

تقييم نظم ادارة الازمات في الشركات السياحية المصرية

ريم احمد عبد الحليم^١، مصطفى محمود ابو حمد^٢، محمد محمد فراج^٣

^١ باحث ماجستير، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، الفيوم، مصر

^٢ استاذ، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، الفيوم، مصر

^٣ استاذ مساعد، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، الفيوم، مصر

ملخص البحث

تتعرض السياحة كأي نشاط من أنشطة الحياة لازمات تختلف في شدتها و اسبابها و نتائجها، و تؤثر بعض هذه الازمات في السياحة علي المستويين العالمي و الاقليمي، في حين يقتصر البعض الاخر منها علي المستوي القومي او المحلي فقط. والازمة السياحية تعني نشوء موقف او وضع جديد يعد نقطة تحول من مسار النشاط السياحي حيث ينتج عنه خلل يهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها هذا النشاط في كافة جوانب العرض و الطلب مما يستدعي ضرورة اعداد خطة معينة تتضافر بها مجهودات مختلف الجهات المسؤولة عن النشاط السياحي و اعتمادها و تنفيذها داخل الدولة لمواجهة هذا الموقف او الوضع الجديد. و لقد اثبت الواقع الفعلي اهمية اللجوء الي علم ادارة الازمات و الكوارث و تشير الدراسات انه كلما كانت الدولة السياحية متقدمة و تمتلك خطط لادارة الازمات، كلما زادت ايراداتها السياحية و تبوئت ترتيبا متقدما علي خريطة العالم السياحية مثل المؤسسات و المنظمات السياحية الامريكية الحكومية التي تمثل ٧٨٪ منها خطة مكتوبة و معدة مسبقا لادارة الازمات. انخفاض نسبة وجود ادارة مستقلة و متخصصة لادارة الازمات في القطاع السياحي الخاص في مصر و خاصة في الشركات السياحية المصرية الفئة (ا) و هي الفئة المختصة باستجلاب السياحة الوافدة و التعامل معها، اذ مثلت نسبة وجود ادارة متخصصة في ادارة الازمات في تلك الشركات ٨٪ فقط و ٩٢٪ من الشركات السياحية المصرية ليس لديها ادارة ازمات و تعتمد علي الجهود الحكومية المبذولة في هذا الشأن، و قد ترتب علي ذلك بطء تعافي السياحة المصرية من الازمات التي تعرضت لها فضلا عن تدني حركة السياحة الوافدة الي مصر بصفة عامة و تدني نصيب الشركات السياحية المصرية من حصة السياحة الوافدة الي مصر و التي لم تزيد عن ٥٢٪ من حجم السياحة الوافدة.

معلومات المقال

الصفحات: ٩١ - ١١٣

تاريخ الإستلام: ٢٥ أكتوبر

٢٠٢٤

تاريخ المراجعة: ١٩ نوفمبر

٢٠٢٤

تاريخ القبول: ٢٥ نوفمبر

٢٠٢٤

تاريخ النشر: ١ ديسمبر ٢٠٢٤

الكلمات المفتاحية

ادارة

ازمات

شركات سياحية

المقدمة:

تتعرض السياحة كأى نشاط من أنشطة الحياة لأزمات تختلف في شدتها وأسبابها ونتائجها، و تؤثر بعض هذه الأزمات في السياحة علي المستويين العالمي والأقليمي، في حين يقتصر البعض الآخر منها علي المستوي القومي أو المحلي فقط .

و رغم تعدد الأساليب المتبعة لمواجهة تلك الأزمة ألا أنها جميعها تهدف في النهاية إلي الحفاظ علي قوة الدفع التي إتسم بها هذا القطاع الذي أصبح بالفعل يتصدر الصناعات في العالم سواء من حيث حجم الإستثمارات أو حجم العمالة أو المردود الإقتصادي، و الإجتماعي و الحضاري (الحري، ٢٠١٤).

و الأزمة السياحية تعني " نشوء موقف أو وضع جديد يعد نقطة تحول من مسار النشاط السياحي حيث ينتج عنه خلل يهدد الإفتراضات الرئيسية التي يقوم عليها هذا النشاط في كافة جوانب العرض و الطلب، مما يستدعي ضرورة إعداد خطة معينة تتضافر بها مجهودات مختلف الجهات المسؤولة عن النشاط السياحي و إعتمادها و تنفيذها داخل الدولة لمواجهة هذا الموقف أو الوضع الجديد (النقاش، ٢٠١٦).

و لقد أثبت الواقع الفعلي أهمية اللجوء الي علم إدارة الأزمات و الكوارث خاصة بعد إطراد وقوعها في كثير من المنظمات، و في مصر تعرضت السياحة لكثير من الأزمات خاصة خلال الفترة من ١٩٨٥ و حتي الوقت الحالي، و كانت الدولة تتغلب علي الأزمة و أثارها لتعاودها أزمة أخرى، و كانت أزمة الأقصر في ١٧ نوفمبر ١٩٩٧ أكثر الأزمات التي فجرت شعورا وطنيا برفض الإرهاب.

و من خلال دراسة وضع السياحة في مصر و الأزمات التي تعرضت لها نلاحظ أن قطاع السياحة في مصر تعرض لأزمات حادة أدت إلي هبوط معدلاته، و تتمثل ذلك في تراجع أعداد السائحين إلي مصر، ثم تراجع أعداد الليالي السياحية و ما ترتب علي ذلك من إنخفاض حاد في معدلات الربحية أو توقفها بالكامل <http://trans.hajj.gov.eg/> .

و يعتمد تصرف منظمي الرحلات السياحية تجاه المقاصد السياحية في وقت الأزمات علي العديد من العوامل و في النهاية يحددون قرارهم النهائي علي موقفهم تجاه تحليل كل الجوانب الممكنة للأمن و الأمان هناك. و لقد أثبتت التجارب ان ممارستهم للعمل تدل علي أنهم يركزون أولا علي بعض الجوانب مثل نوع الأزمة، إذا ما كانت أزمة بشرية مثل الحروب و الإرهاب و عدم الإستقرار السياسي، أو أزمة طبيعية مثل الزلازل و الفيضانات و غيرها، و علي أبعاد الأزمة و جوانبها إذا ما كانت محدودة بمكان محدد أو إقليمية أو دولية، و علي مدي الأزمة، و عواقبها و نتائجها مثل مستوي الضرر في التسهيلات السياحية، و علي الفائدة الخاصة بمنظمي الرحلات في المقصد السياحي مثل الإستثمارات المباشرة و غير المباشرة في المقصد السياحي، و ملكية منظمي الرحلات لبعض المؤسسات السياحية و الفندقية في المقاصد السياحية، و قرارات الدول المصدرة للسائحين مثل التحذير من سفر رعاياها للدول السياحية التي بها أزمة (كافي، ٢٠١٨) .

المشكلة:

إن الدولة السياحية كلما كانت متقدمة و تمتلك خطط لإدارة الأزمات ، كلما زادت إيراداتها السياحية و تبوئت ترتيبا متقدما علي خريطة العالم السياحية .

تتمثل مشكلة الدراسة في إنخفاض نسبة وجود إدارة مستقلة و متخصصة لإدارة الأزمات السياحية في القطاع السياحي الخاص في مصر و خاصة في شركات السياحة المصرية الفئة (أ) و هي الفئة المتخصصة لجلب السياحة الوافدة و التعامل معها ، إذ مثلت نسبة وجود إدارة متخصصة في إدارة الأزمات في تلك الشركات ٨٪ فقط و ٩٢٪ من الشركات السياحية المصرية ليس لديها إدارة أزمات و تعتمد علي الجهود الحكومية المبذولة في هذا الشأن (ابو حمد، ٢٠٠٩) ، و قد ترتب علي ذلك بطء تعافي السياحة المصرية من الأزمات التي تعرضت لها فضلا عن تدني حركة السياحة الوافدة إلي مصر بصفة عامة و تدني نصيب الشركات السياحية المصرية من حصة السياحة الوافدة إلي مصر و التي لم تزيد عن ٥٢٪ من حجم السياحة الوافدة .

