

المملكة العربية السعودية

جامعة الملك سعود

كلية السياحة والآثار

قسم الإدارة السياحية والفندقية



عنوان البحث :

صناعة الضيافة ودورها في تطوير العنصر البشري

إعداد الطلاب :

خالد الصميت – عبدالله المسعود – عمر الرويشدي

إشراف :

أ / جهاد الشبار

الفصل الدراسي الثاني

1430 هـ - 1431 هـ

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي أكرمنا ومنّ علينا بإنها هذه الدراسة ولا يسعنا في هذه المناسبة إلا أن نتقدم بشكر الجزيل إلى أعضاء هيئة التدريس ونخص بالذكر رئيس القسم أ/ مشلح المريخي و الأستاذ جهاد الشبار والدكتور وائل عزيز لمساندتهم لنا في أعداد هذا البحث وكذلك جميع أعضاء هيئة التدريس الذين ساعدونا في أعداده وإلى من كانوا معينون لنا ومساعدين لنا

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
الشكر والتقدير	أ
فهرس المحتويات	ب
الفصل الأول الإطار التطبيقي العلمي للبحث	
1-1 المقدمة	
2-1 أهمية البحث	
3-1 أهداف البحث	
4-1 مشكلة البحث	
5-1 تعريف مصطلحات البحث	
6-1 الفروض أو التساؤلات	
7-1 إجراءات البحث	
• منهج البحث	
• مصادر المعلومات	
الفصل الثاني الإطار النظري	
المبحث الأول:	
1- مفهوم وأبعاد صناعة الضيافة	
2- الفنادق وتصنيفاتها	
المبحث الثاني :	
1- تاريخ السفر والترحال وصناعة الضيافة	
2- شخصيات بارزة في عالم الضيافة	
المبحث الثالث:	
1- دور العنصر البشري	
2- البتروكول والأتيكيت وقواعد الضيافة	
3- خدمة العملاء والتحكم في الجودة وإدارة الجودة الكلية	
4- أفضل مستوى لتقديم خدمات الضيافة في المنظمات السياحية والفندقية	
الفصل الثالث الإطار التطبيقي	
3-1 الاستبيان	
2-3 تحليل الاستبيان	
3-3 النتائج التي توصلنا إليها	
4-3 التوصيات المقترحة من قبل الباحثين	
5-3 الجداول / ملاحق :	
• مراجع الدراسة	
• الدوريات	

الفصل الأول :

الإطار العلمي للبحث

- المقدمة
- أهمية البحث
- أهداف البحث
- مشكلة البحث
- تعريف مصطلحات البحث
- الفروض أو التساؤلات
- الدراسات السابقة
- إجراءات البحث

المقدمة

بالرغم من أن صناعة الضيافة قد بدأت كمنهج وإدارة في منتصف القرن العشرين إلا أن الشواهد التاريخية تؤكد أن صناعة الضيافة أو ما يطلق عليه كرم الضيافة كان متواجداً على مر العصور التاريخية وذلك لأسباب حب السفر لدى الإنسان في السفر والترحال وان ينعم بالراحة أو ربما لأسباب أخرى سعيًا ورأى بعض الأعمال التجارية أو بهدف العلم والدارسة أو بأسباب زيارة بعض الأماكن المقدسة أو الترفية والترويح عن النفس وبالرغم من الصعوبات التي واجهت المسافرين من مشقة السفر والترحال ومحاولة إيجاد مكان للإيواء يوفر جميع متطلباتهم إلا أن القفزة الهائلة في تطور وسائل السفر منذ بداية الترحال مشياً على الأقدام ثم استخدام الدواب إلى استخدام وسائل النقل الجوي وذلك ماداً إلى تطور صناعة الضيافة بحيث أصبحت من إحدى الصناعات الخدمية الحديثة التي تهتم بها الدول حيث استثمرت فيها ملايين طائلة من رؤوس الأموال سواء في إنشاء بعض مرافق الإيواء وتمهيد الطرق وتحسين وسائل النقل والترحال وتدريب أيدي عاملة ماهرة واستخدام تقنيات حديثة لتقديم خدمات متميزة وأصبح نجاح هذه الصناعة متوقفاً على أسلوب الاستراتيجيات التي يتم استخدامها لمراعاة ما يحتاجه الضيف ولذا فقد اتخذت الإدارات التي تقود صناعة الضيافة إلى أساليب جديدة تهتم بالكوادر التي تقدم هذه الصناعة وتطبيق التشريعات والقوانين الحديثة التي تسهل التعامل مابين الضيف والفندق وهذا لمواكبة متطلبات الضيف والتي تهدف في نهاية إلى تحقيق وإشباع رغبته

وتعتبر المنظمات السياحية ومنظمات الضيافة Hospitality Organizations من العوامل الأساسية لازدهار الاقتصاد القومي وذلك نتيجة للأموال التي تضخها والعمالة التي تستوعبها والمناطق التي تنميها والدولة يعود إليها نصيب من عوائد العملية الاستثمارية كالضرائب والرسوم وتنمية الأقاليم المختلفة .

أهمية البحث :

صناعة الضيافة ذات دور هام في النمو الاقتصادي للعديد من دول العالم وفي بعض مناطق العالم يعتبر الدخل و الناتج من هذه الصناعة يشكل أهمية كبرى في التنمية الاقتصادية وذلك من خلال :

- 1- توفير العديد من فرص العمل للسكان المحليين مثل العمل في الفنادق والمطاعم وشركات النقل بأنواعه المختلفة أو محلات التجزئة وهو ما يعمل على الحد من مشكلة البطالة .
- 2- المساهمة بنسبة كبيرة في تمويل الناتج المحلي الإجمالي سواء على مستوى المنطقة أو على مستوى الدولة ككل وذلك يعزز قدرة الدولة المالية ويحد من معدلات التضخم .
- 3- الحصول على العملات الأجنبية من خلال بيع وتزويد الزوار الأجانب بالسلع والخدمات المختلفة وهذا يسهم في تحسين وضع ميزان المدفوعات للدولة حيث أن الدولة تحتاج للعملات الأجنبية بشكل كبير خلال عملية الاستيراد وشراء البضائع من الخارج .
- 4- تطوير البنية التحتية والفوقية والعمل على تطوير مفهوم صناعة الضيافة داخل الدولة.

أهداف البحث :

من أهم الأهداف التي يتطرق لها البحث في صناعة الضيافة :

- 1- توضيح مفهوم صناعة الضيافة بين تصنيفها والسمات الحديثة لها .
- 2- إبراز السمات التاريخية التي مرت بها صناعة الضيافة وابرز الشخصيات التي جعلت من الضيافة صناعة .
- 3- مقارنة صناعة الضيافة في الخارج وكذلك دراسة السوق الخارجي وتطبيقها داخل الدولة.
- 4- دور العنصر البشري في صناعة الضيافة وتدريبه على صناعة الضيافة الحديثة .
- 5- تقديم مبادئ البروتوكول والاتيكيث وتطبيقها في الضيافة .

مشكلة البحث :

تتحدد مشكلة البحث في أن العديد من الفنادق لا تستخدم الضيافة بأسلوب علمي لخدمة نزلاء الفندق بل أن العديد من هذه الفنادق تركز على عنصر المنتج وتهمل طريقة الخدمة المقدمة ويمكن بيان المشكلة من التساؤلات التالية :

- 1- هل أن الضيافة تطبق مبادئها ومفهومها بشكل صحيح ؟
- 2- قلت الجودة وأسلوب الخدمة في بعض منشآت الضيافة ؟
- 3- مشكلة العنصر البشري وكيف تربط بين الرضاء الوظيفي وسلوك العميل ؟

تعريف مصطلحات البحث :

- **الضيافة :** عملية استقبال الضيوف أو المسافرين الذين يطلق عليهم العملاء أو النزلاء والذي يجب أن يوفر لهم خدمة الإسكان وأن يزودو أيضاً بمنتجات الأغذية و المشروبات إضافة إلى ذلك يقدم النزلاء العديد من الخدمات الأخرى منذ وصوله وحتى وقت المغادرة .
- **خدمة توفير الإقامة :** هي الخدمات التي تقدم لنزيل وهي في حد ذاتها خدمة لا يستطيع النزيل اختيارها أو الحكم عليها كأى منتج يباع إلا بعد انتهاء الخدمة .
- **الفندق:** عبارة عن منشأة تقدم خدمات الإيواء والضيافة للسياح والزوار مقابل رسوم معلومة .
- **وكالة السفر:** هو المكان الذي الذي يتم فيه أعداد وتصميم البرامج السياحية وإصدار تذاكر السفر.
- **المطعم :** هو المكان الذي يقدم خدمات الطعام والشراب لمرتاديه لتناولها سواء داخل صالات المطعم او خارجها .
- **السائح :** هو الشخص الذي يقوم بالانتقال من مكان أقامته إلى مكان آخر لمدة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة و لا تزيد عن عام وبهدف غير هدف العمل أو الدراسة.
- **السياحة :** ممارسة السائح للأنشطة المختلفة من استجمام وترفيه في بلد المقصد السياحي .
- **عقود الإدارة وحقوق الامتياز :** عقد بين المالك مع احد الشركات المتخصصة في إدارة الفنادق لإدارة وتنظيم المنشأة الفندقية واستخدام اسم الشركة .
- **الضيف :** هو الشخص الذي يقدم له الفندق خدمة الإيواء والضيافة ويمكن أن يكون سائح أو من أهل البلد .

