

الفصل التاسع

الشركات ومنظمو
الرحلات السياحية
ودورها في خدمات
النقل السياحي العالمي

obeykash.com

المطلب الأول

الشركات ومنظمو الرحلات السياحية

الشركات السياحية هي قسم من الأقسام المهمة للقطاع السياحي ولها مسألة خاصة وعمليات متنوعة وشكل مميز لطبيعة العملية الإنتاجية فيها.

عدد من المتخصصون يقولون أن الشركات السياحية تكون في المقام الأول العامل الملائم لزيادة معدل السفر من أجل السياحة الداخلية والخارجية وتطور السياحة في الوقت الراهن وفي المستقبل لا يمكن أن يتم بدون وجود هذه الشركات السياحية وهو صلة الربط بين السائح وبقية المنشآت السياحية الأخرى فهي من جهة توجد لغاية توفير المعلومات ومساعدة السواح خلال تنظيمهم وتحقيقهم لعملية سفرهم. ومن جهة ثانية أنها تقوم بعمل الدعاية للأماكن السياحية وتبيع صناعة المنشآت الأخرى مثل المواصلات وصناعة الفنادق من مناهٍ وطعامٍ وترفيه وخدمات وبضائع أخرى⁽¹⁾.

1- تعريف الشركة السياحية: هي عبارة عن مؤسسة خدمات تقدم كل أو بعض الأعمال السياحية الآتية⁽²⁾:

1- شركة سياحية (A): تقوم بتنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل البلد أو خارجها وفقاً لبرامج معينة. وتقوم بتنفيذ كل ما يتصل بها من نقل وإقامة وما يلحق بها من خدمات مثل حجز طيران

- حجز فنادق - إيجار سيارات - الطيران - إرشاد سياحي - نقل سياحي.

2- شركة سياحية (B): تقوم ببيع أو صرف تذاكر السفر وحجز الفنادق ونقل الأمتعة وحجز تذاكر وسائل النقل المختلفة وكذلك التوكيل عن شركات الطيران

1 - العدوان السكر ، مروان - 1995 - إدارة وكالات وشركات السياحة والسفر - سلسلة الاقتصاد السياحي ، دار مجدلاوي ، الجزء الرابع ص7.

2- أحمد ممدوح حلمي، أنواع الشركات السياحية، هلا للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001، الجيزة، ص23.

والملاحة وشركات النقل الأخرى.

3- شركة سياحية (C): تقوم بتشغيل وسائل النقل المختلفة من برية وبحرية وجوية ونهرية لنقل السائحين. كشركة للنقل السياحي.

2- أنواع الشركات السياحية:

1- شركات يرخص لها مباشرة جميع الأعمال السياحة السابقة الذكر. وهي تتدرج تحت مسمى شركة سياحية (A).

2- شركات يرخص لها بالقيام بالأعمال الموجودة في البند (2) شركات سياحية (B) في بيع وصراف تذاكر السفر والتسويق فقط للبرامج السياحية.

3- شركات يرخص لها في تشغيل وسائل النقل فقط من برية وبحرية... إلخ. وتتدرج تحت مسمى شركة سياحية (C).

3- التراخيص الخاصة بمزاولة الأعمال السياحية:

لا يجوز مزاولة أي نشاط سياحية لأية شركة سياحية إلا بعد الحصول على ترخيص بذلك من وزارة السياحة. بإتباع الإجراءات التالية:

1- التقديم بطلب للإدارة العامة للشركات السياحية بوزارة السياحة به البيانات التالية:

أ- نوع الشركة.

ب- نوع العمل السياحي الذي تزاوله الشركة السياحية.

ت- أسماء الشركات وعناوينهم وأرقام بطاقاتهم.

ث- اسم الشركة.

ج- مقر الشركة.

ح- اسم المدير المسؤول عن الشركة مع توضيح خبرته السياحية.

خ- رأس المال.

2- أداء رسوم الترخيص نقداً أو بشيك باسم وزارة السياحة ويختلف مقداره تبعاً لنوع شركة السياحة.

3- تقدم الإدارة العامة للشركات السياحية بإخطار مقدم الطلب وبعد موافقة جهات الأمن بما يلي:

- أ- صورة من عقد تكوين الشركة وملخصة المسجل المشهر.
- ب- صورة من صحيفة قيد الشركة بالسجل التجاري.
- ت- صورة من صحيفة الناشرة.
- ث- ميزانية افتتاحية موقعه من محاسب قانوني.
- ج- إيصال سداد التأمين المنصوص عليه في القانون.
- ح- صحيفة الحالة الجنائية للشركات المتضامين والمدير المسئول والعاملين.

4- البرنامج السياحي (Tour Package):

وهي عبارة عن تشكيلة واسعة من الخدمات السياحية تتضمن النقل والإقامة ووسائل الراحة والتسلية وخدمات أخرى مكمل للسياح. ولا تنجح أية سياحة بدون برنامج سياحي يتمتع به السائح ويحجز له مسبقاً أو عند وصوله البلد المعين. وهذه البرامج تشمل زيارات الأماكن الأثرية والتاريخية والطبيعية والمتاحف بالإضافة إلى خدمات مكمل مثل المحلات والأسواق والمعارض.

البرنامج الخاص بالرحلة المتكاملة: يشمل الخدمات السياحية التالية:

- 1- خدمات النقل من مواقع الإقامة الدائمة للسياح إلى المواقع السياحي وبالعكس.
- 2- خدمة الإيواء من الفنادق - والقرى السياحية والمخيمات والموتيل.
- 3- خدمات الطعام والشراب بواقع ثلاث وجبات تقريباً.
- 4- خدمات تكميلية مثل المرشدين السياحيين - مندوبين - مرافقين لتخليص إجراءات خاصة بالمسافرين السياح. أو خدمات متصلة بأنواع الخدمات السالفة الذكر.

الفوائد الخاصة بالرحلة المتكاملة ومميزاتها:

- 1- تقلل مشاكل اللغة للسياح وذلك بمراقبة دليل للسائح من خلال الترجمة وتقديم خدمات أخرى للسائح.
- 2- غير مكلفة نسبياً وذلك بسبب الأسعار المخفضة للسفر المجموعة أفضل من السفر الفردي.
- 3- سهولة الحجز وضمانه والنقل الآمن.
- 4- أمان السائح خلال السفر مع المجموعة.
- 5- الاقتصاد في الجهد والوقت الذي يبذله السائح في سبيل الحصول على الحجز.
- 6- توطيد العلاقات الاجتماعية والثقافية مع المجموعة.

الخدمات الواجبة على منفذ الرحلة المتكاملة:

- توفير النظام الخاص بشكل الرحلة المتكاملة.
- تقليل التكلفة الإجمالية للرحلة السياحية والقيام بعمل خصم خاص على المشتريات الضخمة.
- والعمل على لقاء السائح واستقباله عند الوصول وتوديعه في المغادرة .
- مرافقة السياح إلى أماكن الإيواء والجولات السياحية.
- تأمين عملية نقل الأمتعة.
- التأمين على السفر وتأجير السيارات وحجز المقاعد للنقل وحجوزات الفنادق والمرشدين السياحيين.

أنواع البرامج السياحية تحدد من خلال:

1- الغرض من الرحلة (الدافع).

2- الفئة الموجهة إليها (لمن).

3- السوق السياحية (الدول المصدرة للسياح والبلد المحلي).

الغرض من الرحلة:

دافع ديني - دافع ترفيهي استطلاعي - دافع علاجي - دافع اقتصادي...إلخ.

الفئة الموجهة إليها الرحلة:

رجال أعمال - مهندسين - عمال - أطباء - شباب - كبار - السن...إلخ.

5- السوق السياحية:

وتشمل المقومات السياحية الموجود في البلد السياحي وعوامل الجذب بها والدول المصدرة لسياح والسماوات الخاصة بتلك المجتمعات والعوامل المساعدة على زيادة الدافع السياحي لديهم. ومن العوامل لزيادة الطلب السياحي والواجب الأخذ بها عند تخطيط برنامج سياحي هي:

1- الأسعار.

2- الدخل.

3- طبيعة السكان من حيث العمر والجنس والحالة الاجتماعية وعدد الأطفال والمهنة ووقت الفراغ والوسائل التسويقية والتكنولوجيا والمستوى التعليمي والثقافي والاستقرار السياسي والأمني وسعر صرف العملة وإجراءات الرحلة السياحية.

6- المقومات السياحية الواجب توافرها في البلد السياحي:

1- المقومات الطبيعية:

وتشمل الأرض من حيث الموقع والمساحة والشكل من جبال وهضاب وتلال وسهول ووديان والمناخ المتمثل في درجة الحرارة والرطوبة والرياح والأمطار والثلوج...إلخ والمياه الجوفية والمعدنية والنهار والبحيرات والشلالات.. إلخ.

