



جامعة 8 ماي 1945 -قائمة-

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية



بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال: الأحوال والممارسات

مذكرة مكملة للحصول على درجة الماجستير المهني في العلوم السياسية

تخصص: إدارة الأعمال السياحية

إشراف الأستاذ:

د. عبد الغاني دندان

إعداد الطالبتين:

ندى كموش

سارة شادر

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
جمال منصر	أستاذ التعليم العالي	جامعة 8 ماي 1945	رئيسا
عبد الغاني دندان	أستاذ محاضر ب	جامعة 8 ماي 1945	مشرفا ومقررا
نصر الدين لبال	أستاذ مساعد أ	جامعة 8 ماي 1945	عضوا ممتحننا

السنة الجامعية: 2023-2024.



University of May, 8th 1945 -GUELMA-

Faculty of Law and Political Sciences

Political Sciences Department



HOSPITALITY PROTOCOL IN BUSINESS TOURISM: TOOLS AND SKILLS

A supplementary thesis for obtaining a professional master's
degree in Political Sciences

Specialty: *Tourism Business Administration*

Submitted by:

 Nada KAMOUCHE

 Sara CHADER

Supervised by:

Dr. Abdelghani DENDENE

Board of Examiners

Full name	Grade	University	Role
Djamel MENACEUR	Professor	University 8 th May 1945 of GUELMA	President
Abdelghani DENDENE	Senior Lecturer	University 8 th May 1945 of GUELMA	Supervisor
Nasr Eddine LEBAL	Lecturer	University 8 th May 1945 of GUELMA	Examiner

Academic year: 2023/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

In the name of Allah, Most Gracious, Most Merciful.

شُكْرٌ وَتَقْدِيرٌ

الحمد لله الذي ما سلكنَا البدايات إلا بتيسيره وما بلغنا النهايات إلا بتوفيقه وما حققنا الغايات إلا بفضلِه

(وَآخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ)

فتتلمذ بحخالص الشكر والتقدير والعرفان لكل من ساهم في رحلتنا العلمية ودعّمنا في مسيرتنا الجامعية

إلى أساتذنا الكرام في قسم العلوم السياسية، الذين بذلوا جهوداً جبّارة في سبيل تعليمنا وتنقيفنا، ونقلوا لنا العلم والمعرفة، فكانوا خير قدوة لنا في مسيرتنا العلمية وعلى رأسهم رئيس القسم والمشرف الفاضل الدكتور:

عبد الغازي دزدان

يسعدنا أن نتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان وذلك على ما قدّمه لنا من مساعدة ودعمٍ لا محدودٍ وإرشادٍ بناءٍ خلال رحلتنا في إعداد مذكرة التخرج كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة،

البروفيسور جمال منصر، والأستاذ نصر الدين لبال، الذين تفضلوا واجتهدوا لقراءة وتقييم هذه المذكرة

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى **إدارة فندق سيبوس الدولي، وإدارة فندق الشيراتون بولاية عنابة** وإلى كل إطار فيه قدم لنا المساعدة حول الموضوع جزاكم الله خير الجزاء وبارك في علمكم وعملكم، ووفقكم في مسيرتكم

العلمية والعملية



إهداء

باسم خالقي وميسر أموري أبدأ...

من قال أنا لها... نالها
وأنا لها وإن أبت رغباً عنها أتيتُ بها

لم تكن الرحلة قصيرة ولم يكن الحلم قريباً ولا الطريق كان محفوفاً بالتسهيلات
لكنني فعلتها ونلتها

أهدي هذا النجاح إلى نفسي، إيماناً بقدراتي وإمكانياتي، وطموحاتي التي
سأظل أسعى لتحقيقها

إلى أبي وأمي وأخي إلياس، دُمتُ لي سنداً وضيعاً لا يميل
ودُمتُ لكم فخراً واعتزازاً

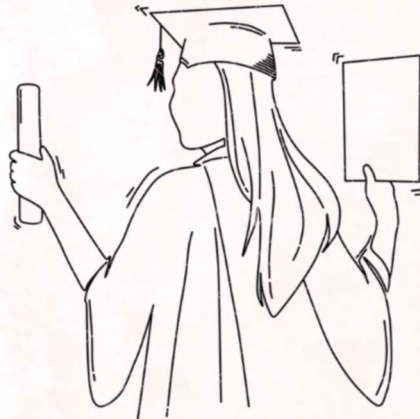
إلى كبار العائلة، جدتي شهرزاد، جدتي مليكة، أطال الله عمرهما

إلى الروح الطاهرة، جدي، من افتقده منذ الصغر ويرتعث قلبي لذكره، الى من
فارقني بجسده وروحه مازالت ترفرف في سماء حياتي ... رحمه الله

إلى أقاربي فرداً فرداً كبيراً وصغيراً، لكل من كان عوناً وسنداً في هذا الطريق
للأصدقاء الأوفياء، رفاق السنين وأصحاب الشدائد

إلى الرفيقة والصديقة التي ساندتني في إعداد هذه المدكرة، سارة

إلى جميع ذكاترة قسم العلوم السياسية
أساتذتي الكرام، قدوتي في العلم والإبداع، أهدى لكم هذا العمل تكريماً
لفضلكم العظيم



ندى



إهداء



أهدي ثمرة جهدي

إلى مصدر الأمان الذي استمد منه قوتي، إلى نور عيني و حظي الجيد و
فوزي و فخري، إلى حبيب القلب،
أبي اطل الله في عمره

إلى من كانت الداعم الأول لتحقيق طموحاتي، إلى من كانت ملجئي و يدي
اليمنى في دراستي و عملي
إلى القلب الحنون التي كانت دعواتها تحيطني
أمي اطل الله في عمرها

إلى مصدر اعتزازي بذاتي، إلى سندي و عوني في الحياة
اخوتي و اخواتي : ريان، خليل، مايا و هاشم

إلى رفيقتي الجميلة و التي كانت سندي في كل مرة رزقها الله من خيرات
الدنيا و الآخرة، ندى

إلى أستاذي الغالي، **نصر الدين لبال** الذي لطالما اجهدته بتساؤلاتي
أدام الله عليه الصحة و العافية

إلى كل من بذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي

سارة



ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد الأدوات والمهارات اللازمة لضمان ضيافة ناجحة وتحليل أثر بروتوكول الضيافة على تجارب سياحة الأعمال مع تقديم توصيات لتحسين بروتوكول الضيافة مع التركيز على القطاع الفندقي. وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على المنهج المقارن لمعرفة مدى التزام فنادق الأعمال في الجزائر بتطبيق ضيافة فعالة وناجحة عبر استخدام أدوات ومهارات خاصة. وأظهرت النتائج أن بروتوكول الضيافة الجيد يعزز بشكل كبير من رضا السياح من فئة رجال الأعمال، ويؤثر إيجابياً على تجربتهم الكلية، كما بيّنت الدراسة أن توفير الأدوات والوسائل اللازمة الحديثة، بالإضافة إلى المهارات الاحترافية للعاملين في المنشآت الفندقية، يعتبران من العوامل الأساسية لضمان ضيافة ناجحة. كما أشارت النتائج إلى وجود تفاوت في مستوى الضيافة بين الفندقين وخاصة في الجانب التكنولوجي من الأدوات، إضافةً إلى مهارات المورد البشري، مما يستدعي تحسينات مستمرة في بروتوكول الضيافة لضمان رضا سياح الأعمال ونجاح هذا النوع من السياحة.

الكلمات المفتاحية: بروتوكول الضيافة، سياحة الأعمال، الأدوات، المهارات، فندق سيبوس الدولي، فندق الشيراتون.

Abstract:

This study aimed to identify the tools and skills needed to ensure successful hospitality and analyze the impact of the hospitality protocol on business tourism experiences while making recommendations for improving the hospitality protocol with a focus on the hotel sector. To answer the problem, we have relied on the comparative approach, to know the extent to which business hotels in Algeria are committed to applying effective and successful hospitality through the use of special tools and skills. The results showed that a good hospitality protocol greatly enhances the satisfaction of business tourists and positively affects their overall experience. The study also showed that the provision of modern tools and means, as well as professional skills for hotel workers, are key to ensuring successful hospitality. The results also indicated a discrepancy in the hospitality level between the two hotels, especially in the technological aspect of the tools, as well as in the skills of the human resources, which requires continuous improvements in the hospitality protocol to ensure the satisfaction of business tourists and the success of this type of tourism.

Keywords: Hospitality Protocol, Business Tourism, Tools, Competences, Seybouse International Hotel, Sheraton Hotel.

خطة الدراسة

خطة الدراسة:

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المعرفي للدراسة.

المبحث الأول: بروتوكول الضيافة: التعريف والتطور.

المطلب الأول: مفهوم بروتوكول الضيافة.

المطلب الثاني: تطور صناعة الضيافة والفندقة.

المطلب الثالث: الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة.

المبحث الثاني: سياحة الأعمال: التعريف والأنواع والأدوار.

المطلب الأول: مفهوم سياحة الأعمال.

المطلب الثاني: أنواع سياحة الأعمال.

المطلب الثالث: الأدوار التنموية لسياحة الأعمال.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في إدارة بروتوكول الضيافة.

المطلب الأول: العوامل المتعلقة بالعنصر البشري.

المطلب الثاني: العوامل المتعلقة بالثقافة والتجديد.

المطلب الثالث: العوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي.

الفصل الثاني: بروتوكولات الضيافة الفعالة في صناعة سياحة الأعمال

المبحث الأول: الأدوات المستخدمة في بروتوكول الضيافة.

المطلب الأول: أدوات التواصل.

المطلب الثاني: أدوات تنظيم الفعاليات.

المطلب الثالث: أدوات تقديم الخدمات.

المبحث الثاني: المهارات الأساسية المطلوبة في بروتوكول الضيافة.

المطلب الأول: مهارات اللغات والتواصل.

المطلب الثاني: مهارات تنظيمية.

المطلب الثالث: مهارات تقديم الخدمات.

المبحث الثالث: أثر بروتوكول الضيافة على نجاح سياحة الأعمال.

المطلب الأول: العلاقة بين بروتوكول الضيافة الفعال ونتائج سياحة الأعمال.

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للاستثمار في بروتوكول الضيافة داخل قطاع سياحة الأعمال.

الفصل الثالث: واقع بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال بالجزائر: مقارنة بين فندق الشيراتون وفندق سيبوس بعنابة.

المبحث الأول: بطاقة تقنية لفندق سيبوس الدولي.

المطلب الأول: تعريف فندق سيبوس الدولي.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للفندق.

المطلب الثالث: الخدمات والمرافق المقدمة في الفندق.

المبحث الثاني: بطاقة تقنية لفندق الشيراتون - عنابة -.

المطلب الأول: تعريف فندق الشيراتون.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للفندق.

المطلب الثالث: الخدمات والمرافق المقدمة في الفندق.

المبحث الثالث: أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة في كل من فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون -عنابة-.

المطلب الأول: مقارنة أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة المستخدمة.

المطلب الثاني: تقييم لبروتوكول الضيافة في الفندقين.

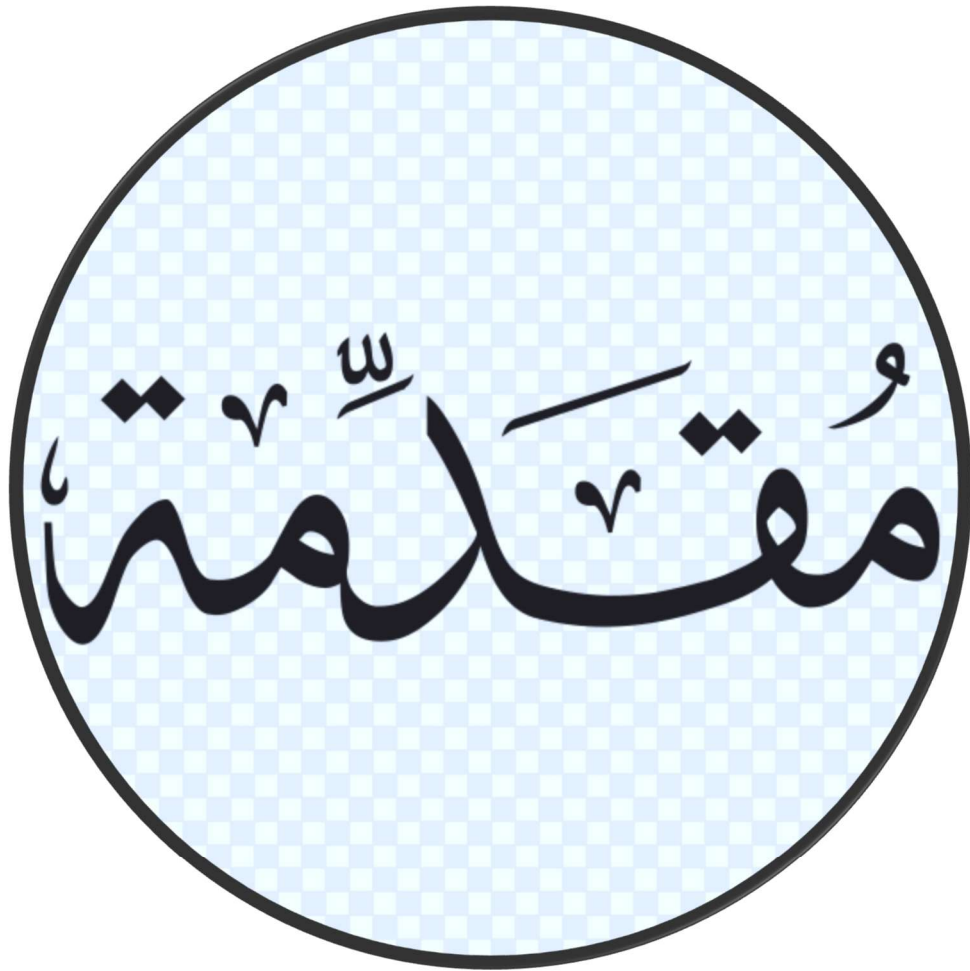
الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

قائمة الأشكال والجداول

فهرس المحتويات



مقدمة

أصبحت صناعة السياحة من أرقى الصناعات كونها تُعدّ من الصناعات الحديثة النظيفة بلا دخان التي تحافظ على البيئة وتروّج للاستدامة، وهي أحد أهم القطاعات الاقتصادية في العالم التي تعتمد عليها الكثير من دول العالم كمصدر دخل قومي، ومع التطور التكنولوجي والعولمة، أخذت سياحة الأعمال مكانة بارزة في القطاع كفرع متخصص جاذب لشريحة واسعة من رجال الأعمال، التي بدورها تلعب دورًا هامًا في نمو الاقتصاد العالمي، حيث تُتيح للمؤسسات والشركات فرصًا للتواصل وتوسيع نطاق أعمالها وبناء علاقات مهنية جديدة. وتشتمل هذه السياحة على مجموعة من الفعاليات والفرص التجارية التي تتطلب مستوى عالٍ من الاحترافية والضيافة.

أما بالنسبة للضيافة في فقد أصبحت أداة ضرورية في القطاع إذ أنها تقوم بتلبية رغبات وحاجات السياح المختلفة، فلولا صناعة الضيافة لما نجح وتطور القطاع وخاصة قطاع الفنادق في تقديمه لمجموعة من الخدمات المتنوعة الذي يتمتع بها السائح بعيدا عن مكان إقامته المعتاد، من إقامة وإطعام وترفيه وغيرها من الخدمات التشكيليّة.

تلعب الضيافة دورًا هامًا في نجاح سياحة الأعمال، حيث تُساهم في خلق تجربة إيجابية للضيوف وتعزيز علاقات العمل. ويعتبر بروتوكول الضيافة جزءًا أساسيًا من فعاليات سياحة الأعمال، حيث يسهم في ضمان تجربة ناجحة لرجال الأعمال خلال رحلاتهم المهنية، وذلك من خلال توفير خدمات راقية تُلبّي احتياجاتهم وتُعزّز شعورهم بالراحة والرضا. ومن المهم اتباع بروتوكول الضيافة الصحيح الفعال الذي يشتمل على استخدام الأدوات اللازمة وتوظيف المهارات الأساسية لتعزيز فعالية الضيافة في سياحة الأعمال.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

1. كون بروتوكول الضيافة في الآونة الأخيرة أصبح يمثل أولوية من أولويات المؤسسة السياحية عامة، والمؤسسة الفندقية خاصة بهدف تطويرها وبلورة صورة المؤسسة وتأثيره في سياحة الأعمال.

2. محاولة إثراء المعرفة المتعلقة بالأدوات والمهارات اللازمة المستخدمة في بروتوكولات الضيافة.

مبررات اختيار الموضوع:

أما عن أسباب اختيارنا لهذا الموضوع، فيمكن تقسيمها الى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

فبالأسباب الذاتية يمكن حصرها فيما يلي:

- ✓ الرغبة في تعميق معارفنا النظرية والميدانية حول بروتوكول الضيافة وأثره على سياحة الأعمال.
- ✓ ارتباط الموضوع بمجال تخصصنا في إدارة الأعمال السياحية.
- ✓ قلة الدراسات وندرة البحوث التي تطرقت لهذا الموضوع، مع إثراء المكتبة الجامعية بمواضيع جديدة وحديثة.

أما عن الأسباب الموضوعية فهي كالتالي:

- ✓ محاولة تطبيق ما درسناه نظرياً طوال السنتين في تخصص إدارة الأعمال السياحية.
- ✓ حداثة الموضوع وعصرنة هذا النوع من الدراسات، حيث يساهم في ترقية قطاع الفنادق وسياحة الأعمال.
- ✓ حاجة المؤسسات السياحية بشكل عام والفنادق بشكل خاص التعرف على الأدوات والمهارات اللازمة المستخدمة في بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال.

أهداف الدراسة:

يمكن تلخيص أهداف الدراسة فيما يلي:

- ◀ فهم أثر بروتوكول الضيافة على تجارب السفر للمسافرين القادمين لأغراض العمل، مع التركيز على القطاع الفندقي.
- ◀ تحليل بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال.
- ◀ تحديد الأدوات والمهارات اللازمة لضمان ضيافة ناجحة.

◀ تقديم توصيات لتحسين بروتوكول الضيافة.

مجال الدراسة:

تندرج هذه ضمن مجال سياحة الأعمال كنوع ونشاط سياحي متميز، وتعالج الدراسة البروتوكولات المستخدمة في الضيافة في سياحة الأعمال من حيث الأدوات والمهارات اللازمة لتحقيق سياحة أعمال ناجحة، خاصة في الفنادق الراقية وذات تصنيف عالي.

الإشكالية:

وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح التساؤل الذي يبرز إشكالية هذا البحث الرئيسية على النحو التالي:

- ما هي الأدوات والمهارات المطلوبة والمتاحة لضمان بروتوكول الضيافة الفعالة في سياحة الأعمال؟

الأسئلة الفرعية:

- ما المقصود ببروتوكول الضيافة؟ وما هي سياحة الأعمال؟
- فيم تتمثل أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة؟
- إلى أي مدى تساهم الأدوات والمهارات في تحقيق بروتوكول الضيافة الفعال في سياحة الأعمال؟

فرضيات البحث:

- يساعد بروتوكول الضيافة بالإضافة لعناصر أخرى في خلق بيئة إيجابية ومريحة في سياحة الأعمال.
- كلما كان استخدام الأدوات وتطبيق المهارات اللازمة بشكل فعال، كلما أثر ذلك إيجاباً على بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال.
- يرتبط الأثر الإيجابي لتجارب سياح الأعمال بمدى نجاعة بروتوكول الضيافة.

منهجية البحث:

من أجل دراسة الموضوع اعتمدنا على المنهج المقارن، من خلال تطبيق المقارنة الداخلية لمعرفة مدى التزام فنادق الأعمال في الجزائر بتطبيق ضيافة فعالة وناجحة عبر استخدام أدوات ومهارت خاصة، كما تم الاعتماد على جمع ومعالجة المعلومات المتوفرة في المراجع المتاحة من الكتب والبحوث العلمية والمجلات والمذكرات، أيضاً شبكة الأنترنت والدراسات السابقة التي تناولت الموضوع باللغتين العربية والأجنبية. إلا أن البحث لم يكن مجرد سرد للمعلومات، فقد اعتمدنا فيه على جانب تطبيقي حيث تم استخدام أداة المعاينة وأداة الملاحظة في مقارنة وتقييم أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة في كل من فندق سييوس الدولي وفندق الشيراتون بولاية عنابة.

أدبيات الدراسة:

خلال إعداد المذكرة وجمع المادة العلمية المتصلة بالموضوع تم الوقوف على جملة من الدراسات السابقة التي كانت بمثابة السند الموجه في أجزاء مهمة من البحث خاصة بالنظر لطرقها الأكاديمية وتميز مضامينها وهذه الأدبيات يمكن التطرق إليها فيما يلي:

1. دراسات خاصة ببروتوكول الضيافة:

- ❖ كتاب *مبادئ صناعة الضيافة*، من تأليف الأستاذ هاني عاطف (مصر: دار الكتب والوثائق القومية، 2017)، يهدف إلى تقديم نظرة شاملة ومفصلة حول صناعة الضيافة، ويتناول المبادئ الأساسية التي تقوم عليها هذه الصناعة، ويشرح الأسس النظرية والعملية التي تساهم في نجاحها. المبادئ الأساسية: شرح المبادئ والقواعد التي تحكم صناعة الضيافة وتطبيقاتها العملية. والكتاب موجه لكل من الطلاب والمتخصصين في مجال السياحة والضيافة.
- ❖ دراسة قام بها كل من: **عبد العزيز بن بندر العثمان وعبد الله بن ناصر الخريف**، بعنوان: *(المراسم والبروتوكول للعاملين في العلاقات العامة. السعودية: عز للاستشارات، 2018)*. حيث تطرّقاً إلى تقديم دليل شامل للبروتوكولات التي تحكم المناسبات الرسمية والاجتماعية. يحتوي الكتاب على إرشادات حول كيفية التصرف والتفاعل في المناسبات المختلفة ويتناول كيفية الالتزام بالبروتوكولات المتبعة في التواصل الرسمي وغير الرسمي، بما في ذلك كيفية اللباس، التحية، التقديم، وتقديم الهدايا.

2. دراسات خاصة بسياحة الأعمال:

❖ دراسة قام بها كل من د.مصطفى بودرامة، و ط.د. حليلة فوغالي، بعنوان: "سياحة الأعمال في الدول العربية بين الواقع والمأمول"، مجلة إنارة للدراسات الاقتصادية الإدارية والمحاسبية، عدد 1، (2020). أشارت الدراسة إلى معرفة واقع سياحة الأعمال في بعض الدول العربية، ومحاولة معرفة المشاكل التي تواجه قطاع سياحة الأعمال في الجزائر.

❖ دراسة أخرى لابتسام طوبال، هدى بن محمد، وهبة بوشوشة، بعنوان: "واقع سياحة الأعمال في العالم". مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، عدد 1 (2021)، تهدف إلى التعريف بسياحة الأعمال وإبراز أهميتها، أثارها وأنواعها، مع الاستناد للتجربتين الأمريكية والأوروبية الرائدة في هذا المجال من سياحة الأعمال، كما تم تسليط الضوء على التجربة الجزائرية في مجال سياحة الأعمال.

صعوبة البحث:

- c يعتبر الموضوع جديد مقارنة بالأعمال الموجودة على الساحة المكتبية الوطنية.
- c ندرة المراجع التي تناولت هذا الموضوع خاصة باللغة العربية.
- c صعوبة الوصول إلى المصادر والمراجع غير المتاحة.

تفصيل الدراسة:

للإجابة على إشكالية بحثنا، قسمنا الموضوع إلى ثلاث فصول:

الفصل الأول: إطار معرفي للدراسة، ويضم ثلاث مباحث، بروتوكول الضيافة: التعريف والتطور، سياحة الأعمال: التعريف والأنواع والأدوار، والعوامل المؤثرة في بروتوكول الضيافة.

الفصل الثاني: خصصناه للأدوات والمهارات، وتكون هو الآخر من ثلاث مباحث وهي: الأدوات المستخدمة في بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال، المهارات الأساسية المطلوبة في سياحة الأعمال، تأثير بروتوكول الضيافة على سياحة الأعمال.

الفصل الثالث: تطرقنا فيه إلى مقارنة أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال في كل من فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون بولاية عنابة، ويتكون من ثلاث مباحث كذلك وهما: باقة تقنية لفندق سيبوس الدولي، بطاقة تقنية لفندق الشيراتون، وأدوات ومهارات بروتوكول الضيافة في كل فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون.

أما الخاتمة فقد تضمنت إجابة على الإشكالية المطروحة والنتائج المتوصل إليها من خلال البحث،
بالإضافة الى تقديم بعض التوصيات.

الفصل الأول:

الإطار المعرفي للدراسة

تمهيد

تُعدّ صناعة الضيافة وسياحة الأعمال من أهم القطاعات الاقتصادية التي تساهم بشكل كبير في النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة في العديد من دول العالم، حيث يتميز هذا القطاع بتقديم مجموعة واسعة من الخدمات التي تشمل الإقامة، والإطعام، والترفيه، بالإضافة إلى تسهيل الأعمال من خلال تنظيم الفعاليات والمؤتمرات، والمعارض، والاجتماعات. يُعرف بروتوكول الضيافة وسياحة الأعمال بأنه مجموعة من القواعد والمعايير التي تهدف إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة وتلبية توقعات العملاء، مما يساهم في تعزيز تجربة الزبائن ورفع مستوى رضاهم.

في هذا الفصل، سنتناول الإطار المعرفي لبروتوكول الضيافة وسياحة الأعمال، حيث سنستعرض المفاهيم الأساسية لهذا المجال، بالإضافة إلى أهم الممارسات والمعايير الدولية المتبعة. سنبدأ بتقديم مفهوم بروتوكول الضيافة ومفهوم سياحة الأعمال، ثم نتطرق إلى أهمية البروتوكول في هذا القطاع، وأخيراً نناقش العوامل التي تساهم في نجاح تطبيق بروتوكول الضيافة وسياحة الأعمال.

المبحث الأول: بروتوكول الضيافة: التعريف والتطور.

تُعتبر الضيافة جزءًا أساسيًا من العلاقات الإنسانية، حيث يعبر بروتوكول الضيافة عن مجموعة من القواعد والتقاليد التي يجب اتباعها ومراعاتها خلال التفاعلات الاجتماعية والثقافية التي تحكم تفاعلات الأشخاص في البيئة العملية وخاصة أثناء التعاملات الرسمية والاجتماعات.

المطلب الأول: مفهوم بروتوكول الضيافة.

تعد قواعد البروتوكول من بين أهم قواعد ضبط السلوك الإنساني، والتي في ضوءها بدأت المنظمات الدولية تثبت التوصيات في صياغة نموذج موحد لقواعد إدارة البروتوكول والذي يكون مقبولاً ومعمولاً به عالمياً، ومن هذه المنظمات نذكر منظمة السياحة العالمية، التي وضعت معايير دولية وعرفت السائح، وميزت الخدمة السياحية على وفق ثقافات المجتمعات.¹

1. تعريف بروتوكول الضيافة (Hospitality Protocol):

يعدّ مصطلح "بروتوكول الضيافة" مزيج بين كلمتين تصفان مفهومين، الأولى كلمة "بروتوكول" وهي يعبر عن مجموعة من القواعد والتقاليد التي يجب اتباعها ومراعاتها خلال التفاعلات الاجتماعية والثقافية. والثانية "الضيافة" التي تتمثل في عملية استقبال الضيوف وتقديم الخدمات لهم وتلبية كل ما يحتاجون إليه. ومع مرور الزمن، حظي هذين المصطلحين باهتمام كبير نظراً لحاجتهما الملحة إلى تنظيم العلاقات الإنسانية، وبما أن قطاع السياحة من أكثر القطاعات التي تتعامل مع محتوى هذا المصطلح ومعناه، فيمكن التمييز بين المصطلحين على النحو التالي:

أولاً: البروتوكول (Protocol):

أ. البروتوكول لغة:

البروتوكول هو مجموعة من القواعد والأوامر الملزمة والتقاليد والسلوكيات المعترف بها رسمياً في مجتمع معين أو في سياق معين.

