

العلاقات العامة في الفنادق المحيطة بالمسجد النبوي ورعايتها للحجاج:

دراسة وصفية ميدانية

أ. مروان بن منصور سلامة

مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف بالمدينة المنورة

إن الحمد لله نحمده، ونستعينه، ونستغفره، ونستهديه، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا، وسيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله، ووحد لا شريك له، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله صلى الله عليه وسلم، ثم أما بعد .

المدينة المنورة مأرز الإيمان، وموطن الهجرة ونزول القرآن، دائرة الأرزاق، وقارة الأعين، أحبها النبي صلى الله عليه وسلم حباً جماً، حماها ربها بملائكة على أنقابها، وبارك في ثمرها وصاعها ومدها.

تعلقت بها قلوب المسلمين في مشارق الأرض ومغاربها، وتهفو إليها الأنفس والأرواح، ومع ازدياد أعداد الحجاج والزوار لها، ازدادت الحاجة إلى تأمين فنادق ومساكن حتى تؤدي مناسك الحج والزيارة في أجواء روحانية وراحة وطمأنينة تامة، وجاءت الموافقة الملكية على تطوير المنطقة المركزية المحيطة بالمسجد النبوي الشريف، وتم تخطيط المنطقة تخطيطاً عالي المستوى، وفتح ذلك مجالاً واسعاً للتنافس أمام الفنادق حتى تستوعب أعداداً كبيرة من حجاج بيت الله العتيق و زوار المسجد النبوي الشريف، وأقامت روابط مع الحجاج والزوار، وابتكرت وسائل وأساليب لجذبهم، وإقامة علاقات عامة معهم.

وأخذت العلاقات العامة في التطور والنمو والوضوح، وتضاعف أعداد العاملين في مجالها، وأصبح

لها جهود كبيرة في كسب ثقة العملاء من خلال الأنشطة التي تقوم بها، والبرامج التي تقدمها.

ولا تكادُ تخلو مؤسسةً صناعيةً أو تجاريةً أو خدميةً من وجود إدارةٍ للعلاقات العامة بها تسعى لقياسٍ وتقييم اتجاهات الجماهير، وتساعدُ الإدارةُ في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق واستمرار التواصل بين المؤسسة وجماهيرها، وتقومُ بالتخطيط والتنفيذ لبرامج تسعى من خلالها لكسب رضاهم .

وأشعرُ أن من أهم القطاعات التجارية التي تسعى لهذا الجانب، الفنادق المنتشرة في أصقاع المعمورة، فهي تقومُ بدورٍ كبيرٍ في كسب ثقة نزلائها أو عملائها، بل وإقامة جسور المودة والمحبة بينها وبينهم، حتى يستمر التواصل على الدوام .

والبحت الذي بين أيدينا يعنى بالعلاقات العامة في الفنادق المحيطة بالمسجد النبوي الشريف ومدى رعايتها للحجاج .

مشكلة البحث :

المشكلة التي قام الباحثُ ببحثها، هي "العلاقات العامة في الفنادق المحيطة بالمسجد النبوي الشريف ورعايتها للحجاج"، وأجاب عن عددٍ من التساؤلات منها ما يلي :

هل ثمة إدارةٌ للعلاقات العامة في الفنادق المحيطة بالمسجد النبوي الشريف؟.

هل استطاعت الفنادق كسب ثقة الحجاج؟.

هل تقدم إدارة الفنادق خدمات مناسبة للحجاج؟.

هل استطاعت إدارة العلاقات العامة بالفنادق ابتكار أساليب وطرق لجذب الحجاج؟.

أسباب اختيار البحث:

- ١ - إبراز كرم أهل المدينة المنورة، وكونهم ورثوا هذا الكرم من سلفهم الأنصار رضي الله عنهم.
- ٢ - أهمية دور العلاقات العامة في الفنادق المحيطة بالمسجد النبوي الشريف.
- ٣ - وجود بعض المؤشرات التي تدل على خلل في فهم دور العلاقات العامة.
- ٤ - التعرف على الأسباب التي تجعل بعض الحجاج يفضلون بعض الفنادق، رغم ارتفاع أسعارها.
- ٥ - المساهمة في تحسين رعاية ضيوف الرحمن وخدمتهم لدى زيارتهم للمدينة المنورة.

