادة من العقول المفكرة ومنحهم مكافآت مادية ومعنوية.

- الاستعداد قدر الإمكان للإنخراط في برنامج الشهادة بمجرد تفعيله، مع العلم أن برامج الشهادات غالباً تتطلب وقتاً طويلاً حتى يتم الاعتراف بها في الأسواق أي أن مردود الاتجاه للتسويق بالشهادة المقترحة يمكن أن يأتي بعد فترة وليس في الوقت الحالي، وبالتالي لا بد أن تسعى الشركات للابتكار والتنافس على أساس التميز في الجودة.

وبعد استعراض أهمية وانعكاسات تطبيق شهادات ضمان الجودة في عمل منظمي الرحلات السياحية مع إثبات نتائجها بنماذج واقعية. وكذلك بعد التأكد من مدى توافر مقومات تطبيق شهادة لضمان جودة عمل منظم الرحلات المصري، انتهت الدراسة بوضع نموذج مقترح لشهادة مصرية متخصصة لضمان جودة عمل منظم الرحلات السياحية تؤدي إلى نجاحه.

ضوء ذلك، تناول المعيار ثلاثة معايير فرعية وهي المعايير الاقتصادية، والمعايير الاجتماعية، والمعايير البيئية.

جدول (٥) معايير الشهادة المقترحة

المعايير الرئيسية	المعايير الفرعية	آليات تطبيق المعايير
معايير تعزيز القدرة التنافسية لمنظم الرحلات السياحية المصري يعتبر منظم الرحلات السياحية مؤسسة اقتصادية تهدف للربح واتخاذ مركز سوقي متميز .	معايير جودة العملية الإدارية والخدمات الداخلية تستهدف هذه المعايير تحقيق الجودة في العمل الداخلي لمنظم الرحلات السياحية سواء من ناحية الإدارة أو الخدمات المقدمة داخل الشركة .	المقر الإداري للشركة : ( الموقع- التجهيزات- المحيط العام بمقر الشركة) التسهيلات: (الأجهزة ووسائل الاتصال - الموقع الالكتروني- مصادر المعلومات داخل الشركة- وسائل الدفع-عملية تقديم الخدمة) العاملين: (قدرات العاملين بالشركة- الدورات التدريبية)
وتستهدف هذه المعايير تحقيق الجودة في العملية الإدارية والرحلات السياحية والتعامل مع العملاء، وهو ما يؤدي إلى تعزيز تنافسية منظم الرحلات.	معايير جودة الرحلة السياحية والخدمات الخارجية تستهدف هذه المعايير تحقيق جودة الرحلة السياحية التي تعتبر هي المنتج الرئيسي لمنظم الرحلات وكذلك جودة كافة الخدمات التي تتم خارج المقر الإداري.	تصميم الرحلة السياحية(التخصص-التنوع- الابتكار) وثائق الرحلة السياحية(عقد الاتفاق-مستندات الرحلة) تنفيذ الرحلة السياحية (الجودة في كافة المراحل-وسائل الانتقالات- الالتزام في التنفيذ)
معايير رضا السائح تستهدف هذه المعايير إدارة المعايير إدارة التعامل مع	معايير رضا السائح (حقوق المستهلك- الاهتمام الشخصي بالعملاء) إدارة رضا السائح (قاعدة بيانات العملاء-التغذية المرتدة) قياس رضا السائح (مؤشرات رضا	حقوق السائح وتحقق رضاه عن أداء منظم الرحلات السياحية.
معايير دعم التنمية المستدامة بالدولة لا بد أن تساهم كافة المؤسسات العاملة بالدولة في دعم استدامتها والحفاظ على مواردها. وتستهدف هذه المعايير تعزيز مساهمة منظم الرحلات السياحية المصري في دفع عجلة النمو الاقتصادي بالدولة.	معايير الاجتماعية تستهدف هذه المعايير تعزيز مساهمة منظم الرحلات السياحية المحلي، واحترام عاداته وتقاليده.	معايير دعم التنمية المستدامة بالدولة
معايير البيئية تستهدف هذه المعايير تعزيز مساهمة منظم الرحلات السياحية المصري في حماية المناطق	معايير البيئية تستهدف هذه المعايير تعزيز مساهمة منظم الرحلات السياحية المصري في حماية المناطق	معايير دعم التنمية المستدامة بالدولة