¹ نوفل عبد الرضا الكمري وعماد حسين سعود، "أثر إدارة المراسم والإتيكيت في تحقيق النجاح الاستراتيجي لمنظمات

الضيافة"، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية 1 (2018): 174،

<https://search.emarefa.net/detail/BIM-833009>

○ عرّف البروتوكول قانونياً في قاموس المعاني على أنه: "مجموع القواعد والمراسيم المرعية التي يقرّها العُرف وآداب المجاملة الواجب احترامها للدبلوماسيين في الاجتماعات والاستقبالات الرسمية والحفلات العامة".¹

○ مصطلح "بروتوكول" راجع للكلمة الأجنبية "Protocollon" ذات الأصل اليوناني التي تحمل تسمية لنوع من أنواع الأشجار التي استخدمت أوراقها قديماً في تدوين تطبيق بنود إحدى الاتفاقيات الهامة. ومن ثم درجت العادة على تسمية كل ما يتعلق بالاتفاقيات وكيفية التعامل حيال تنفيذها.²

ب. المعنى الاصطلاحي للبروتوكول:

○ هو مجموعة القواعد والأعراف المتبعة في العلاقات الدولية والدبلوماسية، والتي تنظم الإجراءات والتقاليد المتبعة في الفعاليات الرسمية مثل الزيارات والاجتماعات والمؤتمرات والتجمعات والاستقبالات.³

○ ويعرف أيضاً بأنه: إحدى قواعد السلوك التي تمثل مجموعة القواعد والإجراءات المكتوبة وغير المكتوبة التي يجب العمل بها في الفعاليات الرسمية والشخصية، سواء لأشخاص السلك الدبلوماسي أو للطبقات الراقية في مجال العمل، وفي كل ما يتعلق بالوظيفة الرسمية.⁴

ويمكن تعريف "البروتوكول" بشكل يتوافق مع صناعة الضيافة، باعتباره مجموعة من القواعد والنصوص المكتوبة المستمدة من الواقع المهني والثقافات الإنسانية المتعددة، ويعتبر بمثابة دليل للسلوك المهني

¹ "تعريف ومعنى بروتوكول في معجم المعاني الجامع"، اطلع عليه بتاريخ 24 فيفري، 2024،

<https://www.almaany.com/ar/dict>

² محمود عبد الفتاح رضوان وآخرون، فن الاتيكيت والبروتوكول (القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012)، 8.

³ الطيب سليمان مناضل، "دور المراسم والإتيكيت في ترقية الخدمات السياحية في السودان"، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية 1 (2023): 539، <https://doi.org/10.53796/hnsj4134>

⁴ عماد حسين سعود، مفهوم إدارة المراسم، محاضرة في مادة المراسم والاتيكيت، قسم إدارة الفنادق، كلية العلوم السياحية، الجامعة المستنصرية، 2020، 4.

داخل المنظمات السياحية والفندقية، والتي من خلاله تجسد الخدمة المقدمة التي تعكس أبعاده على الصورة الذهنية للضيف.¹

- البروتوكول (Protocol) هو جملة الإجراءات والتقاليد وقواعد اللياقة التي تسود المعاملات في أي مجال سواء وطنياً أو عالمياً. " البروتوكول " هو علم وفن معا، فهو علم لأنه يستوجب معرفة الكثير من القواعد التي تحكم المعاملات وتؤدي بها الى النجاح.²
- البروتوكول عملية تخص الأفراد لأنها تمثل وتعكس حضارة وثقافة المجتمع في التعامل والتصرف مع الآخرين سواء كانوا من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى. على الرغم من أن البروتوكول ليس له قوانين وقواعد ثابتة، إلا أنه آداب ثقافية واجتماعية يمارسها الأفراد من خلال الذوق الرفيع في التعامل مع غيرهم من الأفراد.³

ثانياً: تعريف الاتيكيت (Etiquette):

إنّ مصدر وأصل كلمة (L'Étiquette) فرنسي، لفظياً معناها البطاقة التي تلتصق على طرد أو زجاجة لتعرف بالمحتوى. ثم استعملت هذه اللفظة دلالةً على البطاقات التي كانت توزع على المدعوين إلى القصور الملكية الفرنسية للتقيد بالتعليمات المدونة عليها: حضرة الملك وكبار الحاشية من أمراء ووزراء، وتوسع الأمر وصولاً الى المحاكم والحفلات الرسمية. ويقابلها في اللغة العربية آداب السلوك، أي احترام الآخرين وحسن التعامل معهم.⁴

• تعريف الاتيكيت في الموسوعة البريطانية:

السلوك الذي يساعد الناس على الانسجام والتلاؤم مع بعضهم البعض ومع البيئة التي يعيشون فيها.⁵

• تعريف الاتيكيت في الموسوعة الأمريكية:

¹ نفس المرجع.

² كريم مشط الموسوي، المراسم والإتيكيت والتفاوض (بغداد، مؤسسة نائر العصامي، 2019)، 4.

³ محمود عبد الفتاح رضوان وآخرون، فن الاتيكيت والبروتوكول، 15.

⁴ كريم مشط الموسوي، المراسم والإتيكيت والتفاوض، 9-10.

⁵ محمد عبد البديع السيد، "فن الاتيكيت والبروتوكول"، اطلع عليه بتاريخ: 30 فيفري، 2024،

<https://fart.stafpu.bu.edu.eg/Mass%20Communication/>

الاتيكيت كلمة تعني التهذيب واللياقة وتحمل الفرد على تحسين علاقته بالآخرين¹.

يضم الاتيكيت جملة من القواعد والمبادئ المدونة وغير المدونة، التي تنظم المجاملات والأسبقية في مختلف الفعاليات الرسمية وغير الرسمية، وهذه القواعد والمبادئ تدل على الخلق القويم الذي يجمع بين الرقي، والبساطة، والجمال.

• الفرق بين البروتوكول والاتيكيت:

يمكن القول أنّ "البروتوكول" و"الاتيكيت" يكملان بعضهما البعض، ويصبان في نهر واحد وهو التناسق، وإذا كان البروتوكول جملة من القواعد والإجراءات في العلاقات الرسمية، فإنّ الاتيكيت يصب في العلاقات العامة الإنسانية على مستوى المجتمعات الصغرى. ويكمن التفريق بينهما كالاتي²:

• البروتوكول: أمر يتعلق عموماً بالإجراءات والتنظيم.

• الإتيكيت أو آداب السلوك: يتعلق بتنفيذ التفاصيل وكيفية الالتزام بها.

وإذا كان البروتوكول يتطلب منك أن ترتدي لباساً رسمياً في حفل رسمي تدعى إليه، فإن اشتراطات نوع اللباس من حيث اللون ونوعية القماش هي عملية تدخل في باب الإتيكيت.

وإذا كنت مدعوا إلى حفل أو مناسبة تشمل تناول الطعام، فالبروتوكول يقتضي الحضور والتقيد بالموعد، أما أسلوب التحية والتصرفات المناسبة عند الدخول يخضع لقواعد الإتيكيت.

ثالثاً: تعريف الضيافة:

يشمل مفهوم الضيافة مجموعة واسعة من الخدمات والخبرات التي تتشابك مع حياتنا اليومية. على عكس الصناعات الأخرى، يتميز قطاع الضيافة باتساعه وتواجده في مختلف جوانب الترفيه والأعمال. ويشمل مؤسسات متنوعة مثل الفنادق، وكالات السفر، شركات الرحلات، خدمات الطعام والترفيه.

¹ نفس المرجع.

² محمود عبد الفتاح رضوان وآخرون، فن الاتيكيت 9.

أ. الضيافة لغة:

طبقاً لقاموس **Oxford** فإن الضيافة "**Hospitality**" تعني استقبال الزائرين أو المسافرين والترفيه عنهم بكل رحب وسعة. وكلمة ضيافة مشتقة من الأصل اليوناني "**Hospice**" وتعني نزل للفقراء أو الرحالة. ويمكن اعتبار الضيافة ضمن أقدم الوظائف التي اهتم بها الإنسان حيث تعنى الاهتمام بالضيف أو النزول والعمل على توفير الراحة له.¹

"The reception and entertainment of guests, visitors, or strangers with liberality and good will".

Oxford English Dictionary

ب. تعريف الضيافة في السياحة:

تعرف الضيافة في السياق السياحي بأنها عملية استقبال وتقديم خدمة الإيواء والإطعام وخدمات أخرى تكملية، كالترفيه والاستجمام للضيوف (**Guests**) منذ لحظة وصولهم إلى المقصد السياحي إلى غاية مغادرتهم وعودتهم إلى مكان إقامتهم المعتاد. كما تشمل على جملة من الأنشطة المعنية بالسفر والنقل السياحي بأنواعه (بري، بحري، جوي)، بالإضافة إلى خدمات التسلية والترفيه وخدمات وتسهيلات تنظيم الفعاليات.

- وتعرف كذلك بأنها: كل الأنشطة التي توفر وتلبي طلبات ما يحتاج إليه العميل من إقامة تتميز بالراحة والأمان، وخدمات تقديم الأغذية والمشروبات والترفيه، وتجعله يشعر بأنه لا زال بين عشيرته ووطنه وأصدقائه وهذا منذ وصوله، وأثناء إقامته، وحتى مغادرته.²

وينطبق مفهوم "الضيافة" على المنظمات السياحية مثل الفنادق والمطاعم وغيرها من المنشآت التي توفر الإقامة أو الإطعام أو كليهما للأجانب الآتيين من مكان إقامتهم الأصلي إلى المقاصد والوجهات السياحية.

¹ هاني عاطف، مبادئ صناعة الضيافة (مصر، دار الكتب والوثائق القومية، 2017)، 7.

² نفس المرجع، 8.

2. تعريف بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال:

يترجم بروتوكول الضيافة في المجال العملي في مجموعة القواعد والتقاليد والسلوكيات والآداب المرتبطة باستقبال العملاء في بيئة الأعمال السياحية وإدارة التفاعلات فيما بين الضيف والمضيف، حيث يشمل هذا المفهوم الإجراءات الرسمية والعوامل والتوجيهات التي تحكم كيفية تصرف الأفراد في قطاع السياحة بشكل عملي احترافي تجاه الضيوف، كالاستقبال الرسمي وفن الاتيكيك وكيفية التفاعل مع الشخصيات خلال الزيارات الرسمية، مع مراعاة واحترام الثقافات المختلفة، القيم والممارسات الاجتماعية للعملاء.¹

إن بروتوكول الضيافة في السياحة وخاصة في سياحة الأعمال والذي يتمحور حوله موضوع بحثنا، يؤكد على أهمية الالتزام بالقواعد الموضوعية واحترام الفروق الثقافية لضمان تواصل فعال وأعلى مستوى من جودة الخدمة والاحترافية نظراً لأنه يعتبر عاملاً أساسياً في تشييد علاقات موثوقة مع الشركاء التجاريين ويعزز الثقة والتفاهم بين جميع الأطراف.

و"البروتوكول" في الأصل لم يكن قواعد ثابتة، بل علم تطور على مر السنين نتيجة تطور الممارسات التي كانت قديماً تدور حول الضيافة. فقد أصبحت البروتوكولات اليوم مهمة، لأنها توفر مجموعة من القواعد المعمول بها، والتي يجب احترامها في المجتمع. وإن أدب البروتوكول يحدد ما هو صحيح وسليم، وما يمكن أن يكون مقبولاً وما لا يكون مقبولاً، وما الذي يجب عمله وما لا يجب.²

أما آداب السلوك، فهي أكثر من عرض جذاب للتصرفات الجيدة، إنها أداة لا بدّ من استخدامها في العمل، فهي تأديبات لإظهار الاحترام، وبعث الطمأنينة في النفس، وكسب الثقة التي تقوي العلاقات. وهذه هي دعائم النجاح في عالم الأعمال.³

¹ عبد العزيز بن بندر العثمان وعبد الله بن ناصر الخريف، المراسم والبروتوكول للعاملين في العلاقات العامة (السعودية، عز للاستشارات، 2018)، 10.

² نفس المرجع.

³ لوسيل، "الثقة تكسب الموظفين ميزة تحسين العلاقات مع العملاء"، اطلع عليه بتاريخ: 24 فيفري، 2024، <https://lusainews.net/article/knowledgegate/success/29/08/2016>

المطلب الثاني: تطور صناعة الضيافة والفندقة.

إنّ صناعة الفندقة والضيافة في أيامنا هذه تعتبر متطورة تطوراً ملحوظاً مقارنة على ما كانت عليه في بداياتها البسيطة، وهذا ما يدفعنا الى التعرف على مراحل نشأتها المختلفة التي مرت بها وكيف كانت في بادئ الأمر:

1. التطور التاريخي لصناعة الضيافة:

تعدّ صناعة الضيافة من الصناعات القديمة جداً، حيث ارتبط ظهور الفنادق في العصور القديمة ارتباطاً وثيقاً بنشأة الضيافة التي كانت قديماً تقتصر في الأصل على إشباع حاجة المسافر العابر، زائراً كان أو متاجراً. ونظراً لكثرة الأسفار وتعدد حاجات المسافرين خاصة في المدن التي أصبحت مركزاً للتجارة، تطلّب بناء وإنشاء أماكن الإقامة، مثل النزل السكنية العامة التي تلبى حاجاتهم وتفي بالغرض¹.

إن التطور التاريخي لصناعة الضيافة يبيّن أن الفندقة قبل أن تصل إلى هذا المستوى من التطور في الوقت الحالي مرت بعدة فترات هي:

الفترة الأولى: الفندقة في العصور القديمة.

يرجع مفهوم الضيافة أو الفندقة إلى العصور الأولى، فقد ذُكر هذا النشاط في بداية الأمر في الكتابات القديمة التي تناولت الحديث عن الحضارة الرومانية والبابلية، وحضارة مصر القديمة، وقدمت وصفاً للأشكال التي عرفت عن الفنادق آنذاك. وكانت هناك العديد من الشواهد التي تدل على وجود نشاط فندقي بدائي الذي تبنّى فلسفة العطاء والأخذ بمعنى تقديم الملجأ أو المأوى والطعام للمسافر أو الغريب. فمنذ القدم، دعت حاجة المسافرين والعابرين إلى التوقف وطلب الراحة والطعام أثناء الرحلات البرية الطويلة التي سلكها الأقدمون².

¹ الجامعة المستنصرية، "التطور التاريخي لصناعة الفندقة"، اطلع عليه بتاريخ 29 فيفري، 2024،

<https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/>

² نفس المرجع.

أ. **الفندقة في الشرق القديم:** الفنادق في الحقيقة ليست سوى نزل خصّصت لاستضافة المسافرين، ولعل ما يؤكد قولنا هذا هو الاصطلاح اللاتيني للفندق وهو "Hospital" الذي اشتقت منه الكلمة الفرنسية "Hôtel" التي تعبر حالياً عن الفندق، كما اشتقت منه كلمة "Hospite" الإيطالية القديمة ومن ثم "Hôte" الفرنسية وكلاهما تعني الضيف (Guest) باللفظ الانجليزي¹.

تبين الدراسات التاريخية لبلدان الشرق القديم، أن العرب بالغو في إكرام الضيف حتى أصبحت الضيافة العربية في العالم كلّهُ يُضرب بها المثل. كان العرب قديماً يوقدون النيران ليلاً فوق قمم الجبال ليراها المسافر من بعيد فيتجه نحوها ليجد الدفء والمأوى والمأكل دون مقابل. ثمة رأي يرى أن الفندقة ظهرت في الشرق القديم قبل ظهورها في القارة الأوروبية بزمان طويل وليس معنى هذا أن انتشارها كان انتشاراً عاماً وطبيعياً بالمعنى الذي رأيناه في غيرها من باقي الشعوب القديمة².

وتنقسم مراحل تطور صناعة الضيافة والفندقة في العصور القديمة إلى:

✓ **الفندقة عند الإغريق**

✓ **الفندقة عند الرومان**

✓ **الفندقة عند الشرق قديماً.**

المرحلة الثانية: الفندقة في العصور الوسطى.

تعتبر مرحلة العصور الوسطى بداية تطور صناعة الضيافة والفندقة، حيث كانت تلك الفترة طويلة ورافقتها عوامل عديدة وظروف اقتصادية وتجارية وصناعية أثرت عليها بصفة إيجابية وكانت قفزة قوية للتطور والازدهار، والأسباب الرئيسية التي ساعدت على هذه التطورات في صناعة الضيافة والفندقة هي اكتشاف البخار واختراع القاطرات والسيارات والدراجات البخارية، الأمر الذي سهل وزاد في نقل أعداد كبيرة من المسافرين في آنٍ واحد إلى مسافات بعيدة وفي زمن قليل، ولقد ازدادت حركة

¹ نائل موسى محمود سرحان، *مبادئ إدارة الضيافة* (عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2018) 17.

² المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، إدارة فندقية (المملكة العربية السعودية، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، 2008) 2.

التنقل في هذه الفترة بسبب انبثاق الثورة الفرنسية والقضاء على الاقطاع والهجرة من الريف الى المدن طلبا للعيش الرغيد¹.

المرحلة الثالثة: الفنادق في العصور الحديثة.

وصلت صناعة الضيافة والفندقة إلى ذروتها في العصر الحديث، بعد مرورها بعدة مراحل، وانتشارها على مستوى بلدان العام، خاصة بعد تطور وسائل النقل من الآلات البخارية والقطارات والسيارات، إلى ظهور الطائرات والسفن الضخمة التي تسع لملايين الأشخاص. كما حدثت تصنيفات في الفنادق وأصبحت لها خصوصية واستقلالية وسلاسل فندقية مشهورة عالميا ولها فروع في كل أنحاء العالم، حيث تم وضع قانون خاص ينظمها ويحكم قواعد عملها².

كما أصبحت الفنادق حديثا متواجدة بالقرب من المطارات والموانئ والمراكز التجارية، كما تبنى داخلها، وكذلك خارج المدن في المناطق الطبيعية كالغابات وأعالي الجبال على ضفاف البحيرات والسواحل، وانتشرت الموتييلات (Motels) على الطرق السريعة والدولية لاستضافة العابرين.

المطلب الثالث: الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة.

الضيافة في العصور القديمة كانت ضيافة مجانية، أما في المجتمعات التجارية و الصناعية حديثا فقد اصبحت ضيافة مدفوعة القيمة، ومنه فقد وجهت الدول رؤوس أموالها للاستثمار في البناء الفندقي بل ركزت علي خلق القوى البشرية التي تقوم بإنتاج خدمات الضيافة الفندقية ولذلك ازداد الاهتمام بها بإنشاء كليات السياحة والإدارة الفندقية والمعاهد المتخصصة والفنية وتعدّد المؤتمرات الدولية مثل المؤتمر العالمي للتعليم الفندقي والسياحي لمناقشة أحدث نظم التكنولوجيا المستخدمة في هذا المجال والتي تستخدم في إدارة الفنادق وتجهيزاتها.

بعض امثلة الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة³:

¹ نفس المرجع، 28.

² نائل موسى محمود سرحان، مبادئ إدارة الضيافة، 29.

³ هاني عاطف، "الاتجاهات الحديثة في إدارة الفنادق"، اطلع عليه بتاريخ 5 مارس، 2024،

<https://fr.slideshare.net/slideshow/ss-86971688/86971688#18>

1. برامج ولاء الضيوف (Loyalty programs): يطلق على هذه البرامج مصطلحات عديدة في الفنادق والكتب والمجلات الأجنبية أهمها:

- Frequent Traveler's Programs برامج معنادي السفر
- Personal Service Programs برامج الخدمات الشخصية
- Steady Sleeper programs برامج متعددي الاقامة

وتعد هذه البرامج المقدمة لنزلاء الفنادق واحدة من أحدث الاتجاهات العالمية في الخدمات السياحية، حيث بدأت سلاسل الفنادق الكبرى في تقديم مثل هذه البرامج منذ منتصف الثمانينات، وتعتبر هذه البرامج أدوات تسويقية تهدف إلى منح تقدير شخصي ومعاملة أفضل وقيمة حقيقية لاهم نزلاء الفندق وهم معنادي السفر، وقد صمم كل برنامج من هذه البرامج لإشباع رغبات شريحة معينة من هؤلاء النزلاء، وفيما يلي ستعرض البرامج الرئيسية المقدمة في سلاسل الفنادق الكبرى:

أولاً: برامج الخدمات الشخصية الرئيسية: وتشمل البرامج الآتية¹:

✚ برنامج عضوية نادي الفندق Hotel Club Membership:

هو برنامج خاص بالأفراد معنادي السفر حيث يمنح أعضاء هذا البرنامج خدمات إضافية وفوائد وامتيازات في مقابل المبالغ التي يدفعونها أثناء أقامتهم في الفنادق المشتركة في هذا البرنامج. وتتبع سلاسل الفنادق الكبرى سياسات مختلفة لعضوية نادي الفندق وهي لكي يصبح الفرد عضواً في نادي الفندق:

✚ أما أن يقيم عدد ليالي معينة أو يحقق عدد زيارات معينة خلال العام.

✚ أما أن يدفع الفرد رسم عضوية سنوياً.

✚ وأما أن يحصل الفرد على كارت عضوية مجاناً من الفندق.

✚ **طوابق رجال الأعمال:** ويطلق عليها أسماء عديدة في الفنادق المختلفة أشهرها:

- Towers
- Executive Floors
- Concierge Floors
- VIP Floors

¹ هاني عاطف، مبادئ صناعة الضيافة، 195-196.

وتقدم هذه الطوابق خدمات ومزايا عديدة أهمها: مكتب استقبال خاص قاعة خاصة غرف ممتازة وفاخرة بها العديد من المستلزمات والمميزات الإضافية، وخدمة البتلر (Butler Service) وهو الوصيف الخاص بكل دور من أدوار رجال الأعمال.

✚ **برنامج الشركات المتعاقدة مع الفنادق:** صمم هذا البرنامج لجذب الأفراد معتادي السفر والذين يمثلون الهدف الأول للفنادق. وهو خاص بالشركات التي يتم التعاقد بينها وبين الفندق على أساس إشغال عدد معين من الليالي السياحية وفي مقابل ذلك تحصل هذه الشركات على أسعار خاصة بالإضافة إلى مزايا عديدة لموظفيها وعملائها.

✚ **خدمات غير المدخنين (Non-Smoker Services):** بدأت بعض الفنادق الكبرى في العقد الأخير في تقديم بعض من غرفها لاستخدام غير المدخنين، كذلك خصصت أماكن في مطاعمها لهذا الغرض الارضاء غير المدخنين خاصة وان الدعاية ضد التدخين تتزايد.

✚ **خدمات الشخصيات الهامة (VIP Services):** وهي الخدمات المقدمة للنزيل الذي يساهم في أرباح الفندق أكبر من النزيل العادي، وتبدي الفنادق اهتماما خاصا للشخصيات الهامة فيما يتعلق بالخدمات المقدمة لهم من حجز وإقامة ومغادرة وغرف فاخرة وأيضا المميزات التي تقدم لهم في الغرف من مأكولات ومشروبات وهدايا.

✚ **البرامج المشتركة بين الفنادق وشركات الطيران:** تحاول بعض الفنادق رفع نسب إشغال غرفها عن طريق ارتباطها بشركات الطيران، وهذا اتجاه منطقي حيث أن معظم النزلاء يصلون بالطائرة، ويعد البرنامج المشترك بين سلسلة فنادق ماريوت وخطوط الطيران الأمريكية من أكبر برامج صناعة الضيافة لمعتادي السفر.

ثانيا: برامج الخدمات الشخصية الخاصة الثانوية¹:

c قامت بعض الفنادق بابتكار مزايا شخصية خاصة بها، مثل بطاقات عضوية خاصة بفندق معين تستخدم بواسطة نزلاء الفندق المخلصين حيث يحصلون على تخفيضات ومزايا في كل زيارة لهم في الفندق.

c هناك فنادق تقدم خدمات فريدة مثل غرف خاصة بالسيدات **Ladies Room** والتي يتم تزويدها بإضافات خاصة بالسيدات فقط.

¹ نفس المرجع، 197.

ج بعض الفنادق في مصر قامت بتخصيص طوابق خاصة بجنسيات معينة **Ethnic Floors** حيث خصصت طوابق منفصلة لليابانيين (**Japanese Floors**)، مثل: **فندق هيلتون رمسيس وفندق ماريوت القاهرة**. ويرجع اهتمام الفنادق في مصر بالسائح الياباني إلى الزيادة المطردة في عدد السياح اليابانيين الوافدين إلى مصر، بالإضافة إلى أنّ متوسط إنفاق السائح الياباني مرتفع.

وفي نهاية المطاف، نجد أن جميع برامج الخدمات الشخصية تهدف لجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن والعمل على ايجاد ولاء النزلاء للفندق عن طريق إرضائهم.

المبحث الثاني: سياحة الأعمال (Business Tourism): التعريف والأنواع والأدوار.

تعد سياحة الأعمال شكلاً حديثاً من أشكال السياحة ذات الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الذي يركز على السفر لأغراض العمل. تشمل سياحة الأعمال السفر لحضور الاجتماعات والمؤتمرات والندوات والتدريبات والزيارات الرسمية والتفاوض على الصفقات التجارية وهي عنصر أساسي للتنمية حيث تلعب دوراً مهماً في تطوير الأنشطة السياحية وتطوير التبادل الثقافي والاجتماعي وتبادل الأفكار بين الأفراد والمجتمعات. كما أنها مصدر دخل للبلدان المستضيفة لهذا النوع من الفعاليات. ومن خلال تنظيم مثل هذه الفعاليات، يمكن للوجهات تحسين ميزان مدفوعاتها عن طريق توليد العملة الصعبة وزيادة فرص العمل وتحسين البنية التحتية.

المطلب الأول: مفهوم سياحة الأعمال.

1. تعريف سياحة الأعمال: لمن الصعب جدا الربط بين مفهومي السياحة والأعمال بسبب المفاهيم والتعاريف المتناقضة. فبينما يشير الأول إلى الاسترخاء والراحة وكل ما يتصل بهما من جوانبهما، بينما يشير الثاني إلى واقع مختلف تماماً، يهدف إلى تحقيق أغراض ربحية ومطالب متعلقة بالثروة والمال.

