



إدارة المناهج والكتب المدرسية

الدوائر الأمامية

(النظري والتدريب العملي)



الفصل الدراسي الأول

الصف الحادي عشر

الفرع الفندقي والسياحي



الدوائر الأمامية

الفصل الدراسي الأول

المصف الحادي عشر

الفرع الفندقي والسياحي

٢٠١٩/هـ/١٤٤٠

ISBN:978-9957-84-248-2



مطبعة حلاوة
Halawa
Printing Press



إدارة المناهج والكتب المدرسية

منهاجي
متعة التعليم الهادف

الدوائر الأمامية

(النظري والتدريب العملي)

Front Office Management

الفصل الدراسي الأول

الصف الحادي عشر

الفرع الفندق والسياسي

تأليف

عدنان عيسى داود حسين محمد أبو العسل هيثم يوسف عمر

الناشر

وزارة التربية والتعليم

إدارة المناهج والكتب المدرسية

يسر إدارة المناهج والكتب المدرسية استقبال ملاحظاتكم وآرائكم على هذا الكتاب على العناوين الآتية:

هاتف: ٥-٨ / ٤٦١٧٣٠٤ فاكس: ٤٦٣٧٥٦٩ ص.ب (١٩٣٠) الرمز البريدي: ١١١١٨

أو على البريد الإلكتروني التالي: VocSubjects.Division@moe.gov.jo

قررت وزارة التربية والتعليم تدرّس هذا الكتاب في مدارس المملكة الأردنية الهاشمية جميعها، بناءً على قرار مجلس التربية والتعليم

رقم ٢٠١٠/٥ تاريخ ٢٥/١/٢٠١٠، جلسة رقم ١/٢٠١٠، بدءاً من العام الدراسي ٢٠١٠/٢٠١١ م.

الحقوق جميعها محفوظة لوزارة التربية والتعليم

الأردنّ - عمّان - ص.ب (١٩٣٠)

www.moe.gov.jo

لجنة التوجيه والإشراف على التآليف

فيصل الحاج ذيب /رئيسًا	زياد نعيم الكردي/مقرّرًا
د. خالد مصطفى المقابلة	محمد عبد الرحيم عورتاني
د. سعد أحمد الطويسي	د. إبراهيم خليل بظاظو

مطلب مرزوق الختالين

التحرير العلمي : زياد نعيم الكردي
التحرير اللغوي : ميسرة عبد الحلّيم صويص
التحرير الفني : نداء فؤاد أبو شنب
التصميم : م. عبد الحافظ الخطيب
التصوير : أديب عطوان
الإنّتاج : علي محمد العويدات
دقق الطباعة وراجعها : فؤاد عيسى عبدالعزّيز

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(٢٠١١/٣/١١٩٣)

ISBN: 978-9957-84-248-2

٢٠١٠/هـ١٤٣١ م

٢٠١١-٢٠١٩ م

الطبعة الأولى

أعيدت طباعته

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
المقدمة.....	٥
الوحدة الأولى: مدخل إلى صناعة الضيافة.....	٧
أولاً: نشأة صناعة الضيافة وتطورها.....	٩
ثانياً: أهمية صناعة الضيافة.....	١٥
ثالثاً: مكونات صناعة الضيافة.....	١٧
رابعاً: التغييرات التي أثرت في تطور الفنادق.....	٢١
خامساً: الاتجاهات المعاصرة في صناعة الضيافة.....	٢٤
أسئلة الوحدة.....	٣٨
تقويم ذاتي.....	٤٠
الوحدة الثانية: الفنادق.....	٤٢
أولاً: تعريف الفندق.....	٤٥
ثانياً: الهيكل التنظيمي للفندق.....	٤٦
ثالثاً: إدارات الفندق وأقسامه.....	٥٩
رابعاً: تصنيف الفنادق وأنواعها.....	٧٢
خامساً: سمات الخدمة الفندقية.....	٨٠
سادساً: مستويات الخدمة الفندقية.....	٨٢
سابعاً: الأقسام التشغيلية والأقسام المساندة.....	٨٥

٨٧ أسئلة الوحدة
٨٩ تقويم ذاتي
٩٠ الوحدة الثالثة: الاتصال والتواصل
٩٣ أولاً: الاتصال (مراحل، وأشكاله، وعناصره، وقنواته)
٩٧ ثانياً: وظائف المقسم وأنواع الأجهزة
١٠٦ ثالثاً: النماذج والسجلات
١٣٢ رابعاً: التواصل: (طرقه، ومعوقاته)
١٣٥ خامساً: قسم علاقات الضيوف
١٤٧ أسئلة الوحدة
١٤٩ تقويم ذاتي
١٥٠ مسرد المصطلحات
١٥٥ قائمة المراجع

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وعلى آله وصحبه وسلم أجمعين وبعد، فيسرنا وضع كتاب الدوائر الأمامية / الفصل الدراسي الأول للصف الأول الثانوي الفندقي والسياحي بين أيدي أبنائنا الطلبة الأعزاء وزملائنا المعلمين الكرام، فالمبحث جاء على شكل وحدات دراسية يُقدّم المعلومات ذات العلاقة بقطاع الخدمات السياحية والفندقية، مرتكزاً على ما تم دراسته في المرحلة الأساسية في مبحث التربية المهنية، وكذلك متكاملًا مع مباحث التعليم الفندقي والسياحي المتخصصة لتحقيق التكامل الأفقي والعمودي للمناهج.

وقد جاء هذا الكتاب وفق الإطار العام للتأجرات العامة والخاصة لفرع التعليم الفندقي والسياحي، ومنسجمًا مع خطة التطوير التربوي نحو الاقتصاد المبني على المعرفة، والمستجدات العلمية في مجال التخصص.

وقد روعي في هذا الكتاب التسلسل المنطقي لوحداته؛ فبدأنا بالمعلومات النظرية، ثم تليها التطبيقات والتمارين العملية، بالإضافة إلى العديد من الأنشطة وقضايا البحث والمناقشة والأسئلة. تناولت الوحدة الأولى موضوع صناعة الضيافة؛ حيث تتبعنا نشأتها وأهميتها ومكوناتها، وأخيرًا استعرضنا الاتجاهات المعاصرة في صناعة الضيافة.

أما الوحدة الثانية، فخصّصت لمناقشة الفنادق من حيث: تعريفها، وتحديد إدارتها، وأقسامها وتصنيفاتها، ثم تناولنا توضيح سمات الخدمة ومستوياتها إضافةً إلى استعراض الأقسام التشغيلية والأقسام المساندة.

وخصّصت الوحدة الثالثة لتعرّف الاتصال وأشكاله، ثم تعرضنا لوظائف المقسم وأجهزته، وحددنا أهم النماذج والسجلات المستخدمة لهذه الغاية، وقد استعرضنا أيضًا طرق التواصل ومهام قسم علاقات الضيوف، بالإضافة إلى تحديد قواعد التعامل مع شكاوى الضيوف وأنواعها.

وقد ألحق الكتاب بقائمة تشتمل على عدد من المراجع التي استعان بها فريق التأليف، وقائمة أخرى تشتمل على المصطلحات المهمة باللغتين العربية والإنجليزية.

ونحن إذ نقدم هذا الجهد المتواضع آمليين أن يحقق أهدافه، راجين من كل من له علاقة بدراسة أو تدريس هذا الكتاب تزويدنا بالتغذية الراجعة لتطويره وتحسينه بما يرقى إلى المستوى المطلوب خدمة للصالح العام.

والله ولي التوفيق

إرشادات عامة

للمدرس

- ١ - شرح الدرس النظري أولاً، ثم ربطه بالتمرين العملي.
- ٢ - تطبيق التمرين العملي، ثم إعطاء الطالب فرصة للتطبيق.
- ٣ - توفير المواد اللازمة والكافية لإكساب الطالب المهارة المطلوبة.
- ٤ - الاهتمام بتطبيق النشاطات لإكساب الطالب النتائج المطلوبة.

للطالب

- ١ - الحرص على تطوير نفسك، والسعي للوصول إلى هدفك باهتمام ومثابرة.
- ٢ - احترام المدرسين والمسؤولين واطاعتهم، ومعاملة زملاء في المدرسة وفي مكان العمل الميداني معاملة حسنة.
- ٣ - الالتزام بأوقات التدريب.
- ٤ - العمل بروح الفريق.
- ٥ - الالتزام بقواعد العمل وتعليماته.
- ٦ - ارتداء لباس العمل المهني، والتأكد من نظافته.
- ٧ - مراعاة أسس النظافة الشخصية باستمرار (الشعر، والأظافر، واليدين)
- ٨ - الاهتمام بنظافة مكان العمل (الأرضيات، الجدران) باستمرار.
- ٩ - التأكد من نظافة المعدات والأدوات المستخدمة وصلاحياتها للعمل.
- ١٠ - المحافظة على التجهيزات.
- ١١ - الاهتمام والتركيز في أثناء التدريب العملي، وتجنب المزاح، والحرص على تدوين المعلومات في الوقت والمكان المناسبين.
- ١٢ - الاستفسار عن أي شيء جديد في الوقت المناسب.
- ١٣ - الالتزام بتعليمات السلامة والصحة المهنية وإجراءاتها.
- ١٤ - المبادرة بتقديم المساعدة لزملائك ومسؤوليك باستمرار.

الوحدة الأولى

منهاجي
منعة التعليم الهادف

مدخل إلى صناعة الضيافة

Introduction To Hospitality



• كيف تفسّر تطوّر نظرة المجتمع الأردني نحو صناعة الضيافة؟

تابعت صناعة الضيافة تطورها مع تطوّر حاجات الأفراد ورغباتهم في المجتمعات المختلفة، وقد برز حديثاً مفهوم الضيافة كصناعة لها أسسها ومفاهيمها؛ بحيث أصبحت واحدة من أهم الصناعات التي تؤثر في المجتمع اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً بشكل كبير، فهي تساعد على تطوّر المجتمعات وتقدّمها، إضافةً إلى خلق فرص عمل كبيرة وواسعة.

يتوقع منك بعد دراسة هذه الوحدة أن:

- تتعرّف نشأة صناعة الضيافة وتطورها.
- توضّح أهمية صناعة الضيافة.
- تميّز مكوّنات صناعة الضيافة.
- تتعرّف أهم التغيّرات التي أثّرت في تطور الفنادق.
- تستوعب الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة.
- تعدّ تقريراً إحصائياً عن أعداد الفنادق وتصنيفاتها.
- تعدّ تقريراً إحصائياً عن أنواع الفنادق في الأردن.

نشأة صناعة الضيافة وتطورها History and Development Of Hospitality

أولاً

تُعدّ صناعة الضيافة جزءًا من قطاع أكبر يُعرف بصناعة السياحة والسفر (Travel and Tourism Industry)، وتتضمن صناعة الضيافة مجموعة ضخمة من الأنشطة والأعمال المتنوعة، إلا أنّها تشترك جميعًا في هدف واحد رئيس، هو توفير المنتجات والخدمات المرغوبة أو الضرورية للمسافرين.

تشمل صناعة الضيافة عمليات الإيواء (Lodging) وعمليات الطعام والشراب (Food & Beverage).

ويوضّح الشكل (١-١) أجزاء صناعة السياحة والسفر التي تُعدّ صناعة الضيافة جزءًا منها.

صناعة السياحة والسفر Travel and Tourism Industry

Lodging Operation مؤسسات الإيواء	Food and Beverage Operations مؤسسات الطعام والشراب	Activities الأنشطة	Transportation Services خدمات النقل والمواصلات	Retail Stores محلات التجزئة
فنادق Hotels موتيلات Motels منتجعات Resorts فنادق الإجازات (المشاركة بالوقت) Timeshare Hotels فنادق تملك الشقق Condominiums مراكز المؤتمرات Conference Centers المخيمات السياحية Camps المنتزهات / الحدائق العامة Parks فنادق الإقامة الطويلة Extended Stay فنادق الإقامة والإفطار Bed and Breakfast Hotels فنادق الاجتماعات والمؤتمرات Convention Hotels السفن السياحية Cruise Ships	المطاعم Restaurants مؤسسات الإيواء Lodging Properties محلات البيع بالتجزئة Retail Stores آلات الخدمة الذاتية Vending Machines شركات التغذية / التموين Catering محلات الوجبات الخفيفة Snack Bars السفن السياحية Cruise Ships قاعات الحفلات Banquet Halls خدمات الطعام بعقود Contract Food Services	الاستجمام Recreation الأعمال Business التسلية والترفيه Entertainment الاجتماعات Meetings الجولات الدراسية Study Trips الأحداث الرياضية Sporting Events مهرجانات العرقية Ethnic Festivals الأحداث الثقافية Cultural Events المهرجانات الموسمية Seasonal Festivals	السفن Ships الطائرات Airplanes السيارات Autos الحافلات Buses القطارات Trains الدراجات الهوائية Bikes خدمات الليموزين Limousines	محلات الهدايا Gift Shops محلات التحف Souvenir Shops محلات الحرف اليدوية Arts/Crafts Shops مراكز التسوق Shopping Malls الأسواق Markets

الشكل (١-١): أجزاء صناعة السياحة والسفر، وبعض مكوّنات كلّ جزء فيها.

١- نشأة صناعة الضيافة The History of Hospitality Industry

ترجع نشأة هذه الصناعة إلى ما يقرب من اثني عشر ألف سنة قبل الميلاد، حيث كان الإنسان ينتقل من مكان إلى آخر طلبًا للماء والغذاء والمأوى، فقد كان ينتقل بداية على الأقدام، ثم أخذ يستخدم الحيوانات في تنقله، إلى أن ظهرت العجلة قبل ما يقرب من عشرة آلاف سنة

قبل الميلاد حيث أصبح الإنسان يستخدم الحيوانات في جر العربات والانتقال بحاجياته وأمتعته بسهولة أكبر، وأصبح بإمكانه قطع مسافات أطول، إلا أن حركة الناس كانت في الغالب فردية وعلى فترات مختلفة ومتقطعة، أما حركات الناس الجماعية فقد كانت نادرة جدًا وينقصها التنظيم، وقد كانت أيضًا على فترات متقطعة ولأسباب مختلفة.

لقد اشتهر الإغريق بكرم الضيافة مثل بقية الشعوب الشرقية، وذلك بسبب اتصالهم الوثيق بأهل الشرق القديم ومصر بصورة خاصة، ومع ذلك فقد نشأت الضيافة المأجورة بمعناها المعروف عند الإغريق، حيث كانت تقام

المنزل (الخانات) قرب المعابد والأماكن المقدسة التي كانت تجري في رحابها الاحتفالات والمراسم الدينية.

أمّا في العصر الروماني فقد كان لوجود شبكات الطرق المعبدة والأمانة دور كبير في عملية التنقل، حيث أصبح الناس في ذلك العصر يستخدمون العربات التي تجرها الخيول، لذلك فقد أقيمت الاستراحات على جوانب الطرق، وقد امتاز هذا العصر بتنظيم المباريات الرياضية والمهرجانات المختلفة، وبذلك فقد برزت الحاجة إلى توفير أماكن لإيواء المشاركين ومن يرغبون في مشاهدة هذه الألعاب الرياضية والمهرجانات.

وأصبحت الخانات تُستخدم كفنادق صغيرة، ومع اتساع الإمبراطورية الرومانية ازداد انتشار تلك المنزل، حيث أصبحت تستقبل قوافل المسافرين وتوفّر أماكن الإيواء لهم وحيواناتهم. وقد تميزت بواعث الانتقال في العصر الروماني

تعرف الضيافة على أنها:

مجموعة من الأعمال التي تزود الضيوف بخدمة الإقامة والطعام والشراب، إضافة إلى بعض الخدمات الترفيهية والتكميلية الأخرى.

تعدّ المنزل Inn's النواة الأولى لظهور الفنادق

لأغراض دينية أو علاجية، ومنها ما كان لأغراض رياضية أو تجارية.
ومع ذلك كله فإنّ الاتجاهات الأولية لإدارة الخانات لم تكن واضحة إلا بعد ظهور العملة
في القرن السادس قبل الميلاد، ونشوء الدافع الحقيقي للناس للسفر والتجارة، فقد ساعد
ظهور العملة في هذا القرن على فتح مجال أوسع أمام الناس للسفر والتنقل بهدف القيام ببعض
عمليات البيع والشراء، حيث أصبحت الحاجة للمبيت أكبر من ذي قبل.



الشكل (١-٢): خان قديم.

وقد كان الخان في
تلك الفترة يتكوّن من
عدد محدود من الغرف
لايواء المسافرين، ومخزن
للبضائع، إضافةً إلى إسطبل
لمبيت الحيوانات والعناية
بها، وقد استمرت هذه
الحالة فترة طويلة جدًا
دون أي تقدم أو تغيير على

صناعة الضيافة. لاحظ الشكل (١-٢).

ومن خلال ما تقدم، يمكن القول إنّه لم يحصل أيّ تقدّم أو تطور على صناعة الضيافة حتى
قيام الثورة الصناعية في أوروبا وتحديداً في إنجلترا، ففي الفترة بين عام ١٧٥٠م حتى عام
١٨٢٠م، اكتسبت الخانات الإنجليزية سمعة جيدة حتى أنّها أصبحت أفضل خانات العالم.
وقد تركّز تطوّرها وتقدّمها داخل العاصمة الإنجليزية لندن، وأصبح أصحابها يقدمون المزيد
من الخدمات للمسافرين، ويحافظون على مستوى معين من النظافة، وفي بعض الأحيان
كانوا يقدمون الطعام للمقيمين في هذه الخانات، وقد وصلت الخانات الإنجليزية إلى أعلى
درجة من التطوّر والتقدّم في القرن التاسع عشر الميلادي، ولكن ولعدة أسباب فقد توقّف
تطوّر الخان الإنجليزي ولم يحرز مزيداً من التقدّم.

وبينما كانت الخانات الإنجليزية في حالة من الجمود، تطوّرت الخانات في أمريكا وتوسّعت

من الأسباب التي أدت إلى توقف
تطور الخان الإنجليزي ما يأتي:
١- لم يكن مسموحًا لأي
شخص بالدخول إلى الخان
الإنجليزي، واقتصر ذلك على
الطبقة البرجوازية فقط.
٢- عدم الاستثمار بشكل ضخم
في هذا المجال.



الشكل (١-٣): خانات قديمة أصبحت فنادق.

بشكل أكبر، فبعد الثورة الأمريكية أصبحت الخانات
الأمريكية أكبر الخانات في العالم وأجودها أيضًا،
وبدأت تلك الخانات تقدّم مزيدًا من الخدمات التي
لم تكن تُقدّم في أيّ مكان آخر. وفي عام ١٨٠٠م
احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى
في تطوّر الخانات إلى فنادق حديثة، لاحظ الشكل
(١-٣)، ولم تقتصر على الطبقة البرجوازية كما كان
سائدًا في بريطانيا، فقد كان من حق أيّ فرد يمتلك
السعر المحدد لتلك الخدمات المقدمة في الفنادق

الحصول عليها والاستمتاع
فيها في مرافق الفندق المختلفة.
وإضافةً إلى الاستثمارات
الضخمة التي استخدمت في
هذا المجال، لعبت وسائل
الدعاية والإعلان، واستخدام
التكنولوجيا المتطورة دورًا
هائلًا في تطور هذا القطاع.

٢- تطوّر صناعة الضيافة Development of the Hospitality Industry

يُعدّ القرن العشرون فترة التغيّر الهائل في صناعة الضيافة وتطور الفنادق، فقد ظهر ما يُسمّى
بالفندق التجاري والسلاسل الفندقية (Chain Hotels)، وقد كان تطوّر إدارة السلاسل
الفندقية خطوة لتحسين وتوسيع نطاق الخدمات المقدمة، والتقليل من ارتفاع التكاليف في
الوقت نفسه، وقد كانت أهم الشركات الرائدة في هذا المجال: شركة فنادق الشيراتون، وشركة
فنادق الهيلتون. إلا أنّ خدمات هذه الفنادق كانت بسيطة نوعًا ما؛ فالغرف كانت صغيرة
وغير مزوّدة بالهاتف، وقليل من الغرف كان بها حمام، ولم توجد أيّة معايير لضبط جودة
الخدمة، أمّا الأسعار فقد كانت رخيصة نسبيًا في ذلك الوقت.

وقد ظهرت أيضًا عدة منتجعات (Resorts) إلا أنّ معظمها كان على الجبال وبالقرب

فنادق السلسلة

Chain Hotels

مجموعة من الفنادق المملوكة
أو المنتمية إلى إحدى الشركات
الفندقية الكبرى.

من الشواطئ والبحيرات، وقد كانت هذه المنتجعات في الغالب موسمية النشاط ولا يقصدها إلا الأغنياء فقط بهدف الاستجمام والترفيه، أمّا في الوقت الحاضر فقد أصبح يقصدها رجال الأعمال والسياسة والعلم بهدف الاستجمام والراحة والترفيه وعقد اللقاءات والاجتماعات والمؤتمرات السياسية والاقتصادية والعلمية.

وفي أيامنا هذه تطوّرت الفنادق الحديثة تطوّرًا سريعًا في أساليب إدارتها، وفي تنوع الخدمات والتسهيلات حسب

الحاجات والرغبات الضرورية لزوار هذه الفنادق وضيوفها؛ كالمأكولات والمشروبات والمطاعم المتخصصة والصالات العامة، وغسيل الملابس والنوادي الرياضية والمساح، ومحلات بيع الهدايا، وصالونات الحلاقة والتجميل، وخدمات السياحة والسفر، والخدمات المصرفية والعديد من الخدمات الأخرى، وقد أخذت بعض الفنادق تشارك في تنظيم الرحلات السياحية من مدينة إلى أخرى، ومن دولة إلى أخرى بالاتفاق مع شركات الخطوط الجوية العالمية أو بامتلاك هذه الشركات لمجموعة من الفنادق، على أن يتم الإيواء في الفندق المنظم لتلك الرحلات أو أحد فنادق السلسلة التابعة لهذه الشركات.

ونتيجة لهذا التطوّر الكبير في صناعة الضيافة، أخذت الإدارات الفندقية تنمو وتتوسّع تبعًا للخدمات التي يقدمها الفندق، حيث نشاهد اليوم وجود عدة إدارات وأقسام مختلفة في الفندق تسخر كل طاقاتها وإمكاناتها من أجل تلبية حاجات الضيوف ورغباتهم، وتحقيق الربح والمكانة الاجتماعية للمؤسسة الفندقية.

كما أصبحت الفنادق مجهزة بأنظمة حجز إلكترونية لسرعة التواصل مع ضيوف هذه الفنادق لسد الطلب المتزايد

المنتجعات Resorts

نوع من أنواع الفنادق يوجد عادة خارج المدن، وفي المناطق الجبلية والجزر، وبالقرب من الشواطئ والبحيرات، والهدف من الإقامة في هذه المنتجعات النقاها والاستجمام.

على هذه الصناعة، وبات من الصعب على السائح الدخول إلى فندق ما في بعض الدول السياحية والحصول على غرفة دون حجز مسبق، وتبين الأشكال (١-٤) و(١-٥) تطوّر بناء الفنادق.



الشكل (١-٤): أحد الفنادق التجارية في بدايات القرن العشرين.



الشكل (١-٥): أحد الفنادق الحديثة.

الخدمات الترفيهية في الفنادق

نشاط (١-١)

زُرْ ومجموعة من زملائك أحد الفنادق، ثم اكتب تقريرًا يوضح أهم الخدمات الترفيهية المقدمة في الفندق لعرضها على زملائك في الغرفة الصفية.

لم يعد عمل الفندق مقتصرًا على تقديم خدمات الإيواء والطعام والشراب فقط، بل ظهر مزيج من الخدمات المتنوعة التي تقدم للضيوف المقيمين داخل الفندق وغير المقيمين أيضًا. وعليه، يُعدّ العمل الفندقي ركنًا أساسيًا من أركان صناعة الضيافة من خلال تقديم الخدمات المتنوعة في جميع أقسام الفندق لكسب رضا الضيوف، وتحقيق الربح، والحصول على العملات الصعبة. ويتوقف تحقيق ذلك على مدى نجاح الفندق في تقديم خدمات متميزه من خلال حُسن اختيار الطاقات البشرية الفنية والإدارية التي تعمل فيه ومدى كفاءة العاملين في مجال تقديم الخدمات المختلفة للضيوف.

تظهر أهمية صناعة الضيافة من خلال النقاط الآتية:

١- العنصر البشري Manpower

يعتمد نجاح العمل الفندقي إلى حد كبير على خبرة الأفراد العاملين فيه ومهارتهم، فإقبال الضيوف على فندق معين يعود في كثير من الأحيان إلى السمعة والشهرة التي اكتسبها العاملون في هذا الفندق من خلال تعاملهم مع زوار الفندق وضيوفه، وتقديم الخدمات ذات المستوى المتميز لهم.

٢- تحقيق الأرباح Gaining Profits

تطمح الفنادق إلى تحقيق الأرباح من خلال تقديم المنتوجات والخدمات المتميزة التي تلبى حاجات الضيوف ورغباتهم لشرائح الأسواق المستهدفة، وتحقق في الوقت نفسه ديمومة المنافسة والاستمرارية.

٣- توظيف الأيدي العاملة Recruiting

تُعدّ صناعة الضيافة أهم الصناعات التي توفر فرص عمل للأفراد، سواء المباشرة والناجمة عن تشغيل الأيدي العاملة في الفنادق والنقل السياحي ومكاتب السياحة والسفر، أم غير المباشرة التي تتعلق بأنشطة أخرى، ولكنها تتأثر بالنشاط السياحي، فبالإضافة إلى العاملين في قطاع الضيافة، يوجد عدد كبير من الصناعات والمهن التي تزدهر وتنمو نتيجة ارتباطها بصناعة الضيافة، مثل: الصناعات اليدوية والحرفية، والاتصالات، والنقل،... إلخ.

لا يمكن أن تحل التكنولوجيا الحديثة محل الأيدي العاملة في تقديم الخدمات المتنوعة، ولكن ذلك لا يمنع استخدامها.

صفات العاملين في الفنادق

نشاط (٢-١)

بالتعاون مع أفراد مجموعتك، اكتب في دفترك أهم الصفات التي يجب أن تتوفر في العاملين في الفنادق، ثم ناقش زملاءك في ذلك في الصف.

قضية للمناقشة

ناقش أفراد مجموعتك في الأنشطة المساندة لقطاع الضيافة، ثم اعرض ما تتوصل إليه على زملائك في الصف.

تمتلك صناعة الضيافة عدداً من المكونات منها:

١- أماكن الإيواء Lodging

تتنوع أماكن الإيواء بحيث تشمل مجموعة من الفنادق ذات الدرجات المختلفة، إضافةً إلى الشقق الفندقية، وبيوت الشباب، والمخيمات،... إلخ.

٢- الخدمات Services

تختلف طبيعة الخدمات المقدمة للضيوف حسب نوع المكان الذي تُقدّم فيه هذه الخدمات وحجمه، إضافةً إلى الأسعار المعمول بها وفقاً للشريحة المستهدفة من الضيوف، ومعدل إنفاق الضيف منها. وهذا بدوره يتطلب تحديد نوعية وطريقة تقديم الخدمات، إضافةً إلى انتقاء العاملين الذين تتناسب مهاراتهم مع هذه الخدمات، ومن أنواع الخدمات المقدمة في صناعة الضيافة:

أ- خدمات الإيواء Accommodation Services: تُقدّم خدمات الإيواء ضمن أماكن

الإيواء المختلفة كالفنادق بأنواعها، والموتيلات، وبيوت الشباب،... إلخ، وتتنافس أماكن الإيواء على توفير أكبر عدد من هذه الخدمات لضيوفها بهدف كسب رضاهم والمحافظة عليهم ضيوفاً دائمين، وتتنوع هذه الخدمات لتشمل غرف النوم بأنواعها المختلفة، وتوفير ثلاجات صغيرة في جميع غرف النوم، وتوفير مواد وأدوات ومعدات المشروبات الساخنة في الغرف المخصصة للضيوف المهمين، وتوفير الاتصال الدولي والدخول إلى الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، والتحكّم في درجة حرارة الغرفة، ومشاهدة الأفلام والاستماع إلى الموسيقى المرغوبة من قِبَل الضيوف، وتوفير صناديق أمانات (خزانات) إلكترونية في معظم غرف الفندق، والكثير من الخدمات الأخرى.

ب- خدمات الطعام والشراب Food and Beverage Services: تُقدّم خدمات الطعام

والشراب للضيوف في القاعات والغرف والمطاعم سواءً أكان المطعم داخل الفندق أم مطعماً مستقلاً، ويعتمد مستوى هذه الخدمات حسب طبيعة المطعم ونوعيته، حيث توجد مطاعم متخصصة بالمأكولات العربية، والأوروبية، والصينية، والإيطالية، وتوجد

أيضاً مطاعم الوجبات السريعة، كما توجد مطاعم تقدّم وجبات الإفطار فقط أو وجبات الغداء والعشاء فقط.

جـ - خدمات الاستجمام Recreational Services: تشمل برك السباحة، والنوادي الصحية، وملاعب الجولف، والتنس الأرضي، وصالات (البلياردو) و (البولينغ)، وركوب الخيل، والألعاب المائية (سباحة، وتزلج، وغطس)، والكثير من خدمات الاستجمام الأخرى.

٣- النقل Transportation

توجد علاقة وثيقة ومباشرة بين صناعة النقل وصناعة الضيافة بحيث تؤثر كل واحدة منهما في الأخرى، فقد لعبت وسائل النقل دوراً مهماً في تطور صناعة الضيافة، حيث أسهم التطور الذي حدث في وسائل النقل البري والبحري والجوي إسهاماً كبيراً في تشجيع المسافرين على التنقل والوصول لأماكن لم يكن الوصول إليها في السابق ممكناً، وفي المقابل فقد أدى ازدياد رغبة الناس في التنقل باستخدام هذه الوسائل إلى تطورها تطوراً سريعاً استجابة لرغبات هؤلاء المسافرين وحاجاتهم.

ساعد تطوّر وسائل النقل على توفير خدمات الضيافة من أماكن إيواء ومطاعم وغيرها قرب المطارات ومحطات النقل الرئيسية (الموانيء، والقطارات، والحافلات).

٤- الموارد البشرية Human Resources

تتطلب صناعة الضيافة تقديم خدمات متنوعة للضيوف بشكل مباشر بهدف الوصول إلى رضاهم، وتحقيق أهداف المؤسسة المادية والمعنوية، لذلك لا بُدّ أن تتصف الأيدي العاملة التي تعمل في هذه الصناعة بصفات ومؤهلات خاصة تمكنها من القيام بعملها بصورة صحيحة، ولا بُدّ للعاملين في هذا المجال من متابعة التدريب المستمر لبلوغ أفضل درجات الأداء.