والحياة النباتية والحيوانية ومناطق الجمال الطبيعي.

2- المقومات البشرية:

وتشمل السكان من حيث العدد والسمات والملاح المميزة والعمالة الماهرة والقدرات والتدريب وروح الاستقبال والضيافة ومشاعر الود والاحترام والأمان والاستعداد لخدمة السياح وعدم الاستغلال. والثروة الثقافية والتراثية والأحداث والمناسبات ومراكز العلم والمعرفة.

3- مقومات مساعدة وتكميلية:

تشمل المرافق والخدمات العامة وسبل التنقل من النقل البري والجوي والبحري والجبلي وخدمات الاتصالات والخدمات الطبية، والمرافق والخدمات التخصصية والإيواء وتجهيز الطعام والشراب.

ويمكننا وصف منتجي الرحلات بأنهم بائعو جملة حيث يقوموا بشراء كميات كبيرة ثم بيعها بكميات أصغر ولكن منتجي الرحلات يقومون ولو شكلياً بتغيير المنتوجات المباعة وذلك عن طريق رزما كمنتج جديد.

7- المنتج (منتجي الرحلات): يمكن تعريف منتج الرحلة على أنه" الشخص الذي يقوم بخلق الرحلة المرزومة".

إن قيمة منتجي الرحلات تكمن في قدرتهم على القيام بعمل خصومات Discounts من خلال المشتريات الضخمة وجمع رزمة ملائمة ومتقنة الصنع وبيعها للمستهلكين ويطلق على الرحلة المتكاملة رحلة مرزومة (رحلة إجمالية) (P.t) حينما يكون النقل بأي واسطة عدا النقل بالطائرة ورحلة شاملة (I.T) حينما يكون النقل بالطائرة فقط.

8- أنواع منفذي (منتجي) الرحلات:

نتيجة تطور السياحة، وتعدد الأنماط السياحية التي ينشدها السائح، فقد ظهر أنواع من منفذي الرحلات وذلك لكي يستطيعوا إشباع تلك الأنماط السياحية المختلفة وبصورة عامة يمكن تقسيم منفذي الرحلات إلى:

1- **منتجو السوق الكلي:** وهم الذين ركزوا نشاطاتهم على مناطق قصد السوق الجماهيرية الأكثر شعبية أنهم يقومون بعمل الترتيبات الخاصة بالسياحة المغادرة وعدد منهم مرتبطون مع خطوطهم الجوية الخاصة ببلدهم.

2- **المنتجون المتخصصون:** وهم أقل شهرة من منتجي السوق الجماهيرية لكنهم أكثر بكثير عددياً. وهم يمكن أن يتراوحوا بين وكلاء السفر المحليين الذين ينظمون برحلات ذات أغراض خاصة من (20-30) مسافر وينقسموا إلى خمسة أصناف.
أ- منتجون يقدمون رحلات شاملة إلى مناطق قصد معينة وهم عادة ممتلكين أو لديهم ارتباطات قوية مع شركات منطقة القصد السياحي.

ب- منتجون يقدمون رحلات مرزومة من مناطق مولدة معينة وهم يمكن أن يكونوا ممتلكين من وكلاء سفر مسجلين ويمكن إيجاد هؤلاء المنتجين في أي مدينة كبيرة.

ج- منتجون يستخدمون إقامة خاصة لرحلاتهم مثل عطلة التخميم وغيرها.

د- منتجون يستخدمون نقل معين لرحلاتهم كالحافلات فقط أو السفن فقط وهم عادة ممتلكين من قبل الناقلين.

هـ- منتجون يقومون برحلات ذات اهتمام خاص مثل نزهة بحرية يقوم بها الشخص نفسه.

3- **المنتجون المحليون:** وهم الذين يقومون بجمع وبيع رحلات كاملة وبيعها إلى مناطق داخل القطر الذي يعيش فيه السياح، والعديد منهم قد تجمعوا على شكل اتحاد لبيع العطل الكاملة الداخلية من خلال وكلاء السفر .

4- **منتجو الرحلات القادمة :** وهم يركزون في منطقة القصد السياحي وبييعون الرحلات الكاملة لمنطقة القصد تلك فقط لكنهم يمكن أن يبيعوا في عدة بلدان مختلفة ويقومون ببعض أو كل الأعمال الخاصة بتنظيم الرحلة للمجاميع القادمة أو متخصصون في لقاء المسافرين القادمين ونقلهم إلى فنادقهم أو تزويدهم بخدمات المرافقة. أو التفاوض مع شركات النقل السياحي والفنادق والقرى السياحية لتقديم أفضل الأسعار وتقديم ترتيبات الطعام والجولات. بالإضافة إلى إشباع حاجات

مجاميع قادمة ذات مواصفات واهتمامات ومتطلبات خاصة. سواء بمجمل الإقامة أو نوع الطعام أو الطقوس الدينية...إلخ .

9- مهارات منتجي (منفذي) الرحلات:

يجب أن تتوفر عدة مهارات لدى منتج الرحلة ومنها:

1- له القدرة واستعداد على تحمل المسؤولية كاملة من بداية الرحلة حتى نهايتها.

2- له القدرة و كفاءة إدارية.

3- له القدرة على البيع.

4- له القدرة على التخطيط المستمر و الثابت للمستقبل.

5- لديه الموهبة تصور جميع تفاصيل الرحلة خطوة خطوة.

6- لديه القدرة على توقع التغيرات في الأسواق.

7- لديه القدرة على العمل تحت قدر كبير من الضغط.

8- لديه معرفة جيدة بجغرافية المناطق السياحية و خاصة الأكثر شعبية في العالم.

9- لديه القدرة على الربط بين حاجات ورغبات المستهلكين وبين مناطق القصد.

10- لديه معرفة ولو كانت محددة بالجوانب المالية وخاصة بتكاليف الرحلة.

10- التكلفة الخاصة بالرحلة المتكاملة:

إن السياحة منتج حساس اتجاه الأسعار وأيد العاملين الأساسيين في تحديد سعر الرحلة هما:

1- تكلفة الإقامة وتكلفة الوجبات في منطقة القصد السياحي والمتأثرة بمعدلات تبادل العملة بين البلد الأصلي للسائح ومنطقة القصد خاصة في الرحلات الخارجية.

2- تكلفة النقل الجوي أو أي نقل آخر.

التكلفة الكلية للرحلة المتكاملة

الحصة من التكلفة %	نوع الخدمة
40%	النقل
35%	الإقامة والوجبات
5%	الجولات والدليل
10%	عمولة وكيل السفر
10%	ريح
100%	مجموع السعر الكلي

هناك مصادر أخرى يحقق منها منتجي الرحلات دخلاً أو عائداً إضافياً:

أ- استثمار الأموال الناتجة من فترات الزمن التي تحدث بين دفع الزبائن لعطلتهم أو رحلتهم. وتعهدهات منتجي الرحلة لتصفية حساباتهم حيث أن الفائدة المتحصلة من هذا الاستثمار تكون مساوية للريح المتحقق من بيع الرحلة المتكاملة نفسها.

ب- الغرامة المفروضة عند الإلغاء والتي تعتبر ربحاً عالياً وقد لا يحصل على أي عائد إذا ألغى الرحلة قبل فترة قصيرة جداً من تنفيذها.

ت- الشراء المسبق والمدرّوس للعملة الأجنبية في الأوقات التي يكون بها معدلات التبادل مناسبة.

ث- بيع الرحلة المتكاملة إلى الزبون وتجنب دفع عمولة إلى وكيل السفر.

11- مراحل تسويق الرحلة المتكاملة:

تتم من خلال أربعة مراحل:

1- تخطيط الرحلة وتحضيرها.

2- تسعير الرحلة.

3- ترويج الرحلة.

4- توزيع الرحلة.

أولاً: **تخطيط الرحلة:** إن عملية وضع برنامج سياحي لرحلة لمنطقة ما يجب أن يوضع قبل فترة طويلة من بدء الرحلة. والمدة الكافية لتلك الفترة هي سنتان تقريباً قبل عملية التشغيل الفعلي للرحلة وبصوره عامة عند التخطيط لوقت الرحلة يجب أولاً تحديد تاريخ الانطلاق أو تنفيذ الرحلة تراجعياً.

ويبدأ تحضير الرحلة بإعداد بحوث عن السوق وتتم عن طريق منظمات بحثية متخصصة أو العمل على القيام بدراسة السوق وحركات السائح والعمل على دراسة المنافسين ووضعهم في السوق.