لقد تعددت التعاريف التي حاولت ضبط مفهوم سياحة الأعمال وإبراز أنواعها باعتبارها أسرع الصناعات نمواً وازدهاراً في قطاع السياحة حالياً، ومنها:

- يجمع مصطلح "سياحة الأعمال" بين مصطلحين لمفهومي متعارضين: الأول هو "السياحة" ويعبر عن العطلات والإجازات والاحتفالات وكافة أوجه الترفيه والتسلية والاستجمام والاسترخاء. والثاني هو "الأعمال" الذي يعبر عن واقع معاكس تماماً: التجارة وخلق الثروات وفرص العمل والاستثمار. ومع ذلك، فإن كلا المفهومين يشتركان في الحاجة إلى السفر والتنقل، واستخدام نفس الخدمات: النقل، الإطعام، الإقامة والإيواء. وبالتالي، فإن الفرق الجوهرى بين

المصطلحين، "السياحة" و"الأعمال"، أو بين كلا المفهومين، هو الغرض من السفر والتنقل، فالأول ترفيهي والثاني مهني ذو أغراض ربحية.¹

- عرفت منظمة السياحة العالمية (UNWTO) بأنها: نوع من النشاط السياحي يسافر فيه الزائر، لسبب مهني أو تجاري محدد، خارج موقع عمله وإقامته لحضور اجتماع أو نشاط أو حدث.²
- عرّفها محمد خميس الزوكة على أنها: "الزيارات التي يقوم بها أصحاب الأعمال وممثلي الشركات الكبرى إلى دول خارجية، بهدف متابعة أشغالهم ويلجأ معظم رجال الأعمال إلى الاستجمام في هذه البلدان وزيارة المراكز السياحية والترويج عن أنفسهم".³
- تمثل سياحة الأعمال سفراً ذو طبيعة احترافية وتحدد الأنشطة الاقتصادية المختلفة المرتبطة بالسفر الجماعي المهني. وتنقسم إلى عدة فعاليات، وهي الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض.⁴
- تشمل سياحة الأعمال الأفراد الذين يسافرون لأغراض تتعلق بالأعمال التجارية، مثل المؤتمرات والاجتماعات والمعارض التجارية والحلقات الدراسية. وهي تؤدي دوراً حاسماً في تعزيز التعاون وتبادل المعارف والربط الشبكي بين المهنيين.⁵

تختلف تعريفات "سياحة الأعمال" من متخصص إلى آخر باختلاف الدول والثقافات في ميدان السياحة، حيث تجمع من ناحية السفر والاستهلاك اللازمين للأشخاص المتنقلين المتمثلة في الإيواء، الإطعام، الاستقبال، النقل، الترفيه، وما إلى ذلك من خدمات، ومن ناحية أخرى، وظيفة مهنية واجتماعية تتمثل في البحث عن العملاء للمشاركة في فعاليات هذا النوع من السياحة كالمفاوضات، والاجتماعات مع

¹ مصطفى بودرامة وحليمة فوغالي، "سياحة الأعمال في الدول العربية بين الواقع والمأمول"، مجلة إنارة للدراسات الاقتصادية الإدارية والمحاسبية 1 (2020): 4،

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/888/1/1/217242>

² UNWTO, "Glossary of tourism terms," Consulted on June 1, 2024, <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>

³ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2013)، 124.

⁴ "Tourisme d'affaires? Késako?," last modified October 10, 2019, <https://additimedia.ouest-france.fr/tourisme-daffaires/>

⁵ Humay JAFARLI, "DEFINITION AND BENEFITS OF BUSINESS TOURISM IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION," *International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences* 2 (2018): 41, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/618246>

المتخصصين في المجال، إجراء الأبحاث والدراسات والتكوينات، والتدريبات. وعامة تعتبر رحلات فردية أو جماعية، ذات طابع مهني لمدة 24 ساعة على الأقل.¹

من خلال ما سبق، يمكن إعطاء تعريفا شاملا لسياحة الأعمال، فهي اتّجاه من اتجاهات السياحة الحديثة التي عرفت تطورا كبيرا في الآونة الأخيرة محليا ودوليا، تهدف الى أغراض مهنية ربحية من خلال حضور فعاليات خاصة يمكن ذكرها في كلمة MICE وهي اختصار يستخدم في صناعة سياحة الأعمال للإشارة إلى جميع الأنشطة والخدمات المرتبطة بالأحداث المهنية التالية: الاجتماعات، والحوافز، والمؤتمرات، والمعارض.

المطلب الثاني: أنواع سياحة الأعمال.

مع التطورات العلمية والتكنولوجية وسهولة الاتصالات والتنقل عبر القارات وتشابك المصالح وظهور الشراكات بين الدول، ظهرت أنواع عديدة من السياحة لم تكن معروفة من قبل، أُطلق عليها اسم السياحة الحديثة لتميزها عن أنواع السياحة التقليدية الأخرى وسياحة الأعمال نوع من أنواع السياحة الحديثة. لسوق السياحة العملية عدة مجالات فرعية، وتتكون هذه النطاقات الفرعية بدورها إلى فعاليات مختلفة من المهم تحديدها من أجل فهم القطاع بشكل أفضل. هذه الأحداث لها خصائصها الخاصة، اعتمادا على الدوافع والأهداف والنتائج المرجوة من العملية، ويمكن تصنيفها إلى الفئات التالية:

1. سياحة الاجتماعات، الحوافز، المؤتمرات والمعارض (MICE Tourism):

✚ سياحة الاجتماعات (Meetings): سياحة الاجتماعات هي اجتماع أشخاص من أصول جغرافية متنوعة في مكان خارج مكان إقامتهم المعتاد لأغراض واهتمامات مشتركة (تجارية، علمية، ريادة الأعمال، وما إلى ذلك)، لمدة لا تقل عن يومين، من أجل حضور فعاليات عملية وتبادل المعلومات. و"الاجتماع" هو المصطلح العام، كما يتم استخدام أسماء مختلفة لتحديد

¹ Bénédicte de Sèze, "PANORAMA DU TOURISME D'AFFAIRES", synthèse réalisée pour le groupe de travail sur le tourisme d'affaires constitué par la Direction du Tourisme, Maison de la France, France-Congrès, l'Observatoire Régional du Tourisme d'Ile-de-France et l'Observatoire National du Tourisme, septembre 2002, 2.

الأنواع المختلفة للاجتماعات. والأكثر شهرة هو "Congrès" والتي تشير عموماً إلى الأحداث الكبيرة، من مائة إلى عدة عشرات الآلاف من المشاركين¹.

تميل المصطلحات المستخدمة لوصف الاجتماعات إلى التباين حسب حجم الحدث ومكان عقده. فتجمع صغير هو اجتماع، ولكن عادة ما يسمى اجتماع كبير، ويطلق عليه في المملكة المتحدة بـ"مؤتمر"، و"اتفاقية" في الولايات المتحدة الأمريكية، وكلمة "كونغرس" أي مؤتمر كذلك في معظم أنحاء أوروبا.²

✚ **سياحة الحوافز (Incentive):** من السياحات المعترف بها ضمن سياحة الأعمال، أحد أنماط السياحة المنتشرة في الآونة الأخيرة، وهي رحلات تحفيزية يتم تنظيمها من طرف الشركات والمنظمات للموظفين المحترفين، بهدف مكافأتهم على تحقيق أهداف المنظمة الكمية المتمثلة في زيادة المبيعات، وتشجيعهم وتحفيزهم على تحقيق الأهداف المرجوة وتعزيز الإنتاجية.

والحوافز ليست بالضرورة رحلات، في الحقيقة بالنسبة للشركات التي لا تسمح ميزانيتها بذلك، يمكن أن يكون الحافز في شكل أمسية منظمة، أو دعوة إلى مطعم، أو نشاط يمكن القيام به في مجموعة، لكن في الواقع، للسفر تأثير إيجابي على الموظفين وفي النهاية على الشركة. "إنه الحافز المثالي لتوسيع الأعمال التجارية.

✚ **سياحة المؤتمرات (Congress):** يشير مصطلح "Congress" في مفهومه الدقيق إلى اجتماع مجموعة من الأفراد من أجل تبادل الأفكار ووجهات النظر حول قضايا ومسائل معينة، أو الإعلان عن نتائج دراساتهم، أما بالنسبة لمفهومه الواسع فهو يشير إلى مختلف أنواع الفعاليات والأحداث المهنية، التي تتمثل في: الندوات واتفاقيات المنظمات وحتى الجمعيات، إضافة إلى ذلك الحملات التسويقية والترجيحية للمنتجات والخدمات³.

عموماً يعتبر المؤتمر اجتماع يجمع عدداً كبيراً من المشاركين من نفس المنظمة أو الاتحاد أو الجمعية، الذين لا يمارسون نفس المهنة، والذين يجتمعون حول مسألة مشتركة تربط بصفة مباشرة

¹ Sylvie Christofle, "Tourisme de réunions et de congrès et recherche géographique," *Mondes du Tourisme* 1 (2013) : 84, <http://www.adt-herault.fr/docs/1650-1-obs-revue-espaces-tourisme-et-recherches>

² John Swarbrooke and Susan Horner, *Business Travel and Tourism* (Great Britain: British Library Cataloguing in Publication Data, 2001), 5.

³ De Sèze, "PANORAMA DU TOURISME D'AFFAIRES," 3.

اهتماماتهم أو أنشطتهم. وفي الواقع، مفهوم المؤتمر متعدد الأوجه لأنه يمكن أن يشمل أيضًا أحداث وفعاليات على مستوى محلي، وطني، إقليمي أو دولي، وتكون هذه الأخيرة تحت رعاية حكومية بالصفة الأولى، وتتعد من طرف شركات أو جمعيات لأغراض مهنية ذات طابع اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، سياسية، مهنية، علمية، أو دينية.

وفي الغالبية ما تعوّض كلمة "المؤتمر" مصطلح سياحة الأعمال في الكثير من المراجع والمصادر، لذا فهو يكاد يعبر عن مفهوم سياحة الأعمال ككلّ نظرًا لأن ممارساته ونشاطاته تحتلّ نسبة كبيرة من مظاهر سياحة الأعمال¹.

✚ **سياحة المعارض أو الأحداث (Events/Exhibitions):** يمكننا أن نجد مصطلحين خلف الحرف الأخير من اختصار MICE، وهما "الأحداث" و"المعارض". وهذا لاختلاف آراء المتخصصين في مجال سياحة الأعمال.

- فبالنسبة للأحداث، هي مجموع كل الفعاليات المهنية وتشمل هذه الفئة الحفلات، وإطلاق المنتجات، والذكرى السنوية للشركة، وحفلات التقاعد، وما إلى ذلك. غالبًا ما يكون لها طابع احتفالي أكثر من الاجتماعات الموجودة في قسم "الاجتماعات".
- أما عن المعارض، فهي عبارة عن فعالية عامة وكبيرة منظمة بهدف التقاء وتواصل الموردين وعملائهم في موقع وموعد واحد، فهي تجمع لمدة مؤقتة ومحددة المؤسسات من جميع الأحجام والأنواع، حيث تقوم بعرض منتجاتها وخدماتها لجمهورها بهدف التعريف بها وتسويقها وحث بيعها، وعادة ما تكون المعارض إقليمية، وطنية، أو دولية، تعقد بانتظام وغالبًا ما تكون سنوية.

2. أنواع أخرى:

✚ **الندوات:** وفقا للنادي الفرنسي لسياحة الأعمال الوافدة، فإن الندوات هي اجتماعات متعددة التخصصات لعدد صغير من المتخصصين الذين تتم دعوتهم بصفة شخصية من قبل مؤسسة أو منظمة من أجل دراسة وتحليل مشكلة معينة. يستمر العمل في المتوسط يوم أو يومين².

✚ **الاتفاقيات:** تُعد الاتفاقيات اجتماعًا داخليًا لهيئة معينة، ويمكن أن تكون ذات نطاق وطني أو دولي وفقًا للأهداف المشتركة للمجموعة. يقتصر الاشتراك فيها على أعضاء هذه الهيئة فقط،

¹ Ibid.

² Julia BOSSU, "Le tourisme d'affaires : un outil d'attractivité" (Mémoire de Master, Université de Toulouse II, 2013) 19.

سواء كانوا موظفين أو مديرين. قد يكون الغرض من الاتفاقية هو مناقشة سير عمل المنظمة، أو مناقشة القرارات، أو الاحتفال بحدث معين¹.

✚ **الأسواق (Faires):** تتكون الأسواق من تجمع دوري للعارضين بهدف تقديم عينات من المنتجات أو الخدمات للمشتريين المحترفين أو لعامة الناس بهدف التعريف بها وتسويقها والترويج لها ومن ثم بيعها وتشجيع اقتنائها².

▪ **الصالونات³:** هي فعاليات تستهدف قطاعاً أو نشاطاً متخصص. بعضها مفتوح لعامة الناس ولكن معظمها عبارة عن عروض احترافية متخصصة للمهنيين فقط داخل القطاع، ولا يمكن لعامة الناس الوصول إليها، من الممكن تنظيمها من طرف: مدراء مراكز المعارض، هياكل متخصصة، شركات الخدمات المتخصصة بشكل أو بآخر في تنظيم الأحداث. وتتميز الصالونات ب:

- ✓ خاصية النشاط والقطاع.
- ✓ جمع العرض والطلب في ظرف زمني ومكاني واحد.
- ✓ تمكين المشتريين المحليين والدوليين من رؤية ومعاينة المنتجات، المقارنة بينها والقيام بالطلبات عليها.
- ✓ السماح بالمعلومات المباشرة والحالية والشخصية للزوار والعارضين،

وتنظم الصالونات عادة مع الأحداث المحلية، الوطنية أو الدولية، أو حتى الأحداث التي تعيشها المؤسسات عند وجود منافسة قوية في الميدان، ويسعى العارضون إلى تنمية العلاقات مع مختلف العملاء المحتملين في مختلف البلدان.

✚ **أسفار ومهمات الأعمال:** هي رحلات يقوم بها موظفو الهيئات والشركات نيابة عن شركتهم لأغراض مهنية فقط خارج مكان عملهم المعتاد، يمكن أن تكون رحلات قصيرة أو طويلة المدة، على مستوى محلي، أو دولي، وتتضمن عادةً اجتماعات مع الشركاء، أو حضور أحداث

¹ Ibid.

² De Sèze, "PANORAMA DU TOURISME D'AFFAIRES," 4.

³ Ibid., 4-5.

وفعاليات متعلقة بالعمل كالمؤتمرات والمعارض، أو يمكن أن تكون مهمة أو سفريّة عمل علمية لإجراء أبحاث ودراسات أو تدريبات¹.

3. هياكل الاستقبال في سياحة الأعمال:

تعتبر هياكل الاستقبال عامل أساسي في سياحة الأعمال لما لها من دور محوري في جمع مختلف المتعاملين في مجال السياحة العملية. وتتمثل هياكل الاستقبال عادة في الفنادق ومراكز الأعمال، كقاعات الاجتماعات والمؤتمرات المتواجدة على مستوى مختلف المؤسسات، يمكن ذكرها فيما يلي:

الفنادق: حديثاً، أصبحت الفنادق تعمل جاهدة لتطوير هيكلها بما يتناسب مع أحداث وفعاليات العصر. لقد زاد عدد الفنادق المتخصصة في استضافة الأحداث المهنية بشكل كبير، كما زادت نسبة الإشغال من خلال توفرها على خدمة "الأعمال" في المؤسسة. ولذلك فهي تقدم خدمات تتوافق مع متطلبات العملاء من رجال الأعمال، مثل: **مراكز الأعمال (Business Centers)** الموجودة داخل الفندق المتمثلة في: قاعات المؤتمرات ذات طاقة الاستيعاب الكبيرة، بالإضافة إلى صالات الاجتماعات المجهزة بمعدات مطلوبة وحديثة، وما إلى ذلك. والتي تضاف إليها خدمات الضيافة، أو حتى خدمات الترفيه الخاصة.

تكمّن ميزة الفندق كهيكل استقبال لرجال الأعمال في حقيقة أن كل شيء متوفر في نفس المكان، مركز أعمال، إقامة، إطعام، ترفيه وغير ذلك، وهذا يسهل تنظيم الأعمال ويسمح أيضاً باغتنام الوقت بشكل أفضل.

مراكز المؤتمرات: إنّ مراكز المؤتمرات تكون عادة مباني متربعة على مساحة كبيرة، مخصصة لاستضافة فعاليات وتظاهرات معينة، وهي تتكون من مكاتب عمل توضع تحت تصرف منظمو الفعاليات، ومساحات للعروض، وأماكن مخصصة للإطعام ومرافق ضرورية أخرى كأستوديوهات للإعلام والاتصال.

¹ ابتسام طويال، هدى بن محمد، هبة بوشوشة، "واقع سياحة الأعمال في العالم"، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية

والإدارية 1 (2021) 403، <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/158458>

✚ **أماكن الاجتماعات الأخرى:** مع تطور سياحة الأعمال ظهرت مرافق أخرى تجمع بين خدمات مختلفة تتناسب مع حاجات ورغبات رجال الأعمال مثل: فضاء لقاء، وقاعات اجتماع وعرض، فضاءات أعمال مع قاعات عمل مجهزة بكل التجهيزات الحديثة توفر بيئة عملية مثالية.

المطلب الثالث: الأدوار التنموية لسياحة الأعمال.

تتميز سياحة الأعمال بمجموعة من الخصائص تجعلها ذات أهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية من خلال مساهمتها في تحقيق ما يلي¹:

- تشير البحوث إلى أن 40% من المسافرين من رجال الأعمال يعودون مع عائلاتهم أو زملائهم وأصدقائهم بقصد السياحة الترفيهية إلى المقاصد التي أعجبوا بها خلال رحلات أعمالهم المهنية.
- لسياحة الأعمال عوائد كبيرة مقارنة عن باقي أنواع السياحة الأخرى.
- تُشجّع رجال الأعمال على الاستثمارات الداخلية داخل الوطن مستقبلاً، بعد تأكدهم من جاذبية الوجهة خلال سفرهم وحضورهم للفعاليات الخاصة واكتشافهم للفرص الاقتصادية المتاحة ومنه العودة لوضع العمليات التجارية هناك.
- تمتاز بالمرونة والديمومة فهي لا تتأثر كثيراً بمشاكل الركود الاقتصادي كالسياحة الترفيهية.
- يمثل سياح الأعمال سفراء الدول والوجهات في الخارج، ويساهموا في تحسين صور هذه الوجهات عن طريق الكلمة المنقولة، وإخبار الأصدقاء والزملاء عن تجربتهم الجميلة والناجحة وعن مزايا المقصد.
- تخلق الجودة والنوعية في المنتجات والبنى التحتية، كما تساهم في خلق مناصب شغل وفرص عمل كثيرة.
- تؤدي إلى تجديد البنى التحتية (Infrastructures) للمقاصد والوجهات، وهذا ما نلاحظه في العديد من الدول الأوروبية وحتى العربية كقطر والسعودية، حيث وجهت العديد من الاستثمارات أفضلية إلى سائح الأعمال، كبناء الفنادق، العمل على تجديد قطاع النقل ومرافق الاتصالات والمطاعم والمعالم السياحية، ومراكز الأعمال.

¹ مصطفى بودرامة وحليمة فوغالي، "سياحة الأعمال في الدول العربية بين الواقع والمأمول"، 9-10.

- النظر في توجه جديد لبناء وتطوير مدن سياحية بأكملها خاصة بـسياحة الأعمال. وكل هذه الاستثمارات تعود بالفائدة الأولية للسكان الأصليين، كما تساهم في تنشيط السياحة الترفيهية.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في إدارة بروتوكول الضيافة.

تتأثر إدارة بروتوكول الضيافة بمجموعة واسعة من العوامل، والتي تلعب دورًا هامًا في جعل المنظمات السياحية تعمل جاهدة لدراسة بيئتها الداخلية والخارجية، حتى يتسنى لها التساوي بين متطلبات تقديم خدمة سياحية تنسجم مع متطلبات الجودة، العصر والحداثة التي فرضتها حاجات ورغبات السياح المتنوعة لتحقيق الميزة التنافسية والاستمرارية، لتحقيق النجاح وبالتالي تحقيق الأهداف المسطرة ضمن بيئتها السوقية. وتشمل هذه العوامل:

المطلب الأول: العوامل المتعلقة بالعنصر البشري.

1. تدريب الموارد البشرية:

تكمن أهمية تدريب الموارد البشرية في إعداد العاملين ذات الفاعلية والأداء المميز لتقديم الخدمة السياحية، فإن نجاح المنظمات السياحية يعتمد بالأساس في اختيار الموارد البشرية المؤهلة ذات الكفاءة لأداء المهام. كما أنّ حصول موظفيها على التدريب اللازم لتطبيق قواعد الضيافة وتقديم خدمة استثنائية للضيوف، يؤدي إلى تحسين رضا العملاء وتعزيز نجاح الأعمال¹.

إن اختيار البرامج المناسبة لتدريب الموظفين وبحسب التخصص والرغبة الحقيقية في التطوير، سيسهم في زيادة الكفاءة، ودرجة الولاء والانتماء الوظيفي للكوادر البشرية المسؤولين عن توصيل رسالة الخدمة. كما وأن انطباعات الخدمة السياحية لدى السائح ترتكز على مدى استجابة الأفراد العاملين لطلباته ورغباته أثناء التجربة السياحية، ومن ثم يتطلب من منظمات الضيافة استدامة الموارد البشرية، وتمكينهم وتوطيد العلاقات التنظيمية بشكل نوعي لتوفير مناخ تنظيمي مميز تنعكس أبعاده على أداء المنظمة.

¹ نوفل عبد الرضا الكمري، عماد حسين سعود. "أثر إدارة المراسم والإتيكيت في تحقيق النجاح الاستراتيجي لمنظمات الضيافة". 185.

2. أنماط سلوك السائح¹: من الناحية العلمية، إن للسائح نمط سلوكي ملحوظ عنده طلبه للخدمة السياحية من منظمات الضيافة التي غالباً ما تحقق إشباع حاجاته ورغباته أثناء التجربة السياحية، ويمكن التنبؤ به وتوقعه بطريقتين:

(1) من خلال تثبيت الملاحظات خلال متابعة الخدمة السياحية المقدمة له.

(2) من خلال تحليل رغبات السائح وميوله للخدمة السياحية المقدمة، لأن فهم دافع مستهلك الخدمة السياحية عملية صعبة ومعقدة لأن الكثير من السياح لا يرغبون في التصريح عن دوافعهم.

يعطي علم النفس السياحي تقسيم لأنماط السياح من حيث العموم إلى صنفين: انطوائي وانبساطي.

إن أغلبية السياح تقع في المراكز الوسطى من التقسيم أعلاه، ولها قيمتها العلمية، لأنها تعطي فكرة عامة عن شخصية السائح وصفاته والخصائص الموجودة في تلك الشخصية وهناك العديد من طرائق التقسيم المختلفة التي تساعد على تقسيم أنماط سلوك السياح، والتصنيف الأكثر واقعية لأنماط سلوك السائح هو:

- المتردد
- العصبي
- المعترض
- الثرثار

وإن هذا التصنيف أكثر تفاصيل من التصنيفات الواردة الذكر، ويسند إلى ذلك طبيعة تأثر السائح بإدارة الضيافة وبالتحديد بالمنظمات السياحية ذات التصنيف الأول (5 نجوم)، حيث يبحث السائح عن جودة الخدمة المقدمة.

وعليه فإن إدارة بروتوكول الضيافة بحاجة إلى معرفة واسعة عن أنماط السياح، ليتسنى للمنظمات تحقيق رغبات وحاجات السياح. وإن عدم دراسة وتحليل أنماط سلوك السائح سوف يثير بعض التساؤلات وعدم

¹ عماد حسين سعود، العوامل المؤثرة في إدارة المراسم والاتيكيت، 4.

رضا السائح عن جودة الخدمة السياحية المقدمة من قبل المؤسسات السياحية، وهذا هو الدليل المميز لتقديم خدمة مميزة تؤدي إلى رضا الزبون.

المطلب الثاني: العوامل المتعلقة بالثقافة والتجديد.

1. الثقافة التنظيمية:

الثقافة التنظيمية هي جملة من القيم والمعتقدات والممارسات المشتركة التي تميز منظمة ما، وتُشكل هويتها وتؤثر على سلوكيات أعضائها وتفاعلاتهم، سواء في البيئة الداخلية أو في البيئة الخارجية¹.

وللثقافة التنظيمية تأثير واضح في أعمال إدارة البروتوكول من خلال إيجاد الظروف المناسبة التي تجعل الأفراد يتصرفون تصرف إيجابي تجاه السياح، بما يؤدي إلى تحقيق عملية تقديم الخدمة السياحية بأفضل صورة ممكنة. كما تأثر في تطبيق قواعد الضيافة داخل المؤسسات السياحية وهي على النحو الآتي:²

- ✓ تعزيز التكامل الداخلي بين أفراد المنظمة من خلال الاتصال والتنسيق فيما بينهم.
- ✓ تحقق التكيف بين العاملين في المنظمة، والبيئة الخارجية ذات الصلة (السياح والمنافسين).
- ✓ تعد دليلاً إرشادياً للأفراد داخل المنظمة، لتوجيه الفكرة والجهود نحو تحقيق أهدافها ورسالتها.
- ✓ سرعة استجابة أفراد المنظمة لتحركات المؤسسات السياحية المنافسة، لتقدم المنظمة خدمة سياحية مميزة تشبع حاجات ورغبات السياح، لتبرز تواجدها ونموها ضمن بيئتها السوقية.

2. الإبداع (Creativity):

يُعدّ الإبداع عنصراً أساسياً لنجاح أي مؤسسة سياحية في ظلّ المنافسة المتزايدة في هذا القطاع الديناميكي. فهو يسمح للمؤسسات بتقديم تجارب سياحية فريدة من نوعها ومميزة تُلبّي حاجات وتوقعات السياح المتغيرة باستمرار.

لقد أدرك مديرو المنظمات السياحية أهمية الإبداع في ظل ظروف المنافسة السوقية المتنامية وتنوع حجم الطلب السياحي، وإن إدارة البروتوكول تعتمد البعد الاستراتيجي الذي تسعى من خلاله إلى

¹ زهرة خلوف، " الثقافة التنظيمية كأحد العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي " مجلة الاقتصاد الجديد 9 (2013):

258، <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/296/4/2/55970>

² عماد حسين سعود، العوامل المؤثرة في إدارة المراسم والاتيكيت، 5.

دراسة وتحليل مستجدات الأحداث والتغير المبتكر لمتطلبات السياح، حتى تتمكن من تقديم خدمة تتوافق مع متطلباتهم العصرية، ومن ثم تعطي انطباعات ذوقية متميزة تنعكس على صورتها السياحية.

المطلب الثالث: العوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي.

1. تكنولوجيا المعلومات:

إن تقنيات المعلومات والإلكترونيات هي العالم الآخر للتواصل بين المؤسسات السياحية والسياح في ظل العصر الرقمي وتكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في إدارة بروتوكولات الضيافة من حيث¹ :

- ✓ تفعيل المعرفة ورأس المال الفكري.
- ✓ إيجاد بيئة تفاعلية لتجميع وتوثيق بيانات السياح.
- ✓ زيادة العائد المالي عن طريق تسويق الخدمات السياحية بفعالية أكبر.
- ✓ تحسين صورة المنظمات وتطوير علاقاتها مع منافسيها من المؤسسات الأخرى.
- ✓ تحسين جودة وسرعة الخدمة للسياح.
- ✓ تخفيف إجراءات الرحلة السياحية واختزال الزمن وعامل المسافة.
- ✓ الانطباع الإيجابي للسائح عن طبيعة الخدمة المقدمة عن بعد.

¹ نوفل عبد الرضا الكمري، عماد حسين سعود. "أثر إدارة المراسم والإتيكيت في تحقيق النجاح الاستراتيجي لمنظمات الضيافة". 188.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل توصلنا إلى أنّ بروتوكول الضيافة يشير إلى مجموعة القواعد والإجراءات التي تنظم كيفية تقديم الخدمات للضيوف ويعنى بإجراءات تقديم الضيافة المميزة التي تطورت هذه الأخيرة عبر العصور من تقديم خدمات بسيطة في المنازل والنزل إلى فنادق متطورة تقدم خدمات متطورة ومتخصصة تتبنى اتجاهات حديثة تشمل استخدام التكنولوجيا، والتركيز على الاستدامة. كما تطرقنا إلى التعريف بسياحة الأعمال التي تعد نمط جديد ومتطور من أنواع السياحة الحديثة، التي تتضمن رحلات لأغراض مهنية وتجارية، ولها أنواع عديدة مثل: الاجتماعات والمعارض والرحلات التحفيزية.

الفصل الثاني:

بروتوكولات الضيافة الفعالة في

صناعة سياحة الأعمال.