٥- القوانين والتشريعات Regulation and Legislations

توجد مجموعة من القوانين والتشريعات والأنظمة المعمول بها في كل دولة تعمل على تنظيم صناعة الضيافة، وتُسهم في تطوير هذه الصناعة وتشجيعها واستمرارها نحو الأفضل وزيادة الاستثمار فيها بحيث تحفظ حقوق الأطراف كافة، مثل قانون العمل والعمال الذي ينظّم العلاقة بين العامل وصاحب العمل، وقانون الضرائب والضمان الاجتماعي ونزاهة النظام

القضائي المعمول به في البلاد في حلّ الخلافات والنزاعات، ومن أهم الجهات التي تقوم على سنّ الكثير من هذه القوانين والتشريعات في الأردن: وزارة السياحة والآثار، ووزارة العمل، ووزارة العدل، ومؤسسة الضمان الاجتماعي،... إلخ.

٦- ثقافة المجتمع Society Culture

مما لا شك فيه أنّ ثقافة أيّ مجتمع من المجتمعات تلعب دوراً في مدى تقبّل أفراد هذا المجتمع لطبيعة صناعة الضيافة، وبما أنّ هذه الصناعة عالمية، فمن المؤكّد أنّ يتمّ التعامل مع أفراد أو مجموعات من أديان وجنسيات وثقافات مختلفة، فلا يمكن لهذه الصناعة أن تتطوّر في مجتمع ما إذا لم يتقبّل أفراد هذا المجتمع وجماعته أفكار المجتمعات الأخرى وعقائدهم، وعاداتهم، وتقاليدهم.

٧- التسهيلات الأخرى Other Facilities

يوضح الشكل (٦-١) مجموعة التسهيلات التي تشمل مكاتب السياحة والسفر، وخدمات الإرشاد السياحي، وغيرها من الخدمات، وخدمات الرعاية الصحية كما في الشكل (٧-١)، والخدمات البنكية كما في الشكل (٨-١).



الشكل (٦-١): مجموعة من التسهيلات التي تُسهم في ازدهار صناعة الضيافة.



الشكل (٧-١): إحدى قاعات النادي الصحي والرياضي في أحد الفنادق.



الشكل (٨-١): الخدمات البنكية المقدمة في فنادق الدرجة الأولى.

أهم التغيّرات التي أثّرت في تطور الفنادق

Effectes Of Major Changes The Development Of Hotels

رابعاً

نتيجة للتطوّر الاقتصادي والاجتماعي الذي حدث عالمياً بعد الحرب العالمية الثانية، فقد ظهرت عدة تغيّرات دفعت الفنادق - كونها أحد أهم مكوّنات صناعة الضيافة - إلى مواكبة التغيّرات الآتية:

١- النمو السكاني Population Growth

بدأ النمو السكاني بالازدياد والتطوّر بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، مما دفع الناس للتنقل من مكان إلى آخر حيث أقام الكثيرون منهم في المدن الساحلية والمناطق السياحية مما شكّل دافعاً لدى الفنادق للتطوّر بسرعة لمقابلة هذا التغيّر في النمو السكاني.

ونتيجة للتقدّم في مجال الطب والرعاية الصحية، فقد أصبح العمر المتوقع للفرد أطول، وقد كان لهذا السبب دور في جعل الفنادق تواكب هذا التغير في تقديم خدمات وتسهيلات للفئات العمرية كافة (الأطفال، الشباب، الكهول، المسنين).

٢- تحسّن الدخل Improved Incomes

ازداد دخل الأفراد والعائلات بعد الحرب العالمية الثانية، حيث أصبح بإمكان الفرد أو العائلة الحصول على أكثر من دخل واحد نتيجة لتوافر الأعمال، والعمل الإضافي والرواتب التقاعدية وأنظمة الضمان الاجتماعي، وبهذا فقد أصبح المال متوافراً لإنفاقه في عمليات السفر والتنقل لغايات متنوعة مثل: السفر للعلاج، أو الدراسة، أو الاستجمام، أو السفر بهدف العمل، وقد شكّلت هذه الأسباب دافعاً لقيام الفنادق بالكثير من التغيّرات لجذب أكبر عدد من الضيوف إليها.

٣- توافر الوقت المخصص للراحة والاستجمام Increased leisure Time

لقد تمّ سنّ مجموعة من القوانين والتشريعات المتعلقة بالأنظمة الإدارية العامة والخاصة فيما يتعلق بحقوق العاملين، ومن هذه القوانين والتشريعات ما يأتي:

أ - تحديد عدد ساعات العمل اليومي والأسبوعي.

ب- تحديد أجور ساعات نظام العمل الإضافي.

ج - إقرار نظام الإجازات مدفوعة الأجر (الأسبوعية، الشهرية، السنوية، المرضية).
وقد أدى ذلك كله إلى توافر مزيد من الوقت المخصص للراحة والاستجمام، مما شكّل
حافزاً مهماً للفنادق للتنافس فيما بينها في محاولة لعرض وتقديم مزيد من الخدمات،
وتوفير أكبر قدر من حاجات ورغبات الضيوف والمسافرين.

٤- توسعة أنظمة الطرق السريعة Expanded Highway Systems

لقد شكّل توسّع الطرق وامتدادها بين المدن الكبيرة والمناطق الريفية والمواقع الأثرية والسياحية،
عاملاً مهماً في استيعاب أعداد أكبر من المسافرين بهدف العمل أو الاستجمام، وقد أدى هذا
أيضاً إلى تطوّر وسائل المواصلات نفسها تطوراً سريعاً، وبهذا فقد استطاعت شركات الفنادق
الوصول إلى مناطق أكثر بعداً، والاستثمار فيها ببناء فنادق ومشاريع سياحية جديدة.

٥- تطور الضواحي Development of Suburbs

لقد ساعدت أنظمة الطرق الحديثة وتطوّر وسائل المواصلات على تسهيل عملية التنقل البري،
وليس هذا فحسب، بل جعلت السفر البري أكثر متعة وسهولة في الوصول لمسافات أبعد.
ونتيجة لهذا التوسّع؛ فقد أوجدت الفرص لصناعات ومجالات أخرى في الوصول إلى
المناطق الريفية والإقامة فيها وإنشاء المشاريع المتنوعة، كمراكز التسوّق، وبناء الإسكانات،
والنوادي ومدن الألعاب الترويحية وغيرها، ممّا أدى إلى تطوّر المناطق الريفية نفسها، وجلب
أعداد أكبر من السياح ورجال الأعمال إلى هذه المناطق، مما استدعى من الفنادق توفير عدد
أكبر من أماكن الإيواء وتقديم خدمات الطعام والشراب والكثير من التسهيلات الأخرى.

٦- ازدياد السفر الجوي Increased Air Travel

أدى تطوّر المطارات الدولية والداخلية المحلية في العالم وتوسّعها، إلى تطوّر النقل الجوي، وممّا
لا شك فيه أنّ النقل الجوي قد أسهم إسهاماً كبيراً في تقديم أفضل الطرق وأسرعها في الوصول
إلى المقاصد السياحية، وتسهيل السفر بحيث أصبح بالإمكان الوصول إلى دول وأماكن ما كان
الوصول إليها ممكناً بهذه السرعة من قبل، حيث أدى ذلك إلى نقل أعداد أكبر من المسافرين، ممّا
مكّن الفنادق من التوسّع والانتشار خارج حدود مناطقها، وحتى خارج نطاق دولها الرئيسية.

٧- تطوّر مراكز المؤتمرات وتوسّعها Convention Center Expansion



الشكل (٩-١): فندق متخصص في إقامة المؤتمرات.

شهدت فترة الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين تطوّرًا كبيرًا في قطاع الأعمال، وواكب ذلك انفتاح اقتصادي عالمي ممّا جعل رجال الأعمال والجمعيات الإنسانية والهيئات والمنظمات الدولية تقوم بعمل اجتماعات ومؤتمرات ومعارض بشكل دوري بهدف عرض منتجاتهم أو إبرام الصفقات أو تدريب وتطوير موظفيهم أو عقد المؤتمرات السياسية والاقتصادية بين الدول، وقد استدعت هذه الحاجات إلى وجود مراكز لإيواء المشاركين في هذه المؤتمرات أو الاجتماعات أو المعارض. ولهذا فقد أصبح من الضروري على الفنادق أن تقدّم مثل هذا النوع من الخدمات والتسهيلات، وقد أنشئت مراكز وفنادق متخصصة لتوفير هذه الخدمات في كثير من الدول وفي المدن الرئيسية، وحتى المناطق الريفية والساحلية. لاحظ الأشكال (٩-١) و (١٠-١)



الشكل (١٠-١): قاعات الاجتماعات والمؤتمرات في الفنادق الحديثة.

تأثرت صناعة الضيافة بشكل مباشر بعدة اتجاهات، ومن أهم هذه الاتجاهات ما يأتي:

١- العولمة Globalization

أوجد ارتفاع نسب تبادل السلع والخدمات البينية بين الدول فرصاً لم يسبق لها مثيل للشركات الكبرى في إيصال وعرض منتجاتها وخدماتها خارج حدود دولها. وقد دخلت الشركات المالكة لفنادق السلسلة Chain Hotels عصر العولمة من أوسع أبوابه، فقد انتشرت الفنادق الأمريكية في أوروبا، ثم بادلتها الفنادق الأوروبية بالانتشار في أمريكا، وكما حدث للفنادق من انتشار عالمي، قد حدث أيضاً لشركات مطاعم الوجبات السريعة (Fast Food Companies).

وفي التسعينيات من القرن العشرين بدأت شركات السلسلة في البحث عن أسواق جديدة للدخول إليها وإدارة بعض أهم وأضخم الفنادق في تلك الأسواق، وتعدّ صناعة الضيافة في أيامنا هذه أهم الصناعات العالمية؛ بسبب الانتشار الواسع والسريع للسلاسل الفندقية والمطاعم العالمية في أنحاء العالم.



مطاعم الوجبات السريعة في الأردن

نشاط (٣-١)

زُرْ ومجموعتك جمعية المطاعم السياحية الأردنية لإعداد إحصائية تبيّن فيها أسماء مطاعم الوجبات السريعة وعددها في الأردن؛ لعرضها على الطلبة في غرفة الصف.

العولمة

العملية التي تصبح من خلالها شعوب العالم متصلة ببعضها في أوجه حياتها كلّها: الثقافية، والاقتصادية، والسياسية، والتقنية، والبيئية، التي تسمح للأنظمة والشركات والمؤسسات والهيئات والمنظمات الدولية بالانتشار خارج حدودها الجغرافية.

زُرْ ومجموعتك جمعية الفنادق الأردنية لإعداد إحصائية تبين فيها أسماء وعدد الفنادق التي تتبع فنادق السلسلة في الأردن؛ لعرضها على الطلبة في الغرفة الصفية.

٢ - الاندماج Consolidation

تتلخّص أهم الأعباء التي واجهت شركات فنادق السلسلة في انتشارها عالمياً ودخولها لأسواق جديدة في ما يأتي:

أ - التكلفة العالية في الاستثمار.

ب - الحاجة إلى تكنولوجيا متطورة جداً وخصوصاً لأنظمة الحجز.

ج - وضع وتطوير استراتيجيات تسويقية منفصلة لدول أو مناطق مختلفة.

د - توافر الأيدي العاملة المؤهلة.

وقد أدى فهم شركات فنادق السلسلة لهذه الأعباء إلى ظهور فكرة الاندماج، حيث قامت عدة شركات فندقية بالاندماج مع بعضها بعضاً لتحقيق المزايا الآتية:

أ - الاستفادة من أنظمة الحجز الإلكترونية.

ب - فرص تسويقية أكبر.

ج - عمليات شراء أقل تكلفة.

د - قوة مالية (الاقتراض، التسهيلات البنكية).

هـ - فرص توفير أكبر (المصاريف التسويقية، العمالة).

الاندماج: عملية قانونية تتوحد بمقتضاها شركتان أو أكثر لتكوين شركة واحدة عملاقة.

أمّا أهم العوائق التي تتخوّف منها الشركات عند تطبيقها فكرة الاندماج، فهي:

أ - اضطراب هذه الشركات لتسريح أعداد كبيرة من الموظفين.

ب - إمكانية تدني مستوى جودة الخدمات المقدمة في فروع هذه الشركات.

ج - إعطاء عناية أكبر لبعض أقسام هذه الشركات على حساب أقسام أخرى.

د - تخوّف بعض الشركات من فقدان اسمها التجاري أو تأثر موقعها في السوق نتيجة

اندماجها مع شركات أكبر منها.

صمّم ومجموعتك عرضًا تقديميًا يوضح مزايا الاندماج، لعرضه على زملائك في الغرفة الصفية.

صمّم ومجموعتك عرضًا تقديميًا يوضح عوائق الاندماج، لعرضه على زملائك ومناقشته مع باقي المجموعات في الغرفة الصفية بإشراف المعلم.

الميزانية التسويقية

Marketing Budget

المبالغ المالية التي ترصدها إدارة الفندق لإنفاقها في عدة أوجه، كالإعلانات، وترويج السلع والخدمات، والعلاقات العامة، والبيع المباشر، والتسويق المباشر، بغرض تحقيق أهداف الخطة التسويقية خلال مدة محددة.

٣- التسويق التشاركي Partnership Marketing

مكّن هذا النوع من الاتجاهات شركات الضيافة من الوصول إلى أسواق جديدة وطرح منتجاتها وخدماتها فيها على نحو أفضل دون أن تتحمل أعباءً إضافية أخرى فيما يتعلق بميزانياتها التسويقية.

تتمثل فكرة التسويق التشاركي في التحالف بين شركتين أو أكثر تخدم في الغالب القطاع نفسه، شريطة ألا تكون منتجاتهم أو خدماتهم متنافسة، بحيث يستفيد كل طرف منها من نقاط القوة لدى الطرف الآخر.

ينقسم هذا الاتجاه إلى نوعين:

أ - التحالف ذو النوع الواحد (Like-Kind Alliances) يتمثل هذا النوع في تحالف فندقين أو مجموعة من الفنادق مع بعضها بعضًا بحيث يستفيد كل طرف منها من قوة الطرف الآخر ومميزاته، كتقديم تسهيلات الحجز الضيوف هذه الفنادق ضمن المجموعة نفسها، واشتراك مجموعة الفنادق المتحالفة في حملة إعلانية واحدة تُظهر أسماء فنادق المجموعة كلها، وعلى سبيل المثال فقد قام تحالف بين شركة فنادق راديسون في أمريكا وشركة فنادق إنترناشونال ساس في بروكسل.

ب- التحالف ذو العلاقة المترابطة (Related- Business Alliances) أمّا هذا النوع، فيتمثّل بتحالف أحد الفنادق مع جهات أخرى لها علاقة بصناعة الضيافة، مثل: شركات الطيران، وشركات خدمات الطعام في السوق نفسه، فعلى سبيل المثال يوجد تحالف بين سلسلة فنادق الماريوت ومطاعم البيتراهت.

٤- التكنولوجيا Technology

مما لا شك فيه أنّ تطوّر التكنولوجيا قد لعب دوراً مهمّاً في صناعة الضيافة، وقد ازداد اعتماد الفنادق على استخدام التكنولوجيا في مرافقها بهدف سرعة وتسهيل التواصل بين هذه الفنادق وضيوفها، كما أنّ استخدام التكنولوجيا قد سهّل وبشكل واضح تنفيذ وتطوير الخدمات المقدمة في هذه الفنادق، وعليه فإنّنا نرى أنّ الفنادق، هذه الأيام قد استخدمت التكنولوجيا في معظم عملياتها التسويقية والخدمية والإدارية.

استخدام التكنولوجيا في الفنادق

نشاط (٧-١)

بالتعاون مع مجموعتك أعدّ تقريراً يبيّن الاستخدامات التكنولوجية في الفنادق، ثم اعرضه على باقي المجموعات في الغرفة الصفية.

٥- رغبات الضيوف Guest Preferences

تُقدّم بعض الفنادق خدمات إضافية لضيوفها، مثل الدخول المبكر والمغادرة المتأخرة، والمشروبات الباردة والساخنة داخل الغرف مجاناً، والصحف اليومية، والمكالمات المحلية المجانية، وذلك بناءً على ما يفضّله الكثير من الضيوف تحقيقاً لرغباتهم.

أصبحت القدرة على تلبية حاجات الضيوف ورغباتهم عاملاً مهمّاً في البيئة التنافسية بين الفنادق، وقد وجدت الفنادق والمطاعم نفسها مضطرة لمواكبة التغيّرات في أولويات الضيوف وصفاتهم الديموغرافية، فعلى سبيل المثال، فإنّ الضيوف من فئة الشباب تشكّل نسبة كبيرة من رواد الفنادق والمطاعم، وتمتلك هذه الفئة من الضيوف الوقت والمال لإنفاقه في السفر بهدف العمل أو الاستجمام، ممّا جعل الفنادق تدرس رغباتهم وحاجاتهم ومحاولة تقديم أفضل الخدمات لاجتذابهم، ومن أهم أولويات هذه الفئة من الضيوف الطعام الصحي والأسعار المعقولة.

بالتعاون مع مجموعتك، زُر أحد الفنادق، ثم اكتب تقريراً عن الخدمات والتسهيلات المقدمة فيه لمناقشة زملائك في مضمونه.

٦ - التسويق من خلال العلاقات Relationship Marketing

تقوم صناعة الضيافة في جزء مهم من طبيعة عملها على مبدأ المنافسة، وهذا أدى إلى توفير خيارات واسعة من الخدمات والمنتجات أمام الضيوف ليختاروا منها ما يشاءون.

وبما أن كلمة الضيافة تعني بشكل ما العلاقة الودية بين الفندق أو المطعم من جهة والضيوف من جهة أخرى، فقد قامت هذه الفنادق أو المطاعم بتعزيز الروابط بينها وبين الضيوف من خلال ترسيخ الثقة، وتشجيع الضيوف على الولاء لهم، حيث قامت هذه الفنادق / المطاعم بإنشاء قاعدة بيانات لضيوفها من الشرائح التسويقية كافة ودراسة كل شريحة على حدة، كما نشأت ثقة كبيرة لدى إدارات هذه الفنادق / المطاعم بأن التركيز على الربح فقط لا يمكن أن يخدم تفوق هذه

المؤسسات ويضمن استمراريتها، ولهذا فقد توجهت هذه الإدارات إلى التركيز على كيفية إيجاد ضيوف متكررين (Repeated Guests) يمتازون بالولاء لهذه المؤسسات من خلال إقامة علاقة ودية بين الفنادق / المطاعم وضيوفهم وذلك لضمان عودتهم وباستمرار.

وحرصاً من إدارات الفنادق على تعزيز الروابط بينها من جهة وضيوفها من جهة أخرى، فإنها تُقدّم خدمات متنوعة للضيوف، منها:

تعدّ معظم الفنادق والمطاعم الضيوف والموردين أصلاً من أصولها، لهذا فقد بدأت بإنشاء علاقات تسويقية ودية بينها وبينهم؛ بهدف تحويل ضيوفهم إلى ضيوف مدى الحياة (ضيوف متكررين).

أ - إرسال بطاقات دعوة لحضور مناسبات معينة.

ب- تقديم سلال الفاكهة المفضلة عند الضيوف في أثناء إقامتهم واستبدالها يومياً.

ج- تقديم أنواع من الحلويات المميزة في أثناء إقامة الضيوف في الفندق.

د - تقديم هدايا وألعاب للأطفال المرافقين لعائلتهم في الفندق.

هـ - أخذ آراء الضيوف في بعض الأمور، مثل: نوعية الخدمة المقدمة، وطرائق تحسينها.

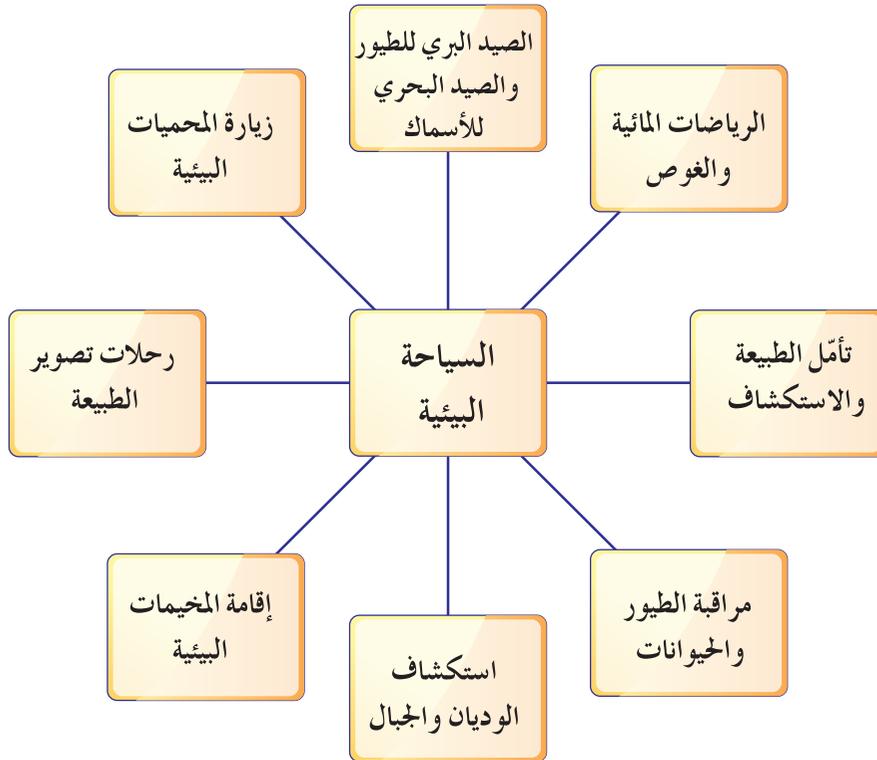
٧ - الوعي البيئي Environmental Awareness

تحرص الدول السياحية على الاهتمام بالبيئة وزيادة الوعي البيئي لدى المواطنين والشركات من حيث الاستمتاع بالطبيعة والمحافظة عليها، وعدم استخدام مواد مُصنَّعة ضارة بالبيئة، وتشكيل جماعات أصدقاء البيئة للدفاع عنها وحمايتها، وترسيخ مفهوم أن المحافظة على البيئة هي مسؤولية الجميع.

وقد أدى اتجاه كثير من الناس إلى قضاء إجازاتهم في أحضان الطبيعة إلى ظهور نوع جديد من السياحة تُسمى السياحة البيئية (Ecotourism) وقد عُرِّفت السياحة البيئية من قبل الصندوق العالمي للبيئة أنها:

”السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث، ولم يتعرض توازنها الطبيعي للخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها، ونباتاتها، وحيواناتها البرية، وحضاراتها في الماضي والحاضر“.

فالسياحة البيئية تعتمد على الطبيعة في المقام الأول بمناظرها الخلابة، لذا نجد أن الأنشطة التي ترتبط بالسياحة البيئية تتمثل في الشكل: (١-١١).



الشكل (١-١١): الأنشطة التي ترتبط بالسياحة البيئية.

ومن الجدير ذكره أنّ الكثير من الدول العربية والغربية أخذت تهتم بتطوير أنظمة صديقة للبيئة في مشاريعها الحالية والمستقبلية، وقد كانت مجموعة فنادق إنتركونتيننتال الرائدة في إطلاق أول فندق صديق للبيئة في العالم بنسبة ١٠٠٪، ويمتاز هذا الفندق بأنه يستخدم أحدث تقنيات المحافظة على الطاقة الكهربائية والمائية، وتقنيات إعادة تدوير المواد، وتتكوّن أجزاء ومحتويات هذا الفندق جميعها من مواد صديقة للبيئة وغير ضارة بها، ومن أهم الأنظمة الصديقة للبيئة التي يستخدمها الفندق ما يأتي:

- أ - استعمال ألواح الطاقة الشمسية الموجودة على سطح الفندق في تسخين المياه، ممّا يساعد على تقليص استخدام الطاقة غير المتجددة.
- ب- استخدام نظام تجميع مياه الأمطار داخل أحواض وصهاريج على سطح الفندق أو تحت الأرض، واستخدام هذه المياه في تزويد الحمامات وفي سقي النباتات، وكذلك في غسّالات الصحون وغسّالات الملابس بعد تنقيتها وتعقيمها ومعالجتها.
- ج- تغطية سطح الفندق بطبقة خفيفة من التربة وزراعتها بأنواع من النباتات والشجيرات التي لا تحتاج إلى عناية كبيرة، والاستفادة من ذلك في تلطيف درجة حرارة الفندق وإبقائه بارداً في الصيف ودافئاً في الشتاء، كما تفيد في عزل الصوت والتقليل من الضوضاء.
- د - الاستفادة من طاقة الرياح في توليد الطاقة الكهربائية التي يستعملها الفندق.
- هـ - استخدام نوافذ زجاجية مُعاد تدويرها.
- و - استخدام لافتات مصنوعة من الأحجار الطبيعية عند مدخل الفندق وكذلك في الحدائق بدلاً من اللافتات البلاستيكية والمعدنية التقليدية.
- ز - استخدام ألوان ودهانات غير باعثة للغازات في ألوان الديكورات الداخلية لضمان تقليل نسبة الكربون.
- ح - تزويد مرافق الفندق بسلال خاصة للمواد التي يمكن إعادة تدويرها، كي يستخدمها الضيوف.
- ط - قطع الأثاث جميعها والمناشف مصنوعة من مواد مُعادة التدوير، أمّا الفراش والسجاد، فمصنوع غالباً من أنسجة طبيعية مثل شعر الحصان.
- ي - استخدام البقايا العضوية كأوراق الشجر الميتة، وغيرها كسماد للنباتات والأعشاب، أمّا

الزيوت المشتقة من النفايات المنزلية فُتستخدم كوقود لتوليد الحرارة والطاقة.
ك - تزويد الحمامات بنوع خاص من دشّات الماء التي يتدفّق منها الماء باعتدال دون هدر،
كما تحوي الحمامات أيضاً مراحيض تستخدم تقنية الزر المزدوج للتقليل من استهلاك الماء
والحفاظ على مصادره.

ل - إرسال الأطعمة الصالحة وغير المستخدمة بعد تعليبها إلى المؤسسات الخيرية
ومنظمات توزيع الأغذية غير الربحية لتفادي إهدار تلك الأطعمة أو التخلص منها.



الشكل (١-١٢): أول فندق صديق للبيئة في العالم.

يوجد دور كبير للجمعية الملكية لحماية الطبيعة في نشر الوعي البيئي في الأردن، حيث كرّست
الجمعية نفسها لحماية المصادر الطبيعية، وتأسيس المحميّات الطبيعية وإدارتها. وقد خوّلتها
حكومة المملكة الأردنية الهاشمية صلاحيات عديدة تتعلق بحماية النباتات والحيوانات البرية
وتنظيم صيدها، لذا تُعدّ الجمعية من المؤسسات القليلة في الشرق الأوسط الرائدة في هذا المجال.
ومن الأمثلة على المحميّات البيئية في الأردن: محمية ضانا، ومحمية رم، ومحمية الموجب،
ومحمية الأزرق، ومحمية الشومري.

زُرْ برفقة زملائك إحدى المحميات الطبيعية، وسجّل انطباعاتك لعرضها على زملائك في الصف.

٨ - التسويق المتخصص والعلامات التجارية Niche Marketing and Branding

عملية تحتاج إلى دراسة واستراتيجيات تسويقية، تناسب خصائص وأدوات الشرائح المستهدفة من السوق؛ بهدف إرضائهم وإقناعهم.

وقد قسّمت صناعة الضيافة تقليدياً أسواقها المستهدفة إلى ثلاثة أقسام رئيسة بناءً على مستويات الخدمة المقدمة فيها، واستجابةً لمستويات الأسعار وحساسيتها للضيوف المستهدفين، وهذه الأقسام هي:

■ الفنادق الفاخرة (خدمات متكاملة)

World- Class Service/Luxury Market

■ الفنادق المتوسطة (خدمات متوسطة)

Mid- Range Service/Mid-Priced

■ الفنادق الصغيرة (أسعار منخفضة، وخدمات قليلة)

Economy/Limited Service/Budget Market

وقد أدرك القائمون على هذه الصناعة بعد دراسة متقدمة للأسواق بأنه يوجد عدة شرائح ضمن السوق الواحد، وأنّ هذه الشرائح تتنوّع في احتياجاتها ومتطلباتها وميزانياتها، ولذلك فقد كان لزاماً على هذه الصناعة أن تُقدّم منتجاتها وخدماتها بما يتناسب وهذه الشرائح.

وقد قامت فنادق السلسلة الفندقية بتقديم منتجاتها وخدماتها إلى هذه الأسواق ضمن استراتيجيتين:

التسويق المتخصص

Niche Marketing

عملية ابتكار وتصميم منتجات أو خدمات معينة لسوق معين أو لشريحة معينة من هذا السوق تمتلك نفس الخصائص والاحتياجات والقدرات المالية.

العلامة التجارية Brand

المفهوم أو الاسم الذي يحمله منتج معين أو خدمة معينة (اسم المنتج، اسم الشركة)، وقيمة هذه العلامة التجارية أنّها تعكس نظرة السوق المستهدف بوجه عام لأهمية وقيمة وجودة منتجات وخدمات هذه العلامة التجارية، وارتياحهم العاطفي تجاهها.

أ - الاستراتيجية الأولى: استخدام علامة تجارية واحدة، فقد قامت شركة فنادق (رمادا) على سبيل المثال بتقديم منتجات وخدمات إلى أسواقها المستهدفة كما يأتي:

١. فنادق رمادا بلازا (Ramada Plaza Hotels) لخدمة رجال الأعمال وضيوف الاستجمام من ذوي المداخل المرتفعة، الفنادق الفاخرة (Luxury Hotels/Markets).
٢. فنادق رمادا إن (Ramada Inns) لخدمة الضيوف الذين يرغبون بخدمات متوسطة وبأسعار معقولة، الفنادق المتوسطة (Mid- Priced Hotels / Markets).
٣. فنادق رمادا ليمتد (Ramada Limited) لخدمة الضيوف الذين يرغبون في أسعار رخيصة نوعاً ما ولا يرغبون في خدمات إضافية، الفنادق الصغيرة (Budget Hotels / Markets).

حسب الأشكال (١٣-١) و (١٤-١) و (١٥-١)، فإن شركة فنادق رمادا قد اعتمدت تقديم خدماتها ومنتجاتها إلى الأسواق الرئيسة الثلاث تحت علامة واحدة.



الشكل (١٣-١): أحد الفنادق التابعة لشركة رمادا (Ramada Plaza Hotel).



الشكل (١٤-١): أحد الفنادق التابعة لشركة رمادا (Ramada Inns).



الشكل (١-٥): أحد الفنادق التابعة لشركة رمادا (Ramada Limited).

