



## الشركات السياحية، من الشكل التقليدي إلى الشكل الحالي الدولي النشاط

بالعيد محمد يونس المرابط\*1

Doi: <https://doi.org/10.54172/hfnk7w43>

**المستخلص:** ويتناول هذا البحث تعريف شركات السياحة وتصنيفها ودراسة نشأة شركات السياحة الأولى على مستوى العالم. ويستكشف التنظيم الداخلي لشركات السياحة وتصنيفاتها والأنواع المختلفة لوكالات السفر وتوقعات المسافرين من هذه الوكالات. تغطي الدراسة أيضاً وكالات السفر المتخصصة التي تركز على أنواع سفر محددة أو تلبى احتياجات مجموعة معينة من المسافرين. وأخيراً، فإنه يتعمق في أدوار الشركات الدولية في الاقتصادات العالمية المعاصرة، واتفاقيات الامتياز، ومتطلباتها المحددة، والمزايا التي تقدمها للشركات النشطة دولياً.

**الكلمات المفتاحية:** السياحة، شركات، تنظيم، وكالات، سفر

## Tourism companies, from the traditional form to the current international form of activity

Bialeid Mohamed Younes Al-Murabit

**Abstract:** This research delves into the definition of tourism companies, categorizing them and examining the emergence of the first tourism companies worldwide. It explores the internal organization of tourism companies, their classifications, the various types of travel agencies, and the traveler's expectations from these agencies. The study also covers specialized travel agencies that focus on specific travel types or cater to a particular group of travelers. Finally, it delves into international companies' roles in contemporary global economies, franchise agreements, their specific requirements, and the advantages they offer to internationally active companies.

**Keywords:** Tourism, companies, organization, agencies, travel

## - المقدمة:

يتسم النظام الاقتصادي العالمي الجديد بتعميق العالمية وتزداد فيه دور المؤسسات الاقتصادية الدولية، وتبرز فيه عدد من الملامح الهيكلية للشركات المتعددة الجنسيات التي تخضع ملكيتها لسيطرة جنسيات متعددة كما يتولى إدارتها أشخاص من جنسيات متعددة وتمارس نشاطها في بلاد أجنبية متعددة على الرغم من أن إستراتيجياتها وسياساتها وخطط عملها تصمم في مركزها الرئيسي الذي يوجد في دولة معينة تسمى الدولة الأم Home Country، إلا أن نشاطها يتجاوز الحدود الوطنية والإقليمية لهذه الدولة وتتوسع في نشاطها إلى دول أخرى تسمى الدول المضيئة Host Countries، أن هذه الشركات تعتمد في أنشطتها على سوق متعدد الدول، كما أن استراتيجياتها وقراراتها ذات طابع دولي وعالمي، أن كل من العولمة والشركات متعددة الجنسيات قد أثر كل منهما في تطور والتأثير بالأخر، والمستفيد في النهاية الشركات متعددة الجنسيات، تتمتع الشركات المتعددة الجنسيات والتي تعد من أهم ملامح ظاهرة العولمة أو النظام الاقتصادي المعاصر، ولتأكيد صفة العالمية أن الشركات المتعددة الجنسيات قد قامت بدور رئيسي في تعميق مفهوم العالمية والذي يتمثل بصفة أساسية في تطوير إطار أعمال منظم عابر القوميات يؤدي إلى عولمة الاقتصاد، وسوف نتناول في هذا البحث التعريف بالشركات السياحية وبيان أنواعها، وظهور أول الشركات السياحية في العالم، و التنظيم الداخلي لشركات السياحة و تصنيف الشركات السياحية، وأنواع وكالات السفر و مجالات العمل التي يتوقعها المسافر منها، و أنواع وكالات (شركات) السفر المتخصصة في نوع واحد من أنواع السفر أو تقدم خدماتها لمجموعة معينة من المسافرين، أخيراً الشركات دولية النشاط ووزنها النسبي في الاقتصاد الدولي المعاصر و عقود الفرانشايز Franchise والاشتراطات الخاصة به والمزايا التي يمنحها للشركات دولية النشاط .

**الشركة :** هي عقد يلتزم بمقتضاه شخصان أو أكثر بأن يساهم كل منهم في مشروع يهدف للربح بتقديم حصة من مال أو عمل، لاقتسام ما قد ينشأ عن المشروع من ربح أو خسارة التعريف السابق مأخوذ من نظام الشركات السعودي ومن القانون المدني المصري والذي ينص على أن "الشركة عقد بمقتضاه يلتزم شخصان أو أكثر بأن يساهم كل منهم في مشروع مالي، بتقديم حصة من مال أو عمل لاقتسام ما قد ينشأ عن هذا المشروع من ربح أو خسارة"، وهذا النص مستمد من القانون المدني الفرنسي.

## أنواع الشركات

تنقسم الشركات من حيث طبيعة العمل الذي تقوم به إلى ((شركات مدنية وشركات تجارية))، وتنقسم الشركات التجارية بدورها ومن حيث قيامها على الاعتبار الشخصي أو المالي إلى (شركات أشخاص وشركات أموال و شركات ذات طبيعة مختلطة) ، والشركة التجارية وحدها هي التي تكتسب صفة التاجر، وتتحمل الالتزامات المترتبة على هذه الصفة وتخضع لنظام الإفلاس متى توقفت عن دفع ديونها التجارية ، والشركات السياحية قد تتخذ إحدى هذه الصور .

## تعريف الشركات السياحية

إن الشركة السياحية هي التي تقوم بكل أو بعض الأعمال الآتية:  
أولاً: تنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل البلاد او خارجها وفقاً لبرامج معينة وتنفيذ ما يتصل بها من نقل وإقامة وما يلحق بها من خدمات.  
ثانياً: بيع وصرف تذاكر السفر وتيسير نقل الأمتعة وحجز الأماكن على وسائل النقل المختلفة، وكذلك الوكالة عن شركات الطيران والملاحة وشركات النقل الأخرى.  
ثالثاً: تشغيل وسائل النقل من برية وبحرية وجوية لنقل السائحين، ولوزارة السياحة أن تضيف إلى تلك الأعمال أعمالاً أخرى تتصل بالسياحة وخدمة السائحين.

## أنواع الشركات السياحية

تنقسم الشركات السياحية إلى ثلاثة أنواع هي:  
الأول: شركات يرخص لها في مباشرة جميع الأعمال السياحية المشار إليها سابقاً.  
الثاني: شركات يرخص لها في مباشرة الأعمال الواردة في الفقرة الثانية وهي بيع أو صرف تذاكر السفر.  
الثالث: شركات يرخص لها في مباشرة الأعمال الواردة في الفقرة الثالثة وهي تشغيل وسائل النقل من برية وبحرية وجوية لنقل السائحين من مكان لآخر. (1)

## توماس كوك (Thomas Cook and Son)

أول من انشأ وكالة للسفر والسياحة بالمعنى الحقيقي في سنة 1845م تعمل علي تنظيم رحلات مقابل الحصول علي عمولة 5% تدفع إليه من شركة السك الحديدية وقد استطاع توماس كوك ان يقدم خدمات النقل والإقامة لأكثر من 15 ألف شخص في 1851م لزيارة معرض لندن الدولي شاملة خدمات السفر الإقامة ، وتنظيم رحلات الي معرض باريس في 1855م وفي العام التالي بدا كوك في تنظيم رحلات لمجموعات سياحية لزيارة أوروبا ( في 9/ يونيو 1841 قرر توماس

1 . عزت مصطفى الدسوقي، تشريعات السياحة والفندقة والآثار والإرشاد السياحي، دار الكتاب 2008، ص: 37، 36.

كوك تنظيم اول رحلة جماعية لعدد 540 شخص) وقد نجحت الرحلة واخذ يكررها باتساع بعد ان قام باستغلال الدعاية و الإعلان . (1)

أصبحت القواعد التي اتبعتها توماس كوك وولده الأساس الذي تسير عليه وكالات السفر والسياحة الحديثة في تنظيم الرحلات واستخدام القسائم الفندقية Vouchers وتقديم الخدمات السياحية مقابل الحصول علي عمولة محددة .

وفي عام 1860م أصبحت توماس كوك وكيلا للعديد من شركات النقل البحري والسكك الحديدية و أقامت لها مكاتب في دول عديدة ، 26 سبتمبر 1872 تنظيم أول رحلة حول العالم دامت 222 يوماً أطلق عليها الرحلة الطويلة Grand Tour حيث وصل إلي بلاد المشرق وتوماس كوك هو صاحب فكرة القطارات العارضة وقد سيرت أول رحلة بالقطار لهذا الغرض في 5/يوليو 1841حاملة 570 مسافر في رحلة دائرية بين Leicester و Loughboroug مقابل شلن واحد (15سنت انجليزي) شاملة الترفيه وخدمة الطعام ، وبنهاية عام 1850بدا توماس كوك في الرحلات الخارجية التي شملت أوروبا والأراضي المقدسة وفي عام 1866لقب توماس كوك نفسه بأنه (منظم سياحي ) وفي عام 1865افتتح كوك مكتب يعني بتسهيل وتقديم الضيافة للزبائن ،كما أصدر دليلا سياحيا ودورية وفي عام1868 قدم كوبونات الفنادق 1868كما قدم الي قطاع الأعمال عملية التبادل البنكية للعملات وقد تطورت عماله بصورة كبيرة مع نهاية القرن التاسع عشر ، 1872 توماس كوك يفتح مكتباً في القاهرة لتنظيم رحلات بالسفينة.