تمهيد

شهد قطاع سياحة الأعمال تطوراً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، مما جعله يشكل جزءاً أساسياً من الاقتصاد العالمي. تتطلب هذه الزيادة في نشاطات الأعمال توفير خدمات ضيافة متخصصة تلبي حاجات ورغبات رجال الأعمال والمسافرين بهدف العمل. تتنوع هذه الخدمات لتشمل الإقامة، وتنظيم فعاليات الأعمال كالمؤتمرات، والاجتماعات، والمعارض، وتوفير وسائل النقل الخاصة برجال الأعمال والشخصيات الهامة منهم، فضلاً عن خدمات تكميلية ترفيهية تناسب الطابع العملي لهذا النوع من السياحة. وفي هذا السياق، يأتي بروتوكول الضيافة كعامل أساسي لضمان تقديم تجربة فريدة من نوعها للسياح ورجال الأعمال، مما يعزز من سمعة المؤسسات ويشجع على تكرار التعاون والشراكة. ومن هنا تبرز أهمية فهم الأدوات والمهارات المستخدمة في بروتوكول الضيافة لسياحة الأعمال. يهدف هذا الفصل إلى استعراض وتحليل أبرز الأدوات والمهارات التي يجب أن يمتلكها العاملون في مجال الضيافة لضمان تقديم خدمات ذات جودة عالية تتماشى مع توقعات العملاء.

في هذا الفصل، سنستعرض بالتفصيل الأدوات والمهارات المستخدمة في بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال، ونناقش كيفية تطبيقها لتحقيق أعلى مستويات الخدمة والجودة. سنقوم أيضاً بتحليل التحديات التي قد تواجه المؤسسات في هذا المجال وسبل التغلب عليها لضمان تحقيق النجاح المستدام.

المبحث الأول: الأدوات المستخدمة في بروتوكول الضيافة.

يرتكز بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال على مجموعة متنوعة من الأدوات التي تساهم في توفير بيئة مساعدة ومرحبة للسياح، كما تؤثر على تجربة الضيوف من رجال الأعمال وتلبية احتياجاتهم بأعلى مستويات الاحترافية، وتساهم في تعزيز صورة المؤسسة وتحسين علاقاتها. هذه الأدوات لا تقتصر فقط على الجوانب المادية مثل تجهيزات مراكز الأعمال وترتيبات الإقامة، واستخدام التكنولوجيا الحديثة لتحسين الخدمات، بل تمتد أيضاً إلى العنصر البشري، حيث تشمل التدريب المهني على كيفية التعامل مع الضيوف وفهم ثقافتهم وتوقعاتهم.

ويهدف هذا المبحث إلى تقديم لمحة عامة عن الأدوات المستخدمة في بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال، وتحليل كيفية تطبيقها لتحقيق رضا العملاء. وسيتم التركيز على الأنواع التالية من الأدوات:

المطلب الأول: أدوات التواصل.

تعدّ أدوات التواصل المستخدمة في بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال ضرورية لضمان تجربة مميزة وفعالة لرجال الأعمال خلال سفرهم. كما تساعد هذه الأدوات على تحسين التواصل وتقديم خدمة بجودة عالية للعملاء مما يؤدي إلى تحقيق الأهداف ورضا العميل.

1. الاتصال اللفظي: هو طريقة التحدث والتفاعل بين العامل والعميل، بداية من بوابة مؤسسة الاستقبال أو خلال الفعاليات من اجتماعات، وحفلات عشاء وغيرها باستخدام اللغة الاحترافية وضمن قواعد التهذيب ويجب أن تتميز بتبادل واضح ومفهوم للمعلومات مع ضرورة الاصغاء الجيد.

أمثلة عن التواصل اللفظي:

✓ يتم تحية الضيف فور وصوله إلى الفندق أو الى مكان الخدمة بالعبرة التالية:

"مرحبا بك سيدتي / سيدي"

« Bonjour Madame / Bonjour Monsieur »

✓ عند قدوم الضيف يجب أن يكون الموظف البادئ بالحديث.

✓ إذا كنت منشغلا مع ضيف آخر فيجب إن تجعل الضيف القادم يعلم أنك قد لاحظت وجوده وذلك بإلقاء التحية والترحيب به وقولك:

" لحظة فقط سيدتي / سيدي "

2. **الاتصال الكتابي:** يمثل جميع التفاعلات والتبادلات التي تتم عن طريق الكتابة، كالمراسلات الإدارية المتنوعة حول ترتيبات فعالية ما مثلاً ما بين المؤسسات والعملاء، الرسائل الرسمية للضيوف، رسائل البريد الإلكتروني والفاكس وغيرها.

ومنه فإن للاتصال الكتابي أهمية بالغة في شرح وتأكيد التفاصيل الموجودة مثلاً في الدعوات الرسمية، والجدول المنسق والترتيبات والإجراءات والاتفاقيات من أجل تواصل فعال بين الضيف والمضيف.

✚ أمثلة على الاتصال الكتابي:

✓ دعوة رسمية لحضور فعالية ما.

✓ رسالة تأكيد حجز فندقية.

✓ مراسلة تخص تفاصيل متعلقة بجدول أعمال المؤتمرات مثلاً أو أي تعديلات أو تغييرات طرأت عليه.

✓ رسالة شكر وامتنان بعد حضور الضيف لأي فعالية او زيارة رسمي.

3. **لغة الجسد¹:** تلعب لغة الجسد دوراً هاماً في التواصل مع العملاء في مؤسسات صناعة الضيافة،

ويقصد بها طريقة استخدام وفهم تعابير الوجه وإيماءاته وحركات الجسد خلال التفاعلات

الاجتماعية والعملية، وذلك بغرض التواصل مع الآخرين بشكل غير لفظي، حيث يمكن أن

تساعد في إيصال الرسائل بشكل فعال، وخلق تجربة إيجابية للزبائن. تعتمد لغة الجسد وبشكل

كبير على الابتسامة التي تعد أبسط وأقوى لغة جسد يمكن استخدامها للتواصل مع النزلاء،

والتواصل البصري، والإيماءات بشكل لائق ومحترم حتى يتجلى للعميل أنّ رضاه هي أولى

أولويات المنظمة.

✚ امثلة لغة الجسد:

¹ " تعلم مهارات لغة الجسد وأهميتها في التواصل الفعال"، اطلع عليه بتاريخ: 20 أبريل 2024،

[/ https://esoftskills.com/ar/](https://esoftskills.com/ar/)

- ✓ الابتسامة رمز عالمي للترحيب: فالابتسامة الودية والترحيبية تظهر الاهتمام وحسن النية للأفراد. فعندما يتم مقابلة الضيوف بالابتسامه فهذا يشعرهم بالراحة والترحاب.
- ✓ الاتصال بالعين والنظر المباشر يعطى الانطباع بالاهتمام والانتباه لضيوفنا وهو ما يدل على الاحترام والتقدير.
- ✓ مواجهة الضيوف بكامل الجسد عند التعامل معهم مع الإبقاء على المسافة الشخصية الملائمة خلال عمليات التواصل.
- ✓ عند طلب الضيف لأي شيء، وجب النظر في عينه والقيام بهز الرأس.

المطلب الثاني: أدوات تنظيم الفعاليات.

1. حجز أماكن الإقامة: إن عملية حجز أماكن الإقامة هي أداة ضرورية في بروتوكول الضيافة لتنظيم الفعاليات السياحية، فهي تضمن راحة الضيوف والمشاركين وتسهم في خلق جو وتجربة مريحين بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد لكلا الطرفين. أيضا فإن عملية الحجز في وقت مبكر يمنح صناع الضيافة الوقت الكافي لحجز وتنظيم وترتيب الغرف والخدمات المطلوبة من طرف جميع الضيوف مما يمنحهم الراحة والإحساس بحسن الضيافة.

فعملية حجز الإقامة للضيوف تتطلب فهما واسعا ومفصلا لاحتياجاتهم المرغوبة مثل:

- **نوع الغرفة وموقعها:** عادة ما يؤكد الضيوف على اختيار الغرف والمميزات الواجب توفرها فيها كالإطلالة والطابق المتواجدة فيه وفي الفندق ككل مثل خدمة الإفطار، خدمة (Wi-Fi) وغيرها من أجل ضمان راحة المشاركين في الفعاليات خلال فترة إقامتهم.

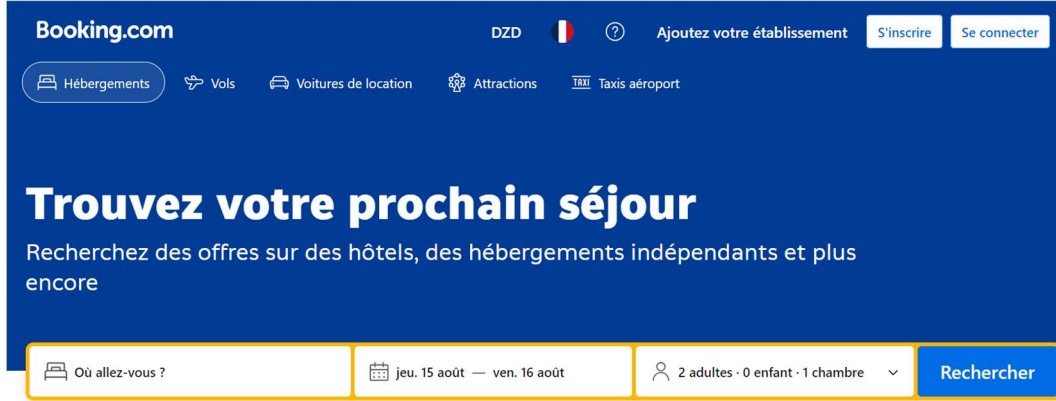
دون أن ننسى أنه في عالم الأعمال وفي مجال السفر سريع الخطى، يعد وجود منصات الحجز الموثوقة أمراً ضرورياً لضمان عمليات إيجابية وفعالة. لا تعمل هذه المنصات على تبسيط عملية الحجز فحسب، بل تقدم خدمات أخرى وتساعد أيضاً في إدارة الحجوزات وتتبع التوفر لتوليد الإيرادات. فيما يلي بعض منصات الحجز التي يجب أن يعمل بها كل رائد أعمال في مجال الضيافة¹:

¹ "مجموعة أدوات رواد الأعمال المثالية للسفر: الموارد الضرورية لتحقيق النجاح"، اطع عليه بتاريخ 20 أبريل،

<https://fastercapital.com/arabpreneur/>، 2024

- منصة **Booking.Com**: من أكبر وأشهر المنصات والأكثر استخداماً في العالم، فهي منصة إلكترونية شاملة توفر الخدمات التالية: حجز أماكن الإقامة، رحلات الطيران، خدمة تأجير السيارات، الترفيه، خدمة النقل من المطارات. وهي متاحة لعامة الناس وليس فقط للشركات ووكالات السفر.

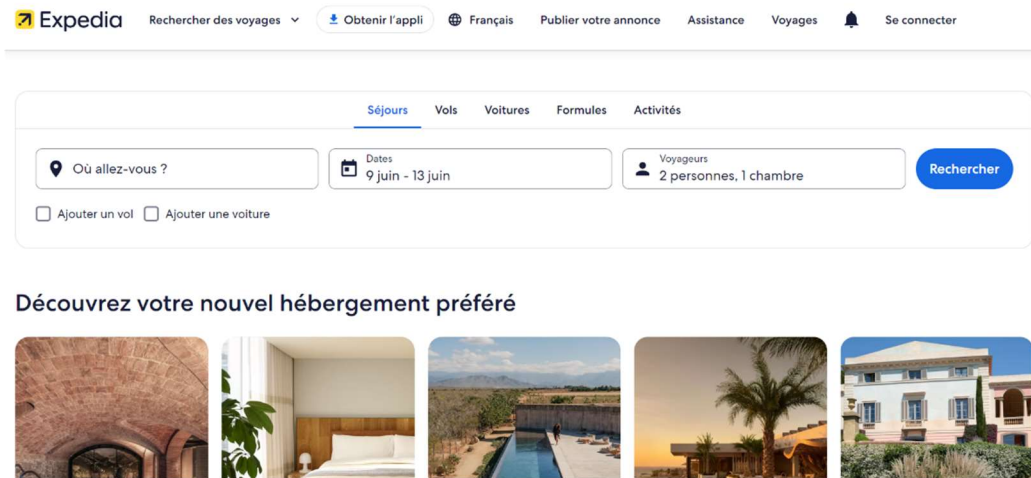
الشكل رقم 1: الصفحة الرئيسية لموقع Booking.Com.



المصدر¹: الموقع الرسمي للمنصة.

- منصة **Expedia**: بفضل مجموعتها الواسعة من خدمات السفر، تعد **Expedia** منصة للعديد من المسافرين من الرحلات الجوية والفنادق إلى تأجير السيارات والأنشطة، تقدم **Expedia** حلاً شاملاً لجميع احتياجات السفر.

الشكل رقم 2: الصفحة الرسمية لمنصة Expedia.

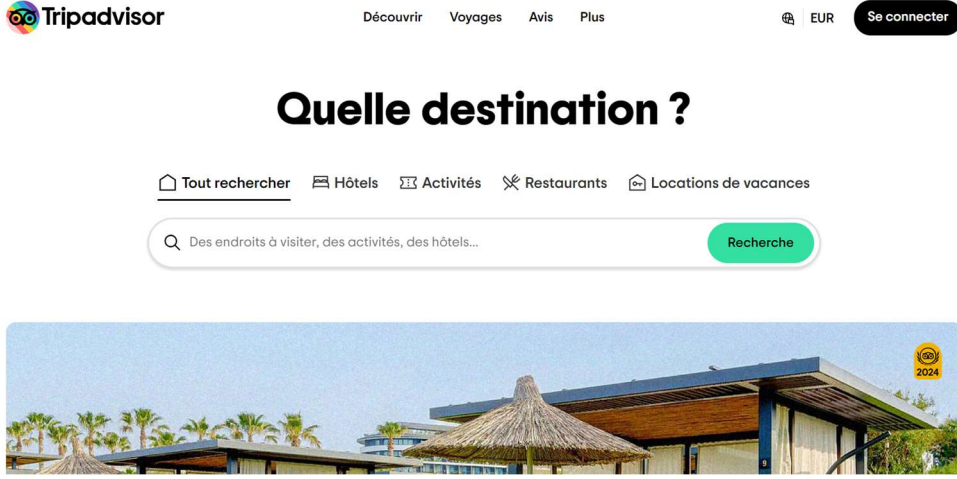


¹ موقع Booking.com / <https://www.booking.com/>

المصدر¹: الموقع الرسمي للمنصة.

- منصة **TripAdvisor**: تُعرف بأنها أكبر منصة للسفر في العالم، ويوفر للمسافرين ثروة من المعلومات والتعليقات والتوصيات. لذا فإن التعامل مع منصة **TripAdvisor** يمكن أن يسهل الكثير من الخدمات على السياح للبحث والتخطيط لرحلاتهم.

الشكل رقم 3: الصفحة الرئيسية لموقع Tripadvisor.



المصدر²: الموقع الرسمي للمنصة.

2. ترتيب وسائل النقل: يعتبر وسيلة هامة وأساسية لتنظيم جميع أنواع الفعاليات السياحية، الترفيهية منها والعملية وباعتبارها جزءاً لا يتجزأ من بروتوكول الضيافة فانه يمكننا ترتيبها كما يلي:
 - توفير وسائل النقل والتوصيل: فهو يساعد على وصول الضيوف والمشاركين التجاريين على الوصول الى موقع الفعالية بأريحية وبدون عناء وهو الامر الذي يوفر لهم تجربة سفر إيجابية.
 - ضمان الانسيابية والتنظيم: وذلك من خلال الترتيب المسبق لوسائل النقل مما يمنح للمشاركين القدرة على التنقل داخل المدينة او الموقع بسهولة مع تجنب التأخر عن الجدول الزمني للفعالية.
 - تقليل التكاليف: فمن خلال التنظيم المسبق لهاته الوسائل فإننا نضمن تحديد التكاليف بناء على المعلومات المتوفرة عن عدد المشاركين والمسافة التي سوف يقطعونها.

¹ موقع Expedia ، <https://www.expedia.com>

² موقع TripAdvisor ، <https://www.tripadvisor.fr>

3. **التكنولوجيا¹**: مع التطورات التي شهدتها التكنولوجيا الرقمية في عصرنا الحالي في مجال الضيافة، أصبحت هذه الأخيرة عنصراً فعالاً لا يمكن الاستغناء عنه في مجال صناعة السياحة والضيافة، فأصبح من الممكن تحسين الكفاءة وتعزيز الفعالية لتقديم تجربة مثالية للعميل. فأدوات التكنولوجيا المستخدمة تضم مجموعة كبيرة من التطبيقات الذكية والبرمجيات والتي تعنى بدورها تسجيل الحاضرين وتسيير الجداول الزمنية طيلة مدة السفر أو الإقامة مع توفير الخدمات المتنوعة للضيوف بطريقة جد مبتكرة.

❖ أمثلة عن أدوات التكنولوجيا:

- c **تطبيقات الهواتف الذكية**: وهي الأكثر استعمالاً حيث يمكن أن توفر معلومات مهمة للضيوف مثل: جداول الفعاليات وإرسال واستلام تذاكر المشاركة وكذا إدارة التسجيلات.
- c **برمجيات إدارة وتنظيم الفعاليات**: وهي فعالة فيما يتعلق بضم ل نواحي الفعاليات في منصة رقمية واحدة شاملة لكل العمليات كتسجيل الحضور، وتخطيط وتنظيم البرامج ومتابعة كل المستحقات المالية المستحقة المدفوعة.
- c **أنظمة تسجيل الحضور الذكية**: وذلك من أجل تسهيل عملية تسجيل الضيوف الحاضرين والمشاركين في الفعالية المنظمة سواء بواسطة تقنية **Code QR** أو التعرف على الوجوه.
- c **موقع الويب الخاص بالفعالية**: فهي بمثابة بطاقة فنية شاملة لجميع المعلومات الخاصة بحدث أو فعالية ما، مثل الإطار المكاني والزمني والجدول الزمني لكل الأنشطة وكذا المتحدثين والمشاركين من شخصيات مشهورة.
- c **منصات وتطبيقات التواصل الاجتماعي**: حيث يمكننا استخدام هاته المنصات مثل: الفيسبوك وتويتر وانستغرام للتسويق، والترويج والإعلان لمختلف الفعاليات المسطرة وهو الأمر الذي يؤدي إلى بناء جمهور خاص بالفعالية، فينشر من خلالها كل ما يتعلق بالفعالية والتحديثات الخاصة بها مما ينجم عنه التفاعل بين جميع المشاركين.
- c **أنظمة الدفع الإلكتروني**: فالدفع في هذه الحالة يتم عن بعد، الأمر الذي يوفر الجهد والوقت لجميع المشاركين ويزيد من سرعة وكثافة التسجيل، ويكون عبر الدفع عن طريق البطاقات البنكية أو عن طريق التحويلات المالية من حساب لآخر.

¹ "التحول الرقمي في مجال الضيافة والسياحة: دور التكنولوجيا في دفع نمو الأعمال في مجال الضيافة والسياحة"

اطلع عليه بتاريخ: 15 ماي، 2024، <https://fastercapital.com/arabpreneur/>

المطلب الثالث: أدوات تقديم الخدمات.

1. تقديم الطعام والشراب: يعتبر قسم الإطعام في المنشآت الفندقية من الأقسام ذات الأهمية البالغة، فهو المسؤول عن خدمة الزبائن الذين يستخدمون مرافق الفندق لذا فان خدمة تقديم الطعام لهم لا ينبغي اقتصرها على تلبية الرغبة الخاصة بالحاجات الغذائية، بل هي تتعدى ذلك باعتبارها من أهم العوامل التي تؤثر على التجربة الشخصية ورضا الزبون. ويكون ذلك من خلال ما يلي¹:

✓ طريقة تقديم خدمة الإطعام: إن طريقة تقديم الطعام للعملاء بشكل ودي يجعلهم يحسون بلطف المضيف وحسن الترحاب والاستقبال.

✓ ابراز الثقافة المحلية والضيافة المتميزة للزبون: بتوفير قائمة طعام متنوعة الألوان تعكس كل ما هو محلي ومتميز ومغاير لكل ما هو موجود في الفنادق الأخرى.

✓ التفاعل الاجتماعي والتواصل: ويكونان بين العامل والعميل أثناء عملية تقديم الطعام، فطريقة وضع الاطباق وتقديمها وبشكل احترافي يؤدي إلى تعزيز سمعة المنشأة وتحقيق وكسب رضا العميل.

✓ التأكد من جودة الاطباق ومكوناتها: وهو الامر الذي يزيد من طلب الضيوف واعتمادهم لمطعم ما دون غيره.

ومن أنواع بروتوكول الضيافة المطبقة في خدمات الاطعام نجد²:

ح خدمة المائدة **Table Service**: عند دخول العميل يدعى للجلوس الى المائدة والتي تكون معدة بالأغطية البيضاء، ويقدم له قائمة الطعام (**Menu**) ليختار منها تبعاً لرغباته ويقوم بخدمته العاملون بالمطعم.

ح خدمة الطاولة **Table Service**: عند دخول العميل يدعى للجلوس إلى الطاولة والتي تكون معدة بالغطاء ويقدم له، قائمة الطعام (**Menu**) ليختار منها تبعاً لرغباته ويقوم بخدمته العاملون بالمطعم.

¹ هاني عاطف، "مبادئ صناعة الضيافة" 179-180.

² نفس المرجع.

٢ تقديم خدمة المساعدة **Assisted Service**: وهنا يدخل العميل الى المطعم وغالباً يدعى للجلوس ويقوم باختيار طلباته من قائمة الطعام أو من البوفيه أو عن طريق اختيار ما يرغب به من أطباق عديدة.

٣ خدمة ذاتية **Self-Service**: مفادها أن العملاء يقومون بخدمة أنفسهم بدلاً من الاعتماد على نادل لتقديم خدمة الإطعام. هذه الخدمة متوفرة بطرق عديدة، بما في ذلك: بوفيه الإفطار أو العشاء، حيث يتم إعداد مجموعة متنوعة من الأطباق والمأكولات في بوفيه، ويستطيع النزلاء اختيار ما يريدونه من الطعام ووضعه في أطباقهم، كما تتوفر آلات لتقديم المشروبات الساخنة والباردة. ومن الضروري دائماً التأكد من نظافة الأواني وترتيب منطقة الخدمة الذاتية، وتوافر المستلزمات اللازمة مثل الأطباق بجميع الأحجام والأكواب والملاعق، لضمان رضا الزبون.

٤ خدمة خاصة **Specialized Service**: حيث تتم خدمة العملاء في مناطق لم تنشأ أساساً لخدمة المأكولات والمشروبات كالغرف والمرافق الأخرى.

تجارب جذابة في مجال الضيافة لإرضاء وكسب العملاء¹:

٢ يمنح مجمع فندق هيلتون لكل نزيل كوباً من الشوكولاتة الساخنة وعليه توقيع الفندق عند الوصول.

٣ يقوم مجمع فندق هوليداي إن إكسبريس قبل كل وجبة إفطار، إعطاء كل شخص لفافة قرفة عليها توقيع الفندق.

٤ هناك فنادق حول العالم تزود الزبائن بنموذج قائمة طعام إلكترونية الخاصة بهم من أجل تبسيط عملية الطلب.

٥ ومن أنواع بروتوكول الضيافة المطبقة في خدمات الإطعام نجد:

نصائح للعاملين في قسم الإطعام²:

✓ تعلم كل يوم أشياء جديدة وزود معرفتك بطباع وميول وأنماط حياة تختلف عما كنت تعرف من قبل.

¹ "كيف يمكننا زيادة رضا نزلاء الفندق ورفع معدل عودتهم من خلال تقييم أداء الفندق؟" اطلع عليه بتاريخ: 27 أبريل،

<https://porsline.com/blog/ar/>، 2024

² هاني عاطف، مبادئ صناعة الضيافة، 187-188.

- ✓ قدم أفضل خدمة للضيوف ولغيرهم بتهيئة نفسك مهنيا في مجال تخصصك أولا ثم اكتساب مواصفات وعادات خاصة تؤدي في نهاية المطاف لتحسين الأداء وتلافي الأخطاء.
 - ✓ حافظ على حسن مظهرك وتأكد من النظافة التامة للجسم واللباس.
 - ✓ لبس الزي الموحد المفروض (**Uniform**) ويجب أن يكون نظيفا ومكويا، بما في ذلك نظافة الحذاء.
 - ✓ استمع للزبائن أكثر مما تتحدث، فالإستماع إعطاء لإهتمام الآخرين بينما الحديث أخذ اهتمامهم، والإصغاء الجيد يفوق حسن وأدب الحديث.
 - ✓ غض نظرك ولا تركزه على العورات التي تصادفك في مرافق الفندق.
 - ✓ استقبال الزبون والترحيب به من جميع العاملين المتواجدين له أهمية قصوى ولا يقلل ذلك من أهمية توديعه عند انصرافه.
 - ✓ ابتسم دائما، الحالة النفسية تؤثر على تصرفاتك وسلوكك وأداؤك بصفة ايجابية أو سلبية وتنتقل أيضا إلى زملائك ويشعر بها النزلاء.
 - ✓ لا تواعد أحدا من النزلاء من الجنسين خارج مكان العمل.
 - ✓ تذكر دائما أنك قبلت هذه الوظيفة بالأجر المتفق عليه مقابل أن تبذل أقصى جهد متاح وتقدم أفضل ما عندك من مهارات مكتسبة لأداء أفضل.
2. تقديم الهدايا التذكارية. إن اختيار الهدايا وتقديمها فنٌ بحد ذاته يعود إلى زمن بعيد، وينظر إليه مديرو الفنادق بجدية كبيرة رغبة في التميز، ويفترض على موظفي الأقسام الترتيب والاستعداد للزيارات والأحداث والفعاليات المجدولة طوال السنة. أيضا فإن اختيار الهدايا المتناسبة مع هوية الفندق والوطن التي تليق بالضيوف وتلبي توقعاتهم يعتبر عنصراً أساسياً في بناء العلاقات بين الضيف والمضيف والتواصل بينها وشعور الضيوف بالترحيب في ذلك المكان وتشعره بأهميته.
- للهدايا قواعد أساسية ومناسبة للقيم الثقافية والموروثة وعادة ما نعود للتقاليد في اختيار الهدايا المقدمة للضيوف وخاصة الأجانب وغير المحليين، ومن أمثلتها نذكر:

- c منتجات محلية: تقديم منتجات محلية الصنع مثل الشوكولاتة أو الحلويات التقليدية كهدية تذكارية
- c مواد تجميل وعناية بالجسم: تقديم منتجات تجميل فاخرة أو مجموعات عناية بالجسم كهدية تذكارية.
- c السلال الغذائية: تحتوي على مجموعة متنوعة من المنتجات الغذائية الطبيعية المحلية كالمربي، وزيت الزيتون، والعسل، والمكسرات.
- c مستلزمات الحمام: مثل مجموعات العناية بالجسم الفاخرة، والصابون الطبيعي، ومناشف الشاطئ مطرزة بشعار الفندق.
- c الصناعات التقليدية: الأشياء المصنوعة يدويًا كالأواني الفخارية المحلية، والحرف اليدوية، والمجوهرات الفريدة.
- c الكتيبات السياحية: تحتوي على معلومات حول المنطقة المحلية والأنشطة والمطاعم والمتاجر.
- c الهدايا الخاصة بالأطفال: مثل الدمى المحلية التقليدية، والألعاب التعليمية، وكتب الرسومات.
- c الهدايا الشخصية: كالأقلام المحتوية على شعار الفندق، والمفاتيح الكبيرة، وحافظة البطاقات الجلدية.