الفرضيات والتساؤلات

تحاول الدراسة الحالية الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي وما يتبعه من تساؤلات فرعية .
(ما مدى صناعة الضيافة كجانب أساسي في صناعة وتطوير السياحة)

التساؤلات الفرعية :

- 1- ما هي المهارات المهنية التي يحتاجها المورد البشري في الضيافة ؟
- 2- ما هو مستوى خدمات الضيافة خلال تقديمها لضيف ؟
- 3- ما هي المخاطر اليومية التي قد تواجه الضيف ومقدم الخدمة ؟
- 4- ما هي الأبعاد التي تزيد من فاعلية صناعة الضيافة ؟
- 5- ما هو دور موظف الاستقبال من حيث معرفته لطبيعة الضيف الاجتماعية و الديموغرافية والاقتصادية لتسهيل تقديم الخدمة الملائمة له ؟

الدراسات السابقة :

كارين ليبيرمان وبروس نيسن(2006) الأخلاقيات في صناعة الضيافة والسياحة

كونراد لاشلي وأليسون موريسون البحث في الضيافة

جاك دريدا. 2000 لحسن الضيافة. Trans. Rachel Bowlby ستانفورد

Bolchazy. الضيافة في العصور القديمة : Livy في مفهوم القوة والتأنيس

إجراءات البحث

أ- منهج البحث : سوف يتم استخدام الأسلوب الوصفي التحليلي والإحصائي في دراسة وتحليل المفاهيم ومتغيرات موضوع الدراسة.

ب- مصادر المعلومات :

- المصادر الأولية : من خلال استنباه يتم أعدادها من قبل الباحث بحيث تتكون من الأسئلة التي تقيس مستوى تقديم صناعة الضيافة .
- المصادر الثانوية : من خلال الرجوع إلى الكتب والمراجع والدوريات التي تناوله موضوع البحث لبناء الجانب النظري للبحث .

ج- الحدود الزمنية : الفصل الدراسي الثاني لعام 1430هـ - 1431هـ .

د- الحدود الجغرافية : المملكة العربية السعودية – مدينة الرياض ويرجع تحديد هذه المنطقة بسبب أقامتنا بها وهي مناسبة لدراسة بسبب أنها عاصمة المملكة العربية السعودية .

هـ- عينة البحث : موظفي الفنادق والنزلاء وعددهم 30 موظف ونزيل .

و- طريقة اختيار العينة : تم اختيار العينة بطريقة الصدفة .

الفصل الثاني الإطار النظري

- المبحث الأول : مفهوم صناعة الضيافة وتصنيفات الفنادق
- المبحث الثاني : نبذة تاريخية عن الضيافة وابرز الشخصيات التي جعلت من الضيافة صناعة
- المبحث الثالث : العنصر البشري والبرتوكول والأتيكيت في صناعة الضيافة

المبحث الأول :

مفهوم وأبعاد صناعة الضيافة:

بداية الحديث عن الضيافة يجب أولاً أدراك الفرق بين كلمة أو مصطلح الصناعة كحرفة وصناعة الضيافة كأحد قطاعات الخدمات الاقتصادية فمصطلح الصناعة Industry كحرفة يستخدم لإنتاج شيء ملموس يستخدم بهدف إشباع حاجات الأفراد والجماعات لفترة محدودة أو لفترات طويلة الأجل والصناعة تعني أيضاً كل ما تشمله الصناعات التحويلية لإنتاج ناتج جديد يحتاجه الفرد والمجتمع .

أما صناعة الضيافة فما هي إلا إحدى القطاعات الخدمية الاقتصادية نظام قطاع الخدمات Service Sectors in an Ecoomy وهو يوضح النظرة الاقتصادية لصناعة الضيافة التي تشتمل على قطاعين هامين :

القطاع الأول : ويديره شركات أو هيئات أو أفراد يقدم (خدمة) الإسكان أو الإقامة لتلبية احتياجات المسافرين أو السائح سواء كانوا أفراد عاديين أو رجال أعمال.

القطاع الثاني : ويديره شركات ذات طبيعة محددة لبعض المواد تعرف (بالمنتجات) وهو ما يختص بخدمة الأغذية والمشروبات .

إلقاء الضوء على صناعة الضيافة كنظرة شاملة :

تعرف الضيافة بأنها عملية استقبال الضيوف أو المسافرين الذين يطلق عليهم العملاء أو النزلاء Guest والذي يجب أن يوفر لهم خدمة الإسكان (مكان الإقامة) Lodging وأن يزودوا أيضاً بمنتجات الأغذية والمشروبات إضافة إلى ذلك يقدم النزلاء العديد من الخدمات الأخرى منذ وصوله وحتى وقت المغادرة .

يتصور البعض أن صناعة الضيافة تشمل فقط الطعام والشراب المقدمة للضيف، وهذا خطأ لأن صناعة الضيافة تشمل جميع الخدمات التي تقدم للسائح منذ وصوله إلى البلد أو المكان المقصود إلى حين عودته إلى موطنه الأصلي أي إلى مكان إقامته.

وعلى هذا الأساس فإن حاجة الضيف أو الزبون لا تقتصر على الإقامة في الفندق وحصوله على الطعام والشراب بل تعني أكثر من ذلك وتبعاً لذلك يمكن توضيح وظيفة هذان القسمان الرئيسيان في صناعة الضيافة بأنهما يشملان على الأغذية والمشروبات كمنتج وعملية الإسكان كخدمة إلى جانب توفير بعض الخدمات الأخرى مثل وسائل الاستجمام والترفيه والتسليّة بوجود حمامات السباحة وحدائق الألعاب ورحلات أو زيارات باستخدام وسائل الانتقال سواء كانت باستخدام شركات الطيران أو الوسائل البرية أو البحرية .

وتعتبر وسائل الترفيه والترفيه من أحد العناصر الأساسية في عالم صناعة الضيافة حيث يجب توفير وسائل للتسليّة التي أصبحت الآن من أحد أضلاع صناعة الضيافة الأساسية وذلك باستخدام العروض الحية أو استخدام الوسائل المرئية أو السمعية أو عن طريق استغلال العوامل الطبيعية للاستمتاع بجمال الطبيعة .

وقد أضاف وجود المكاتب السياحية ووكالات السفر داخل مؤسسات والمنشآت الفندقية بعداً جديداً على صناعة الضيافة لما تقدمه من خدمات تخص المسافرين أو السائح في صورة متكاملة ساعدت على تنشيط مجالي صناعة السياحة والضيافة .

وهناك عوامل جعلت من صناعة الضيافة أحد الخدمات التي ليس لها نظير أو بمعنى آخر أنها أصبحت من أحد الخدمات الفريدة في نوعها وذلك :

لأنها تقدم للنزيل ما يطلق عليه خدمة المنتجات مثل الأغذية والمشروبات (منتج ملموس) وخدمة الإسكان (غير ملموس) والخدمة الأخيرة ليست مثل الخدمات الأخرى التي يمكن شراؤها أو كونها تباع للمسافرين أو أنها تفقد أو تنتهي بعد استهلاكها حيث أنها تترك أثر في نفس النزيل وانطباع يدوم مدى الحياة .

خدمة توفير الإقامة من الخدمات التي تقدم للنزيل وهي في حد ذاتها خدمة لا يستطيع النزيل اختيارها أو الحكم عليها كأى منتج يباع إلا بعد انتهاء الخدمة كما أن مقدم الخدمة ممثلاً في المدير المسئول عن الضيافة أو إدارة مؤسسات الضيافة لا يستطيع استنتاج توقعات النزيل إلا بعد انتهاء هذه الخدمة أيضاً حيث أن هؤلاء المديرين لا يملكون كل المقومات التي تجعلهم يراقبون كل الأعمال المقدمة للنزيل بصورة عالية الجودة .

ويأتي هنا مصطلح الصديق في تحديد المواعيد (لحظة الصديق) أو ما يطلق عليه الانضباط في الوقت وهو الذي يحدد العلاقة بين النزيل وجودة صناعة الضيافة وهو أيضاً الذي يحدد الانطباع العام عن حكم النزيل حول الخدمة المقدمة له أو ما يطلق عليه رضاء النزيل ويرجع ذلك من وجهة نظر النزيل إلى ترتيب سلسلة الأحداث التي يمر بها منذ بداية تقديم الخدمة Check in وحتى نهايتها Check out وهي التي تعكس قيمة ودرجة هذه الخدمة.

ويشمل الصديق في انضباط الوقت :

- مواعيد الإفطار والغداء والعشاء.
- مواعيد تنظيف الغرفة .
- مواعيد إحضار الجرائد اليومية .
- مواعيد تلبية الطلبات و الاحتياجات الخاصة .

هذه اللحظة عبارة عن علاقة عابرة وحاسمة ولا يوجد مجال أو وقت لتحسين هذه العلاقة بين مقدم الخدمة و النزيل حيث يجب على مقدم الخدمة أن يضع الأمور في نصابها منذ اللحظة الأولى في التعامل مع النزيل

الفنادق وتصنيفاتها:-

في عام 1956 م أوضح اتحاد مالكي الفنادق تعريف الفندق بأنه:

مؤسسة ينشأها المالك بهدف تقديم الإيواء ، وكذلك الطعام والشراب اذا طلبها الضيوف، وذلك بدون عقد خاص ، وتقدم هذه الخدمة لأي مسافر يقدم نفسه ويرغب في الحصول على هذه الخدمة وهو قادر على دفع أجرة معقولة لقاء الخدمات والتسهيلات التي يحصل عليها شريطة ان يكون هذا الشخص بحالة مناسبة ليتم استقباله.