أهداف البحث :

يهدف البحث إلى ما يلي:

- ١ - إبراز أهمية وجود إدارة للعلاقات العامة بالفنادق المحيطة بالمسجد النبوي الشريف.
- ٢ - توعية رجال العلاقات العامة بأهمية التخلق بالأخلاق الإسلامية.
- ٣ - تعزيز مكانة المدينة المنورة لدى رجال العلاقات العامة، وأن عليهم واجبات شرعية لا بد من مراعاتها في أداء أعمالهم.
- ٤ - الوصول إلى أساليب ووسائل لجذب الحجاج، وحثهم على السكن في فنادق معينة.
- ٥ - الوصول إلى أفضل الآليات والأدوار، التي تساعد القائمين على إدارة الفنادق في أداء دور أفضل من خلال تحقيق أهداف العلاقات العامة .

الدراساتُ السابقة :

الكتاباتُ حول الرأي العام والعلاقاتِ العامةِ المؤثرةِ كثيرةٌ، لكن ليس منها ما يتعلّقُ بالفنادقِ حول المسجدِ النبوي الشريف ورعايتها بالحجاج، حسب ما توصلتُ إليه بعد استقصاء، لكن ثمةَ دراساتٌ تخدمُ الموضوعَ من حيثُ الأسسِ والأساليبِ والوسائلِ والأثرُ الذي يحدثه فنُ العلاقاتِ العامةِ.

١- " الأسسُ العلمية للعلاقات العامة " الدكتور علي عجوة.

٢- " الأسسُ العلمية في إدارة المنشآت الفندقية " الدكتور حميد الطائي.

٣- " مبادئ إدارة الفنادق " الأستاذ ماهر عبدالعزيز التوفيق.

منهجُ البحث

كان منهجُ الدراسة على النحو التالي:

أولاً: الجانبُ النظري:

تركزَ هذا الجانبُ على ثلاثة محاورٍ:

المحورُ الأول: فضلُ المدينة المنورة، والمسجدِ النبوي الشريف، وتنبيةُ رجالِ العلاقاتِ العامة لعظمِ البلدةِ التي يعملون فيها.

المحورُ الثاني: جولةٌ في علمِ الإدارةِ عموماً، وبالأخصّ الإدارةِ الفندقيةِ.

المحورُ الثالث: التعرفُ على ماهيةِ العلاقاتِ العامةِ ومواصفاتها والقائمينَ عليها.

ثانياً: الجانبُ العملي:



تركز هذا الجانب على عمل استبانات، وزيارات ميدانية، ومقابلات شخصية لأصحاب الفنادق المحيطة بالمسجد النبوي الشريف، وكذلك مقابلات ميدانية لبعض الحجاج، للتعرف على رأيهم في دور العلاقات العامة في الفنادق.

واستخدمت " المنهج التحليلي " لمعرفة مهام العلاقات العامة، ومدى رعايتها للحجاج، وكان ذلك عن طريق عمل نموذجين من الاستبانات، الأول وزع على إدارة الفنادق، والثاني وزع على الحجاج المستفيد من الخدمات.

ثم بعد ذلك تم جمع الاستبانات وتفرغ ما فيها من معلومات وتحليلها، والوصول إلى نتائج محددة.

خطة البحث

احتوى البحث على مقدمة، وتمهيد، وأربعة فصول، وتحت كل فصل مباحث متعددة، وخاتمة.

المقدمة شملت: موضوع البحث وأهميته، وتحديد مشكلته، وأسباب اختياره، وأهدافه، والدراسات السابقة، ومنهجه.

الفصل الأول: تمهيد بعنوان (جولة في بلد الحبيب صلى الله عليه وسلم) واشتمل على ثلاثة مباحث:

المبحث الأول : المدينة المنورة، واشتمل على مطالب :

المطلب الأول : موقع المدينة المنورة.

المطلب الثاني : فضل المدينة المنورة.

المطلب الثالث : المسجد النبوي الشريف وفضل الصلاة فيه .

المطلب الرابع : حرمة المدينة المنورة ومكانتها في النفوس .

المبحث الثاني : مكانة الحج في الإسلام .

المبحث الثالث : المنطقة المركزية المحيطة بالمسجد النبوي الشريف .

الفصل الثاني : الإدارة الفندقية واشتمل على مبحثين :

المبحث الأول : مدخل إلى علم الإدارة، واشتمل على ثلاثة مطالب :

المطلب الأول : مفهوم الإدارة وأهميتها .

المطلب الثاني : عناصر العملية الإدارية .

المطلب الثالث : القيادة الإدارية .

المبحث الثاني : إدارة الفنادق، واشتمل على خمسة مطالب :

المطلب الأول : مفهوم الإدارة الفندقية .

المطلب الثاني : مهام المدير في الفنادق .

المطلب الثالث : أنواع الفنادق .

المطلب الرابع : التنظيم الداخلي للفنادق .

المطلب الخامس : توصيف بعض الوظائف الفندقية .