وفي عام 1874قدم توماس كوك اول ورقة مالية مقبولة من الفنادق والمطاعم والمحلات والبنوك ، وفي عام 1865م سافر توماس كوك الي أمريكا لتنظيم رحلات بين إنجلترا وأمريكا وبالعكس ، وبعد ذلك افتتح مكاتب في نيويورك وواشنطن و فيلادلفيا وبوسطن ، وقد بلغ عدد الأمريكيتين العائدين من زيارات للخارج خلال الفترة من 1860-1870حوالي 40.000 سنويا ازداد الي 100الف سنويا في 1890م وقد تحقق ذلك بطبيعة الحال نتيجة للتطور الكبير في خدمات النقل البحري عبر المحيط الأطلسي. (2)

وفي عام1841م بدأت شركة Wells-Fargo في الولايات المتحدة الأمريكية في عمليات شحن ونقل البضائع وكان عملها موجهاً الي قطاع الأعمال أيضاً ، وبعدها نشأت شركة امريكان اكسبريس American express كفرع من شركة Wells-Fargo لتقديم خدمات شيكات المسافرين Traveler,s Check وفي سنة 1864م قدمت إدارة البريد في الولايات المتحدة الأمريكية أول أذن بريد نقدي الذي حقق نجاحا كبيرا الأمر الذي اثر علي أرباح شركة أمريكان

1 . عبدالرحمن سليم ،شركات ووكالات السفر ،مؤسسة الثقافة الجامعية بالإسكندرية ،راوي للطباعة والإعلان ،ص :18،17

2 . المرجع السابق، عبد الرحمن سليم ،ص: 19،18

اكسبريس من عملية نقل الأموال وقررت الشركة تقديم خدماتها المالية في شكل اذن مالي في سنة 1882م الذي انتشر استخدامه بسرعة علي حساب اذن البريد العام ،وفي سنة 1891م قدمت شركة امريكان اكسبريس اول نوع من شيكات السفر الذي يحقق لحامله الكثير من الأمان ضد السرقة و الضياع او التزوير، وظلت الشركة بعيدة عن مزاوله عمليات السفر حتي سنة 1909ومنذ ذلك التاريخ بدأت تأخذ شكل وكالة للسفر والسياحة .

كما ادت شركة السير هنري لنن Sir Henry Lunn الي خلق نظم سياحية جديدة ففي عام 1883م قام بزيارة سويسرا وأدرك إمكانية إدخال رياضة التزلج علي الجليد التي كانت سائدة في النرويج الي سويسرا وفي بداية القرن العشرين انشأ أول نادي للتزلج في سويسرا ،ثم أضاف مدرسة عامة للرياضات الجبلية ،ومن أمثلة المنتجات التي استفادت من تنظيمه Wengen و منتج Murren ومن نشاطه ان اصبح الترويج بإمكان الطبقات الوسطى، و كان لظهور المعرض الدولي في مدينة لندن في المملكة المتحدة عام 1851م الاعلان عن فكرة الرحلات الشاملة فقد كان وفد المعرض ما يقارب 6 ملايين سائح من اجل مشاهدة احدث التقنيات في عالم الصناعة ،وادي تعديل القوانين البريطانية بالسماح للموظفين بالإجازات الخاصة لمدة (4) ايام للاشتراك في السياحة الساحلية بشكل كبير وسهلت هذه القوانين من دخول الطبقات العاملة للمنتجات السياحية في المملكة المتحدة . (1)

وقد قام بعض من تلك الوكالات السياحية بفتح فروع لها في الخارج يكونوا علي اتصال دائم بمنظمي الرحلات السياحية ، كما قام البعض ايضا بإنشاء وكالات محلية في البلاد المصدرة للسياحة حيث تقوم بتنظيم وطرح البرامج السياحية التي تعدها في السوق مباشرة من خلال الوكالات الوسيطة .

#### □ هدف ووظيفة شركات السياحة

□ بالرغم من ان الوسائل التي تستخدمها الشركات أكثر تعقيدا في وقتنا الحاضر لا ان وكالات السفر الحديثة لها نفس أهداف توماس كوك وهي دعم وتسهيل السفر والسياحة ولكي يتم تحقيق ذلك فان وكالة السفر لها وظيفتان أساسيتان

□ 1/تخدم المسافرين بان تقدم لهم المعلومات والنصيحة وترتيبات السفر .

□ 2/ العمل كوكيل او ممثل للخدمات المتعلقة بالسفر مثل شركات الطيران ،شركات السكك الحديدية ، شركات الملاحة ، الفنادق ، أماكن السياحة، شركات تأجير السيارات .

<sup>1</sup> . ستيفن بيج ،إدارة السياحة ،نقطة للعربية /خالد العامري ،دار الفاروق القاهرة ،ط1،ص: 66

□ وفي عملها هذا كوكيل للعديد من الجهات فان وكالة السفر تعمل كدافع للقوة الشرائية وبالتالي فإنها تأخذ عمولة مقابل خدماتها وهذه العمولة تعتمد علي نسبة مئوية من كامل الرحلة هذه النسبة تعوض الوكالة علي الجهد المبذول في (الاتصالات مع الزبائن ، التأمينات ، حجز التذاكر ، نفقات المكتب ... الخ ) ويبقي جزء من العمولة ليكون ربح لأصحاب الوكالة .

□ وفي نظام العمولة فان المسافرون لا يدفعون للخدمات التي تجهزها الوكالة أكثر من الذي سيدفعونه لو تعاملوا بشكل مباشر مع الجهات المختصة بالخدمات ،وبالرغم من ان معظم إيرادات وكالة السفر من العمولات إلا أن بعض الوكالات تحصل من المسافرين علي بعض التكاليف الأخرى للخدمات الخاصة التي لا تغطيها العمولة مثل (تجهيز خطط الرحلة ، ترتيبات مفصلة جدا او غير عادية للسفر ) .

### □ أنواع الشركات السياحية

□ يتم تصنيف الشركات السياحية الي ثلاثة أنواع هي :

□ 1/ منظمو الرحلات السياحية : tour operators

□ وهي الوكالات السياحية الكبيرة والتي تتواجد بشكل أساسي في الدول المصدرة للسائحين ،وهي التي تقوم بعملية تجميع عناصر المنتج السياحي المختلفة وتنظمها في صورة برامج سياحية متنوعة في توقيتات ومناطق محددة مسبقا وعمل الدعاية اللازمة لها وتسويقها وعمل كافة الترتيبات المتعلقة بتلك البرامج (package tours) .

□ وهذه الشركات عادة تكون من كيانات كبري وتمتلك كل المقومات المادية والبشرية للقيام بذلك ولها القدرة علي التعاقد مع موردي الخدمات السياحية من فنادق ووسائل نقل .. الخ بالإضافة الي تحملها تكاليف الدعاية المختلفة للبرامج السياحية التي تعدها ، ويمتلك او يساهم منظمو الرحلات في معظم الأحيان بعض جوانب مكونات الرحلة فالعديد منها تمتلك طائرات و وسائل نقل خاصة بها وفنادق و أماكن إقامة مختلفة ومنشآت سياحية .<sup>(1)</sup>

### 2/ وكالات السفر والسياحة بالتجزئة : Retail Travel Agencies

□ ويتواجد هذا النوع من الشركات السياحية في الأسواق المصدرة للسياحة والتي عادة ما يقتصر دورها علي بيع البرامج السياحية المعدة مسبقا بواسطة الشركات الكبيرة (tour operators)

<sup>1</sup> .صابرين جابر عبدالجليل ،شركات السياحة ،كلية السياحة والفنادق جامعة المنيا ،مطبعة العصر ،ص:11،12،13

( مقابل عمولة معينة لها علي البيع(Commission) يتم الاتفاق عليها أو نظير مبلغ محدد علي الفرد الواحد (Per Person) حسب الاتفاق.