ولتقديم الهدايا هناك أصول عامة يجب مراعاتها منها¹:

- ✓ وجوب وضعها في مغلف أنيق مع بطاقة تحمل أطيب تمنيات مقدمها.
- ✓ قبل تقديمها يتجنب إلقاءها جانبًا على طاولة أو وضعها عند المدخل، بل يجب وضعها في مكان لائق.
- ✓ ينبغي أن تتناسب مع ذوق المتلقي وثقافته، فيجب تجنب تقديم ما تتطير منه الشعوب، ففي الصين على سبيل المثال، تقديم خنجر يعني قطع العلاقة حتى ولو كان مرصعًا بأفخر الأحجار الكريمة، وتقديم ساعة يعني نذير شؤم وموت وغيرها، لذلك يفضل الاستفسار من سفارة الضيف أو أحد مرافقيه إذا كانت لديه اهتمامات معينة.

¹ "دليل المراسم والبروتوكولات للعاملين في العلاقات العامة" اطلع عليه بتاريخ: 30 أبريل، 2024،

<https://infobank.khksa.com/infobank/?p=11015>

✓ تحين الوقت المناسب لتقديم الهدية بحيث لا تبدو مرتبطة بمصلحة معينة، ففي الدول الآسيوية عامة يتم تبادل الهدايا في نهاية مقابلات العمل، وفي دول أخرى بعد التوصل إلى اتفاق حول مسائل عالقة.

✓ يفضل أن تكون الهدايا التي تحتوي على عبارات أن تكتب باللغتين العربية والإنجليزية وخاصة للضيوف الأجانب.

✓ قياس الردود حيث يُنصح بإجراء استطلاعات رضا الضيوف بعد تقديم الهدايا لتقييم فعالية العملية وتحسينها في المستقبل.

3. تقديم المساعدة والخدمات اللوجستية: في مجال الضيافة وبالتحديد في قطاع الفنادق،

تشير الخدمات اللوجستية إلى تلك الخدمات التي تهدف إلى تسهيل إقامة العملاء وتوفير الراحة لهم، وهي تشمل مجموعة متنوعة من الأنشطة والخدمات التي تتعلق بالتنظيم والتنسيق والتسهيلات العامة للنزلاء وتهدف إلى تلبية طلباتهم وتوقعاتهم. ونذكر منها على سبيل الذكر لا الحصر ما يلي: ¹

⊂ **خدمات الاستقبال والتسجيل:** تشمل استقبال النزلاء عند وصولهم إلى الفندق، وتسجيل حجزهم، وتقديم كافة المعلومات الأساسية عن الخدمات المتوفرة في الفندق.

⊂ **خدمات النقل:** توفير خدمات النقل من وإلى المطار أو إلى المقومات والمناطق السياحية التي تزخر بها الوجهة، بما في ذلك سيارات الأجرة أو الحافلات أو خدمات الليموزين.

⊂ **خدمات حمل الأمتعة:** تقديم المساعدة في حمل الأمتعة وتفرغها عند وصول النزلاء من طرف عمال حاملي الحقائب في الفندق، وكذلك خدمات تخزين الأمتعة إذا لزم الأمر.

⊂ **خدمات الغرف:** وتشمل تنظيم وتنظيف الغرف للنزلاء بشكل يومي إلا إذا علق ملاحظة في مقبض باب الغرفة "لا للإزعاج"، وتوفير المرافق الأساسية مثل المناشف ولوازم الحمام.

⊂ **خدمات الحجوزات:** مساعدة الزبائن في حجز تذاكر رحلاتهم البرية والجوية والبحرية، وحجز تذاكر الفعاليات والأحداث والجولات السياحية.

¹ الجامعة المستنصرية، "مفهوم وأبعاد صناعة الضيافة"، اطلع عليه بتاريخ: 1 ماي، 2024،

<https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/>

c **خدمات الصيانة والتنظيف:** تقديم خدمات الصيانة الضرورية والإصلاحات اللازمة في الغرف والمرافق العامة حسب طلب العملاء، بالإضافة إلى الحفاظ على نظافة المنشأة من كل الجوانب. تلعب الخدمات اللوجستية بشكل عام دورًا محوريًا في نجاح المؤسسات الفندقية من خلال تحسين كفاءة العمليات وضمان توفر المواد والخدمات الضرورية للزلاء. كما أن هذه التحسينات تساهم بشكل كبير في تعزيز تجربة الإقامة للزلاء من رجال الأعمال وجعلها أكثر راحة ومتعة.

المبحث الثاني: المهارات الأساسية المطلوبة في بروتوكول الضيافة.

تعتمد فعالية بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال على مجموعة من المهارات والمعارف التي يجب على العاملين في هذا المجال امتلاكها لضمان تقديم خدمات متميزة تلبي توقعات العملاء وتساهم في تحقيق الأهداف. تتضمن المهارات المطلوبة في بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال مجموعة متنوعة من القدرات والمكتسبات الشخصية والمهنية التي تمكن الموظفين من التعامل بفعالية مع متطلبات العملاء المختلفة. تشمل هذه المهارات القدرة على التواصل الفعال، والترجمة، وفهم الثقافات المختلفة، وإدارة الوقت بفعالية، وحل المشكلات بسرعة، بالإضافة إلى القدرة على التكيف مع المواقف غير المتوقعة وتقديم حلول مبتكرة.

يهدف هذا المبحث إلى تسليط الضوء على المهارات الضرورية اللازمة لتنفيذ بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال بكفاءة وفعالية. سننظر من خلاله إلى أهم هذه المهارات ونتناول كيفية تنميتها وتعزيزها لدى العاملين في هذا المجال، بالإضافة إلى التحديات التي قد تواجههم وكيفية التغلب عليها. في النهاية، سنقدم توصيات عملية لتحسين جودة الخدمات المقدمة في سياحة الأعمال وضمان رضا العملاء وتحقيق النجاح المستدام.

المطلب الأول: مهارات اللغات والتواصل.

تُشكّل مهارات اللغات والتواصل جزءاً حيوياً من بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال، حيث تساهم في سهولة التعامل مع مختلف المجتمعات والأفراد من جميع دول العالم، وبناء علاقات مهنية متينة بين مقدمي الخدمة والعملاء. يعتبر الإلمام باللغات الأجنبية ومعرفة أسس التواصل بين الثقافات أدوات لا غنى عنها للعاملين في هذا القطاع.

1. مهارة اللغات: أصبحت صناعة السياحة والضيافة من أكثر القطاعات التي تعتمد على

التعدد اللغوي وفهم الثقافات المختلفة، حيث أنّ اكتساب مهارة اللغات الأجنبية وفنون

الترجمة يلعب دوراً أساسياً في نجاح الأفراد والمؤسسات في هذين القطاعين، وذلك

لإقامة علاقات قوية وطويلة المدى مع العملاء والسياح الدوليين.

وقد برزت اللغة الإنجليزية كلغة التعاملات الرئيسية ووسيلة التواصل الأولى بين شعوب العالم، فإتقان هذه اللغة والإلمام بالمفردات الإنجليزية المهنية المتخصصة يساعد الموظفين في قطاع الضيافة على أداء مهامهم بكفاءة.

كما تسهل الترجمة الفورية التواصل الفعال مع السياح أو العملاء الأجانب أثناء اجتماعات وفعاليات السفر، وبالتالي تسهيل فهم المعلومات تقليل اختلالات الاتصال.

وفي نهاية المطاف، يعد امتلاك حقيبة متنوعة من اللغات الأجنبية وفن الترجمة، مهارتان مهمتان في تعزيز التنوع الثقافي والتعددية اللغوية في صناعة السياحة والضيافة. ومن خلال فهم واحترام الثقافات المختلفة والتعامل مع الضيوف بطريقة متعددة اللغات، يمكن للمتخصصين في هذين المجالين بناء جسور التفاهم والمصالحة بين الشعوب والثقافات المختلفة، مما يساعد على تعزيز صورة الوجهات السياحية وزيادة الوعي باستثمار الوجهة السياحية.

ومنه تكمن أهمية مهارات اللغات والترجمة في سياق السياحة العملية فيما يلي:

c **تسهيل التبادل الثقافي:** بالإضافة إلى تسهيل التبادل اللغوي، يمكن أن تساعد مهارات اللغة الأجنبية والترجمة في فهم العادات والتقاليد والتوقعات الثقافية للضيوف من خلفيات مختلفة. يتيح ذلك لأصحاب الأعمال في قطاعي السفر والضيافة تقديم تجارب أكثر احترامًا وملاءمة ثقافيًا.

c **تعزيز القدرات التسويقية الدولية:** مع القدرة على التحدث بعدة لغات وترجمة المحتوى الإعلاني والتسويقي، يمكن للشركات العاملة في مجال السفر والضيافة الوصول إلى جمهور دولي أوسع وزيادة فرصها للنمو والتوسع.

c **تعزيز العلاقات والشراكات الدولية:** يساعد الفهم الثقافي واللغوي على بناء علاقات وشراكات دولية قوية في صناعة السياحة والضيافة. تساعد الترجمة والتواصل الفعالان على تحسين التفاهم والثقة بين الأطراف المعنية، مما يؤدي في النهاية إلى النجاح المتبادل.

c **التعلم المستمر وتنمية المهارات:** تشجع مهارات اللغة الأجنبية والترجمة على التعلم المستمر وتطوير المهارات الشخصية والمهنية. يمكن لهذه المهارات أن تفتح فرصًا وظيفية جديدة وتقدم وظائف في قطاع السياحة والضيافة.

2. مهارات التحدث والاستماع الفعال:

أولاً: مهارة التحدث: تتجلى في مدى قدرة الشخص العامل في مجال الضيافة على اكتساب المواقف الإيجابية عند اتصاله بالعملاء، ويتكون موقف الحديث دائماً من المتحدث الذي يحاول نقل فكرة معينة، أو طرح رأي محدد، أو موضوع بعينه، وهو الطرف المعني بالحديث، والمستمع له، ثم الظروف المحيطة بموقف الحديث¹.

❖ السمات الشخصية للمتحدث الماهر في مجال الضيافة²:

- ✓ الموضوعية: التي تعني قدرة المتحدث على التصرف وإصدار الأحكام غير متحيز على شخصيات والفروق الثقافية لجميع قاصدي منشآت الضيافة.
- ✓ الصدق: فالمتحدث الصادق هو الأكثر تأثير في مستمعيه فهو يفي بوعوده التي قطعها لطالبي الخدمة ولا يقدم لهم وعوداً كاذبة تعود بصورة سلبية على المؤسسة.
- ✓ الوضوح: الذي يعني القدرة على التعبير عن الأفكار بوضوح من خلال اللغة البسيطة، المنظمة والمتسلسلة منطقياً مع جميع الضيوف وبلغة مفهومة متجنباً ما يمكن إساءة فهمه أو تفسيره.
- ✓ الدقة: حتى يؤدي المتحدث المعنى الذي يقصده بعناية لا بد من التأكد من الكلمات المستخدمة
- ✓ الاتزان الانفعالي: أن يظهر المتحدث انفعاله بالقدر الذي يتناسب مع الموقف وان يكون متحكماً في انفعاله ولو كان الزبون هو المخطئ وذلك حتى يعطي أحسن صورة عن موظفي المنشأة.
- ✓ القدرة على التذكر: وتعني التركيز التام والحضور الذهني أثناء الحديث، فمثلاً تذكر اسم العميل والتركيز والتأكد على ما تم طلبه.
- ✓ المظهر: أن يعكس المظهر مدى رؤيته لنفسه، كما يحدد الطريقة التي يظهر بها الآخرون بشكل أحكامه مع الثقة بالنفس.

ولذلك، يجب تجنب استخدام المصطلحات الخاصة بفئات اجتماعية معينة، لأنها غالباً ما تحمل مدلولات يقتصر استعمالها على تلك الفئات الاجتماعية ويعتبر الحديث موهبة من الله سبحانه وتعالى، وهو من

¹ " تنمية مهارة التحدث " اطلع عليه بتاريخ: 2 ماي، 2024، <https://www.annajah.net/>

² علي فلاح الزعبي وعبد العزيز مصطفى ابو نبعه، هندسة الإعلان الفعال (القاهرة، دار الكتاب الجامعي، 2013)،

المواهب التي يستطيع الإنسان تلميحها، وهو ضرورة حتمية للعاملين في مجال السياحة والضيافة القائم على الاتصال بالأفراد¹.

ثانياً: الاستماع الفعال: الاستماع هو وسيلة للانتباه إلى التواصل اللفظي للشخص والإشارات غير اللفظية. وهو عملية عقلية تتطلب جهداً يبذله المستمع في متابعة المتكلم وفهم معنى ما يقوله واختزان أفكاره واسترجاعها إذا لزم الأمر جراء عمليات ربط بين الأفكار المتعددة².

تعد مهارات الاستماع أمراً ضرورياً في صناعة الضيافة للأسباب التالية:

✓ **فهم احتياجات العملاء:** من خلال الاستماع بعناية للعملاء، يمكن لموظفي الفندق فهم احتياجاتهم وتوقعاتهم بشكل أفضل. وهذا يساعدهم على تقديم خدمات مخصصة وتلبية متطلباتهم بشكل أكثر كفاءة.

✓ **تحسين جودة الخدمة:** عندما يشعر الضيوف أن موظفي الفندق يستمعون إليهم ويتفهمون مخاوفهم، فإنهم يشعرون بالتقدير، مما يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتحسين جودة الخدمة.

✓ **حل المشكلات بشكل فعال:** من خلال الاستماع إلى العملاء، يتمكن موظفو الفندق من فهم المشكلات التي يواجهونها وإيجاد الحلول المناسبة بسرعة وكفاءة.

✓ **بناء علاقات قوية:** يساعد الاستماع على بناء علاقات إيجابية وطويلة الأمد بين موظفي الفندق والزلاء، مما يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء وتكرار الحجوزات والزيارات.

ولذلك، تعد مهارات الاستماع أمراً بالغ الأهمية لموظفي الفنادق لتقديم خدمة عالية الجودة بنجاح وتحقيق رضا العملاء.

3. مهارة حل المشكلات: تعد صناعة الضيافة والسياحة واحدة من أكثر القطاعات

ديناميكية وتنافسية في العالم، وتواجه تحديات وفرص مختلفة في السوق العالمية. ومن أجل البقاء والازدهار في هذه البيئة، يحتاج المتخصصون في مجال الضيافة والسياحة إلى تطوير وتطبيق مهارات فعالة في حل المشكلات التي يمكن أن تساعدهم في تحديد وتحليل وحل المشكلات المختلفة التي قد تنشأ في عملياتهم اليومية في التعامل مع

¹ "فن الاتيكتيت" اطلع عليه بتاريخ: 2 ماي، 2024، <https://training.egyptair.com/Lectures/Etiquette-Lec1>

² "الاستماع مهارة تعلم" اطلع عليه بتاريخ: 4 ماي 2024، <https://ldotarabic.wordpress.com/>

عملائهم. مهارات حل المشكلات ليست ضرورية فقط للتعامل مع المشكلات الحالية، ولكن أيضًا لتوقع المشكلات المحتملة، وابتكار حلول جديدة¹.

ح حل المشكلات: هي واحدة من أهم المهارات في أي عمل ووظيفة في مجال الضيافة، حيث يتضمن بصفة أولية تحديد المشاكل التي يواجهها الضيوف، وإنشاء خطة عمل لحلها، ومتابعة الضيوف بعد ذلك لضمان رضاهم. كما تواجه صناعة الضيافة تحديات مثل تلبية احتياجات الضيف، وتوظيف الموظفين المناسبين، وتغييرات مستمرة في مطالب المستهلكين والأسواق، وفقدان فرص التسويق، وارتفاع تكاليف التشغيل، وتعزيز الأعمال المباشرة، والتطورات التكنولوجية، ونقص التنسيق ما بين الأقسام².

المشكلات الشائعة في صناعة الضيافة تشمل³:

شكاوى الضيوف: عدم رضا الضيف من الخدمات المقدمة يمكن أن يعود بالسلب على سمعة المنشأة، ومن المهم التعامل مع شكاوى العملاء بسرعة واحترافية. على سبيل المثال، يمكن أن يكون التعامل مع ضيوف غاضبين بسبب خدمة غير مرضية أو موقف طارئ مثل تأخر وصول الطعام. في هذه الحالات، يجب على فريق العمل في الفندق أو المطعم التصرف بسرعة وذكاء لحل المشكلة وضمان رضا الضيوف. ويشمل ذلك التواصل والتنسيق ما بين الأقسام، وتقديم حلول بديلة أو تعويضات عادلة، والعمل تحت الضغط دون التأثير على جودة الخدمة المقدمة.

مشاكل التوظيف: بما في ذلك نقص العمالة حيث تشتهر صناعة الضيافة بمعدلات التحول العالية للموظفين ونقص العمالة مما يؤثر سلبيًا على جودة الخدمة المقدمة.

فشل المعدات: يمكن أن يتسبب فشل المعدات في اضطرابات كبيرة في عمليات المنظمة، وبالتالي يجب أن يضع قسم الصيانة كل جهده تجنب وعدم حدوث هذه المشاكل عن طريق الفحوصات والمراقبة.

انقطاع في سلسلة التوريد: تعتمد صناعة الضيافة على سلسلة توريد معقدة لتوفير السلع والخدمات. يمكن أن تؤدي اضطرابات في سلسلة التوريد إلى نقص السلع، والتأخيرات، وزيادة التكاليف.

¹ "حاضنة أعمال الضيافة والسياحة: تسليط الضوء على الشركات الناشئة: تحويل صناعة الضيافة والسياحة" اطع عليه بتاريخ:

4 ماي، 2024، <https://fastercapital.com/arabpreneur/>

² Fernanda Acarya and Filbert Wijaya, "Problem Solving in Hospitality Industry," last modified January 2nd, 2024, <https://medium.com/@fernandafilbert/problem-solving-in-hospitality-industry-12fa805d64d4>

³ Ibid

✚ **التحديات المالية:** صناعة الضيافة ميدان تنافسي للغاية، ويجب على الشركات التكيف باستمرار مع التغيرات في ظروف السوق. يمكن أن تنشأ التحديات المالية بسبب عوامل كارتفاع التكاليف، وانخفاض الإيرادات، وزيادة التنافس.

✚ **المخاوف الصحية والسلامة:** يجب على مؤسسات صناعة الضيافة الالتزام بتنظيمات صحة وسلامة صارمة لضمان رفاهية الضيوف والموظفين. يمكن أن يؤدي عدم الامتثال لهذه التنظيمات إلى عواقب صحية وقانونية ومالية.

✚ **الاستدامة:** للضيافة تأثير كبير على البيئة، ويجب على الشركات اتخاذ خطوات لتقليل بصمتها الكربونية وتعزيز الاستدامة.

✚ **التنافس والتشعب في السوق:** تعتبر صناعة الضيافة تنافسية للغاية، ويجب على الشركات إيجاد طرق للتمييز عن منافسيها.

✚ **الاضطراب التكنولوجي:** تتطور صناعة الضيافة بسرعة، ويجب على الشركات مواكبة آخر التطورات التكنولوجية لتحقيق الميزة التنافسية.

✚ **الابداع والابتكار:** يبحث الضيوف بشكل متزايد عن تجارب فريدة من نوعها وجديدة على المعتاد، ويجب على الشركات إيجاد طرق لتلبية احتياجاتهم وتفضيلاتهم الفردية.

4. **فن الاتيكيت:** يلعب الوعي الثقافي دوراً هاماً في التغلب على تعقيدات السوق السياحية،

فمع توسع عمليات المنشآت السياحية دولياً، أصبح من الضروري الاعتراف بالاختلافات الثقافية الموجودة في مختلف بلدان العالم واحترامها، وإذا حدث عكس ذلك أدى ذلك سوء الفهم وسوء التواصل، وفي النهاية يعيق نجاح استراتيجيات هاته المنشآت. فمهارة التعامل مع مختلف الخلفيات والثقافات أمر جد هام وضروري. ولتطوير هاته المهارة لا بد من¹:

✓ **دراسة العادات والتقاليد المحلية:** يجب على العاملين في قطاع السياحة والضيافة الإلمام بالأعراف والآداب والتقاليد الثقافية التي من الممكن التعامل معها في مجال الضيافة فيتضمن ذلك فهم التحيات والإيماءات وأشكال الخطابة المناسبة، كمثل على ذلك، من المعتاد في اليابان تبادل بطاقات العمل بكلتا اليدين والانحناء قليلاً كدليل على الاحترام، وإنَّ إهمال هذه القاعدة

¹ "التعامل مع الاختلافات الثقافية في دخول الأسواق الدولية"، اطلع عليه بتاريخ 5 ماي، 2024،

<https://fastercapital.com/arabpreneur/>

الثقافية وتقديم بطاقة عمل بيد واحدة يمكن أن يُنظر إليه على أنه عدم احترام وقد يؤدي إلى الإضرار بعلاقة العمل المحتملة. وبالمثل، في الشرق الأوسط، من الضروري أن تكون على دراية بالعادات والتقاليد المحلية، مثل ارتداء الملابس المحتشمة وتجنب إظهار المودة في الأماكن العامة، لأن ذلك يمكن أن يؤثر بشكل كبير على كيفية إدارة الأعمال.

✓ **التواصل الفعال:** بتوضيح وتكييف أسلوب الاتصال والانتباه إلى العوائق اللغوية ولضمان الوضوح وتجنب سوء الفهم وجب استخدام لغة بسيطة مع تقادي المصطلحات الغير مألوفة، أو توفير أدوات مساعدة بصرية، أو الاستعانة بمتترجمين فوريين إذا لزم الأمر.

✓ **بناء العلاقات:** خذ الوقت الكافي لتطوير العلاقات مع الضيوف وإظهار اهتمام حقيقي بثقافتهم وعاداتهم وفهم التفضيلات وإظهار الاحترام والتقدير إلى قطع شوط طويل في بناء الثقة وتعزيز العلاقات الناجحة ورفع توقعات النزلاء

✓ **المرونة والتأقلم:** وجب على موظفي مجال الضيافة التحلي بالمرونة والتكيف مع مختلف الثقافات والتنبؤ بتوقعات ومتطلبات الضيوف أيا كانت

✓ **التفاعل الثقافي:** حيث يتم توفير تجارب ثقافية مميزة كتقديم اطباق محلية وتقليدية بالإضافة الى تنظيم برامج وفعاليات للتعريف بالبيئة المحلية للمضيف.

إن فهم واحترام الاختلافات الثقافية أمر بالغ الأهمية للفنادق التي تغامر تستضيف زوارا دوليين فمن خلال تبني الوعي الثقافي، يمكن لهاته المنشآت تجنب الأخطاء المكلفة، وبناء علاقات أقوى.

المطلب الثاني: المهارات التنظيمية.

1. **مهارة إدارة الوقت:** من المهارات الفكرية التي تترجم في إدارة الأفراد لذواتهم في إدارة

الوقت، وهي مهارة ضرورية لا يجب الاستغناء عنها في الحياة اليومية للموظفين داخل

المنشأة والتي بدورها تحتاج إلى التغلب على إهدار الوقت، والقدرة على إدارة فريق

العمل.

وهي استراتيجية من استراتيجيات التخطيط الفعالة وفيها يتم التحكم في الوقت المبذول بهدف

تحقيق أكبر قدر ممكن من المهام، بجانب الحفاظ على عاملي الإنتاجية والجودة. فمهارة إدارة الوقت

هي عملية منظمة ومدروسة بهدف الوصول إلى الاستخدام الأمثل للزمن بما يخدم مصلحة المؤسسة من جهة، وراحة الموظف النفسية والجسدية من جهة أخرى¹.

لكي يستطيع الفرد القيام بالمهام الموكلة إليه، لابد أن يكون ماهرا وقادرا على أدائها بأفضل شكل ممكن، فالمهارة في إدارة الوقت عملية معقدة ولكنها الحل الأمثل لمشكلة قلة الوقت ومن مهارات إدارة الوقت الواجب توفرها في موظفي قطاع السياحة ما يلي:

✓ **تسجيل الوقت:** وهنا يفترض أن تكون عملية تسجيل الوقت هدفا رئيسيا في حد ذاته يمكن من عقد مقارنة بين ما تم إنجازه فعلا، والمستهدف، أي محاولة الاستفادة منه بأقصى قدر ممكن من الفاعلية، لأن معرفة كيفية انقضاء هذا الوقت، في الواقع يتطلب تسجيلا لكل النشاطات الممارسة، في فترة زمنية محددة ومعرفة كل نشاط في هذه الفترة، وهذا يتم عن طريق مراجعة الأولويات.

✓ **تخطيط الوقت:** وذلك بإعداد برنامج لإدارة الوقت مع مراعاة التسلسل الزمني في مراحل هذه المنظمة، والقيام بتوزيع الأزمنة عليها إلى أزمنة تتناسب مع المراحل المختلفة، كما تساعد عملية التخطيط على تنظيم الأعمال وتوزيعها مع تخصيص وقت للراحة من أجل الحفاظ على الطاقة الجسدية والذهنية.

✓ **تحديد الأهداف والأولويات:** من خلال الأهداف يمكننا أن نقيم ما إذا كان النشاط بعينه يمثل توظيفا حسنا للوقت عن غيره من الأنشطة الأخرى، كما يمكننا تحديد الأولويات، والحديث عن الأولويات حديث عن إدارة الوقت، فالأولوية عبارة عن شيء ما يتطلب اهتماما قبل غيره.

✓ **التفويض:** وهو من مهارات الفرد لإدارة الوقت المتاح إليه بكفاءة وفعالية إتقانه، ولفن تفويض السلطة التي يتمتع بها الرؤساء إلى أحد مرؤوسيه أو بعضهم، والتفويض الكفاء والفعال يقوم على ركنين أساسيين هما: المسؤولية والسلطة، التي تحمل في طياتها المسؤولية وتتم عملية التفويض في مختلف مستويات الإدارة فهنا يبرز تعاون الفريق وفيم التنسيق من أجل توزيع المهام والتبادل في حالات الضغط الزمني.

¹ " أهمية إدارة الوقت في مجال العمل " اطلع عليه بتاريخ: 5 ماي، 2024،

<https://www.e3melbusiness.com/blog/time-management-at-work#>

✓ **إدارة الاجتماعات بفعالية:** تعتبر الاجتماعات وسيلة أساسية لمعالجة المشكلات وحلها واتخاذ القرارات من خلال المشاركة، وهي وسيلة اتصال هامة في المنظمة، سواء كان هذا الاتصال أفقياً بين إدارة المنظمة وأقسامها، أو عمودياً بين المديرين ومرؤوسيهـم أو كان مع الأطراف الخارجية في المجتمع، لذا تعد الاجتماعات وسيلة للتفاعل الاجتماعي والتعارف وتنمية العلاقات، وهي أداة هامة للمتابعة والتقييم.

✓ **تقليص الأعمال الورقية:** من مهارة إدارة الوقت تقليص الأعمال الورقية، فكثير من الأفراد يستغرق جزءاً كبيراً من الوقت المتاح لديهم في إعداد المذكرات والتقارير الأمر الذي يترتب عليه إهدار جزء ملموس من الوقت مع تعويضها باستخدام التكنولوجيا من أجل تنظيم الجدول الزمني وتتبع المهام وغيرها.

2. **مهارة التخطيط:** تعد مهارة التخطيط في قطاع الضيافة من المهارات الحيوية التي تساهم في تحقيق النجاح والاستدامة ضمن القطاع. التخطيط يشمل وضع أهداف واضحة، وتحديد الموارد المتاحة، ووضع الخطط التنفيذية اللازمة لتحقيق الأهداف. كما يشمل التخطيط في الضيافة تنظيم الجداول الزمنية، وإدارة الموارد البشرية والمالية، والتأكد من تقديم خدمات عالية الجودة تلبى توقعات العملاء¹.

أمثلة عن مهارة التخطيط داخل المنشأة الفندقية:

✓ تنظيم تخطيط الفعاليات بشكل دقيق، بما في ذلك تحديد الموقع والتجهيزات والخدمات المطلوبة والتنسيق مع مختلف الأقسام المعنية بتقديم الخدمة لتلبية احتياجات العملاء.