منظم الرحلات السياحية المساهمة في تعزيز المركز التنافسي للدولة لدى المنظمات العالمية من خلال الالتزام بالمطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها محليًا ودوليًا في مجال الاستدامة، وهو ما يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي على المقصد بأكمله. الرحلة السياحية (التعاون مع موردين محليين في كافة عناصر الرحلة السياحية سواء أماكن الإقامة أو المطاعم أو وسائل النقل) السائح (تشجيع السائح على شراء المنتجات المحلية)	منظم الرحلات السياحية بالمسؤولية المجتمعية، والتأكد من استفادة السكان المحليين من موارد المقصد) الرحلة السياحية (تقديم رحلات تعكس ثقافة وهوية وطبيعة الدولة، تجنب الرحلات التي قد تؤثر على المجتمع أو الثقافة المحلية) السائح (ضرورة توعية العملاء وفرض قواعد وإرشادات لاحترام المقصد السياحي وعاداته وتقاليده، وضمان السلوك المسؤول تجاه المواطنين)	منظم الرحلات السياحية المساهمة في تعزيز المركز التنافسي للدولة لدى المنظمات العالمية من خلال الالتزام بالمطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها محليًا ودوليًا في مجال الاستدامة، وهو ما يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي على المقصد بأكمله. الرحلة السياحية (التعاون مع موردين محليين في كافة عناصر الرحلة السياحية سواء أماكن الإقامة أو المطاعم أو وسائل النقل) السائح (تشجيع السائح على شراء المنتجات المحلية)
منظم الرحلات السياحية المساهمة في تعزيز المركز التنافسي للدولة لدى المنظمات العالمية من خلال الالتزام بالمطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها محليًا ودوليًا في مجال الاستدامة، وهو ما يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي على المقصد بأكمله. الرحلة السياحية (التعاون مع موردين محليين في كافة عناصر الرحلة السياحية سواء أماكن الإقامة أو المطاعم أو وسائل النقل) السائح (تشجيع السائح على شراء المنتجات المحلية)	منظم الرحلات السياحية بالمسؤولية المجتمعية، والتأكد من استفادة السكان المحليين من موارد المقصد) الرحلة السياحية (تقديم رحلات تعكس ثقافة وهوية وطبيعة الدولة، تجنب الرحلات التي قد تؤثر على المجتمع أو الثقافة المحلية) السائح (ضرورة توعية العملاء وفرض قواعد وإرشادات لاحترام المقصد السياحي وعاداته وتقاليده، وضمان السلوك المسؤول تجاه المواطنين)	منظم الرحلات السياحية المساهمة في تعزيز المركز التنافسي للدولة لدى المنظمات العالمية من خلال الالتزام بالمطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها محليًا ودوليًا في مجال الاستدامة، وهو ما يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي على المقصد بأكمله. الرحلة السياحية (التعاون مع موردين محليين في كافة عناصر الرحلة السياحية سواء أماكن الإقامة أو المطاعم أو وسائل النقل) السائح (تشجيع السائح على شراء المنتجات المحلية)
منظم الرحلات السياحية المساهمة في تعزيز المركز التنافسي للدولة لدى المنظمات العالمية من خلال الالتزام بالمطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها محليًا ودوليًا في مجال الاستدامة، وهو ما يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي على المقصد بأكمله. الرحلة السياحية (التعاون مع موردين محليين في كافة عناصر الرحلة السياحية سواء أماكن الإقامة أو المطاعم أو وسائل النقل) السائح (تشجيع السائح على شراء المنتجات المحلية)	منظم الرحلات السياحية بالمسؤولية المجتمعية، والتأكد من استفادة السكان المحليين من موارد المقصد) الرحلة السياحية (تقديم رحلات تعكس ثقافة وهوية وطبيعة الدولة، تجنب الرحلات التي قد تؤثر على المجتمع أو الثقافة المحلية) السائح (ضرورة توعية العملاء وفرض قواعد وإرشادات لاحترام المقصد السياحي وعاداته وتقاليده، وضمان السلوك المسؤول تجاه المواطنين)	منظم الرحلات السياحية المساهمة في تعزيز المركز التنافسي للدولة لدى المنظمات العالمية من خلال الالتزام بالمطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها محليًا ودوليًا في مجال الاستدامة، وهو ما يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي على المقصد بأكمله. الرحلة السياحية (التعاون مع موردين محليين في كافة عناصر الرحلة السياحية سواء أماكن الإقامة أو المطاعم أو وسائل النقل) السائح (تشجيع السائح على شراء المنتجات المحلية)