□ أي أن دور هذه الشركات وسيط بين منظمي البرامج السياحية او موردي الخدمات السياحية والمستهلك السياحي السائح وهي بالتالي لا تتحمل أي تكلفة من تكاليف الدعاية والمطبوعات الدعائية والتي تحصل عليها منهم وكذلك لا يقع عليها أي مسؤولية سواء مسؤولية مالية او تنظيمية أو تنفيذية ولا تتحمل أي مخاطر وبالتالي لا يحتاج عمل هذه الشركات علي الخدمة الكبيرة في التخطيط أو التسويق الداخلي والخارجي التي لابد من توافرها في الشركات الكبيرة منظمي البرامج السياحية والتي لابد من توافر تلك العناصر فيها لتحملها تكاليف مسؤولية تنظيم وتسويق وبيع وتنفيذ تلك البرامج التي تعدها وهذه الشركات تعتمد في عملها علي انتشارها في التجمعات السكنية والنشاطات التجارية وقربها من المستهلك السياحي (العميل / السائح ) .

### □ 3/ وكالات الخدمات السياحية : Ground Travel Agents

□ وهي الشركات التنفيذية والتي تقوم بعملية تنفيذ البرامج السياحية المعدة مسبقا بواسطة البرامج السياحية في البلدان المصدرة للسياحة والتي تعتبر وكيلا لها في الدولة المقصد السياحي إي أن هذه النوعية من الشركات توجد غالبا في البلاد المستقبلية للسياحة ولا دخل لها في ترتيب الطيران او وسائل النقل الأخرى بين الدول المصدرة للسائحين والمستقبلية لهم وتقوم وكالات الخدمات السياحية بدور هام في تنشيط السياحة إلي الدول التي تتواجد بها حيث تقوم بزيادة نشاطاتها عن طريق توثيق علاقاتها مع منظمي البرامج في الخارج ودعم الدعاية والتسويق . (1)

□ وقد تطور عمل هذه الوكالات السياحية بحيث بدأت في مشاركة منظمي الرحلات في الخارج في تنظيم وتمويل وتحمل مسؤولية إعداد البرامج السياحية إلي بلادها وكذلك الاشتراك في المعارض والبورصات السياحية في الترويج للمنتج السياحي الخاص بدولها والبرامج السياحية التي تنفذها والتي تقوم بإعدادها وتسويقها منظمي البرامج السياحية لأنه التنشيط وزيادة العدد يعود بالفائدة علي الجميع .

□ وقد قام بعض من تلك الوكالات السياحية بفتح فروع لها في الخارج يكونوا علي اتصال دائم بمنظمي الرحلات السياحية , كما قام البعض أيضاً بإنشاء وكالات محلية في البلاد المصدرة للسياحة حيث تقوم بتنظيم وطرح البرامج السياحية التي تعدها في السوق مباشرة من خلال الوكالات الوسيطة ، وبوجه عام فالوظيفة الأساسية لشركة السياحة لا تنحصر فقط في بيع

<sup>1</sup> . المرجع السابق ، صابرين جابر عبدالجليل ، ص:15

البرامج أو حجز الفنادق أو صرف تذاكر السفر وإنما تقوم الشركة السياحية أيضا بمهمة المستشار السياحي ، حيث شركة السياحة بإرشاد السائح و إعطائه بما يتماشى مع رغبته واحتياجاته وإمكانياته وذلك نظر لكون الشركة متخصصة في السفر السياحة علاوة علي الخبرة المكتسبة في مجال التعرف علي رغبات واحتياجات و تفضيلات العملاء ، ويستطيع الوكيل السياحي التعرف علي رغبات العميل واحتياجاته من خلال هذه الاعتبارات :

1/ سن العميل وجنسيته وشريحته الاجتماعية وميوله ورغبته .

2/ توقيت الوصول إلى المقصد السياحي في الصباح الباكر أو في وقت متأخر.

3/ تأثير فرق التوقيت بين الدول علي العميل وبصفه خاصة إذ كانت رحلة الذهاب والإياب تستغرق وقت طويل .

4/ تأثير الارتفاعات الشديدة في بعض مناطق المقصد السياحي .

5/ الأخطار التي يمكن أن تنتج في حالة وجود مشاكل صحية أو بيئية في بعض الدول .

#### - التنظيم الداخلي لشركات السياحة :

مستويات الإدارة المختلفة ويتضمن هذا الهيكل التنظيمي جميع الإدارات التي تضمها الشركة وهو مقسم إلى المستويات الآتية :

##### (أ) الإدارة العليا :

وتتكون الإدارة العليا من مجلس الإدارة ككل و الذي يقوم بإصدار الأوامر والتخطيط . ومن مهام الإدارة العليا أيضا الأشراف علي الإدارة المتوسطة والإدارة التنفيذية ، والقيام بتحديد الأهداف ورسم الخطوط العريضة لسياسة الشركة .

##### (ب) الإدارة المتوسطة :

وتتمثل هذه الإدارة في رؤساء الأقسام ( Supervisors ) والذين يتولون مهمة الأشراف علي الإدارة التنفيذية.

##### (ج) الإدارة التنفيذية :

ويمثل الإدارة التنفيذية الموظفين والعاملين بالشركة وتكون مهمتهم تنفيذ الأوامر والمشروعات والخطط التي تحددها الإدارة وتباشر تنفيذها الإدارة المتوسطة. (1)

#### أنواع وكالات السفر:

<sup>1</sup> . غادة علي حمود ، الدخلى علم السياحة والسفر، كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان ، 1997، ص:35



بشكل أساسي هناك نوعان من وكالات السفر الوكالة العامة والوكالة المتخصصة الوكالة العامة للسفر عبارة عن منظمة صغيرة من 2 إلى 15 موظف وتتعامل تقريبا مع كل أنواع السفر وتعرض كل الخدمات المتعلقة بالسفر إما وكالة السفر المتخصصة فهي عادة كبيرة ومتخصصة في احد أنواع السفر أو أنواع الخدمات التي تقدمها إلى سوق معينة مجموعة من الناس .

**1/وكالة السفر العامة :** كما يبدو من الاسم فان الوكالة العامة للسفر هي وكالة تقدم خدمات كثيرة ومتنوعة من خدمات السفر وفي الوكالات العامة الكبيرة فانه يتم انجاز ذلك عن طريق تقسيم الوكالة إلى أقسام متخصصة مثل الأقسام التجارية وأقسام الإجازات وفي الوكالات الكبيرة جدا يمكن تقسيم تلك الأقسام إلى قسم تجارة محلية وقسم تجارة دولية .أقسام إجازات داخلية / وأقسام إجازات خارجية / وهذه الأقسام بها وكلاء تؤهلهم معرفتهم وخبراتهم الشخصية لان يكونوا خبراء أو متخصصين في مجال أو آخر . (1)

وفي الوكالات الأصغر فان وكيل السفر يجب أن يكون لديه معرفة وخبرة في كل مجالات السفر وهذا لا يعني أن يكون الوكيل لديه خبرة أولى بكل ما يمكن معرفته بشأن الخدمات المتعلقة بالسفر ولكن يجب أن يكون خبيرا في بحث وتنظيم المعلومات التي تلبى احتياجات المسافرين .

**وفي ما يلي مجالات الخبرة التي يتوقعها المسافر لدى موظف الوكالة العامة للسفر :**

**1/تنظيم الطيران وحجز التذاكر :** لان شركة الطيران تساهم بشكل عام في الجزء الأكبر من داخل وكالة السفر فان أفراد الوكالة يجب أن يكونوا قادرين علي قراءة و تحديد مواعيد الطيران وقراءة وفهم قائمة الأسعار للمسافرين وكتابة تذاكر الطيران .

**2/التخطيط :** الرحلات المخططة توفر انتقالات غير مكلفة للمسافرين الذين يستطيعون جعل خطط إجازاتهم تسير وفقا لتواريخ معينة وبينما نجد العديد من وكالات السفر الصغيرة تقوم ببيع البرامج المخططة الموجودة فقط نجد ان الوكالات الكبيرة غالبا ما تقوم بعمل برامجها أو ترتيبات الرحلة في منطقة ما هذه البرامج المخططة والرحلات يمكن بيعها لأفراد او مجموعات.

**1)تأجير وشراء السيارات :**غالبا يحتاج المسافرون تأجير سيارات وعلي الوكيل الجيد التحقق عن اكبر ثلاث وكالات لتأجير السيارات بحيث توفر انتقالات آمنة ومريحة و بأفضل الأسعار وطبقا لرغبات المسافرين وعلي الوكيل أيضاً مسؤولية مراجعة نفقات التامين والضرائب الخاصة بالسيارات المؤجرة و أخبار الزبون عن أي غرامات إضافية ويكون ذلك مهما جدا عندما يقوم العميل بتنظيم التأجير لمسافرين من دول بعيدة لان نسبة التامين والضرائب غالبا تختلف من

<sup>1</sup> . المرجع السابق، صابرين جابر عبدالجليل ، ص:19

دولة لأخرى فمثلا في ألمانيا تضاف 14% ضريبة إلى قيمة الإيجار بينما لوكسمبورج يضاف 12% وفي بريطانيا واليابان والدول التي يستعملون اليد اليسرى أكثر في القيادة والأميركيتين يكون لديهم نسبة حوادث عالية وبالتالي مطالبون بدفع تعويضات كبيرة لذا يجب إيداعها قبل تأجير السيارة وفي بعض التنقلات يكون أفضل و اقتصاديا للمسافر شراء سيارة وليس تأجيرها وفي هذه الحالة يقوم الوكيل بترتيب اختيار وشراء السيارة ويستعملها أثناء رحلته ثم تنقل (تسحن) علي سفينة إلي بلدة و إذا قطعت السيارة عددا معيناً من الأميال قبل شحنها إلي الولايات المتحدة فان ذلك يعتبر ميزة لصحابها حيث انه لن يضطر إلى دفع رسوم استيراد سيارة جديدة .