الأهداف:

- ١- تقييم الوضع الراهن لإدارة الأزمات في القطاع السياحي الخاص .
- ٢- دراسة تأثير مدي وجود إدارة مستقلة للأزمات في الشركات السياحية المصرية علي إقتصاديات و أداء هذه الشركات .
- ٣- المساعدة علي وضع خطة تطوير لإدارة الأزمات في القطاع السياحي الخاص و خاصة الشركات السياحية المصرية .

الإطار النظري:

تعريف الشركات السياحية :

هي شركة تقوم بالتنظيم و التسويق لرحلات شاملة و تقديم الخدمات الخاصة بالرحلات و التسعير (السعيد،٢٠٠٩).

هي الشركات التي تجيد تنظيم رحلات سياحية داخل الدولة أو خارجها مقابل أجر أو نسبة من الفنادق ، و شركات الطيران ، و قد تكون الرحلة شاملة الإقامة حسب تنظيم شركة السياحة و تقوم أيضا بالتنسيق مع شركات النقل البري أو البحري و القيام ببرامج سياحية (حفي،٢٠١١).

انواع شركات السياحة في مصر:

تنقسم شركات السياحة العاملة في مصر سواء كانت شركات سياحة داخلية أو شركات سياحة خارجية إلي ثلاث فئات أو أنواع (أ،ب،ج)، و ذلك حسب ما ورد في القانون و تعليمات وزارة السياحة المصرية و إرشادات غرفة شركات السياحة بمصر(وزارة السياحة و الآثار).

شركة السياحة فئة (أ):

هي شركات يرخص لها في مباشرة تنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل مصر أو خارجها وفقا لبرامج معينة، و تنفيذ ما يتصل بها من نقل أو إقامة وما يلحق بها من الخدمات وهي الفئة المستهدفة في هذه الرسالة.

شركة السياحة فئة (ب):

هي التي تقوم ببيع أو صرف تذاكر السفر وتيسير نقل الأمتعة وحجز الأماكن علي وسائل النقل المختلفة و كذلك الوكالة عن شركات الطيران و الملاحة و شركات النقل الأخرى .

شركة السياحة فئة (ج):

هي التي تقوم بتشغيل وسائل النقل البرية والبحرية والجوية والنهرية لنقل السائحين (موقع صناعات المال، ٢٠٢٣).

الفرق بين وكلاء السفر و الشركات السياحية:

الفرق هو أن وكيل السفر يبيع ما ينتجه الآخرين مقابل عمولة يتقاضاها ، اما الشركات السياحية فتقوم بإستثمار أموالهم في التوسيع و القيام بتنظيم الرحلات و طبع المنشورات و القيام بالإعلان و الترويج عن الرحلات السياحية .

عند فشل الرحلة السياحية وكيل السفر لا يخسر أي شئ سوى جزء من ثقة العملاء له أما الشركات السياحية عند فشل الرحلة فأنهم يخسرون أموالهم (السعيد، ٢٠٠٩) .

عدد موظفي الشركات السياحية أكبر بكثير من الوكالات .

يمكن للشركة أن تقوم بعمل الوكيل حيث تجمع الخدمات والسلع بشكل منظم أو علي شكل رحلات منظمة وتقوم ببيعها وترويجها إذا إستدعي الأمر لذلك، بينما لا يمكن الوكيل إن يقوم بأعمال الشركة ذاتها(جعفر، ٢٠١٩).

مفهوم الأزمة:

مفهوم الأزمة يختلط لدي الكثيرين بمجموعة من المفاهيم الأخرى مثل: الكارثة، الصدمة، المشكلة، الحادثة لذا وجب توضيح مصطلح الأزمة ومفهومها.

أولاً: المفهوم اللغوي للأزمة:

إن الأزمة في معاجم اللغة العربية هي القحط و الشدة، وهي تشير إلي حالة طارئة وموقف إستثنائي مغاير ومخالف لمجريات الأمور الاعتيادية ولم تكن كلمة أزمة شائعة الإستعمال في الأدبيات العربية القديمة، وقد إنتقت الباحثون العرب إلي هذه الكلمة بصورة بارزة لتكون ترجمة مباشرة للكلمة الإنجليزية crisis (ابوفار، ٢٠٢٠).

ثانياً: المفهوم الإصطلاحي العام للأزمة:

أستخدم مصطلح الأزمة في بحوث ودراسات علم الإدارة العامة وعلم إدارة الأعمال، وقد كان لهذه البحوث والدراسات الدور البارز في بناء التأطير والتأصيل المفهومي والعلمي والعملي لحقل جديد في الإدارة هو حقل إدارة الأزمات.

ويمكن تعريف الأزمة بأنها لحظة حرجة وحاسمة تهدد مصير المنظمة التي تتعرض لها وتضع صعوبات كبيرة أمام صناع القرار في المنظمة في ضوء زيادة مستوى حالة عدم التأكد وعدم توافر الكم والنوع الكافي من البيانات والمعلومات والمعرفة اللازمة للتعاطي مع الواقع الحالي في ظل وقوع الأزمة وبسبب وقوع درجة عالية من الخطأ بين الأسباب والنتائج وحدوث تداعيات سريعة ومتلاحقة ناجمة عن تفاعلات عناصر المنظمة في ظل الأزمة وفقدان صناع القرار للقدرة الكافية علي رؤية الحاضر والمستقبل والتنبؤ بالأحداث وإنعكاساتها علي أعمال المنظمة.

بعض الأزمات السياحية في مصر:

شهدت مصر أحداثاً وتعرضت لأزمات مختلفة أثرت في صناعة السياحة لديها وأهم هذه الأحداث والأزمات هي (شبر، ٢٠٠٧):

• أختطاف طائرة مصر للطيران عام ١٩٨٥ والسفينة إكيلي لاورو:

في عام ١٩٨٥ ، تعرضت طائرة مصر للطيران لعملية اختطاف تم تنفيذها بواسطة مجموعة ارهابية وقد تم ارغام الطائرة علي الهبوط في مالطا. وبعد مفاوضات من السلطات في مالطة تم الافراج عن الركاب وتسليم الخاطفين. وفي نفس العام ايضا، تعرضت السفينة الايطالية (اكيلي لاورو) لاختطاف من قبل عصابة ارهابية. وتم اطلاق سراح الرهائن بعد دفع فدية، و لكن الحادثة اظهرت تصاعد التهديدات الارهابية في تلك الفترة.

• ثورة قوات الأمن المركزي في القاهرة عام ١٩٨٦ وقيامهم بحرق وتدمير المنشآت الفندقية والمطاعم في منطقة الهرم السياحية:

في عام ١٩٨٦ شهدت القاهرة ثورة قوات الامن المركزي، حيث قامت باعمال حرق وتدمير في منطقة الهرم السياحية. اشتبكت قوات الامن مع متظاهرين وشهدت المنطقة حالة من الاضطرابات والتدمير شمل حرق وتخريب للمنشآت الفندقية والمطاعم، مما اثر بشكل كبير علي البنية التحتية السياحية. تلك الاحداث كانت نتيجة للتوترات السياسية والاحتجاجات الشعبية في تلك الفترة وتركت اثارا كبيرة علي الصناعة السياحية في مصر.

• إندلاع حرب الخليج عام ١٩٩٠ وآثارها علي الإقتصاد المصري وعلي الحركة السياحية فيها:

في عام ١٩٩٠، اندلعت حرب الخليج بين العراق و الكويت، واثرت بشكل كبير علي الاقتصاد المصري. تضررت مصر بشكل خاص من تراجع اسعار النفط وانخفاض حجم الارساليات المالية من العمال المصريين في دول الخليج. كما تاثرت الحركة السياحية في مصر نتيجة للتوترات الاقليمية، حيث قلت الزيارات السياحية وتراجعت اليرادات السياحية. هذه الاحداث اثرت سلبيا علي القطاع السياحي المهم في الاقتصاد المصري، مما جعله يواجه تحديات اقتصادية خلال تلك الفترة.