ثم يتم وضع التفاصيل الخاصة بالرحلة مثل تواريخ المغادرة طول فترة الرحلة أنواع خدمات النقل والخدمات الأرضية. هذه التفاصيل يمكن أن تحدث قبل (14-18) شهراً من التشغيل الفعلي للرحلة. كما يتم التفاوض على كافة الخدمات المقدمة وغالباً ما يتم التوقيع عليها، ولا يقوم المنتج بالدفع الفعلي إلا بعد أن يتم تنفيذ الرحلة فعلياً وإكمالها. وبذلك قد تم وضع البرنامج قبل (12-14) شهر قبل عملية التنفيذ الفعلي.

ثانياً- **تسعير الرحلة:** حيث يتم العمل على الوصول إلى سعر الرحلة عن طريق أرقام التكلفة الفعلية المتفاوض عليها ثم إضافة مبلغ إضافي لتغطية المصاريف العامة (الريح) وعلى حسب عدد المسافرين المتوقع أن هذا المبلغ الإضافي يمكن أن يعبر عنه أما بنسبة من التكلفة الكلية والذي يجب أن يعكس الوقت والعدد والجهد المرتبط بعملية تنظيم الرحلة.

ثالثاً- الترويج للرحلة: هذا الجانب الأكثر أهمية لنجاح الرحلة فالهدف الأساسي هو الحصول على أوسع توزيع للكراسي والأماكن المحجوزة بالرحلة وبالتالي الحصول على الأكبر عدد من الحجوزات وبصورة عامة يعتمد برنامج الترويج على حجم بائع قطاعات السوق المستهدفة. وعموماً فإن جميع البرامج الترويجية تتضمن:

أ- توزيع الكراسيات إلى بائعي التجزئة.

ب- إعلان في المنشورات السياحية.

ج- بيع الشخصي.

د- تعاقد مع بائعي الجملة.

أ- توزيع الحصص: وتتضمن عملية توزيع الحصص الخاصة بالرحلة إلى جميع منفي الرحلات بالتجزئة والذين عملوا مع المنتج سابقاً وتعتبر هذه هي الأداة الأكثر حيوية لمنتج الرحلة باعتباره المنتج السياحي غير ملموس ويجب شرائه دون معاينة وعلى أسس معرفية قليلة لذلك فإن الحصص هي الوسيلة الرئيسية لتعريف المستهلكين.

ب- إعلان: وتشمل الإعلان بالصحف والمجلات العامة والمتخصصة بالسفر والسياحة إضافة إلى الإعلان إلى السياح المحتملين.

ج- البيع الشخصي: تقوم شركات السياحة (بائعو الجملة) بتوظيف ممثلي مبيعات يقومون على البيع الشخصي لعروض الرحلات السياحية إلى شركات التجزئة الذين يعتبرون أفضل بائعي الرحلات.

د- تعاقد مع بائعي الجملة: بسبب التكلفة العالية للتوزيع فإن شركات الجملة في مكان معين يمكن أن يستخدموا شركات جملة في مكان آخر لتوزيع رحلاتهم في المنطقة نظير أجر معين.

وبصورة عامة فإن مرحلة التسويق يمكن أن تبدأ قبل ما يزيد على عشرة أشهر من بدء التنفيذ الفعلي للرحلة وتستمر لبضعة أيام قبل موعد انطلاق الرحلة.

4- توزيع لرحلة وبيعها: توزيع الرحلة يبدأ قبل 6 أشهر من بداية الرحلة حيث يتم تحضير قوائم العمل ونظام الحجز ووضع تفاصيل التوثيق وحالة المدفوعات وتأكيده الحجوزات.

كما يتم إرسال الوثائق إلى شركات التجزئة لبيعها على المسافرين كما أن تشغيل الرحلة وتنفيذها فعلياً يمكن أن يتم من خلال منتج الرحلة نفسه أو بائع الرحلات أو شركات الخدمات.

1- مكونات الرحلة:

تتكون من نقل جوي أو بري أو بحري أو مزيج منها كلها. والإقامة بجميع أنواعها (فنادق - موتيلات - قرى سياحية) وخدمات تكميلية كخدمات المرافقة والدليل والجولات الترويجية وخدمات خاصة أخرى مثل السكرتارية والفاكس والتلكس والترجمة لرجال الأعمال.

2- أنواع الرحلات المتكاملة: هناك ثلاثة أنواع:

- رحلات إجمالية بمرافق.

- رحلات إجمالية بدون مرافق.

- رحلات شاملة جماعية.

3- تكلفة الرحلة المتكاملة:

- النقل يمثل 40% من التكلفة الإجمالية.

- الإقامة تمثل 35%.

- جولات ودليل 5%.

- عمولة دليل السفر 10%.

- الريح 10%.

لقد ازدهرت الرحلات المرزومة خاصة بعد الحرب العالمية الثانية) في أوروبا على وجه الخصوص) وذلك لعدد من الأسباب أهمها:

1- تحسن الظروف الاقتصادية والاجتماعية السائدة بعد الحرب العالمية الثانية التي ساعدت على ظهور السياحة الجماهيرية.

2- الفائض من الطائرات التي يتم تحويلها من الاستخدام العسكري إلى المدني.

3- الظروف الملائمة لتسويق الرحلات المرزومة وارتفاع درجة قبولها لدى المستهلك.

4- التشريعات والإجراءات ساعدت على تطور السياحة بشكل عام والطلب على الرحلات المرزومة بشكل خاص.

• أهم النشاطات التي تقوم بها وكالات أو مكاتب السفر والسياحة ومنظمي الرحلات حالياً ومستقبلاً والتي يمكن إجمالها كما يلي:

12- تعريف ووظائف شركات السفر والسياحة:

تعرف شركة السفر والسياحة بكونها إحدى المنشآت السياحية الهامة التي تقوم بتقديم خدمات السفر للمسافرين والسياح من خلال برامجها السياحية الخاصة أو

كوسيط لبيع البرامج السياحية المعدة من قبل منظمي الرحلات Tour Operators والتي يطلق عليها باللغة الإنكليزية Tour Inclusive

أما أهم الوظائف التي تقوم بها فهي كالآتي⁽¹⁾:

1- تزويد الناس بالمعلومات الضرورية التي يحتاجونها بدون مقابل مثلاً:

- أجور النقل والطعام والشراب والإقامة في البلدان السياحية وغير السياحية.

1- د. حميد عبد النبي الطائي، مدخل إلى السياحة والسفر والطيران، دار الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2003، عمان، ص 152 وما يليه.

- معلومات عن القوانين والأنظمة الدولية، الفيزا، تبادل العملة، الجمارك،
...إلخ.
 - معلومات صحية، وقائية،...إلخ.
 - معلومات عن الاحتفالات السنوية، التقاليد والأعراف، المهرجانات الدولية
...إلخ.
 - معلومات تتعلق بدرجات الحرارة وأوقات الاصطياف...إلخ.
- 2- بيع بطاقات السفر التقليدية بالتنسيق مع شركات الخطوط الجوية (الطائرات) والبحرية (البواخر) والبرية (القطارات والحافلات السياحية) هذه الوظائف هي وظائف كلاسيكية تقوم بها معظم شركات السفر والسياحة ولكن في الآونة الأخيرة ظهرت بعض الوظائف الحديثة التي تتلاءم وحالة الطلب في السوق السياحية وهي:
- 3- التنسيق مع المنشآت الفندقية، كالفنادق والقرى والمجمعات السياحية لأغراض حجز الغرف لفترة زمنية معينة للسياح وفق نسبة معينة يتم الاتفاق عليها بين الطرفين.
- 4- بيع البرامج السياحية المعدة من قبل منظمي الرحلات إلى الزبائن، وفق نسبة عمولة معينة يتم الاتفاق عليها بين الطرفين.
- 5- تنظيم الرحلات الخاصة إلى مناطق الجذب السياحي على نوعين إما بشكل منفرد، أو على شكل مجاميع وبأسعار مناسبة تضم جميع مصاريف الرحلة (الإقامة + الطعام + النقل + وسائل التسلية والترفيه المحددة).
- 6- القيام بالإجراءات العملية للحصول على سمة الدخول للبلد المزار للسياح.
- 7- القيام بعملية الجز وبيع البطاقات الخاصة بالمهرجانات والاحتفالات الوطنية أو الدولية مثلاً بيع بطاقات مهرجانات بابل الدولي، ومهرجان المحبة... إلخ.
- 8- بيع كتب الدليل السياحي للبلد المزار وكذلك الخرائط السياحية الخاصة بالطرق السياحية أو المناطق الأثرية الموجودة في البلد المزار.

9- تبديل العملات الأجنبية بالتنسيق مع البنوك الوطنية.
10- القيام بخدمات الاستقبال محلياً حسب طلب منظمي الرحلات أو شركات أخرى أو الزبائن، مثلاً استقبال الضيوف في المطار أو المحطة وتهيئة سيارة خاصة أو حافلة لنقلهم إلى الفندق وزيارة بعض الأماكن الأثرية في البلد المزار وإيصالهم في آخر يوم إلى أرض المطار.