## (2) ترتيب أماكن الطعام :

لان الطعام عنصر هام وضروري في السفر لذا يجب علي الوكيل أن يقدم نصائح عن أكثر الأماكن المناسبة لذوق وميزانية المسافر وهذه النصائح من الممكن أن تعتمد علي معرفته الشخصية أو المعلومات الموجودة في كتيبات المطاعم أو المجالات وهناك المئات من المطبوعات التي تحتوي علي أنواع وأسعار الأطعمة . عند الترتيب لتناول الطعام في الدول الأجنبية علي الوكيل ان يكون يقظاً بدرجة كافية للتحقق من(السعر، الجودة، العادات، الموقع) وعلي الوكيل البحث عن الأطعمة المختلفة المميزة الموجودة في خطة المسافر ويجب علي الوكيل أن يكون عل راية بالأطعمة المشهورة المحلية والعالمية التي ستكون شيقة بالنسبة للمسافر . وعلي الرغم من أن الأطعمة المحلية الشعبية ربما لا تكون مدرجة في المجالات أو دليل الأطعمة مثل مطاعم (ماكدونالدز، للهامبورجر، كونيلايلاند للهوت دوج) (ألا أنها من الممكن ان تضيف قدرا كبيرا من النكهة والتميز إلى رحلة المسافر لذا يجب علي الوكيل بذل جهد اكبر لاكتشاف مثل هذه الأطعمة و أماكن بيعها وعليه أيضا أن يحذر المسافر من المخاطر الصحية المحتملة في أكل بعض الأطعمة في أماكن لا تراعي مستويات الصحة العامة بطريقة جيدة . (1)

يرغب العديد من المسافرين في التسلية أثناء سفرهم وقد تشمل التسلية المرغوب فيها زيارة صالات القمار وأماكن الترفية في لآس فيجاس، نيفادا، مونت كارلو، موناكو، وناساو، البهاما أو مشاهدة الأحداث الرياضية مثل كرة البولنج الرائعة أو قضاء أسبوع في نيويورك أو لندن لمشاهدة المسرح أو الأوبرا أو البالية أو حضور المهرجان في ريودي جانيور بالبرازيل أحداث يستمتع بها السياح كل عام .

## (6) ترتيب التنزه في الأماكن المفتوحة :

<sup>1</sup> . المرجع السابق، صابرين جابر عبدالجليل ، ص:22،21،20

أصبحت الأنشطة الخاصة بالتنزه في الأماكن المفتوحة مثل التخييم ، التزلج ، التزلق ، ركوب القوارب والغطس من الأشياء المحببة للسائح ، وتمثل هذه الأنشطة تحدي كبير للوكيل أو المندوب حيث أن مواقع هذه الأنشطة من الصعب الوصول إليها بالمواصلات العادية لأنها عادة ما تكون منعزلة وبعيدة عن المدن فعلي سبيل المثال (سوف يعرف الوكيل أين يجد المعلومات الخاصة برحلة السير علي الأقدام في شمال اليونان ) وكيف يوفر رحلة بالقارب في نهر الكولورادو ، وأين يجد قوافل الفجر في أيرلندا وكيفية الحصول علي تصريح لتسلق جبل التيتونا ، وعلي الرغم من ان المندوب ق لا يستطيع شخصيا القيام بكل هذه الأنشطة في حياته إلا أن المندوب المتمرس سوف يعرف أين و متى تكون هذه الأنشطة متاحة وكم تكون تكلفتها و كيفية تنظيمها بشكل مناسب .

#### (7) إعداد قوافل الطهارة :

أصبحت قوافل الطهارة شيء مألوف ولأي طريقة الطهي تختلف من بلد لآخر كما تختلف القافلة لذا فان قوافل الطهارة تنتقل من بلد لآخر لكي يتمكن المسافرون من تذوق المأكولات والمشروبات المميزة والخاصة بكل بلد وعمل الطهارة متخصص جدا لدرجة أن طعام ال kosher طعام شرعي حسب الدين اليهودي أصبح في متناول اليهود الذين يرغبون في السفر إلى أي مكان حيث سيقدم لهم ذلك الطعام .

#### (8) تأجير الغرف :

حيث أن النوم المريح يميز الرحلة السعيدة عن غيرها فان تأجير الغرف من الأشياء الهامة في عمل الوكيل أو المندوب وعند القيام بتأجير الغرف يجب أن يتذكر الوكيل أن توقعات المسافر تمثل جزءا كبيرا في درجة تقبله للمكان وما يعكس علي الرحلة من انتعاش فعلي سبيل المثال عند التعامل مع المسافر الأمريكي من المهم تذكر أن الأمريكيين معتادون علي قضاء الإجازات في فنادق وغالبا يتوقعون أن يكون متوفراً لهم سرير ذو حجم كبير، تكييف هواء ، حمام خاص ، سجاد ، خدمات في الغرفة حمام سباحة وكل ذلك بسعر معقول . (1)

وعلي العكس من ذلك فإننا نجد أن المسافرون الأوروبيون يتوقعون أنهم سيدفعون مبالغ زيادة مقابل الحمامات الخاصة ،تكييف الهواء ،سرير زيادة وما يسمى بوسائل الراحة ولذلك فانه عند مساعدة شخص أمريكي متجه إلى أوروبا أو انجليزي متجه إلى أمريكا فان علي الوكيل مراعاة التوقعات المختلفة لكلا منهما وعلي ذلك الأساس يتم ترتيب الإقامة ، وقدرة الوكيل علي تلبية

<sup>1</sup> . المرجع السابق ،صابرين جابر عبدالجليل ، ص: 24،25.

رغبات أو توقعات المسافرين في السكن لا تعتمد علي فقط علي المعرفة المبدئية لدى الوكيل , بل عليه الاجتهاد في البحث عن التسهيلات ووسائل الراحة التي تقدمها أماكن الإقامة، وهناك العديد من الكتب التي تضم أسماء الفنادق وأماكن الإقامة الأخرى وتصف نظامها وتعطي معلومات عن أسعارها الحالية وهذه الكتب ليست ذات أهمية لدي الوكيل الشرقي الذي يهتم باختيار فندق أو مسكن يلئم احتياجات وميزانية المسافر.

#### **(9) ترتيب السفر بالقطار :**

نظرا لارتفاع أسعار الوقود فان المسافرين الآن يجدون متعة وراحة في السفر بالقطار وفي بعض القطارات تكون المقاعد كبيرة وواسعة ويمكن مدها للخلف في حالة النوم ويمكن الاستمتاع بمشاهدة المناظر دون انزعاج من القيادة وقد تكون اكبر متعة للسفر بالقطار هي مقابلة مسافرون آخرون خاصة في دولة أجنبية ويختلف السفر بالقطار في الولايات المتحدة عن السفر خارجها ويختلف التنوع في الخدمات و وسائل الراحة وفي نفس التذكرة التي تعني كرسي خشبي وعدم التهوية وعدم الحجز في المكسيك قد تعني مقعد مريح ومكيف الهواء في هولندا وعلى وكيل السفر أن يكون عالما ( علي علم ) بكل هذه الاختلافات.

#### **10/ إعداد رحلات خاصة بالوكالة :**

أصبح اليوم ممكنا القيام بالآلاف من الرحلات وهذه الرحلات تكسبهم معلومات عن الأماكن الغير مألوفة وتكون هذه الرحلات سريعة ومسبق تجهيزها وبها تسهيلات تشمل الإقامة وتعتبر تجربة عملية وسهلة لرحلة ممتعة للمسافرين من كل مستويات الخبرة أو الراغبين في ذلك وهناك نوعان من هذه الرحلات (رحلات محلية ) في جميع البلاد ورحلات محلية لاماكن معينة تعلن عنها وكالة السفر .