الطبيعية، والحد من الآثار السلبية للأنشطة السياحية على البيئة المحيطة	وقواعد مدونة السلوك) السائح (توفير إرشادات للسائحين تجاه البيئة، عن كيفية الحفاظ على النظم الإيكولوجية ومراعاة الحياة البرية)
---	--

- الالتزام بكافة التشريعات والقوانين المعمول بها في الدولة سواء المتعلقة بالنشاط السياحي أو القوانين العامة، والالتزام بالمتطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها محليًا ودوليًا في مجال الجودة.

تستهدف هذه الشهادة المقترحة التحكم في جودة عمل منظمي الرحلات السياحية في مصر بشكل فعلي وواقعي على أساس هذه المعايير. وهو الأمر الذي يتطلب ويستلزم تنفيذًا على المستوى الوطني، وتعاونًا على المستوى الوطني والإقليمي والدولي للاستفادة من كافة الخبرات في مجالي الجودة والسياحة، والعمل على تطبيق البرنامج بشكل يحقق النتائج المرجوة منه.

## ٦. المقترحات للأبحاث المستقبلية

سعت هذه الدراسة لمحاولة إبراز أهمية شهادات ضمان الجودة في نجاح عمل منظمي الرحلات السياحية، وانتهت الدراسة بمحاولة صياغة نموذج مقترح للتطبيق في مصر، إلا أن هذه الدراسة تمثل جانب بسيط من جزء كبير في التشابك والتعقيد، لذا تبقى الدراسة مفتوحة لتناول جوانب أخرى تستحق البحث والدراسة ومنها:

ولتحقيق فعالية تطبيق الشهادة المقترحة والوصول إلى النتائج المتوقعة منها، لابد من مراعاة بعض النقاط الهامة وهي:

- تقييم مستوى الجودة الفعلية لخدمات الشركات السياحية المصرية من خلال النماذج المتعارف عليها مثل سيرفكوال.
- تقييم إمكانية تطبيق شهادة TEDQUAL على المؤسسات التعليمية المصرية، وهي شهادة أسستها منظمة السياحة العالمية لتحقيق الجودة في مجال التعليم السياحي، باعتبار أن التعليم هو بداية نجاح تطبيق أي فكرة في أي مجال.

- أن تكون شهادة ضمان الجودة المصرية لا تقل عن غيرها من الشهادات المطبقة في الدول الأخرى من ناحية القدسية والشفافية والحيادية.
- أن يتم تطبيق المعايير تدريجيًا، بحيث يكون هناك حد أدنى لتطبيق المعايير، وهو ما يخلق مناخ من التنافس الإيجابي بين الشركات السياحية لمحاولة تحقيق مستوى تصنيف أعلى.

## المراجع

- أحمد ممدوح حلمي ( ٢٠٠٥ ). أنواع الشركات السياحية والأعمال التي تقوم بها . الجيزة: هلا للنشر والتوزيع.
- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة ( ٢٠١٧ ). تقرير مجلس ادارة الغرفة لعام ٢٠١٧. التقرير السنوي لغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة.