ب- الاستراتيجية الثانية: وهي ما اعتمده على سبيل المثال شركة فنادق (ماريوت Marriott) العالمية، حيث اعتمدت هذه الشركة عدة علامات أو أسماء تجارية لخدمة الأسواق الرئيسة الثلاث بجميع شرائحها. وفي هذه الأيام فقد امتلكت شركة فنادق الماريوت العالمية إحدى عشرة علامة تجارية تُقدّم من خلالها منتوجاتها وخدماتها لضيوفها ضمن صناعة الضيافة. يُوضّح الجدول (١-١) أهم العلامات التجارية التي تتبع جميعها إلى الشركة الأم شركة فنادق الماريوت العالمية.

الجدول (١-١): العلامات التجارية التي تتبع (شركة فنادق الماريوت العالمية).

Price- Sensitive فنادق منخفضة الأسعار	Business Travelers فنادق رجال الأعمال	Extended-Stay Travelers فنادق الإقامة الطويلة	Upscale Market الفنادق الفاخرة
Fairfield Inn	Courtyard Hotels	Spring Hill suites	Marriott Hotels
		Residence Inns	Marriott Resorts
		TownePlace Suites	Marriott Suites
			Ritz- Carlton
			Renaissance Hotels
			Renaissance Resorts

النتائج العملي

أن يُعدّ تقريرًا إحصائيًا عن أعداد الفنادق وتصنيفاتها.

المعلومات النظرية

تقوم وزارة السياحة بالتعاون مع هيئة تنشيط السياحة وجمعية الفنادق بعمل تقرير إحصائي عن أعداد الفنادق وتصنيفاتها في الأردن للفئات الخمس، والأربع، والثلاث نجوم نزولاً إلى فئة النجمة الواحدة، ويُعدّ هذا التقرير بشكل دوري أو سنوي لتعرّف آخر التطوّرات في أعداد الفنادق وتصنيفاتها على اعتبار الأردن منطقة استثمار جاذبة للسياحة، ويستطيع أيّ شخص مهتم بذلك الحصول على هذا التقرير.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي، مختبر الحاسوب.
- قرطاسية (أقلام رصاص وحبّ، أوراق A4، ممحاة، مسطرة....).
- جهاز حاسوب مع طابعة.
- كلمات مفتاحية للدخول إلى الشبكة العنكبوتية.
- توفير إحصائيات وأدلة وكتيبات تتعلّق بموضوع التمرين.

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخصّ تنفيذ التمرين.

خطوات تنفيذ التمرين

- جهّز الأدوات الكتابية اللازمة.
- حضّر الإحصائيات والتقارير التي تبيّن أعداد الفنادق وأنواعها وتصنيفاتها.

- افرز المعلومات المطلوبة عن الفنادق كلاً على حدة.
- ارسم جدولاً إحصائياً، ثم انقل جميع البيانات إليه.
- اعرض التقرير الإحصائي على معلمك وزملائك لمناقشته.
- صوّر نسخاً من التقرير، ثم وزّعه على زملائك.
- احفظ التقرير في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

أعدّ تقريراً إحصائياً عن أعداد الفنادق وتصنيفاتها من خلال الوثائق والمصادر المتوافرة في المختبر العملي، ثم ناقش زملاءك ومعلمك في مضمونه.

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- دقة الإنجاز وسرعته.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.

منهاجي
متعة التعليم الهادف



النتائج العملية

أن يُعدّ تقريرًا إحصائيًا عن أنواع الفنادق.

المعلومات النظرية

تقوم وزارة السياحة بالتعاون مع هيئة تنشيط السياحة وجمعية الفنادق بعمل تقرير إحصائي عن أنواع الفنادق التجارية والسياحية وغيرها في الأردن، ويُعدّ هذا التقرير بشكل دوري أو سنوي لتعرّف آخر التطوّرات في أنواع الفنادق على اعتبار الأردن منطقة استثمار جاذبة للسياحة، ويستطيع أي شخص مهتم بذلك الحصول على هذا التقرير.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي، مختبر الحاسوب.
- قرطاسية (أقلام رصاص و حبر، أوراق A4، ممحاة، مسطرة....).
- جهاز حاسوب مع طابعة.
- توفير تقارير وإحصائيات من وزارة السياحة والآثار .

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخصّ تنفيذ التمرين.

خطوات تنفيذ التمرين

- جهّز الأدوات الكتابية اللازمة.
- حضّر نماذج وتقارير من وزارة السياحة تبيّن أنواع الفنادق .
- اطلع على هذه الإحصائيات والتقارير، ثم ادرسها جيدًا.
- افرز أنواع الفنادق كلّاً على حدة.

- ارسم جدولاً إحصائياً، ثم انقل جميع البيانات إليه.
- اعرض التقرير الإحصائي على معلمك وزملائك للمناقشة.
- صوّر نسخاً من التقرير، ثم وزّعه على زملائك.
- احفظ التقرير في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

أعدّ تقريراً إحصائياً عن أنواع الفنادق وتصنيفها من خلال الوثائق والمصادر المتوافرة في المختبر العملي، ثم ناقش زملاءك ومعلمك في مضمونه.

معايير التقويم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- دقة الإنجاز وسرعته.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.

أسئلة الوحدة Unit Questions

- ١- عرّف ما يأتي:
 - أ- الخان
 - ب- العولمة
 - ج- السياحة البيئية.
- ٢- اذكر أربعاً من مزايا الاندماج.
- ٣- وضح أهمية استخدام التكنولوجيا في العمل الفندقية.
- ٤- وضح صلاحيات الجمعية الملكية لحماية الطبيعية.
- ٥- كيف يمكن تعزيز مفهوم الوعي البيئي في بيتك، ومدرستك، ومدينتك؟
- ٦- اقترح خدمات تعزز التحالف بين مكونات صناعة الضيافة.
- ٧- وضح المقصود بكل مما يأتي:
 - أ - الضيافة.
 - ب- فنادق السلسلة.
 - ج- الاندماج.
 - د - الميزانية التسويقية.

مهارات البحث والاتصال

- ١- ابحث مع أفراد مجموعتك من خلال موقع وزارة السياحة والآثار (www.tourism.jo)، وموقع جمعية الفنادق الأردنية (www.Johotels.org)، عن عدد العاملين في مختلف الأنشطة السياحية في الأردن، ثم اعرض ما تتوصل إليه على زملائك في الصف.
- ٢- ابحث مع أفراد مجموعتك من خلال موقع وزارة الصناعة والتجارة (www.mit.gov.jo)، عن قوانين الاستثمار في المجال السياحي في الأردن، ثم اعرض ما تتوصل إليه على زملائك في الصف.

الأنشطة الإثرائية

- ١- ناقش أفراد مجموعتك في تأثيرات ظاهرة العولمة في قطاع صناعة الضيافة في الأردن، ثم ناقش زملاءك في ما تتوصل إليه في الصف وبإشراف معلمك.
- ٢- ناقش مع أفراد مجموعتك أثر تطوّر النقل الجوي في قطاع صناعة الضيافة في الأردن، ثم اعرض ما تتوصل إليه على زملائك في الصف وبإشراف معلمك.



لا	نعم	أستطيع بعد دراسة هذه الوحدة أن:	الرقم
		أناقش نشأة صناعة الضيافة	١
		أوضح أهمية صناعة الضيافة	٢
		أعرّف المفاهيم الآتية:	٣
		• الإيواء	
		Lodging	
		• فنادق السلسلة	
		Chain Hotels	
		• الفنادق المستقلة	
		Independent Hotels	
		• المنتجعات	
		Resorts	
		• مطاعم الوجبات السريعة	
		Fast Food Companies	
		• السياحة البيئية	
		Ecotourism	
		أحدّد مكونات صناعة الضيافة	٤
		أنفهم الاتجاهات الحديثة الآتية:	٥
		• العولمة	
		Globalization	
		• الاندماج/الاتحاد	
		Consolidation	
		• التسويق التشاركي	
		Partnership Marketing	
		• التكنولوجيا	
		Technology	
		• رغبات الضيوف	
		Guest Preferences	
		• التسويق من خلال العلاقات	
		Relationship Marketing	
		• الوعي البيئي	
		Environmental Awareness	
		• التسويق المتخصص والعلامات التجارية	
		Niche Marketing and Branding	

الوحدة الثانية

الفنادق

Hotels

منهاجي
متعة التعليم المادف



• ما أهميّة توافر البنية التحتية المناسبة في تطوّر الفنادق؟

شهد العالم في القرن الحالي تطورًا كبيرًا في صناعة الضيافة حتى أصبحت تلعب دورًا مهمًا في التنمية السياحية لأي بلد، وقد شكّلت الفنادق ركناً أساسيًا في هذه الصناعة مما دفع بالكثير من البلدان إلى التركيز عليها وتشجيع الاستثمار فيها. وقد أصبحنا نشهد في هذه الأيام بناء فنادق ضخمة يصل عدد الغرف في بعضها إلى (٥٠٠٠) غرفة.

وبسبب هذا التوجه في دعم هذه الصناعة وتشجيعها محليًا وعالميًا، فقد أصبحت الفنادق تشكّل إحدى مستلزمات الحضارة الحديثة في أي بلد.

يتوقع منك بعد دراسة هذه الوحدة أن:

- تُعرّف الفندق.
- ترسم الهيكل التنظيمي للفندق.
- تعدّد أقسام الفندق.
- تميّز أنواع الفنادق وتصنيفاتها.
- تخطّط سمات الخدمة الفندقية.
- تصنّف مستويات الخدمة الفندقية.
- تحدّد الأقسام التشغيلية والأقسام المساندة.
- تخطّط هيكلًا تنظيميًا لفندق كبير الحجم.
- تخطّط هيكلًا تنظيميًا لفندق متوسط الحجم.
- تخطّط هيكلًا تنظيميًا لفندق صغير الحجم.
- تخطّط هيكلًا تنظيميًا لقسم الدوائر الأمامية في فندق كبير الحجم.
- تخطّط هيكلًا تنظيميًا لقسم الدوائر الأمامية في فندق متوسط الحجم.

تعريف الفندق Defining The Term, Hotel

أولاً

يمكن تعريف الفندق كما يأتي:

"مؤسسة تعمل على تقديم خدمات الإيواء بشكل أساسي للمجموعات والأفراد من المسافرين وغيرهم، إضافةً إلى تقديم بعض أو كلّ من الخدمات الآتية: خدمة الطعام والشراب، وخدمة الغرف والتدبير الفندقية، وخدمة الغسيل والكي، وجميع الخدمات والتسهيلات الأخرى، سواء العامة أو الخاصة مقابل أجر معين".

أمّا الموتيل (Motel)، فهو أحد أنواع الفنادق التي تقع في الغالب على الطرق الخارجية، ويقدم خدمات الإيواء والطعام والشراب بشكل رئيس للمسافرين على هذه الطرق، ويمتاز الموتيل ببنائه الأفقي حيث يتكوّن من طابقين على الأغلب، ومن الخدمات الأخرى التي يقدمها هذا النوع من الفنادق: خدمات التزوّد بالوقود، وخدمات التسوّق، إضافةً إلى خدمات تصليح السيارات، ومنطقة خاصة للعب الأطفال.

تعريف الفندق

نشاط (١-٢)

زُرْ ومجموعتك مكتبة المدرسة أو إحدى المكتبات الخاصة، وابحث عن تعريفات أخرى للفندق، وناقش زملاءك في مضامينها في الصف.

فكر

ماذا تعرف عن البنسيون؟

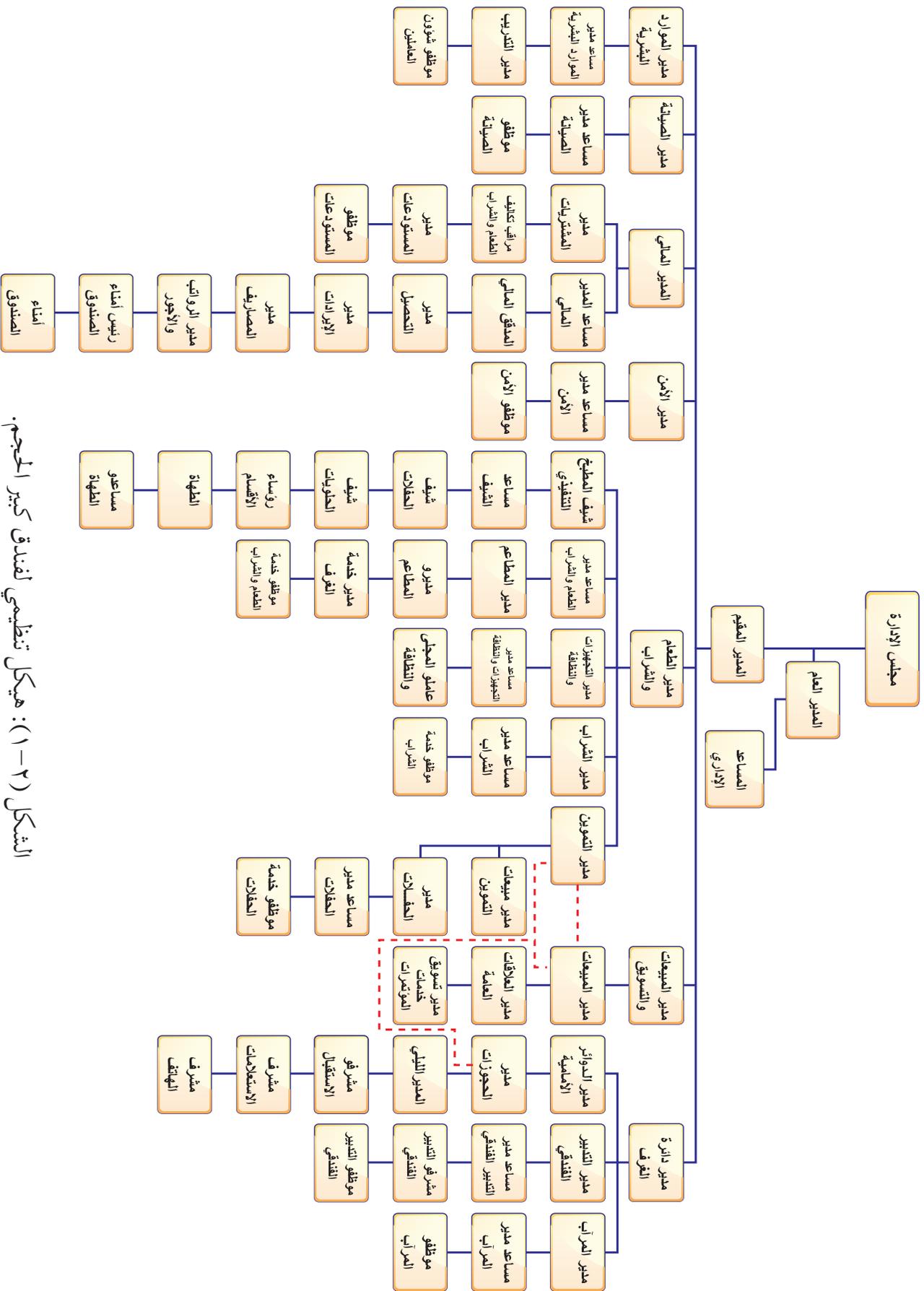
التنظيم في مفهومه الإداري يعني تجميع الموارد المادية والبشرية والخبرات الفنية وترتيبها بأفضل طريقة، بحيث تؤدي إلى تحقيق الأهداف المرسومة لأيّة منظمة بأقل وقت وجهد وكلفة.

لا يستطيع الفندق إنجاز أي عمل من الأعمال بشكل ناجح إلا من خلال تنظيم يتلاءم وطبيعة العمل المراد إنجازه، لذلك فقد تبين ضرورة تعريف الهيكل التنظيمي للفندق، ومعرفة العوامل التي قد تؤثر في إعداداه.

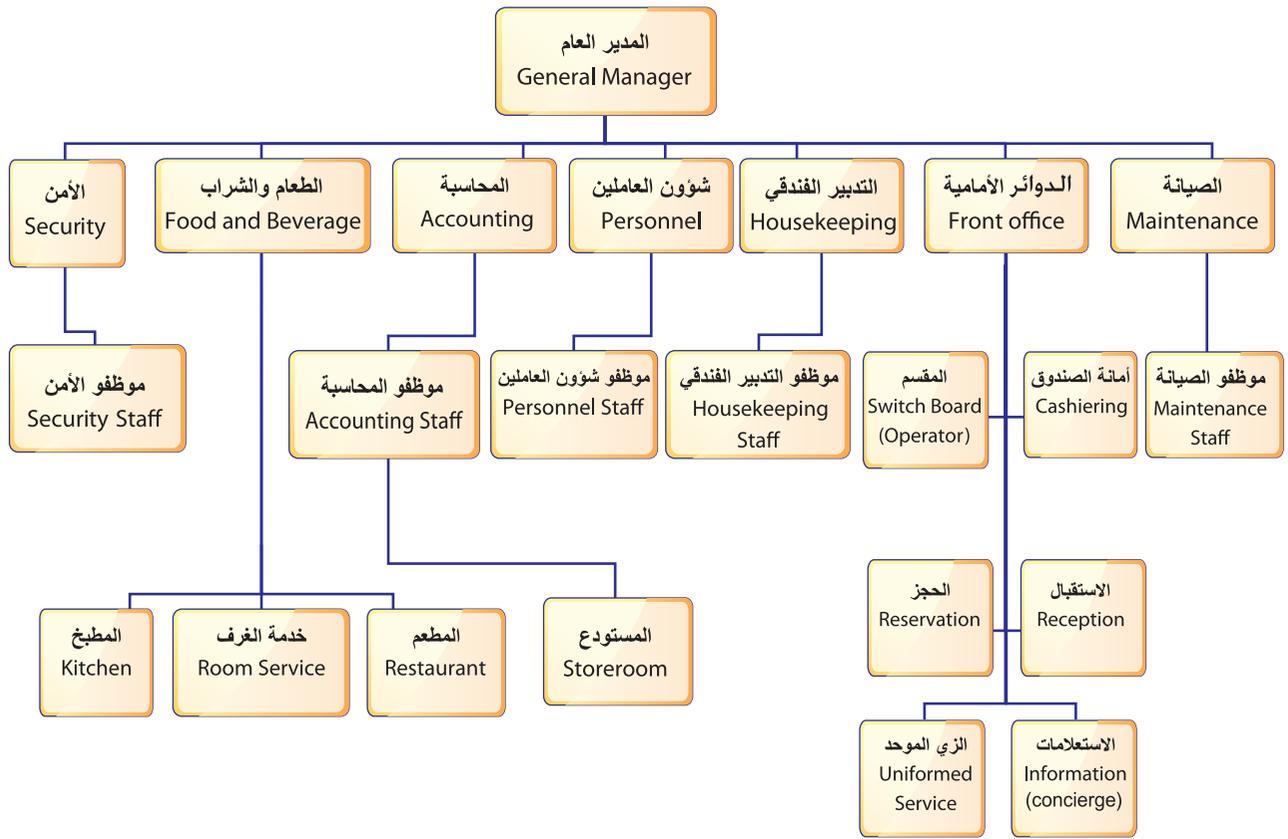
١- تعريف الهيكل التنظيمي

مخطط يبين موقع كلّ إدارة أو قسم في التنظيم الإداري للفندق، فيوضح الصلاحيات والمسؤوليات لكلّ إدارة، كما يوضح العلاقات الإدارية وطرق الاتصال بين الإدارات والأقسام والأفراد العاملين في الفندق.

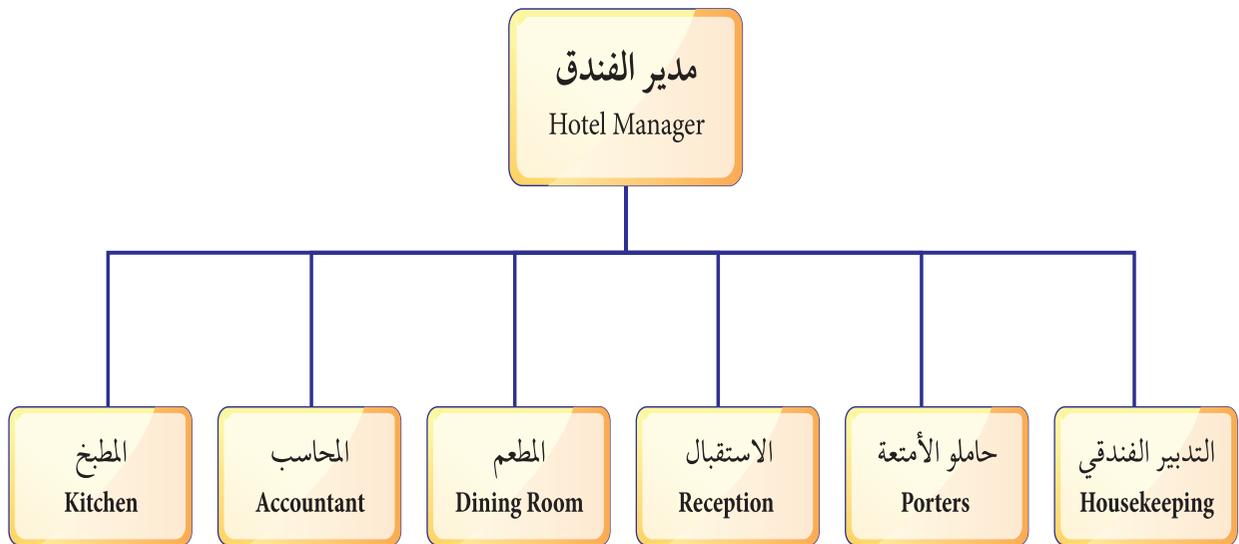
وفي ما يأتي عدد من الهياكل التنظيمية لفنادق مختلفة الأحجام ومتنوعة الخدمات بهدف إعطاء صورة واضحة عن الهياكل التنظيمية للفنادق، كما في الأشكال (٢-١) و (٢-٢) و (٢-٣).



الشكل (٢-١): هيكل تنظيمي لفندق كبير الحجم.



الشكل (٢-٢): هيكل تنظيمي لفندق متوسط الحجم.



الشكل (٣-٢): هيكل تنظيمي لفندق صغير الحجم.

٢- العوامل المؤثرة في إعداد الهيكل التنظيمي للفندق

من خلال الاطلاع على الهياكل التنظيمية السابقة نجد اختلافًا بين هيكل تنظيمي وآخر، لذلك فإنه عند إعداد أي هيكل تنظيمي لا بُدّ لنا من دراسة العوامل التي تؤثر في إعدادهِ. ويمكن تقسيم العوامل التي تؤثر في إعداد الهيكل التنظيمي للفندق كما يأتي:

أ - ملكية الفندق: أي معرفة ملكية الفندق، إذا كان تابعًا لإحدى شركات السلسلة أو فندقًا مستقلًا، أو حكوميًا، أو مختلطًا (ملكية مشتركة بين القطاعين العام والخاص).

ب- موقع الفندق وحجمه: يُقصد بموقع الفندق إذا كان ذلك الفندق موجودًا داخل المدن أو قرب المطارات أو قرب الأماكن السياحية، أما في ما يتعلق بحجم الفندق، فيُقصد به هل هو من الفنادق الكبيرة أم من الفنادق الصغيرة أم المتوسطة؟ ففي الفنادق الكبيرة تكون الخدمات عالية المستوى ومتكاملة، ومن ثمّ، فإننا نحتاج إلى إدارات وأيدي عاملة متخصصة ومدربة جيدًا لتقديم أفضل الخدمات، وعليه، فإنّ الهيكل التنظيمي سوف يكون أكبر ومختلفًا عمّا هو عليه في الفنادق الصغيرة والمتوسطة الحجم.

ج- نوعية الفندق ودرجة التصنيف: يُقصد بنوعية الفندق إذا كان فندقًا تجاريًا أو منتجعًا سياحيًا أو فنادق الترانزيت (المطارات)، أما بالنسبة لدرجة تصنيف الفندق، فإنّها تؤثر تأثيرًا كبيرًا في إعداد الهيكل التنظيمي من حيث عدد الأقسام والوظائف فيها، فنجد في فنادق (فئة الخمس نجوم) اختلافًا كبيرًا في الهيكل التنظيمي عن فنادق الثلاث نجوم أو النجمتين، ففي فنادق الخمس نجوم يكون الهيكل التنظيمي أكبر، ويشتمل على أقسام متعددة لتقديم الخدمات المتنوعة التي يجب أن تتناسب مع درجة الفندق وأسعار الخدمات المقدّمة، وهذا يتطلب زيادة في أقسام الفندق، وفي عدد الموظفين والإداريين، ممّا يجعل من الضروري وجود هيكل تنظيمي يوضّح خطوط السلطة، وقنوات الاتصال بين هذه المكاتب والأقسام.

د - رأس المال المستثمر: كلما كان الفندق أكبر وخدماته أشمل، كان رأس المال المستثمر كبيرًا ممّا يؤثر في إعداد الهيكل التنظيمي.

بلغت تكلفة بناء فندق الرويال في مدينة عمّان حوالي ١٩٠ مليون دينار.

إن دخول التكنولوجيا الحديثة إلى صناعة الفنادق قد يؤدي بدوره إلى تقليل الأيدي العاملة في بعض أقسام الفندق، ويؤدي إلى الاختلاف في الهيكل التنظيمي للفندق الذي يستخدم هذه التكنولوجيا عن الفندق الذي لا يستخدمها.

هـ - طبيعة النظام الاقتصادي: يؤثر النظام الاقتصادي المتبع في أي بلد في طبيعة العمل الفندقي، حيث إن بعض الدول تعتمد نظاماً اشتراكياً أو مقيداً أو مفتوحاً، وهذا بدوره يؤثر في أسلوب إدارة الفندق، ومن ثم في إعداد الهيكل التنظيمي.

و - التقدم والتطور التكنولوجي: تلعب التكنولوجيا دوراً مهماً في تحديد الهيكل التنظيمي للفندق، فكلما زاد تعقيد التكنولوجيا وازداد استخدامها في الفندق، زاد تعقيد الهيكل التنظيمي ومتطلباته، فعلى الرغم من اعتماد العمل الفندقي على العنصر البشري بالدرجة الأولى، إلا أن الفنادق أصبحت الآن تستخدم التكنولوجيا الحديثة في عملها وبرامجها الفندقية وفي تقديمها لكثير

من الخدمات والتسهيلات، مما طوّر هذه الصناعة وجعل العمل فيها أكثر دقة وسرعة في تقديم الخدمات وتنوعها، حيث يوجد الآن في الفنادق الكبيرة أنظمة حاسوب تربط بين أقسام الفندق، مما يؤثر في الهيكل التنظيمي للفندق ويؤثر في ترتيب وتنسيق العمل بين هذه الأقسام وهذا يتطلب كادراً من الموظفين المؤهلين لاستخدام هذه التكنولوجيا.

استخدامات الأنظمة التكنولوجية في الفنادق

نشاط (٢-٢)

زُرْ ومجموعتك أحد الفنادق الكبيرة وتعرّف الأنظمة التكنولوجية المستخدمة فيه، ثم اكتب تقريراً عن استخدام هذه الأنظمة لعرضه أمام زملائك في الصف.

العوامل المؤثرة في إعداد الهيكل التنظيمي للفندق

نشاط (٣-٢)

صُغْ ومجموعتك عدّة هياكل تنظيمية لفنادق مختلفة، ثم حدّد العوامل المؤثرة في إعداد كل هيكل تنظيمي، ثم ناقش زملاءك في ذلك بإشراف المعلم.

النتاج العملي

أن يقترح هيكلًا تنظيميًا لفندق كبير الحجم.

المعلومات النظرية

تقوم إدارة الفندق بعمل هيكل تنظيمي لها يوضح الصلاحيات والمسؤوليات لكل إدارة، كما يوضح العلاقات الإدارية وطرق الاتصال بين الإدارات والأقسام والأفراد العاملين في الفندق. بما يحقق الأهداف المرسومة.

تبدأ الخريطة التنظيمية عادةً من قمة الهرم الإداري في الفندق ويمثلها المدير العام، ثم تبدأ بالتدرج إلى أسفل لتحديد الأقسام جميعها ووظائفها ومسؤولياتها وطرق الاتصال بينها.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي، مختبر الحاسوب.
- قرطاسية (أقلام رصاص و حبر، أوراق A4، ممحاة، مسطرة....).
- جهاز حاسوب مع طابعة، (مواقع على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) يتوافر فيها مخطط هيكل تنظيمي لفندق كبير الحجم).
- كلمات مفتاحية للدخول إلى الشبكة العنكبوتية.
- توفير مخططات تنظيمية لفنادق مصنفة وغير مصنفة.

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.

خطوات تنفيذ التمرين

- جهّز الأدوات الكتابية اللازمة للعمل والرسم.
- حضّر نماذج ومخطّطات تنظيمية من المراجع المتوافرة.
- اطلع على النماذج والمخطّطات وادرسها جيداً.
- ارسم الهيكل التنظيمي باستخدام قلم الرصاص وبالاستعانة بالمسطرة والممحاة، بحيث يكون هذا الرسم مبدئياً، لإمكانية التعديل عند الحاجة، مع مراعاة تحديد ما يأتي:
 - الإدارات في الفندق.
 - الأقسام في الفندق.
 - العلاقة بين الإدارات وأقسام الفندق.
- ارسم هيكلًا تنظيميًا يدويًا بقلم حبر مستعينًا بالمسطرة.
- ارسم هيكلًا تنظيميًا إلكترونيًا بوساطة برنامج (Word).
- اطبع الهيكل التنظيمي عن طريق الطباعة.
- اعرض المخطّط على معلمك وزملائك لمناقشته.
- صوّر نسخًا من المخطّط، ثم وزّعه على زملائك.
- احفظ المخطّط في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

صمّم هيكلًا تنظيميًا لفندق كبير الحجم تبين فيه الإدارات والأقسام التابعة له، مستعينًا بالنماذج والمخطّطات التنظيمية المتوافرة في المختبر العملي.

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

النتاج العملي

أن يكمل هيكلًا تنظيميًا لفندق متوسط الحجم.

المعلومات النظرية

تقوم إدارة الفندق بعمل هيكل تنظيمي لها يوضح الصلاحيات والمسؤوليات لكل إدارة، كما يوضح العلاقات الإدارية وطرق الاتصال بين الإدارات والأقسام والأفراد العاملين في الفندق. بما يحقق الأهداف المرسومة.

تبدأ الخريطة التنظيمية عادةً من قمة الهرم الإداري في الفندق ويمثلها المدير العام، ثم تبدأ بالتدرج إلى أسفل لتحديد الأقسام جميعها ووظائفها ومسؤولياتها وطرق الاتصال بينها.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي، مختبر الحاسوب.
- قرطاسية (أقلام رصاص و حبر، أوراق A4، ممحاة، مسطرة....).
- جهاز حاسوب مع طابعة، (مواقع على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) يتوافر فيها مخطّط هيكل تنظيمي لفندق متوسط الحجم).
- كلمات مفتاحية للدخول إلى الشبكة العنكبوتية.
- توفير مخطّطات تنظيمية لفنادق مصنّفة وغير مصنّفة.