#### **11/ ترتيب الرحلات البحرية :**

في وقت ما كان السفر بالسفن هو المصدر الرئيسي للدخل (للمال ) في وكالة السفر إما اليوم أصبح اقل أهمية وحل محلة الرحلات البحرية والنزهات النهريّة وازداد بناء الفنادق العائمة عندما اكتشف الناس متعة الرحلات البحرية وأصبحت الرحلات البحرية الطيران محبوبة (جزء من الرحلة بالطائرة والجزء الآخر عن طريق البحر ) لسببين الأول أن المسافرين يستطيعون الطيران إلى الأماكن الدافئة مباشرة (مثل ميامي - لوس أنجلوس - سان جوان) ويتجنبون قضاء أيام في برد الشتاء في البحار الثاني انه إذا كانت الباخرة تسير بالقرب من الشاطئ فانه

يمكن زيارة الكثير من الموانئ فان برنامج رحلة بحرية تبدأ من ميامي أو لوس انجلوس يمكن أن يتضمن زيارة ثلاثة أو أربعة موانئ في الرحلة الواحدة . (1)

### وكالات السفر المتخصصة

بعض وكالات (شركات ) السفر تتخصص في نوع واحد من أنواع السفر أو أنها تقدم خدماتها لمجموعة معينة من المسافرين وتصنف تلك الوكالات علي أنها وكالات متخصصة وتقع في المدن الكبيرة وتكون في الغالب وكالات كبيرة وفيما يلي وصف لبعض أنواع تلك الوكالات.

### 1/ سفر الشركات التجارية

الوكالة المتخصصة في سفر الشركات التجارية يمكنها التعامل بشكل موسع مع شئون العمل وتعمل بشكل أساسي فيما يخص حجز الطيران والفنادق وتأجير السيارات وهذه الوكالات دائماً توفر تذاكر السفر والمعلومات والخدمات للمسافرين من رجال الأعمال .

### 2/ سفر البواخر / والرحلات البحرية

وكالة السفر المتخصصة في النزاهات البحرية وسفر البواخر يجب ان يكون لديها موظفون ذوي خبرة في السفر بالبحر و لديهم كبيرة عن السفن وتعتبر النزاهات البحرية مريحة بشكل كبير للعديد من وكالات السفر لان النزاهة البحرية تعتبر رحلة كاملة تدفع مصاريفها سلفاً وتأخذ وكالات السفر عمولة مقابل كمية المبيعات وعندما يكون الوكيل علي دراية بمختلف أنواع الرحلات البحرية لن يكون من الصعب عليه بيع تذاكر تلك الرحلات ويعتبر حجز الرحلات البحرية عمل مكرر بالنسبة للعديد من الوكالات .

### 3/الرحلات الأجنبية

بعض وكالات السفر تتخصص في الرحلات الأجنبية وبيع رحلات محلية معلن عنها (مثل أمريكيان اكسبريس - كارفان - جلوبس - جيت واي ) وفي الرحلات الأجنبية المستقلة تخصص الرحلات لمسافر واحد وبالرغم من أنها تكون أكثر تكلفة إلا أن ميزتها تكمن في ان خطط رحلة يمكن وضعها طبقاً لرغبات المسافر الشخصية وهذه الرحلة تشمل الفنادق ، مشاهدة المعالم ، التنزه ، الوجبات ، مرشد بسيارة خاصة ، المسرح او ترفيه مسائي وقد تكون تلك الرحلات مريحة جداً للوكالة و أول شرط عند التعاقد علي هذا النوع من السفر أن يكون الوكيل ذو خبرة كبيرة في الرحلات الأجنبية المتخصصة .

<sup>1</sup> . المرجع السابق ،صابرين جابر عبدالجليل ، ص: 26،27.

#### 4/ رحلات المجموعات العرقية والأفراد :

العديد من وكالات السفر تقع في بلدان كبيرة بها مجتمعات عرقية وتتخصص هذه الوكالات في تنظيم رحلات للأفراد والجماعات إلى أوطان هذه الأعراق (الفصائل) من أمثلة تلك الرحلات اليونان ، إيطاليا ، بولندا ، إسرائيل ، أيرلندا ، ألمانيا الغربية ، اليابان وتحصل الوكالات لمثل هذه الرحلات علي مجموعات من المقاعد علي خطوط الطيران المختلفة أو تقوم بإيجار طائرة كاملة . (1)

#### 5/ الرحلات السياحية :

من الممكن أن يحتوي برنامج الرحلة علي حجز الفنادق والانتقالات فقط أو تكون رحلة شاملة مرافق (المرشد السياحي) ومنظم الرحلة قد يكون فردا من داخل وكالة السفر أو قد يكون طرفاً ثالثاً وفي بعض الأحيان يكون منظمي الرحلات بعض الوزراء أو الرؤساء أو المتعلمون و علي وكيل السفر أن يدرك أن منظمي تلك الرحلات يمثلون فرصة عمل مميزة و سواء كانت وكالة السفر هي منظمة الرحلة أو مجرد مساعد في حجز المجموعات فان تلك المجموعات تعتبره عمل هام و برامج تلك المجموعات يتم بيعها مباشرة إلى المسافرين أو تباع كلية إلى الوكالات الأخرى و تأخذ نسبة علي المبيعات .

#### - الشركات دولية النشاط في الاقتصاد الدولي المعاصر:

على صعيد التصور النظري يمكن اعتبار الشركات دولية النشاط محصلة تطور المشروع الرأسمالي من مرحلة المشروع المارشالي إلى المشروع الكبير ، إلى المشروع دولي النشاط .

وقد تعددت التصورات النظرية في شأنه وان كانت كلها تدور حول تميزه بتدويل عملية الإنتاج عبر الاستثمار في الخارج ، وخاصة الاستثمار الأجنبي المباشر يجري تفضيله لبواعث مختلفة . وقد ساعدت الدولة في الاقتصاد الأم في البلدان المتقدمة عملية التحول نحو المشروع دولي النشاط ، إما عبر سياستها المالية في داخلها أو عبر مسانبتها له في الخارج . وانتهي لأمر بالشركات دولية النشاط لكي تصبح من أشخاص الاقتصاد الدولي تتمتع فيه بوزن نسبي كبير وتلعب من ثم دوراً محورياً في أدائه وحركته .

#### - ماهية الشركات السياحية دولية النشاط ووزنها النسبي في الاقتصاد الدولي المعاصر:

<sup>1</sup> . المرجع السابق ، صابرين جابر عبدالجليل ، ص:31،30،29

كما هو معروف أن الشركات دولية النشاط أصبحت هي الشكل الغالب للمشروع الاقتصادي في الاقتصاد الدولي المعاصر وبظهور الشركات السياحية دولية النشاط والتي تميل إلي أن تقدم للسائح الخدمة المكونة للخدمة السياحية متكاملة وسوف نتناول بعض الشركات السياحية دولية النشاط التي تعمل في مجال الفنادق وشركات الطيران والمطاعم والوجبات السريعة والشركات السياحية للتعرف علي حجمها ووزنها النسبي في الاقتصاد الدولي المعاصر. <sup>(1)</sup>

برزت السياحة من جانب الأشخاص السائحين كنشاط تجديدي في أوقات الإجازات يأخذ مكانه على نحو متزايد عن طريق الترحال والانتقال نحو أجزاء أخرى من نفس بلد الموطن كالسياحة الداخلية أو نحو أجزاء أخرى من المجتمع العالمي كالسياحة الخارجية . ومع التطور الاجتماعي تعددت سبل التجديد الذي يسعى إليه السائح . ولتحقيق هذا التجديد برز النشاط السياحي كإحدى الأنشطة الخدمية في الاقتصاد القومي ومع تطور سبل التجديد الذي يسعى إليه السائح زادت الطبيعة المركبة للخدمة السياحية التي تشبع حاجته أي تعددت الخدمات التي تتكاتف لتحقيق هذا الإشباع وفقاً لنوع السياحة ( خدمات الانتقال وما يصاحبها من خدمات لازمة كخدمة السلك القنصلي والجوازات وخدمات الإقامة وما يلزمها من إ طعام وتنظيف واتصال والخدمة المشبعة للحاجة الأساسية : الثقافة ، الترويح والترفيه ، العلم ، التعبد ، العلاج ، الرياضة ، وخدمة الارشاد والخدمات الأخرى المرتبطة بخدمات الإعلام السياحي وتنشيط السياحة وكل خدمة

تسهيلية لأي مظهر من مظاهر النشاط السياحي ) . بل أن النشاط السياحي قد يستتبع خدمات الأصل أنها مستقلة عن النشاط السياحي ولكنها تؤدي للسائح بمناسبة وجوده على إقليم الدولة كخدمة علاجية في حالة مرض مفاجئ أو خدمة بريدية.