وهناك مؤسسات أخرى تقدم خدمة الإيواء أيضا مثل المستشفيات والسجون وسكن الطلبة في الجامعات، ولكنها لا تدخل ضمن تعريف الفنادق وذلك لأنها لا تقدم خدمات تلبي الحاجات الخاصة للمسافرين.

ويمكن أن تصنف الفنادق إلى عدة أنواع ويتم ذلك وفقا للسوق الذي تستهدفه أو وفقا لحجمها أو موقعها أو الخدمات والتسهيلات التي تقدمها أو بحسب ملكيتها .

ووجود أنواع مختلفة من الفنادق يعني تقديم أصناف مختلفة من الخدمات إلى الضيوف، ولذلك فإن طريقة إدارتها يجب أن تكون مختلفة أيضا .

1- السوق المستهدف:-

احد طرق تصنيف الفنادق يتم بحسب نوع الزبائن الذين تقدم خدماتها لهم، ولذلك يمكن أن تصنف الفنادق إلى فنادق تجارية أو سياحية أو منتجعات.

أ- الفنادق التجارية:

هي الفنادق التي تقدم خدمات الإيواء والطعام والشراب للأشخاص الذين يسافرون من اجل الأعمال التجارية.

ب- الفنادق السياحية:

وهي الفنادق التي تقدم خدماتها للأشخاص الذين يسافرون من اجل التسلية والترفيه عن أنفسهم.

ج- المنتجعات:

وهي فنادق تقدم خدماتها للأشخاص المسافرين من اجل الترويح عن أنفسهم والاستمتاع بجمال الطبيعة، وهذه المنتجعات تكون موجودة عادة في المناطق الطبيعية الجميلة مثل المناطق الريفية أو شواطئ البحار و البحيرات .

ويمكن أن تقسم الفنادق كذلك إلى فنادق للإقامة الدائمة وفنادق الترانزيت أو العبور، وذلك وفقا لمدة الإقامة المتوقعة للضيوف. فنجد أن فنادق الإقامة الدائمة تقدم خدمات الإيواء للضيوف الذين يرغبون بالإقامة لمدة طويلة، في حين أن فنادق الترانزيت أو العبور تقدم خدماتها لضيوف لا تزيد مدة أقامتتهما عن ليلة أو ليلتين على الأكثر ، وهذه الفنادق عادة ما تكون موجودة قرب المطارات أو محطات القطار والموانئ

2- الموقع:-

يمكن أن تصنف الفنادق أيضا بحسب موقعها، مثل فنادق وسط المدينة وفنادق الضواحي والمنتجعات

3- الحجم:-

ويمكن أن تصنف على أساس الحجم مثل:

أ- الفنادق الصغيرة: وهي فنادق تحتوي على اقل من مائة غرفة.

ب- الفنادق المتوسطة: وهي تحتوي عادة على أكثر من مائة غرفة و اقل من مائتين غرفة.

ج- الفنادق الكبيرة: وهي تحتوي عادة على أكثر من مائتين غرفة ، ومثال على ذلك الفنادق العالمية التي تحتوي على غرف متنوعة (مزدوجة، مفردة، أجنحة خاصة)

ويؤثر عادة حجم الفندق بشكل مباشر على الهيكل التنظيمي للفندق ومهام وواجبات الأقسام الموجودة فيه. ففي الفنادق الكبيرة يكون عدد العاملين اكبر وأقسام الفندق تكون متعددة ويكون هناك تخصص وتحديد في عمل كل قسم ، أما الفنادق الصغيرة والمتوسطة فتكون أقسامها اقل وهذا يعني تعدد مهام ومسؤوليات العاملين فيها

4- الخدمات والتسهيلات:

تختلف الفنادق فيما بينها بمستويات ومعايير الخدمات التي تقدمها وكذلك بالتسهيلات التي تمنحها للضيوف. ولهذا يمكن أن نقسم المؤسسات الفندقية إلى ما يلي :

أ- فنادق الخدمة التامة (الكاملة):

وهي فنادق تقدم مجموعة كبيرة من الخدمات للضيوف بالإضافة إلى خدمة الإقامة والمبيت مثل خدمة الطعام والشراب وخدمة الغرف وخدمات تنظيف الملابس أو مرافق خاصة لخدمة رجال الأعمال والخدمات الرياضية والعلاجية والصحية

ب- الفنادق الاقتصادية:

وهي فنادق تقدم لضيوفها غرف بمحتويات أساسية بسيطة مقابل أسعار رخيصة، ويمكن أن تقدم خدمات الطعام والشراب بشكل محدود للضيوف من ذوي الدخل المحدود.

5- الملكية:

ويوجد هناك طرق أخرى لتصنيف الفنادق تتم بحسب ملكية هذه الفنادق. وتقسم ملكية الفنادق إلى أربعة أنواع هي:

1- الملكية الخاصة:

وهي الفنادق المستقلة التي يمتلكها شخص معين أو مجموعة من الأشخاص على شكل شركة من شركات القطاع الخاص.

2- المجموعات المحلية أو الوطنية:

وهي عبارة عن مجموعة من الفنادق المحلية التي تمتلكها شركة أو شركات وطنية.

3- المجموعات الدولية:

وهي الفنادق التي تكون تابعة لسلسلة فنادق عالمية وتحمل اسمها التجاري وعلامتها التجارية.

4- الملكية المشتركة أو المختلطة:

وهي فنادق تكون ملكيتها مشتركة بين القطاعين العام والخاص على شكل أسهم أو حصص أو تكون ملكيتها على نمط الائتلاف من شركات وطنية أو محلية مع شركات أجنبية عالمية.

6- عقود الإدارة والامتياز:

في كثير من الأحيان تتم إدارة الفنادق بواسطة المالك مباشرة ولكن في بعض الفنادق تتم عملية الإدارة بواسطة مجموعة أخرى من الأشخاص غير المالكين للفندق ، وسبب ذلك هو أن بعض مالكي الفنادق لا يمتلكون الخبرات أو المهارات الضرورية لإدارة الفنادق أو قد لا تكون لديهم الرغبة في الانخراط بأعمال ونشاطات الفندق المختلفة. وفي مثل هذه الحالة فإن المالكين يرغبون بإبرام عقد إدارة مع إحدى شركات الإدارة المتخصصة في إدارة المنشآت الفندقية.

وتدير بعض سلاسل الفنادق العالمية الضخمة أعمالها بهذه الطريقة بالانتساب إلى بعض السلاسل الفندقية العالمية ، وهذا يعني أن تكون الملكية تابعة لشركة معينة ولكن إدارة أعمال المنشأة الفندقية تتم بواسطة شركة فندقية أخرى ذات اسم وسمعة عالمية معروفة مثل الهولندي ان أو الشيراتون وغيرها من السلاسل المشهورة عالمياً.

وفي هذه الحالة فإن مالك الفندق يتمكن من استخدام اسم وشعار شركة فندقية ذات سمعة عالمية متميزة، ومقابل ذلك يقوم المالك بدفع مبلغ معين من المال لهذه الشركة نظير استخدامها لأسمها وعلامتها التجارية وتسخير خبراتها لتنفيذ أعمال الفندق.

وقد يدفع المالك أيضاً نسبة مئوية متفق عليها من صافي أرباح الفندق أو من الإيراد الكلي للمبيعات.

ومقابل هذه النفقات التي يدفعها مالك الفندق فإنه يحصل على الفوائد التالية:

- أ- استخدام الاسم التجاري لسلسلة فندقية عالمية مشهورة
- ب- الانتفاع من الأسعار المنخفضة للمواد نتيجة الشراء بكميات كبيرة
- ج- الانتفاع من التسويق الشامل للمجموعة الفندقية أو عبر الانترنت وبشكل خاص الترويج والحجز.
- هـ- الحصول على العون والمساعدة في تحضير وتجهيز وإدارة أنظمة العمليات والتنفيذ
- و- الاستفادة من برامج التدريب الميدانية للعاملين في معظم الاختصاصات الفندقية
- ز- الاستفادة من برامج الحجز المركزية المطبقة في الفنادق العالمية

وعلى ضوء ما ذكر عن أهم تصنيف الفنادق وتحديد أنواعها ، نستطيع أن نصنف الفنادق باستخدام أكثر من سمة يمتاز بها الفندق كأن نصنف فندق بأنه كبير يقع في وسط المدينة وأنه يقدم خدمات متكاملة وتتم إدارته بواسطة عقد إدارة مع شركة فنادق عالمية.

المبحث الثاني :

نبذة تاريخية عن أثر السفر والترحال في تطوير صناعة الضيافة

تاريخ السفر والترحال وصناعة الضيافة :

مما لا شك فيه أن العوامل التي أدت إلى تطور وسائل النقل و الانتقال أدت بدورها إلى تطور مشاريع صناعة الضيافة منذ زمن بعيد كان من الواضح أن الشعوب التي كانت تمتلك أفضل شبكات للنقل - وهذا نظراً لوجود الأعمال التجارية التي كانت تتطلب كثرة السفر - أصبح لديها أعظم مشاريع صناعة الضيافة . وقد كان المسؤولون الأوائل عن ظهور مجال صناعة الضيافة في العالم هم السامريون فقد سبقوا كل من الحضارة المصرية القديمة وكل من الإمبراطورية اليونانية والرومان في مجال صناعة الضيافة فهم أو من اهتموا بالأعمال التجارية المبكرة وبالتالي تطورت لديهم وسائل السفر والتنقل عن طريق استخدام السفن والتي كان يحتاج تجارها إلى مكان للسكن .