إرشادات عامة

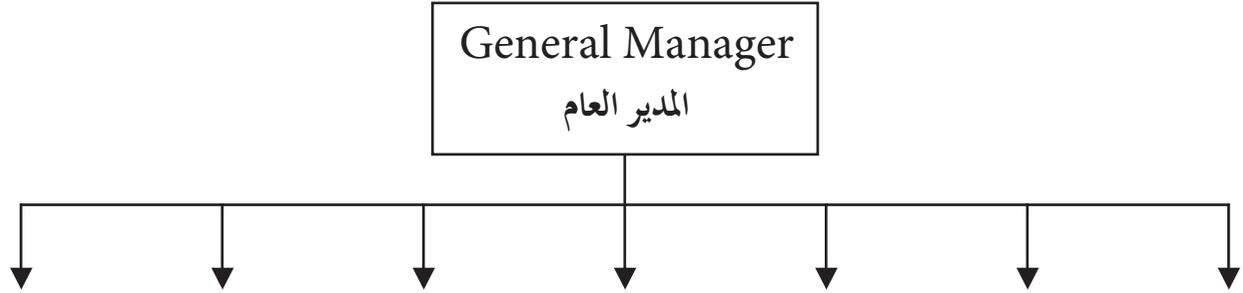
- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخصّ تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.

خطوات تنفيذ التمرين

- جهّز الأدوات الكتابية اللازمة للعمل والرسم.
- حضّر نماذج ومخطّطات تنظيمية من المراجع المتوافرة.
- اطلع على النماذج والمخطّطات وادرسها جيداً.
- ارسم الهيكل التنظيمي باستخدام قلم الرصاص وبالاستعانة بالمسطرة والممحاة، بحيث يكون هذا الرسم مبدئياً، لإمكانية التعديل عند الحاجة، مع مراعاة تحديد ما يأتي:
 - الإدارات في الفندق.
 - الأقسام في الفندق.
 - العلاقة بين الإدارات وأقسام الفندق.
- ارسم هيكلًا تنظيميًا يدويًا بقلم حبر مستعينًا بالمسطرة.
- ارسم هيكلًا تنظيميًا إلكترونيًا بوساطة برنامج (Word).
- اطبع الهيكل التنظيمي عن طريق الطباعة.
- اعرض المخطّط على معلمك وزملائك لمناقشته.
- صوّر نسخًا من المخطّط، ثم وزّعه على زملائك.
- احفظ المخطّط في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

أكمل الهيكل التنظيمي لفندق متوسط الحجم تبين فيه الإدارات والأقسام التابعة له، مستعيناً بالنماذج والمخططات التنظيمية المتوافرة في المختبر العملي.



معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- دقة الإنجاز وسرعته.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.

النتاج العملي

أن يُعدّل هيكلًا تنظيميًا لفندق صغير الحجم.

المعلومات النظرية

تقوم إدارة الفندق بعمل هيكل تنظيمي لها يوضح الصلاحيات والمسؤوليات لكل إدارة، كما يوضح العلاقات الإدارية وطرق الاتصال بين الإدارات والأقسام والأفراد العاملين في الفندق بما يحقق الأهداف المرسومة.

تبدأ الخريطة التنظيمية عادةً من قمة الهرم الإداري في الفندق ويمثلها المدير العام، ثم تبدأ بالتدرج إلى أسفل لتحديد الأقسام جميعها ووظائفها ومسؤولياتها وطرق الاتصال بينها.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي، مختبر الحاسوب.
- قرطاسية (أقلام رصاص و حبر، أوراق A4، ممحاة، مسطرة....).
- جهاز حاسوب مع طابعة، (مواقع على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) يتوافر فيها مخطط هيكل تنظيمي لفندق صغير الحجم).
- كلمات مفتاحية للدخول إلى الشبكة العنكبوتية.
- توفير مخططات تنظيمية لفنادق مصنفة وغير مصنفة.

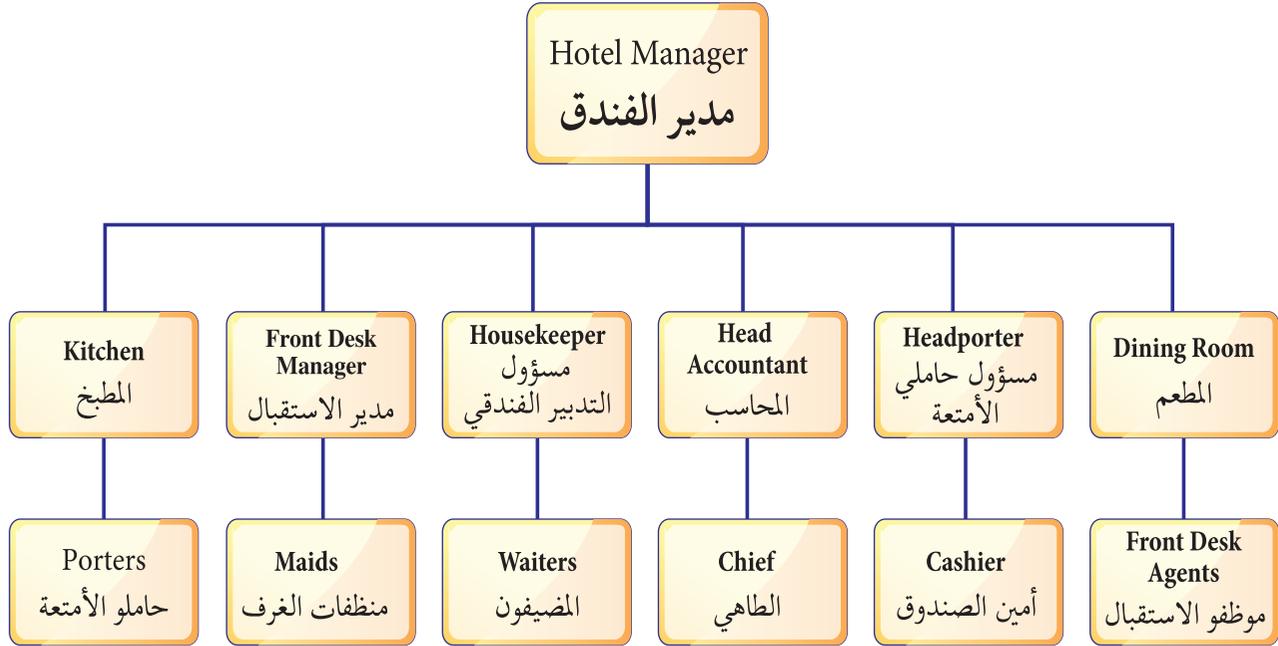
إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.

- جهّز الأدوات الكتابية اللازمة للعمل والرسم.
- حضّر نماذج ومخطّطات تنظيمية من المراجع المتوافرة.
- اطلّع على النماذج والمخطّطات وادرسها جيّدًا.
- ارسم الهيكل التنظيمي باستخدام قلم الرصاص وبالاستعانة بالمسطرة والممحاة، بحيث يكون هذا الرسم مبدئيًّا، لإمكانية التعديل عند الحاجة، مع مراعاة تحديد ما يلي:
 - الإدارات في الفندق.
 - الأقسام في الفندق.
 - العلاقة بين الإدارات وأقسام الفندق.
- ارسم هيكلًا تنظيميًّا يدويًّا بقلم حبر مستعينًا بالمسطرة.
- ارسم هيكلًا تنظيميًّا إلكترونيًّا بوساطة برنامج (Word).
- اطبع الهيكل التنظيمي عن طريق الطابعة.
- اعرض المخطّط على معلمك وزملائك لمناقشته.
- صوّر نسخًا من المخطّط، ثم وزّعه على زملائك.
- احفظ هذا المخطّط في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

عدّل الهيكل التنظيمي لفندق صغير الحجم حسب التقسيمات الإدارية الصحيحة، مستعيناً بالمخططات التنظيمية المتوافرة في المختبر العملي.



معايير التقييم

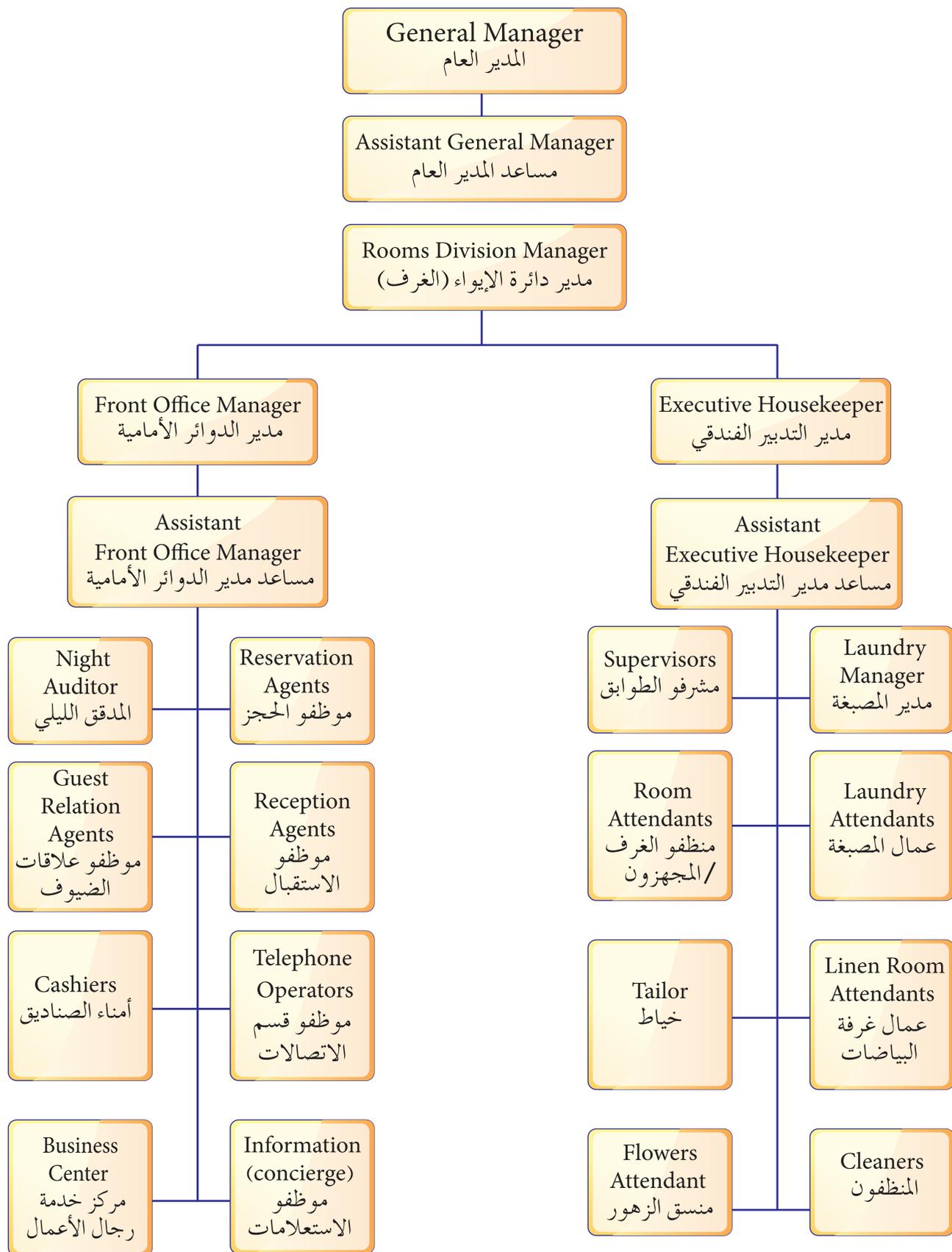
- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

يتكوّن الفندق من الآتي:

- | | |
|---------------------------------------|----------------------------|
| Rooms Division. | ١- دائرة الغرف |
| Food & Beverage Department. | ٢- دائرة الطعام والشراب |
| Marketing and Sales Department. | ٣- دائرة التسويق والمبيعات |
| Accounting Department. | ٤- دائرة المحاسبة |
| Engineering & Maintenance Department. | ٥- دائرة الهندسة والصيانة |
| Human Resources Department. | ٦- دائرة الموارد البشرية |
| Security & Safety Department. | ٧- دائرة الأمن والسلامة |

١- دائرة الإيواء (الغرف) Rooms Division

تُقدّم هذه الدائرة كلّ ما يتعلّق بخدمات الإيواء للضيوف بما يتماشى مع حاجات الضيوف ورغباتهم، وتبرز أهمية هذه الدائرة في أنّها تمثّل المنتج الرئيس للفندق وهو الغرف، كما أنّها تقدّم خدماتها للضيوف قبل وأثناء وبعد إقامتهم في الفندق. وتتألف هذه الدائرة من قسمين رئيسيين كما هو موضّح في الشكل (٢-٤).



الشكل (٢-٤): الهيكل التنظيمي لدائرة الغرف.

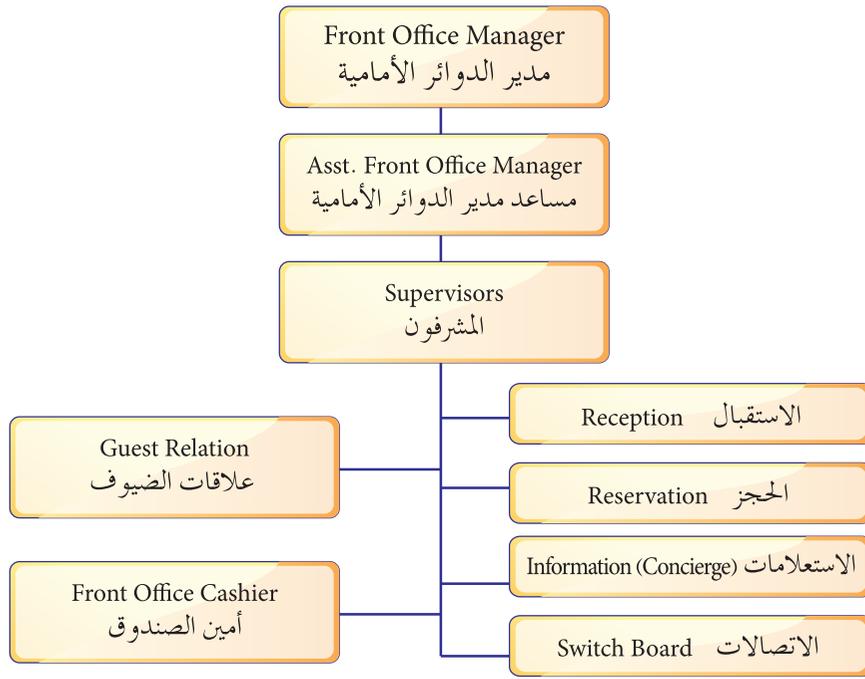
أ- الدوائر الأمامية Front Office: تُعدّ الدوائر (المكاتب) الأمامية واجهة الفندق كونها أول وآخر من يتصل مع ضيوف الفندق، لذلك فإنّ أغلب الفنادق تهتم بهذه المكاتب من ناحية الديكور والتصميم وعملية اختيار العاملين وتدريبهم بشكل مستمر لاتصالهم المباشر مع الضيوف. وتتكوّن الدوائر الأمامية من مجموعة من الأقسام الفرعية، التي تهتم بتقديم خدمات الحجز واستقبال الضيوف وإجراء عمليات الإقامة، إضافةً إلى خدمات الاتصالات والمحافظة على ممتلكات الضيوف الثمينة، كما أنّها تُعدّ مركزاً يزوّد الضيوف بما يحتاجون إليه من معلومات تتعلق بالفندق وخدماته أو عن المناطق السياحية، أو المراكز التجارية،... إلخ. ومن هنا تلعب الدوائر الأمامية دوراً مهماً وحيوياً في كسب رضا الضيوف أو عكس ذلك، بحيث يعكس الانطباع الأول عن الفندق عند الضيف، والذي غالباً ما يؤثر في الانطباع الأخير لديه.

تُقسم الدوائر الأمامية إلى عدة أقسام فرعية، هي:

Reservation	١. الحجز
Reception	٢. الاستقبال
Information / Concierge	٣. الاستعلامات
Switch Board/ Operator	٤. الاتصالات/ الهاتف
Front Office Cashier	٥. أمين الصندوق
Guest Relation	٦. علاقات الضيوف

سوف يتمّ استعراض هذه الأقسام بالتفصيل في المستويات اللاحقة، بحيث تُوضّح أهمية كلّ قسم على حدة، كما سيتمّ استعراض مهام ومسؤوليات كلّ قسم، ومدى علاقة كلّ قسم بالآخر.

ويوضّح الشكل (٢-٥) الهيكل التنظيمي لقسم الدوائر الأمامية.



الشكل (٢-٥): مخطط يوضح الهيكل التنظيمي للدوائر الأمامية.

ب- التدبير الفندقى Housekeeping Department: يُعدّ قسم التدبير الفندقى أحد الأقسام

غير المنتجة؛ أي أنه لا يُحقّق إيراداً مالياً مباشراً للفندق، لكن أهميته لا تقل عن الأقسام المنتجة داخل الفندق؛ وذلك بسبب ارتباطه المباشر مع منتج الفندق الرئيس المتمثل بالغرف.

إنّ حدوث أي خلل في عمل هذا القسم سوف ينعكس بدوره على جميع الخدمات داخل الفندق.

تتميز طبيعة العمل في قسم التدبير الفندقى بالدقة والأهمية بسبب الاستمرارية في تقديم

الخدمة على مدار الساعة، ومن أهم أعمال قسم التدبير الفندقى ما يأتي:

- ١ . تنظيف غرف الضيوف وترتيبها.
- ٢ . تنظيف الأماكن العامة داخل الفندق؛ كالقاعات والصالات، والممرات،... إلخ.
- ٣ . تنظيف مكاتب الإدارة والموظفين في الفندق.
- ٤ . التنسيق مع قسم الصيانة للمحافظة على أثاث الفندق وممتلكاته.
- ٥ . المشاركة في اختيار الديكور والأثاث المناسب لمرافق الفندق.
- ٦ . التنسيق مع الأقسام ذات العلاقة المباشرة، مثل الدوائر الأمامية وقسمي الصيانة والأمن.
- ٧ . الاهتمام بتدريب العاملين من خلال التنسيق مع دائرة الموارد البشرية.
- ٨ . فحص عينات الأقمشة واختيار مواد التنظيف المستخدمة.

٩ . إعداد التقارير المتعلقة بحالة الغرف اليومية.

١٠ . الاحتفاظ بأية ممتلكات يمكن أن ينساها الضيف أو يفقدها في مرافق الفندق المختلفة، وإعداد السجلات الخاصة بذلك لحين المطالبة بها من قبل الضيف أو التصرف بها حسب سياسة إدارة الفندق.

مهام الأقسام الفرعية التابعة لقسم التدبير الفندقي

نشاط (٤-٢)

زُر ومجموعتك أحد فنادق الدرجة الأولى وتعرّف مهام كل من الأقسام الفرعية التابعة لقسم التدبير الفندقي، ثم اكتب تقريراً عن ذلك وناقش زملاءك فيه في الصف.

٢- دائرة الطعام والشراب Food and Beverage Department

تُعدّ دائرة الطعام والشراب إحدى الدوائر المنتجة في الفندق التي تُحقّق إيرادات مهمة بالنسبة لعمل الفندق، من خلال بيع الطعام والشراب للضيوف المقيمين وغير المقيمين فيه، وتُعدّ هذه الدائرة عامل جذب رئيس لزوار الفندق من خلال تقديم الخدمات المكملة لخدمة الإيواء، وتقوم دائرة الطعام والشراب بعدة أعمال تتضمن إنتاج وخدمة الطعام والشراب، وتتكوّن دائرة الطعام والشراب من عدة أقسام، هي:

تُساهم دائرة الطعام والشراب في خدمة المجتمع من خلال تقديم خدمات الاجتماعات، والمؤتمرات، والحفلات بأنواعها.

- | | |
|----------------------------|-------------------------------|
| Food Production (Kitchen) | أ - قسم إنتاج الطعام (المطبخ) |
| Food Service (Restaurants) | ب- قسم خدمة الطعام (المطاعم) |
| Beverage Service | ج- قسم خدمة المشروبات |
| Room Service | د - قسم خدمة الغرف |
| Banqueting Service | هـ - قسم خدمة الحفلات |

بالتعاون مع أفراد مجموعتك، اكتب تقريراً عن طبيعة عمل أقسام دائرة الطعام والشراب في الفندق، ثم عرضه على زملائك في الصف.

٣- دائرة التسويق والمبيعات Marketing and Sales Department

تبدأ مسؤولية هذه الإدارة من القيام بعمليات دراسة الأسواق ووضع الاستراتيجيات التسويقية، والخطط الإعلانية والدعائية، إضافةً إلى عمليات البيع المباشر وغير المباشر لغرف الفندق وقاعات الحفلات والمؤتمرات فيه، كذلك تضع هذه الدائرة الأسس والمعايير لمراقبة الخطط التسويقية ومتابعة تنفيذها، والاتصال مع الشركات السياحية ووكلاء السياحة والسفر لعمل الحجوزات للأفواج السياحية، إضافةً إلى تطوير برنامج متكامل للعلاقات العامة.

ومن الأقسام التابعة لهذه الدائرة ما يأتي:

Sales Department	أ - قسم المبيعات
Telemarketing	ب- قسم الاتصالات التسويقية
Market Research	ج- قسم بحوث التسويق
Advertising & Public Relation	د - قسم الإعلان والعلاقات العامة
Convention Services	هـ - قسم تسويق خدمات المؤتمرات والاجتماعات

٤- دائرة المحاسبة Accounting Department

يرأس دائرة المحاسبة المدير أو المراقب المالي (Financial Controller)، وتحتوي هذه الدائرة على مجموعة من الأقسام الفرعية الآتية:

Accounts Receivable	أ - قسم حساب المقبوضات (الإيرادات)
Accounts Payable	ب - قسم حساب المدفوعات (المصروفات)
Head Cashiers Office	ج - قسم أمناء الصناديق
Purchasing Department	د - قسم المشتريات
Storeroom Department	هـ - قسم اللوازم والمستودعات
Auditing Department	و - قسم التدقيق
Budgeting Department	ز - قسم إعداد الميزانيات

تتم العمليات المحاسبية من خلال برامج وأنظمة حاسوب خاصة، وشبكة الحواسيب المرتبطة فيما بينها؛ مما يسهل عمليات استلام النقد، ودفع المصاريف، واستبدال العملات الأجنبية، وعمليات الشراء واستلامها، ومراقبة المخزون، وإعداد التقارير والميزانيات بسرعة ودقة وكفاءة.

الإيرادات والمصروفات

نشاط (٦-٢)

من خلال زيارتك لمكتبة المدرسة، راجع كتاب مبادئ المحاسبة لمعرفة المقصود بالإيرادات والمصروفات، ثم اعرض ما تتوصل إليه على زملائك في الصف.

٥- دائرة الهندسة والصيانة Engineering & Maintenance Department

تضم هذه الدائرة مجموعة من مهندسي الميكانيك والكهرباء والتدفئة، إضافةً إلى الفنيين المهرة والعاملين، وذلك حسب حجم الفندق وطبيعة الخدمات المقدمة فيه، وتعدّد الأنظمة المستخدمة في الفندق، ويكون هذا القسم مسؤولاً عن صيانة المباني والمعدات والأجهزة الكهربائية والميكانيكية في الفندق، وعمليات التشغيل للأجهزة والمعدات الخاصة بالتبريد والتكييف، وإجراء الصيانة الوقائية والعلاجية والدورية، إضافةً إلى الإشراف على معدات الأمن والسلامة العامة في الفندق وتشغيلها.

لا تؤدي كل الأعمال الخاصة بالصيانة والهندسة من قبل موظفي قسم الصيانة في الفندق، بل يوجد بعض الأعمال والمشاريع تتطلب تعاقدًا خارجيًا مع شركات صيانة متخصصة لإجرائها، مثل: صيانة طفايات الحريق وتعبئتها، وتنظيف مبنى الفندق من الخارج.

أعمال قسم الصيانة

نشاط (٧-٢)

زُر ومجموعتك مكتبة المدرسة أو إحدى المكتبات الخاصة، ثم اكتب تقريرًا عن أعمال قسم الصيانة، بالرجوع إلى كتاب علم إدارة الفنادق للدكتور ماهر عبد العزيز توفيق، ٢٠٠٧، ثم اعرض تقريرك على زملائك في الصف، وتحت إشراف معلمك.

٦ - دائرة الموارد البشرية Human Resources Department

تُعدّ هذه الدائرة إحدى الدوائر المساندة في الفنادق بسبب عدم وجود اتصال مباشر فيما بينها وبين ضيوف ونزلاء الفندق، وتكون مسؤوليتها تعيين الموظفين الجدد، ووضع البرامج التدريبية للموظفين، وإعداد ملفات الموظفين وحفظها، والعمل بإجراءات الترقية والتحفيز وعلاوات الموظفين وإجازاتهم، وتطبيق القوانين الخاضعة لقانون الدولة المقام فيها الفندق والمتعلقة بقانون العمل وقانون النقابات العمالية.

٧ - دائرة الأمن والسلامة Security & Safety Department

من الأمور التي ينصب اهتمام الضيوف عليها تلك التي تتعلق بمعايير الأمن والسلامة في الفندق، لذلك يتم التركيز على توفير أعلى معايير الأمن والسلامة من قبل إدارة الفندق لجذب أكبر عدد ممكن من الضيوف، ومن أهم المسؤوليات الملقاة على عاتق هذه الدائرة الحفاظ على أمن وسلامة زوار وضيوف الفندق وممتلكاتهم، وأمن وسلامة الموظفين، بالإضافة إلى الحفاظ على ممتلكات الفندق نفسه من حيث سلامة النقد، ومراقبة مخازن الفندق وموجوداته، ومراقبة مواقف السيارات، وجميع أبواب الفندق، خصوصًا في أثناء الليل، وتتم عملية تعيين موظفي قسم الأمن في الفندق ممن لديهم خبرات سابقة في الأجهزة الأمنية وحماية الشخصيات، أو من خلال التعاقد مع شركات الأمن والحماية الخاصة.

النتائج العملية

أن يقترح هيكلًا تنظيميًا لقسم الدوائر الأمامية في فندق كبير الحجم.

المعلومات النظرية

تقوم إدارة الفندق بعمل هيكل تنظيمي لها يوضح الصلاحيات والمسؤوليات لكل إدارة، كما يوضح العلاقات الإدارية وطرق الاتصال بين الإدارات والأقسام والأفراد العاملين في الفندق. بما يحقق الأهداف المرسومة.

تبدأ الخريطة التنظيمية عادةً من قمة الهرم الإداري في الفندق ويمثلها المدير العام، ثم تبدأ بالتدرج إلى أسفل لتحديد الأقسام جميعها ووظائفها ومسؤولياتها وطرق الاتصال بينها.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي، مختبر الحاسوب.
- قرطاسية (أقلام رصاص و حبر، أوراق A4، ممحاة، مسطرة....).
- جهاز حاسوب مع طابعة.
- كلمات مفتاحية للدخول إلى الشبكة العنكبوتية.
- توفير مخططات تنظيمية لقسم الدوائر الأمامية.

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.

خطوات تنفيذ التمرين

- جهّز الأدوات الكتابية اللازمة للعمل والرسم.
- حضر نماذج ومخططات تنظيمية من المراجع المتوفرة.
- اطلع على هذه النماذج والمخططات وادرسها جيداً.
- ارسم الهيكل التنظيمي باستخدام قلم الرصاص وبالاستعانة بالمسطرة والممحاة، بحيث يكون هذا الرسم مبدئيًا، لإمكانية التعديل عند الحاجة، مع مراعاة تحديد ما يأتي:
 - مواقع أقسام الدوائر الأمامية.
 - العلاقة بين أقسام الدوائر الأمامية.
- ارسم هيكلًا تنظيميًا إلكترونيًا بوساطة برنامج (Word).
- اطبع الهيكل التنظيمي عن طريق الطباعة.
- اعرض المخطّط على معلمك وزملائك لمناقشته.
- صوّر نسخًا من المخطّط، ثم وزّعه على زملائك.
- احفظ المخطّط في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

صمّم هيكلًا تنظيميًا لقسم الدوائر الأمامية في فندق كبير الحجم، يتضمن الأقسام الفرعية فيه.

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- دقة الإنجاز وسرعته.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.

النتاج العملي

أن يكمل هيكلًا تنظيميًا لقسم الدوائر الأمامية في فندق متوسط الحجم

المعلومات النظرية

تقوم إدارة الفندق بعمل هيكل تنظيمي لها يوضح الصلاحيات والمسؤوليات لكل إدارة، كما يوضح العلاقات الإدارية وطرق الاتصال بين الإدارات والأقسام والأفراد العاملين في الفندق. بما يحقق الأهداف المرسومة.

تبدأ الخريطة التنظيمية عادةً من قمة الهرم الإداري في الفندق ويمثلها المدير العام، ثم تبدأ بالتدرج إلى أسفل لتحديد الأقسام جميعها ووظائفها ومسؤولياتها وطرق الاتصال بينها.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي، مختبر الحاسوب.
- قرطاسية (أقلام رصاص و حبر، أوراق A4، ممحاة، مسطرة....).
- جهاز حاسوب مع طابعة.
- كلمات مفتاحية للدخول إلى الشبكة العنكبوتية.
- توفير مخططات تنظيمية لقسم الدوائر الأمامية.

إرشادات عامة

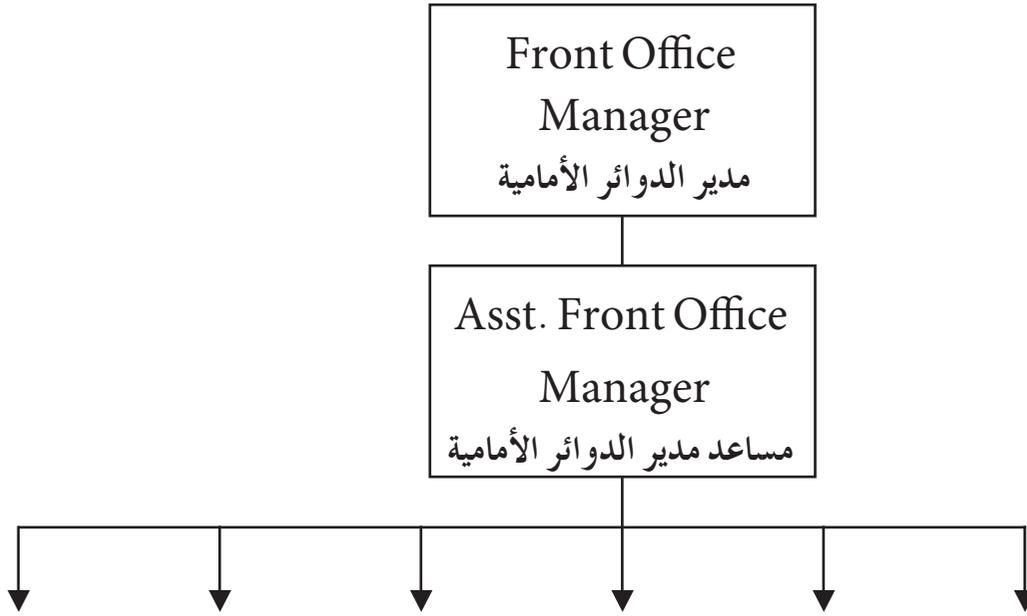
- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.