ومن ثم يتضح من الخدمات المكونة للخدمة السياحية المركبة أن النشاط السياحي يمارس إما بوحدات متخصصة في إحدى المكونة للخدمة السياحية المركبة (كوحدة النقل السياحي) أو وحدات تقوم بكل الخدمات التي تحقق للسائح الهدف من رحلته السياحية وعليه يمكن أن نفرق بين :

- وحدات للنقل السياحي بأنواعه المختلفة .
- وحدات للإيواء السياحي بأنواعه المختلفة .
- وحدات للخدمة المطعمية .
- وحدات للإرشاد السياحي .
- وحدات للتسويق السياحي

<sup>1</sup> دلال عبدالهادي ، أساسيات السياحة ، دار الفتح ، 2004، ص:10

- وحدات تتوب عن السائحين في ترتيب الرحلة السياحية المركبة بالنسبة لواحدة أو أكثر من الخدمات المكونة للخدمة السياحية المركبة ( التوكيلات السياحية ) .
- وحدات تقوم بتجميع السائحين والاتفاق مع وحدات الخدمات المختلفة حول الرحلة السياحية بمراحلها المختلفة ( الشركات السياحية ) . (1)

بالنسبة لكل نوع من هذه الوحدات يمكن للوحدة التي تقدم الخدمة أن تأخذ شكل المشروع الفردي أو العائلي أو الشركة والتي قد تكون شركة أشخاص بحيث يكون للشخص الشريك فيها أهمية خاصة أو شركة أموال يعتد فيها أساساً بالحصة من رأس المال التي يقدمها الشريك أو شركة ذات مسئولية محدودة لا يعتد فيها بالشخص الشريك وإنما في حدود الحصة من رأس المال التي يقدمها .

من حيث نطاق المشروع يمكن أن يكون محلياً أو إقليمياً في داخل إقليم من أقاليم الدولة على مستوى الاقتصاد القومي أو دولياً يمارس جزء من نشاطه في السوق الدولية أو عابر للقوميات ، وبالنسبة للكيفية التي تمارس بها الوحدة الخدمية نشاطها فهي تتوقف على شكل السوق الذي تعمل في ظله أي ما إذا كان من قبيل سوق المنافسة الكاملة أو سوق المنافسة الاحتكارية أو سوق منافسة القلة أو سوق لمحتكر وكذلك على شكل السوق الذي تشتري منه الوحدة قوى الإنتاج المادية والبشرية وفي الوقت الراهن يمتد أداء الخدمة في كل دول العالم من الوحدة أو النشاط العائلي إلى المشروع الرأسمالي في شكل شركة من شركات الأشخاص أو الأموال سواء تمثل في نطاق النشاط في دائرة إقليم من أقاليم الدولة أو في دائرة مجمل الاقتصاد الوطني أو في دائرة الاقتصاد الدولي وسواء تمثل الأمر في سياحة داخلية أو سياحة دولية أو الاثنين معاً كما هو الشكل الغالب لمعظم الدول الموجود على خريطة السياحة العالمية .

وفي إطار النمط الحالي لتقسيم العمل الدولي تحركت الشركات عابرة القوميات التي أصبحت الشكل الغالب للمشروع الاقتصادي في الاقتصاد الدولي المعاصر كعادتها نحو تعبئة الربح أيضاً كان نوع النشاط الاقتصادي الذي تمارسه ومن ثم ظهرت الشركات السياحية دولية النشاط والتي تميل إلى أن تقدم للسائح الخدمة المكونة للخدمة السياحية متكاملة مع إمكانية القيام بمكوناتها على أقاليم دول مختلفة.

وإذا اكتمل أعمال أحكام اتفاقية الجاتس وتم إزالة كافة القيود علي تجارة الخدمات سيؤدي ذلك إلي تدفق الشركات عابرة القوميات التي تعمل في قطاع الخدمات بصفة عامة والشركات السياحية دولية النشاط بصفة خاصة إلى الدول ذات الميزة النسبية وخاصة الدول النامية

1 . المرجع سابق ، دلال عبدالهادي ، ص: 13



وستتغلغل في مجال إنتاج الخدمات في هذه الدول الأمر الذي قد ينتهي في المدى الطويل إما إلى ابتلاع الوحدات كفئة منها أو إلى اقتلاعها من جذورها ، إن الشكل الغالب للمشروع الاقتصادي الدولي المعاصر هو المشروع دولي نشاط أو الشركة دولية النشاط وهذا الشكل من المشروعات هو الذي يقوم نمط تقسيم العمل الدولي الذي يسود الاقتصاد الدولي المعاصر .

وتتسم الشركات السياحية دولية النشاط بالسمات العامة للشركات دولية النشاط في أنها تمارس نشاطها أقاليم متعددة من العالم استفادة من الفروق في مقومات النشاط الاقتصادي بين أقاليم وبلدان العالم وأنها تقوم بتخطيط نشاطها علي مستوي السوق العالمية في إطار إستراتيجية طويلة المدى ولكن الشركة دولية النشاط السياحة تنفرد بخصيتين:

أ - أنها تنتمي عادة إلي بلدان المتقدمة التي ينبعث منها جل الطلب الدولي علي السياحة الدولية ومن ثم يمكن أن تتمتع بقدرة نسبية أكبر علي تعبه الطلب الكافي في البلد الأم خاصة إذا قورنت بقدرات شركة سياحية في البلد الصغير المصدر للخدمات السياحية.

ب - تتعامل الشركات دولية النشاط في الخدمات السياحية كخدمة مركبة من خدمات مختلفة الأمر الذي يمكن معه أن تضمن نصيبا كبيرا نسبيا من عائد السياحة المصدرة إذا ما سيطرت على أداء بعض الخدمات المكونة للخدمة السياحية الكاملة.<sup>(1)</sup>

و يوجد عديد من الشركات السياحية دولية النشاط في العالم سواء شركات الفنادق أو شركات الطيران أو شركات المطاعم والوجبات السريعة أو شركات السياحة واسم هذه الشركات وحده كاف لتسويق منتجاتها ،مثل:

- شركات الفنادق دولية النشاط :

**شركة ماريوت إنترناشيونال : Marriott International Inc.**

تعتبر هذه الشركة أكبر الشركات السياحية دولية النشاط التي تعمل في صناعة الفنادق من حيث إجمالي الإيرادات ورأس المال في نهاية عام 2005 م فقد بلغ إجمالي إيراداتها ورأس مالها في نهاية هذا العام 11.7، و16.4 بليون دولار على التوالي وبلغ صافي ربحها 1.31 بليون دولار .

نشأت هذه الشركة عام 1971 في واشنطن (USA) يعمل لديها الآن 143 ألف عامل ويخضع لها 2632 فندق بعدد حجرات يبلغ 482186 في 66 دولة على مستوى العالم ، حيث تنتشر

<sup>1</sup>.مرجع سابق ،دلال عبدالهادي ،ص:99،98.

فروعها في أمريكا وأوروبا والمملكة المتحدة وآسيا والشرق الأوسط وأفريقيا ، منهم 1658 فندق بعقود فرانشايزو 899 فندق بعقود إدارة والباقي فنادق منتسبة للشركة . (1)

### - شركة ماكدونالدز كوربوريشين: McDonald's Corp -

#### - شركات المطاعم دولية النشاط :-

تعتبر هذه الشركة أكبر الشركات السياحية دولية النشاط المتخصصة في تقديم الخدمة المطاعمية علي مستوي العالم من حيث إجمالي الإيرادات، ورأس المال، في نهاية عام 2005 م، حيث بلغ إجمالي إيراداتها ورأس مالها 20.8، و44.4 بليون دولار، علي التوالي، وبلغ صافي ربحها 6.32 بليون دولار.

أنشأت هذه الشركة عام 1984 بواسطة ريتشارد ( Richard & Maurice McDonald & Ray Kroc ) وموريس ماكدونالد وراي روك بأوك بروك بولاية ألينوي بالولايات المتحدة الأمريكية، توظف هذه الشركة 447 الف عامل، ويخضع لها 31886 مطعم، منهم 9283 مطعم بعقود إدارة، و 18334 مطعم بعقود ( فرانشايز، و 4269 منتسبة، في اكثر من 100 دولة).