✓ هيكلة الموارد والأنشطة لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة.

✓ تحديد أولويات المهام وإدارة الوقت بشكل فعال للوفاء بالمواعيد النهائية.

3. **مهارة التنسيق:** تتضمن مهارات التنسيق القدرة على إدارة الأشخاص والموارد والعمليات لتحقيق مجموعة من الأهداف المشتركة داخل المنشأة الواحدة. وهذا يشمل التخطيط والتنظيم وإدارة الوقت والتواصل والتفويض وحل المشكلات والعمل الجماعي. كل عامل من هذه العوامل ضروري لنجاح التنسيق.

¹ Laurie J. Mullins, "Hospitality Management and Organizational Behavior" (USA, Financial Times Prentice Hall, 2001,) 97.

مهارة التنسيق ضرورية للعمل الجماعي الناجح وإدارة المشاريع، وهي تشمل على التواصل والتفويض وتقاسم الجهود بين أعضاء الفريق ومهام أخرى تتمثل في:

- ✓ نقل المعلومات والتوقعات بوضوح إلى أعضاء الفريق وأصحاب المصلحة
- ✓ تفويض المهام إلى الأشخاص المناسبين بناءً على مهاراتهم وخبراتهم.
- ✓ إدارة الحجوزات بشكل فعال سواء كانت للغرف في الفندق أو الطاولات في المطعم، لتوفير تجربة سلسلة للعملاء.
- ✓ تحديد المشكلات ووضع الحلول لتقليل الأزمات، ومعالجتها بطريقة تعيد الانسجام والإنتاجية.
- ✓ التعاون مع الآخرين لتحقيق هدف مشترك مع تحفيز الفريق وتشجيعه وإلهام أعضائه لتحقيق أفضل أداء لهم.
- ✓ مراقبة جودة الخدمات المقدمة وتحديد أي مشاكل أو استجابات سلبية من العملاء، واتخاذ الإجراءات اللازمة لحلها بفعالية.

المطلب الثالث: مهارات تقديم الخدمات.

1. **مهارات الضيافة (Hospitality):** تشمل مهارات الضيافة على حقيبة تتكون من مجموعة واسعة من القدرات والمعارف التي يحتاجها العاملون في هذا الميدان لضمان تقديم خدمات عالية الجودة وخلق تجارب إيجابية للزلاء. ولا بد من توفر هذه المهارات في الموارد البشرية العاملة في هذا المجال والتي بدورها تنقسم إلى مهارات صعبة ومهارات ناعمة، ومنها:

أولاً: مهارات صعبة:

ح **التعليم والشهادات:** إن متابعة تكوين مهني أو مسار جامعي والحصول على شهادات ودرجات علمية جامعية في تخصصات إدارة الضيافة أو إدارة السياحة أو أي مجال له علاقة بالقطاع السياحي والفندقي وإدارة الأعمال، يوفر هذا أساساً متيناً للعاملين في هذا المجال وكل ما يحتاجون إلى معرفته لتزدهر في هذه الصناعة.

ح **التدريب الداخلي:** البحث عن فرص التدريب في المؤسسات الفندقية الفنادق وشركات السياحة ومراكز المؤتمرات والمعالم السياحية وما شابه ذلك لاكتساب الخبرة العملية والتواصل.

- ⊖ **وظائف المبتدئين:** التفكير في البدء في أدوار مثل موظف استقبال في فندق، أو أحد أفراد طاقم السفينة السياحية، أو خادم المطعم لتعلم الأساسيات بشكل مباشر.
- ⊖ **دورات قصيرة:** الانضمام إلى دورات مكثفة في مجال السياحة والضيافة من خلال المؤسسات التعليمية المختصة في المجال، كدورات في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الأحداث.

ثانياً: مهارات بسيطة:

- ⊖ التواصل الجيد والمهارات الاجتماعية.
 - ⊖ التكيف والقدرة على العمل في كل الأوقات بما في ذلك الليالي وعطلات نهاية الأسبوع والتعامل مع الأولويات المتغيرة بهدوء.
 - ⊖ تعدد المهام (Polyvalence) والتوفيق بشكل مريح بين المهام والمشاريع والمسؤوليات المتعددة في وقت واحد.
 - ⊖ القدرة على حل المشكلات بشكل إبداعي والتفكير بشكل فوري لحل مشكلات العملاء والتفكير في طرق جديدة لتحسين الأعمال.
 - ⊖ الاهتمام بالمجال السياحي وحب التخصص والتبادل الثقافي.
 - ⊖ امتلاك روح المبادرة روح المبادرة.
 - ⊖ القدرة على العمل في فريق وبشكل تعاوني.
 - ⊖ اعتماد أدوات الاعلام الآلي ومعرفة جيدة للتكنولوجيات.
 - ⊖ مهارات اللغات الأجنبية الإضافية تعزز القدرة على التواصل مع السياح الأجانب.
2. **مهارات التعامل مع الضغوط:** تعد ضغوطات العمل من المسائل المهمة التي تحظى باهتمام كبير داخل المنظمات، وذلك لتأثيرها العميق في أداء المنشأة إما سلباً أو إيجاباً ولما له من ارتباط وثيق بأداء العاملين واستعدادهم لبذل الجهد والعمل. ولا شك أن الإدارة تدرك أهمية الأثر السلبي لضغط العمل وضرورة التركيز على الإيجابيات عند أداء العاملين لأنهم هم القوة المحركة للعمل¹.

¹ نيفين شريف عبد الحليم، "تأثير ضغط العمل في الأداء والانتماء الوظيفي للعاملين بقطاع الضيافة"، مجلة /تحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة 1 (2020): 196، https://jaauth.journals.ekb.eg/article_pdf

ويعرف ضغط العمل بأنه القدرة على التكيف مع متطلبات معينة تفرض على الفرد من قبل المنشأة، حيث تختلف درجة التكيف فيها تبعاً للاختلافات الفردية بين الأفراد بعضهم البعض وكذلك استجابة العاملين لمتطلبات أعمال تفوق قدرتهم تحدث عبئاً نفسياً وتصيبهم بالتوتر¹.

ويترتب عن الضغوط عدد من التأثيرات، فليست كل الضغوط سلبية، فقد تكون في بعض الأحيان إيجابية ومحفزة على الإنجاز والأداء الجيد من خلال خلق جو من التحدي والسعي إلى تحقيق الأهداف.

ولأنه من الصعب تجنب ضغوطات العمل، أصبح من المهم اكتساب مهارات العمل بوجوده أو ما يعرف بمهارات العمل تحت الضغط، هو مصطلح يُطلق على القدرة التي يملكها الشخص للتعامل مع الضغوطات التي تواجهه في وظيفته بطريقة صحية ومثمرة، تضمن له تجاوز المواقف الصعبة والعقبات التي تواجهه بالإضافة إلى تطوير قدراته ومساعدته للنمو على الصعيدين الشخصي والمهني².

مهارات ضغط العمل لها فوائد عديدة ومنها³:

- ✓ إحدى المهارات المهمة لتعزيز العمل الجماعي.
- ✓ تعزي علاقة وتواصل بين الموظفين في مجالات عملهم.
- ✓ توفير الوقت من خلال استكمال المهام بشكل أكثر كفاءة.
- ✓ زيادة شجاعة الموظفين وتحفيزهم.
- ✓ تحسين أداء فريق العمل والإنتاجية.
- ✓ يساعد في تقسيم المهام بشكل أفضل.
- ✓ يساعد على تنظيم وإدارة الوقت.
- ✓ كسب رضا العملاء.

¹ نفس المرجع، 196.

² عصام زينوبة، "مهارات العمل تحت الضغط" اطلع عليه بتاريخ: 15 ماي، 2024،

<https://ae.linkedin.com/posts/essam-zinouba-B9-activity->

³ "مهارات العمل تحت الضغط"، اطلع عليه بتاريخ: 15 ماي، 2024، <https://hr-excellence.net/blog/>

المبحث الثالث: أثر بروتوكول الضيافة على نجاح سياحة الأعمال.

المطلب الأول: العلاقة بين بروتوكول الضيافة الفعال ونتائج سياحة الأعمال.

يؤثر بروتوكول الضيافة الفعال بشكل كبير على نتائج سياحة الأعمال. يمكن تحليل هذه العلاقة من خلال عدة جوانب وهي¹:

- c تحسين تجربة العميل من خلال تقديم خدمة عالية الجودة للعملاء. هذا يشمل الترحيب الحار، والاستقبال الفعال، والخدمات السريعة، والاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء.
- c زيادة الكفاءة والإنتاجية من خلال تقديم خدمات متكاملة وفعالة للعملاء من رجال الأعمال، وتلبية جميع احتياجاتهم بسرعة وفعالية مع توفير بيئة مريحة وملائمة للاجتماعات والمؤتمرات، يمكنهم التركيز بشكل أكبر على أهدافهم المهنية.
- c إنّ بروتوكول الضيافة الفعال يسهم في بناء سمعة إيجابية للمقصد السياحي، بحيث إنّ الشركات والمنظمات تتطلع إلى إقامة مؤتمراتها وفعالياتها في مواقع مشهورة بجودة خدمات الضيافة.
- c بروتوكول الضيافة الفعال يوفر بيئة مواتية لتكوين العلاقات التجارية والشراكات، فالاجتماعات والفعاليات التي تُدار بشكل جيد تعزز من فرص التفاعل بين الشركات والمستثمرين، بالإضافة إلى ذلك مناخ الضيافة الإيجابي يشجع على تبادل الأفكار والتعاون، مما يساهم في تزايد الأعمال.

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للاستثمار في بروتوكول الضيافة داخل قطاع سياحة الأعمال.

يمكن أن يكون للاستثمار في بروتوكول الضيافة في قطاع سياحة الأعمال يمكن أن يكون له آثار اقتصادية متعددة. بروتوكول الضيافة يشتمل على مجموعة من الممارسات التي تهدف إلى تعزيز تجربة الضيوف وزيادة كفاءة العمليات، حيث يمكن أن يكون لهذا الاستثمار تأثيرات اقتصادية إيجابية من عدة جوانب²:

¹ مقابلة مع السيدة صوفيا عطابي، مسؤولة قسم الحجوزات بفندق الشيراتون -عنابة-، بتاريخ: 25 ماي، 2024.

² مقابلة مع السيدة نهلة، مسؤولة المبيعات في فندق سيبوس الدولي، بتاريخ: 19 ماي، 2024.

- c يمكن للخدمات عالية الجودة جذب المزيد من المنظمات والشركات لاستضافة مؤتمراتها واجتماعاتها في المنشأة الفندقية، ويمكن أن يؤدي ذلك إلى كسب رضا العملاء وتكرار الأعمال وتقديم التوصيات الإيجابية، وبالتالي زيادة في الأرباح وتحقيق الأهداف المسطرة.
- c إنَّ تطوير وتحسين خدمات الضيافة يتطلب موظفين ذات الكفاءة العالية، مما يساهم في خلق وظائف جديدة ويعزز المهارات المحلية، كما يسهم في تنمية قطاع التدريب والتعليم في إدارة الضيافة.
- c تعزيز الاقتصاد المحلي من خلال زيادة الإنفاق المحلي على الإقامة والإطعام ومراكز الأعمال الراجع لزيادة توافد السياح ورجال الأعمال.
- c الاستثمار في بروتوكول الضيافة يعتبر حافز للقيام بتحسينات في البنى التحتية للمؤسسات الفندقية ومراكز الأعمال، مما يعزز القدرة التنافسية للمنطقة كمركز سياحي ووجهة سياحية بامتياز، وهذا يساهم بشكل مباشر في الاقتصاد المحلي.
- c إن بيئة الأعمال الجيدة وارتباطها بخدمات ضيافة ممتازة، يمكن أن تكون مصدر جذب للاستثمارات الأجنبية في قطاعي السياحة والأعمال مما يؤدي إلى تدفق رؤوس الأموال.

خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل أهمية بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال، مسلطاً الضوء على الأدوات والمهارات الأساسية التي تساهم في تحسين تجربة العملاء وضمان نجاح المؤسسات السياحية. كما أبرز الفصل الأثر المباشر لبروتوكول الضيافة على نجاح سياحة الأعمال من خلال العلاقة الرابطة بين بروتوكول الضيافة الفعال ونتائج سياحة الأعمال وآثار الاستثمار الاقتصادية عليها.

الفصل الثالث:

واقع بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال

بجزائر: مقارنة بين فندق سيبوس الدولي

وفندق الشيراتون بعنابة.

تمهيد

يلعب بروتوكول الضيافة دورًا محوريًا في نجاح سياحة الأعمال، ويُعدّ تقديم خدمات الضيافة الفعالة عنصرًا هامًا لنجاح أيّ فندق، خاصةً في مجال سياحة الأعمال التي عرفت تطورًا في الآونة الأخيرة. ولتحقيق ذلك، يجب على الفندق موظفي الفندق امتلاك مهارات وكفاءات محددة تُمكنهم من التعامل مع العملاء من مختلف الثقافات وتلبية احتياجاتهم بفعالية، حيث يسهم في خلق تجربة إيجابية ممّا يُعزّز ولاءهم ويزيد من فرص عودتهم.

وعلى هذا الأساس يهدف هذا الفصل التطبيقي إلى إجراء دراسة مقارنة بين فندقين يصنّفان من فنادق الأعمال بمدينة عنابة، فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون من حيث الأدوات المستخدمة والمهارات المطلوبة لتنفيذ بروتوكول الضيافة الفعال في سياحة الأعمال. سيتم دراسة المقارنة في جدول وذلك بالاعتماد على البيانات التي تم جمعها من خلال المعاينة والملاحظة المباشرة في الفندقين، مع تحليل نتائج المقارنة وتقديم الاقتراحات والتوصيات.

المبحث الأول: بطاقة تقنية لفندق سييوس الدولي.

سنترك في هذا المبحث إلى التعريف بفندق سييوس الدولي، وتسلط الضوء على هيكله التنظيمي، بالإضافة إلى ذكر الخدمات التي يقدمها الفندق.

المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة الفندقية "سييوس الدولي".

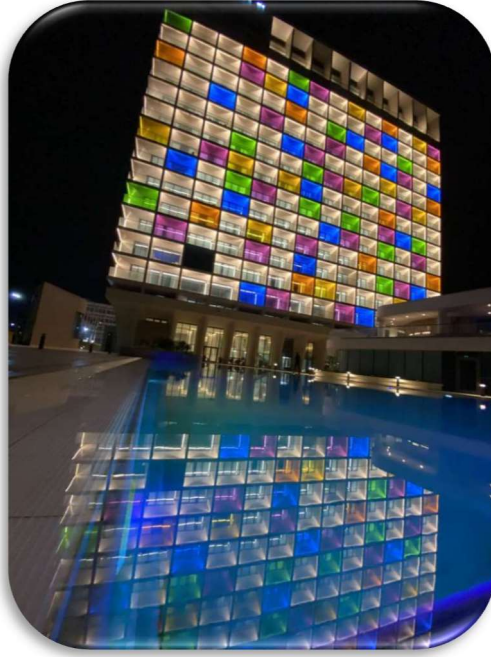
1. تعريف فندق سييوس الدولي:

فندق سييوس الدولي (بلازا سابقا) هو مؤسسة فندقية للأعمال والترفيه من الصنف الأول (5 نجوم) تابع لمؤسسات القطاع العام كمؤسسة عمومية اقتصادية (EPE) تنتمي لمؤسسة التسيير السياحي بعنابة (EGTA) وهي شركة ذات ملكية عامة متخصصة في الفنادق والمنتجات الصحية، تم إنشاؤها سنة 1983، وهذه الأخيرة تابعة لمجمع فندقية وسياحة وحمامات معدنية (Groupe HTT). تضم المؤسسة مجموعة من الفنادق موزعة عبر 3 ولايات.

هذا الفندق من عمل المهندس المعماري الفرنسي **Fernand Pouillon**، تم بناؤه في أوائل السبعينيات من قبل شركة مصرية، وتم تدشين هذه المؤسسة الفندقية الحكومية يوم 15 أوت 1975م تحت اسم "Plaza"، وخلال عام 1983 تم تغيير اسمه لـ "سييوس الدولي" نسبة لنهر سييوس المهيّب الذي يسيطر على شمال شرق الجزائر بأراضيه الخصبة. يعد الفندق من أهم المراكز الاقتصادية والسياحية في الجزائر وخاصة في مدينة عنابة لامتيازته بموقع استراتيجي جذاب، حيث يقع في قلب المدينة على بعد خطوات قليلة من ساحة الثورة الشهيرة، المدينة القديمة المرموقة، والمدرسة العليا لعلوم التسيير، كما يبعد ب 14 كلم على مطار رابح بيطاط، وبمسافة 5 كلم على ميناء عنابة.

للفندق هندسة معمارية ممتازة إذ يرتقي تصميمه العصري إلى مستوى أرقى الفنادق في الجزائر المستقطبة للسياح المحليين والأجانب ذوي الأذواق الراقية بعدما استعاد الفندق من عمليات عصرنة وإعادة تهيئة وتوسعة، بعدما تم غلقه سنة 2017م ودامت مدة الغلق قرابة 8 سنوات بسبب أشغال وعمليات التأهيل، بينما أعاد الفندق فتح أبوابه يوم 19 فيفري 2024م.

الشكل رقم 4: صورة لواجهة فندق سييوس الدولي ليلاً.



المصدر: مقدمة من طرف عمال الفندق.

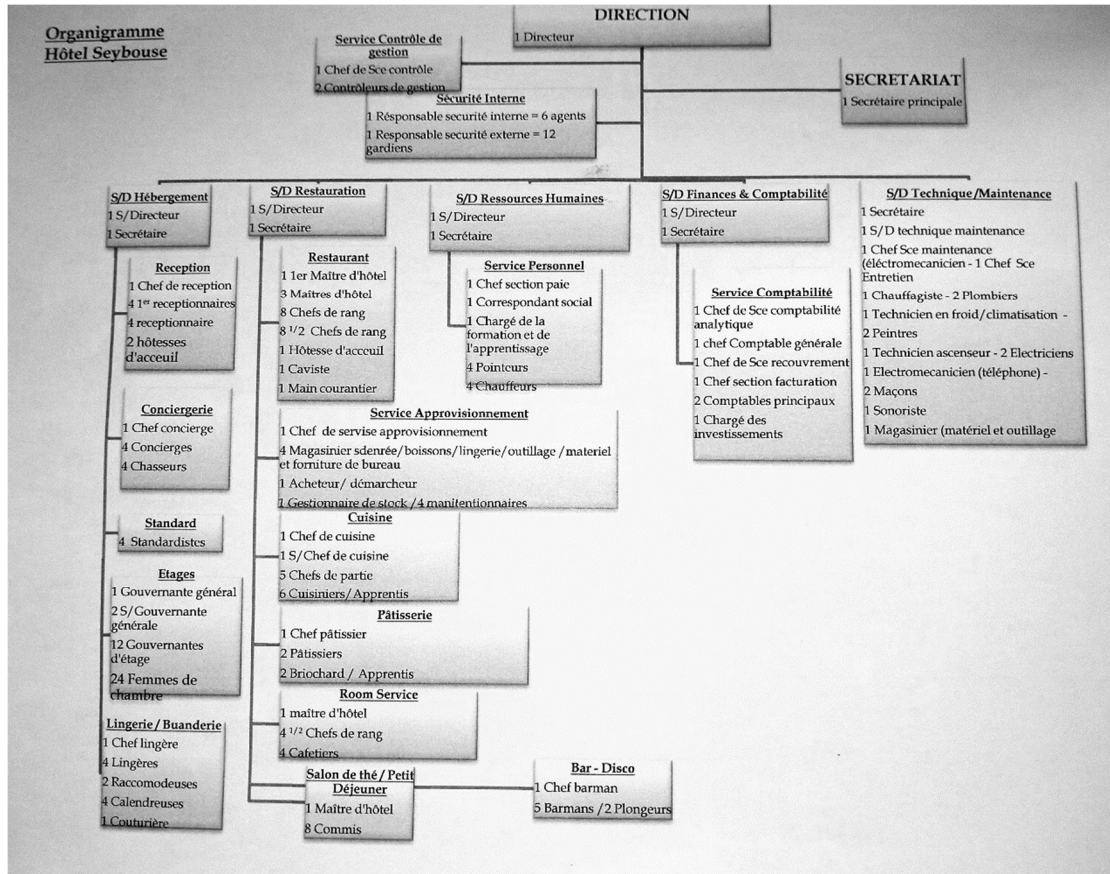
يتربع فندق سييوس الدولي على مساحة إجمالية تقدر بـ 15.166 متر مربع، على شكل مبنى مرتفع يتكون من 17 طابقاً من بينها 3 طوابق سفلية مخصصة لمواقف السيارات، مع وجود المرافق التالية في الطوابق السفلية للفندق: إدارة شؤون الموظفين، المخزن، المغسلة، ومصلحة الصيانة. بالإضافة الى طابقين أرضيين أين يتواجد مكتب الاستقبال، بهو الفندق، قاعة مخصصة لاجتماعات كبار الشخصيات (VIP)، دورات مياه (للرجال والنساء، وللأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة).

يحتوي الفندق على 241 غرفة من بينها 35 جناح، و 3 مطاعم، كافيتيريا، مسبح خارجي، منتجع صحي (SPA)، قاعة رياضية، وأربع قاعات للأحداث والفعاليات، أكبرها تقدر بطاقة استيعاب لأكثر من 400 شخص. وللفندق شراكات مع مختلف الهيئات والمؤسسات والمنظمات والشركات السياحية.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للفندق.

في هذا المطلب سنقوم بتسليط الضوء على الهيكل التنظيمي لفندق سيبوس الدولي المتكون من عدة مستويات إدارية. ومن خلاله نلاحظ أن جميع أقسام الفندق تخضع مباشرة لإشراف من طرف المدير وهو الإدارة العليا (الإدارة الاستراتيجية) في الفندق يتولى إدارة جميع الأنشطة والعمليات لضمان تحقيق أهداف الفندق الاستراتيجية، والأقسام التي بدورها تنقسم إلى فروع يشرف عليها مسؤولي أو رؤساء الأقسام (الإدارة التكتيكية) لتفويض المهام للموظفين على مستوى الإدارة التشغيلية، حيث يتكون الفندق من الأقسام التالية: قسم الموارد البشرية، قسم التسويق والمبيعات، قسم المحاسبة والمالية، قسم الإطعام، قسم الاستقبال والحجوزات، وقسم الصيانة. كل قسم من الأقسام يحتوي على وظائف ومهام مخولة للعمال بحسب التخصص والرتب كما يعمل عمال فندق سيبوس الدولي بتنسيق تام لضمان سير العمل بكفاءة وفعالية.

الشكل رقم 5: الهيكل التنظيمي لفندق سيبوس الدولي - عناية.-



المصدر: مديرية الموارد البشرية، فندق سيبوس الدولي.

المطلب الثالث: الخدمات والمرافق المقدمة في الفندق.

يقدم فندق سييوس الدولي مجموعة من الخدمات لعملائه تتمثل في خدمات أساسية، وخدمات أخرى تكميلية مُشكّلة جعلته مركز استقطاب وجذب على المستويين الوطني والدولي.

1. الخدمات الأساسية: فالنسبة للخدمات الأساسية التي يقدمها الفندق فهي تتمثل في الإيواء والإطعام ومراكز الأعمال كونه مصنف فندق أعمال.

✚ **الإيواء/ الإقامة:** يشمل فندق سييوس الدولي على **241** غرفة (**Single /Twin**) من بينها **35** جناح من نوع (**Junior/Executive/Premium**)، حيث تقدر طاقة الاستيعاب في فندق سييوس الدولي ب **500** سرير. غرف الفندق تحتوي على دورات مياه ومجهزة بمختلف التجهيزات الراقية من ديكور وأثاث وأفرشة ذات التصاميم الحديثة والأصيلة، والمستلزمات والمعدات المبتكرة (تلفزيونات **Plasma**، مكيفات هوائية حارة وباردة، خط هاتفي مباشر، آلات تحضير القهوة، ثلاجات صغيرة، مصففات شعر، لوازم الحمام) بالإضافة إلى نظام انترنت **Wi-Fi** يغطي جميع الطوابق. كما تختلف غرف الفندق من غرفة الى أخرى من حيث: **النوع** (غرف فردية/ غرف ثنائية / أجنحة)، ومن حيث **المساحة (Senior/Junior)**، والإطلالة إذ إنّ بعض الغرف وخاصة المتواجدة على مستوى الطوابق العليا تتميز بواجهة سياحية ساحلية شاسعة المساحة يتمتع بها السائح في رؤية مدينة عناية.

الشكل رقم 6: صورة لإطلالة غرفة من غرف فندق سييوس الدولي.



المصدر: من تصوير الطالبة.

- الإطعام: بالنسبة للإطعام، ففندق سيبوس الدولي يوفر لجمهوره 3 مطاعم:
 - المطعم الجاسترونومي (Le Gastronomique): متواجد على مستوى الطابق رقم 14، يتسع لـ 140 شخصاً يتميز بديكور جد جذاب وعصري بألوان متناسقة، يترأسه شاف محلي يقدم أطباق متنوعة محلية وأجنبية.
- الشكل رقم 7: صورة للمطعم المتواجد في الطابق 14 المسمى Le Gastronomique.



المصدر: الموقع الرسمي لفندق سيبوس الدولي.

- مطعم (موسمي) متواجد في الطابق رقم 13، كان مخصص لإعداد الأطباق التقليدية فقط.
- المطعم الذاتي (**Restaurant Self**) المسمى بـ "آلاف النكهات" "**Aux mille saveurs**" متواجد على مستوى الطابق الأرضي، عادة ما يتم فيه تقديم فطور الصباح والغداء والعشاء للنزلاء مخصص للنزلاء فقط حالياً.

الشكل رقم 8: صورة للمطعم الذاتي المتواجد في الطابق الأرضي.



المصدر: الموقع الرسمي لفندق سييوس الدولي.

- مطعم للوجبات الخفيفة (**Snack-Bar**) متواجد بجانب المسبح الخارجي للفندق.
 - كافيتريا (متاحة للنزلاء ولغير النزلاء) متواجدة في الطابق الأرضي.
- الشكل رقم 9: صورة لكافيتيريا الفندق.



المصدر: الموقع الرسمي لفندق سيبوس الدولي.