إلى جانب ذلك فإنه من الناحية الاجتماعية كانت هناك عدة أسباب مشتركة للراغبين في السفر والترحال مثل الرغبة في ضمان الرقي وارتفاع المستوى المعيشي والمادي وذلك بتحقيق أرباح من خلال العمليات التجارية أو بسبب آخر وهو تحصيل العلم أو لبعض المتطلبات الدينية لزيارة بعض الكنائس و الأماكن المقدسة أو لأسباب الهجرة أو سبب صحي أو بهدف الاستجمام والترفيه أو لزيارة الأصدقاء والعائلات وهي أسباب أدت جميعها إلى زيادة رغبة الإنسان في السفر و الترحال مما جعل هناك متطلباً آخر لهؤلاء المسافرين هو توفير مكان إيواء أو إقامة لهم بجانب توفير وضمان الغذاء والشراب لديهم .

وقد تشابهت أنواع مشاريع خدمات الضيافة التي شيدت على أراضي الإمبراطورية المصرية القديمة واليونانية وروما خلال الفترة عام 3200 ق.م وحتى 476 بعد الميلاد حيث كانت هذه المشاريع في صورة إقامة خانات أو نزل مع توفير مرافقين لحماية المسافرين وتأمين الطرق البرية والحراسة للقوافل التجارية من قطاع الطرق واللصوص حيث عملت كل من الإمبراطوريات المصرية القديمة واليونانية والرومانية على بناء شبكات متعددة للتنقل داخل أنحاء هذه الإمبراطوريات .

وباستثناء بعض النزل والخانات التي أقيمت بالإمبراطورية الرومانية فقد كان أماكن الإيواء الأخرى ذات سمعة رديئة وكان يطلق عليها الأماكن المخيفة نظراً لأن ملاك هذه الأماكن كانوا من الطبقات الدنيا مقارنة لأشكال الحياة الإنسانية ومستوى المعيشة خلال تلك الفترة وبالرغم أنه أطلق على بعض هذه الأماكن أسم خان وكان دوره هو استقبال الراغبين في الإقامة لنماذج محددة من ذوي المستوى المعيشي المنخفض والفقراء ويقوم أفراد العائلة أصحاً هذا الخان بالقيام بكل الواجبات للمسافرين من غذاء وشراب كان هذا الاعتقاد بأن أماكن الإيواء السابق ذكرها هي ذات سمعة رديئة سائداً بين الأثرياء وذو المنزلة العليا الحكومية داخل الإمبراطورية الرومانية والذين كانوا غالباً ما يقومون بالسفر من أجل الترفيه و الاستجمام في بعض الفنادق الممتازة والأكثر رقي وقد ساعدتهم في ذلك تطور وسائل السفر وسهولة التنقل واتساع رقعة الإمبراطورية الرومانية خلال تلك الفترة أيضاً استعمال العملة اليونانية وانتشار اللغة اللاتينية والتي استخدمت بكثرة في تعريف العديد من مصطلحات الضيافة .

وعلى العكس تماماً لما انتشر كسمعة سيئة بالنسبة لبعض النزل والخانات وأماكن الإيواء والإقامة في كل من روما واليونان فإن المطاعم القديمة في كلاهما كانت تلاقي كل الاحترام والثقة حيث كانت تقدم خدمات جيدة ومتميزة من حيث نوعية الأطعمة والأكلات الشهية ولذا فقد تميزت بالشهرة من خلال تقديم خدمة غذائية جيدة ومتميزة .

مابين فترة سقوط روما وظهور عصر النهضة مابين 476م – 1300م وهي الفترة التي أطلق عليها العصور المظلمة اختفت عملية التنقل والسفر ظاهرياً ماعدا بعض السفريات الدينية فقط حيث أبقت بعض الكاتدرائيات والكنيسة الكاثوليكية على صناعة الضيافة من خلال استقبال بعض المسافرين من أجل معتقداتهم الدينية للإقامة والإيواء وتقديم بعض خدمات المأكل والمشروب لهم داخل هذه الأديرة وتبعاً لذلك فقد عاد 90% من السكان إلى مجال الزراعة وهجروا عمليات التجارة إجبارياً ونظراً للانتشار الإقطاع وامتلاك الإقطاعيون كل الأراضي الزراعية ولذا فقد عملوا على منع عمليات السفر والتنقل حتى بين المدن الداخلية للمقاطعة الواحدة ولذا ظلت النزل والخانات خلال تلك الحقبة من الزمن دون أي استخدام وهذا لفترات طويلة وذلك لتحقيق دفع للسكان للعمل بمجال الزراعة .

ولذا فقد فضل المسافرون في منطقة غرب أوروبا خلال فترة عصر النهضة (1350-1600م) الإقامة داخل الأديرة الدينية والتي كانت تقدم إليهم الغذاء والشراب والمأوى وخلال تلك الفترة من عصر النهضة فقد واجهت أفراد الطبقة المتوسطة و المسافرين من أجل العمل والسياحة صعوبات للإقامة داخل دور العبادة وهذا لعدم اتساع هذه الأديرة لاستيعاب أعدادهم كمأوى لذا فقد انتشرت بعض النزل والخانات والجوانيت حتى تكون متاحة لاستقبالهم ورغم أن هذه النزل كانت صغيرة وذات معايير منخفضة ومتدنية من درجات النظافة وتوفير الراحة فقد استمرت في استقبال هؤلاء المسافرين إلا أنه عندما حدث خلاف بين الكنيسة الكاثوليكية وهنري الثامن ملك إنجلترا في ذلك الوقت تم بيع الأراضي المقام عليها تلك الأديرة تفقد دورها الرئيسي في استضافة هؤلاء المسافرين وهذا أدى بدوره إلى انتعاش صناعة الضيافة وتطورها حيث تحولت هذه الأماكن إلى ملكية خاصة لبعض الأفراد وأدت المنافسة بينهم في عمليات التطوير والتحديث إلى حدوث طفرة هائلة في صناعة الضيافة من حيث الإقامة فضلاً عن استقرار حالات الأمان عبر الطرق المستخدمة للمسافرين والتجار.

خلال الفترة المبكرة التي تلت عصر النهضة وهي الواقعة بين أعوام 1600-1800م كانت هناك سياسة اقتصادية واضحة بأوروبا ومع ظهور التنمية الاجتماعية حدثت العديد من التطورات التي حسنت من عملية السفر والترحال بالتالي انعكس ذلك على إثراء صناعة الضيافة فتم إنشاء أماكن أكثر اتساعاً بالفنادق الأولية تحتوي على أثاث جيد مما أدى إلى زيادة أنواع الخدمات المقدمة للمسافرين نظراً لأن السفر لم يكن مقصوراً فقط على الطبقة المتوسطة من فئات الشعب بل أصبح بهدف التجارة في المقام الأول ثم تلقي العلم و الدراسة ومن أنواع الخدمات التي ظهرت في تلك الفترة :

- التقدم في تحسين وسائل السفر عبر المراكب مما أدى إلى ترويج علميات السفر .
- إتاحة وتسهيل السفر باستخدام مراكب السفر العمومية .
- زيادة الارتقاء بتدريب العاملين بالخانات ورفع كفاءة الخدمات بها.
- تطبيق القانون الإنجليزي العام English Common Law والذي أدى إلى حدوث تحسينات عديدة وتطور هائل في نوعية النزل المستخدمة كدور للضيافة .
- إنشاء بيوت للإسكان و الإيواء على درجة متقدمة .
- إعداد وتجهيز مطاعم شعبية لاستقبال الرواد من المسافرين .
- إمداد مساكن محطات السكك الحديدية بعربات السفر الملائمة .

- توصيل البريد يدوياً إلى نزلاء الخانات والنزل .
- قيام مطاعم الخانات والنزل بتقديم الوجبات الشائعة والمميزة .

وقد أدى اختراع محركات البخار بقطارات السكك الحديدية إلى تطور عمليات السفر باستخدام هذه الوسيلة حيث تم إنشاء نزل وأماكن إقامة وإيواء جديدة بالقرب من محطات السكك الحديدية أطلق عليها مساكن المحطة وهذا أدى بطبيعة الأمر إلى زيادة إقبال المسافرين على استخدام هذه النزل كمكان للإقامة .