### - شركة إير فرانس Air France -

وهي شركة فرنسية الأصل نشأت عام 1933 م في باريس بفرنسا وتعتبر أكبر شركة طيران دولية النشاط من حيث إجمالي الإيرادات في نهاية عام 2005 م، فلقد حققت إيراد بلغ 26.8 بليون دولار بصافي ربح بلغ 42.1 % يعمل لديها 102422 عامل وتمتلك 575 طائرة وتقوم بنقل الركاب والبضائع كما تقوم بتوفير كافة الخدمات المصاحبة للرحلات الجوية بالإضافة إلى خدمة الصيانة للطائرات وتقوم بتشغيل رحلات جوية ل 247 مدينة وتنقل ما يقرب من 70 مليون مسافر كما تقوم بتوفير خدمات إلكترونية للمسافرين مثل إمكانية قيامهم بحجز الرحلات الجوية على طائراتها وحجز وسائل الانتقال الداخلية من خلال شبكة (الانترنت )

### British Air Ways شركة بريتش إير وايز

وهي شركة إنجليزية الأصل حققت مبيعات وأعمال واسعة بداية من نشأتها في عام 1972 م بالمملكة المتحدة وتعتبر أكبر شركة طيران دولية النشاط من حيث رأس المال في نهاية عام 2005 م ، والذي بلغ 7.3 بليون دولار . ولقد حققت الشركة إيراد بلغ 15.5 بليون دولار ويعمل لديها 49957 عامل وتمتلك 248 طائرة وتقوم بتوفير رحلات جوية دولية وداخلية ومنتظمة

1 . اسامة محمد قنيجيو ، رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان ( التحديات التي تواجه الشركات السياحية دولية للاستثمار في ليبيا ) الاكاديمية العربية للعلوم والنقل والتكنولوجيا ، مصر ، 2008 ، ص 20

وعارضة ويبلغ عدد المدن التي تقوم بتنظيم رحلاتها الجوية المنتظمة إليها 148 مدينة في 75 دولية وتتخصص في نقل الركاب والبضائع والخطابات وأعمال الشحن وكافة ( الخدمات المصاحبة للرحلات الجوية) <sup>(1)</sup>

### إيرادات الشركات السياحية دولية النشاط

تتجاوز إيرادات الشركات الكبرى من الشركات السياحية دولية النشاط في بعض الأحيان الناتج المحلي الإجمالي لبعض البلدان فعلي سبيل المثال في نهاية عام 2005 م، تجاوزت Marriot International إيرادات شركة ماريوت إنترناشيونال المتخصصة في صناعة الفنادق والتي بلغت 11.7 بليون دولار أمريكي الناتج المحلي الإجمالي لغانا والذي بلغ 10.694 بليون دولار أمريكي . كما تجاوزت إيرادات شركة ستار Star wood Hotels & ريزورتز وورلدويد Resorts Worldwide Inc والتي بلغت 6 بليون دولار أمريكي الناتج المحلي الإجمالي لتشاد وبوركينا فاسو والذي بلغ 5.431 و 5.749 بليون دولار أمريكي لكل منهما على التوالي .

كما تجاوزت إيرادات الشركات الكبرى من الشركات السياحية دولية النشاط المتخصصة في تقديم الخدمة المطاعمية الناتج المحلي الإجمالي لبعض الدول . فعلي سبيل المثال في نهاية عام 2005 تجاوزت إيرادات شركة ماكدونالدز كوربوريشين McDonald's Corp والتي بلغت 20.8 بليون دولار أمريكي الناتج المحلي الإجمالي لكينيا والكاميرون وأورجواي واليمن والذي بلغ 19،184 ، و 16،991 ، و 15،926 ، و 15،193 بليون دولار أمريكي لكل منهم على التوالي .

وكذلك تجاوزت إيرادات الشركات الكبرى من الشركات السياحية دولية النشاط المتخصصة في تقديم خدمة النقل الجوي الناتج المحلي إجمالي لبعض البلدان كغيرها من الشركات السياحية دولية النشاط، فعلي سبيل المثال في نهاية عام 2005 م ، تجاوزت إيرادات شركة إيرفرانس Air France والتي بلغت 26.8 بليون دولار أمريكي الناتج المحلي الإجمالي لبلغاريا وسيريلانكا ولبنان والذي بلغ 26.719 و 23.514 و 22.052 بليون دولار أمريكي لكل منهم على التوالي.

للشركات الكبرى من الشركات السياحية دولية النشاط رؤوس أموال ضخمة، تتجاوز في كثير من الأحيان الناتج المحلي الإجمالي لبعض الدول. فعلي سبيل المثال في نهاية عام 2005 م تجاوز

<sup>1</sup> . المرجع السابق ، اسامة محمد قنيجيو ، ص : 21 ، 22 .

رأس مال شركة ماريوت إنترناشيونال Marriott International المتخصصة في صناعة الفنادق والذي بلغ 16.4 بليون دولار أمريكي الناتج المحلي الإجمالي لقبرص وأيسلندا والذي بلغ 16.652 و 15.823 لكل منهما علي التوالي

كما تجاوزت رؤوس أموال الشركات الكبرى من الشركات السياحية دولية النشاط المتخصصة في تقديم الخدمة المطاعمية الناتج المحلي الإجمالي لبعض الدول. فعلي سبيل المثال في نهاية عام 2005 م، تجاوز رأس مال شركة ماكدونالدز كوربوريشين McDonald's Crop والذي بلغ 44.4 بليون دولار أمريكي مجموع قيم الناتج المحلي الإجمالي لمجموعة الدول الآتية لبنان ( 22.052 ) و البحرين 12.921 السنغال ( 8.332 ) والذي بلغ 43.305 بليون دولار أمريكي. كما تجاوز رأس مال شركة يم براندز Yum Brands والذي بلغ 14.5 بليون دولار أمريكي لكل منهم علي التوالي (1).

كذلك تجاوزت رؤوس أموال الشركات الكبرى من شركات الطيران دولية النشاط الناتج المحلي الإجمالي لبعض الدول، فعلي سبيل المثال، تجاوز رأس مال كل من شركة برينتش اير وايز (7.3) British Airways وشركة إير فرانس Air France (6.3) الناتج المحلي الإجمالي لتشاد ومالطا وزيمبابوي الذي بلغ 5.431 و 5.428 و 4.491 بليون دولار أمريكي لكل منهم علي التوالي.

سبل سيطرة الشركات السياحية دولية النشاط على وحدات النشاط السياحي في الدول النامية تسعى الشركات السياحية دولية النشاط بمد سيطرتها على وحدات النشاط السياحي في البلدان النامية بسبيلين هما :

1- سبيل أصبح تقليدياً في ممارسات الشركات دولية النشاط وهو إما إقامة وحدات سياحية تملكها بالكامل ( وتكاد تستقل بإدارتها ) في البلد المصدر للخدمة السياحية أو إقامة وحدات مشتركة جديدة أو السعي لتملك حصص في ملكية الوحدات السياحية الوطنية القائمة ( وهو ما يمكن أن يتحقق عندما تبيع الدولة أسهم وحدات سياحية مملوكة لها ويكون المشتري شركة سياحية دولية النشاط ) ويدخل في هذا السبيل ما تقوم به الدولة في البلد المصدر للخدمة السياحية من إبرام عقود لإدارة وحداتها السياحية بواسطة الشركات السياحية دولية النشاط .

2- سبيل آخر بدأ يكتسب أهمية متزايدة في التسعينات يتمثل في اقتسام الشركة السياحية دولية النشاط لأرباح كبرى الشركات السياحية الوطنية ، وخاصة الفنادق بدرجاتها ما بين الثالثة والخامسة والمطاعم عن طريق عقود الفرانشايز وهي عقود تضع بمقتضاها الشركة دولية النشاط

<sup>1</sup> المرجع السابق ، اسامة محمد قنيجيو ، ص : 27 ، 28 .

اسمها كغطاء دولي لأسم الوحدة المحلية كمرجع أول في تسويق الخدمة السياحية دولياً وكمراجع مشترك في أداء الخدمة للسائح كل ذلك في مقابل نسبة من أرباح ( المشروع السياحي الوطني).<sup>(1)</sup>

**ولقد وضعت " الجمعية البريطانية للفرانشايز British Franchise Association**  
نموذج تعريف للفرانشايز حيث عرفت الفرانشايز بما يلي :

ترخيص تعاقدى بمقتضاه يمنح طرف يسمى Franchisor طرفاً آخر يسمى Franchisee  
الأمر التالي :

- 1/ رخصة أو إذن للمتلقي \* Franchisee \* لممارسة أو مزاوله، نشاط معين لمدة معينة باستعمال اسم معين مملوك للمانح أو مساهم به.
- 2/ تفويض الطرف المانح، بممارسة حق الرقابة المستمرة، خلال مدة العقد، علي طريقة العمل الذي يزاوله المتلقي، وهو موضوع العقد.
- 3/ التزام المانح بتوفير المساعدة والمعونة للمتلقي المتعلقة بالنشاط موضوع العقد، وذلك فيما يتعلق بتنظيم العمل وتدريب الموظفين والإدارة والتسويق وخلافه.
- 4/ مستلزمات الدفع التي يقوم بدفعها المتلقي للطرف المعطي خلال مدة العقد، وهي المبالغ المالية مقابل منح الفرانشايز أو مقابل السلع أو الخدمات المشترط تقديمها من قبل الطرف (المعطي إلي المتلقي).<sup>(2)</sup>

- ويختلف عقد الفرانشايز عن غيره من عقود الإدارة، والتي من الممكن أن تختلط به كعقد الوكالة، وعقد التوزيع، وعقد الترخيص، فهو مزيج أو مركب من عقود يجمع بين أوصاف وعقود وعلاقات متعددة، أي إنه مركب أو نظام مكون من جميع العقود المسماة فهو يتكون من عقد بيع وعقد إيجار و عقد وكالة وعقد تعليم وتدريب وغير ذلك من العقود، بحيث يتعذر ردها إلي أحد العقود المسماة في القانون. فهو يختلف عن عقد الوكالة، في أنه في عقد الوكالة يعمل الوكيل أو يتصرف بالنيابة عن الموكل أو الأصيل وأثار هذا العمل أو التصرفات تعود إلي الموكل هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، فإن الوكيل ليس بمستخدم لعدة موكلين وأي شئ يقوم به يكون ضمن نطاق الوكالة وملزم للموكل.

