**الفصل الثاني**

**خصائص صناعة الضيافة**

تتميز صناعة الضيافة بعدة خصائص هي :

1-    **التأثر الشديد بالأحداث السياسية والاقتصادية.**

2-   **العمل المستمر طوال العام وطوال اليوم**.

3-    **تعتبر منتج غير ملموس**، و صعب القياس، حيث تعتمد على تقديم الخدمة، وتلبية وإشباع رغبات الزبائن.

4-   **عدم القدرة على التخزين**، فمثلا فندق به ١٠٠ غرفة مما يعني ١٠٠ منتج جاهز للبيع، وخلال اليوم تم حجز بيع ٨٠ غرفة فقط، مما يعني أنّ الفندق خسر ال ٢٠ غرفة المتبقية.

5-  العنصر البشري: اعتمادها على العنصر البشري المدرب والمهىء للعمل في القطاع السياحي .

6-   **ارتفاع تكاليف الإنشاء والتشغيل** : كنتيجة لارتفاع الأسعار العالمية للوقود والطاقة، وأيضا الارتفاع أسعار العقارات، مما يعتبر من أهم التحديات التي تواجهها تلك الصناعة، بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف التجديد والتطوير.

7- **القابلية على التلف** :تكون الخدمة في مجال الضيافة قابلة للتلف وسريعة الخسارة

8**-   التقنية**: تماشيا مع التقدم التكنولوجي السريع، والتطور في استخدام التكنولوجيا في مجال الأعمال، أصبح لزاما على صناعة الضيافة تعلم كيفية استخدام التكنولوجيا والانترنت في مجال التسويق، وكسب ثقة الزبائن، وتلبية احتياجتهم، ومتابعة التطور التكنولوجي فيما يتعلق بعمليات التشغيل في صناعة الضيافة

 ●**التأثر بالاستقرار السياسي والامني العالمي** :الأحداث السياسية، والحروب والنزاعات  واوبئة التي تؤثر بشكل كبير على صناعة الضيافة، فقد أدى ذلك لانخفاض عدد المسافرين حول العالم و انخفاض مستويات المعيشة بالنسبة لبعض المجتمعات . كا (حداث 11/9 ,وجائحة كورونا ,حروب الخليج الاولى والثانية )

 ● **عدم الملموسية** :

 تعد الضيافة منتج غير ملموس، و صعب القياس، حيث تعتمد على تقديم الخدمة، وتلبية وإشباع رغبات الزبائن.

 نسعى دائما لارضاء العميل او الضيف المميز satisfacti ) Guest )والذي يؤدي الى ولاء العمل والى الربح وبما ان خدماتنا غير ملموسة Intangible بمعنى ان الضيف لايستطيع ان يقيم مقدما اقامة لمدة ليلة واحدة او يتذوق شريحة لحم قبل الغداء اي ان المنتج مخصص للاستخدام فقط وليس للتملك او الحيازة ومن التفرد لنا انه لكي ننتج منتجنا وهو الضيافة علينا ان نحصل على التغذية الراجعة او المدخلات من الضيف .ولذلك فان صناعة الضيافة تشير الى الارتباط وعدم الانفصال Inseparability)) مابين الانتاج والاستهلاك لمنتج الخدمات وهو الامر الذي يشكل تحديا خاصا لان لكل ضيف متطلباته الخاصة .

●**القابلية للتلف** :والبعد المتفرد للضيافة هو سرعة او القابلية التلف (Perishability ) كما ذكرنا سابقا اننا نقوم بعرض 100غرفة متاحة للضيوف ويتم بيع 80غرفة فان 20غرفة المتبقية غير المباعة فاننا نكون فقدنا 80ليلة بكل الدخل المتحقق منها وهذا المثال يوضح اننا في صناعة الضيافة نحن في اعمال تتطلب منا تحقيق العائد على الاستثمار المنفق return on) investment)بالنسبة للملاك او اصحاب الاسهم ويزداد التحدي عندما يحصل هبوط اقتصادي حيث يكون الصراع حول الحصول على الربح والحصول على اموال اكثر مما تم انفاقه .