مما لاشك فيه أن غريزة السفر والتنقل هي من أحد الغرائز الإنسانية المتواجدة للعديد من الأفراد وأصبح واقع السفر والتنقل لتحقيق أهداف معينة أهمها إشباع رغبة أو الوصول إلى هدف محدد مثل الترفيه والاسترخاء أو لإتمام العديد من الأعمال التجارية أو للتعليم أو القيام بالدراسات الجغرافية والاستكشافية وقد ساعد ذلك كله في تطور وإثراء صناعة الضيافة والتوسع في إنشاء الفنادق ومن جانب آخر ساعد على ذلك التطور السريع في إنشاء الطرق ووسائل الانتقال التي تحولت على مر التاريخ من استخدام الدواب كالخيل والجمال إلى استخدام المراكب والسفن البحرية ثم أدى اكتشاف البخار في مجال السكك الحديدية إلى حدوث طفرة هائلة في الإقبال على السفر والترحال تلي ذلك اختراع السيارات ووسائل النقل البرية كالحافلات والدرجات النارية والتي ساعدت بشدة على زيادة الإقبال على السفر وكان لإنتاج الطائرات بأنواعها وأشكالها المختلفة دوراً هاماً في القضاء تماماً على طول فترة الانتقال والسفر حيث أدى هذا إلى اختصار وقت التنقل من مكان إلى آخر إلى جانب توفر الراحة التامة خلال فترة التنقل وبالرغم من تفوق وسائل النقل الجوي على وسائل الانتقال الأخرى إلا أنها لم تقضي على استخدام هذه الوسائل نظراً لأن بعض الأفراد يفضل استخدام بعض الوسائل الأخرى عن استخدام وسيلة التنقل جواً لتوفير مصاريف الانتقال أو للخوف من استخدام الطائرات كوسيلة للسفر والتنقل أو بهدف التأمل والاسترخاء والترفيه كما يحدث عند السفر باستخدام البواخر السياحية التي تجوب معظم موانئ المدن السياحية .

كل تلك العوامل ساعدت وبشدة على تطور صناعة الضيافة وأثرت هذه الصناعة في جميع بلاد العالم ولذا فقد تم إنشاء العديد من الفنادق الكبرى في عواصم وموانئ أغلب بلاد العالم وظهرت لأول مرة كلمة فندق Hotel على واجهة مباني الإيواء والإقامة والتي تقدم العديد من الخدمات للنزلاء وتشعرهم بالراحة والأمان .

وأدى تنافس العديد من رجال صناعة الضيافة والمهتمين بهذه المهنة إلى إضفاء مميزات للشكل العام للفنادق المشيدة لاستقبال المسافرين .

وقد تطورت صناعة الفنادق في الوقت الحالي تطوراً هائلاً وتحولت ملكية العديد من هذه الفنادق من أفراد إلى شركات تقوم بإدارتها وتأسس تبعاً لذلك سلسلة الفنادق Hotel Chain ذات الشهرة العالمية والتي تقدم العديد من الخدمات لنزلائها مثل خدمة الإقامة ، خدمات الأغذية والمشروبات ، الخدمات الترفيهية والترفيهية ، خدمة عقد المؤتمرات والحفلات والندوات ، خدمات سياحية تتمثل في حجز تذاكر السفر ، تغيير العملات ، وترويج منتجات سياحية تخص حضارة وثقافة هذه البلدان والعديد من الخدمات الأخرى.

ومن أشهر السلاسل العالمية للفنادق المنتشرة في العالم:

- Choice Hotels Europe
- Hilton Corporation
- Starwood Hotels

- Spains NH Hotels SA •
- Accor Hotel Chains •
- Hyatt Corporation •
- Marriot Hotels •
- Rosewood Hotels •

شخصيات بارزه في عالم الضيافة :

- إلقاء الضوء على أهم الشخصيات البارزة التي أثرت صناعة الضيافة وقامت بإنشاء الفنادق والمطاعم وكان لها الأثر الفعال لما وصلت إليه صناعة الضيافة الآن حيث أصبحت من الصناعات ذات المراكز المتقدمة في زيادة الدخل القومي للعديد من بلاد العالم .
- نشأة هذه الشخصيات وإلقاء الضوء على حياتهم الشخصية ومساهماتهم في تطوير صناعة الضيافة وهم :

Henry Morrison Flagler

1- هنري مورسون فلاجليز

Caesar Ritz

2- سيزر ريتز

Georges August Escoffier

3- جورجيس أوجست أسكوفير

John Willard Marriott

4- جون ويلارد ماريوت

هنري مورسون فلاجليز :

ولد فلاجليز في 2 يناير 1830 في نيويورك وتوفي 20 مايو 1913 في عام 1885 أي حينما وصل عمره 55 عاماً بدأ في بناء فندق على ساحل الشواطئ الشرقية لفلوريدا تكون هذا الفندق من 540 غرفة أطلق عليها دي ليون بالرغم من بقاءه بمجلس إدارة شركة النفط هذا الفندق الآن أصبح جزء من الكلية التي افتتحت بإسمه في ولاية فلوريدا ووضع في مدخلها تمثالاً له .

إلى جانب ذلك فقد قام فلاجليز بشراء خط سكة حديد قصير نظراً لإدراكه لأهمية وجود نظام نقل صحيح ولتدعيم مغامرته الفندقية وقد عرف هذا الخط الحديدي لاحقاً باسم خط سكة حديد ساحل فلوريدا الشرقي .

وفي عام 1888 ونظراً للنجاح الساحق الذي حققه فلاجليز أثار فيه ذلك إنشاء شاطئ جديد على نطاق شاطئ الريفيرا الفرنسي أطلق عليه شاطئ الريفيرا الأمريكي الجديد ثم قام بشراء فندق أورمنت وزيادة في مغامرات فلاجليز فقد قام ببناء جسر يمر فوقه خط سكة حديد ليربط بين ولاية فلوريدا وولاية ميامي لإتاحة الفرصة للدخول إلى فلوريدا من النصف الجنوبي للولاية .

على مدار ثلاثون عاماً استثمر فلاجليز خمسون مليون دولار دون مساعدة أي جهة في بناء الفنادق وتشبيد خطوط السكك الحديدية وشق الطرق وتمهيد الشوارع وإنشاء ولاية جديدة ازدهرت بالنمو الاقتصادي هي ولاية ميامي .

وحينما سأله عميد كلية رولنز عن جهوده المحبة للبشرية أجاب " اعتقد أن هذا المكان " يقصد ميامي " تستطيع رجاله أن يكتسبون فيه معيشتهم بسهولة وأنا أعتقد أن أي شخص آخر غيري كان يستطيع تطويره وأنني أتمنى أن أعيش لمدة طويلة وبما فيه الكفاية لأثبت أنني رجل أعمال جيد قبل أن أكون رجل استثمار:

وقد مات هنري فلاجليز في 20 مايو 1913 عن عمر يناهز 83 عاماً ودفن في سانت أوجستين بولاية فلوريدا.

عندما ننظر إلى الوراء في أعماق حياة هنري فلاجليز نجد تخليد لأسمه :

- تمثال أقيم له في مدخل كلية فلاجليير في فلوريدا.
- ما وصلت إليه الآن ولاية ميامي من سمعة عالمية في النمو الاقتصادي وعدد الفنادق التي أقيمت بها.
- خطوط السكك الحديدية التي انشائها وكانت أكثر روعة من أي خطوط مماثلة في أي مكان في العالم .
- عبقريته في زيادة حركة التجارة الخارجية بين أمريكا وكل من كوبا وأمريكا اللاتينية عن طريق قناة بنما.
- كفاحة المستمر منذ كان عمره 14 عام وعدم خضوعه للفشل بعد انهيار الشركة الأولى التي أسسها لإنتاج الملح .
- بداية دخوله إلى مجال صناعة الضيافة في عمر قارب 55 عام واستمراره في هذا المجال لأكثر من 28 سنة.

سيذر ريتز

ولد سيذر في نيدرالد بسويسرا عام 1850 وكان ترتيبه هو الأبن الثالث عشر لأب يعمل في مهنة الرعي وعمل ريتز بصناعة الضيافة لفترات طويلة متنقلاً خلال أعمال كثيرة تخص الفنادق وحينما وصل عمره 39 عام شارك مشاركة فعالة في تصميم فندق سافوي بلندن .

تقابل ريتز في باريس مع الشيف الفرنسي الشهير أوجست أسكوفير عام 1898 على شاطئ الريفيرا الفرنسي وبالتعاون معه ثم افتتح فندق الريتز بباريس والذي كان في ذلك الوقت ثورة في عالم الفنادق بكل المقاييس على المستوى العالمي وكان أشهر فندق في العالم حيث كان فندق الريتز بباريس هو أو فندق من نوعه في أوروبا كلها أجري تصميمه بحيث يكون لكل غرفة حمام خاص بها .

وكان سيذر ريتز يؤمن بأن النزول هو من أهم عناصر نجاح أي فندق ولذا كان هدف تعاونه مع اسكوفير هو تصميم المطاعم الخاصة بهذا الفندق بحيث تتيح أكبر حرية حركة للنزول من خلال أكبر مساحة .

ونظراً لأن ريتز ظل لفترات طويلة يخدم العائلات الملكية فقد أطلق عليه أسم " ملك الفنادق وفندقي الملوك " وبعد مرور اثنان وعشرون عاما من نشاط فنادق الريتز وبالتحديد عام 1920 آلت أنشطة هذه الفنادق إلى شركة الريتز كارلتون الاستثمارية والتي قامت بمنح توكيلات الأسهم في الولايات المتحدة الأمريكية لذا يعتبر الريتز – كارلتون بوسطن هو أقدم فروع الريتز – كارلتون حيث تم افتتاحه في مايو 1927 وقد كانت أكبر فترة ازدهار لهذا الفندق واقعة ما بين 1930 – 1940 حيث خلال تلك السنوات العشر لعب فندق الريتز كارلتون ببوسطن دوراً مميزاً في استضافة العديد من مشاهير العالم.