خطوات تنفيذ التمرين

- جهّز الأدوات الكتابية اللازمة للعمل والرسم.
- حضّر نماذج ومخطّطات تنظيمية من المراجع المتوفرة.
- اطّلع على هذه النماذج والمخطّطات وادرسها جيّدًا.
- ارسم الهيكل التنظيمي باستخدام قلم الرصاص وبالاستعانة بالمسطرة والممحاة، بحيث يكون هذا الرسم مبدئيًا، لإمكانية التعديل عند الحاجة، مع مراعاة تحديد ما يأتي:
 - مواقع أقسام الدوائر الأمامية.
 - العلاقة بين أقسام الدوائر الأمامية.
- ارسم هيكلًا تنظيميًا إلكترونيًا بوساطة برنامج (Word).
- اطبع الهيكل التنظيمي عن طريق الطباعة.
- اعرض المخطّط على معلمك وزملائك لمناقشته.
- صور نسخًا من المخطّط ثم وزّعه على زملائك.
- احفظ المخطّط في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

أكمل الهيكل التنظيمي الآتي، بالأقسام الفرعية التابعة لقسم الدوائر الأمامية:



معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- دقة الإنجاز وسرعته.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.

تصنيف الفنادق وأنواعها Classifying And Hotel Types

رابعاً

تتعدد أنواع المؤسسات وأشكالها، التي تُعنى بتقديم الخدمات ضمن قطاع الفنادق، ولهذا لا بُدّ من استعراض أهم الأسس في تصنيف الفنادق لتحديد أنواع هذه الفنادق، وطبيعة الخدمات المقدمة في كلّ نوع منها، مع الأخذ بعين الاعتبار أنّ بعض هذه الفنادق يمكن أن تقع أو تتناسب مع أكثر من نوع أو تصنيف، كما أنّ أنواع الفنادق وتصنيفاتها تنعكس بشكل واضح على أسلوب العمل المتبع في الدوائر الأمامية، وعلى حجم وعدد موظفي الدوائر الأمامية، ونوع الأنظمة اليدوية أو التكنولوجية المستخدمة وطبيعة الواجبات المنوطة فيها.

وبشكل عام، يمكن تصنيف الفنادق كما يأتي:

١- التصنيف حسب الحجم Size

من الطرق الشائعة في تصنيف الفنادق أن يتم تصنيفها حسب عدد غرف الضيوف المتوفرة في الفندق، ووفق هذه الطريقة توضع الفنادق ضمن أربعة أحجام كما يأتي:

أ - أقل من ١٥٠ غرفة (فنادق صغيرة).

ب- من ١٥٠ - ٢٩٩ غرفة (فنادق متوسطة).

ج- من ٣٠٠ - ٦٠٠ غرفة (فنادق كبيرة).

د - أكثر من ٦٠٠ غرفة (فنادق كبيرة جداً).

يمكن التقسيم حسب الحجم الفنادق ذات الأحجام المتشابهة من مقارنة إجراءاتها التشغيلية، ونتائجها الإحصائية، مما يُشكّل حافزاً لديها لتطوير خدماتها المقدمة لضيوفها وتحسينها.

تصنيف الفنادق في الأردن

نشاط (٢-٨)

ارجع إلى موقع وزارة السياحة والآثار الأردنية www.tourism.jo وتعرّف أسس تصنيف الفنادق في الأردن، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الغرفة الصفية.

٢- التصنيف حسب الأسواق المستهدفة Target Markets

يتمّ تحديد الأسواق المستهدفة من خلال عمليات البحث ودراسة الأسواق، ووضع الاستراتيجيات التسويقية من قبل إدارة الفندق التي يجب أن تطرح على نفسها سؤاليين مهمين قبل البدء في هذه الدراسات، وهما:

– من الضيوف الذين يقيمون في الفندق الآن؟

– من الشريحة التي يمكن اجتذابها لتصبح من ضيوف الفندق؟

إنّ أحد أهم الاتجاهات الحديثة في قطاع الضيافة هو محاولة تقسيم الأسواق الكبيرة إلى أسواق أصغر، وهو ما يُطلق عليه

تجزئة أو تقسيم السوق (Market Segmentation). وبهذه العملية تتمكن الفنادق من معرفة حاجات ورغبات كل شريحة على حدة، ومن ثمّ، تقديم وتطوير الخدمات والمنتجات المقدّمة لها. وقد اعتمدت هذه الطريقة في تقسيم الأسواق من قبل شركات السلسلة الفندقية بشكل واضح، مما جعلها تقدّم عدة أنواع من المؤسسات الفندقية، بحيث يقوم كلّ نوع منها بالتوجه في خدماته ومنتجاته إلى شريحة واحدة، وذلك لضمان تلبية رغباتهم، واستقطاب أكبر عدد منهم.

إنّ أكثر أنواع الفنادق شيوعاً التي تقع ضمن هذا التصنيف، هي:

أ- الفنادق التجارية (المدن) Commercial Hotels: تقام هذه الفنادق في المدن الكبيرة قرب المراكز التجارية، وتُقدّم خدماتها للمسافرين، ورجال الأعمال، والسياح، سواء أكانوا أفراداً أم مجموعات. وتتميز هذه الفنادق بتقديم مجموعة كبيرة من الخدمات لضيوفها، أهمها: غرف النوم، والمطاعم، وقاعات الاجتماعات والمؤتمرات والحفلات، وخدمة الغرف على مدار الساعة، وخدمات المصبغة، وبرك السباحة، وملاعب التنس، والنوادي الصحية، ومراكز الأعمال، وخدمات استئجار السيارات السياحية، ومراكز التسوّق.

يُعرّف السوق المستهدف

أنّه: مجموعة من الناس التي يرغب الفندق في الاحتفاظ بهم أو استقطابهم ليصبحوا ضيوفاً لديه.

زُرْ ومجموعتك أحد الفنادق التجارية، ثم اكتب تقريرًا بالخدمات الأساسية والإضافية المقدمة فيه، لعرضه على زملائك في الغرفة الصفية.

ب- **فنادق المطارات Airport Hotels**: تقع هذه الفنادق بالقرب من المطارات، ومعظم ضيوفها من مسافري الترانزيت وطواقم الطائرات والمسافرين الذين أُجِّلَتْ رحلاتهم أو أُغِيَتْ لأسباب معينة، وتتوافر في هذه الفنادق الخدمات المتكاملة من مطاعم متنوعة وخدمة الغرف على مدار الساعة، وخدمات المصبغة، والنادي الصحي، ومركز رجال الأعمال، وغيرها من الخدمات الأخرى.

ج- **الأجنحة الفندقية Suite Hotels**: يقدّم هذا النوع من الفنادق غرفاً للنوم منفصلة عن غرف الجلوس، بالإضافة إلى تزويد الغرفة بمطبخ صغير (Kitchenette)، وثلاجة صغيرة. تقدّم بعض هذه الفنادق خدمات الإفطار والوجبات الخفيفة، كالمعجنات، وتقدّم المشروبات الخفيفة، كالمشروبات الغازية، والعصائر، والشاي كضيافة في المساء. وتمتاز هذه الفنادق بالجو الهادئ والخصوصية والراحة، ولذلك فإنّ ضيوف هذا الفندق عادةً ما يكونون من طبقة المديرين التنفيذيين، والمحامين والمحاسبين.

د- **المنتجعات Resorts**: توجد هذه المنتجعات في الأماكن الطبيعية الجميلة (الجبال، والجزر، والشواطئ، والغابات) حيث يلجأ إليها الضيوف لقضاء إجازاتهم بعيداً عن ازدحام الأماكن المأهولة بالسكان، وطلباً للاستجمام والراحة والهدوء.

تقدّم هذه المنتجعات معظم الخدمات الفندقية، بحيث لا يحتاج الضيف إلى مغادرة المنتجع لشراء أي من احتياجاته، كما أنّها تولي اهتماماً كبيراً بتقديم أكبر قدر من خدمات التسلية والترفيه لضيوفها وزائريها لضمان عودتهم مراراً وتكراراً، بالإضافة إلى الغرف والأجنحة الفاخرة، فإنّ هذه الفنادق تقدّم خدمات الطعام والشراب المميّزة، إضافةً إلى الخدمات الأخرى، مثل: صالات

توظّف هذه المنتجعات مديراً اجتماعياً متخصصاً بهدف إعداد برامج اجتماعية وترفيهية لزوار المنتجع وضيوفه.

الرقص، وملاعب الجولف، وملاعب التنس، وركوب الخيل، ورياضة المشي لمسافات طويلة، والإبحار، والسباحة، والغطس، والتزلج على الماء، أو التزلج على الرمال.

الخدمات الترفيهية

نشاط (١٠-٢)

زُرْ ومجموعتك أحد المنتجعات، ثم اكتب تقريرًا حول الخدمات الترفيهية المقدمة فيه، ثم اعرض ما تتوصل إليه على زملائك في الغرفة الصفية.

هـ- فنادق الإقامة والإفطار Bed & Breakfast Hotels: توجد هذه الفنادق بكثرة في أوروبا، وتمتاز بسمعة ممتازة، ومعظم ضيوف هذا النوع من الفنادق من السياح الذين يفضلون خدمات فندقية محدودة، وفي الغالب، فإن العائلة أو المالك هو من يدير هذا النوع من الفنادق، وتتكوّن هذه الفنادق من عدد محدود من الغرف، تضم تقريبًا (٢٠-٣٠) غرفة.

تقدّم هذه الفنادق بشكل أساسي خدمة الإيواء بالإضافة إلى الإفطار الأوروبي (Continental Breakfast) الذي غالبًا ما يكون مشمولاً بسعر الغرفة، مع إمكانية تقديم خدمات طعام محدودة أيضًا، بالإضافة إلى تقديم خدمات الغسيل، وغرفة اجتماعات صغيرة نوعاً ما، أمّا الأسعار فتكون مقبولة جدًا مقارنة بالفنادق الأخرى. لاحظ الشكل (٦-٢).



الشكل (٦-٢): أحد فنادق الإقامة والإفطار.

:Vacation Ownership and Condominium Hotels

تنقسم هذه الفنادق إلى نظامين من أنظمة الإقامة، هما:
١. فنادق الإجازات (المشاركة بالوقت)

Vacation Ownership (Time share hotels)

في هذا النظام من الفنادق، يقوم الشخص بشراء وقت محدد (أسبوع أو أسبوعين مثلاً) لاستخدام شقته الفندقية في أحد هذه الفنادق، وبهذا فإن الشقة نفسها يتم بيعها إلى عدد من الضيوف قد يصل إلى ٥٠ شخصاً على اعتبار أن السنة تتكوّن من ٥٢ أسبوعاً، أمّا الأسبوعان المتبقّيان، فإنّ شركة الإدارة تحتفظ بهما من أجل الصيانة أو الترويج السياحي لهذه الفنادق.

هناك شركتان عالميتان تقومان بعملية استبدال الإجازات، هما:

- Interval International (II)
- Resort Condominiums International (RCI)

وفي هذا النوع يمكن للشخص الذي امتلك حق الإقامة في أحد هذه الفنادق مدّة أسبوع مثلاً، أن يبيع أسبوعه لشخص آخر عن طريق الإدارة في حالة أنّه لا يرغب في قضاء إجازته للعام الحالي، كما يمكنه أن يوفر أسبوعه المحدد مدّة ثلاث سنوات متتالية، ومن ثمّ، يمكنه قضاء ثلاثة أسابيع في السنة الرابعة، كما يمكنه استبدال مكان إجازته في فندق آخر غير الفندق الأصلي الذي اشترى فيه وحدته الفندقية، في المقابل، فإنّ على الضيف أن يدفع مبلغاً معيناً عند عقد الاتفاق ومبلغاً سنوياً آخر لأغراض الصيانة والحماية وتجديد الأثاث.

توجد هذه الفنادق عادة في المناطق الطبيعية الجميلة إلا أنّها أصبحت تنتشر وبسرعة في فنادق المدن الكبيرة، ومن أهم الشركات التي تتعامل بهذا النوع من الإقامة فنادق الماريوت، وفنادق الهلتون.

مزايا نظام المشاركة بالوقت

نشاط (٢-١١)

أعدّ ومجموعة من زملائك بحثاً يوضّح مزايا هذا النظام الفندقية لمناقشته في الصف.

٢. فنادق تملك العقارات (الشقق الفندقية) Condominium Hotels: يشبه هذا النوع من الفنادق فنادق الإجازات (المشاركة بالوقت) إلا أن الفرق بينهما هو في نوع الملكية، ففي هذا النوع من الفنادق يقوم شخص واحد فقط في امتلاك (الوحدة) الشقة الفندقية. أما في فنادق الإجازات فإن أكثر من شخص واحد يمتلك حق استخدام الشقة نفسها.

يقوم المالك في هذا النظام بإبلاغ إدارة هذا النوع من الفنادق بالوقت والمدة التي يرغب هو في استخدام هذه الشقة، ومن ثم، فإن الإدارة تمتلك الحق في تأجيرها باقي العام ما دام مالکها لا يرغب في استخدامها، وتقوم الإدارة بدفع المبلغ المتحصل من عملية التأجير إلى المالك ولكن مع الاحتفاظ بنسبة من المبلغ كرسوم أو عمولة مقابل تأجيرها ومقابل التنظيف والصيانة والإعلانات.

ز - فنادق الاجتماعات والمؤتمرات Convention Hotels: لقد شكّلت فنادق الاجتماعات والمؤتمرات جزءاً مهماً من قطاع صناعة الضيافة في السنوات الماضية، وقد ظهرت الحاجة إلى هذه الفنادق عندما عجزت الفنادق التجارية ومراكز المؤتمرات عن سد حاجة السوق لهذا النوع من الأعمال، فقد أنشئت فنادق تحتوي على أكثر من ٢٠٠٠ غرفة لاستقبال المشاركين في الاجتماعات والمؤتمرات، بالإضافة إلى قاعات كبيرة وتسهيلات متنوعة لخدمة منظمي هذه الاجتماعات والمؤتمرات، إضافة إلى خدمات الإقامة والطعام والشراب، ومن الجدير ذكره بأنه يوجد مراكز متخصصة للمؤتمرات تُعنى بتقديم كل ما يحتاج إليه السوق، إلا أنها لا تقدّم خدمة الإقامة بشكل أساسي، علماً بأن بعض هذه المراكز يوفر عددًا محدودًا من الغرف للإقامة فيها في أثناء انعقاد المؤتمر.

ح- الفنادق العلاجية Spa Hotels: تقع هذه الفنادق قرب منابع المياه المعدنية والمواقع الطبيعية (كالجبال والغابات)، ويقدم هذا النوع من الفنادق الخدمات الفندقية الأساسية، إضافة إلى خدمات الرعاية الصحية والعلاج الطبيعي، ومن مميزات هذا النوع من الفنادق أنه يقدم خدمة التغذية الصحية.

ط- الفنادق الرياضية Sport Hotels: تقدّم هذه الفنادق الخدمات الفندقية الرئيسية، إضافة إلى توفير كثير من التسهيلات التي يحتاج إليها الرياضيون، مثل: ملاعب كرة السلة

والطائرة واليد، وصالات الأجهزة الرياضية والرياضات المائية وغيرها، وعادة ما توجد هذه الفنادق قرب المدن الرياضية.

٣- التصنيف حسب الملكية أو التبعية Ownership and Affiliation

يمكن تصنيف الفنادق أيضاً حسب الملكية أو التبعية لجهة ما، وبمقتضى هذا التصنيف تنقسم الفنادق إلى قسمين:

أ - **الفنادق المستقلة Independent Hotels**: فنادق يمتلكها شخص أو شركة دون أن تكون لها أية تبعية لأية مؤسسة فندقية، كما أنها لا تتبع بإدارتها أو إجراءاتها أو سياستها التسويقية أو المالية أيّاً من الشركات الفندقية الكبرى، ومن الأمثلة على ذلك تلك الفنادق التي تُدار من قبل العائلة، أو من قبل المالك مباشرة، ومن أهم مميزات هذه الفنادق استقلاليتها؛ حيث إنّها غير ملتزمة أو مقيدة بشكل محدد من الإدارة أو الإجراءات أو السياسات، إلا أنّها تمتاز بالمرونة في الاستجابة والتكيف مع شروط وظروف الأسواق المحلية.

ب- **فنادق السلسلة Chain Hotels**: فنادق تلتزم بحد أدنى من المعايير والقواعد والسياسات والإجراءات في مستويات الخدمة المقدمة لضيوف الفندق المعتمدة من الشركة المالكة لهذه السلسلة من الفنادق، وتنقسم فنادق السلسلة إلى ثلاثة أصناف يمكن إجمالها على النحو الآتي:

١. عقود الإدارة **Management Contracts**: تدير شركات الإدارة الفندقية وفق هذا الشكل فنادق لأشخاص أو شركات مالكة لهذه الفنادق، بحيث يتعاقد هؤلاء الأشخاص أو الشركات مع شركة فندقية لإدارة الفندق الذي يملكونه لمدة يتفق عليها الطرفان، ووفق هذا الشكل من الإدارة تبقى المسؤولية المالية والقانونية على مالكي هذا الفندق وليس على شركة الإدارة التي تديره. تقوم شركة الإدارة بتوظيف العاملين، ودفع كل المصروفات المترتبة على الفندق، والحصول على المبلغ المتفق عليه مقابل تشغيله وإدارته، وكلّ الإيرادات الأخرى، بعد ذلك تذهب للمالكين لدفع أقساط القروض والضرائب وغيرها، وبمعنى آخر، تُسخر شركات الإدارة خبراتها في إدارة وتشغيل الفنادق لأشخاص أو شركات أخرى مقابل أجر يُتفق عليه بينهما.

٢. الامتياز Franchising: تُبرم شركات الإدارة الفندقية صاحبة الامتياز عقود الامتياز لإدارة الفنادق وتشغيله وفق معايير وقواعد ومستويات محددة للخدمات المقدمة، وتشترط الالتزام بتطبيقها، سواء أكان الفندق مملوكاً لشركات الامتياز نفسها أم كان هذا الفندق يُدار تحت الاسم التجاري لهذه الشركة صاحبة الامتياز، وتضع هذه الشركات شروطاً معينة قبل موافقتها على امتلاك فندق ما أو إدارته، وغالباً ما تتعلق هذه الشروط بتصميم البناء والديكور والأدوات والمعدات والأثاث والإجراءات التشغيلية، وذلك بهدف المحافظة على جودة الإنتاج ونوعية الخدمات المقدمة تحت اسم الشركة صاحبة الامتياز.

من مزايا العمل تحت اسم إحدى شركات الامتياز ما يأتي:

أ . الاستفادة من نظام الحجز المركزي لهذه الشركات.

ب . الاستفادة من نظام المشتريات ضمن مجموعة كبيرة من الفنادق.

ج . الاستفادة من برامج الدعاية والإعلان.

د . الاستفادة من برامج التدريب عالية المستوى.

هـ . الاستفادة من الاستشارات المالية والقانونية والهندسية.

٣. الاتحاد (التجمع) (Referral Groups) Membership Groups ووفق هذا الشكل، فإن مجموعة من الفنادق المستقلة تتحد مع بعضها بعضاً لتحقيق أهداف وفوائد مشتركة، وضمن هذا الاتحاد أو التجمع يُفترض الحفاظ على مستويات ثابتة من المعايير المعمول بها في هذا التجمع من الفنادق، أمّا مميزات هذا الشكل من الفنادق، فإنّها تشبه إلى حدّ كبير مميزات فنادق شركات الامتياز.

ومن أهم شركات هذا الشكل من الإدارة (Best Western International)، حيث إنّ مالكي كلّ الفنادق التي تعمل تحت هذا الاسم، هم في الحقيقة مالكون لفنادق مستقلة يمتلكها أفراد.

٤- التصنيف حسب مستويات الخدمة Levels of Service

تُقسم مستويات الخدمة الفندقية إلى ثلاثة مستويات، سيتم استعراضها لاحقاً في هذه الوحدة.

تتميز الخدمة الفندقية بعدد من السمات مقارنة بالسلع المادية، ومن أبرز هذه السمات ما يأتي:

١- اللا ملموسية Intangibility

من أهم سمات الخدمة أنها غير ملموسة، أي ليس لها وجود مادي، بمعنى أن عمليتي الإنتاج والاستهلاك تحدثان في الوقت نفسه، ولهذا فإنه من الصعوبة بمكان تجربة الخدمة قبل شرائها أو الانتفاع بها.

٢- التلازمة/ اللا انفصالية Inseparability

يُقصد بالتلازمة درجة الترابط بين الخدمة ذاتها والشخص الذي يتولى تقديمها، ففي الفنادق مثلاً، تتم عملية إنتاج وبيع الخدمة في الوقت نفسه من قبل الشخص الذي يقدم هذه الخدمة للضيف، وهذا ما نطلق عليه (لا انفصالية)، أي أنه لا يمكن فصل الخدمة عن مُنتجها (مُقدّمها).

٣- الفئائية أو قابلية التلف Perishability

إنّ الخدمة قابلة للفناء (للتلف) بحيث إذا لم تُستهلك في أثناء تقديمها أو في وقتها؛ فإنها تفتنى وتؤدي إلى خسارة بسبب عدم قابليتها للتخزين، وأفضل مثال على ذلك (عدد الغرف الذي لا يُباع في ليلة ما، فإنه لا يمكن إعادة بيعها مرة أخرى لليلة نفسها) وبهذا فإنّ تكلفة هذه الغرف في هذه الليلة تُعدّ خسارة محققة.

٤- الاختلاف/ التباين Heterogeneity

إنّ الخدمة متنوعة ومتغيرة في جودتها وذلك لارتباطها بالعنصر البشري، والعنصر البشري بدوره يمتاز بالمزاجية وقد يتغيّر مستوى تقديمها من وقت إلى آخر، إضافة إلى أننا نقدّم الخدمة

تُعدّ الخدمة الفندقية سلعة غير ملموسة وذلك لأنّ الجانب الخدمي فيها أكبر، حيث يتم إنتاجها لحظة بيعها أو تقديمها للضيف، ولذلك لا يمكن للضيف أن يستخدمها أو يجربها قبل شرائها، في حين تُعدّ السلع الأخرى منتجات ملموسة (مادية) وذلك لأنّ الضيف يمكن أن يراها أو يجربها قبل عملية الشراء.

حسب ما يريده الضيف مهما كان نوع الخدمة المقدمة وهذا بدوره يقودنا إلى تقديم سلع أو خدمات تُصمّم حسب الطلب.

٥- عدم الثبات Inconsistency

تختلف الخدمات من فندق إلى آخر اختلافاً كبيراً، وقد تختلف ضمن القسم الواحد، ولذلك فإنّ المحافظة على مستوى ثبات الخدمة له أثر كبير في نجاح هذا الفندق أو ذلك، فالضيف الذي يقيم عادة في فندق معيّن يتوقّع في الغالب وجود ثبات في مستوى الخدمات المقدمة له من حيث النوع والجودة والشكل وحتى المذاق، وهذا يتطلّب وجود معايير ثابتة للخدمة في الفندق، وموظفين ذوي قدرات ومهارات عالية لتطبيق هذه المعايير، وفي الواقع ومع وجود هذه المعايير، إلا أننا نجد كثيراً من عدم الثبات في مستويات الخدمات المقدمة في كثير من الفنادق والمطاعم.

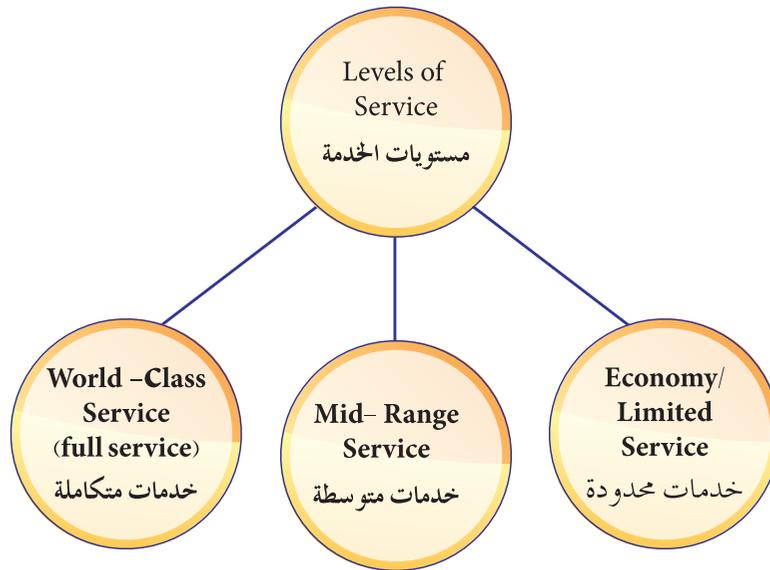
سمات الخدمة

نشاط (٢-١٢)

ناقش مجموعتك في مدى تأثير سمات الخدمة في العمل الفندقي، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على باقي المجموعات في صفك.

تُعدّ الخدمات التي يقدمها الفندق أهم العوامل التي تساعد على نجاحه، وتختلف مستويات الخدمة المقدمة في الفنادق حسب تنوع حاجات الضيوف ورغباتهم، وكذلك حسب نوعية الضيوف المتوقع إقامتهم في الفندق، فمثلاً قد يختلف الضيوف في جنسياتهم، ومستوى ثقافتهم، ومستوى دخلهم وحالتهم الاجتماعية... إلخ، وعلى هذا الأساس يجب دراسة نوعية ومستوى الخدمات التي سوف يُقدمها الفندق، فعلى سبيل المثال إذا كان أغلب الضيوف من العائلات، فلا بُدّ من توفير خدمات وفعاليات معيّنة للأطفال، أمّا إذا كانوا من رجال الأعمال، فيجب توفير غرف مريحة مزوّدة بمكتب مع إمكانية الدخول إلى شبكة الإنترنت، إضافة إلى أريكة مريحة (Sofa Couch) وقاعات مختلفة الأحجام للاجتماعات كذلك توفير مترجمين أو سكرتاريا... إلخ، وتقوم بعض الفنادق في أغلب الأحيان بالمزج بين أكثر من خدمة بغرض تلبية أغلب رغبات الضيوف وحاجاتهم المختلفة.

ومن خلال دراسة وتحليل السوق الذي يوفر المعلومات الكافية عن نوعية الضيوف المتوقع إقامتهم في الفنادق فقد قُسمت مستويات الخدمة الفندقية إلى ثلاثة مستويات كما يوضّحها الشكل (٧-٢)، وهي:



الشكل (٧-٢): مستويات الخدمة الفندقية.

١ - الخدمة العالمية (خدمات متكاملة) World (Full Service) – Class service

تقدّم بعض الفنادق العالمية وخصوصاً فنادق السلاسل مثل سلسلة فنادق (الماريوت) و(الهولندي إن) خدمات متكاملة للضيوف ومستوى عاليًا جدًا من الرفاهية، بحيث لا يحتاج المقيم داخل الفندق إلى أية خدمة من الخارج، فكلّ الخدمات التي يطلبونها يستطيعون الحصول عليها داخل الفندق وحتى الخدمات الشخصية الخاصة، لذلك فإننا نجد الكثير من رجال الأعمال، والمشاهير إضافة إلى بعض كبار السن يفضلون مثل هذا النوع من الخدمات لأنها تمنحهم مستوى عاليًا جدًا من الرفاهية، إضافة إلى أنها توفرّ لهم الوقت والجهد، وتميز الغرف في مثل هذا النوع باتساعها بحيث تعكس مستوى الرفاهية المتميزة والجاذبية العالية من حيث التصميم، ونوعية الأثاث المستخدم، والخدمات المقدمة، ومن الأمثلة على هذا النوع من الخدمات ما تقوم به الفنادق الكبيرة من تخصيص طوابق معينة من الفندق يُطلق عليها (Executive Floors).

٢ - خدمات متوسطة Mid-Range Service

تقدّم هذه الفنادق خدمات جيدة المستوى للضيوف، إلا أنها لا ترقى إلى مستوى الخدمات الكاملة، كما تكون الأسعار فيها مقبولة للضيوف، ومن الأمثلة على هذا النوع من الخدمات: خدمات الغرف على مدار الساعة، والمطعم الرئيس، وغرف الاجتماعات الصغيرة، وخدمات الزبي الموحد.

ومن أنواع الفنادق التي تقدّم هذه الخدمات، فنادق الإقامة الطويلة (Extended Stay Hotels) وهذا النوع من الفنادق يشبه كثيرًا مستوى الخدمات في الأجنحة الفندقية إلا أنّ المطبخ يكون كاملاً تقريبًا كما أنّ غرفة الجلوس (المعيشة) تكون أوسع مساحة، وتكون غرف النوم في هذا النوع من الخدمات ذات مساحات جيدة.

تُصمّم هذه الفنادق للضيوف الذين يقيمون خمسة أيام فأكثر، إضافة إلى العائلات التي تنتقل من مكان إلى آخر ولا يرغبون في خدمات فندقية عالية المستوى، أمّا الأسعار، فتكون عادة حسب مدة الإقامة، لاحظ الشكل (٢-٨).



الشكل (٢-٨): الخدمات والتسهيلات المقدمة داخل الغرفة في الفنادق التي تقدّم خدمات الإقامة الطويلة (Extended Stay).

٣- خدمات محدودة Economy /Limited Service

توفّر الفنادق في هذا النوع من الخدمات غرف نوم ذات حجم صغير نسبياً مقارنة بحجم الغرف المقدم في المستويات الأخرى، وأقل ما يمكن من وسائل الراحة في المرافق العامة للفندق بأسعار منخفضة، وفي الغالب يشمل سعر الغرفة عادة الإفطار، وغالبية ضيوف هذا النوع من الفنادق هم العائلات وأطفالهم، والمصطافون، والمجموعات الطلابية، والمتقاعدون وبعض مندوبي المبيعات.

مستويات الخدمة

نشاط (٢-١٣)

صمّم ومجموعتك عرضاً تقديمياً توضّح فيه مستويات الخدمة في الفنادق، لعرضه أمام زملائك في الصف.