- أن تكون هناك معايير إلزامية يستوجب استيفاؤها وهي تتعلق بالصحة والسلامة والحفاظ على البيئة، ومعايير أخرى اختيارية تتدرج الشركات في تلبيتها بقدر إمكانيات واتجاهات كل شركة مثل الرحلات الإبتكارية.

- Accommodations (FEMATOUR). *European Commission commissioned study Amsterdam: CREM and CH2MHILL, August 2000.*
- Curtin, S. and Busby, G. (1999) Sustainable destination development: the tour operator perspective. *International Journal of Tourism Research* (1): 135-147 .
  - Eraqi, M. (2006) .Tourism Services Quality (TourServQual) in Egypt, the Viewpoints of external and internal customers', Benchmarking. *An International Journal BIJ*, ( 13).
  - Eraqi, M. (2008). Quality Management Systems in Tourism Companies: the Case of Travel Agencies in Egypt. *Int. J. Business Excellence*, 2008.
  - Eriksen, J. (2007). Blue Flag and Green Key Eco-labels. *Scientific paper Global tourism Conference*, Oslo, Norway.
  - Felipe, H. (2016). Entrepreneurial Orientation in Hotel Industry: Multi-group Analysis of Quality Certification. *Journal of Business Research*, 69(10), 4714-4724.
  - Font, X. and Buckley, R.(2001) .Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management Wallingford. England: CABI Publishing.
  - Hardjono, S.; Ten, S. (1997). The European Way to Excellence. How 35 European Manufacturing, Public and Service Organizations Make Use of Quality Management, Directorate-General III Industry, *European commission*, Brussels.
  - Hagler, B. (1999). Assessment of Voluntary International Environmental Certification Programs. Jamaica : prepared for Jamaican Hotel and Tourist Association.
  - H.I.S (H.I.S Group) (2017). Corporate Social Responsibility Report. 2017. *H.I.S company limited, Tokyo, Japan*.
  - Huang, L., chi, A. and Evonne, Y. (2011). How do Travel Agencies Obtain a Complete Advantage? Through a Travel Log Marketing Channel. *Journal of Vacation Marketing* 17, (2), 139-149.
  - INTA (international trademark association) (2014). Seoul Pre/Post Meeting Trip, 36th Annual meetings, 10-14 May 2014.
  - JATA (Japan Association of Travel agents) (2016). Outline of the JATA Quality Assurance System for Tour Operators., *JATA news release, April 20, 2016*.
  - JATA (Japan Association of Travel agents) (2017). Survey of Travel Market Trends. *JATA 2017. September 2017. 17-26*.
  - Jayne, M.R. and Skerratt, G. (2003). Socially Responsible Investment in the UK – Criteria that are Used to Evaluate Suitability. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 10(1), 1-11.
  - Alonso, M. & Rodríguez, M. (2012). Motivations and Impacts in the Firm and Stakeholders of Quality Certification: Evidence from Small- and Medium-Sized Service Enterprises.
  - Augustyn, M.M. (1998). The Road to Quality Enhancement in Tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. (4), 145-158.
  - Bagur,L(2015). The Adoption of Quality Management Practices and their Impact on Business Performance in Small Service Companies: The Case of Spanish Travel Agencies.*Serv. Bus.* 2015,( 9), 57–75.
  - Bangkok Post. (2016). 4 Q Certification for Quality tourism Operators. *Bangkok Post Reports*, PUBLISHED : 27 DEC 2016.
  - Barry, L. and Mak, C. (2014). Perception of ISO 9000 Certification: Management Bass, S., Perspective of Travel Agencies in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 19(10), 1207-1227.
  - Behara, R. and Gundersen, D. (2001). Analysis of Quality Management Practices in Services. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 18( 6).
  - Bein, A. (2005) .Marketing Strategy for Sustainable and Ecotourism Certification. USA: Center for Eco Tourism and Sustainable Development.
  - Berry, L. Zeithaml, V. and Parasuraman A. (1990). Five Imperatives for Improving Service Quality. *Sloan Management Review*, 29-38.
  - Black, R. and Crabtree, A. (2007). Quality Assurance and Certification in Ecotourism. Ecotourism Series. England: Wallingford, CABI.
  - Blumer, A. (2007). Ecotourism Certification in Romania – a Tool for Nature Conservation and Responsible Marketing. Oslo, Norway: Scientific paper Global tourism Conference.
  - Budeanu ,A . ( 2005) . Impacts and Responsibilities for Sustainable Tourism: A Tour Operator's Perspective. Lund, Sweden: international institute for industrial environmental economics , Lund University.
  - Buttle, F. (1997). ISO 9000: Marketing Motivations and Benefits, *International Journal of Quality and Reliability Management*, (9), 936-947.
  - Chester, G. and Crabtree, A. (2002) Australia: the Nature and Ecotourism Accreditation Program Ecotourism and Certification: Setting Standards in Practice (ed. M. Honey). *Island Press, Washington*, 161-186.
  - Cospar (2017). Korea Tour guide. Retrieved from [http://www.cospar2017.org/newsletter/201709/Korea\\_Tour\\_Guide.pdf](http://www.cospar2017.org/newsletter/201709/Korea_Tour_Guide.pdf).
  - Crem, M.(2000) .Feasibility and Market Study for a European Eco-label for Tourist