<sup>1</sup> . مرجع سابق ، دلال عبدالهادي ، ص : 100 .

<sup>2</sup> . مجلة الامتياز العالمية <http://www.thebfa.org/members/franchise-world>

- ويختلف عن عقد التوزيع، في أن العلاقة في عقد التوزيع مستقلة، فالموزع شخص مستقل و العلاقة بينه وبين المورد أو المنتج هي علاقة بائع ومشتري ولكن هذا لا يمنع أن يكون هناك اتفاق و ترتيبات بين كل من الموزع والمنتج حول بعض الأمور كالمنطقة الحصرية والإعلانات و التدريب والصيانة وغير ذلك من الأمور. فعقد التوزيع ما هو إلا عقد بيع مع وجود اشتراطات أخرى متعلقة بالسلع أو المنتجات ومكملة للعلاقات الخلفية الناتجة عن عملية بيع أو إعادة بيع المنتجات بالإضافة إلي أنه وسيلة استثمار أجنبية غير مباشرة وآلية من آليات العولمة.

- كما يختلف عن عقد الترخيص، في إن عقد الترخيص ما هو إلا عقد إيجار سواء كان الترخيص بإنتاج سلعة أو استعمال علامة حيث يتضمن ذلك تأجير المرخص له الحقوق المملوكة للمرخص وهذه الحقوق قد تكون براءة اختراع أو أسرار صناعية وتجارية أو معرفة فنية مع جميع كتيبات التشغيل والتصنيع والرسومات والمخططات والتصاميم والعلامة التجارية، بالتالي يؤجر المرخص هذه الحقوق أو أي جزء منها لمرخص له ليقوم بتصنيعها واستعمال علامة معينة علي المنتجات في منطقة محددة ولمدة محددة نظير مقابل معين، أي أن المرخص يتنازل عن هذه الحقوق للمرخص له ويقوم المرخص له باستعمال واستغلال هذه الحقوق بشكل مستقل تماماً علي المرخص والذي لا يتدخل إلا فيما يتعلق بالتقيد بالمواصفات والجودة وذلك للمحافظة علي الاسم، والترخيص يأخذ شكل العقد أو جزء من عقد أو اتفاقية أخرى .

ومن ثم قد يكون عقد الترخيص أحد العقود المرفقة والملحقة بعقد فرانشايز و ذلك إذا ما كان موضوع فرانشايز متعلق باستعمال ملكية معنوية أو معرفة فنية أو أسرار تجارية وصناعية وبراءات اختراع وحقوق تأليف وعلامات تجارية وأسماء تجارية مشهورة وتظهر عقود فرانشايز بوضوح في قطاع الفنادق وتلجأ الشركات السياحية دولية النشاط لتلك الترتيبات غير الرأسمالية (عقود فرانشايز والتجارية ، وتجنباً للاحتتمالات الاقتصادية السيئة وعدم الاستقرار خاصة عندما تعمل هذه الشركات في الدول النامية).

#### الاستنتاجات خصائص الشركات دولية النشاط

تتمتع الشركات دولية النشاط (المتعددة الجنسيات) والتي تعد من أهم ملامح ظاهرة العولمة أو النظام الاقتصادي المعاصر بالعديد من الصفات والسمات التي تميزها وتحدد دورها وتأثيرها على النظام الاقتصادي العالمي، ومن أهم هذه الصفات :

1- ضخامة الحجم : تتميز هذه الشركات بضخامة حجمها وتمثل كيانات اقتصادية عملاقة، ومن المؤشرات التي تدل على هذا، حجم رأس المال وحجم استثماراتها وتنوع إنتاجها وأرقام

المبيعات والإيرادات التي تحققها، والشبكات التسويقية التي تملكها، فضلا عن هياكلها التنظيمية وكفاءة أدارتها.

2- ازدياد درجة تنوع الأنشطة : تشير الكثير من الدراسات والبحوث، إلى إن الشركات المتعددة الجنسيات تتميز بالتنوع الكبير في أنشطتها، فسياستها الإنتاجية تقوم على وجود منتجات متنوعة متعددة ، ويرجع هذا التنوع إلى رغبة الإدارة العليا في تقليل احتمالات الخسارة، من حيث أنها إذا خسرت في نشاط يمكن أن تريح من أنشطة أخرى.

3- الانتشار الجغرافي - الأسواق : من الميز التي تتميز بها الشركات المتعددة الجنسيات هي كبر مساحة السوق التي تغطيها وامتدادها الجغرافي، خارج الدولة الأم، بما لها من إمكانات هائلة في التسويق، وفروع وشركات تابعة في أنحاء العالم.

4- القدرة على تحويل الإنتاج والاستثمار على مستوى العالم : أن هذه الخاصية ناتجة عن كون هذه الشركات تتميز بنشاطها الاستثماري الواسع في العالم، وكذلك كونها كيانات عملاقة متنوعة الأنشطة تسودها عمليات التكامل الأفقي والرأسي.

5- إقامة التحالفات الإستراتيجية : وهي تعتبر من السمات الهامة للشركات متعددة الجنسيات والتي تسعى دوماً إلى إقامة تحالفات إستراتيجية فيما بينها ومن أجل تحقيق مصالحها الاقتصادية المشتركة وتعزيز قدراتها التنافسية والتسويقية، أن التحالفات الإستراتيجية بين الشركات المتشابهة تتم في الصناعات المتماثلة بدرجة أكبر، وفي بعض الأحيان يأخذ هذا التحالف شكل الاندماج.

6- المزايا الاحتكارية : تتمتع الشركات متعددة الجنسيات بمجموعة من المزايا الاحتكارية، وترجع هذه السمة إلى أن هيكل السوق الذي تعمل فيه هذه الشركات، يأخذ شكل سوق احتكار القلة في الأغلب الأعم.

7- تعبئة المدخرات العالمية : أن كل شركة من الشركات متعددة الجنسيات تنظر إلى العالم كسوق واحدة، ومن ثم تسعى إلى تعبئة المدخرات من تلك السوق في مجموعها .

8 - تعبئة الكفاءات : تتميز الشركات متعددة الجنسيات بعدم تقيدها بتفضيل مواطني دولة معينة عند اختيار العاملين بها حتى أعلى المستويات، فالمعيار الغالب الذي تأخذ به هو معيار الكفاءة. والنمط المعمول به في اختيار العمالة في هذه الشركات هو الاستفادة من الكادر المحلي لكل شركة تابعة بعد اجتياز سلسلة من الاختيارات والمشاركة في الدورات التدريبية.

9 -التخطيط الاستراتيجي والإدارة الإستراتيجية : يعتبر التخطيط الاستراتيجي أداة لإدارة الشركات متعددة الجنسيات، وهو المنهج الملئم الذي يضمن ويؤدي إلى تحقيق ما تهدف إليه الشركة متعددة الجنسية والتعرف على ما ترغب أن تكون عليه في المستقبل.

المراجع أ. الكتب العلمية:

- 1- دلال عبد الهادي ، أساسيات السياحة ، دار الفتح،2004 .
- 2- صابرين جابر عبدالجليل، شركات السياحة، كلية السياحة والفنادق جامعة المنيا ، مطبعة العصر.
- 3- ستيفن بيج ، إدارة السياحة ، نقلة للعربية / خالد العامري ،دار الفاروق القاهرة ، ط 1،2008.
- 4-عبدالرحمن سليم،شركات السياحة ووكالات السفر،مؤسسة الثقافة الجامعية بالإسكندرية ، دار راوي للطباعة والإعلان.
- 5- عزت مصطفى الدسوقي، تشريعات السياحة والفندقة والآثار والإرشاد السياحي ، دار الكتاب . 2008 .
- 6- غادة علي حمود ، المدخل الي علم السياحة والسفر ، كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان ،1997،

ب. الرسائل العلمية:

- 1-أسامة محمد قنيجيو ، رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان (التحديات التي تواجه الشركات السياحية دولية للاستثمار في ليبيا)الأكاديمية العربية للعلوم والنقل والتكنولوجيا/مصر،2008.

ج. المجلات

- 1-<http://www.thebfa.org/members/franchise-world>مجلة الامتياز العالمية نصف شهرية تتوفر في شكل مطبوع وعلى شبكة الإنترنت في [franchiseworld.co.uk](http://franchiseworld.co.uk). تأسست في عام 1978.