• الهجمات الإرهابية علي السياح والمناطق السياحية منذ أكتوبر ١٩٩٢ وحتى منتصف ١٩٩٤:

منذ اكتوبر ١٩٩٢ حتي منتصف ١٩٩٤، شهدت مصر سلسلة من الهجمات الارهابية المستهدفة للسياح والمناطق السياحية. تضررت منه كثير من المناطق مثل شرم الشيخ والغردقة، مع تكرار الهجمات في القاهرة

واسوان. هذه الهجمات الحقت ضررا جسيما بصناعة السياحة في مصر، حيث انخرطت السلطات في جهود مكافحة الارهاب وتعزيز الامان لاستعادة الثقة الدولية. تاثير هذه الهجمات كان ملحوظ علي الاقتصاد وسمعة مصر كواجهة سياحية.

• **إستمرار الهجمات الإرهابية علي منتجعات شرم الشيخ ومنتجع ذهب ٢٠٠٤ - ٢٠٠٦:**

في الفترة ما بين ٢٠٠٤ و ٢٠٠٦، تعرضت منتجعات شرم الشيخ وذهب في مصر الي سلسلة من الهجمات الارهابية. تاثرت هذه المناطق السياحية المهمة بعمليات تفجير وهجمات مما اسفر عن فقدان ارواح واصابة عدة اشخاص. تلك الهجمات اثرت بشكل كبير علي صناعة السياحة في مصر، مع تراجع الاقبال علي هذه المناطق. السلطات المصرية ركزت جهودها علي تعزيز الامان و تكثيف الاجراءات الامنية لاستعادة الثقة الدولية في هذه المناطق السياحية.

• **ثورة ٢٥ يناير في ٢٠١١:**

في يناير ٢٠١١، شهدت مصر ثورة ٢٥ يناير التي ادت الي اطاحة نظام حكم مبارك. تاثرت صناعة السياحة بشكل كبير نتيجة للاضطرابات والتوترات السياسية في تلك الفترة. تراجعت الحركة السياحية بشكل حاد، مع اغلاق العديد من المعالم السياحية وتاثر الخدمات السياحية. كما تراجعت الثقة الدولية في الامان، مما ادي الي تاثير سلبي علي الاقتصاد المصري الذي يعتمد بشكل كبير علي السياحة.

• **حادث سقوط منطاد الأقصر ٢٠١٣:**

في عام ٢٠١٣، شهدت مصر حادث سقوط منطاد في الاقصر، ادي الي وفاة عدة اشخاص و اصابة اخرين. هذا الحادث ترك اثرا كبيرا علي صناعة السياحة في المنطقة. تاثرت الحركة السياحية بشكل سلبي، حيث اثرت الاخبار السلبية علي صورة الوجهة السياحية. قلت الزيارات السياحية وتاثيرت الايرادات، مع تراجع الثقة في سلامة الرحلات الجوية والانشطة السياحية. السلطات المصرية اتخذت اجراءات لتعزيز الامان واستعادة الثقة في السياحة بعد هذا الحادث.

• **حادث الطائرة الروسية ٢٠١٥:**

في عام ٢٠١٥، تعرضت طائرة ركاب روسية لحادث تحطم في سيناء بمصر، مما اسفر عن وفاة جميع الركاب. هذا الحادث اثر بشكل كبير علي صناعة السياحة في مصر. تاثرت حركة السياحة بشكل سلبي، حيث قلت الزيارات السياحية وتراجعت الايرادات. الحادث زاد من التوترات الامنية وادي الي تعليق الرحلات الجوية من و الي مصر لفترة طويلة. السلطات المصرية اتخذت اجراءات لتعزيز الامان واستعادة الثقة في القطاع السياحي بعد هذا الحادث الاليم.

• **حادث الطائرة المصرية القادمة من باريس ٢٠١٦ :**

في عام ٢٠١٦، تحطمت طائرة مصرية كانت قادمة من باريس الي القاهرة، و هو حادث اسفر عن وفاة جميع الركاب وافراد الطاقم. هذا الحادث ترك اثرا عميقا علي صناعة السياحة في مصر. تاثرت الحركة السياحية سلبيا، حيث قلت الزيارات السياحية وتراجعت الايرادات. الحادث زاد من التوترات الامنية واثّر علي الصورة الاعلامية

لوجهات مصر السياحية. السلطات المصرية عملت جاهدة علي تحسين الامان في المطارات وفي قطاع الطيران لاستعادة الثقة في السياحة بعد هذا الحادث الماساوي.

• جائحة كورونا ٢٠٢٠:

في عام ٢٠٢٠، تأثرت صناعة السياحة في مصر بشكل كبير بسبب جائحة كوفيد -١٩. تجري السياحة في مصر تحت تاثير القيود والاجراءات الوقائية التي فرضتها الحكومة لمواجهة انتشار الفيروس. تم تعليق الرحلات الجوية والاعلاق المؤقت للمعالم السياحية، مما اثر علي حركة السياحة وتدنت اليرادات. كما تأثرت قطاعات الفنادق والنقل السياحي بشكل كبير. الحكومة المصرية اتخذت اجراءات لتعزيز الامان الصحي وتشجيع السياحة الداخلية لتخفيف تاثيرات الجائحة علي القطاع السياحي.

• حرب روسيا و اوكرانيا ٢٠٢٣:

تأثر القطاع السياحي المصري كثيرا باندلاع الحرب الروسية الاوكرانية، خاصة ان السياح القادمين من البلدين يشكلون نحو ٤٠ بالمئة من حجم السياحة الشاطئية التي تاتي مصر سنويا، وفق ارقام وزارة السياحة وغرفة المنشآت السياحية بالبلاد. ومع اندلاع الحرب الروسية الاوكرانية في فبراير ٢٠٢٣، سارعت السلطات المصرية بعمليات سفر للسياح الروس والاوكرانيين، ونظمت جسرا جويا لقرابة ٣٥ الف سائح من العالقين داخل المنتجعات السياحية المصرية المختلفة. وتبذل مصر جهودا كبيرة لانعاش القطاع السياحي وتنميته البحث عن مصادر بديلة، في ظل تاثر السياحة الشاطئية بانخفاض اعداد السياح القادمين من روسيا واوكرانيا.

إدارة الأزمات:

مصطلح إدارة الأزمة يصف التعامل مع حالة خطيرة وغير عادية وتشير إلي مجموعات الأشخاص المسؤولين عن إدارة الأزمات وأنهم العامل المهيمن لأنشطة إدارة الأزمات الوظيفية (Blake, 2003). وأيضا تشير إدارة الأزمات بإعتبارها وظيفة إلي التغيرات في المهام و العمليات عند حدوث أزمة و السيطرة عليها وهي أيضا الإستراتيجيات والتدابير والعمليات المخطط لها لبدء تنفيذها لمنع الأزمات و مواجهتها (Santana, 2004 ؛ تيشوري، ٢٠٠٥).

وأیضا إدارة الأزمات هي عملية إدارية خاصة تتمثل في مجموعة من الإجراءات الاستثنائية التي تتجاوز الوصف الوظيفي المعتاد للمهام الإدارية (Leon , 2008).

ومن خلال المفاهيم السابقة لإدارة الأزمة يمكن تحديد عناصرها فيما يلي:

١. تهدف إدارة الأزمة إلي تقليل الخسائر إلي الحد الأدنى.
٢. تدار الأزمة بواسطة مجموعة من القدرات الإدارية الكفوءة والمدرية تدريبا خاصا في مواجهة الأزمات.
٣. تستخدم الأسلوب العلمي والمنهجي في إتخاذ القرار.
٤. إستجابات إستراتيجية لمواقف الأزمات (Williams, 2013).