إن النشاطات العشرة الأتفة الذكر لا تقوم بها جميع شركات السفر و السياحة وإنما نلاحظ أن البعض منها تقوم فقط بالوظيفتين الأولى والثانية (الخدمات الكلاسيكية) بينما البعض الآخر تقدم إضافة لذلك خدمات الرحلات المنظمة التي تقوم بإعدادها بناءً على طلب من المسافرين، أو التنسيق معهم لبيع خدماتها الشاملة، والخدمات الأخرى.

13: منظمو الرحلات الشاملة Tour- Operators:

يقومون بإعداد برامج سياحية متكاملة وشاملة بالتنسيق مع المرافق السياحية ذات العلاقة وبالتالي يبيع خدماتهم إلى السياح عن طريق الوسطاء (الوكلاء) وهنا نعني شركات السفر السياحية.

النقطة المهمة التي يجب التنويه إليها في كيفية إعداد البرامج السياحية من قبل منظمي الرحلات هي دراسة الأسواق السياحية لمعرفة أذواق ورغبات السياح لفترة زمنية تتراوح بين السنة والسنين وتحديد التكاليف للبرامج إضافة إلى القيام بوسائل الترويج الفعالة لغرض تنشيط مبيعات شركات السفر والسياحة.

14- دور وكالة السفر The Role of the Travel Agency:

منذ أن كسب توماس كوك أول عمولة من وكالة سفر عام (1946م) أصبح وكيل السفر جزء متمم ومكمل للسفر العالمي والسياحة وصناعة النقل (75%) من النقل الجوي والسفن البخارية العالمية، أكثر من (50%) من النقل العالمي ومنظمي الرحلات (Tour- Operators).

نحن نعيش في عالم أصبح فيه النقل مهم ومعقد وكلاهما متزايد في التنوع وطرق

الاختيار، فالمسافرين يواجهون عدد ضخم وكبير من البدائل للسفر والحجوزات وخدمات سفر أخرى، ويجب أن يعتمدوا على وكيل السفر (Travel Agent) في هذا المجال ليقودهم بولاء وإخلاص وبأقل ممكنة. أصبحت حالات الطوارئ في وكالات السفر الحديثة أكثر من أي قطاع آخر، بسبب الازدياد في صناعة النقل الجوي والتوسع في بيع ترتيبات السفر (Travel Arrangements) لغرض الحصول على عمولات (Commissions) لقاء بيع تذاكر السفر في الطائرة أو الباخرة أو القطار أو الباص.

15- نظام مؤتمر الطيران The Air Conference:

أنشأت أول وكالة سفر في محطات القطار والباصات والسفن البخارية، هذه المشاريع الأولية المبكرة كانت في أفضل حالاتها هامشية وبالكاد كانت توفر الدخل اللازم للبقاء في هذه المهنة، ومع الازدياد في السفر الجوي بدأت الوكالات تبذل جهود طبية في وسائل النقل بالسفن والسكك الحديدية إضافة إلى الرحلات الجوية. خلال عقد (عشر سنوات) أصبحت العلاقة بين تأجير وكالات السفر وخطوط الطيران جيدة بعد أن كان مسيطراً عليها من قبل نظام مؤتمر حيث الطيران شركات المؤتمر المشتركة في نفس الصناعة كونت منظمة تسمى Conference المؤتمر لوضع نظام لصناعة السياحة. قبل تأسيس نظام مؤتمر الطيران كل شركة كانت تمتلك مجموعة من القوانين التي تتصل بقبول التذاكر، والتصرف بالحقائب والحجوزات والتحويل وتبديل التذاكر وقوانين المسافرين طور، نظام مؤتمر الطيران مجموعة من الأنظمة القياسية لكل خطوط الطيران العالمية.

وبدأ ينسق نظام مؤتمر الطيران نفسه مع خطوط الطيران العالمية من خلال منظمة النقل الجوي العالمي (IATA)، عندما تباع تذكرة سفر عن طريق وكالة سفر للخطوط الجوية العالمية فإن النقود تودع تحت حساب أحد بنوك مؤتمر السفر الجوي الموجود في المنطقة.

ولمنع السرقات وتزويد التذاكر قام مؤتمر السفر الجوي بتأسيس نظام Grosses كتطبيق دقيق لوكالات السفر، وعلى الوكالات أن تقوم تفويض من قبل مؤتمر السفر الجوي قبل أن تستطيع بيع تذاكر السفر الجوي.

16- تقارير خطوط الطيران المشتركة:

تقارير الطيران المشتركة وبالتعاون مع نفس خطوط الطيران التي اشتركت في مؤتمر السفر الجوي تحقق نفس الوظيفة التي وضعها مؤتمر السفر الجوي. لبيع تذاكر السفر الجوي، يجب على وكالات السفر أن تتلاءم مع تقارير الخطوط الجوية المشتركة أو استلام تفويض من الخطوط الجوية، هذه التفويضات تدعى المواعيد ويتضمن ذلك أن على الوكالة أن تأخذ موعد محدد لبيع التذاكر لمصلحة خطوط الطيران المشتركة لتقارير بنوك المنطقة علماً بأن هذه التقارير تُعد وترتب بشكل دوري ومنتظم ليحقق مصالح جميع الشركات المشتركة في هذا النظام.

obeykahn.com

المطلب الثاني

وكالات السياحة والسفر

1- مفهوم وكالة السفر والسياحة: هي المكان الذي يقدم خدمات ومعلومات استشارية وفنية وعمل الترتيبات اللازمة لربط السفر بحراً وبراً وجواً إلى أي مكان في العالم وكل هذه الخدمات والاستشارات تقدم إلى المواطنين مجاناً بدون مقابل. يمثل وكيل السفر العديد من موردي الخدمات السياحية Tourism Suppliers مثل منظمي الرحلات السياحية، شركات الطيران، شركات النقل البحري، منشآت الإيواء، فنادق، موتيلات، منتجعات، وشركات تنظيم الرحلات والزيارات المحلية.

Sightseeing CO وكذلك وكالات إيجار السيارات Rent a car Agents والمطاعم وأماكن الترفيه⁽¹⁾. وتكمن أهمية وكيل السفر في كونه شخص أعمال غير متحيز ومستقل، يمكنه أن يوفر للزبون العرض المناسب له. وهكذا فإن وكيل السفر يعد بالنسبة للمستهلكين بمثابة مستشار سفر وبالنسبة للمجهزين فهو أحد منافذ البيع. لقد ظهر للوجود وكلاء السفر في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وكانت أعمالهم تقتصر على بيع خدمات النقل البحري والنقل بالسكك الحديدية قبل الحرب العالمية الثانية. إلا أن نموهم الكبير قد توافقت مع النمو الكبير للسفر الجوي والرحلات المرزومة بعد الحرب العالمية الثانية⁽²⁾. والآن في عام (1992) كان عدد وكالات السفر في العالم حوالي (67 ألف) وكالة (47%) منها في أمريكا و(30%) في أوروبا و(9%) وكالات أمريكية في كندا وأمريكا اللاتينية و(7%) في شرق

1- سليم ، عبد الرحمن - لا يوجد عام النشر - شركات السياحة ووكالات السفر ، مؤسسة الثقافة الجامعية.

2 - د. مثنى طه الحوري و د. إسماعيل محمد علي الدباغ ، مبادئ السفر والساحة ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة 2001، ص226.

آسيا والباسيفيك و(6%) في كندا وبلغت مبيعات مكاتب السفر في أوروبا والأمريكيتين عام (1994) حوالي (170) مليار دولار.

2- وظائف وكالة السياحة والسفر:

أهم الوظائف التي تقوم بها وكالة السفر:

1- تحديد الحصص والأجور: تشير الإحصائيات على أن الاتصال الأولي بين وكالة السفر والزيون المتوقع هو طلب معلومات عن الأسعار المتمثلة بالآتي:

أ- أسعار النقل الجوي.

ب- أسعار غرف الفنادق.

ج- أسعار تأجير السيارات.

د- أسعار المجموعات السياحية.

هـ- أسعار السفر البحري.

و- أسعار النقل الباص أو القطار.

ز- أسعار تأمين السفر.

أما نظام حجوزات الحاسب يمكن أن يستخدم كمدخل لمعرفة المعلومات المتوفرة في تحديد نمط من منتجات السفر من سعر الطيران إلى تأمين السفر، العديد من المعلومات المطبوعة تحتوي الكثير من المعلومات المفصلة حتى أكبر من بيانات الحاسب، أجرة السفر الجوي قد تنتشر في كتاب أسعار يدعى (التعرفة).