- Rivera, J. (2002). Assessing a Voluntary Environmental Initiative in the Developing World: *The Costa Rican Certification for Sustainable Tourism Policy Sciences*. 35(4):333-360.
- Rome, A. (2005). Current Range of Incentives offered to Businesses by 'Green' Certification Programs and Quality-ratings Systems. *Rainforest Alliance, February 2005*.
- Sanders, E.(2004). What Businesses Seek from Certification and the Range of Incentives that Governments, NGOs, Trade Associations, and Others Could Offer. *Rainforest Alliance, October 2004*.
- Sansidahrn, V., Sirakayab, E. and Kerstettera, D. (2002). Developing Countries and Tourism Ecolabels. *Tourism Management 23(2): 161-174*
- Singh, S. (2019). Recognizing sustainability in tourism . Asia-Pacific Economic Cooperation..26, Feb 2019.
- Steven, K. (2012). Sampling. John wiley & sons, INC.
- Tan, C. (2016). Perceived quality of visit and foreign tourists' satisfaction in Malaysia. UK: Academic world international conference Edinburg.
- Testa, M.& Sipe, L. (2012). Service-Leadership Competencies for Hospitality and Tourism Management. *Int. J. Hosp.Manag. 2012, 31, 648-658*.
- UNEP (United Nations Environment Programme) (1998). Industry and Environment, Ecolabels in the Tourism Industry , *United Nations, France, 92-807-1708-1*.
- UNEP (2006) (United Nations Environment Programme) .Tourism Certification as a Sustainability Tool: Assessment and Prospects. *United Nations , France, January 2006*.
- Vicente, J. (2005). Demand for certification: tourist industry and marketing experts. *Rainforest Alliance, September 2005*.
- VSN (Visit Seoul Net) (2018). Seoul tourism certification program. *retrieved from <https://english.visitseoul.net/Seoul-Quality3/Why-is-the-Certification-Program-important/9475?curPage=1>, accessed on 31th Mar 2018*.
- JTB (Japan Tourist Bureau) (2019). Tourism Statistics Highlights. *Retrieved from <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/>, accessed on 24th May 2019*.
- Junio M., Kim J., and Lee T. (2017). Competitiveness Attributes of a Medical Tourism Destination: The Case of South Korea with Importance-performance Analysis. *J Travel Tour Mark, 34, 444-460*.
- Kim, K & Uysal, M. (2013). How Does Tourism in a Community Impact the Quality of Life of Community Residents? *Tour. Manag. 2013, 36, 527-540*.
- Lam, T. and Zhang H. (1999). Service quality of travel agents: the Case of Travel Agents in Hong Kong. *Tourism Management, 20 (3), 341-343*.
- Mak, B. (2011). ISO Certification in the Tour Operators System. *International Journal of Contemporary Hospitality management. 23 (1), 115-130*.
- Mane, P.; Ogand, P. and Amberkar, N. (2017). Quality management System at Residential Construction: A Questionnaire survey. *International Journal of research in Engineering, science and technologies, May 2017, ISSN 2395-6453*.
- Matsui, Y. (2018). Contribution of Quality Management Practices to Sustainability Performance of Vietnamese Firms. *Sustainability 2018, 10, 375*.
- Mette , A. (2001). Research and concepts Quality in Tourism through the Empowerment of Tourists. *Managing Service Quality. Tourism Management, 11(4), 287-295*.
- Milan, A. and Esteban, A. (2004). Development of a Multiple Item scale for Measuring Customer Satisfaction in Travel Agencies Services. *Tourism Management. 25, 533-546*.
- Mino, I. (2019). Mediterranean Sustainable Tourism Convention 2019. Barcelona, 5-7 Jun 2019.
- Murphy, P., Pritchard, M. & Smith, B. (2000). The Destination Product and its Impact on Traveler Perceptions. *Tourism Management, 21, 43-52*.
- Nam, C. (2016). Challenges and opportunities for the South Korean Tourism. *Asia Pacific Journal of tourism research, 21, 2016, 5, 524-540*.
- Pileliene, L. and Simkus, A. (2012). Tour Operators Service Quality Evaluation Model. ISSN1392-1142 *Vadyba Organization, sisteminiai Tyrimai: 2012, 61*.
- Ryan, C., and Cessford, G. (2003) . Developing a Visitor Satisfaction Monitoring Methodology: Quality Gaps, Crowding and Some Results. *Current Issues in Tourism, 6(6),. 457-507*.