وهنا لابد من الإشارة إلي أن هناك فرق بين ثلاث مفاهيم متداولة في الفكر الإداري تتعلق بالأزمة، هي: إدارة بالأزمات والإدارة بالإستثناء وإدارة الأزمة.

فإدارة الأزمات: يقصد بها منهجية التعامل مع الأزمات في ضوء الإستعدادات والمعرفة والوعي والإدراك والإمكانيات والمهارات وأنماط الإدارة السائدة .

العوامل المؤثرة في إدارة الأزمة:

هناك مجموعة من العوامل التي تعيق الإكتشاف المبكر للأزمة وتحول بين إصدار إنذارات مبكرة تنبئ بقرب وقوع أزمة ما، ومن أهمها:

- حجب البيانات والمعلومات والمعرفة المهمة المتعلقة بالأزمة المحتملة عن الأطراف والأفراد الذين يحتاجون إليها وتلزمهم بصورة كبيرة لإتخاذ القرارات المناسبة ولدراسة نقاط الضعف والتغلب عليها، وبذلك فإن إشارات الإنذار المبكر لا تصل إلي هذه الأطراف وإلي هؤلاء الأفراد.
- عدم قدرة المنظمة علي الإستجابة المناسبة والفاعلة وفي الوقت المناسب للأخطار المحيطة والمحملة .
- وجود صورة خاطئة وقناعة غير سليمة لدي أفراد المنظمة بخصوص قدرات هذه المنظمة ومناعتها ضد الأزمات (غديري، ٢٠١٤).

وتم تحديد أربعة عوامل رئيسة تؤثر في إدارة الأزمة وهي :

١. حجم الأخطار (الخسائر والأضرار الناجمة عن الخطر) والخطر هو الحدث الذي يقع أو لا يقع وقد يكون إلهي بقوة قاهرة.
٢. مدى السيطرة علي البيئة من خلال الأشخاص وتدريبهم وتوفير الأجهزة المطلوبة والسرعة في المواجهة.
٣. الزمن المتوفر للتصرف وإتخاذ اللازم .
٤. عدد الخيارات المتاحة (Glasser, 2003).

مداخل إدارة الأزمات:

لإدارة الأزمات عدة مداخل نعرض منها ما يلي:

- مدخل إداري متكامل:

يكون إستخدامه للتعامل مع الأزمة بإعتبارها تمثل وتجسد نقطة تحول جوهرية نحو التدهور، ويستطيع المديرون أن يقودوا نقطة التحول في الإتجاه الإيجابي من خلال هذا المدخل، وتعزيزه بالمدخل الفرعي في إدارة الأزمات وهو مدخل التخطيط لمواجهة الأزمات (عبودي، ٢٠٠٧؛ Dominic, 2011).

- مدخل البحث في تحديد المخاطر:

هي تلك الإدارة التي تبحث في تحديد المخاطر وإمكانية التعرض لها وصياغة الإستراتيجيات الكفيلة بالتقليل من أثارها السلبية إلي أقصى درجة ممكنة (Orifici, 2000).

• مدخل ديناميكي مستمر:

تتضمن أفعالاً وتصرفات علي درجة عالية من الفاعلية و الأهمية ، ويكون الهدف منها تحديد وتشخيص الأزمة والتخطيط لمواجهتها. (الغالبى، ٢٠٠٧؛ Lusia, 2013).

• مدخل تكنولوجي:

يرتكز علي تطبيق التكنولوجيا المتاحة والعلوم والأساليب والوظائف الإدارية للتعامل مع الحالات و الأحداث غير العادية التي قد تؤدي إلي إلحاق أضرار كبيرة بالمنظمة إذا لم تحسن إدارة المنظمة مواجهتها ومعالجتها وإدارتها (القطامين، ٢٠٠٢؛ ابو بكر، ٢٠٠٨).

• مدخل شامل متكامل:

من خلال الجهود و الأنشطة الموجهة إلي التغلب علي الأزمات بإستخدام الأساليب و الأدوات الإدارية العلمية المتنوعة، ويكون ذلك عبر عملية شاملة متكاملة تحقق الإستفادة من إيجابيات الأزمات وتتجنب سلبياتها (Margaret, 2013)

• مدخل سرعة رد الفعل والإستجابة:

بمعني قدرة المنظمة علي التعامل بسرعة وكفاءة وفاعلية مع العمليات الموقفة، وأن يكون الهدف العام من ذلك هو تقليل المخاطر علي صحة الإنسان وسلامته وأمنه، وتقليل المخاطر علي الملكيات العامة والملكيات الخاصة الناجمة عن وقوع الأزمة، وتقليل الآثار السلبية علي عمليات وأعمال المنظمة(عليوه، ٢٠٠٤؛ Dominic, 2011).

بذلك فإن تبني إستراتيجية إدارة الأزمات بمراحلها المختلفة في ظل جائحة كورونا يعد أمر هام كمحاولة لإنقاذ المنتج السياحي المصري ومحاولة إستعادة جزء من حركة السياحة إعتامادا علي السياحة الداخلية كمرحلة أولى للتعافي ووصول للسياحة الخارجية إستكمال لخطة التعافي بشكل كامل (الشعلان، ٢٠٠٤؛ Mintezperg, 1976؛ ماهر، ٢٠٠٦).

أثبتت الإحصائيات من قبل الجهات الرسمية المختلفة أن السياحة المصرية تمكنت من تخطي العديد من الأزمات المستحكمة، وكادت أن تكون علي وشك الإنهيار، ولكنها تمكنت من التعافي مجددا بعد إنتهاء تلك الأزمات، ويعرض الجدول رقم () بيان بتطور الأنشطة السياحية المختلفة خلال الفترة من ٢٠١٠ _ ٢٠٢٠.

وقد يختلف الأمر هنا في أن جائحة كو رونا لم تنته بعد، وأن خطة تعافي القطاع تعمل علي الخروج والتعافي من الأزمة قبل إنتهائها، حيث إن الوضع مختلف مع جائحة كو رونا لتعلقها بمخاطر.

ولذلك لابد من إتباع تلك الإستراتيجيات لمحاولة التعافي التدريجي والوصول للتعافي التام بإنتهاء الجائحة (تقرير منظمة السياحة العربية، ٢٠٢٠، ٢٠٢٠).

تطور جائحة فيروس كورونا المستجد (-COVID(19:

ظهر وباء فيروس كورونا المستجد (-COVID(19 لأول مرة في مدينة ووهان بالصين في ٣١ ديسمبر ٢٠١٩، تم إخطار منظمة الصحة العالمية بوجود فيروس معدي غير مألوف، اعترفت الجمعيات الحكومية الصينية بهذا الفيروس الجديد، ثم ظهرت العديد من حالات (-COVID(19 في سفن الرحلات البحرية المختلفة، إعترفت السفن السياحية علي الفور بزيادة الحالات. في فبراير ٢٠٢٠ سجلت ٢٥ سفينة سياحية علي الأقل تابعة لشركة Princess Diamond بعض حالات الإصابة بفيروس (-COVID(19 خلال مارس ٢٠٢٠ (تقرير وزارة السياحة والآثار، مارس ٢٠٢٠).