2- عمل الحجوزات: إن عمل الحجوزات على الخطوط الجوية تتطلب تخطيط لهذه الرحلات والانتقال من مكان لآخر لإتمام الرحلة. وهذه الحجوزات تعمل من دخل وكالات السفر العالمية 85% من السفر الجوي.

3- قبول الدفع لأجور السفر: الوكيل يسلم الفاتورة كدفع بدل النقد ويرسلها لوكالة السفر أو منسق الرحلات أو الARC لكي تجمع الربح أو المبلغ في حسابها الخاص.

4- يساعد الزبائن في ترتيبات السفر: فالإحصائيات تدل على أن 80% من التذاكر الجوية تصدر عن طريق وكالات السفر حيث يسارع لأخذها الزبائن في وكالات السفر 15% ترسل بالبريد أو تسلم لمكتب الزبون أو مقره و 5% يدفع مرة آخر لاستلامها في المطار. وقد ظهر اتجاه حديث في إصدار تذاكر السفر المحجوزة عبر الإنترنت Internet.

5- ترتيب إصدار التذاكر ووثائق السفر: تؤكد ARC على تذاكر السفر في حين معظم الوكالات تحصل الدخل من بيع منتجات السفر الأخرى، القائمة التالية ترتب المنتجات غير الجوية بمعدل دخلها (مردودها) وهي: الرحلات الجماعية- الرحلات البحرية - الإقامة في الفندق- تأجير السيارات - رحلات لمشاهدة الطبيعة- النقل بالباصات - تأمين السفر- النقل بالقطار- الغوص في البحر- التزلج على الجليد.. إلخ.

إن الترتيبات من قبل وكالات السفر تتم مباشرة مع المكتب الرئيسي للبائع أو مركز الحجز، أنظمة الحجز بالكمبيوتر تتوسع وتتطور باستمرار، ونسبة حجوزات الفنادق وحجوزات السيارات المرتبة باستخدام CRS تزداد كل سنة.

6- إصدار التذاكر أو وثائق السفر: فإن وكالة السفر يجب أن يُعترفَ بها من قبل ARC الوكالة لا بد أن تفي بمعايير معينة. المتطلب الأول توفر شخص مؤهل ومتفرع يفي بمتطلبات ال ARC. المتطلب الثاني هو وجود على الأقل موظف واحد لديه خبرة لمدة سنة أو أكثر في التعامل مع التذاكر في وكالة سفر أو خطوط جوية فيما لا يقل عن الثلاث سنوات السابقة، المتطلب الثالث للوكالة يجب أن ترسل كفالة أو رسالة براءة ذمة التي تفي بالمتطلبات الأربعة ال ARC كفالة التأمين في منحة من النقود تودع في حساب البنك ليكفل الإيفاء بمتطلبات مالية معينة ترسل الكفالة عن طريق وكالة سفر لتضمن إن الوكالة ستمكن من الإيفاء بالتزاماتها تجاه زبائنها وتجاه الخطوط الجوية.

عندما تستقبل الوكالة الاعتراف من قبل ال ARC يوقع المالك عقد يدعى اتفاقية

وكالة المبيعات. وتلزم الاتفاقية الوكالة بأن تحافظ على أعلى مستوى بالعمل وبمقاييس متخصصة (مختارة) وأن تتعامل مع أعمال تكفي لأن تبقى مرخصة على قائمة ال ARC للموافقة على وكالات السفر لاستعادة الاعتراف بها وسمعتها لا بد للوكالة أن تلتزم بمعايير ال ARC هذه المعايير والقواعد منشورة في كتيب يسلم لكل وكالة.

7- عمولات الوكالة :معظم الإيرادات المستلمة من قبل وكالة السفر هي من العمولات المدفوعة من قبل الباعة عندما تباع الوكالة تذكرة خط جوي تستلم عمولة من الخطوط الجوية وكذلك الفنادق والرحلات وشركات استئجار السيارات حيث تدفع عمولات للحجوزات التي تعملها وكالة السفر، فالعمولة تخصم من وليست تضاف إلى سعر الشراء.

3- دور ومهام وكيل السفر:

ينحصر دور وكيل السفر بالمهام الآتية:

- تقديم مواقع بيعية لشركات السفر ومنتجي الرحلات كوكلاء حجز للرحلات المرزومة أو أي خدمات أخرى متعلقة بالسفر كالنقل والإقامة ونوع الطعام- مكاتب تأجير السيارات- حمل الأمتعة - بيع التذاكر عامة وأنهم يسوقون ما نسبته (80- 90%).
- تقديم خدمات أخرى مثل تأمين السفر وصكوك المسافرين واستبدال العملة وترتيب وثائق السفر.
- تخطيط الرحلات والجولات بمختلف أنواعها وحسب رغبة المسافر.
- نقل المسافر والأمتعة بين المطار والفندق.
- امتلاك جداول حول نقاط اتصالات الطائرات أو القاطرات وأسعار التذاكر وأجور الفنادق ونوعيتها ومعلومات أخرى مثل حاله الطقس في أماكن القصد السياحية...إلخ..
- الإبقاء على خزين من منشورات السفر وعرضها في محلاتهم وشبابيهم

- كالبوسترات والملصقات والكراسات.
- التوسط لدى الشركات في حالة شكوى المستهلك وذلك من خلال معالجة المشاكل وحلها وتذليل العقبات.
- تهيئة الحجوزات للمناسبات العالمية مثل الاولمبياد أو مواسم الحج.

4- مهارات وكيل السفر⁽¹⁾:

- وبصورة عامة فإن المهارات المطلوبة من وكيل السفر هي:
 - أ- القدرة على إصدار التذاكر.
 - ب- معرفة جغرافية العالم، خاصة مطارات المدن الكبيرة ورموز شركات الطيران المستخدمة في تذاكر الطيران.
 - ت- يجب أن يكون على علم بمعرفة مناطق الوقت Time Zones وكيفية التحويل من وقت إلى آخر.
 - ث- امتلاك معرفة كافية عن الزبائن (المستهلكين) لكي يكون قادراً على الربط ما بين حاجات المستهلك وتوفير المنتجات.
 - ج- القدرة على المحافظة على خزين من التذاكر الأخرى وتسجيل المعلومات بدقة.
 - ح- قدرة حسابية ومالية ولو محدودة.
 - خ- امتلاك مهارات تسويقية لترويج المنتج.
 - د- القدرة على تشغيل أنظمة حجوزات الكمبيوتر.

العوامل المساعدة في تنمية مهارات وكيل السفر:

نظراً للتغيرات المستمرة في حالة السوق السياحية وحركة السفر، فهناك عوامل تساعد على مواجهة تلك المشاكل هي:

1- د. مثنى طه الحوري ود. إسماعيل محمد علي الدباغ ، مبادئ السفر والساحة ، مرجع سبق ذكره، ص228-

أ- التدريب:

من المعتاد أن يتم تدريب الوكلاء من شركات الطيران ومجهزي السفر ومنتجي الرحلات الكبار. حيث تنظم كورسات تعليمية للوكيل المبتدئ، ودورات تدريبية- تطويرية إلى الوكيل ذو الخبرة المتوسطة، زيادة على ذلك فإنها تقدم كورسات في المستوى الإداري (مستوى المبيعات)، وأغلب التدريبية يتم في وقت العمل، وفي الوقت الذي يقضيه الموظف في الوكالة (أي بطريقة التدريبية في موقع العمل).

ب- استخدام الكمبيوتر:

إن نشاط وكيل السفر يتطلب نظاماً يوفر الحجز بوقت قصير وبصورة فورية، كما ويتطلب نظام التعديلات والإلغاءات وإعطاء معلومات دقيقة حول الأجر المعقدة أو شروط السفر، والإكمال السريع للوثائق مثل التذاكر. ولكي يكون الوكيل مرخصاً وتدفع له العمولة، يجب أن يحصل على ترخيص من منظمة النقل الجوي العالمي International Air Travel Association المعروفة مختصراً ال (IATA).

5- مسؤولية وكيل السفر:

فمسؤولية وكيل السفر تتمثل بأنه يعمل بالنيابة عن المسافرين ويجب عليه معرفة رغباتهم لكي يلبها بترتيب مستلزمات الرحلة فهو قانونياً وكيل عمولة أو ممثل مفوض ومعتمد بيع سلع وخدمات ما لجهة في منطقة جغرافية محددة، ولكن من جهة أخرى وفي تعبير التوزيع يجب أن يحقق وكيل السفر التوازن بين خدمة الزبون وترويج مصالح الجهة التي يمثلها، وفوق كل شيء فإن على وكيل السفر استخدام المعلومات والخبرة بطرق مسؤولة لتأمين خطة ناجحة ورحلة سالمة وممتعة، وتلك الطرق تتضمن تنفيذ أنشطة دقيقة عديدة وتتضمن على سبيل التعداد لا الحصر: إعداد برنامج الرحلة، الإعلان عنها بشكل مناسب، الوثائق، إجراءات السلامة،

التزويد بالمعلومات عن المقاصد، أسماء الفنادق والأمكنة، العادات المحلية، التعليمات السلوكية خصوصاً المقصد اجتماعاً ومالياً وسياسياً ..إلخ، يزداد الطلب على خدمات الوكالات مع ازدياد مركب المنتج السياحي، ومع ذلك فكل وكيل يستطيع بيع سلع وخدمات للعارضين بحرية أكبر وبشكل مباشر.