# **The Role of Quality Assurance Certificates in the success of Tour Operator's Work in Egypt**

**Zeinab Yousry Abd-Elaal Ali Ibrahim**

Researcher, Tourism Studies Department, Faculty of Tourism& Hotels, Alexandria University

**Hanan El-Assar**

Prof., Tourism Studies Department, Faculty of Tourism& Hotels, Alexandria University

**Nashwa Fouad**

Prof., Tourism Studies Department, Faculty of Tourism& Hotels, Alexandria University

**Noha Kamel**

Lecturer, Tourism Studies Department, Faculty of Tourism& Hotels, Alexandria University

## **Abstract**

The main objective of the quality assurance certificates is to help tourism organizations to understand all issues related to the quality. This certificate could guide organizations' efforts, financial resources and human capabilities to develop the quality of their business in tourism competitive environment. It also helps them supporting the dimensions of sustainable development in the tourist destination. However, the tour operator is facing many challenges that cannot face alone in order to obtain a quality assurance certificate. This is due to the small size of human and financial potentials compared to the huge tourist sectors such as hotels and airlines. This has led many tourist destination governments to design programs specialized Quality certificate program for tour operators by activating partnerships with other stakeholders using a combination of funding mechanisms such as responsible government agencies or NGOs.

In the light of that, this study aimed at identifying all the possibilities and potentials available for the Egyptian tour operators to present a proposal for a specialized certificate program that suits the circumstances of the country and the Egyptian tourism companies, which is reflected positively on all parties in the tourism process.

On the other side, the applied study reviewed the current situation of the tour operators' work in Egypt as regards the application of a specialized quality assurance certificate in their work. The study was done by adopting a mixed qualitative and quantitative methodology approaches: 1. questionnaires were distributed to managers in the tourism companies' category (A) to identify the most important elements that enable them to obtain a quality assurances certificate. 2. Interviews were conducted with managers in some Egyptian Governmental Authorities to get their views on the application of this certificate.

The study results indicate that most tourism companies possess the principles of quality management systems, which are considered the basis for obtaining a quality assurance certificate. Also, it ended with the presentation of a proposed model for a specialized certificate to ensure the quality of the Egyptian tour operators' work.

**Keywords:** Tour Operator, Quality Assurance Certificate, Egypt.