يمكن تقسيم الفندق إلى:

١ - الأقسام التشغيلية (الإنتاجية)

Revenue Centers (Operational Departments)

سُمّيت هذه الأقسام الأقسام الإنتاجية أو الواجهة الأمامية للفندق أو مراكز الإيرادات؛ لأنها تكون على اتصال مباشر، وعلاقة دائمة مع الضيوف في الفندق. يُحقّق الفندق إيراداته عن طريق بيع الغرف الفندقية، والأطعمة، والمشروبات، وخدمات المصبغة، والنادي الصحي، وخدمات الاتصالات،... إلخ. وعلى الرغم من أهميّة هذه الأقسام الإنتاجية، إلّا أنّها لا تُعدّ أكثر أهمية من الأقسام الأخرى غير الإنتاجية؛ لأنّ كل قسم من أقسام الفندق له الأهمية ذاتها، لكن يتم تصنيف هذه الأقسام على أنها إنتاجية أو غير إنتاجية حسب طبيعة عمل كلّ قسم على حدة. تتكوّن الأقسام الإنتاجية (مراكز الإيرادات) في الفندق من:

Rooms Division

أ - دائرة الغرف

Front Office

١. الدوائر الأمامية

Switch Board / Operator

٢. قسم الاتصالات

Laundry

٣. قسم المصبغة

Food & Beverage Department

ب - دائرة الطعام والشراب

Food Service (Restaurants)

١. قسم خدمة الطعام (المطاعم)

Beverage Service

٢. قسم خدمة المشروبات

Room Service

٣. قسم خدمة الغرف

Banqueting Department

٤. قسم خدمات الحفلات

Other Departments

ج- الأقسام الأخرى

Swimming Pool	١. المسبح
Health Center/ Fitness Center	٢. النادي الصحي / قاعات الأجهزة الرياضية
Gift shop	٣. محل الهدايا وبيع الصحف والسكاكر
Tennis/Golf Courts	٤. ملاعب التنس والجولف
Beauty Center	٥. صالون الحلاقة والتجميل

٢- الأقسام المساندة (المساعدة) Support Departments

تتصف هذه الأقسام بأنها لا تحقق أية إيرادات بشكل مباشر، وليس لها اتصال مباشر مع ضيوف الفندق، أو أنّ اتصالها بالضيوف محدود جدًا.

تتكون الأقسام المساندة (غير الإنتاجية) في الفندق من:

Housekeeping Department	أ - قسم التدبير الفندقي
Food Production Department (Kitchen)	ب- قسم إنتاج الطعام (المطبخ)
Human Resources Department	ج- قسم الموارد البشرية
Sales & Marketing Department	د - قسم التسويق والمبيعات
Purchasing Department	هـ - قسم المشتريات
Security & Safety Department	و - قسم الأمن والسلامة
Maintenance Department	ز - قسم الصيانة
Accounting Department	ح - قسم الحسابات

أسئلة الوحدة Unit Questions

- ١ - عرّف ما يأتي:
 - أ - الفندق.
 - ب- الهيكل التنظيمي للفندق.
- ٢ - قارن بين الفندق والموتيل من حيث عدد الغرف، وطبيعة البناء، والموقع، وطبيعة الخدمات المقدمة، ومدّة الإقامة.
- ٣ - اذكر العوامل المؤثّرة في إعداد الهيكل التنظيمي للفندق.
- ٤ - عدّد الأقسام التابعة لدائرة الطعام والشراب في الفندق.
- ٥ - يوجد أربع طرق معتمدة في تصنيف الفنادق، اذكرها.
- ٦ - قارن بين الأقسام الإنتاجية والأقسام المساندة في الفنادق من حيث: درجة اتصالها مع الضيوف، وتحقيقها الإيرادات.
- ٧ - سمّ الأقسام الإنتاجية في الفندق.
- ٨ - حدّد سمات الخدمة الفندقية.
- ٩ - قارن بين فنادق السلسلة، والفنادق المستقلة من حيث:
 - أ- الملكية (التبعية) ب- رأس المال المستثمر ج- استخدام التكنولوجيا
- ١٠ - قارن بين الفنادق الفاخرة، والفنادق المتوسطة من حيث الخدمات المقدّمة في كلّ منهما.

مهارات البحث والاتصال

- ١- ابحث مع أفراد مجموعتك عن سمات وخصائص الخدمة من خلال مصادر المعرفة المتوافرة لديك (كتب، انترنت، ... الخ)، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.
- ٢- ابحث مع أفراد مجموعتك من خلال موقع وزارة السياحة والآثار (www.tourism.jo)، عن تعليمات المنشآت الفندقية والسياحية في الأردن، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.

الأنشطة الإثرائية

- ١- ناقش أفراد مجموعتك، في قاعدة الانطباع الأول وتأثيرها في الضيف، ثم ناقش زملائك في الصف في ما تتوصّل إليه وبإشراف معلمك.
- ٢- ناقش أفراد مجموعتك في دور قسم الإعلان، والعلاقات العامة، في زيادة حجم المبيعات (الإيرادات)، والمحافظة على ولاء الضيوف للفندق، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف وبإشراف معلمك.

تقويم ذاتي Self Assessment

لا	نعم	أستطيع بعد دراسة هذه الوحدة أن:	الرقم
		أوضح مفهوم الفندق.	١
		أميز بين إدارات الفندق وأقسامه في الهيكل التنظيمي للفندق.	٢
		أحدّد أقسام الفندق.	٣
		أتفهّم أنواع الفنادق وتصنيفاتها.	٤
		أناقش سمات الخدمة الفندقية.	٥
		أميز مستويات الخدمة الفندقية الآتية:	٦
		● الخدمة العالمية (خدمات متكاملة) World-Class Service	
		● خدمات متوسطة Mid-Range Service	
		● خدمات محدودة Economy/Limited Service	
		أحدّد الأقسام الإنتاجية، والأقسام المساندة في الفنادق.	٧
		أعرّف المفاهيم الآتية:	٨
		● دائرة الغرف Rooms Division	
		● الدوائر (المكاتب) الأمامية Front Office	

الوحدة الثالثة

الاتصال والتواصل Communication

منهاجي
متعة التعليم الهادف



• ما دور التطور التكنولوجي في تسهيل عمليات الاتصال والتواصل؟

تُعدّ عملية الاتصال عملية مهمّة وحيوية في الفندق وخاصة في الدوائر الأمامية، وذلك بسبب ارتباط هذه الأعمال بعضها ببعض وبتأثير كل واحد منها في الأخرى، لذلك فإنّ وظائف قسم الدوائر الأمامية تعتمد اعتماداً كبيراً على مدى وضوح عملية الاتصال بين موظفي الدوائر الأمامية أنفسهم، وبينهم وبين زملائهم في الدوائر والأقسام الأخرى، وبينهم وبين ضيوف الفندق من جهة أخرى. ومن هنا فإنّ الاتصال الفعال يُعدّ أمراً ضرورياً، وعملية مستمرة لإنجاز كل أعمال الدوائر الأمامية بكفاءة واحتراف.

يتوقع منك بعد دراسة هذه الوحدة أن:

- تتعرّف أشكال الاتصال في الفندق.
- تفهم وظائف المقسم وأنواع الأجهزة.
- تتعرّف السجلات والنماذج.
- تميّز طرق التواصل بين الدوائر الأمامية وأقسام الفندق المختلفة.
- توضّح مهام قسم علاقات الضيوف في الفندق.
- تستخدم جهاز المقسم والرد على المكالمات.
- تستخدم جهاز الفاكس.
- تعبئ نموذج فاتورة الهاتف.
- تعبئ نموذج كشف حساب المكالمات.
- تدقّق فواتير الاتصالات مع كشف حساب المكالمات.
- تعبئ نموذج الرسالة.
- تعبئ نموذج إيقاظ الضيوف.
- تعبئ قائمة الضيوف المقيمين.
- تعبئ نموذج الضيافة اليومي للأشخاص المهمين.
- تتعرّف قواعد التعامل مع شكاوى الضيوف (تمثيل أدوار).

يُعدّ الاتصال الفعال عنصراً مهماً من عناصر التوجيه، وعملية حيوية في مجال علاقة الرؤساء بالمرؤوسين، وبين المرؤوسين أنفسهم.

١- مراحل الاتصال Communication Stages

يُعدّ الاتصال أساساً جوهرياً تركز عليه العملية الإدارية في مراحلها الرئيسية الثلاث، وهي:

أ - **مرحلة التخطيط Planning Stage** : تحتاج عملية التخطيط المنظم إلى اتصالات مكثفة بين الأفراد في الفندق، وبينهم وبين الأفراد خارج الفندق؛ كالمستشارين، والممولين، والمالكين.

ب- **مرحلة التنفيذ Action Stage**: يلعب الاتصال الفعّال دوراً مهماً في مرحلة التنفيذ للبرامج والخطط الموضوعية وسرعة اتخاذ القرارات لتعديل أية انحرافات قد تحدث في أثناء التنفيذ، إضافة إلى خلق أجواء من التعاون وتشجيع فكرة العمل كفريق واحد.

ج- **مرحلة التقييم والمتابعة Evaluation and Follow up**: يُعدّ الاتصال عملية مهمة جداً في تقييم نتائج الأعمال حسب الخطط الموضوعية مسبقاً ورصد أية انحرافات ووضع الخطط البديلة، كما يُعدّ الاتصال حيويًا جداً في عملية متابعة إنجاز الأفراد، والوقوف على مدى ومستوى تحقيق الأهداف.

الاتصال: عملية هادفة لنقل المعلومات، والأفكار والمهارات والاتجاهات من شخص إلى آخر، وتؤدي إلى إحداث أثر معين في متلقي الرسالة.

غرض الاتصال هو إحداث تأثير في الأنشطة المختلفة لخدمة أهداف المؤسسة الخدمية، وتزويد العاملين بالمعلومات الضرورية للقيام بأعمالهم.

تكمن حاجة الإدارة للاتصال الفعّال في إحداث تكامل وتنسيق بين المستويات الإدارية في الفندق.

٢- أشكال الاتصال: Communication Forms

يُقسم الاتصال من حيث أشكاله إلى قسمين رئيسيين، هما:

أ - الاتصال الشفوي Verbal Communication: يتميز هذا النوع بإمكانية تبادل

المعلومات مباشرة، كما يساعد على حل خلافات سوء الفهم فوراً.

ومن أدوات الاتصال الشفوي:

١. الاتصال الشخصي (وجهًا لوجه).

٢. المكالمات الهاتفية.

٣. الاجتماعات واللقاءات المنظمة بين الأفراد.

٤. الخطب والإعلانات الشفوية.

ب- الاتصال الكتابي Written Communication:

يتميز الاتصال المكتوب بإمكانية نقل المعلومات ونشرها

لعدد كبير من الأفراد، كما أنّ له ميزة الإثبات القانونية؛

ومن ثمّ، فهو أداة مفيدة جدًا في عملية الاتصال بين

الأفراد والمجموعات.

ومن أدوات الاتصال الكتابي:

١. التقارير بمختلف أنواعها.

٢. لوحات الإعلانات.

٣. النشرات المكتوبة.

٤. الرسائل المكتوبة.

كي تكون الاتصالات المكتوبة فعّالة، يجب ترجمة وصياغة المضمون (محتوى الرسالة) بلغة واضحة ومفهومة للطرفين.

أدوات الاتصال

نشاط (٣-١)

أعدّ ومجموعتك مجلة حائط، توضح أدوات الاتصال الشفوي والكتابي، ثمّ اعرضها أمام زملائك في الصف.

٣- عناصر الاتصال Elements of Communication

إنّ عملية الاتصال طريق ذو اتجاهين، بمعنى أنّ كلّ فرد في عملية الاتصال هو مُرسل ومُستقبل للمعلومات والأفكار التي تتضمنها هذه العملية، ولكلّ عملية اتصال خمسة عناصر أساسية لا بُدّ من توافرها، وهي كالآتي:

أ - المُرسل Sender: مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال، حيث يمكن أن يكون المرسل فرداً، أو جماعة، أو أيّ مصدر آخر للمعلومات.

ب- الرسالة Message: يُقصد بذلك الموضوع أو المحتوى الذي يريد المرسل أن ينقله إلى المُستقبل، ويتم عادة التعبير عن ذلك باستخدام اللغة، أو الرموز أو أيّة تعابير أخرى لفظية أو غير لفظية تساعد على فهم الأفكار والمعاني، أو الحقائق أو الاتجاهات التي يتضمنها محتوى الرسالة.

ج- الوسيلة Channel: الطريقة أو القناة التي تنتقل بها الرسالة من المُرسل إلى المُستقبل.

د - المُستقبل Receiver: تلك الجهة أو الشخص الذي تُوجّه له الرسالة، ويستقبلها من خلال إحدى حواسه أو كلها (السمع، والبصر، والشم، والذوق، واللمس)، ثم يفسّر الرسالة ويحاول إدراك معانيها، وقد يكون المُستقبل فرداً، أو جماعة، أو أيّ مركز آخر للاستلام.

هـ - التغذية الراجعة أو (الاستجابة) Response Feedback: ردّ الفعل الذي يحدث لدى المُستقبل نتيجة عملية الاتصال مبيّناً هل حققت الهدف المطلوب أم لا؟ وهو المتمم اللازم لعملية الاتصالات بين المُرسل والمُستقبل، فعملية الاتصال لا تنتهي باستلام الرسالة بل يجب التأكد من وصولها وفهمها بالشكل الصحيح؛ لأنّ عملية قياس ردود الفعل تُعدّ أهم عنصر في عملية الاتصال.

٤- قنوات الاتصال Communication Channels

تُصنّف قنوات الاتصال على النحو الآتي:

أ - الاتصال العمودي Vertical Communication: الاتصال الهابط والصاعد الذي يتمّ بين المستويات الإدارية المختلفة، من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى.

١. الاتصال من أعلى إلى أسفل (الهابط) Downward Communication: عملية تدفق المعلومات من قمة الهرم الإداري إلى قاعدته، حيث يتم نقل تلك المعلومات التي تحدّد السياسات والتعليمات والخطط من المستويات الإدارية العليا إلى المستويات التنفيذية، ومن أكثر وسائل الاتصال استخداماً في

هذا النوع من الاتصالات:

أ. الاجتماعات الرسمية.

ب. التقارير والمذكرات.

ج. لوحة الإعلانات.

د. النشرات والكتيبات.

يهدف الاتصال العامودي إلى إيصال التوجيهات والقرارات والمعلومات من الرئيس إلى المرؤوسين في التنظيم الإداري.

٢. الاتصال من أسفل إلى أعلى (الصاعد) Upward Communication: في هذا النوع من الاتصال تتجه المعلومات من قاعدة الهرم الإداري إلى قمته؛ أي من المستويات

التنفيذية إلى المستويات الإدارية العليا، وتكون هذه

الاتصالات في صورة تقارير عن الأداء أو اقتراحات

إدارية أو فنية، أمّا وسائل الاتصال المستخدمة في هذا

النوع، فيمكن أن تكون كما يأتي:

أ. صناديق الاقتراحات.

ب. اللقاءات والاجتماعات.

ج. تقارير الأداء.

يهدف الاتصال الأفقي إلى زيادة درجة التعاون والتنسيق بين مختلف الوحدات الإدارية في التنظيم الإداري.

ب- الاتصال الأفقي Horizontal Communication: الاتصالات التي تتم بين

الأفراد في الإدارات والأقسام التنظيمية في المستوى الإداري أو الوظيفي نفسه، ومن

أبرز وسائل الاتصال، الاجتماعات والتقارير والمذكرات والهاتف.

خطوات كتابة التقرير

نشاط (٣-٢)

ارجع إلى مكتبة مدرستك، وتعرّف خطوات كتابة التقرير وسجلها في دفترك، ثم اقرأ ما توصلت إليه في الإذاعة المدرسية بالتنسيق مع معلمك.

يُعدّ المقسم أحد الأقسام المهمة جدًّا في الفندق لتعامله المباشر مع جميع ضيوف الفندق والعاملين فيه.

١- وظائف المقسم Operator Duties

يقوم موظف المقسم بعدة وظائف تُعدّ غاية في الأهمية، نذكر منها ما يأتي:

أ - استقبال المكالمات الداخلية والخارجية الواردة للمقسم.
ب- تحويل الاتصالات الداخلية والخارجية للضيوف والعاملين أيضًا.

ج- تقديم خدمات الفاكس للضيوف.

د - إيقاظ الضيوف حسب رغبتهم.

هـ - تدوين الملاحظات للضيوف في أثناء عدم وجودهم في الفندق، والعمل على إيصال هذه الملاحظات بالسرعة الممكنة.

و - الإسهام في تطبيق إجراءات الأمن والسلامة في الحالات الطارئة التي قد تحدث في الفندق.

ز - تزويد الضيوف ببعض المعلومات التي قد يطلبونها مثل أرقام هواتف، عناوين... إلخ.

عند الرد على المكالمات الداخلية، على موظف المقسم رفع السماعة قبل نهاية الجرس الثالث، ثم إلقاء التحية، ثم التعريف بالمقسم، ثم باسمه، ثم عرض المساعدة على المتصل مع مراعاة استخدام اسم المتصل أكثر من مرة في أثناء المحادثة.

عند الرد على المكالمات الخارجية، على موظف المقسم رفع السماعة قبل نهاية الجرس الثالث، ثم إلقاء التحية، ثم التعريف بالفندق، ثم باسمه، ثم عرض المساعدة على المتصل.

الرد على المكالمات

نشاط (٣-٣)

مثّل ومجموعتك أدوارًا على كيفية الرد على المكالمات الداخلية والخارجية في مختبر التدريب العملي.

٢- أنواع الأجهزة المستخدمة في المقسم (PBX) Types Of Devices Used In The

يوجد أنواع كثيرة ومتطورة من أجهزة المقاسم المستخدمة في الفنادق، حيث يتم تحديد مواصفات وأنواع الأجهزة المستخدمة داخل الفندق بناءً على مستوى الخدمات المقدّمة فيه، وتشمل هذه الأجهزة المستخدمة للاتصال في الفنادق ما يأتي:

أ - المقسم (PBX Systems) The Telephone Switches: يُطلق على الجهاز الذي

يقوم بمراقبة خدمة الهاتف اسم المقسم أو المحوّل (PBX) اختصاراً لعبارة (Private Branch Exchange) ويقوم هذا المقسم بدوره باستقبال المكالمات الواردة إلى لوحة التحكم الرئيسة، ومن ثمّ تحويلها إلى الرقم الداخلي المطلوب.

يستقبل موظف المقسم المكالمات الواردة من خلال جهاز المقسم الرئيسي، ومن ثمّ يحوّل هذه المكالمات إلى الأرقام الفرعية الداخلية سواء أكانت لغرف الضيوف، أو المكاتب الإدارية أو إلى أيّ قسم من أقسام الفندق الأخرى.

أمّا في ما يتعلّق بالمكالمات الصادرة، فقد أصبح بالإمكان الآن إجراؤها دون مساعدة موظف المقسم على الرغم من أنّ هذا النوع من المكالمات يتم من خلال المقسم بشكل مباشر.

ب- الحاسوب Computer: أصبح وجود جهاز حاسوب

في المقسم أمراً ضرورياً في غالبية الفنادق لما له من مزايا في إنجاز العمل المطلوب، والسرعة الكبيرة في إجراء العمليات المختلفة، والقدرة على تخزين المعلومات والبيانات واسترجاعها عند الحاجة، والدقة في إعطاء النتائج وإعداد التقارير.

ج- الفاكس (Fax): جهاز يتكوّن من وحدة إرسال ووحدة استقبال، ويُستخدم

لإرسال الوثائق والرسائل واستقبالها، ومن مميزاته إمكانية الإرسال لأكثر من عنوان واحد في الوقت نفسه، إضافة إلى إمكانية استقبال الوثائق والرسائل بشكل آلي، وتعدّ الوثائق المستلمة بوساطة الفاكس وثائق غير قانونية ولا يُعتمد بها أمام القضاء نظراً لأنها صورة عن الأصل، ولهذا لا تعتمد كوثيقة رسمية.

د - هواتف غرف الضيوف Guestroom Phones: تُجهّز غرف الضيوف في الفنادق

الكبيرة بأجهزة هواتف حديثة تمكّن الضيف من إجراء مكالمات مع عدة أشخاص في الوقت

نفسه Conference Calling، وتمنح مثل هذه الهواتف الضيوف ميزة الانتظار Hold Buttons، والبريد الصوتي Voice Messaging، إضافة على خدمة إيقاظ الضيوف Wake – up call من قبل الضيف نفسه وغيرها من المميزات الأخرى.

هـ- الأنظمة التكنولوجية الأخرى Other Technology: أصبحت معظم الفنادق في الوقت الحالي تزود غرف الضيوف ببعض الأنظمة التكنولوجية المتقدمة كخدمة الإنترنت

التي تسمح للضيف بالدخول إلى شبكة الإنترنت من خلال جهاز الحاسوب الخاص به، وقد تقوم بعض الفنادق بتوفير جهاز حاسوب للضيف لاستخدامه في أثناء فترة إقامته مقابل مبلغ يُحدّد حسب عدد ساعات الاستخدام، أو لقاء أجر يومي مُحدّد مسبقاً.

وقد استخدمت الفنادق أيضاً بعض الأنظمة التكنولوجية الأخرى التي تمكن العاملين من نقل وتبادل المعلومات فيما بينهم، كذلك تمكن الضيوف من استخدام هذه الأنظمة في الاستفادة من بعض الخدمات، كخدمة برمجة جهاز الهاتف الموجود في غرفة الضيف لإيقاظ الضيف عند ساعة محدّدة من خلال ربط هذه الأنظمة بالمقسم الرئيس.

تستخدم بعض الفنادق الكبيرة نظام إدارة الفندق Property Management System وهو نظام متكامل من البرامج والمميزات التي تمكن العاملين في الفندق من أداء أعمالهم بأفضل الطرق وأسرعها تلبية لحاجات ورغبات الضيوف، ومن أشهر هذه الأنظمة (فيديلو Fidelio، أوبرا Opera، هورايزن Horizon)، وتشمل هذه الأنظمة أيضاً نظام محاسبة المكالمات Call Accounting System، وهو نظام

في الفنادق التي لا يوجد بها أنظمة تكنولوجية، يُسجّل الموظف وقت الإيقاظ على نموذج خاص حسب ساعة الاستيقاظ، إضافة إلى رقم الغرفة، ويقوم الموظف بالاتصال بالضيف في الساعة المحددة لإيقاظه.

يتم برمجة هذه الأنظمة بحيث يبدأ جهاز الهاتف بالرنين على الساعة المحددة للاستيقاظ، وعند رفع الضيف سماعة الهاتف يستمع إلى تسجيل يلقي عليه التحية، ثم يبلغه بساعة الاستيقاظ، وحالة الطقس، ودرجة الحرارة في الخارج.

يتكوّن من مجموعة من البرامج التي تسمح بإجراء المكالمات، وتحديد قيمة كلّ مكالمة حسب الدولة المطلوبة، وحسب مدّة المكالمة (عدد الدقائق)، ويتمّ من خلال هذا النظام طباعة الفواتير لكلّ المكالمات الصادرة من أيّ مكان داخل الفندق خاصة غرف الضيوف، إضافة إلى إمكانية تسجيل قيمة المكالمات التي قام الضيف بإجرائها مباشرة على الفاتورة الرئيسة له، ومن ثمّ تسهيل عملية إغلاق حساب الضيف عند مغادرتهم الفندق.

أنواع الأجهزة

نشاط (٤-٣)

زُرْ ومجموعتك فندقاً ذي نجمة واحدة وآخر ذي خمسة نجوم، ثم قارن بين أنواع الأجهزة المستخدمة في الفندقين، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.

٣- أنواع المكالمات Types of Calls

يوجد عدة أنواع من المكالمات المستخدمة في الفنادق يمكن إجمالها كما يأتي:

أ - المكالمات المحلية Local Calls: تتمّ بين منطقتين في المدينة نفسها، وحسب نظام الفندق الداخلي، تكون إمّا مجانية وإما مدفوعة الأجر.

ب- المكالمات الوطنية National Calls: تتمّ بين مدينتين داخل الدولة، وتتطلب هذه المكالمات إضافة رمز معيّن لكلّ مدينة قبل الرقم المطلوب.

ج- المكالمات الدولية (Overseas Calls) International Calls: تتمّ بين دولتين، وتتطلب هذه المكالمات إضافة رمز معيّن للدولة، ثم رمز المدينة، ثم رقم الهاتف المطلوب.

د - مكالمات على حساب المستقبل Collect Calls: تتمّ هذه المكالمات بين الدول حيث تُحسب تكلفة هذه المكالمات على المُستقبل وليس على نفقة المتصل، وذلك بعد أخذ موافقة المستقبل على ذلك.

هـ- المكالمات من شخص لآخر Person to Person Calls: وتُطلب فقط عن طريق المقسم الدولي؛ إذ يطلب الضيف الرقم الذي يريده من موظف المقسم، ومن ثمّ يقوم

الموظف بدوره بطلب الرقم وتوصيله بغرفة الضيف، ويُشترط أن يكون الشخص المطلوب من قبل الضيف هو الذي أجب على الهاتف وليس غيره.

و - المكالمات المجانية Toll - free Calls: يمكن للضيف إجراء بعض المكالمات الهاتفية للاتصال ببعض المؤسسات أو الشركات التي توفر خدمة الرقم المجاني، وذلك تشجيعاً من هذه المؤسسات والشركات لعملائها على التواصل معها عند الحاجة.

قضية للبحث

ابحث في أحد المراجع المتخصصة عن رموز المدن في الأردن، وكذلك رموز الدول في العالم لإجراء المكالمات الهاتفية، ثم اعرض ما تتوصل إليه على زملائك في الصف.

النتاج العملي

أن يستخدم جهاز المقسم في استقبال المكالمات الواردة وتحويلها إلى أصحابها.

المعلومات النظرية

يتبع قسم المقسم الدوائر الأمامية، ويعمل فيه موظفون على مدار الساعة، من صفاتهم اللباقة، وحسن التصرف والأمانة والدقة، ويوجد أنواع عديدة من أجهزة المقاسم المستخدمة في الفنادق تختلف في مبدأ عملها، فمنها اليدوي والآلي والإلكتروني.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- مقسم يدوي أو آلي، جهاز هاتف.
- قرطاسية (أقلام، نماذج رسائل).
- دليل هاتف.
- كتيبات ومنشورات سياحية.

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملية (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

- تأكد من وصل جهاز المقسم (الهاتف) بالمصدر الكهربائي.
- ارفع السماعة للتأكد من جاهزية المقسم الهاتف بسماع صوت نغمة الهاتف الداخلية.
- ارجع السماعة إلى مكانها واستعد لاستقبال المكالمات.
- ارفع السماعة عند سماعك رنين جرس الهاتف، وحي الشخص المتصل بقولك: (صباح الخير) أو (مساء الخير).
- عرّف باسم الفندق بقولك: (فندق.... شكراً لاتصالك) إذا كانت المكالمة خارجية (من خارج الفندق)، وعرّف باسم القسم (المقسم) إذا كانت المكالمة داخلية (من داخل الفندق).
- اسأل الشخص المتصل بأدب عن الخدمة المطلوبة.
- اطلب إليه الانتظار بأدب ولباقة، بقولك (لحظة من فضلك).
- اتصل بالضيف في غرفته أو مكان وجوده في الفندق.
- اعتذر بلباقة في حال عدم وجود الضيف في الفندق، واعرض الخدمة المناسبة.
- سجّل رسالة للضيف في حالة عدم تواجده في الفندق مستخدماً نموذج الرسالة.
- اعتذر للشخص المتصل في حال تأخره في الرد عليه.
- تحدّث بوضوح وأصغ جيداً للمتصل، واتصف بالهدوء في أثناء الرد.

تمرين عملي

استخدم جهاز المقسم أو الهاتف والرد على المكالمات الواردة للفندق حسب الأصول.

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.
- استخدام الأدوات المناسبة لتنفيذ هذا التمرين.

النتاج العملي

أن يستخدم جهاز الناسوخ.

المعلومات النظرية

يُعدّ جهاز الناسوخ وسيلة اتصال مهمة في الفندق، حيث يقدم خدمات عديدة لإدارة الفندق والضيوف، ويتواجد الناسوخ في عدّة أقسام في الفندق منها قسم خدمات رجال الأعمال، والمقسم، وقسم الحجز، وقسم شؤون الموظفين وأقسام أخرى.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- جهاز ناسوخ.
- قرطاسية (أوراق A4، نماذج فاتورة حساب المكالمات، نموذج كشف حساب المكالمات).
- حافظه فواتير.
- دليل الهاتف.

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخصّ تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

- استخراج الرمز الدولي، ثم رمز البلد من دليل الهاتف.
- أدخل الرمز الدولي ورمز البلد، ثم رمز المدينة، ثم الرقم المطلوب على جهاز الناسوخ.

- ضع الرسالة المراد إرسالها في المكان المخصص على جهاز الناسوخ على أن يكون وجه الورقة إلى أسفل.
- اضغط مباشرة على مفتاح الإرسال حال سماعك صوت نغمة الرنين الخاصة من الطرف المُستقبل.
- تأكد من استخراج قسيمة تأكيد الإرسال مبيّنًا فيها: رقم الهاتف، ووقت المكالمة، ومدّة الإرسال، وعدد الأوراق المرسلة، ونتيجة الإرسال، والتاريخ.
- أعدّ فاتورة بقيمة عملية إرسال (النسيخة) حسب الأسعار المعتمدة في الفندق.
- قدّم الفاتورة للضيف للتوقيع عليها إن كان يرغب في إضافة قيمتها إلى حسابه الرئيس أو لدفعها نقدًا إذا رغب بذلك.
- سجّل رقم الفاتورة وتفصيلها وقيمتها النهائية على كشف حساب المكالمات الخاص برسائل الناسوخ.

تمرين عملي

استخدم جهاز الناسوخ في إرسال رسالة خاصة لضيف مستعينًا بالبيانات الآتية:

- اسم الضيف: عبد الرحمن محمود حسين
- رقم الناسوخ: ٦١٨٨٩٩٩
- اسم البلد: مصر
- رمز المدينة: ١
- رمز الدولة: ٠٠٢٠

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- دقة الإنجاز وسرعته.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.

على الرغم من أن الفنادق الكبيرة لم تعد تستخدم الكثير من النماذج والسجلات نظراً لاستخدامها أنظمة الحاسوب المتطورة، إلا أن الكثير من الفنادق المتوسطة والصغيرة ما زالت تستخدم بعضاً منها، ومن أهم النماذج والسجلات المستخدمة ما يأتي:

١- فواتير المكالمات Telephone / Fax Voucher

فواتير خاصة لتسجيل المكالمات الدولية والوطنية، وتكون هذه الفواتير على شكل دفاتر ذات أرقام متسلسلة، وغالباً ما تكون على ثلاث نسخ، وييّن الشكل (١-٣) نموذج لفاتورة الهاتف.