سجلت عدوي (-COVID(19 حالات في جميع أنحاء العالم وظهر الوباء في العديد من السفن السياحية في العديد من الجهات السياحية، وأصبح من الصعب السيطرة عليه، ويرجع ذلك إلي كثرة كبائن السياح ضمن المساحة الضيقة للرحلة البحرية، فضلا عن التفاعل المستمر وتعاملات السائحين مع بعضهم البعض ومع العاملين، وتوالت الإصابات حول العالم بالتبعية وصولا لمصر (تقرير وزارة السياحة والآثار، ٢٠٢٠ مارس 2020) كما يتضح ذلك بالشكل رقم(١):



شكل(١) تطور جائحة فيروس كورونا المستجد المصدر:

تقرير منظمة السياحة العربية ٢٠٢٠

يتضح من الشكل (١) أن تطور الجائحة كان يتسم بالمفاجأة والسرعة، حيث يتضح إرتفاع عدد الإصابات العالمية في الفترة من ديسمبر ٢٠١٩ حتي أبريل ٢٠٢٠ الذي بلغ حوالي ٣ ملايين حالة إصابة علي مستوي العالم بمعدل يصل إلي حوالي ٤٠ إصابة / مليون شخص، مما إضطر ٩٦% من المقاصد السياحية إلي فرض قيود للسفر، ولقد أدي ذلك إلي تدهور الإقتصاد العالمي لاسباب عديدة أهمها إلغاء الحجز الفندقى وتوقف حركة السياحة والطيران.

المنهجية :

حيث إتمد البحث علي المنهج الوصفي التحليلي. ويتمثل مجتمع الدراسة في شركات السياحه المصرية فئة "أ" والتي يبلغ عددهم ٢٣٠٠ شركة سياحة تقريبا، [www. Etaa- egypte. Org](http://www.Etaa-egypte.Org) ، وقد تم الإعتماد علي العينه العشوائية البسيطة (الملائمة) لإختبار فروض الدراسة التي بلغ حجمها ٢٠٠ شركة من إجمالي الشركات السياحيه فئة "أ" وقد تم إختيار الشركات السياحيه فئة "أ" لأنها تقوم بجميع الأعمال التي تقوم بها الشركات ب،ج، حيث تقوم بتنظيم رحلات سياحية فردية أو جماعيه داخل مصر أو خارجها وفقاً لبرامج معينه، وتنفيذ ما يتصل بها من نقل وإقامة وخدمات، كما تقوم ببيع أو صرف تذاكر السفر وتسهيل نقل الأمتعه وحجز الأماكن علي وسائل النقل المختلفه، وكذلك الوكالة عن شركات الطيران والملاحة وشركات النقل الآخري كما تقوم أيضاً بنقل السائحين بوسائل النقل البرية والبحرية والجوية والنهرية.

فروض البحث :

- ١- توجد لدي الشركات السياحية المصرية فئة (أ) إدارة متخصصة في إدارة الأزمات.
 - ٢- توجد لدي الشركات السياحية المصرية فئة (أ) خطة مدروسة مكتوبة لإدارة الأزمات.
 - ٣- إدارة الأزمات المتخصصة تؤثر إيجابيا علي الأداء الإقتصادي للشركات السياحية المصرية فئة (أ).
- قامت الباحثة بالمعالجة الإحصائية للبيانات بعد تجميع الاستبيانات إلكترونياً باستخدام نماذج جوجل (Google Forms) وفحصها واستبعاد الاستبيانات غير المكتملة تم إجراء المعالجات الآتية:
- ١- تهيئة جداول البيانات المستخرجة من نماذج جوجل لاستخدامها في برنامج التحليل الإحصائي SPSS.
 - ٢- إدخال البيانات إلى برنامج التحليل الإحصائي، ومراجعتها للتأكد من صحتها ودقتها، واستبعاد الاستبيانات المكررة.
 - ٣- تم التحقق من الصدق البنائي لأداة الدراسة باستخدام التحليل العاملي التوكيدي في برنامج IBM SPSS Amos vr.24.
 - ٤- تم التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences) النسخة السادسة والعشرين (IBM SPSS vr.26)، واستخدمت الدراسة الأساليب الآتية:
 - ٥- استخراج الجداول التكرارية والنسب المئوية للمتغيرات، ورسم الأشكال البيانية المناسبة لهذه الجداول.
 - ٦- حساب الوزن النسبي لمتغيرات المقياس مثل حالة البدائل الخمسة غير متفق تماماً، غير متفق، محايد، متفق، متفق تماماً، حيث تم تقدير غير متفق تماماً بقيمة ١، وتقدير غير متفق بقيمة ٢، وتقدير محايد بقيمة ٣، وتقدير متفق بقيمة ٤، وتقدير متفق تماماً بقيمة ٥.
 - ٧- كما تم استخدام معاملات الارتباط لقياس العلاقات الارتباطية بين المتغيرات الكمية للدراسة كما في الاتساق الداخلي واختبار الفرض الثالث، وتبعها استخدام معامل الانحدار.

أولاً: التحقق من أداة الدراسة "الاستبيان":

الصدق

جرى اختبار الصدق للاستبيان من خلال التحليل العاملي التوكيدي، حيث يستخدم التحليل العاملي التوكيدي للتحقق من الصدق البنائي للمقاييس المختلفة التي يتم بنائها في ضوء الأطر النظرية، ويتيح التحليل العاملي التوكيدي الفرصة لتحديد واختبار صحة نماذج معينة للقياس والتي يتم بنائها في ضوء أسس نظرية سابقة، وتتمثل الإجراءات المتبعة في التحليل العاملي التوكيدي في تحديد النموذج المفترض والذي يتكون من المتغيرات الكامنة (Variable Latent) أو المتغيرات غير المقاسة وهي تمثل الأبعاد المفترضة للمقياس ومنها تخرج أسهما متجهة إلى النوع الثاني من المتغيرات والتي تُعرف بالمتغيرات التابعة أو المتغيرات الداخلية والتي تمثل المفردات الخاصة بكل بعد أو الأبعاد الخاصة بكل عامل ويعتمد في تطبيق هذا الأسلوب على البرنامج الإحصائي (IBM Amos) وهو أحد البرامج المنبثقة من بيئة SPSS، وفي ضوء افتراض التطابق بين مصفوفة التباين للمتغيرات الداخلة في التحليل والمصفوفة المفترضة من قبل النموذج تنتج العديد من المؤشرات الدالة على جودة المطابقة والتي يتم قبول النموذج المفترض للبيانات أو رفضه في ضوءها والتي تُعرف بمؤشرات جودة المطابقة وقد تم الرجوع إلى (تبيغة، ٢٠١٢، الصفحات ٢٤٤ - ٢٥١) لتحديد هذه المؤشرات ومحاكات قبول المطابقة، ويبين الجدول التالي بعض مؤشرات جودة المطابقة الخاصة بمقياس نمو ما بعد الصدمة.

الفرض الأول: توجد لدى الشركات السياحية المصرية ادارة متخصصة في ادارة الازمات:

وهذا ما يوضحه الجدول رقم (١):

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	متفق تمامًا		متفق		محايد		غير متفق		غير متفق تمامًا		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2	3.06	611	29.0%	58	23.0%	46	0.0%	0	20.5%	41	27.5%	55	وجود قسم لادارة الازمات في الشركة
3	3.02	604	21.5%	43	29.5%	59	0.0%	0	27.5%	55	21.5%	43	توجد خطة لادارة الازمات مكتوبة
1	3.08	615	22.0%	44	31.5%	63	0.0%	0	25.0%	50	21.5%	43	يتوفر سجل بيانات بالازمات التي مرت بها

4	3.01	602	28.5 %	57	21.0 %	42	0.0 %	0	24.0 %	48	26.5 %	53	توفر الشركة ميزانية خاصة لمواجهة الازمات
5	2.99	597	19.5 %	39	31.0 %	62	0.0 %	0	27.5 %	55	22.0 %	44	تعد الشركة سيناريوهات لمواجهة الازمات المحتملة
6	2.98	595	21.5 %	43	28.0 %	56	0.0 %	0	27.5 %	55	23.0 %	46	توجد لدي الشركة خطة مدروسة للتصدي للازمات الداخلية
7	2.97	593	24.5 %	49	25.5 %	51	0.0 %	0	22.0 %	44	28.0 %	56	تتعاون الشركة مع الشركات الاخري في مواجهة الازمات

المتوسط العام للبعد = (٣.٠١)، الانحراف المعياري (١.٤٢)

يتضح من الجدول وجود إدارة متخصصة في إدارة الازمات لدى الشركات السياحية المصرية بشكل معقول، حيث تتقارب استجابات المبحوثين على عبارات هذا البعد، ويؤكد ذلك ان المتوسط العام للبعد قد بلغ (٣.٠١)، ويأتي "توفر سجل بيانات بالازمات التي مرت بها الشركة" كأكثر العناصر توفرًا لدى الشركات، حيث يبلغ متوسطه (٣.٠٨) يليه "وجود قسم لإدارة الازمات في الشركة" بمتوسط (٣.٠٦) يليه "وجود خطة لإدارة الأزمات مكتوبة" بمتوسط (٣.٠٢)، ثم "توفر الشركة ميزانية خاصة لمواجهة الازمات" بمتوسط (٣.٠١)، ثم "تعد الشركة سيناريوهات لمواجهة الازمات المحتملة" بمتوسط (٢.٩٩)، ثم "توجد لدي الشركة خطة مدروسة للتصدي للازمات الداخلية" بمتوسط (٢.٩٨)، وفي الأخير يأتي "تعاون الشركة مع الشركات الاخري في مواجهة الازمات" بمتوسط (٢.٩٧).