في عام 1983 تم بيع حق استخدام اسم الريتز – كارلتون من الشركة المساهمة إلى شركة جديدة تحت مسمى شركة فنادق الريتز – كارلتون وخلال تلك الفترة ازداد عدد فنادق هذه الشركة ليصل إلى 30 فندق على مستوى العالم وقد اشتهرت سلسلة هذه الفنادق بتقديم أرقى أنواع الخدمة كل ذلك يرجع إلى جهد وفضل سيذر ريتز في تطوير صناعة الضيافة.

هذه نبذة عن حياة ريتز الذي يعتبر واحداً من أكبر مديري الفنادق احتراماً في أوروبا خلال عصر النهضة حيث استغل قدراته الإدارية في أقناع أثرياء أوروبا في المساهمة في تطوير صناعة الضيافة مما أدى إلى زيادة حماس موظفيه على وضع مبادئ جديدة في الإدارة وتقديم

الخدمة وتنظيم عمليات الترفيه بصورة رائعة وفاخرة وعلى أعلى المستويات مما رفع ربحية الفنادق التي أدارها .

جورجيس أوجست أسكوفير

ولد أسكوفير في إحدى القرى القريبة من مدينة نيس بفرنسا في 28 أكتوبر عام 1846م وتوفي في 12 فبراير 1935 م

وكان من أبرز مآقام به جورجيس أوجست أسكوفير كبير الطهاة الفرنسي على الإطلاق وهو :

- صاحب أول مطعم خاص انشاء في مدينة كان بفرنسا .
- أول من نشر دليل مرشد في صورة كتاب كامل عن طريق تبسيط الطهي الكلاسيكي .
- أول من حدد طرق الطهي الفرنسية التقليدية .
- أول من قام بتقديم صور قوائم الطعام .
- أول من قام بتكنولوجيا تعليب الأغذية .
- كان من إنجازاته تبسيط كتاب أنتوني كاريمي في الطبخ الفرنسي .
- هو من أعاده تنظيم أعمال موظفوا المطبخ .
- وبسط خدمة تقديم الطعام.
- واختراع أسماء لأطباق المؤكلات بأسماء مشاهير العالم.
- أشترك في تأسيس العديد من الفنادق مثل :

في لندن	Savoy Hotel
في مونت كارلو	Grand Hotel
في فرنسا	Hotel Ritz Paris
في روما	Grand Hotel

ولذا يعتبر أسكوفير واحداً من أساطير أكبر الطهاة على المستوى العالمي وخبير في العديد من الأطعمة وأبرز الزعماء الذين طور المطبخ الفرنسي الحديث .

جون ويلارد ماريوت :

ولد جون ويلارد ماريوت بمستوطنة ماريوت الواقعة بالقرب من مقاطعة أوجدن يوتا في 17 سبتمبر 1900 وكان في بداية حياته يقوم بالمساعدة في مزرعة في تربية الحيوانات التي كانت يمتلكها والده وقد منحه والده الثقة الكاملة لإدارة هذه المزرعة من أبرز الأعمال التي قام بها ماريوت :

- في عام 1927 م اتفق جون ماريوت مع شريك له يدعى كولتون على شراء حقوق بيع البيرة بواشنطن من أحد الوكالات الأمريكية وقام بإفتتاح أول فرع لهذه الوكالة بشارع 14 بالمنطقة الشمالية الغربية لواشنطن .
- في 9 يونيو 1927 م افتتح محل آخر لبيع البيرة وفي هذا العام في فصل الصيف قام بإضافة خدمة جديدة وهي الأغذية المكسيكية الساخنة وايضاً الأغذية الجنوبية الغربية .

- في عام 1928 م قرر شريكه كولتون أن يبيع نصيبه الى ماريوت والذي قام بشراء بمبلغ 500 ألف دولار وفي نفس العام أفتتح ماريوت فرع آخر لبيع المواد الغذائية والمشروبات بشرق نهر المسيبي .
- في عام 1929م وأثناء الحرب العالمية الاولى ونظراً لاحتياج الجيش والقطاع العسكري للعديد من الخدمات الغذائية توسع ماريوت في العمل حيث ادخل نظام تقديم الخدمة الغذائية في بعض المباني الحكومية .
- في عام 1932 م أدخل ماريوت خدمة جديدة وهي توصيل الخدمة للزبائن داخل السيارات .
- في عام 1939 م ابتكر ماريوت تقديم خدمة طهي الأطعمة لشركات الطيران .
- في عام 1957 م توسعت شركات ماريوت الغذائية وهنا انتقل الى عالم صناعة الفنادق حيث أنشاء فندق ماريوت الأول في ولاية فرجينيا .
- مات جون ماريوت عن عمر يناهز 84 عام في 12 أغسطس عام 1985 م أثر نوبة قلبية في بيته الصيفي بمقاطعة نيو هامشير .

المبحث الثالث :

دور العنصر البشري في صناعة الضيافة:

لكي تعيش المنظمات الفندقية في المستقبل فإنها سوف تعتمد على خدمة الضيافة وليس على جودة المنتج فقط. وبالرغم من أن للإدارة دور رئيسي في تحسين وتطوير العلاقة مع الضيوف. إلا أن العاملين الذين يقدمون الخدمة مباشرة مع الضيوف لهم دور كبير في بناء سمعة جيدة للفندق أو تحطيمها. وهناك كثير من المديرين يعتقدون أن موظفيهم لديهم المقدرة على حل المشكلات التي تنشأ مع الضيوف بكفاءة ولكن هذا لا يحدث دائماً حيث كثيراً ما يكون رد فعل الموظفين تجاه المشاكل سلبياً وبالتالي يفقد الفندق عملائه. وقدماً كان الاهتمام مركزاً على النواحي الفنية في الوظيفة لكن الاتجاه العالمي الآن هو تدريب الموظفين على كيفية التعامل مع الضيوف وهذا ما يبرر الزيادة في ميزانيات التدريب على (العلاقات مع الضيوف) ومع افتراض أن المهارات الاتصالية والتعامل مع الناس موهبة. إلا أن موظفي الفندق لابد أن يتعلموا كيف يعاملوا الضيوف من خلال اكتساب مهارات الاتصال.

موظفي الفندق يجب أن يكون لديهم الأدوات التي تمكنهم من أداء وظائفهم بكفاءة وأهمها المقدرة في التعامل والاتصال بالضيوف. ونظراً للتنافس الشديد بين شركات الفنادق الآن فإن الابتسامة من الموظف وشكره للعميل على اختياره الفندق لم تعد كافية، بل يجب أن يحسب أثر أي تصرف خارج منه على الضيوف. فقبل أن يؤدي الموظف الخدمة يجب أن يستمع للآخرين ويعرف ما يطلبونه وأن يستخدم الألفاظ المناسبة وأن يكون لمام ما يريده الضيف إذا تغيرت طريقة كلامه ونبرات صوته وأن يفهم ما يريده الضيف من خلال ملامح وجهه وبمعنى أدق أن يضع نفسه مكان الضيف وبدون ذلك فإن الخدمة ستصبح ميكانيكية وتؤدي بدون روح.

يلاحظ أن هناك فرق بين السماع والإنصات حيث إن الإنصات يتضمن بالإضافة إلى السماع التفسير وربط المعلومات ثم الاستجابة لما تم سماعه. فإذا ما قال الضيف للجرسون أنني مرتبط بميعاد بعد نصف ساعة ولم يعي الجرسون أن الضيف يريد عشاءه بسرعة فإنه قد تحدث مشكلة وهناك عديد من أخطاء الاستماع الكلام. وهي :

- 1- مقاطعة الضيف أثناء كلامه.
- 2- محاولة الوصول إلى استنتاج بسرعة قبل أن ينهي الضيف كلامه.
- 3- تغيير موضوع الحديث أثناء الكلام .
- 4- عدم الإنصات للضيف أثناء الكلام .

وعلى هذا فإن موظفي الخدمة يجب أن يكون لديهم معرفة بأصول ومبادئ الاتصال مع الضيوف بالإضافة إلى المقدرة على التصرف السريع لمواجهة أي مشكلة. هذا بالإضافة إلى المقدرة على التصرف السريع لمواجهة أي مشكلة، هذا بالإضافة إلى فهم تعبيرات وجه الضيف والإشارات والحركات التي تصدر منه وبالتالي الاستعداد للتعامل معه في ضوء ذلك.

البروتوكول والإتيكيت والمجاملة في صناعة الضيافة:

من أهم فعاليات النشاطات التحويلية في صناعة الضيافة ما يسمى بالبروتوكول والإتيكيت وهما يعبران عن قواعد التعامل مع الآخرين. يمكن التفرقة الدقيقة بين البروتوكول والإتيكيت فيما يلي:

البروتوكول هو عبارة عن مجموعة القواعد والمتعارف عليها في المعاملات الأقرب إلى الرسمية والمدونة.

وأما الإتيكيت فهو آداب السلوك الناشئة من حسن المعاملة والذوق السليم، وهي أقرب إلى الإحساس منها إلى القواعد المكتوبة، ويكتسبها الإنسان بالممارسة والتثنية ولها قاسم مشترك أعظم مع كافة الناس، حيث وحدة المشاعر الإنسانية.