Tele/Fax Voucher		فاتورة هاتف/ فاكس	
رقم الفاتورة: ٠٧٨٤٥١ Voucher No.			
اسم الضيف	راكان عدنان داود	Room No:	رقم الغرفة: ٣١٥
Guest Name:		Date:	التاريخ: ٢٠٠٨ / ٠٨ / ١٤
الدولة / المدينة / Country / City	Egypt/Cairo	مصر / القاهرة	
رقم الهاتف / Tele. No.		٠٠٢٠١٨٤٥٧٨٨٩	
وقت طلب المكالمة / Time Requested	4.25pm	٤,٢٥ مساءً	
وقت انتهاء المكالمة / Time Disconnected	4.50pm	٤,٥٠ مساءً	
عدد الدقائق / No. of Minutes	min 25	٢٥ دقيقة	
	دينار JD	فلس Fils	
المجموع / Total	١٢	٥٠٠	
١٠٪ بدل خدمة / 10% S. charge	١	٢٥٠	
١٦٪ ضريبة حكومية / 16% G. Tax	٢	٢٠٠	
المجموع العام / Grand Total	١٥	٩٥٠	
ملاحظات / Remarks	Cash	نقدًا	
	Credit	دين	
توقيع الموظف / Operator Sign		مراد إبراهيم	
توقيع الضيف / Guest Sign		راكان عدنان داود	

الشكل (١-٣): نموذج فاتورة هاتف/ فاكس.



٢- كشف حساب المكالمات Telephone Statement

كشف يستخدمه موظف المقسم لتسجيل قيم جميع المكالمات الصادرة التي أُجريت في فترة عملة، سواء أكان ثمنها نقدًا أم على الحساب، وفي نهاية ورديته يقوم موظف المقسم بتجميع القيم الدائنة والمدنية على الكشف ومطابقتها مع فواتير الهاتف. لاحظ الشكل (٣-٢).

كشف حساب المكالمات الهاتفية TELEPHONE - STATEMENT																							
التاريخ:	التاريخ:	رقم التسلسل Serial No.	رقم الغرفة Room No.	الاسم Name	مكان الاتصال Place	رقم الهاتف Telephone No.	عدد الدقائق Minutes	سعر المكالمات Post Office Charge	بيل خدمة 10 % Service Charge	ضريبة 16 % Tax	الاجموع Total	نقدًا Cash	دين Credit	ملاحظات Remarks									
.....	٧٨٤٥١	٣١٥	راكان داود	مصر القاهرة	٠٠٢٠١٨٤٥٧٨٨٩	٢٥	١٢	٥٠٠	١	٢٥٠	٢	٢٠٠	١٥	٩٥٠	-	-	١٥	٩٥٠				
.....	٧٨٤٥٢	--	عماد ابراهيم	فرنسا	٠٠٣٣١١٦٤١١٢٤	١٥	١٠	=	١	=	١	٧١٠	١٢	٧١٠	١٢	٧١٠	-	-	٥	١٠٥		Cash
.....	٧٨٥٤٣	١١٢	فايز السعود	تونس	٠٠١١١٥٣٤٢١٤١	٥	٤	=	=	٤٠٠	=	٧٠٠	٥	١٠٥	-	-	٥	١٠٥				
.....	٧٨٤٥٤	--	سمير عودة	الانبا	٠٠٤٩٢٢٨١٤٢١٢	١٠	١٠	=	١	=	١	٧١٠	١٢	٧١٠	١٢	٧١٠	-	-	٥	١٠٥		Cash
.....							٣١	٥٠٠	٣	١٥٠	١	٤٢٥	٤١	٥٧٥	٢٥	٥٢٠	٢١	٠٥٥				
توقيع الموظف:														Sign:		الوقت:		Time:					

الشكل (٣-٢): كشف حساب المكالمات.

٦- قائمة أسعار المكالمات Telephone Prices List

قائمة تبين أسعار المكالمات الدولية والوطنية والمحلية، سواء أكان ذلك حسب الدقيقة أم حسب المكالمات.

٧- قائمة أسماء الضيوف المقيمين Guests In- House List

قائمة يُعدّها موظف قسم الاستقبال عن واقع لوحة الغرف، وتتضمّن أسماء الضيوف المقيمين في الفندق وأرقام غرفهم وبعض التفاصيل الأخرى، مثل تاريخ القدوم والمغادرة، وعدد الأشخاص، والجنسية، ونوع إقامة الضيف. وتوزّع نسخ من هذه القائمة على الأقسام المعنية لتسهيل وانجاز مهامهم بكفاءة، ويُلاحظ ترتيب الأسماء في هذه القائمة أبجدياً وحسب اسم العائلة. انظر الشكل (٦-٣).

قائمة أسماء الضيوف المقيمين Guests In - House List						
Day: Saturday				اليوم: السبت		
Date: 29 / 9 / 2010				التاريخ: ٢٠١٠/٩/٢٩		
اسم الضيف Guest Name	رقم الغرفة Room No.	تاريخ القدوم Date - In	تاريخ المغادرة Date - out	عدد الأشخاص No. of Pax	الجنسية Nationality	ملاحظات Remarks
Amara Abed K.	٦١٢	٩/٢٥	١٠/٥	٢	JOR	BO
Bashar Rami y.	٤٢٠	٩/٢٢	١٠/١	١	LEB	BB
Carpenter Anderson	٣٢٤	٩/٢٠	١٠/٣٠	١	USA	HB
Dahbour Emad M.	٦٠٧	٩/٢٩	١٠/٢	٢	JOR	FB
			BO	=		منامة فقط
			BB	=		منامة + إفطار
			HB	=		منامة + إفطار + غداء أو عشاء
			FB	=		منامة + ثلاث وجبات

الشكل (٦-٣): قائمة أسماء الضيوف المقيمين.

٨ - دليل الهاتف Telephone Directory

دليل يتضمّن أسماء المشتركين وأرقامهم جميعًا سواء أكانوا أفرادًا أم مؤسسات خاصة، أم حكومية.

٩ - سجل العناوين والأرقام Addresses and Numbers Record

سجل يحتوي على جميع العناوين والأرقام التي تستخدمها إدارة الفندق للرجوع إليها عند الحاجة.

١٠ - التقارير اليومية Daily Reports

تتنوّع هذه التقارير من فندق إلى آخر وذلك حسب نظام الفندق وحجمه ونوعية الخدمات المقدمة فيه، تُستخرج التقارير عادة في أثناء الوردية الليلية لتقديمها للإدارة في صباح اليوم التالي، لمتابعة وتحليل أنشطة الفندق المختلفة في اليوم السابق، واتخاذ ما يلزم من ترتيبات أو قرارات.

فكر

هل يوجد سجلات ونماذج أخرى لم يتمّ ذكرها؟

قضية للمناقشة

ناقش أفراد مجموعتك في أهمية السجلات والنماذج والتقارير المستخدمة في قسم الهاتف (المقسم)، واعرّض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.

النتاج العملي

أن يعبئ نموذج فواتير الهاتف.

المعلومات النظرية

يعبئ موظف المقسم نماذج مختلفة، منها نموذج فاتورة الهاتف، التي تُعد ذات أهمية كبيرة، وذلك لضبط عدد دقائق المكالمات وتحديداتها، وبيان قيمتها النقدية، وترحيل حسابها على فاتورة الضيف الرئيسة، ويجب على موظف المقسم توخي الدقة والحذر عند إعداد هذه الفواتير وترحيلها.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- نموذج فاتورة الهاتف.
- آلة حاسبة.
- قرطاسية (أقلام رصاص، حبر).

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

- سجّل رقم غرفة النزيل الذي طلب المكاملة في المكان المخصص على الفاتورة.
- دوّن التاريخ واسم الشخص (الضيف) المتصل.
- سجّل اسم الدولة أو المدينة التي يريد الاتصال بها، رقم الهاتف المطلوب.
- سجّل وقت طلب المكاملة، ووقت انتهائها.
- احسب عدد الدقائق التي استغرقتها المكاملة.
- سجّل ثمن المكاملة بعد حسابها كما يأتي: عدد الدقائق \times سعر الدقيقة.
- احسب قيمة بدل الخدمة كما يأتي: ثمن المكاملة \times نسبة بدل الخدمة.
- احسب قيمة الضريبة كما يأتي: مجموع قيمة المكاملة وبدل الخدمة \times نسبة الضريبة.
- أجمع قيمة الفاتورة (المجموع العام) كما يأتي: قيمة المكاملة + قيمة الخدمة + قيمة الضريبة.
- دوّن أسمك وتوقيعك.
- احفظ التمرين في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين علمي

- عبّئ نموذج فاتورة الهاتف مستعيناً بالبيانات الآتية، علماً بأنّ المبلغ قد سُجّل على الحساب.
- اسم الضيف: علي محمود الكيكي
 - الرقم المتسلسل: ٠٧٨٤٥١
 - رقم الغرفة: ٥١٤
 - التاريخ: ٢٠٠٨/١١/١٢
 - مكان الاتصال: السعودية/ جدة
 - رقم الهاتف: ٠٠٩٦٦٧٦٥١٥٤٥
 - عدد الدقائق: ٥ دقائق
 - سعر الدقيقة: ٠,٥٠٠ فلس

– بدل الخدمة: ١٠٪

– ضريبة حكومية: ١٦٪

Tele/Fax Voucher		فاتورة هاتف/ فاكس	
Voucher No.		رقم الفاتورة:	
اسم الضيف	Room No:	رقم الغرفة:	
Guest Name:	Date:	التاريخ: / /	
المدينة/ الدولة	Country / City		
رقم الهاتف	Tele. No.		
وقت طلب المكالمة	Time Requested		
وقت انتهاء المكالمة	Time Disconnected		
عدد الدقائق	No. of Minutes		
	دينار JD	فلس Fils	
المجموع	Total		
١٠٪ بدل خدمة	10% S. charge		
١٦٪ ضريبة حكومية	16% G. Tax		
المجموع العام	Grand Total		
ملاحظات	Cash		نقدًا
Remarks	Credit		دين
توقيع الموظف	Operator Sign		
توقيع الضيف	Guest Sign		

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

النتاج العملي

أن يعبئ نموذج كشف حساب المكالمات.

المعلومات النظرية

يُعبئ موظف المقسم نماذج مختلفة، منها نموذج كشف حساب المكالمات، ولهذا النموذج أهمية كبيرة في ضبط عدد المكالمات الصادرة من الفندق، وتحديد إيرادات قسم الاتصالات، حيث يسجل موظف المقسم المكالمات الصادرة جميعها على النموذج ويطابقها مع الفواتير، ومن ثم تُرسل إلى قسم المحاسبة لتدقيقها.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- نموذج كشف حساب المكالمات.
- نموذج فاتورة الهاتف.
- آلة حاسبة.
- قرطاسية (أقلام رصاص، حبر).

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

- اكتب الرقم المتسلسل، ورقم الغرفة، واسم الشخص المتصل.
- اكتب اسم الدولة والمدينة المتصل بها، ورقم الهاتف الذي تم الاتصال به.
- سجّل مدة المكالمة، وقيمتها وسجلها في الخانة المخصصة لكلّ منهما.
- سجّل قيمة بدل الخدمة، وقيمة الضريبة في الخانة المخصصة لكلّ منهما.
- سجّل قيمة المكالمة الكلي في خانة المجموع الكلي.
- سجّل قيمة المكالمة في خانة النقد إذا تم دفعها نقدًا أو سجلها في خانة الدين إذا كانت على الحساب.
- اجمع الأعمدة في نهاية دوام العمل.
- احفظ التمرين في ملف التدريب الخاص بك.

تمرين عملي

عبّئ نموذج كشف حساب المكالمات المستخدم في المقسم، مستعينًا بالبيانات الآتية، علمًا بأنّ الضيف قام بدفع المبلغ نقدًا.

- اسم الضيف: محمد خليل حميد
- الرقم المتسلسل: ١٤٥٢
- رقم الغرفة: ٩٠٥
- مكان الاتصال: لندن
- رقم الهاتف: ٠٠٤٤١٢٥٩٨٧٤١٤
- عدد الدقائق: ١٥ دقيقة
- سعر الدقيقة: ٠,٨٠٠ فلس
- المجموع: ١٢,٠٠٠ دينار
- بدل الخدمة: ١٠٪ () دينار
- ضريبة حكومية: ١٦٪ () دينار
- المجموع العام: () دينار

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

النتاج العملي

أن يدقق فواتير الاتصالات مع كشف حساب المكالمات.

المعلومات النظرية

على موظف المقسم تدقيق فواتير الاتصالات مع كشف حساب المكالمات، وذلك للتأكد من صحة المجاميع ومطابقتها، وبعد الانتهاء من ذلك، يُوقَّع الموظف على النموذج، ثم يُرسله إلى قسم المحاسبة مرفقاً بنسخة من كل فاتورة لغايات التدقيق والحفظ.

التجهيزات والمواد اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- فواتير الاتصالات.
- نماذج كشف حساب المكالمات.
- قرطاسية (أقلام رصاص، أقلام حبر).

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).
- دقة الإنجاز وسرعته.

خطوات تنفيذ التمرين

- رتب فواتير المكالمات الصادرة حسب أرقامها المتسلسلة.
- ابدأ مطابقة كل فاتورة مع ما تم تسجيله على كشف حساب المكالمات وذلك من خلال ما يأتي: (التاريخ، ومكان الاتصال، ورقم الهاتف، وعدد الدقائق، وسعر الدقيقة، وبدل الخدمة، والضريبة الحكومية، والمجموع الكلي).
- ضع إشارة على كل فاتورة تم تدقيقها.
- عند الانتهاء من عملية التدقيق، وقّع على كشف حساب المكالمات، وأرسله لقسم المحاسبة للتدقيق والحفظ مرفقاً معه نسخة عن كل فاتورة فرعية.
- احفظ التمرين في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

إليك بيانات فواتير الهاتف الآتية، فرّغ محتواها على نموذج كشف حساب المكالمات، ثم دقّق كشف حساب المكالمات حسب الأصول.

فاتورة (٢)	فاتورة (١)
- اسم الضيف: زياد أحمد داود	- اسم الضيف: فايز على قاسم
- الرقم المتسلسل: ١٥٠٣	- الرقم المتسلسل: ١٥٠٢
- رقم الغرفة: ٦٢٠	- رقم الغرفة: ٤١٠
- مكان الاتصال: إيطاليا/ روما	- مكان الاتصال: الكويت/ الكويت
- رقم الهاتف: ٠٠٣٩٦٤٥٢٢٣٥٩٩	- رقم الهاتف: ٠٠٩٦٥٧٨٩٤٥٦٦
- عدد الدقائق: ١٨ دقيقة	- عدد الدقائق: ١٠ دقائق
- سعر الدقيقة: ٠,٧٥٠ فلس	- سعر الدقيقة: ٠,٤٥٠ فلس
- المجموع: ١٣,٥٠٠ ديناراً	- المجموع: ٤,٥٠٠ دنانير
- بدل الخدمة: ١٠٪ (١,٣٥٠) دينار	- بدل الخدمة: ١٠٪ (٠,٤٥٠) دينار
- ضريبة حكومية: ١٦٪ (٢,٣٧٦) دينار	- ضريبة حكومية: ١٦٪ (٠,٧٩٢) دينار
- المجموع العام: (١٧,٢٢٦) ديناراً	- المجموع العام: (٥,٧٤٢) دنانير

فاتورة (٤)	فاتورة (٣)
- اسم الضيف: عبد الرحمن محمد يوسف	- اسم الضيف: عماد سليم دحبور
- الرقم المتسلسل: ١٥٠٥	- الرقم المتسلسل: ١٥٠٤
- رقم الغرفة: ٣٢٤	- رقم الغرفة: ٣١٧
- مكان الاتصال: لبنان/ بيروت	- مكان الاتصال: ألمانيا/ برلين
- رقم الهاتف: ٠٠٩٦١١٦٦٤٤٣٣٢	- رقم الهاتف: ٠٠٤٩٣٠٩٩٦٨٧٨٧
- عدد الدقائق: ٢٠ دقيقة	- عدد الدقائق: ١٢ دقيقة
- سعر الدقيقة: ٠,٥٠٠ فلس	- سعر الدقيقة: ٠,٧٥٠ فلس
- المجموع: ١٠,٠٠٠ دينار	- المجموع: ٩,٠٠٠ دينار
- بدل الخدمة: ١٠٪ (١,٠٠٠) دينار	- بدل الخدمة: ١٠٪ (٠,٩٠٠) دينار
- ضريبة حكومية: ١٦٪ (١,٧٦٠) دينار	- ضريبة حكومية: ١٦٪ (١,٥٨٤) دينار
- المجموع العام: (١٢,٧٦٠) ديناراً	- المجموع العام: (١١,٤٨٤) ديناراً

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

النتاج العملي

أن يعبئ نموذج الرسالة الهاتفية.

المعلومات النظرية

يعبئ موظف المقسم نماذج مختلفة منها نموذج الرسالة الهاتفية، وهو أحد أهم النماذج المستخدمة في الفندق بشكل عام لما له من أهمية لدى الضيوف، ولأهمية المعلومات التي قد تتضمنها الرسالة، ويُعبأ هذا النموذج بعد التأكد أن الضيف غير موجود في غرفته أو في أي مرفق من مرافق الفندق العامة، ويتم تدوين المعلومات على النموذج بشكل واضح، ووضعه في لوحة المفاتيح لحين قدوم الضيف أو إرساله لغرفته، ويجب الحرص والانتباه لتسليم الرسالة للضيف في أسرع وقت دون تأخير.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- نموذج الرسالة.
- قرطاسية (أقلام رصاص، أقلام حبر).
- هاتف.

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

- سجّل اسم الضيف في المكان المخصص لذلك في النموذج.
- دوّن التاريخ والوقت الذي وردت فيه المكالمة.
- سجّل اسم الشخص الذي طلب الضيف.
- سجّل من أيّة دولة أو مدينة ورد الاتصال.
- اسأل المتصل عن رقم هاتفه ليعاود الضيف الاتصال به.
- اكتب الملاحظة أو الرسالة للضيف بخطّ واضح.
- سجّل اسمك وتوقيعك بصفتك متلقي الرسالة.
- حدّد وقت استلام الرسالة بإدخالها في الساعة الطابعة.
- ضعها جانب مفتاح غرفة النزيل على لوحة المفاتيح.
- سلّم الرسالة للضيف عند عودته أو أرسلها لغرفته.
- احفظ التمرين في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

اتصل السيد عادل فريد من الرياض، الساعة التاسعة وعشر دقائق صباح يوم الثلاثاء الموافق ١١/٨/٢٠١٠ بمأمور المقسم محمد حسن، وطلب الحديث إلى السيد حسين يوسف المقيم في الغرفة رقم (٥٠٦)، وبعد التأكد أنّ النزيل خارج الفندق، أعطى السيد عادل فريد مأمور المقسم رقم هاتف منزله (٠٠٩٦٦١٥٦١٢٣٧٨)، وطلب إبلاغ النزيل حال عودته بضرورة الاتصال به.

فرّغ البيانات السابقة في نموذج الرسالة.

MESSAGE FORM

To Mr.	إلى السيد:	Room No.	رقم الغرفة
--------	------------	----------	------------

From Mr.	من السيد:	Tel.:	هاتف:
----------	-----------	-------	-------

Date	التاريخ:	Time	الوقت:	Received By	اسم المستلم:
------	----------	------	--------	-------------	--------------

Message	الرسالة
---------	---------

نتمنى لكم طيب الإقامة معنا

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

النتاج العملي

أن يعبئ نموذج الإيقاظ.

المعلومات النظرية

يُعبئ موظف المقسم نماذج مختلفة، منها نموذج إيقاظ الضيوف، الذي يُعدّ على جانب كبير من الأهمية للفندق والضيف، حيث يُسجّل الموظف موعد إيقاظ الضيف في الوقت المحدد من قبل الضيف، ويراعي الحرص الشديد عند تسجيل مواعيد الإيقاظ وتنفيذها بكلّ دقة، كما يجب التأكد من إيقاظ الضيف بشكل تام وبأسلوب صحيح.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- نموذج إيقاظ الضيوف.
- قرطاسية (أقلام رصاص، أقلام حبر).
- هاتف.

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخصّ تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

- سجّل اليوم والتاريخ في المكانين المخصصين على النموذج المرفق.
- دوّن في خانة الحالات الخاصة رقم غرفة الضيف، والوقت الذي يرغب الاستيقاظ فيه إذا كان وقتاً غير تلك الأوقات المدونة على النموذج.
- اكتب أرقام غرف المجموعة السياحية في خانة الوقت الذي يرغبون الاستيقاظ به.
- اكتب أرقام غرف الأفراد في خانة الوقت الذي يرغبون الاستيقاظ به.
- اتصل على الغرفة، عندما يحين وقت إيقاظ الضيف.
- تأكد من إيقاظ الضيف.
- احفظ التمرين في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

طلب الضيف في غرفة رقم ٩٠٣، إيقاظه الساعة السادسة والنصف صباحاً، في حين طلب ضيف آخر مقيم في الغرفة ٤٠٥، إيقاظه الساعة السابعة وخمس وأربعين دقيقة، وطلب ضيف آخر في غرفة رقم ٦٠٧، إيقاظه الساعة الحادية عشر والنصف صباحاً، سجّل البيانات السابقة على نموذج كشف إيقاظ الضيوف.

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

النتاج العملي

أن يعبئ قائمة الضيوف المقيمين.

المعلومات النظرية

يحرص قسم الدوائر الأمامية على إعداد قائمة بأسماء الضيوف المقيمين في الفندق، ثم يتم توزيعها على أقسام الفندق المعنية، ومن هذه الأقسام قسم الهاتف (الاتصالات) لمعرفة أسماء وأعداد المقيمين في الفندق بشكل يومي وأرقام غرفهم، ونوعية إقامة كل ضيف وبعض التفاصيل الأخرى، وتحفظ هذه القائمة في القسم للرجوع إليها عند الحاجة.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- نموذج قائمة الضيوف المقيمين.
- قرطاسية (أقلام رصاص، حبر، أوراق).

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

- اكتب اسم الضيف كما ورد في جواز السفر أو بطاقة التسجيل.
- سجّل رقم الغرفة، وسعرها، وتاريخ القدوم والمغادرة.
- سجّل جنسية الضيف وعدد الأشخاص.

النتاج العملي

أن يعبئ نموذج تقرير جرس إنذار الحريق والصيانة.

المعلومات النظرية

يكتب موظف المقسم ملاحظات على تقرير جرس إنذار الحريق والصيانة كلما دعت الحاجة لذلك سواء من انطلاق جرس إنذار الحريق أو القيام بصيانة أجهزة الحريق والمقسم. ويجب ذكر الحالة والساعة والتاريخ بدقة، واسم الشخص أو القسم الذي أبلغ بالأمر لحظة حدوثه.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- نموذج تقرير جرس إنذار الحريق والصيانة.
- قرطاسية (أقلام، أوراق).

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

- سجّل التاريخ والوقت بدقة.
- سجّل الحالة (الحدث) بالضبط.

- سجّل اسم أو وظيفة الشخص الذي قمت بإبلاغه.
- سجّل الإجراء الذي اتُّخذ، ثم وقّع على التقرير باسمك.
- احفظ التمرين في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي

في الساعة العاشرة صباحًا من يوم الأحد، تاريخ ١٢/٩/٢٠١٠، انطلق جرس إنذار الحريق في الطابق الأول في منطقة مطعم الموظفين، أبلغت مدير الأمن ومدير الصيانة على الفور، وبعد التحقق من الأمر وجد أنّ الجرس انطلق نتيجة وجود دخان من سجائر الموظفين ولا يوجد حريق فعلي.

سجّل التفاصيل السابقة في تقرير جرس إنذار الحريق والصيانة المرفق.

Fire Alarm Trouble & Maintenance Sheet					
تقرير جرس إنذار الحريق والصيانة					
الموظف Initial	الإجراء Action	تم إبلاغ Reported To	الحدث Event	الوقت Time	التاريخ Date

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

شبكة الإنترنت Intranet هي الوسيلة الإلكترونية للتواصل الداخلي وهي تتيح لموظفي الفندق التواصل فيما بينهم من خلال الرسائل الإلكترونية، والتقارير، كما تمكنهم من الوصول إلى معلومات محدّدة كل حسب صلاحيته وطبيعة عمله بكل سرعة وسهولة.

شبكة الإنترنت Interenet هي مجموعة كبيرة ومعقدة من الشبكات الإلكترونية المرتبطة ببعضها، التي تُصمّم بهدف التواصل العالمي بين مستخدمي هذه الشبكات، والوصول إلى المعلومات التي يريدونها بسهولة كبيرة وسرعة قصوى.

تتطلب الخدمات المقدمة داخل الفندق تنسيقًا وتواصلًا مستمرًا بين أقسام الفندق المختلفة؛ لضمان تقديم الخدمات الفندقية بأفضل المستويات.

١- طرق التواصل

تتم عملية التنسيق والتواصل بين هذه الأقسام من خلال تبادل المعلومات بين موظفي أقسام الفندق بعدة طرق، أهمها:

أ - الهاتفف.

ب- شبكة الإنترنت الداخلية.

ج- شبكة الإنترنت.

د - النماذج والتقارير والمذكرات مثل: شريحة الحجز، وشريحة الوصول، وقائمة القادمين، وقائمة المغادرين، والقوائم السياحية، وتقرير التنبؤ بأعداد الحجوزات، وتقرير التدبير الفندقي، وطلب الصيانة، وطلبات المشتريات، وتقرير الاختلاف في حالة الغرف، وطلب المواد من المستودع، وتقارير المفقودات والموجودات،... إلخ.

هـ - الاتصال الشخصي المباشر (اللقاءات، والاجتماعات، والدورات التدريبية، وورشات العمل). يوضّح الجدول (٣-١) مزايا وعيوب بعض أهم طرق التواصل المستخدمة في الفنادق.

الجدول (٣-١): مزايا طرق التواصل وعيوبها.

وسيلة الإتصال	المزايا	العيوب
الهاتف	<ul style="list-style-type: none"> • سريع. • يسمح بالأسئلة والأجوبة. • اتصال ذو اتجاهين. • تغذية راجعة مباشرة. 	<ul style="list-style-type: none"> • غير موثّق. • قد يساء فهم الرسالة. • قد يكون التوقيت غير مناسب. • قد يصعب إنهاء الاتصال.
المقابلة الشخصية (وجهًا لوجه)	<ul style="list-style-type: none"> • مباشرة. • اتصال شخصي. • اتصال ذو اتجاهين. • إمكانية رصد الانفعالات. 	<ul style="list-style-type: none"> • تحتاج إلى تفكير سريع وفوري. • قد يصعب إنهاؤها. • قوة ومركز أحد طرفي المقابلة قد يفرض ضغوطًا على الطرف الآخر.
الاجتماع	<ul style="list-style-type: none"> • استخدام الوسائل المرئية. • استخدام أفكار متعددة في آن واحد. • اتصال ذو اتجاهين. 	<ul style="list-style-type: none"> • ضياع الوقت في حال غياب التنظيم. • عدم ملائمة وقت الاجتماع. • التردد في المصارحة.
المذكرة	<ul style="list-style-type: none"> • مختصرة. • توثيق رسمي. • منظمة ومتسلسلة المعلومات. • سهولة التعميم. 	<ul style="list-style-type: none"> • لا يوجد سيطرة على مستلم الرسالة. • ليست شخصية. • اتصال ذو اتجاه واحد. • تغذية راجعة بطيئة.
التقرير الرسمي	<ul style="list-style-type: none"> • كامل وشامل. • منظم ومتسلسل الأفكار. • سهل التعميم. 	<ul style="list-style-type: none"> • ليس شخصيًا. • يحتاج إلى وقت طويل للقراءة. • صعوبة فهم اللغة. • اتصال ذو اتجاه واحد. • تغذية راجعة بطيئة.

مزايا الاتصال وعيوبه

نشاط (٣-٥)

صمّم ومجموعتك عرضًا تقديميًا توضّح فيه مزايا الاتصال وعيوبه، ثم اعرض ذلك على زملائك في الصف بإشراف معلمك.

٢- معوقات التواصل

- لا يتم التواصل في الفندق دون مشاكل أو معوقات، فقد تظهر بعض مصادر التشويش أو عدم انتظام تدفق الرسائل بالشكل المطلوب نتيجة لعدة عوامل، منها:
- أ - عدم انتباه مُستقبل الرسالة لمحتوياتها.
 - ب- عدم وجود تفهّم دقيق للمقصود من الرسالة، سواء بوساطة المُرسِل إليه أو المصدر.
 - ج- استخدام كلمات في الرسالة لها دلالات ومعان مختلفة لأشخاص مختلفين.
 - د - ضيق الوقت لكل من المُرسِل أو المُرسَل إليه.
 - هـ - التأثير الشخصي لمُستقبل الرسالة في نجاح عملية الاتصال.

هل تعلم

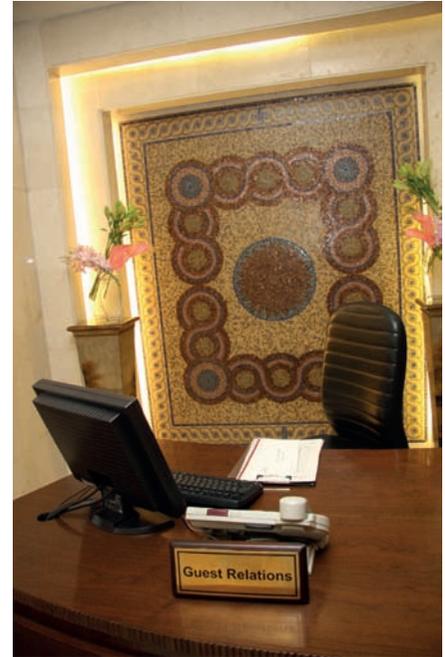
إن نغمة صوتك ومظهرك الخارجي يسهمان بنسبة كبيرة في تكوين الانطباع لدى الآخرين عنك.

قضية للبحث

بالتعاون مع أفراد مجموعتك، ابحث في أحد الكتب المتخصصة في المكتبة عن موضوع مزايا الاستماع الفعّال ومعوقاته، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.

نجد الآن وفي كثير من الفنادق الكبرى بأنهم قد وجدوا قسمًا خاصًا تابعًا للدوائر الأمامية مهمته الرئيسة كسب رضا الضيوف من خلال التعامل المباشر معهم، وحل مشاكلهم، وتوفير ما يحتاجون إليه بالسرعة الممكنة، وقد أُطلق على هذا القسم قسم علاقات الضيوف.