- حانة أمريكية (Bar) تقع في الطابق رقم 13 تقدم مشروبات كحولية وغير كحولية.
- ✚ الحجوزات: فندق سيبوس الدولي يقدم لعملائه طرق عديدة للحجز، إما أن يقوم العميل بالتنقل

إلى الفندق ويقوم بعملية الحجز، أو يمكنه أن يقوم بالعملية عن بعد عن طريق:

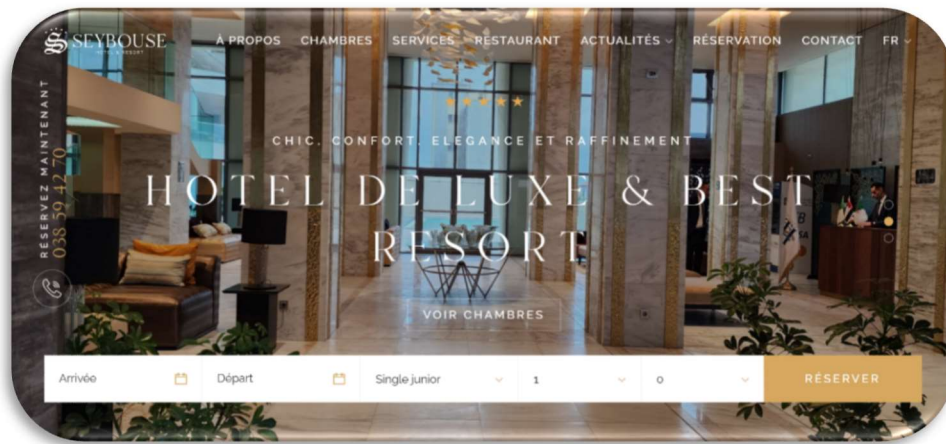
✓ الاتصال عبر الهاتف على الرقم: **038.59.42.73**

✓ التواصل مع قسم الحجز عبر البريد الإلكتروني الخاص بالحجوزات:

reservation@hotel-seyhouse.dz

✓ الحجز عبر الموقع الرسمي للفندق وشبكات التواصل الاجتماعي:

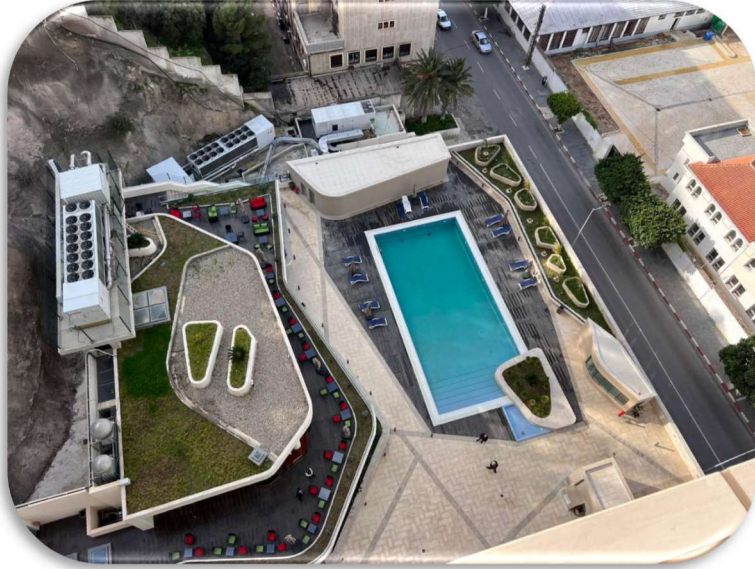
الشكل رقم 10: الصفحة الرسمية لفندق سيبوس الدولي.



المصدر: الموقع الرسمي لفندق سيبوس الدولي.

الترفيه والاستجمام: في الجانب الترفيهي، ففندق سييوس الدولي يحتوي على مسبح خارجي ومسبح داخلي، منتجع صحي Mela'Spa. بالإضافة الى قاعة رياضة Go gym (G_G) مجهزة بأحدث الآلات الرياضية.

الشكل رقم 11: صورة للمسبح الخارجي لفندق سييوس الدولي.



المصدر: الموقع الرسمي لفندق سييوس الدولي.

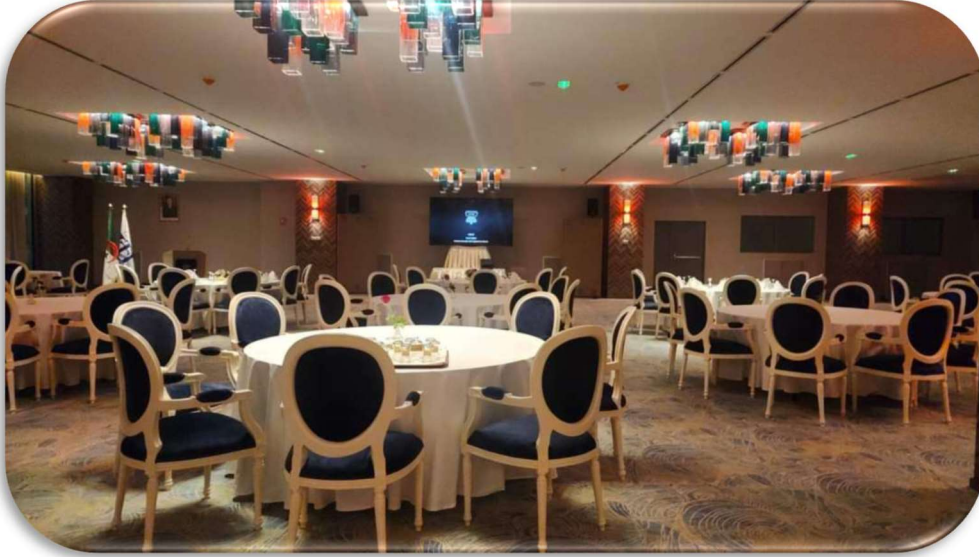
الشكل رقم 12: صورة لقاعة الرياضة الخاصة بفندق سييوس الدولي.



المصدر: الموقع الرسمي لفندق سييوس الدولي.

الأحداث والفعاليات: بما أنّ فندق سييوس الدولي يصنف من ضمن قائمة فنادق الأعمال بالدرجة الأولى، فهو يوفر لعملائه 4 قاعات للأحداث والفعاليات (حفلات زفاف، مؤتمرات، اجتماعات، اتفاقيات، ندوات). تتسع لأكثر من 400 شخص مجهزة بمختلف التجهيزات الحديثة والالكترونية.

الشكل رقم 13: صورة لقاعة الولائم (La salle de banquets) لفندق سييوس الدولي.



المصدر: مأخوذة من طرف عامل في الفندق.

الشكل رقم 14: صورة لقاعة المؤتمرات (La salle de conférence) لفندق سييوس الدولي.



المصدر: مقدمة من طرف عمال الفندق.

2. الخدمات الثانوية:

- ⊂ خدمة الفوترة والدفع: يوفر فندق سيبوس الدولي لعملائه وزبائنه خدمة الدفع نقداً، عن طريق التحويلات البنكية، أو عن طريق الدفع الكترونياً بالبطاقة الذهبية للنزلاء المحليين، وببطاقة الفيزا (Visa Card) أو (Master Card) للنزلاء الأجانب.
- ⊂ خدمة حفظ الأمتعة: تسخر إدارة الفندق 4 أعوان يعملون بالتناوب للقيام بعملية حفظ الأمتعة والسهر على تلبية طلبات النزلاء.
- ⊂ خدمة تنظيف الملابس: يتوفر الفندق على خدمة تنظيف ملابس النزلاء وكيها مع ايصالها لغرفة النزيل مباشرة بهدف تقديم الخدمة ذات جودة وتحقيق رضا النزيل.
- ⊂ خدمة الغرف: يوفر الفندق لنزلائه خدمة الغرف (Room Service) حيث يمكنهم أن يتناولوا الطعام داخل غرفهم.

المبحث الثاني: بطاقة تقنية لفندق الشيراتون - عنابة -.

المطلب الأول: تعريف فندق الشيراتون - عنابة -.

هو فندق 5 نجوم يحمل العلامة الفندقية العالمية الشيراتون، التابعة لمجموعة ستاروود العالمية للفنادق والمنتجعات التي تعتبر واحدة من الرواد العالميين في مجال الفنادق والترفيه والتي أصبحت بعدها ملكا لسلسلة فنادق ماريوت العالمية (**Marriott International**) والتي تأسست على يد جون ويلارد ماريوت و زوجته اليس شيبس ماريوت وأصبحت واحدة من أكبر وأشهر سلاسل الفنادق والمنتجعات في العالم.

تعود نشأة هذه السلسلة إلى عام 1927 عندما قام ج. ويلارد ماريوت بشراء مطعم صغير في واشنطن العاصمة يدعى "The Hot Shoppe" الذي كان يقدم الوجبات السريعة والمشروبات.

بعد ذلك، قام ماريوت بتوسيع أعماله ليشمل فنادق ومنتجعات، وبدأ في إنشاء سلسلة فنادق ماريوت. في عام 1957، تم افتتاح أول فندق ماريوت في توكسون بولاية أريزونا. منذ ذلك الحين، عملت الشركة على توسيع نطاق أعمالها بشكل كبير من خلال الاستحواذ على سلاسل فنادق أخرى مثل "ريتز كارلتون" و"شيراتون" و "ويستن"، وكذلك تطوير وإدارة العديد من العلامات التجارية الفاخرة والاقتصادية.

اليوم، تعتبر ماريوت العالمية واحدة من أكبر شركات الضيافة في العالم، حيث تدير أكثر من 7000 فندق في أكثر من 130 دولة وإقليمًا¹. ويعتبر فندق شيراتون عنابة الثالث لهذه السلسلة العالمية بالجزائر بعد شيراتون الجزائر و شيراتون وهران.

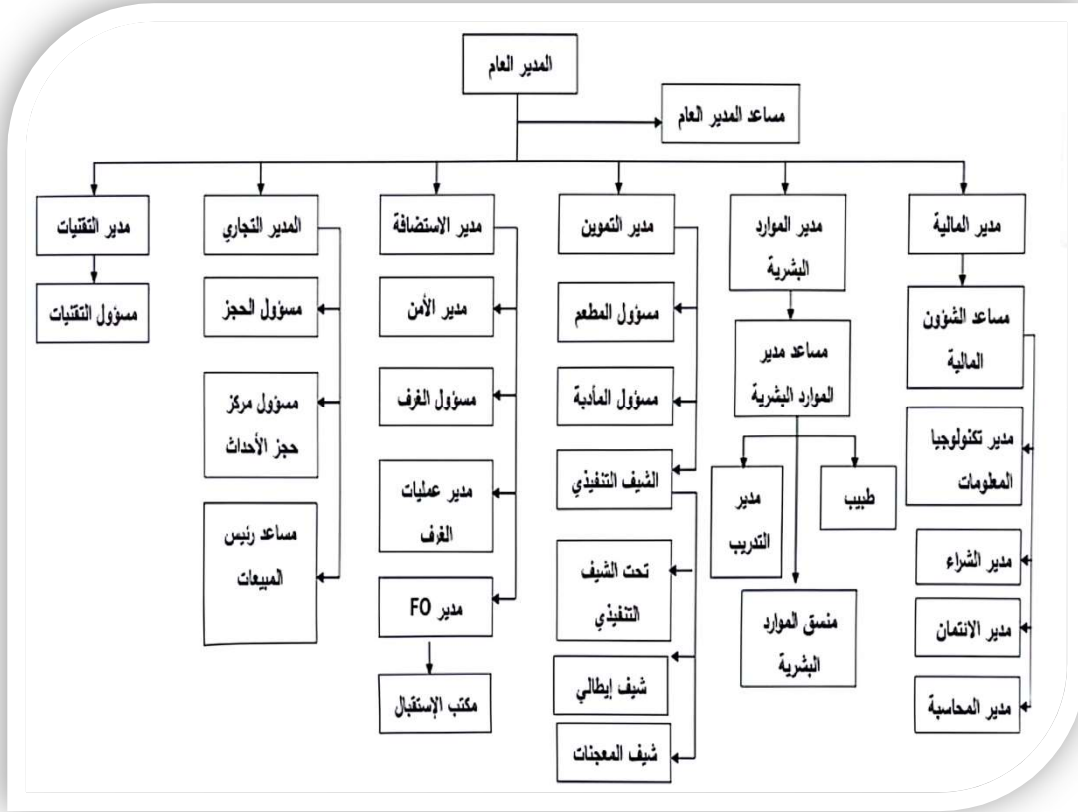
شيدت هذه التحفة المعمارية العصرية التي تعتمد على التكنولوجيات الحديثة في التسيير سنة 2016 وسط مدينة عنابة في شارع **Victor Hugo** بارتفاع 83 متر عن سطح البحر، وفق هندسة معمارية عصرية. استعمل في تشييدها حوالي 12 ألف متر مربع من الزجاج والتي جاءت لتعزز قدرات الاستقبال الفندقي من جهة، وتسهم في ترقية سياحة الأعمال والخدمات من جهة أخرى.

¹ يسرى ميسي ونرجس بن سعدي، "دور البرامج التدريبية في تحسين الاداء الفندقي" (مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمه، 2018)، 58-59.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للفندق.

من خلال تربعنا الميداني في فندق الشيراتون -عنابة-، وجدنا أنه يحتوي على عدة مستويات المبينة في الشكل أدناه:

الشكل رقم 15: الهيكل التنظيمي لفندق الشيراتون -عنابة-



المصدر: مديرية قسم التكوين والتدريب بفندق شيراتون -عنابة-.

يملك فندق شيراتون مدينة عنابة هيكلًا تنظيميًا يشمل الجهات التالية ويمكن شرح مهام مسؤوليه كالتالي:

- **المدير العام:** هو المسير والمسؤول عن الفندق تخول له كل الصلاحيات، في إطار إصدار الأوامر واتخاذ القرارات.
- **مساعد المدير العام**

- **مدير المالية:** يشرف على تعيين واختيار وتدريب موظفي الإدارة المالية، إعداد التقارير المالية، وضع الأنظمة المحاسبية والتأكد من أرصدة الحسابات.
- **المدير التجاري:** يشرف على العمليات التجارية كالحجز .
- **مدير التقنيات:** يضم مسؤول التقنيات .
- **مدير الاستضافة:** يشرف على الغرف والأمن أي كل العمليات التي تخص الزبائن .
- **مدير التموين:** هو المسير للمطعم ويشرف على جميع الأطعمة والمشروبات .
- **مدير الموارد البشرية:** هو المسؤول عن اختيار وتعيين العنصر البشري، ووضع خطط ولتدريبهم وتشغيلهم في مختلف الوظائف¹.

المطلب الثالث: الخدمات والمرافق المقدمة في الفندق.

إن توفر الخدمات والمرافق في فندق شيراتون عناية مثل الغرف الفاخرة والمطاعم والمساح وصالات الاجتماعات اضافة الى الخدمات الترفيهية لها تأثير كبير على مكانته في السوق نظرا لان وجهة النزلاء تعتمد على نوعية الخدمات المقدمة في المقام الأول وتتمثل في:

🚩 **خدمة الإيواء:** يحتوي فندق شيراتون على 201 غرفة مجهزة بمختلف التجهيزات والتي تضم تلفاز بشاشة مسطحة، مكيف هواء، مكتب، ميني بار، عازل للصوت، خدمة **WIFI**، هاتف مزود بخط مباشر، حمام يحتوي على مستلزمات العناية الشخصية، مجفف الشعر ولعملاء شيراتون 16 جناح، ينقسم إلى 15 جناح خاص وجناح رئيسي. تتميز غرف فندق شيراتون بالديكور الجميل، الأثاث العصري، المفروشات الرفيعة، التصميم المميز لكل غرفة على حدى.

✓ **الغرفة كلاسيكية (Chambre classique (KING):** يحتوي فندق شيراتون -عناية- على 126 غرفة كلاسيكية، وتشمل سريرا مزدوجا كبيرا **KING size bed**، مكتب عمل وكرسي، خزانة ملابس، حمام خاص بالإضافة الى التلفاز، مكيف الهواء وكذا خدمة الانترنت بالإضافة الى خاصية غرف خاصة بالمدخنين وبغير المدخنين حسب طلب الزبون².

¹ مقابلة مع مسؤولة قسم الحجوزات السيدة صوفيا عطابي يوم 20 ماي 2014 على الساعة 10.

² مقابلة مع السيدة عطابي صوفيا مسؤولة الحجز الفندقية يوم 19ماي 2024 على الساعة 14

✓ **غرفة توأم أو غرفة بسريرين مفردين Twin:** تتواجد بالفندق 40 غرفة توأم وهي تشمل نفس وسائل الراحة المتوفرة في الغرف الكلاسيكية الا انها بسريرين منفصلين.

✓ **غرفة كلوب Chambre Club:** يحتوي الفندق على 10 غرف وهي التي توفر مستوى أعلى من الخدمة مقارنة بالغرف العادية والتي تشمل الاطلالات المميزة في طوابق مرتفعة (اطلالات بانورامية على المدينة أو البحر) فنجدها في الطابقين 17 و18 بالإضافة الى خدمات حصرية كإمكانية الوصول الى "الكلوب لاونج" مجاناً هذه الغرف كلها موجهة للزبائن غير المدخنين.

✓ **جناح تنفيذي Suites Exécutives:** يحتوي الفندق على 15 جناح تنفيذي، وهو نوع من الاجنحة المصممة خصيصاً لتلبية احتياجات رجال الأعمال وكبار الشخصيات حيث يتميز بمساحات واسعة واطلالات بانورامية على ميناء عنابة وتجهيزات راقية وخدمات غرف على مدار الساعة بالإضافة الى باب متحرك فاصل بين الغرف داخله وكل هذا بمساحة 100 متر مربع.

✓ **جناح رئاسي Suite présidentiel:** يتواجد بالفندق جناح واحد رئاسي وهو أفخم انواع الاجنحة يتميز بديكور فخم واطلالات مميزة بالإضافة الى خاصية الخصوصية والامان خاصة انه موجه للرؤساء والسفراء وغيرهم من الشخصيات المرموقة.

✚ **خدمة الإطعام:** لزبائن شيراتون الخيار بين مطاعم تنقسم إلى:

- مطعم إيطالي يقوم بتقديم مأكولات إيطالية مختلفة يرأسه شاف إيطالي.
- مطعم اوروبي يختص بتقديم مأكولات البحر الابيض المتوسط لتلبية حاجات زبائن شيراتون.
- مطعم عربي يختص بتقديم مأكولات عربية عصرية وتقليدية، يقوم بتحضيرها طبّاح يتمتع بشهادة وخبرة واسعة في فن الطبخ.

✚ **خدمة الضيافة والاستقبال:** يتم استقبال النزلاء عند مدخل الفندق، ما لاحظته أثناء زيارتي لفندق شيراتون أن موظفي الاستقبال يقومون بعملهم على أكمل وجه، يتقنون اللغة العربية

والفرنسية والانجليزية، كما يقومون بتقديم خدمات الاستعلام وخدمة حفظ المتعة، ومرافقة النزيل إلى الغرفة.

✚ **خدمة الحجز:** يتوفر لدى الفندق عدة طرق للحجز من بينها الحجز عن طريق الهاتف، البريد الإلكتروني، عبر تطبيق **BONVOY** أو عن طريق حضور العميل إلى الفندق شخصياً، كما توجد هناك حالات أخرى كتعاقد الفندق مع الجامعة في حالة وجود ملتقيات او ندوات مثلاً.

✚ **خدمة الفتورة والدفع:** يتميز الفندق بإعداد فاتورة مفصلة تتضمن مدة وسعر الإقامة، سعر الوجبات المتناولة من أجل تسهيل عملية الدفع، حيث يمكن للعميل الدفع نقداً أو عن طريق الشيك أو عن طريق بطاقة الدفع أو عن طريق التحويل في حالة تعاقد الفندق مع مؤسسة معينة.

✚ **قاعة الاجتماعات والندوات:** يحتوي الفندق على عدة فضاءات للاجتماعات والتظاهرات، وهي: **BONA1 , BONA2 , BONA3** إضافة إلى قاعة متعددة الخدمات خاصة بالندوات، تضم **1000** مقعد مجهز بجميع الأجهزة الالكترونية وشاشات العرض والترجمة الفورية.

الشكل رقم 16: قاعة الاجتماعات لفندق الشيراتون -عنابة-



المصدر: الموقع الرسمي لفندق الشيراتون.

الشكل رقم 17: قاعة الأحداث والفعاليات الكبيرة لفندق الشيراتون -عنابة-.



المصدر: الموقع الرسمي لفندق الشيراتون -عنابة-

✚ خدمة الصرف وصندوق التأمين: توجد بالفندق مصلحة لصرف العملات الأجنبية، إضافة إلى

صندوق مغلق لتأمين حاجات النزلاء الثمينة.

✚ المصعد: يوجد بالفندق مصعدين متاحين لخدمة العاملين وضمان راحة العملاء وتوصيل

أمتعتهم.

✚ خدمة التنظيف: هناك فريق متخصص لتقديم خدمة التنظيف اليومي للغرف وكى الملابس

وتلميع الأحذية، والتنظيف الجاف وفريق متخصص للاهتمام بالفندق من الخارج الحديقة، مرآب

السيارات، مدخل أمامي

✚ مرآبين للسيارات: يتوفر الفندق على مرآبين للسيارات بإمكان النزلاء، وضع سياراتهم فيهما بكل

أمان 24/24 ساعة.

المبحث الثالث: أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة في كل من فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون -عنابة-.

تطرقنا في هذا المبحث إلى مقارنة بروتوكولات الضيافة المعمول بها في كل من فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون -عنابة-، بهدف فهم التشابهات والاختلافات بين ممارسات الضيافة في كل منهما.

المطلب الأول: مقارنة أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة المستخدمة.

لمقارنة أدوات ومهارات بروتوكولات الضيافة المستخدمة في فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون، اعتمدنا على مجموعة من المعايير الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم 1: مقارنة بروتوكول الضيافة بين فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون.

اسم الفندق	فندق سيبوس الدولي -عنابة-	فندق الشيراتون -عنابة-
سنة التأسيس	1975	2016
طبيعة الفندق	فندق تابع للقطاع العام	فندق تابع للقطاع الخاص
الموقع	موقع مركزي قريب من مراكز الأعمال والمناطق السياحية	موقع استراتيجي قريب من ميناء مدينة عنابة ومطل على المدينة القديمة.
التصنيف	الصف الأول (5 نجوم)	الصف الأول (5 نجوم)
عدد الغرف	✓ 241 غرفة	✓ 201 غرفة
مراكز الأعمال	✓ 4 قاعات للأحداث والفعاليات متعددة الأحجام مع تقنيات سمعية بصرية حديثة أكبرها تضم أكبر من 400 شخص.	✓ 6 قاعات للاجتماعات والمرافق اللازمة لتنظيم الفعاليات. ✓ أكبرها قاعة بونا 1 و2 و3 بمعدل ألف شخص.
الاتصال اللفظي	✓ استخدام لغة واضحة ومباشرة. ✓ التحدث باحترام ولباقة. ✓ التحدث بلهجة مناسبة. ✓ مهارات تواصل ممتازة مع العملاء. ✓ تواصل عبر تطبيق WhatsApp سواء مع	✓ التحدث بلباقة وأدب مع الابتساماة الدائمة. ✓ استخدام Script خاص بمسللة شيراتون العالمية، ويتم تنقيط العاملين تبعاً له.

المعايير العامة

	العملاء أو الموظفين فيما بينهم.		أدوات التواصل	الأدوات (Tools)
<p>سواء مع الزبائن أو بين مختلف المصالح: مع الزبائن:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ استخدام لغة سليمة ✓ استخدام لغة رسمية ✓ استخدام لغة مختصرة وواضحة المعنى ذات ضوابط. ✓ رسائل إلكترونية أو عن طريق MGS عبر تطبيق Bonvoy. عبر المصالح: ✓ عن طريق تطبيق WhatsApp، ويكون ذلك بدراسة الحالات وحفظها على برنامج Empower Guest Experiences. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ رسائل بريد إلكتروني واضحة ومختصرة للتواصل مع العملاء بشأن الحجوزات أو الاستفسارات أو ارسال الاتفاقيات. ✓ استخدام لغة رسمية مناسبة. ✓ تجنب الأخطاء الإملائية والنحوية. ✓ تحرير تقارير دقيقة ومهنية. 	الاتصال الكتابي		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ المظهر الأنيق دون بهرجة ✓ الاهتمام بجميع التفاصيل سواء للرجل أو المرأة على حد سواء من هندام، حلاقة، مجوهرات. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ الاهتمام بلغة الجسد. ✓ استخدام تعابير الوجه الإيجابية. ✓ الابتسامة. ✓ تواصل بصري. ✓ لغة جسد مفتوحة. 	لغة الجسد		

<p>✓ مع احترام مسافة أمتر</p> <p>بين الزبون وعامل النظافة.</p> <p>✓ الابتسام.</p> <p>✓ التواصل المباشر بالعين</p> <p>وهز الرأس وغيرها.</p>	<p>✓ مظهر أنيق ومهذب.</p>			
<p>✓ اعتماد التسجيل الإلكتروني عند الوصول.</p> <p>✓ الحجز مع إمكانية تسجيل الذاتي مع توفير مفتاح رقمي افتراضي دون المرور إلى قسم الاستقبال (إلا أن هذه الخاصية تكون بعدد محدود).</p>	<p>✓ نظام حجز وتسجيل وصول إلكتروني متطور</p> <p>.Xlia</p> <p>✓ عدم إمكانية تسجيل الوصول الذاتي.</p> <p>✓ توفر بطاقات المفاتيح الإلكترونية.</p> <p>✓ طرق عديدة للحجز:</p> <p>(1) التنقل شخصيا.</p> <p>(2) الحجز عبر الهاتف.</p> <p>(3) الحجز عبر البريد الإلكتروني.</p> <p>(4) الحجز عبر الموقع الرسمي للفندق.</p>	<p>حجز</p> <p>أماكن الإقامة</p>	<p>أدوات تنظيم الفعاليات</p>	
<p>✓ يكون ذلك بترتيب خدمة النقل من المطار إلى الفندق ومن الفندق إلى المطار.</p> <p>✓ من فندق الشيراتون إلى فندق آخر في المناسبات الخاصة.</p>	<p>✓ يوجد على مستوى الفندق سائق واحد مكلف بإيصال الملفات إلى الهيئات المعنية.</p> <p>✓ لا توجد خدمة توصيل الزبائن من وإلى.</p>	<p>ترتيب وسائل النقل</p>		

<p>✓ إمكانية اختيار وسيلة النقل حسب طلب الزبون وحسب امكانياته المادية.</p>				
<p>✓ إنترنت فائق السرعة معزز مجاني في جميع أرجاء الفندق. ✓ خدمة لاسلكية مجانية. ✓ خدمة الطبع والفاكس خاصة برجال الأعمال. ✓ اعتماد خاصية البصمة المائية من أجل ترشيد استغلال كمية المياه المستعملة داخل الفندق.</p>	<p>✓ إنترنت لاسلكي مجاني في جميع أنحاء الفندق. ✓ استخدام أنظمة الحجز الإلكترونية. ✓ برامج إدارة قواعد بيانات العملاء.</p>	<p>أدوات التكنولوجيا</p>		
<p>✓ مطاعم متعددة الأصول: c جزائرية. c إيطالية. c تقليدية. c عالمية. ✓ خدمات سريعة ومنتوعة تلبي رغبات جميع أنواع الضيوف باختلاف جنسياتهم باعتبار الفندق دولي. ✓ تقديم احترافي ومساعدة الزبون حتى في حالة الخدمة الذاتية.</p>	<p>✓ 4 مطاعم ✓ قائمة طعام متنوعة تلبي احتياجات مختلف الأذواق ✓ تقديم الطعام والشراب بجودة عالية. ✓ خدمة سريعة وفعالة. ✓ خدمة الغرف.</p>	<p>تقديم الإطعام</p>	<p>أدوات تقديم الخدمات</p>	

<p>✓ هدايا لجميع الزبائن دون استثناء، إلا أنّ قيمتها تزداد بوفاء الضيف للفندق، ومتمثلة في:</p> <p>c باقة ورود.</p> <p>c شوكولاتة أو احتفال بعيد ميلاد الزبون بكعكة في حالة ما إذا كان الحجز في ذلك اليوم أو خلاله.</p>	<p>✓ تقديم هدايا تعكس ثقافة مدينة عنابة والجزائر ككل من الصناعات التقليدية للشخصيات.</p> <p>✓ وضع باقة ورود في غرف رجال الأعمال.</p> <p>✓ متوفرة عند الطلب.</p>	<p>تقديم الهدايا التذكارية</p>		
<p>✓ استقبال حار سواء للضيوف القادمين شخصيا للفندق أو المتصلين عن طريق الهاتف أو البريد الالكتروني.</p> <p>✓ خدمة حمل الأمتعة متوفرة مجانا لجميع الزبائن.</p> <p>✓ خدمة غرف يومية وعلى مدار الساعة.</p> <p>✓ خدمة حجوزات متطورة تراعي جميع احتياجات قاصدي الفندق وخاصة رجال الأعمال.</p> <p>✓ خدمات الصيانة والتنظيف باحترافية وفي وقت قصير.</p>	<p>✓ حفاوة الاستقبال.</p> <p>✓ توفير معلومات حول الفندق حسب طلب الزبائن.</p> <p>✓ خدمة حمل وتفرغ الأمتعة متوفرة.</p> <p>✓ خدمة غرف محددة.</p> <p>✓ خدمة تنظيف وكّي الألبسة متوفرة.</p> <p>✓ توفير حواسيب على مستوى الكافيتريا لاستعمالهم حسب الحاجة.</p>	<p>خدمات المساعدة والخدمات اللوجستية</p>		