هنالك أيضاً ما يسمى بالمجاملة وهذه ليست قواعد مكتوبة بل هي إحساس الشخص بأن ما يأتيه من تصرف سيدخل السرور والشعور بالرضا إلى نفس الغير. والشخص الناجح في مجاملته هو الذي يتمكن من أن يصل إلى قلب الآخرين ويتحل مكانه بين عواطفهم.

لكن يجب أن ننوه أنه من الخطأ الإسراف في المجاملة حتى لا تنقلب إلى عكس ما يهدف إليه الفرد ولذلك كان المثل بأن (خير الأمور الوسط) هو القبول الأمثل في ميدان المجاملة ، فلا مبالغة ولا تصنع حتى لا تنقلب المجاملة بسببها إلى السخرية، ولا تقصير قد يؤدي بالشخص إلى عزلة وابتعاد، أما كيفية القيام بالمجاملة فإنها تحتاج إلى إحساس رفيف، وشعور متيقظ يودعه الله سبحانه وتعالى في نفس من يريد.

السائح إنسان يتعرض لما ينتاب البشر، ولذلك فهو يحتاج إلى ضيافة الإسعافات الأولية حتى تتم رعايته وبعث الثقة والطمأنينة إليه لحين وصول المختصين بالناحية العلاجية، أو نقل السائح ذاته إلى مكان العلاج، وضيافة الإسعافات الأولية تتطلب معرفة ومهارة للتعامل مع الحروق والرضوض والكسور والإغماء والأمراض النفسية ومرض السكر وتدلّيك القلب.

قواعد الضيافة:

يعبر عن قواعد الضيافة بأنها الأوامر والنواهي التي تكسب مجموعة من الخصال الحميدة، ويمكن فيما يلي إيراد التعاريف للعناوين التي يندرج تحت قواعد الضيافة فهي تشمل كلاً من البروتوكول و الإتيكيت والمجاملة وسوف نعطي شرح لكل منها:

أولاً: البروتوكول:

البروتوكول عبارة عن القواعد المتعارف عليها في التشريعات واللقاءات والتي تحدد كيفية التصرف وتحدد كافة السلوكيات من البداية إلى النهاية وهي مولفة ومحرورة (أي مكتوبة).

ثانياً: الاتيكيت:

الاتيكيت عبارة عن آداب السلوك الحلية في حسن المعاملة والذوق السليم ويكتسبها الإنسان من خلال الفطرة النقية السوية والتنشئة الاجتماعية القويمة وهي أقرب إلى الإحساس منها إلى القواعد المكتوبة.

ثالثاً: المجاملة:

المجاملة هي عبارة عن إحساس الفرد بأن ما يأتيه من سلوكيات سيدخل السعادة والسرور إلى نفس الغير، أي فن أرضا الغير وليست لها قواعد مكتوب أيضاً

وبناء على ما سبق فإن التعامل مع الغير تحكمه مجموعة من القواعد ينبغي عدم الحياد عنها ويطلق عليها البرتوكول. ومجموعة ثانية ذات صلة بالإحساس ببلورها الفرد بالممارسة ويوجهها بإحساسه ليكون تصرفه مقبولاً من الكافة، وهذه تعرف بالاتيكيت. ومجموعة ثالثة يسعى من خلالها الفرد أن يجذب قلوب الآخرين ويحتل مكانة بين عواطفهم، بواسطة مشاعر مرهفة، وإحساس يقظ وهذه تعرف بالمجاملة.

خدمة العملاء والتحكم في الجودة:

خلال وضع أي منشأة سياحية أو فندقية للخطط، عليه أن يعي جيداً الحاجة إلى ضبط الجودة ومستوى الأداء لجميع العمليات. وعادة ما كان ينظر إلى ضبط الجودة على أنه أحد أساليب الإدارة في عمليات التصنيع لكن هذا المفهوم ينطبق أيضاً على صناعة الضيافة. ففي أي مكان تديره تحتاج إلى نظام يؤكد لك أن موظفيك لا يقابلون العملاء ويقدمون لهم الخدمات التي يطلبونها فحسب بل يتوقعون ما يحتاجه هؤلاء العملاء من خدمات وعليك أن تراقب في أدائهم الجودة ومستوى الخدمة المناسب لسمعتك.

إدارة الجودة الكلية:

أدخل هذا المفهوم إلى مجال صناعة الضيافة تينته العديد من الشركات مبادئه بنسب مختلفة وهماي المبادئ اللازمة للوصول إلى نظام ناجح في إدارة الجودة الكلية:

1- العميل: يحدد العميل بنفسه مستوى الجودة ويمثل هدف التطوير وتحسين أداء الخدمة. وذلك ن طريق استمارات الاستبيان التي تطلب المنظمة السياحية أو الفندقية منه ملئها.

2- حق التصرف: تقوم الإدارة بالاشتراك في تحقيق الأهداف ومنح المسؤولية والموارد اللازمة للعاملين بالمنظمة لتشجيعهم على تطوير العمل ورفع مستوى جودته.

3- المشاركة بين جميع العاملين بالمنظمة الفندقية أو الفندق: يلتقي جميع العاملين والموظفين على جميع المستويات حول وضع الخطط الإستراتيجية والتدريب على تحسين الجودة المستمر.

4- التعليم والتدريب: يمنح جميع العاملين بأي منظمة سياحية أو فندقية فرصاً لفهم وظائفهم وطبيعة ما يطلب منهم بطريقة أفضل عن طريق حضور البرامج التدريبية. وينبغي إعطائهم

صورة أوضح عن دورهم في القسم الذي يعملون به وتشجيعهم على تركيز طاقاتهم لتوفير أفضل منتج.

5- ضبط العمليات: ينبغي أن يكتسب الفريق معرفة كاملة بالعمليات والنظم بما في ذلك التعرف على ما إذا كان من الممكن وضع إحدى العمليات في إطار التحكم أو خارجه فاتخاذ القرارات يعتمد على الحقائق.

6- تحسين الجودة المستمر: ينبغي على أي مؤسسة أن لا تقتنع بالوصول إلى حد معين أو نقطة نهائية معينة بل عليها الاجتهاد لمواصلة تحقيق أعلى مستوى من الاهتمام والخدمة.

أفضل مستوى لتقديم خدمات الضيافة في المنظمات السياحية والفندقية:

تبدأ عملية تقديمك للخدمة في مجال الضيافة بتبني أسلوب مرحباً بخدمة العملاء مما يدفع العاملين إلى تقديم هذه الخدمة بطريقة صحيحة ليحصلوا على رضا العميل والقيام بواجبهم بكل لطف وتمكن وخبرة.

وينبغي أن يركزوا هدفهم على أن يروا انطباعاً راضياً لدى العميل بعد تعامله معهم بغض النظر عن الأجر أو الراتب وبغض النظر إذا ما كانوا سيحصلون على بقشيش أو لا، وبغض النظر إذا ما كانت هذه هي المرة الأولى أم المائة لتقديم الخدمة، وهذه الميزة تسمى (بالنية الصادقة) وهي شيء لا يمكن تزيفه أو تمثيله ويتطلب الجدية وإظهار الاهتمام بالإضافة إلى المهارات الفنية وهذه بعض العبارات التي تميز من يقدم الخدمة الجيدة:

1- منضبط في مواعيده 2- جاد وحريص

3- يعرف قيمة كل شيء 4- لا يتجاوز حدود الواجب المطلوب منه

5- يمكن الاعتماد عليه 6- خبير في محال عمله

7- متطلع إلى المستقبل 8- متابع للأمور حتى النهاية

9- دقيق في عمله 10- مهذب وحسن الهيئة

11- واسع الحيلة وحسن التصرف 12- ودود بطبيعته.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

- الاستبيان
- تحليل الاستبيان
- النتائج التي توصلنا إليها
- التوصيات المقترحة من قبل الباحثين
- الجداول / ملاحق
 - مراجع البحث
 - الدوريات

الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة الملك سعود

كلية السياحة والآثار

الأخ الكريم..

تهدف هذه الاستبانة التعرف على صناعة الضيافة في المملكة العربية السعودية، في الفنادق الخمس نجوم في مدينة الرياض، يرجى التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبانة بموضوعية ودقة علما بأن المعلومات ستبقى سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط..