أما عن أهم الأزمات و الأحداث الأكبر تأثيرًا علي الشركة سياسيًا واقتصاديًا:

يوضح الجدول رقم (٢) الأوزان النسبية والنسب المئوية لعبارات هذا البعد:

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	متفق تمامًا		متفق		محايد		غير متفق		غير متفق تمامًا		الأزمات والأحداث
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
4	3.04	608	20.5%	41	32.0%	64	0.0%	0	26.0%	52	21.5%	43	الاحداث التي صاحبت ثورة ٢٥ يناير
5	3.03	606	19.0%	38	34.0%	68	0.0%	0	25.0%	50	22.0%	44	الارهاب
2	3.06	611	27.0%	54	25.5%	51	0.0%	0	21.0%	42	26.5%	53	جائحة كورونا
1	3.07	613	20.0%	40	34.0%	68	0.0%	0	24.5%	49	21.5%	43	التضخم
3	3.05	609	21.0%	42	31.5%	63	0.0%	0	26.0%	52	21.5%	43	الازمات المالية

المتوسط العام للبعد = (٣.٠٥)، الانحراف المعياري (١.٤٢)

يتضح من الجدول أن الشركات السياحية المصرية تعرضت لهذه الأزمات بصورة متوسطة، حيث تتقارب استجابات الباحثين على عبارات هذا البعد، ويؤكد ذلك ان المتوسط العام للبعد قد بلغ (٣.٠٥)، ويأتي "التضخم" كأكثر الأزمات التي تعرضت لها هذه الشركات، حيث يبلغ متوسطه (٣.٠٧) يليه "جائحة كورونا" بمتوسط (٣.٠٦) يليها "الأزمات المالية" بمتوسط (٣.٠٥)، ثم "الأحداث التي صاحبت ثورة ٢٥ يناير" بمتوسط (٣.٠٤)، وفي الأخير يأتي "الإرهاب" كأقل الأزمات بمتوسط (٣.٠٣).

الفرض الثاني: توجد لدى الشركات السياحية المصرية خطة مدروسة مكتوبة لإدارة الازمات:

للتحقق من صحة هذا الفرض قامت الباحثة بحساب التكرارات لعبارات البعد الثالث الخاص باستراتيجيات الشركة لمواجهة الأزمات واستخراج الأوزان النسبية والنسب المئوية لهذه العبارات.

وهذا ما يوضحه الجدول رقم (٣) :

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	متفق تمامًا		متفق		محايد		غير متفق		غير متفق تمامًا		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10	2.92	584	22.0 %	44	27.0 %	54	0.0 %	0	23.0 %	46	28.0 %	56	اعتمدت الشركة علي السياسات الحكومية
11	2.89	577	18.0 %	36	28.5 %	57	0.0 %	0	31.0 %	62	22.5 %	45	لجات الشركة الي الاقتراض البنكي
1	3.11	621	23.0 %	46	31.5 %	63	0.0 %	0	24.0 %	48	21.5 %	43	لجات الشركة الي الاعتماد علي السياحة الداخلية
3	3.00	600	26.0 %	52	24.5 %	49	0.0 %	0	22.5 %	45	27.0 %	54	قلصت الشركة من مرتبات العاملين لديها
4	2.99	597	20.0 %	40	30.0 %	60	0.0 %	0	28.5 %	57	21.5 %	43	خفضت الشركة عدد العاملين
9	2.94	587	19.5 %	39	28.5 %	57	0.0 %	0	30.0 %	60	22.0 %	44	منحت الشركة العاملين اجازات
2	3.05	609	26.5 %	53	26.0 %	52	0.0 %	0	20.5 %	41	27.0 %	54	الخطط العلمية المكتوبة و المدروسة لادارة الازمات تؤثر ايجابيا

6	2.98	595	20.0 %	40	29.5 %	59	0.0 %	0	29.0 %	58	21.5 %	43	تلجا الشركة دائما للمتخصصين. ..
5	2.98	596	19.0 %	38	31.5 %	63	0.0 %	0	27.5 %	55	22.0 %	44	هناك متخصصين لادارة الازمات.
8	2.96	592	24.5 %	49	24.5 %	49	0.0 %	0	24.5 %	49	26.5 %	53	العاملين بالشركة يتفهموا ...
7	2.97	594	18.0 %	36	32.5 %	65	0.0 %	0	27.5 %	55	22.0 %	44	يوجد حالة من الرضا ...

المتوسط العام للبعد = (٢.٩٨)، الانحراف المعياري (١.٣٧)

يتضح من الجدول تعدد البدائل والخطط والاستراتيجيات التي اعتمدت عليها الشركات، إلا أن الاعتماد عليها كان بصورة متوسطة وليست كبيرة حيث بلغ المتوسط العام (٢.٩٨)، وهناك تباين واضح بين استجابات الشركات على هذه الخطط والاستراتيجيات، حيث يأتي "الاعتماد على السياحة الداخلية" كأكثر الاستراتيجيات التي اعتمدت عليها الشركات، حيث يبلغ متوسطه (٣.١١) يليه "الخطط العلمية المكتوبة والمدرسة" بمتوسط (٣.٠٥) يليه "تقليص المرتبات" بمتوسط (٣.٠٠)، ثم "تخفيض عدد العاملين" بمتوسط (٢.٩٩)، ثم وجود متخصصين لإدارت الأزمات لدى الشركة" و"اللجوء إليهم" بمتوسط (٢.٩٨)، ثم " منح العاملين أجازات مفتوحة بدون مرتب" بمتوسط (٢.٩٤)، وفي الأخير يأتي " الاعتماد على السياسات الحكومية" بمتوسط (٢.٩٢) و"اللجوء للاقتراض البنكي" بمتوسط (٢.٨٩).

ويتفهم العاملون بالشركة الاجراءات المتبعة وقت الأزمات إلى حدٍ ما حيث بلغ متوسط هذه العبارة (٢.٩٦)، كذلك يوجد إلى حدٍ ما حالة من الرضا بين العاملين في الشركة تجاه سياسة إدارة الأزمات حيث بلغ متوسط هذه العبارة (٢.٩٧).

الفرض الثالث: ادارة الأزمات المتخصصة تؤثر ايجابيا علي الاداء الاقتصادي للشركات السياحية:

للتحقق من صحة هذا الفرض قامت الباحثة بحساب علاقة الارتباط بين المتغير الأول "إدارة الأزمات المتخصصة" والمتمثل في عبارات البعد الأول، والمتغير الثاني "الآداء الاقتصادي للشركات السياحية" والذي يمكن تقسيمه إلى متغيرين فرعيين أولهما "مدى كفاءة الشركات في التعامل مع الأزمات والأحداث" ويتمثل هذا

المتغير الفرعي في عبارات البعد الثاني، وثانيهما "مدى رضى الشركات والعاملين بها عن خطط إدارة الأزمات" ويتمثل في العبارات (٧، ١٠، ١١) من البعد الثالث.