على الرغم من كفاءة وفعالية موظفي الدوائر الأمامية، إلا أن ضيوف الفندق وفي مناسبات عدّة قد يجدون خطأ في شيء ما، أو يزعجون بسبب شخص ما، أو خدمة ما، مما يجعلهم غير راضين تمامًا عن إقامتهم في الفندق، ولذلك على موظفي الدوائر الأمامية أن يتوقعوا قيام بعض الضيوف بتقديم شكاوى أو إظهار استيائهم لسبب معيّن، ويتطلّب ذلك منهم ابتكار استراتيجيات تساعد على حل مشاكل الضيوف بكفاءة، كما عليهم أن يمتازوا باللطف والمجاملة عند استقبالهم إحدى شكاوى الضيوف، وأن يحاولوا حلّ هذه المشكلة بأسرع وقت ممكن وأفضل طريقة بهدف كسب رضاهم. لاحظ الشكل (٣-٧).



الشكل (٣-٧): مكتب قسم علاقات الضيوف.

١- مهام قسم علاقات الضيوف Guest Relations Duties

من أهم واجبات هذا القسم:

- أ - العمل على راحة الضيوف في أثناء إقامتهم.
- ب- فحص وتدقيق جاهزية الغرف.
- ج- القيام بجولات للزوار والضيوف في مرافق الفندق.
- د - تزويد الزوار والضيوف بالمعلومات التي قد يطلبونها.
- هـ - إكمال تعبئة ملفات الضيوف بالمعلومات اللازمة للرجوع إليها عند الحاجة.
- و - التعامل مع شكاوى الضيوف ومتابعتها.
- ز - استقبال الضيوف المهمين (VIP) ومرافقتهم إلى غرفهم وطلب تقديم ضيافة خاصة لهم في غرفهم، كما في الشكل (٣-٨).

قضية للمناقشة

ناقش أفراد مجموعتك في مركزية أو لا مركزية الاتصال والتواصل في عمل قسم علاقات الضيوف، ثم اعرض ما تتوصل إليه على زملائك في الصف بإشراف معلمك.

نموذج الضيافة اليومي للأشخاص المهمين

Daily V.I.P Treatment Form

From: Guest Relations

من: قسم علاقات الضيوف

Time Sent: 10:30 am

الوقت: ١٠:٣٠ صباحاً

Date: 15\10\2008

التاريخ: ٢٠٠٨/١٠/١٥

To: Room Service, Housekeeping

إلى: قسم خدمة الغرف، قسم التدبير الفندقي

Cc: GM, F.O.M, F&B.M, Ex. chef

نسخة إلى: المدير العام، م. الدوائر الأمامية، م. الطعام والشراب، الشيف.

Subject: V.I.P Treatments for Today

الموضوع: ضيافة الأشخاص المهمين اليومية

Good Morning

صباح الخير

يرجى العلم بأن الضيافة لهذا اليوم كما هو مبين في الجدول:

Kindly note that the following are the VIP treatments for today

Name الاسم	الضيافة Amenities	رقم الغرفة Room No.	وقت الوصول Arrival Time	السبب Reason	الإجراء Action
Mr.Baban. A. Samer	V 1	1818	7:30 Pm	Hotel Membership	
Mr.Dahbour Emad	V 2	1215	In- House	Repeat Guest	Done
Miss.Ziad Reham	V 3	1720	In- House	First Stay	Done
Mr.& Mrs. Carpenter	V 4	1211	9:30 Pm	Long Stay	
Mr. Jaber Othman	V 3	1414	8:00 Pm	First Stay	

المناسبة Events	رقم الغرفة Room No.	الاسم Guest Name	الإجراء Action
Birthday عيد ميلاد			
Wedding Party حفلة زفاف			
Anniversary ذكرى زواج	1822	Mr. & Mrs. John	
Honeymooners شهر عسل	2020	Mr. & Mrs. Kurdi	Done
Others أخرى	1109	Mr. Naim Ali (Head office)	

الشكل (٣-٨): نموذج الضيافة اليومي للأشخاص المهمين.

٢- شكاوى الضيوف Guest Complaints

تشجّع إدارة الفندق الضيوف والزوار على تقديم الشكاوى بعدة طرق، منها: نماذج الاقتراحات والشكاوى، والاستبانات، والاتصال المباشر، وذلك بهدف تعرّف عدد الشكاوى، وأنواعها، وطبيعتها والعمل على حلّها بالسرعة الممكنة. فمغادرة ضيف واحد غير راضٍ عن الخدمات المقدّمة له في الفندق قد يتسبّب في خسارة كبيرة جدًّا من وجهة نظر الفندق خاصة إذا قام هذا الضيف بإبلاغ كلّ من يعرفهم عن عدم رضاه عن الإقامة في هذا الفندق، وعلى العاملين في الفندق إدراك أن تكلفة اجتذاب ضيف جديد إلى الفندق تزيد على عشرة أضعاف تكلفة الاحتفاظ بهذا الضيف. ويمكن تصنيف شكاوى الضيوف على النحو الآتي:

أ - شكاوى فنية Mechanical Complaints: معظم

في بعض الحالات لا تكون هذه الشكاوى متعلّقة بالأعطال الفنية نفسها، بل بسرعة الاستجابة وإصلاح هذه الأعطال حال معرفة القسم المعني بذلك أو إبلاغهم بها.

شكاوى ضيوف الفندق ترجع في الغالب إلى الخلل الناجم عن وظائف معدات وأجهزة الفندق، والتي تتعلّق بالأمور الوظيفية والميكانيكية لتلك المعدات والأجهزة، مثل الأعطال التي تحدث داخل غرف الضيوف كالإضاءة، والعطل في مكيف الهواء، والأعطال في مفاتيح الغرف، والأعطال التي قد تحدث في التلفزيون أو برجة القنوات، والأعطال في الأثاث، وأعطال المصعد، وأعطال ماكينة الثلج،... إلخ.

ويمكن التقليل قدر الإمكان من هذه المشاكل من خلال تسجيل شكاوى الضيوف في سجل الملاحظات، ومتابعة عملية إصلاح هذه الأعطال مع القسم المعني بذلك.

ب- شكاوى اتجاهية Attitudinal Complaints: عادة ما يتقدم

يجب ألا يسمع الضيف أيّ حوار أو مجادلة بين موظفي الفندق، أو أيّة شكاوى تتعلّق بظروف عملهم.

الضيف بهذا النوع من الشكاوى عند تلقيه معاملة غير محببة من قبل موظفي الفندق، وقد يُقدّم الضيف أيضًا مثل هذه الشكاوى في حالة شعوره بالضيق نتيجة سماعه لحوارات ونقاشات موظفي الفندق، أو من خلال توجيه النقد للفندق من قبل الموظفين عندما يتبادلون الحديث مع ضيوف الفندق.

ج - شكاوى تتعلق بالخدمة Service - related Complaints: يُقدّم بعض الضيوف شكاوى تتعلق بالخدمة المقدمة في أي مرفق من مرافق الفندق وذلك عندما يشعر بأن الخدمة لا ترقى إلى المستوى المطلوب، أو التأخير في تقديم الخدمة، مثل التأخير في إيصال الحقائب، وعدم ترتيب الغرف وتنظيفها حسب المستوى المتوقع، وبعض الصعوبات التي تواجه الضيف عند استخدام الهاتف، وعدم إيقاظه في الوقت المحدد، والمشاكل المتعلقة بخدمة تقديم الطعام والشراب، كتأخير الخدمة أو تقديمها بدرجة حرارة غير مناسبة لنوعية الطعام أو الشراب المقدم.

د - شكاوى غير عادية Unusual Complaints: يتقدّم الضيوف في بعض الحالات بشكاوى غير اعتيادية، كالاقتدار لوسائل النقل العام، أو حالة الطقس السيء، وفي بعض الفنادق مثلاً قد يشتكي الضيف من عدم وجود مسبح في الفندق وغيرها من الشكاوى غير الاعتيادية، وفي مثل هذه الحالات من الطبيعي أنّ الفندق لا يملك السيطرة على الظروف الخارجية والشكاوى غير الاعتيادية، لذلك تقوم الإدارة في الفنادق بإعداد العاملين في الدوائر الأمامية وتدريبهم على التعامل مع مثل هذا النوع من الشكاوى، ومحاولة التعامل معها بكل هدوء ودبلوماسية والإصغاء للضيف ليعبر عن وجهة نظره أو ما قد يجول في خاطره.

٣- قواعد التعامل مع الشكاوى: Rules of Handing Complaints

يوجد قواعد عامة يجب على الموظفين اتباعها في التعامل مع شكاوى الضيوف، أهمها:

- أ - استمع جيداً، وأظهر الاهتمام والتعاطف مع الضيف.
- ب - إذا شعرت بأنّ الضيف غاضب جداً، حاول إبعاده إلى مكان هادئ بعيد عن الضيوف الآخرين حتى لا يتسبب في إزعاجهم.
- ج - ابق هادئاً، ولا تأخذ موقفاً دفاعياً أو عدائياً من الضيف.
- د - اظهر اهتماماً شخصياً بالشكوى، استخدم اسم الضيف أكثر من مرة، خذ الشكوى على محمل الجد.
- هـ - أظهر للضيف كلّ اهتمامك، وركّز على المشكلة وليس على من ستضع اللوم، لا تقل ما يمكن أن يعدّه الضيف إهانة له.

و - اكتب ملاحظات عن المشكلة (طبيعة المشكلة، الوقت، مكان حدوث المشكلة، الموظف المتسبب بالمشكلة، اسم الضيف، رقم غرفته)، وأية ملاحظة تجدها مهمة لا يصلحها للمعنيين بحل المشكلة.

ز - أخبر الضيف بما يمكن أن يحدث، قدّم له عدّة خيارات. لا تُقدّم وعودًا للضيف ولا تتجاوز صلاحياتك.

ح - أبلغ الضيف بالوقت المتوقع لحلّ المشكلة، كن محدّدًا، لكن أعطِ الوقت الكافي لحلّ المشكلة.

ط - تابع مع الشخص المعني ما أنجز بخصوص حلّ المشكلة.

ي - تابع المشكلة مع الضيف بعد حلّها وتأكد أنّها قد حلتّ بشكل مرضي له. (اكتب تقريرًا بالمشكلة، والإجراءات التي تم اتخاذها، نتيجة حل المشكلة).

قواعد التعامل مع شكاوي الضيوف

نشاط (٦-٣)

صمّم ومجموعتك عرضًا تقديميًا يوضّح قواعد التعامل مع شكاوي أحد الضيوف المتعلقة بسرقة حاجيات خاصة به من غرفته، ثم اعرضها على زملائك في الصف.

قضية للمناقشة

ناقش أفراد مجموعتك في مشكلة حصلت معك وكيف تم إيجاد الحلول لها، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف بإشراف معلمك.

النتاج العملي

أن يعبئ نموذج الضيافة اليومي للأشخاص المهمين.

المعلومات النظرية

تُصنّف إدارة الفندق ضيوفها إلى أصناف عدّة حسب أهميتهم أو حسب طبيعة ونوعية إقامتهم، بحيث يتمتّع كلّ صنف منهم بنوع مميز من المعاملة في أثناء إقامته في الفندق، ويُشار إلى هؤلاء الضيوف بمصطلح الأشخاص المهمين (V.I.P= Very Important Persons)، ويتمّ ذلك من خلال تقديم خدمات إضافية لهم في غرفهم، كتقديم سلال الفاكهة، وأطباق الحلويات، وطاقات الزهور، وبعض أنواع المشروبات، وغيرها من الخدمات الإضافية الأخرى مجاناً، وذلك بهدف إقامة علاقات وطيدة ودائمة معهم تضمن استمرار ولائهم للفندق وتكرار إقامتهم فيه. وتتخذ أشكال هذه التصنيفات إمّا أرقامًا (1. 2. 3. 4) وإمّا أحرفًا (A. B. C. D) بحيث يدلّ كلّ رقم أو حرف على مستوى الضيافة المجانية التي يجب أن تقدّم له. ويهتم قسم علاقات الضيوف بإعداد نموذج الضيافة اليومي للأشخاص المهمين قبل وصولهم للفندق، ويتمّ إشعار أقسام الفندق ذات العلاقة المباشرة مع الضيف، لتقديم الخدمة المطلوبة منهم على أكمل وجه وفي الوقت الصحيح، أمّا في حالة قدوم أحد الأشخاص المهمين دون حجز مسبق، فيتم عمل نموذج خاص به وإرساله إلى الأقسام المعنية لتجهيز وإرسال الضيافة له في غرفته، وغالبًا ما يحرص مدير الفندق أو يكلف من ينوب عنه لاستقبال هؤلاء الضيوف ومرافقتهم إلى غرفهم. كما يتم تقديم مثل هذه الخدمات لكلّ من تصادف مناسبة خاصة به في أثناء إقامته في الفندق، كأعياد الميلاد، وذكرى الزواج، وشهر العسل، أو إقامة حفل زفاف في مرافق الفندق. ولا بُدّ من ذكر أنّ معظم الفنادق تعدّ الضيوف في أول إقامة لهم في الفندق من الأشخاص المهمين.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي .
- نموذج الضيافة اليومي للأشخاص المهمين .
- قرطاسية (أقلام، أوراق) .

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك .
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين .
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخص تنفيذ التمرين .
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة .
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار) .

خطوات تنفيذ التمرين

- اكتب اسم القسم المرسل (علاقات الضيوف) .
- سجّل تاريخ ووقت إرسال النموذج .
- سجّل الأقسام المرسل إليها النموذج .
- سجّل الأقسام المرسل إليها نسخ من هذا النموذج .
- اكتب اسم الضيف، وحدّد نوعية الضيافة التي ستقدم له، ورقم غرفته، أو ساعة وصوله إلى الفندق .
- اكتب سبب تقديم الضيافة .
- اكتب رقم الغرفة واسم الضيف في حال تقديم ضيافة لضيوف تصادف مناسبة خاصة بهم في أثناء إقامتهم في الفندق .
- قم بإعداد هذا النموذج على عدة نسخ، وأرسلها للأقسام المعنية (إدارة الفندق، وقسم الطعام والشراب، والمطبخ، وقسم الدوائر الأمامية) .
- احفظ التمرين في ملف التدريب العملي الخاص بك .

تمرين عملي

عَبِّئْ نموذج الضيافة اليومي للأشخاص المهمين، مستعيناً بالبيانات الآتية:

الاسم Name	الضيافة Amenities	رقم الغرفة Room No.	وقت الوصول Arrival Time	السبب Reason	المناسبة EVENTS
Mr. Soud Fayes	V 2	1510	In- House	Repeat Guest	
Mr. Akel Ayman	V 3	1010	6:30 Pm	First Stay	
Miss. Majdouline A.		1401	In- House		Birthday
Mr.&Mrs. Suliman		1207	11:30 Pm		Wedding Party

معايير التقييم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

نموذج الضيافة اليومي للأشخاص المهمين
Daily V.I.P Treatment Form

From: من:
Time Sent: الوقت:
Date: التاريخ:
To: إلى:
Cc: نسخة إلى:
Subject: الموضوع:
Good Morning صباح الخير

يرجى العلم بأن الضيافة لهذا اليوم كما هو مبين في الجدول
Kindly note that the following are the VIP treatments for today

الاسم Name	الضيافة Amenities	رقم الغرفة Room No.	وقت الوصول Arrival Time	السبب Reason	الإجراء Action

المناسبة Events	رقم الغرفة Room No.	اسم الضيف Guest Name	الإجراء Action
Birthday	عيد ميلاد		
Wedding Party	حفلة زفاف		
Anniversary	ذكرى زواج		
Honeymooners	شهر عسل		
Others	أخرى		

النتاج العملي

أن يطبّق قواعد التعامل مع شكاوى الضيوف.

المعلومات النظرية

يتعامل قسم علاقات الضيوف مع الكثير من شكاوى الضيوف ويعمل على حلّها ومتابعة رضا الضيوف وراحتهم للإجراءات التي تمت خلال مدّة إقامتهم في الفندق. وفي كثير من الحالات يتمّ كتابة تقرير بالمشكلة، والإجراءات التي تمت للعمل على حلّ المشكلة، وإرساله إلى الإدارة لدراسة المشكلة وإجراءات الحلّ، والتدخل إذا لزم الأمر لوضع أفضل الحلول للمشاكل المتشابهة وتعميمها على العاملين في الفندق لاستخدامها في المستقبل.

التجهيزات اللازمة

- مختبر التدريب العملي.
- قرطاسية (أقلام، أوراق).

إرشادات عامة

- إتاحة الفرصة للطلبة لتنفيذ التمرين بأنفسهم، والإشراف عليهم في أثناء ذلك.
- تهيئة مكان العمل بالمستلزمات الضرورية لتنفيذ التمرين.
- إعداد قوائم تقييم الطلبة للتحقق من مستوى أدائهم في ما يخصّ تنفيذ التمرين.
- توزيع الطلاب إلى مجموعات عمل صغيرة.
- اتباع الأسلوب الأدائي في عملية التدريب العملي (تمثيل أدوار).

خطوات تنفيذ التمرين

مثّل أدوارًا مع أحد زملائك لحلّ إحدى المشاكل الآتية، ثم احفظ خطوات حلّ المشكلة التي تعاملت معها في ملف التدريب العملي الخاص بك.

تمرين عملي المشكلة الأولى

بصفتك مسؤول قسم الدوائر الأمامية في الفترة المسائية لهذا اليوم، وفي الساعة السادسة من بعد الظهر، طلب السيد رشاد الشريف المقيم في غرفة رقم ٦١٥ التحدّث إليك، وكان يبدو عليه الانزعاج الشديد، وعندما قابلته، أبلغك بأنّه تلقّى مكالمة هاتفية من شخص غريب ومجهول بالنسبة له، حيث قام المتصل بشتمه وتهديده.

- تتبع قواعد التعامل مع شكاوى الضيوف في التعامل مع مثل هذه المشكلة وحلّها.
- اكتب على ورقة جانبية اقتراحات الحلّ الذي قمت به، وناقش زملاءك ومعلمك فيه.

تمرين عملي المشكلة الثانية

حضر السيد نعيم العلي المقيم هو وزوجته في غرفة رقم ٨٢٠، في الساعة العاشرة ليلاً في حالة انزعاج شديد ليخبرك أنّ مكيف الهواء في غرفته معطل، وأنّه قد أخبر موظف قسم الاستقبال بذلك في الساعة الثانية بعد الظهر إلا أنّ المكيف ما زال معطلاً، وأبدى استياءه من ترتيبات رحلة الطائرة التي قدم عليها صباح هذا اليوم، وأنّه لم يتوقع مثل هذا المستوى من التعامل والخدمة.

- بصفتك مسؤولاً لقسم علاقات الضيوف تتبع قواعد التعامل مع شكاوى الضيوف، في التعامل مع مثل هذه المشكلة وحلّها، علماً بأنّه لا يوجد غرفة أخرى فارغة هذا اليوم في الفندق من نوع الغرفة نفسها التي يقيم فيها الضيف.
- اكتب على ورقة جانبية اقتراحات الحلّ الذي قمت به، وناقش زملاءك ومعلمك فيه.

معايير التقويم

- التسلسل المنطقي في خطوات العمل.
- استخدام المعلومات وتوظيفها.
- دقة الإنجاز وسرعته.

أسئلة الوحدة Unit Questions

- ١- عرّف ما يأتي:
 - أ - المكالمات الدولية.
 - ب- المكالمات المجانية.
 - ج- كشف حساب المكالمات.
 - د - تقرير جرس إنذار الحريق والصيانة.
- ٢- اذكر أهم وظائف المقسم.
- ٣- اشرح طريقة الرد على المكالمات الداخلية والخارجية.
- ٤- اشرح كيفية عمل جهاز الناسوخ.
- ٥- عدّد طرق التواصل بين أقسام الفندق المختلفة.
- ٦- ما أهم واجبات قسم علاقات الضيوف؟
- ٧- قارن بين الشكاوى الفنية والشكاوى غير العادية من حيث طبيعتها.
- ٨- ضع دائرة حول رمز الإجابة الصحيحة:
 ١. من مميزات جهاز الناسوخ:
 - أ - إمكانية الحصول على أكثر من نسخة من الرسائل.
 - ب- إمكانية الإرسال لأكثر من عنوان واحد في الوقت نفسه.
 - ج- السريّة (يكون الاتصال بين المرسل والمستقبل فقط).
 - د - إمكانية تخزين الرسائل على شريط التخريم الخاص بالجهاز.
 ٢. المكالمات من شخص إلى آخر هي المكالمات التي:
 - أ - تتمّ بين منطقتين في المدينة نفسها.
 - ب- تتمّ بين مدينتين داخل الدولة.
 - ج- تتمّ بين دولتين.
 - د - تُطلب فقط عن طريق المقسم الدولي.

٣. قائمة أسعار المكالمات هي:

أ - كشف يبيّن أسعار المكالمات الدولية والوطنية والمحلية.

ب- فواتير خاصة لتسجيل المكالمات الدولية والوطنية.

ج- كشف يستخدمه موظف المقسم لتسجيل جميع المكالمات الصادرة.

د - كلّ ما ذكر صحيح.

٤. تعدّ الشكاوى المتعلّقة بحالة الطقس السيء، أو الافتقار إلى وسائل النقل العام شكاوى:

أ - اتجاهية.

ب- تتعلّق بالخدمة.

ج- فنية.

د - غير عادية.

٩ - اكتب رموز الاتصال الخاصّة بالمدن الأردنية.

١٠- اكتب رموز الاتصال الخاصّة بالدول العربية.

مهارات البحث والاتصال

- ١- ابحث مع أفراد مجموعتك وبالرجوع إلى أحد الفنادق المصنفة أربع نجوم، أو خمس نجوم، عن أحدث أجهزة الإتصال المستخدمة فيه، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.
- ٢- ابحث مع أفراد مجموعتك وبالرجوع إلى أحد الفنادق المصنفة أربع نجوم، أو خمس نجوم، عن دور برمجيات الحاسوب في تسهيل خدمة الضيوف، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.

الأنشطة الإثرائية

- ١- ناقش أفراد مجموعتك في قاعدة " الضيف دائماً على حق"، ثم ناقش زملاءك في ما توصلت إليه في الصف وبإشراف معلمك.
- ٢- ناقش أفراد مجموعتك في مزايا استخدام شبكة الإنترنت في التواصل الداخلي في الفنادق، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف وبإشراف معلمك.
- ٣- ناقش أفراد مجموعتك في مهارات إدارة الاجتماعات الناجحة، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.
- ٤- ناقش أفراد مجموعتك في استثمار التعابير غير اللفظية، مثل المظهر والحركات في تحقيق اتصال فاعل، ثم اعرض ما تتوصّل إليه على زملائك في الصف.

تقويم ذاتي Self Assessment

لا	نعم	أستطيع بعد دراسة وحدة الاتصال أن	
		أتعرّف أشكال الاتصال في الفندق.	١
		أتفهم عملية الاتصال.	٢
		أعرف وظائف المقسم.	٣
		أميّز أنواع الأجهزة المستخدمة في المقسم.	٤
		أوضّح أنواع المكالمات.	٥
		أستخدم النماذج والسجلات المستخدمة في القسم.	٦
		أوضّح طرق التواصل بين أقسام الفندق المختلفة.	٧
		أحدّد طبيعة مهام قسم علاقات الضيوف.	٨
		أميّز بين أنواع شكاوى الضيوف.	٩
		أتعامل مع شكاوى الضيوف حسب القواعد المتبعة.	١٠

مسرد المصطلحات Glossary

المعنى باللغة الإنجليزية	الكلمة باللغة العربية
Trend	اتجاه
Communication	الاتصال
Horizontal Communication	الاتصال الأفقي
Verbal Communication	الاتصال الشفوي
Vertical Communication	الاتصال العامودي
Written Communication	الاتصال الكتابي
Upward communication	الاتصال من أسفل إلى أعلى (الصاعد)
Downward Communication	الاتصال من أعلى إلى أسفل (الهابط)
Sofa Couch	أريكة
Leisure	استجمام
Information	الاستعلامات
Reception	الاستقبال
Operational Departments	الأقسام التشغيلية
Support Departments	الأقسام المساندة (المساعدة)
Cashier	أمين الصندوق
Consolidation	الاندماج / الاتحاد
Man power	الأيدي العاملة (العنصر البشري)
Operator	مأمور المقسم
Gaining Profits	تحقيق الأرباح
Housekeeping	التدبير الفندقية

Facilities	تسهيلات
Partnership Marketing	التسويق التشاركي
Handling Complaints	التعامل مع الشكاوي
Regulation and Legislation	القوانين والتشريعات
Daily Reports	التقارير اليومية
Fire Alarm Trouble & Maintenance Sheet	تقرير جرس إنذار الحريق والصيانة
Recruiting	التوظيف
Social Culture	الثقافة العامة للمجتمع
Baby Sitter	الحاضنة (جليسة الأطفال)
Reservation	الحجز
Inn	النزل (الخان)
Communication Services	خدمات الاتصال
Tourist Security Services	خدمات الأمن السياحي
Banking Services	الخدمات البنكية
Health Care Services	خدمات الرعاية الصحية
Service	الخدمة
Room Service	خدمة الغرف
Insurance Services	خدمة شركات التأمين
Rooms Division	دائرة الغرف
Check – In /Check – out	الدخول (التسكين) والمغادرة
Telephone Directory	دليل الهاتف
Front Office	الدوائر (المكاتب) الأمامية
Executive Chef	رئيس الطهاة
Message	الرسالة

Addresses and Numbers Record	سجل العناوين والأرقام
Travel	سفر
Tourism	سياحة
Ecotourism	السياحة البيئية
Adventure Tourism	سياحة المغامرة
Beverage	شراب
Complaints	الشكاوى
Service – Related Complaints	شكاوى تتعلق بالخدمة
Attitudinal Complaints	شكاوى سلوكية
Unusual Complaints	شكاوى غير عادية
Mechanical Complaints	شكاوى فنية
Industry	صناعة
Travel and Tourism Industry	صناعة السياحة والسفر
Hospitality	ضيافة
Guest	الضيف
Communication Methods	طرق الاتصال والتواصل
Guest Relations	علاقات الضيوف
Globalization	العولمة
Linen Room	غرفة البياضات
Sewing Room/ Tailor Room	غرفة الخياطة
Lost and Found Room	غرفة المفقودات والموجودات
Continental Breakfast	الإفطار الأوروبي
Convention Hotels	فنادق الاجتماعات والمؤتمرات
Suite Hotels	فنادق الأجنحة الفندقية

Residential Hotels	فنادق الإقامة الدائمة
Extended – Stay Hotels	فنادق الإقامة الطويلة
Bed & Breakfast Hotels	فندق الإقامة والإفطار
Commercial Hotels	الفنادق التجارية (المدن)
Chain Hotels	فنادق السلسلة
Independent Hotel	الفنادق المستقلة
Time Share Hotels	فنادق المشاركة بالوقت
Airport Hotels	فنادق المطارات
Condominium Hotels	فنادق تملك العقارات (الشقق السكنية)
Telephone Voucher	فواتير المكالمات
Telephone Prices list	قائمة أسعار المكالمات
Guests In – House List	قائمة أسماء الضيوف المقيمين
Catering Department	قسم التموين
Accounting Department	قسم الحسابات
Banquet Department	قسم الحفلات
Convention Department	قسم المؤتمرات
Wake – up Call Sheet	كشف إيقاظ الضيوف
Telephone Statement	كشف حساب المكالمات
Accommodation/ lodging Properties	مؤسسات الإيواء (الإقامة)
Institutional Properties	المؤسسات غير الربحية
Store Room	المخزن
Uniformed Services / Porters	المراسلون أو حاملو الحقائب
Conference Centers	مراكز المؤتمرات
Planning Stage	مرحلة التخطيط

Evaluation and Follow-up	التقييم والمتابعة
Action Stage	مرحلة التنفيذ
Sender	المُرسل
Receiver	المُستقبل
Levels of Service	مستويات الخدمة
Restaurants	المطاعم
Fast Food Restaurants	مطاعم الوجبات السريعة
Kitchenette	مطبخ صغير
International Calls	المكالمات الدولية
Person to Person Calls	المكالمات من شخص إلى آخر
Toll-free Calls	المكالمات المجانية
Local Calls	المكالمات المحلية
National Calls	المكالمات الوطنية
Collect Calls	مكالمات على حساب المُستقبل
Components	مكوّنات
Laundry	المصبغة
Resorts	منتجعات
Employees	الموظفون
Message Form	نموذج الرسالة
Transportation	وسائل المواصلات (النقل)
Operator Duties	وظائف المقسم

أولاً: المراجع العربية

- ١- توفيق، ماهر عبد العزيز، علم إدارة الفنادق، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع ٢٠٠٧م.
- ٢- الصيرفي، محمد، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي ٢٠٠٧م.
- ٣- الطائي، حميد عبد النبي، الأسس العلمية في إدارة المنشآت الفندقية، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع ٢٠٠٠م.
- ٤- العلاق، بشير والطائي، حميد، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع ٢٠٠٧م.
- ٥- قمحية، وليد نافع، الإدارة الفندقية، الطبعة الأولى، عمان: دار البداية، ٢٠٠٨م.
- ٦- مقابلة، خالد والحاج ذيب فيصل، صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى عمان: دار وائل للطباعة والنشر، سلسلة السياحة والفندقية (٦)، ٢٠٠٠م.
- ٧- النصور، إياد عبد الفتاح، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية (مدخل مفاهيمي)، الطبعة الأولى، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 1- Abbey James R., **Hospitality Sales and Marketing: fourth Edition the American hotel & lodging Institute,USA,2003.**
- 2- Bardi James A. **Hotel Front Office Management: third edition John wiley & sons, Inc., Hoboken, new Jersey,2003.**
- 3-Kasavana Michael L & Brooks Richard M., **Managing Front Office Operations: seventh edition, the American hotel & lodging Institute, USA. 2005.**
- 4- Kasavana Michael L. & Cahill Johan J., **Managing Technology in the Hospitality Industry: fifth edition, the American hotel & lodging, USA, 2007.**
- 5- Kavanaugh Raphael R., & Ninemeier Jack D., **Supervision in the Hospitality Industry: Third Edition, The American Hotel & lodging Institute, USA, 2001.**
- 6- Wearing Stephen & Neil John, **Ecotourism: Impacts, potentials & possibilities: Butterworth-Heinemann, USA. 2000.**

ثالثاً: مواقع الانترنت Internet Sites

- 1- <http://www.feedo.net/lifestyle/TravelTripsRelaxation/Ecotourisem.htm> June / July2008
- 2- <http://www.vabna.com/vb/archive/index.php/t-17553> June/July 2008.
- 3- <http://www.learnthat.com/define/view.asp?id=70> June/July 2008.
- 4- <http://www.learnthat.adwright.com/what-is-branding> June/July 2008.
- 5- <http://www.learnthat.com/define/view.asp?id=279> June/July 2008.
- 6- <http://www.toursism.jo/inside/hotels-in-Jordan.pdf> June/July 2008.
- 7- <http://www.howardmodels.com/architectural-rendering/index.htm> June/July 2008.
- 8- <http://www.howardmodels.com/computer-renderings/architectural-rendering.htm> June/July 2008.
- 9- <http://www.arabianbusiness.com/arabic/520629>

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