				المهارات (Competences)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ مهارات تواصل ممتازة باللغة العربية والفرنسية والإنجليزية. ✓ القدرة على ترجمة الوثائق والرسائل بدقة. ✓ توفير خدمات ترجمة فورية. ✓ القدرة على ترجمة المستندات والمحادثات بشكل دقيق. ✓ موظفون يتحدثون لغة إنجليزية بطلاقة ✓ مهارات تواصل جيدة ✓ قدرة على فهم احتياجات العملاء الأساسية. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ إتقان اللغة العربية ✓ إتقان اللغة الفرنسية ✓ مهارات تواصل جيدة باللغة الإنجليزية. ✓ القدرة على التواصل بفعالية مع النزلاء من مختلف الثقافات. ✓ قدرة على فهم احتياجات العملاء من مختلف الثقافات. ✓ خدمات ترجمة محدودة للوثائق. 	<p>مهارات اللغات والترجمة</p> <p>مهارة التحدث والاستماع الفعال</p>	<p>مهارات اللغات والتواصل</p>	

<p>✓ إدراك رغبة الزبون دون طلبه وذلك راجع الى الخبرة و حسن التدبير</p> <p>✓ مشاركة الزبائن احتياجاتهم ومشكلاتهم مع الاستماع الفعلي بانتباه مع تقديم خدمات متخصصة لكل فرد.</p> <p>✓ نسج علاقات قوية مع الزبائن خاصة الاولياء منهم للفندق.</p>				
<p>✓ القدرة على التعامل مع المشكلات المختلفة بعد تحليلها سواء كانت قد سبق التعامل مع مثلها أو كونها مشكلة لم يتم مصادفتها مسبقا من خلال التنسيق بين جميع الاقسام والأفراد.</p> <p>✓ القدرة على اقتراح الحلول من طرف جميع الفاعلين في المؤسسة الفندقية وتكييفها مع المشكلة وكذا اعطاء حلول احتياطية.</p> <p>✓ القدرة على اتخاذ قرارات صارمة وعملية تخدم منفعة</p>	<p>✓ قدرة على تحليل وحل المشكلات بشكل فعال.</p> <p>✓ تحديد الحلول المناسبة.</p> <p>✓ مهارات تفاوض ممتازة.</p> <p>✓ قدرة على التعامل مع المواقف الصعبة بفعالية.</p> <p>✓ القدرة على اتخاذ قرارات سريعة وفعالة.</p> <p>✓ تحليل المخاطر والمنافع.</p> <p>✓ تحمل مسؤولية القرارات المتخذة.</p> <p>✓ القدرة على العمل بشكل مستقل</p>	<p>مهارة حل المشكلات واتخاذ القرارات</p>		

<p>الفندق والزبائن على حد سواء مع مواجهة النتائج المتوقع منها والغير متوقع. ✓ الاتفاق على كيفية ادارة المواقع والحالات الطارئة بحكمة وموضوعية دون التأثير على السير الحسن للفندق.</p>	<p>✓ القدرة على حل مشكلات الضيوف بشكل سريع وفعال.</p>			
<p>✓ العاملون بالفندق يدركون ان الهدف الاساسي للفندق ربحي فهم يستغلون الوقت أحسن استغلال لتحقيق أقصى مردود. ✓ معرفة كيفية المحافظة على الانتاجية والجودة من خلال عدم إجهاد العمال مع تحقيق اكبر قدر من المهام المسطرة. ✓ تحديد الاولويات من اجل توظيف امثل للوقت ✓ تقسيم المهام مع اعتماد مبدأ التفويض سواء في المهام العادية أو تلك المتعلقة بالإدارة العليا مع تقليص الاعمال الورقية</p>	<p>✓ تحديد الأولويات وإنجاز المهام في الوقت المحدد ✓ تنظيم العمل بشكل فعال وإدارة الوقت بكفاءة. ✓ تفويض المهام وقت الضغط. ✓ تحديد الأولويات. ✓ برمجة الوقت.</p>	<p>مهارة إدارة الوقت</p>	<p>مهارات تنظيمية</p>	

<p>والاعتماد بصفة أكبر على التكنولوجيا.</p>				
<p>✓ موظفو الفندق يملكون نظرة استشرافية حيث انهم يهتمون بالتفاصيل ويتوقعون احتياجات الزبائن المحتملة.</p> <p>✓ القدرة على تمييز الاهداف القابلة للتجسيد دون غيرها.</p> <p>✓ وضع اولويات وتوقيت زمني خاص لكل هدف</p> <p>✓ التخطيط لتقديم خدمات مميزة لا ننسى بالنسبة للزبائن خاصة الاوفياء منهم.</p>	<p>✓ خطة استراتيجية واضحة تتضمن أهداف طويلة الأجل ورؤية محددة لتطوير وتعزيز الفندق وخدماته.</p> <p>✓ يمتلك خطة مالية محكمة مع ميزانية محددة لجميع العمليات.</p> <p>✓ تخطيط بشكل جيد لتقديم تجربة متكاملة ومميزة للزلاء، مع الاهتمام بجميع التفاصيل من لحظة الحجز حتى المغادرة.</p>	<p>مهارة التخطيط</p>		
<p>✓ العمل الجماعي المنسجم والمنظم داخليا وخارجيا.</p> <p>✓ الاعتماد على الفريق في انجاز المهام المنوطة به من خلال نقل المعلومات والاشكاليات للفريق المناوب تاليا مما يجعل العمل مستمر دون توقف ويتميز بإنتاجية عالية وتحقيق أمثل للأهداف المشتركة ومثال ذلك</p>	<p>✓ خدمات متكاملة و مترابطة تسهل على النزلاء الحصول على جميع احتياجاتهم بسهولة.</p> <p>✓ تنظيم فعاليات بمهارة عالية، مع جدول زمني منظم وتنسيق مسبق من جميع الأقسام المعنية.</p> <p>✓ العمل في فريق.</p>	<p>مهارة التنسيق</p>		

<p>البريفينق أثناء العمل بدورية 8/3 بمقدار نصف ساعة. ✓ تحفيز اعضاء الفريق لبعضهم او من طرف الإدارة.</p>				
<p>✓ القدرة على الرعاية الممتازة للعلماء من خلال المعرفة الجيدة للعميل وما يطلبه ✓ القدرة على التعامل مع الشكاوي، الطلبات والتعليقات بشكل ايجابي و بناء و ذلك بعد تسجيل كل ذلك على منصة رقمية خاصة من اجل معرفة كيفية التعامل مع عملاء محددين خاصة من سبق لهم الاقامة في الفندق. ✓ التواصل الفعال ✓ البقاء على اطلاع باتجاهات السوق وسلوك العملاء من خلال دورات تعليمية خاصة سواء عن بعد او حضوريا من اجل جذب اكبر عدد من الزبائن</p>	<p>✓ سرعة الخدمة ✓ خدمة غرف محدودة زمنياً مع طلبات الخدمات عبر الهاتف. ✓ موظفون مدربون على تقديم خدمة عملاء استثنائية. ✓ خدمة مساعدة شخصية.</p>	<p>مهارة خدمة العملاء</p>		

<p>✓ الاعتماد على الذكاء العاطفي اي ان موظفي الفندق لا ينسابون نحو مشاعرهم انما يحكمون عقولهم قبل اتخاذ اي خطوة.</p>				
<p>✓ مهارة العمل تحت الضغط ✓ التعامل مع ضغط العمل باحترافية حيث أنّ موظفي شيراتون عناية يشعرون بانتمائهم له. ✓ القدرة على التحكم في التوتر والحفاظ على الهدوء والتركيز خاصة أثناء فترات الذروة. ✓ التمكن من حل المشكلات بطريقة سريعة وفعالة مع الحفاظ على جودة الخدمات المقدمة.</p>	<p>✓ القدرة على العمل تحت الضغط. ✓ العمل بهدوء وفعالية في ظل ظروف العمل المزدحمة. ✓ فندق سيبوس الدولي يمتلك نظاماً فعالاً لإدارة الحجوزات والخدمات في الفترات المزدحمة مثل الفعاليات الكبرى.</p>	<p>مهارة العمل تحت الضغط</p>		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعاينة والملاحظة.

المطلب الثاني: تقييم لبروتوكول الضيافة في الفندقين.

من خلال تحليل نتائج الجدول أعلاه، يظهر أنّ كلتا المؤسستين الفندقيتين يتمركزان في نفس الموقع تقريبا وبينهما مسافة تقل عن 1 كلم (650 متر) يمكن الوصول إليهما بسهولة مشيا على الأقدام أو بواسطة وسائل النقل العامة، ومصنفان من نفس الصنف، صنف الخمس نجوم، وكلاهما يحتوي على أكثر من 200 غرفة حديثة ومجهزة بالكامل وتوفر إطلالات جميلة، كذلك بالنسبة للإطعام، فيوفر كلاهما على عدة مطاعم تقدم تنوعاً في الأطباق المحلية والعالمية، ولكل منهما فريق عمل يمتلك مهارات جيدة في التعامل والتواصل مع الضيوف، و إلاّ أنّهما يختلفان في سنة التأسيس وطبيعة المؤسسة، حيث تم إنشاء فندق سيبوس الدولي سنة 1975 وهو فندق تابع للدولة أي للقطاع العام، وأنشأ فندق شيراتون -عنابة- سنة 2016 وهو فندق خاص تابع لسلسلة ماريوت العالمية.

يظهر أنّ فندق الشيراتون يتفوق على فندق سيبوس الدولي في عدد مراكز الأعمال، أي قاعات الأحداث والفعاليات، وبما في ذلك في معظم الأدوات والمهارات المطلوبة لتنفيذ بروتوكول الضيافة الفعال، وخاصة في الجانب التكنولوجي من الأدوات، وجانب اللغات الأجنبية والترجمة من المهارات. بالنسبة لمراكز الأعمال ففندق سيبوس الدولي يحتوي على 4 قاعات بطاعة استيعاب لأكثر من 400 شخص، بينما فندق الشيراتون يحتوي على 6 قاعات بمعدل ألف شخص.

يتميز فندق الشيراتون بتطبيق بروتوكولات ضيافة متقدمة تعتمد على الاحترافية والتكنولوجيا الحديثة بامتياز. عند استقبال النزلاء، يتوفر موظفون متعددون اللغات يتقنون اللغة الانجليزية لضمان تواصل سلس مع الضيوف من مختلف الجنسيات ويتم تسجيل الدخول والمغادرة باستخدام أنظمة إلكترونية متطورة تضمن السرعة والدقة والذاتية، كما يستطيع النزلاء طلب الخدمة من خلال برنامج الدردشة عبر تطبيق **BONVOY**. في المقابل، يركز فندق سيبوس الدولي على توفير استقبال ترحيبي وخدمات فعالة من خلال الأدوات المتوفرة في الفندق ومهارات الموظفين الممتازة، ورغم فعالية إجراءات التسجيل والمغادرة، لكنه قد يفتقر لبعض التقنيات الحديثة الموجودة في فندق الشيراتون، كخدمات التسجيل الذاتية، وبرامج الدردشة وغيرها.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى مقارنة بين أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة بين فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون -عنابة-، حيث أنّ لكل فندق نقاط قوة وضعف وحسب تحليلنا المتواضع تبين لنا أنّ فندق الشيراتون هو الأفضل من ناحية تقديم الخدمات وخاصة في المجال التكنولوجي واللغات، وأنّ فندق سيبوس الدولي يحتوي هو كذلك على مميزات جيدة وخاصة بعد إعادة هيكلته وترميمه لكنّه أقل استخداماً للجانب التكنولوجي وعدم توفر مهارة اللغات مقارنة بفندق الشيراتون.

الخاتمة

الخاتمة

يُعدّ بروتوكول الضيافة عنصراً هاماً لضمان تجربة ناجحة لرجال الأعمال خلال رحلاتهم، وذلك من خلال توفير خدمات راقية تلبي احتياجاتهم وتعزز شعورهم والرضا. وتتعدد الأدوات المستخدمة في بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال، ومن أهمها التواصل الفعال، والمهارات الشخصية، والمعرفة الثقافية، والاهتمام بالتفاصيل، واستخدام التكنولوجيا.

ومن خلال دراسة الموضوع وإجراء المقارنة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ هناك أدوات ومهارات التي إذا ما توفرت يمكن أن تعطي للفنادق صفة الجودة.
- ✓ هناك بعض الأدوات والمهارات التي تساهم في تعزيز بروتوكول الضيافة الفعال وتضفي طابع التميز وتتمثل في: أدوات التكنولوجيا الحديثة، مهارات اللغات والترجمة، وخاصة اللغة الإنجليزية كونها لغة مشتركة بين السياح من مختلف الجنسيات.
- ✓ يوفر فندق الشيراتون تجربة فندقية متقدمة بخدمات عالية الجودة وأدوات تكنولوجية حديثة تتماشى مع تطورات العصر، مما يجعله مناسباً لرجال الأعمال خاصة الأجانب من الدول المتقدمة الذين يبحثون عن الفخامة والتكنولوجيا.
- ✓ فندق سيبوس الدولي يوفر خدمات ضيافة جيدة مع التركيز على توفير تجربة مريحة، مع أدوات ومهارات مناسبة تضمن رضا العملاء من رجال الأعمال.
- ✓ يمكن للسياح من رجال الأعمال الاختيار بناءً على تفضيلاتهم الشخصية فيما يتعلق بمستوى الخدمة والأدوات المتاحة.

توصيات لتحسين بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال:

- c تنفيذ خيارات تسجيل الوصول والمغادرة عبر الإنترنت أو عبر الهاتف لتوفير الوقت.
- c استخدام تطبيقات أو برامج دردشة آلية لتقديم الخدمات المطلوبة.

- ٢ تجهيز غرف الاجتماعات بأحدث التقنيات بما في ذلك أدوات عقد المؤتمرات، ومعدات الصوت والصورة عالية الجودة، والسبورات البيضاء.
- ٢ توفير مساحات مرنة يمكن تكييفها لمختلف أنواع الاجتماعات وفعاليات الأعمال الخاصة.
- ٢ توفير مناطق أو صالات هادئة حيث يمكن لرجال الأعمال العمل أو الاسترخاء دون إزعاج.
- ٢ توفير خدمات نقل إلى المناطق الرئيسية للأعمال والمؤتمرات.
- ٢ تطوير برامج الولاء المصممة خصيصًا للنزلاء من رجال الأعمال مع المكافآت، مثل أو الإقامة المجانية أو الخصومات الخاصة على مراكز الأعمال المتواجدة بالفندق.
- ٢ تطوير برامج تدريبية منتظمة متخصصة للموظفين على أحدث الاتجاهات في مجال سفر الأعمال والضيافة.
- ٢ إنشاء دليل إرشادي لبروتوكول الضيافة خاص بسياحة الأعمال.
- ٢ تقييم ومراجعة بروتوكول الضيافة بشكل دوري.

قائمة المراجع

I. المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. رضوان، محمود عبد الفتاح وآخرون. *فن الاتيكيت والبروتوكول*. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012.
2. مشط الموسوي، كريم. *المراسم والإتيكيت والتفاوض*. بغداد: مؤسسة تائر العصامي، 2019.
3. عاطف، هاني. *مبادئ صناعة الضيافة*. مصر: دار الكتب والوثائق القومية، 2017.
4. بن بندر العثمان، عبد العزيز وبن ناصر الخريف، عبد الله. *المراسم والبروتوكول للعاملين في العلاقات العامة*. السعودية: عز للاستشارات، 2018.
5. موسى محمود سرحان، نائل. *مبادئ إدارة الضيافة*. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2018.
6. المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني. *إدارة فندقية*. المملكة العربية السعودية: الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، 2008.
7. خميس الزوكة، محمد. *صناعة السياحة من المنظور الجغرافي*. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2013.
8. الزعبي، علي فلاح وابو نبعه، عبد العزيز مصطفى. *هندسة الإعلان الفعال*. القاهرة: دار الكتاب الجامعي، 2013.

المجلات:

1. الكمري، نوفل عبد الرضا وسعود، عماد حسين. "أثر إدارة المراسم والإتيكيت في تحقيق النجاح الاستراتيجي لمنظمات الضيافة." *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية* 1 (2018): 172-

<https://search.emarefa.net/detail/BIM-833009> .214

2. مناضل، الطيب سليمان. "دور المراسم والإتيكيت في ترقية الخدمات السياحية في السودان".
مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية 1 (2023): 533-558.
<https://doi.org/10.53796/hnsj4134>
3. بودرامة، مصطفى وفوغالي، حليلة. "سياحة الأعمال في الدول العربية بين الواقع والمأمول".
مجلة إنارة للدراسات الاقتصادية والإدارية والمحاسبية 1 (2020): 1-20.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/888/1/1/217242>
4. طوبال، ابتسام وبن محمد هدى وبوشوشة هبة. "واقع سياحة الأعمال في العالم". مجلة الأصيل
للبحوث الاقتصادية والإدارية 1 (2021) 396-414.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/158458>
5. خلوف، زهرة. "الثقافة التنظيمية كأحد العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي". مجلة الاقتصاد
الجديد 9 (2013): 257-276.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/296/4/2/55970>
6. شريف عبد الحليم، نيفين. "تأثير ضغط العمل في الأداء والانتماء الوظيفي للعاملين بقطاع
الضيافة". مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة 1 (2020): 196-207.
https://jaauth.journals.ekb.eg/article_pdf

المذكرات:

1. ميسي، يسرى وبن سعدي نرجس. "دور البرامج التدريبية في تحسين الاداء الفندقية". مذكرة
ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2018.

المحاضرات:

1. سعود، عماد حسين. مفهوم إدارة المراسم. محاضرة في مادة المراسم والاتيكييت، قسم إدارة
الفنادق، كلية العلوم السياحية، الجامعة المستنصرية، 2020.

المواقع الالكترونية:

1. "تعريف ومعنى بروتوكول في معجم المعاني الجامع". اطلع عليه بتاريخ 04 ماي، 2024،
<https://www.almaany.com/ar/dict/>

2. السيد، محمد عبد البديع. "فن الاتيكيت والبروتوكول". اطلع عليه بتاريخ: 30 فيفري، 2024، <https://fart.stafpu.bu.edu.eg>
- لوسيل. "الثقة تكسب الموظفين ميزة تحسين العلاقات مع العملاء". اطلع عليه بتاريخ: 24 فيفري، 2024، <https://lusailnews.net/article/knowledgegate/success/29/08/2016>
3. الجامعة المستنصرية. "التطور التاريخي لصناعة الفنادق". اطلع عليه بتاريخ 29 فيفري، 2024، <https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/>
4. عاطف، هاني. "الاتجاهات الحديثة في إدارة الفنادق". اطلع عليه بتاريخ 5 ماي، 2024، <https://fr.slideshare.net/slideshow/ss-86971688/86971688#18>
5. "تعلم مهارات لغة الجسد وأهميتها في التواصل الفعال". اطلع عليه بتاريخ: 20 أبريل 2024، <https://esoftskills.com/ar>
6. مجموعة أدوات رواد الأعمال المثالية للسفر: الموارد الضرورية لتحقيق النجاح". اطلع عليه بتاريخ 20 أبريل، 2024، <https://fastercapital.com/arabpreneur/>
7. "التحول الرقمي في مجال الضيافة والسياحة :دور التكنولوجيا في دفع نمو الأعمال في مجال الضيافة والسياحة". اطلع عليه بتاريخ: 15 ماي، 2024، <https://fastercapital.com/arabpreneur/>
8. "كيف يمكننا زيادة رضا نزلاء الفندق ورفع معدل عودتهم من خلال تقييم أداء الفندق؟" اطلع عليه بتاريخ: 27 أبريل، 2024، <https://porsline.com/blog/ar/>
9. "دليل المراسم والبروتوكولات للعاملين في العلاقات العامة". اطلع عليه بتاريخ: 30 أبريل، 2024، <https://infobank.khksa.com/infobank/?p=11015>
10. الجامعة المستنصرية، "مفهوم وأبعاد صناعة الضيافة". اطلع عليه بتاريخ: 1 ماي، 2024، <https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/>
11. "تنمية مهارة التحدث". اطلع عليه بتاريخ: 2 ماي، 2024، <https://www.annajah.net/>
12. "فن الاتيكيت". اطلع عليه بتاريخ: 2 ماي، 2024، <https://training.egyptair.com/Lectures/Etiquette-Lec1>
13. "الاستماع مهارة تعلم". اطلع عليه بتاريخ: 4 ماي، 2024، <https://ldotarabic.wordpress.com>
14. التعامل مع الاختلافات الثقافية في دخول الأسواق الدولية". اطلع عليه بتاريخ 5 ماي، 2024، <https://fastercapital.com/arabpreneur/>

15. "التعامل مع الاختلافات الثقافية في دخول الأسواق الدولية." اطلع عليه بتاريخ 5 ماي، 2024،

<https://fastercapital.com/arabpreneur//>

16. زينوبة، عصام. "مهارات العمل تحت الضغط." اطلع عليه بتاريخ: 15 ماي، 2024،

<https://ae.linkedin.com/posts/essam-zinouba-B9-activity->

1. "مهارات العمل تحت الضغط." اطلع عليه بتاريخ: 15 ماي، 2024، <https://hr-excellence.net/blog/>

.II المراجع باللغة الأجنبية:

Livres:

1. De Sèze, Bénédicte. *PANORAMA DU TOURISME D’AFFAIRES*. Synthèse réalisée pour le groupe de travail sur le tourisme d’affaires constitué par la Direction du Tourisme, Maison de la France, France-Congrès, l’Observatoire Régional du Tourisme d’Ile-de-France et l’Observatoire National du Tourisme. Septembre 2002.
2. Swarbrooke, John and Horner, Susan. *Business Travel and Tourism Great Britain: British Library Cataloguing in Publication Data*, 2001.

Articles:

1. Jafarli, Humay. "DEFINITION AND BENEFITS OF BUSINESS TOURISM IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION." *International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences* 2 (2018): 41-45 <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/618246>
2. Christofle Sylvie. "Tourisme de réunions et de congrès et recherche géographique." *Mondes du Tourisme* 1 (2013) : 83-93.
3. J. Mullins, Laurie. *Hospitality Management and Organizational Behavior*. USA: Financial Times Prentice Hall, 2001.

Thèses:

1. BOSSU Julia. "Le tourisme d’affaires: un outil d’attractivité." Mémoire de Master, Université de Toulouse II, 2013.

E-articles:

1. UNWTO, "Glossary of tourism terms." Consulted on June 1st, 2024, <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>
2. "Tourisme d'affaires ? Késako?." last modified October 10th, 2019, <https://additimedia.ouest-france.fr/tourisme-daffaires/>
3. Acarya, Fernanda and Wijaya, Filbert. "Problem Solving in Hospitality Industry." last modified January 2nd, 2024, <https://medium.com/@fernanfilbert/problem-solving-in-hospitality-industry-12fa805d64d4>.

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
40	الصفحة الرئيسية لموقع Booking.Com	1
40	الصفحة الرسمية لمنصة Expedia.	2
41	الصفحة الرسمية لمنصة TripAdvisor	3
67	صورة لواجهة فندق سييوس الدولي ليلاً	4
68	الهيكل التنظيمي لفندق سييوس الدولي -عنابة-	5
70	صورة لإطلالة غرفة من غرف فندق سييوس الدولي.	6
70	صورة للمطعم المتواجد في الطابق 14 المسمى Le Gastronomique	7
71	صورة للمطعم الذاتي المتواجد في الطابق الأرضي	8
72	صورة لكافيتيريا الفندق	9
72	الصفحة الرسمية لفندق سييوس الدولي	10
73	صورة للمسبح الخارجي لفندق سييوس الدولي	11
73	صورة لقاعة الرياضية الخاصة بفندق سييوس الدولي	12
74	صورة لقاعة الولائم (La salle de banquets) لفندق سييوس الدولي	13

74	صورة لقاعة المؤتمرات (La salle de conférence) لفندق سيبيوس الدولي	14
77	الهيكل التنظيمي لفندق الشيراتون -عنابة-	15
80	قاعة الاجتماعات لفندق الشيراتون -عنابة-	16
81	قاعة الأحداث والفعاليات لفندق الشيراتون -عنابة-	17

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
83	مقارنة بروتوكول الضيافة بين فندق سييوس الدولي وفندق الشيراتون	1

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
/	الشكر والتقدير
/	الإهداءات
/	الملخص
/	خطة الدراسة
1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المعرفي للدراسة	
8	مقدمة الفصل
9	المبحث الأول: بروتوكول الضيافة: التعريف والتطور
9	المطلب الأول: مفهوم بروتوكول الضيافة
15	المطلب الثاني: تطور صناعة الضيافة والفندقة
17	المطلب الثالث: الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة
21	المبحث الثاني: سياحة الأعمال: التعريف والأنواع والأدوار
21	المطلب الأول: مفهوم سياحة الأعمال
23	المطلب الثاني: أنواع سياحة الأعمال
28	المطلب الثالث: الأدوار التنموية لسياحة الأعمال
30	المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في إدارة بروتوكول الضيافة
30	المطلب الأول: العوامل المتعلقة بالعنصر البشري
32	المطلب الثاني: العوامل المتعلقة بالثقافة والتجديد
33	المطلب الثالث: العوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي

34	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: بروتوكولات الضيافة الفعالة في صناعة سياحة الأعمال
36	مقدمة الفصل
37	المبحث الأول: الأدوات المستخدمة في بروتوكول الضيافة
37	المطلب الأول: أدوات التواصل
39	المطلب الثاني: أدوات تنظيم الفعاليات
43	المطلب الثالث: أدوات تقديم الخدمات
49	المبحث الثاني: المهارات الأساسية المطلوبة في بروتوكول الضيافة
49	المطلب الأول: مهارات اللغات والتواصل
55	المطلب الثاني: مهارات تنظيمية
58	المطلب الثالث: مهارات تقديم الخدمات
61	المبحث الثالث: أثر بروتوكول الضيافة على نجاح سياحة الأعمال
61	المطلب الأول: العلاقة بين بروتوكول الضيافة الفعال ونتائج سياحة الأعمال
61	المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للاستثمار في بروتوكول الضيافة داخل قطاع الأعمال
63	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: واقع بروتوكول الضيافة في سياحة الأعمال بالجزائر: مقارنة بين فندق الشيراتون وفندق سيبوس بعنابة
65	مقدمة الفصل
66	المبحث الأول: بطاقة تقنية لفندق سيبوس الدولي - عنابة -
66	المطلب الأول: تعريف فندق سيبوس الدولي

68	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لفندق سيبوس الدولي
69	المطلب الثالث: الخدمات والمرافق المقدمة في الفندق
76	المبحث الثاني: بطاقة تقنية لفندق الشيراتون -عنابة-
76	المطلب الأول: تعريف فندق الشيراتون -عنابة-
77	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لفندق الشيراتون -عنابة-
78	المطلب الثالث: الخدمات والمرافق المقدمة في الفندق
82	المبحث الثالث: أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة بين فندق سيبوس الدولي وفندق الشيراتون -عنابة-
82	المطلب الأول: مقارنة أدوات ومهارات بروتوكول الضيافة المستخدمة
94	المطلب الثاني: تقييم لبروتوكول الضيافة في الفندقين
95	خلاصة الفصل
97	الخاتمة
99	قائمة المراجع
/	الملاحق
104	قائمة الأشكال والجداول
107	فهرس المحتويات