ويوضح الجدول رقم (٤) نتيجة وقيم معاملات الارتباط ودلالاتها:

المتغير الثاني		مؤشرات الارتباط	المتغير الأول
مدى رضى الشركات والعاملين بها عن خطط إدارة الأزمات	مدى كفاءة الشركات في التعامل مع الأزمات والأحداث		
0.969**	0.964**	قيمة الارتباط	واقع تطبيق ادارة
0.000	0.000	دلالة الارتباط	الازمات في الشركات
200	200	حجم العينة (ن)	السياحية المصرية

** دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)

يتضح من الجدول السابق أن ادارة الأزمات المتخصصة تؤثر ايجابيا علي الاداء الاقتصادي للشركات السياحية بصورة كبيرة للغاية، حيث يشير الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية قوية جداً بين "واقع تطبيق إدارة الأزمات المتخصصة في الشركات" و"كفاءة الشركات في التعامل مع الأزمات والأحداث" حيث تبلغ قيمة الارتباط (٠.٩٦٤) وهو ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كذلك توجد علاقة ارتباطية طردية قوية جداً بين "واقع تطبيق إدارة الأزمات المتخصصة في الشركات" و "مدى رضى الشركات والعاملين بها عن خطط إدارة الأزمات" حيث تبلغ قيمة الارتباط (٠.٩٦٩) وهو ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١).

بناءً على نتائج الارتباط التي تشير إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين واقع تطبيق ادارة الازمات في الشركات السياحية المصرية من ناحية وكلاً من (مدى كفاءة الشركات في التعامل مع الأزمات والأحداث، ومدى رضى الشركات والعاملين بها عن خطط إدارة الأزمات)؛ لذلك ستقوم الدراسة بقياس مدى تأثير واقع تطبيق ادارة الازمات في الشركات السياحية المصرية كمؤشر لإدارة الأزمات المتخصصة (متغير مستقل) على الاداء الاقتصادي للشركات السياحية ويمثلها مدى كفاءة الشركات في التعامل مع الأزمات والأحداث ومدى رضى الشركات والعاملين بها عن خطط إدارة الأزمات (متغيرات تابعة). وللوقوف على هذا التأثير استخدمت الدراسة الانحدار الخطي المتعدد (Liner Regression) بطريقة الإدخال (Enter) ويُظهر الجدولين التاليين نتائج الانحدار:

جدول (٥) تأثير تطبيق ادارة الازمات في الشركات السياحية المصرية على مدى كفاءة الشركات في التعامل مع الأزمات والأحداث (ن = ٢٠٠)

المتغير المستقل	بيتا	(ت)	دلالة (ت)	معامل الارتباط	معامل التحديد	(ف)	دلالة (ف)
الثابت	0.697	2.215*	0.028				
واقع تطبيق ادارة الازمات في الشركات السياحية المصرية	0.689	51.052**	0.001	0.964	0.929	2606.344**	0.001

المتغير التابع: مدى كفاءة الشركات في التعامل مع الأزمات والأحداث

** دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠١ .

يتضح من الجدول ارتفاع قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيري حيث بلغ ٠.٩٦٤ وهو يدل على وجود ارتباط طردي قوي للغاية بينهم. كما بلغت قيمة معامل التحديد (٠.٩٢٩)، وهو ما يعني أن ٩٣٪ من تغير درجة كفاءة الشركات في التعامل مع الأزمات والأحداث (المتغير التابع) يمكن أن يفسر في ضوء واقع تطبيق إدارة الازمات المتخصصة في الشركات السياحية المصرية (المتغير المستقل). وتشير قيمتي (ت) و(ف) إلى دلالتهم؛ مما يدل على جودة نموذج الانحدار والمتغيرات الداخلة فيه.

جدول (٦) تأثير تطبيق ادارة الازمات في الشركات السياحية المصرية على مدى رضى الشركات والعاملين بها عن خطط إدارة الأزمات (ن = ٢٠٠)

المتغير المستقل	بيتا	(ت)	دلالة (ت)	معامل الارتباط	معامل التحديد	(ف)	دلالة (ف)
الثابت	1.742	2.968**	0.003				
واقع تطبيق ادارة الازمات في الشركات السياحية المصرية	1.471	58.400**	0.001	0.972	0.945	3410.576**	0.001

المتغير التابع: مدى رضى الشركات والعاملين بها عن خطط إدارة الأزمات

** دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠١ .

يتضح من الجدول ارتفاع قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيري حيث بلغ ٠.٩٧٢ وهو يدل على وجود ارتباط طردي قوي للغاية بينهم. كما بلغت قيمة معامل التحديد (٠.٩٤٥)، وهو ما يعني أن ٩٤.٥٪ من تغير درجة

رضى الشركات والعاملين بها عن خطط إدارة الأزمات (المتغير التابع) يمكن أن يفسر في ضوء واقع تطبيق إدارة الأزمات المتخصصة في الشركات السياحية المصرية (المتغير المستقل). وتشير قيمتي (ت) و(ف) إلى دلالتهم؛ مما يدل على جودة نموذج الانحدار والمتغيرات الداخلة فيه.

أما عن آراء الشركات في السياسات الحكومية لمواجهة الأزمات:

يوضح الجدول (٧) الأوزان النسبية والنسب المئوية لعبارات هذا البعد:

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	متفق تمامًا		متفق		محايد		غير متفق		غير متفق تمامًا		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
7	2.89	578	18.5%	37	28.0%	56	0.0%	0	31.0%	62	22.5%	45	تقدم الحكومة المصرية الدعم المادي في اوقات الازمات
8	2.85	570	23.5%	47	21.5%	43	0.0%	0	26.5%	53	28.5%	57	تعتبر السياسات الحكومية كافية لمواجهة الازمات
5	2.94	588	17.5%	35	31.5%	63	0.0%	0	29.5%	59	21.5%	43	تنسق الحكومة مع الشركات السياحية في حال حدوث ازمة
2	3.03	606	18.5%	37	34.5%	69	0.0%	0	25.5%	51	21.5%	43	تقوم غرفة الشركات السياحية بدور في مواجهة الازمات
6	2.92	583	23.5%	47	24.0%	48	0.0%	0	25.5%	51	27.0%	54	توفر وزارة السياحة تدريب لادارة الشركات السياحية المصرية في مجال ادارة الازمات

1	3.06	612	23.0%	46	29.5%	59	0.0%	0	25.5%	51	22.0%	44	هناك قصور في الانفاق علي الادارة العلمية للازمات
4	2.95	590	18.5%	37	30.5%	61	0.0%	0	29.5%	59	21.5%	43	تعتمد الشركات السياحية علي الدور السياسي الرسمي لادارة الازمات
2	3.03	606	26.5%	53	25.5%	51	0.0%	0	20.5%	41	27.5%	55	الانفاق علي ادارة الازمات له فائدة اقتصادية
9	2.84	568	19.5%	39	25.5%	51	0.0%	0	29.5%	59	25.5%	51	الدور الحكومي الرسمي وحده كافي لمواجهة الازمات

المتوسط العام للبعد = (٢.٩٥)، الانحراف المعياري (١.٣٨)

يتضح من الجدول أن عينة البحث الشركات السياحية المصرية غير راضية إلى حد ما عن السياسات الحكومية لمواجهة الأزمات، ويؤكد ذلك ان المتوسط العام للبعد قد بلغ (٢.٩٥)، وتأتي عبارة "هناك قصور في الانفاق علي الادارة العلمية للازمات" كأهم العبارات في هذا البعد حيث يبلغ متوسطها (٣.٠٦) يليها " تقوم غرفة الشركات السياحية بدور في مواجهة الازمات " ورأيهم بأن " الانفاق علي ادارة الازمات له فائدة اقتصادية" بمتوسط (٣.٠٣) يليهما " مدى اعتماد الشركات السياحية علي الدور السياسي الرسمي لادارة الازمات " بمتوسط (٢.٩٥)، ثم "مدى تنسيق الحكومة مع الشركات السياحية في حال حدوث ازمة" بمتوسط (٢.٩٤)، ثم "توفير وزارة السياحة تدريب لإدارة الشركات السياحية المصرية في مجال إدارة الأزمات " بمتوسط (٢.٩٢)، وفي الأخير يأتي "تقديم الحكومة المصرية الدعم المادي في أوقات الازمات" بمتوسط (٢.٨٩).