شاكرين لكم تعاونكم

الباحثين

أسئلة الاستبيان

الرجاء وضع علامة (√) على الإجابة المناسبة:

المعلومات العامة :

1- العمر:

- ☐ أ- أقل من 25 سنة 33 ☐ ب- 25-35 سنة ☐
- ☐ ج- 36 – 45 ☐ د- 46 سنة فما فوق ☐

2- المؤهل العلمي:

- ☐ أ- أقل من البكالوريوس ☐ ب- بكالوريوس ☐
- ☐ ج- دراسات عليا ☐

3- الدخل الشهري:

- ☐ أ- أقل من 5000 ريال ☐ ب- 5000 – 10000 ريال ☐
- ☐ ج- 10000 - 15000 ريال ☐ د- أكثر من 15000 ريال ☐

الرجاء وضع إشارة (√) على الإجابة المناسبة :

الأسئلة:

1- تقدم الفنادق خدمات الضيافة بالشكل المطلوب

2- تحاول الفنادق بشكل مستمر تطوير خدمات الضيافة

3- تحاول الفنادق تدريب العاملين فيها بتقديم الخدمة بشكل جيد

4- تحتاج مدينة الرياض إلى المزيد من الفنادق الخمسة نجوم

5- تتقبل الفنادق آراء النزلاء حول خدمة الضيافة المقدمة وتحاول تطويرها

6- تتشابه خدمة الضيافة المقدمة للنزلاء بين فنادق الرياض

7- تعتبر خدمة الضيافة في مدينة الرياض جيدة

8- الصدق في تحديد المواعيد من أحد النقاط الحاسمة في تحديد العلاقة ما بين النزيل وصناعة الضيافة

تحليل الاستبيان

بنا على ما تم أخذه من 30 شخص من موظفين الفنادق والنزلاء من خلال توزيع الاستبانة تم تحليلها على النحو التالي :

المعلومات العامة :

• العمر

أقل من 25	25- 35 سنه	36- 45 سنه	46 فما فوق
9 أشخاص	7 أشخاص	9 أشخاص	5 أشخاص

• المؤهل العلمي

أقل من البكالوريوس	بكالوريوس	دراسات عليا
7 أشخاص	14 شخص	9 أشخاص

• الدخل الشهري

أقل من 5000 ريال	10000 - 5000 ريال	15000 – 10000 ريال	أكثر من 15000 ريال
6 أشخاص	11 شخص	6 أشخاص	7 أشخاص

وبياناً على تحليل الأسئلة التي وضعنها والإجابات التي تحصلنا عليها في الاستبيان و التي تم الإجابة عليها من قبل موظفين الفنادق والنزلاء وهم المعنيون في ذلك وصلنا إلى تحليل إحصائي:

السؤال الأول :

تقدم الفنادق خدمات الضيافة بالشكل المطلوب

نعم	لا
12 شخص	18 شخص

السؤال الثاني :

تحاول الفنادق بشكل مستمر تطوير خدمات الضيافة

لا	نعم
16 شخص	14 شخص

السؤال الثالث :

تحاول الفنادق تدريب العاملين فيها بتقديم الخدمة بشكل جيد

لا	نعم
17 شخص	13 شخص

السؤال الرابع :

تحتاج مدينة الرياض إلى المزيد من الفنادق الخمسة نجوم

لا	نعم
4 اشخاص	26 شخص

السؤال الخامس:

تتقبل الفنادق آراء النزلاء حول خدمة الضيافة المقدمة وتحاول تطويرها

لا	نعم
18 شخص	12 شخص

السؤال السادس:

تتشابه خدمة الضيافة المقدمة للنزلاء بين فنادق الرياض

لا	نعم
13 شخص	17 شخص

السؤال السابع:

تعتبر خدمة الضيافة في مدينة الرياض جيدة

لا	نعم
19 شخص	11 شخص

السؤال الثامن :

الصدق في تحديد المواعيد من النقاط الحاسمة في تحديد العلاقة ما بين النزول وصناعة الضيافة

لا	نعم
شخص واحد	29 شخص

النتائج التي توصلنا إليها :

- 1- قلة عدد الفنادق الموجودة في مدينة الرياض وخصوصاً فئة الخمس نجوم .
- 2- أن العنصر البشري في صناعة الضيافة يلعب دور كبير في صناعته وتطويرها في المستقبل .
- 3- أن الفنادق تركز وبشكل أساسي على النزلاء القادمين من خارج المملكة العربية السعودية .
- 4- أن صناعة الضيافة هي مزيج من صناعة السياحة في العالم .
- 5- صناعة الضيافة تعتمد على تاريخها القديم في تطوير مستقبلية ومحاولة تجنب أخطاء الماضي .
- 6- أن صناعة الضيافة في المملكة تعتبر ضعيفة نوعاً ما بناءً على الاستبيان من خلال توزيعه.
- 7- أن صناعة الضيافة في فنادق الرياض تعتبر متشابهة إلى حد ما وخصوصاً في العروض والخصومات المقدمة.

8- أن البرتوكول والالتكيت والمجاملة فن من فنون الضيافة يجب التركيز عليها .

التوصيات المقترحة :

- 1- تدريب و تفعيل دور العنصر البشري في صناعة الضيافة و أهميتها لان الضيافة هي خدمة غير ملموسة إلا بعد تقديمها .
- 2- يجب زيادة عدد الفنادق في مدينة الرياض وخصوصا فئة الخمس نجوم .
- 3- يجب على الفندق الاهتمام برأي النزلاء وخصوصا في الخدمة ومحاول تلبية الأخطاء الموجودة .
- 4- يجب تفعيل دور الهيئة العامة للسياحة واخذ تجاربها من قبل الفندق .
- 5- لابد من الفنادق طرح العديد من العروض والخصومات ومحاولة جذب السائح الداخلي والخارجي .
- 6- يجب على الحكومة طرح العديد من الكليات والمعاهد الخاصة بصناعة الضيافة بمختلف مجالاتها .

7- يجب البحث عن أصحاب الخبرات والمعارف في هذا المجال واخذ آرائهم في تطوير صناعة الضيافة .

8- صناعة الضيافة غير ملموسة وغير مادية فيجب تقديمها بالطريقة الصحيحة عن طريق البرتوكول و الاتكيت .

خاتمة :

إن الحاجة إلى الدراسات و البحوث و التعلم فهي اليوم اشد منها في أي وقت مضى فالعلم و العالم في سباق للوصول إلى اكبر قدر ممكن من المعرفة الدقيقة المستمدة من العلوم التي تكفل الرفاهية للإنسان، وتضمن له التفوق على غيره وإذا كانت الدول المتقدمة تولي اهتماما كبيرا للبحث العلمي فذلك يرجع إلى أنها أدركت أن عظمة الأمم تكمن في قدرات أبنائها العلمية و الفكرية و السلوكية والبحث العلمي ميدان خصب ودعامة أساسية لاقتصاد الدول وتطورها وبالتالي تحقيق رفاهية شعوبها والمحافظة على مكانتها الدولية بالإضافة إلى انتشار استخدامها في معالجة المشكلات التي تواجه المجتمع بصفة عامة، حيث لم يعد البحث العلمي قاصرا على ميادين العلوم الطبيعية وحدها بل تعداها إلى غاية مجالات العلوم القانونية .

الملاحق :

مصطلحات انجليزية :

Tavern	1. نزل (فندق)
Inn	2. الخان
Restaurant (Restorative)	3. المطعم
Public houses	4. منزل شعبي (عام)
Ale house	5. مكان تقديم البيرة (بيت البيرة)
Post houses	6. مساكن المحطة
Coffee	7. المقهى
Empir era	8. عصر إمبراطورية

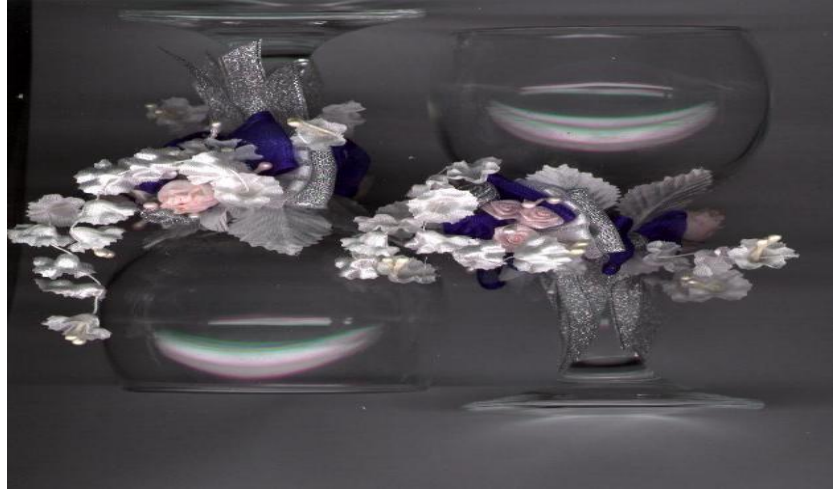
Dark Ages	9. العصور المظلمة
Renaissance	10. عصر النهضة
Monastery	11. الدير (دور العبادة)
Grand tour	12. جولة (رحلة) كبيرة
English common law	13. القانون العام الانجليزي
Industrial era	14. العصر الصناعي

الصور :









هذه بعض صور الضيافة وكيفية تقديمها لضيوف

المراجع :

الطائي، حميد(1991) . صناعة الضيافة، دار الحكمة للطباعة والنشر- جامعة الموصل- العراق

الطائي، حميد (2000). إدارة المكتب الأمامي في الفنادق، دار زهران- عمان

الطائي ،حميد(2005). إدارة الضيافة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع. عمان

الأستاذ الدكتور عماد الدين جمال جمعة و الدكتورة ليلي محمد صابر الطباعة 2009 صناعة الضيافة علم وفن الزلاقي الناشر دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر

الدكتور حميد عبد النبي الطائي الطباعة 2000 عمان – الأردن إدارة الضيافة جامعة الزيتونة الأردنية

دكتور عبد الحميد مصطفى أبو ناعم 1995 جامعة القاهرة أساسيات الإدارة الفندقية مدخل استراتيجي

الأستاذ الدكتور محمد عطية محمد مكتبة بستان المعرفة 2005 مبادئ صناعة الضيافة من صفحة 38 إلى 45

الأستاذ الدكتور مثنى طه الحوري الوراء النشر والتوزيع 2004 العلاقات القانونية في
صناعة الضيافة إدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ تعريب الدكتور سرور
علي سرور دار المريخ للنشر 2004

الدكتور حميد عبدالنبي الطائي دار زهران النشر 2000 إدارة الموارد البشرية في صناعة
الضيافة