● **نظام الورديات والعنصر البشري :** ان لصناعة الضيافة اعتمادا كليا على نظام الورديات أي يتم تقسيم اليوم الى ثلاثة او اربع ورديات او وجبات عمل فنوبة العمل تبدأ صباحا في الساعة السابعة وتاتي النوبة الثانية نوبة الظهيرة التي تبدأ في العاشرة صباحا الى السابعة مساءا وتاتي نوبة المساء التي تبدا في الثالثة لغاية الالحادية عشر ليلا واخيرا النوبة اليلية التي تبدا من الساعة الحادية عشر ليلا الى السابعة والنصف صباحا . حيث كان ومازال العنصر البشري هو العنصر الأساسي في إدارة وتشغيل صناعة الضيافة، وبالتالي نُدرة العناصر البشرية المؤهلة لسوق العمل في تلك الصناعة أثر بالسلب عليها، مما يدفع الشركات لاستقطاب العاملين وتدريبهم وتأهيلهم، وبالتالي يزيد معدل الإنفاق، عوضا عن ارتفاع تكلفة التأمين الصحي، مما يضطر أصحاب العمل لخفض مستوى الإنفاق من خلال خفض الأجور والرواتب لدى العاملين بها، وذلك يؤدي إلى تركهم العمل بصناعة الضيافة، واتجاهم للعمل بمجالات اخر.

**اتجاهات في الضيافة والسياحة**

**العولمة Globalization:** حيث اصبحت القرية الكونية او مايعبر عنه ب العالم قرية صغيرة فلدينا الفرص للعمل او قضاء الاجازات في دول اخرى وهناك عدد اكبر ممن يسافرون ويتنقلون في ارجاء العالم بحرية وسهولة . ان تسارع الاحداث وعدم استقرار البيئة الخارجية وزيادة شدة المنافسة خلقت منها بيئة صعبة وبيئة تنافسية وغير مستقرة ويصعب التنبؤء بها

**السلامة والامان :Safty and Security** : منذ احداث الحادي عشر من سبتمبر 2001اصبحنا مدركين بشكل اكثر لسلامتنا الشخصية بالاضافة الى تعرضنا لزيادة الدقة والمراقبة في المطارات وغيرها وكذلك اختطاف السياح من قبل المنظمات الارهابية والمطالبة بفدية لتحريرهملذا فان الامن هو امر هام بالنسبة للسياحة والضيافة وكذلك الاستعداد لمواجهة الكوارث ويجب ان تكون السلامة الشخصية لضيوفنا لها الاولوية .

**التنوع Diversity:**:تعتبر صناعة الضيافة من اكبر الصناعات تنوعا ليس فقط لان بها تشكيلة متنوعة من العاملين ولكن لاننا نستقبل مجموعات متنوعة من الضيوف وتزداد معدلات

 التنوع كلما انظم اعداد من ذوي الخلفيات الثقافية المتنوعة مما يعطي قوة وزخمنا لصناعة الضيافة .

ا**لخدمة Servis:** ليس من الخفي ان ان الخدمة هي قمة التوقعات لدى الضيوف كما ان الخدمة على المستوى العالمي لا تحدث فجاة فالتدريب مهم جدا لتقديم الخدمة من النوعية التي يتوقعها الضيوف .

**التكنلوجيا : y Technolog** :التكنلوجيا هي عنصر المحرك من عناصر التغيير والذي يقدم فرصا هائلة لتحقيق الكفاءات العظمى والتكامل المنشود والمطلوب لتحقيق خدمات الضيوف ز على ان الصناعة ككل تواجه تحديات هائلة في تدريب العاملين على استخدام التكنلوجيا الحديثة وفي تنميط البرمجيات والتصميم الصلب لمكونات الحاسب الالي وهناك بعض الفنادق تستخدم انظمة مختلفة لاترتبط ببعضه البعض , كما ان بعض انظمة الحجز على المستوى القومي تخل بالمبيعات مابين 7 الى 10%

**القضايا التشريعية :ISSUES : Legal** هناك الكثير من الدعاوى القانونية يتم رفعها على مؤسسات الضيافة بشكل متكرر وكذلك ايضا تكلف هذه المؤسسات الكثير من الخسارة وبل الاكثر لمجرد الدفاع عن نفسها .كما ان التشريعات الحكومية والتعقد في مستوى العلاقات مع العاملين خلق التحديات الجسيمة لمشغلي الضيافة في العالم .

**السعر – القيمة Price-Value::**اصبحت العلاقة بين السعر والقيمة اكثر اهمية للضيوف المدققين اليوم .

**الاعلام الاجتماعي Social Media** :هذه الظاهرة اصبحت نامية في العالم وبسرعة وهي تسمح للناس بالتواصل والاتصال مع بعضهم البعض سعيا وراء الاتصالات الاجتماعية واتصالات الاعمال .

**الجوانب الصحية :Sanitation :** يعتبر الاهتمام بالجانب الصحي عنصرا حيويا وحاسما بالنسبة لنجاح اي مطعم او عملية تقديم الطعام حيث يتوقع الضيوف انهم سوف يتناولون اطعمة صحية تم تجهيزها في بيئة نظيفة وصحية .