وترى عينة البحث أن السياسات الحكومية غير كافية إلى حد ما لمواجهة الأزمات حيث بلغ متوسط هذه العبارة (٢.٨٥)، وأن الدور الحكومي الرسمي وحده غير كافي لمواجهة الأزمات حيث بلغ متوسط هذه العبارة (٢.٨٤).

النتائج :

وتبين من خلال التحليل الاحصائي للدراسة الاتي :

- معظم الشركات السياحية المصرية تعتمد علي الجهود السياحية الحكومية الرسمية في ادارة الازمات حيث اقر بذلك ٨٧٪ من الشركات.
- ١٢٪ فقط من الشركات السياحية المصرية الفئة (ا) هي التي لديها ادارة متخصصة في ادارة الازمات وتعتمد ادارة الازمات ضمن الهيكل التنظيمي لها.
- معظم الشركات السياحية المصرية تري ان الازمات امر عابر لا يحتاج الي تدخل علمي متخصص وخاصة في الازمات الكبيرة مثل جائحة كورونا و الحروب.
- هناك قصور واضح في المتخصصين في ادارة الازمات لدي الشركات السياحية حيث يري ٦٥٪ من الشركات ذلك.
- معظم الشركات في حاجة ماسة الي التدريب المتخصص في التسويق وقت الازمة ووضع سيناريوهات للتعامل مع الازمات.

التوصيات :

- ضرورة ان يكون هناك هيكل اداري متخصص لادارة الازمات كشرط من شروط الترخيص.
- زيادة البرامج المتخصصة لادارة الازمات و التدريب علي ذلك.

المراجع

أولاً المراجع باللغة العربية

- بطرس، سليم (٢٠١٩): مبادئ ادارة مكاتب السياحة و السفر، دار الخليج للنشر و التوزيع.
- البطوطي، سعيد (٢٠١٠): شركات السياحة و وكالات السفر، مكتبة الانجلو المصرية.
- الحريري، محمد سرور (٢٠١٤): ادارة الازمات و استراتيجيات القضاء علي الازمات الاقتصادية والمالية والادارية، دار صفاء للطباعة و النشر و التوزيع.
- حفني، لمي اء (٢٠١١): مقدمة عن شركات السياحة ووكالات السفر، مؤسسة عالم الرياضة للنشر، الطبعة الاولى.
- حفني، لمياء (٢٠١٠) : اعمال شركات السياحة و وكالات السفر ، مؤسسة عالم الرياضة للنشر.
- الرهوان، محمد حافظ (٢٠١٤): ادارة الازمات و مواجهة الكوارث و مكافحة الارهاب ، هلا للنشر و التوزيع.
- السعيد، عصام حسن (٢٠٠٩): ادارة مكاتب و شركات السياحة والسفر، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى.
- شبر، الهام خضير (٢٠٢١): الاسس العلمية في ادارة المكاتب وشركات السياحة ووكالات السفر، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.

- شبر، الهام خضير (٢٠٠٧): ادارة المخاطر والازمات في المنظمة السياحية، ماجستير اقتصاد سياحي، قسم السياحة وادارة الفنادق، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
- الفقيه ، عبد الله محمد (٢٠٢٠): ادارة الازمات.
- القاعوري، حكم (٢٠١٣): ادارة الازمات، مواجهة الازمات الطبيعية والغير طبيعية، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع .
- كافي، مصطفى (٢٠١٨): وكالات و منظمات السياحة والسفر، دار رسلان للطباعة والنشر .
- كافي، يوسف مصطفى (٢٠١٧): ادارة الازمات السياحية في اطار ضوابط واليات تحقيق الامن السياحي.
- متروف، ايان (٢٠١١): ادارة الازمات قبل حدوثها كل ما يحتاج المدراء والمسئولون الي معرفته عن ادارة الازمات، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- موقع صناع المال (www.almaal.org)
- نصار، وائل فاروق (٢٠١٨): الطريق الحديثة في ادارة الازمات الادارية.
- النقاش، محمد حسن (٢٠١٦): الازمات السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

ثانياً المراجع باللغة الأجنبية

- Anna, J.E.And Leon, C.J.(2008) The Impact Of Terrorism On Tourism Demand Annal Of Tourism Research .
- Balaz, V., Williams, A.M., (2013), Tourism Risk Tolerance and Competences Travel Organizations and Tourism Hazards, Tourism Management.
- Beirman, D.(2003a) Restoring Tourism Destination in Crisis. Oxford:CABI Publishing.
- Beirman,D.(2003b) Restoring Tourism Destination In Crisis : A Strategic Marketing Approach . Sydney: Allen And Unwin.
- Biyht, Bronwy G, The Rules of Crisis Management, BGB Afeassociates WTO, Tourism and Media, Amman,1998.
- Blake,A.And Sinclair,M.T.(2003) Tourism Crisis Management , Us Respons To September 11. Annals Of Tourism Research.
- Buhalis, D, And Licata, C. (2002) The Future of E Tourism Intermediaties. Tourism Management.
- Chen, R.J.C. And Noriega, P. (2003) The Impact of Terrosim: Pereptions of Faculty and Students on Safety and Security in Tourism. Journal Of Travel and Tourism Marketing.
- Glasser, D. (2003). Crisis Management In The Tourism Industry. Bulington: Buttrtworth. Heinemann.

Evaluating Crisis Management Systems in Egyptian Tourism Companies

Authors:

1. **Reem Ahmed Abdel Halim**, Master Scholar, Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, Fayoum, Egypt
2. **Prof. Mostafa Mahmoud Abu Hamad**, Professor, Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, Fayoum, Egypt
3. **Dr. Mohammed Mohammed Farag**, Associate Professor, Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, Fayoum, Egypt

Article Info

Pages: 91 - 113

Submission Date:

October 25, 2024

Review Date:

November 19, 2024

Acceptance Date:

November 25, 2024

Publication Date:

December 1, 2024

Keywords

Crisis
Management
Tourism Companies

Abstract

Tourism is exposed to various crises in its severity, causes and consequences. Some of these crises affect tourism at the global and regional levels, while others are limited to the national or local level only. The tourism crisis means the emergence of a new situation or situation that is a turning point in the course of tourism activity. It results in a defect that threatens the main assumptions underlying this activity in all aspects of supply and demand. This necessitates the preparation of a specific plan that combines the efforts of the various authorities responsible for tourism activity and adopts and implements it within the country to confront this situation or the new situation. The real reality has proven the importance of resorting to crisis and disaster management science. Studies suggest that the more advanced the tourist country has plans for crisis management, the higher its tourism revenues and the more it is arranged ahead of the world's tourism map such as American state tourism institutions and organizations, 78% of which have a written plan and pre-prepared for crisis management. Low incidence of independent and specialized crisis management in the private tourism sector in Egypt and especially in Egyptian tourism companies (a) It is the category competent to attract and deal with inbound tourism The percentage of specialized crisis management in these companies represents only 8% and 92% of Egyptian tourism companies have no crisis management and rely on government efforts in this area. This has resulted in the slow recovery of Egyptian tourism from the crises it has experienced, as well as the decrease in tourism traffic to Egypt in general and the low share of Egyptian tourism companies in the share of tourism arriving in Egypt, which is only 52% of the volume of tourism arriving.