6- موقع إقامة الوكالة السياحية والسفر:

ويعد موقع الوكالة مسألة مهمة، وإن الموقع المثالي لوكالة السفر هو في الطابق الأرضي المواجه للشارع الرئيس (شارع تجاري) إذ أن (60%) من الوكالات تقع في مثل هذا الموقع و(40%) منها تقع في الشوارع الفرعية والطوابق العليا، وتقع في ممرات التسوق وذلك في الولايات المتحدة الأمريكية.

7- صفات وكيل السفر

أهم الصفات التي يجب توافرها في وكيل السفر:

- أ- يجب أن يكون خبير في السفر والرحلات المحلية والعالمية.
- ب- يجب أن يكون على درجة عالية من الكفاءة في مجال عمله.
- ج- يجب أن يكون مخلصاً في عمله حتى يستطيع أن يتفوق على منافسه.
- د- وكيل السفر لا يتقاضى مبالغ أو عمولة من العملاء وإنما يأخذ أتعابه وعمولته من الشركات والفنادق والخطوط الجوية... إلخ التي يحجز عليها العميل بواسطة وكيل السفر.

ويعتبر وكيل السفر بمثابة مهندس أحلام وكثير من الأفراد يفضلون التعامل مع وكلاء السفر في ترتيب سفراتهم وحجوزاتهم في الدول المتقدمة يكون اعتماد الناس (90%) في تنظيم سفراتهم السياحية أو سفرات الأعمال على وكيل السفر.

- هـ- أن يكون لوكيل السفر محل ثابت ومرخص ويحمل اسم تجاري معين من حيث (موقع - ديكورات - موظفين - لوازم مكتبية - عنوان دائم - جهاز هاتف - حاسوب - فاكس - طابعة موبايل - الانترنت.. إلخ) وتتراوح العمولات التي

يحصل عليها وكلاء السفر من (5 - 14%) .

و- يبيع وكيل السفر أيضاً البرامج السياحية المنتظمة التي تكون على شكل حزمة كاملة (Package)⁽¹⁾.

مستخدمو وكالات السفر والسياحة : (ذكور و إناث)

أ- الصفات الشخصية:

- 1- مظهر لائق، محب للنظام ودقيق، ثقافة جيدة ومعرفة بالمراسلات التجارية، معرفة لغة أو لغتين.
- 2- معرفة عملية بالنسخ والاختزال، هاتف، فاكس، تليكس، ومتمرن في المحاسبة وآلات المكتب.
- 3- ذكاء وتبصر وسرعة إدراك، وأن يكون لفظه سليماً وواضحاً.

ب- المهام:

- 1- مع بقاء ارتباطه برئيس المكتب يعمل في القسم المفرز إليه، وينجز الأعمال الموكلة إليه ويهتم بأعمال النسخ والاختزال.
- 2- يساعد رئيس المحاسبة وينفذ تعليماته بدقة، ويتعاون مع أمين الصندوق والمحاسب في مسك دفاتر الحسابات.
- 3- ينفذ بصورة خاصة الأعمال الكتابية والتسجيلات، ويؤمن المخابرات الهاتفية لأصحابهم ويهتم بعمل التلكس والفاكس.

1- توفيق، ماهر عبد العزيز - 1997 - صناعة السياحة ، دار زهران، عمان ص(156)

8- تقسيم وكالات السياحة والسفر:

يمكن تقسيم وكالات السياحة والسفر إلى ما يلي:

1- تقسم الوكالات السياحية حسب مكان الإقامة الدائم للزبون الذي تقوم بخدمته إلى ثلاث أنواع:

أ- مستقبلية: تقوم باستقبال وخاصة السواح الأجانب في دولتها أي في مكان وجود مقرها .

ب- مرسلة: تقوم بإرسال السواح المحليين للخارج وتنظيم عملية سفرهم وإقامتهم هناك.

ج- مشتركة: في وقت واحد تقوم بخدمة السواح الأجانب في دولتها وإرسال السواح المحليين للخارج.

2- تنقسم الوكالات السياحية حسب إذا كانت تقوم بعمل الرحلات الجماعية بسعر موحد أو لا تقوم بذلك إلى:

أ- شركات وكالات كاملة المسؤولية والتي تقوم لوحدها بعمل وتنظيم الرحلات الجماعية والتحضير والتجهيز لها من جميع النواحي سواء كانت من أجل استقبال السواح الأجانب أو إرسال السواح المحليين .

ب- وكالات سياحية تعمل فقط على بيع ناتج الشركات المنظمة الأخرى للرحلات الجماعية بسعر موحد.

3- تقسم الوكالات السياحية حسب إذا كان لها احتكاك مباشر مع الزبائن أو ليس لها احتكاك عند عمل وتنظيم الرحلات الجماعية إلى ثلاث أنواع:

أ- شركات ووكالات البيع بالجملة.

ب- وكالات وشركات سياحية مشتركة

ج- الوكالات والشركات السياحية التي تبيع بالمفرق.

4- تقسم الشركات والوكالات السياحية حسب وجود أو عدم وجود أقسام وملاحق لها إلى نوعين:

أ- صغيرة: والتي لا يوجد لها أقسام وملاحق أخرى ومعظم أعمالها تكون أعمال وسطية.

ب- كبيرة: والتي يكون لها أقسام وملاحق أخرى في الداخل والخارج.

الكف التشغيلية وعمولة وكالة السفر:

الجدول التالي يبين الكف التشغيلية لوكالة السفر

النسبة %	الكف
59	الرواتب
19	الدعاية والترويج
8	إيجارات وتجهيزات الوكالة
5	هاتف وتلكس
3	بريد
6	متونه
100%	الكفة الكلية

وتختلف مستويات العمولة المدفوعة لوكيل السفر باختلاف الوقت وتبعاً لنوع الرحلة:

أ- من 7- 7.50 % على خدمات السفر.

ب- 9% على حجز الطيران.

ج 10% على حجز الفنادق.

د- 10% على الرحلات السياحية المتكاملة.

بالإضافة إلى عمولات حافزه بنسبة (2.5%) أو أكثر أحياناً مدفوعة من قبل منتجي الرحلات. ولكي يكون الوكيل مرخصاً وتدفع له العمولة يجب عليه أن يحصل على رخصة منظمة النقل الجوي (IATA) وإن عملية الحصول على الرخصة طويلة وصعبة حيث يجب على الوكيل أن يبيع نسبة معينة من التذاكر

حتى يمكنه الحصول على موافقة المنظمة.

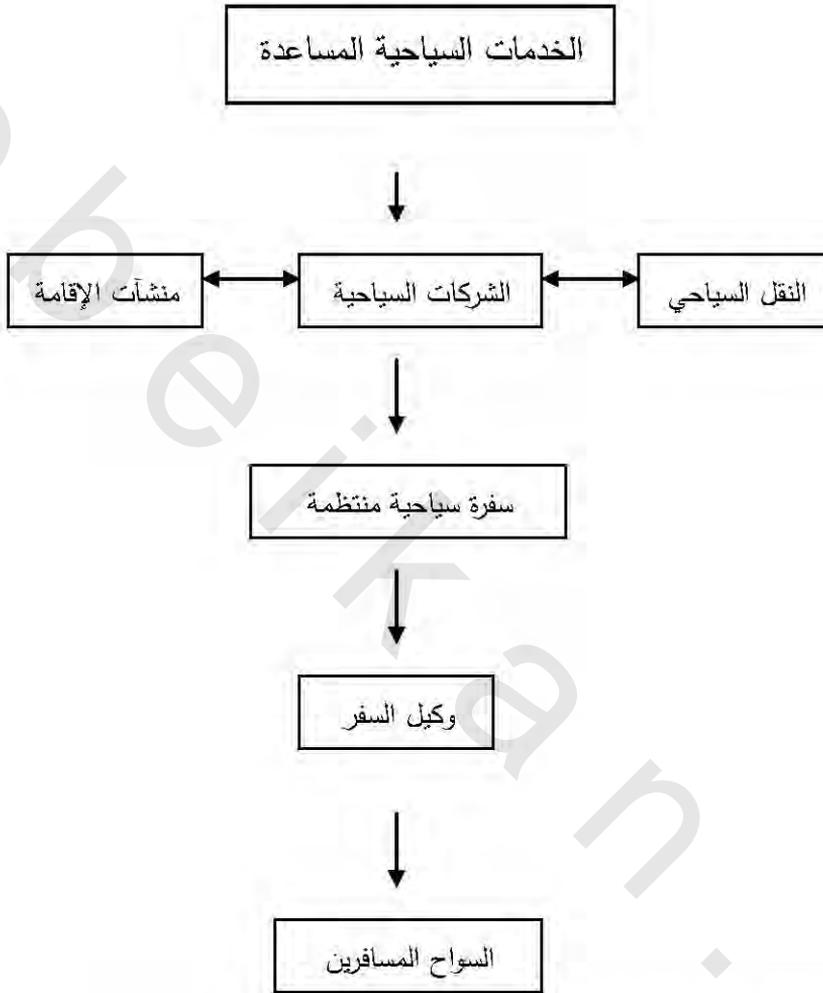
9- أهم الأعمال التي تقوم بها الشركات السياحية:

1. تنظيم النقل السياحي.
2. إعداد وتنظيم البرامج السياحية المنظمة الشاملة.
3. بيع السفرات السياحية المنظمة الشاملة.
4. الإعلان والترويج والتوزيع للسفرات السياحية المنظمة.
5. تقديم الاستشارات والنصح حول (الفرد) وخدماته.
6. عمل البحوث والدراسات.
7. تنظيم حجوزات جماعية سواء للنقل السياحي أو في منشآت الإقامة أو في المطاعم... إلخ.
8. بعض الشركات السياحية تقوم بإصدار شيكات للمسافرين.
9. إصدار وثائق تأمين للمسافرين وأمتعتهم.

10: كيف تحصل الشركات السياحية على أرباحها:

1. عن طريق بيع السفرات السياحية المنظمة.
2. عن طريق الخصومات والعمولات التي يحصلون عليها في حالة تنظيم عمليات الحجوزات الجماعية في شكل سياحي أو في المنشآت الأخرى أو في المطاعم أو الحفلات ، المهرجانات ... إلخ.
3. عملية الفرق في تحويل العملات.
4. استغلال الأموال في شركات الاستثمار خاصة في حالة السفرات السياحية المنظمة.
5. إصدار شيكات المسافرين.
6. العمولات التي يتقاضونها في حالة إصدار وثائق تأمين للمسافرين وأمتعتهم.

مخطط رقم / 2 / يبين عمل الشركات السياحية⁽¹⁾



11: أثر التكنولوجيا على نظم توزيع السفر:

1- العلاقة بين التكنولوجيا والسياحة: (Relation Between Technological & Tourism)
إن العلاقة بين السياحة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساس وشروط النجاح للعمل السياحي. ومن المهم ملاحظة أن المسافرين الحاليين لهم خواص تختلف عن المسافرين منذ ثلاث عقود مضت فقد نمت السياحة باتجاه (الجماهيرية) ودخل

1- توفيق، ماهر عبد العزيز - 1997 - مرجع سبق ذكره.

الطلب السياحي عنصر نقص الخبرة بالسفر لدى قسم كبير من الجمهور والتعقيد في إجراءات ونظم التوزيع مما ساعد على نشوء نمط برامج السفر للمجموعات، ورغم ذلك فإن مستهلك اليوم أصبح متعلماً أكثر ويتجه إلى الاستعلام عن السفر ضمن خيارات ليحقق رحلة متميزة ومريحة واقتصادية، ولذلك كان على العارضين تزويد مسافر اليوم بخيارات عديدة تقدم له على شكل معلومات كاملة وتوضيحات تتيح له ترجيح الخيار المناسب له.

التطور في طرق ووسائل الإعلام يتسارع ويدخل ميادين المنافسة العالمية في السياحة وأصبح هناك صنفان من المعلومات (Information) بالوسائل المتعددة التي يستمد منها الناشر والمصدرون لرسائل الترويج (Promotion) ومواضع الاتصال (Communication) ، ولذلك برزت الحاجة والفعالية لاستخدام التكنولوجيا في مختلف مراحل وآليات العمل لدى الفعاليات السياحية. (Activities Tourism).

2- نظام الحجز بالكمبيوتر: (CRS) (Computerized Reservation System)
يكون نظام الحجز الالكتروني هو الأسلوب التكنولوجي الأكثر في صناعة السفر. وكانت بداية تطبيقه عام 1960 ، في مجال النقل الجوي الداخلي حيث يخزن المعلومات عن المقاعد المباعة وفي السنوات التالية طبقت نظم مختلفة من قبل شركات جوية بشكل منفرد وخاص بها ممثلاً شركة (Twa) أدخلت نظام باريس وشركة اليوناييت أدخلت نظام أبولو وشركة دلتا داتاس، وشركة الأمريكان إيرلاينز نظام سريري، ثم بعد (ذلك) تم التنسيق بين تلك الشركات لاستخدام نظام موحد من أجل إتاحة المعلومات للوسطاء حول الأسعار والشواغر هو (CRS).

وفي منتصف السبعينات حاولت شركات الطيران الحصول على سبق في ميدان المنافسة باتباع نظام حجز ذي رموز خاصة بها، وهذه الطريقة تجعل الشركة قادرة على تزويد زبائنها بمعلومات خاصة إضافة إلى الأسلوب العام بالنظام الموحد. وإن الاستخدام الشامل لنظام (CRS) حيث انتشر بفعالية وتأثير في عمليات حجز النقل الجوي، وهكذا أصبح بإمكان الشركات كلها معرفة آخر المعلومات والأسعار

والمقاعد المتاحة كما سمحت لمكاتب السفر أن تخدم زبائنهم بيسر وسرعة، وقد اتسع انتشار (ذلك) النظام ليشمل باقي العارضين مثل الفنادق وتأجير السيارات وغيرهم.

وفي السنوات الأخيرة برز اتجاه التحالف بين عدة شركات بمختلف المستويات في صناعة السياحة كنتيجة لاحتمام المنافسة بينها، واندفاع تلك الشركات إلى تحقيق قوة اقتصادية في التكوين والاستطاعة. مثلاً شركة دلتا مع نورث ويست وتي دبل يو أي شكلت تجمع وورلد سبان ووضعت شبكة حجز مشتركة، كما أن عدداً من عارضي السفر ربطوا أنظمة حجوزاتهم ببعض مثل مجموعة سابري حيث يمكن الحجز به لسلسلة فنادق شيراتون وشركة أفيز لتأجير السيارات (Aviz) ، وتلك التحالفات والأنظمة الخاصة لم تمنع من انتشار نظام (CRS) على نطاق العالم وأصبح يعرف بنظام التوزيع العالمي (GDS) جي دي إس .

وفي عام 1995 كانت الشركات الرائدة عالمياً بنظام شامل أنماط هي: أماديوس، غاليلو، سابري، وولدسبان، وبالنظام المحلي (CRS) دخل نمط أباكوس (آسيا والباسفيك) ، (إكسس اليابان) ، جيتز أميركا اللاتينية وشرق أوروبا (أفريقيا). والأهداف الرئيسية لتطور تلك النظم العالمية هي التكامل وتوحيد المعلومات على الخدمات مثل أسعار التذاكر (Fare) والإيواء Accommodation والنقل البري Transportation Roads ومعلومات المقصد Information والشروط الموضوعية.

3- مكنة إصدار التذاكر :

دخول طابعات البطاقات بالاستلايت (S.T.P) وهي تسمح للوسطاء بإصدار التذاكر مباشرة. وشبكة إصدار التذاكر الإلكترونية (ETDN) وهي شكل آخر من (S.T.P) والفرق بينهما هو أن البائع يجمع عمولة (Commission) باستعمال الشبكة، بينما يتقاضى رسم الطبع فقط في حال استعمال نظام الطابعة.

فالأجهزة الإلكترونية التي توضع مستقلة بالمحطات وتوجد في حالات الفنادق والمطارات ومكاتب الاستعلامات تسمح للمسافر بالاستفادة من عدة مزايا وفوائد

مثل الحجز في الفندق، وشراء تذكرة طيران، الحصول على معلومات عن المكان المقصود. وآخر تطور دخل نظام التوزيع (Distribution System) هو الوثائق الإلكترونية التي تعرف بالسفر دون بطاقة (تكتلس ترفل) (Tactles - Travel) والتي يكون فيها تفصيل معلومات شخصية عن المسافر مسجلة في الملف الإلكتروني لشركة الطيران وما على المسافر إلا أن يضع رموز التعريف به ليحصل على تذكرة صعود للطائرة.

4- الإنترنت (Internet):

وأصبح له التأثير الأكبر على جميع نظم توزيع السفر والأساليب التكنولوجية فيه. وجعل استخدام من قبل وسطاء السفر والمسافرين وكافة فئات العاملين في السفر والسياحة (Traveler & Tourism) وسيلة رئيسية لمعرفة السلع والخدمات والأسعار وكافة المعلومات المطلوبة، وباستخدام الوظائف العديدة لإنترنت سمح للمسافرين الأفراد بالقيام بالحجز وشراء السلع والاتصال وفق أسلوب (Online) بالاستغناء عن الوسيط.

على سبيل المثال ففي عام 1995 باعت شركة أمريكان إيرلاينز (1.6) مليون تذكرة بواسطة الإنترنت، والفائدة الكبرى للإنترنت هي تسويق سلع وخدمات السفر عالمياً بكلفة أقل ووقت أسرع منها في تنظيم التوزيع التقليدية، وأصبح بذلك تخفيض الكلفة ممكناً بإلغاء النفقات الزائدة في تشغيل إدارات للحجز وكذلك في توفير أجور الطباعة والبريد والأهم عدم دفع عمولات لمكاتب السفر، إضافة إلى السرعة والسهولة في تنفيذ العمليات.

5- المستقبل:

نتيجة التطورات اندفع وسطاء السفر إلى تحويل مهنتهم إلى سنترال (On Line) (أون لاين) فيصبحون مدراء لترتيل وتصنيف المعلومات بأنحاء العالم لمستخدمي الكمبيوتر وتزويد الزبائن على الخط بمعلومات عن موقع الإجازات وتفصيل أدق لمن يطلب بالبريد عن برامج سياحية خاصة (Program Tourism).

وبغض النظر عما يحمله المستقبل من تطورات فالعديد من المراقبين أكدوا بأن قيمة العنصر الشخصي في عمل وسطاء السفر لا يمكن استبداله بالتقدم التكنولوجي (Technological Development) بشكل مطلق.

يمكننا القول في هذا الصدد بأن هيكل نظم توزيع السفر يتطور ويتغير باستمرار وتدخله كل يوم تكنولوجيا حديثة، وهذا التغيير والتطور سينعكس بشكل مباشر وحاد على وظائف وبقاء وسطاء السفر في ميدان السياحة في المستقبل⁽¹⁾ (Future).

12: تنظيم العمليات الواسطية لوكالات السياحة والسفر:

1- العمليات الواسطية المرتبطة بالسفر: يتمثل في إعطاء المعلومات وإصدار تذاكر السفر بالنسبة للمعلومات، فإنها واسعة جداً وتشمل إمكانيات وظروف السفر بجميع أنواع وسائط المواصلات المختلفة ولهذه الغاية وكالة السفر يجب أن تملك جداول حركة وأسعار جميع أنواع وسائط المواصلات (طائرات - باصات - بواخر - قطارات) العاملة على الخطوط الداخلية والخارجية.

وهذا يتطلب وكالة السفر أن تزور باستمرار بأحدث الإصدارات الجديدة لهذه الجداول لتعطي معلومات صادقة لزيارتها.

- ولحركة القطارات الدولية جملة استخدام جداول (Ctt) و (جدول كوك) Cok's Time Table والتي تصدر كل شهر والتي تعطي معلومات عن حركة القطارات الدولية في جميع أنحاء العالم. بالإضافة إلى استخدام الجداول الدورية لحركات القطارات على الخطوط الوطنية.

- ولحركة الطائرات عدد من الإصدارات لبعض شركات الطيران يوجد هناك دليلان ذوي شهرة عالمية:

أ- (World Airways Guide ABC) الدليل الرسمي للخطوط الجوية.

1- للمزيد من المعلومات يمكن الرجوع إلى المؤلف صلاح الدين خربوطلي ، كتاب السياحة صناعة العصر .

2002 - دار الحازم - دمشق ص (106-102) .

ب- (OAG) (Official Airline Guide) الدليل الرسمي للخطوط الجوية.
- والمواصلات والبواخر على الخطوط الدولية والقارية عدا جدول Cook's (Ctt) Time Table ممكن استخدام جدول متخصص لهذه الغاية وهو Shipping (ABS) Gide " دليل البواخر".

العمال على شباك بيع التذاكر وكالة السفر يجب أن يعرفوا الأفضليات والسيئات لجميع أنواع المواصلات لغاية موقع سياحي معين - الراحة - الأسعار - السرعة - الأمان - وغيرها من الصور.

وكالة السفر تصدر أنواع مختلفة من تذاكر السفر عادية، بأسعار مخفضة، سياحية.. إلخ ولهذه الغاية تسلم مسبقاً عدداً من ظروف أمنية كالثائق الثمينة، وعند إحصاء المبالغ تترتب نسبة معينة محددة كعمولة مكتب السفر.

وعلى نطاق واسع ومستمر أخذت وكالات السفر ترتبط بشبكات الحجز الالكتروني لشركات المواصلات المختلفة. وبهذه الطريقة أصبحت تحصل على تأكيد الحجز للأمكنة أو رفضها خلال بضع ثواني فقط.

2- العمليات الوساطية المرتبطة بالإقامة: وتشمل الأمور التالية:

أ- معلومات عن الإمكانيات وظروف الإقامة في الأمكنة المختلفة وتشمل مواقع - درجة الفنادق - المطاعم - والبعد عن أمكنة الانطلاق والوصول للمواصلات للاستخدام العام وتشمل المطارات والموانئ ومحطات الباصات والحافلات.

- إمكانيات الانتقال من مواقع الوصول لغاية المناطق السياحية.

- مناظر، الغرف، الأسعار، صور، وكتابات عن الراحة المتوفرة في الفندق والعزف.

- المعالم السياحية والأثرية.

- خصائص المناخ.

- تظاهرات مهمة، مباريات رياضية، حفلات موسيقية، مهرجانات... إلخ.

ب- حجز الغرف والأسرة في الفنادق التي تكون وكالة السياحة والسفر على علاقة قانونية معها.

وعملية الحجز تتم عن طريق الهاتف، التلكس، البرقيات... إلخ. أو عن طريق استخدام الآلات الإلكترونية للحجوزات في بعض الشركات الفندقية، أو عن طريق ممثلين لوكالة السياحة في المواقع والأمكنة السياحية.

وفي الوقت الحالي وعلى نطاق واسع أصبحت تنظم مراكز رئيسية للحجوزات والتي تؤمن صلة الربط بين الفنادق ووكالات السياحة والسفر من مختلف أنحاء العالم بمساعدة التقنيات الإلكترونية. ومن هذه الأماكن الرئيسية سلسلة الفنادق العالمية المشهورة (هيلتون - شيراتون - انتركونتيننتال) ولها نظام حجز خاص.

3- خدمات وساطية أخرى:

فإن وكالات السياحة المعاصرة تقوم بعدد من الخدمات الوساطية الأخرى والتي تتكون من:

أ- تبديل العملة الصعبة - إصدار شيكات السفر ووثائق الدفع الأخرى. وهنا

تكون وكالة السياحة وسيط بين المؤسسات البنكية والزبائن.

ب- تأمين الحجوزات وتأشيرات المرور من أجل السفر للخارج.

ج- المطاعم (المعلومات وتنمة) جميع أنواع التأمينات المتعلقة بمخاطر

السفر، وذلك بأخذ الأمور المهمة التالية عند التأمين: فقدان الأمتعة -

المرض المعدي وغيرها.

د- نقل وترحيل الأمتعة والسيارات الخفيفة. بعد أن يكون الزبون قد سافر

للمكان السياحي .

ه- تأمين المواصلات في المناطق السياحية .

و- بيع الأنشطة السياحية الترفيهية المنتظمة من قبل وكالات سياحية أخرى

تشمل:

1. أنشطة التجوال والرحلات في داخل المناطق والمواقع السياحية.
2. زيارة المعالم الأثرية والتاريخية القريبة.
3. المشاركة في المهرجانات وغيرها.

ز- حجز الأمكنة وبيع التذاكر للتظاهرات المسرحية والموسيقية وكذلك الفعاليات الرياضية وغيرها.

ح- توفير خدمات خاصة لبعض الزبائن المرسلين من قبل شركات سياحية

أخرى مثل تقديم المترجمين والأدلاء السياحيين وتقديم خدمات سكرتارية .

ط- بيع الرحلات السياحية الجماعية بسعر موحد والمنظمة من قبل الشركات السياحية الأخرى الكبيرة .

هذا ويعتبر وكيل السفر رجل أعمال يبيع الخدمات السياحية ويجب على وكيل السفر أن يعرف المحاسبة وعمل تقارير البيع و الإجابة على الهوائف و استعمال الحاسوب و الفاكس... إلخ.

مخطط رقم /1/: يوضح ارتباطات وكيل السفر مع شركات النقل وشركات الخدمات السياحية الأخرى.