الفصل الثالث : (العلاقات العامة ماهيات ومواصفات)، واشتمل على ثلاثة مباحث :



المبحثُ الأول : ماهياتُ العلاقاتِ العامة، واشتمل على ثلاثة مطالب :

المطلبُ الأول : مفهومُ العلاقاتِ العامة.

المطلبُ الثاني : أهدافُ العلاقاتِ العامة وأسسها.

المطلبُ الثالث : حاجةُ الفنادقِ إلى العلاقاتِ العامة.

المبحثُ الثاني : صفاتُ رجلِ العلاقاتِ العامة.

المبحثُ الثالث : توصيفُ أعمالِ رجلِ العلاقاتِ العامة.

الفصلُ الرابع : العلاقاتِ العامة (خطواتٌ عمليةٌ ميدانية) واشتمل على مبحثين

المبحثُ الأول : عرضُ نتائجِ الاستبانات، واشتمل على مطلبين :

المطلبُ الأول: عرضُ نتائجِ استبانةِ الفنادقِ

المطلبُ الثاني: عرضُ نتائجِ استبانةِ الحجاجِ

المبحثُ الثاني : مهامُ العلاقاتِ العامة، واشتمل على ثلاثة مطالب :

المطلبُ الأول:مهامُ العلاقاتِ العامة قبلِ قدومِ الحجاجِ.

المطلبُ الثاني:مهامُ العلاقاتِ العامة أثناءِ وجودِ الحجاجِ.

المطلبُ الثالث:مهامُ العلاقاتِ العامة بعدَ مغادرةِ الحجاجِ.

ثم الخاتمة، والنتائج، والملاحق، ثم الفهارس.

أولاً: أهم النتائج:

١. قلة أو انعدام الكتابة في هذه الموضوعات الميدانية في الساحة.
٢. اتفاق مديري الفنادق المحيطة بالمسجد النبوي الشريف، على أهمية استخدام أكثر من وسيلة لتعريف الفندق بنفسه على الحجاج.
٣. اتفاق عدد كبير من الفنادق، على أهمية وجود هيكل تنظيمي للفندق، مع توصيف للوظائف.
٤. اتفاق جميع الفنادق التي جرت عليها الدراسة، على أهمية إقامة دورات تدريبية تطويرية للموظفين.
٥. اتفاق عدد كبير من الفنادق، على أهمية وجود إدارة العلاقات العامة في هيكلها التنظيمية.
٦. اتفاق عدد كبير من مديري الفنادق، على أهمية أن يكون موظفو إدارة العلاقات العامة من السعوديين، ومن المدينة المنورة نفسها.
٧. تبين أن بعض الفنادق تسند مهام إدارة العلاقات العامة لأشخاص غير مختصين في العلاقات العامة.
٨. ضعف وسائل جذب الحجاج، رغم تنوعها وكثرتها.

ثانياً: التوصيات:

أولاً: توصيات متعلقة بتنظيم إدارة العلاقات العامة:

١. أهمية تحديد مهام واختصاصات موظفي العلاقات العامة تحديداً دقيقاً، وفقاً لمتطلبات العمل، وحبذا وضعها في دليل ليسهل الرجوع إليه.
٢. ضرورة إيجاد وصف وظيفي لكل عمل لموظفي العلاقات العامة.

٣. ضرورة تنمية الوعي الإداري لدى مدراء وموظفي العلاقات العامة.

ثانياً : توصيات متعلقة بالتدريب :

١. إتاحة الفرصة لدى موظفي العلاقات العامة للالتحاق بدورات تدريبية للارتقاء بمستواهم.

٢. تركيز الفندق عند إقامته لدورات تدريبية لموظفي العلاقات العامة على فنون التعامل مع الجمهور، وفهم الآخرين، والتأثير فيهم.

ثالثاً : توصيات متعلقة بالحوافز :

١. زيادة الحوافز المادية والمعنوية لاستمرار موظفي الفندق، وكذلك لاستقطاب خريجي الجامعات.

٢. تعميق البعد الديني، والتاريخي للمدينة المنورة في نفوس العاملين في الفنادق.

٣. أهمية مشاركة الفنادق في المعارض السياحية الدولية، للاطلاع على آخر ما في هذا المجال.

رابعاً : توصيات متعلقة بموظفي العلاقات العامة :

١. عدم إسناد مهام العلاقات العامة لأشخاص لا يجيدون ذلك.

٢. ضرورة إجادة موظفي العلاقات العامة لأكثر من لغة في تعاملهم مع الحجاج.

٣. ضرورة أن يكون موظفو العلاقات العامة من حملة الشهادات الجامعية، أو من أصحاب الخبرات الطويلة في هذا المجال.

٤. أهمية منح رجال العلاقات العامة استقلالية، سواء في المكان أو الميزانية أو الاحتياجات.

٥. إحاطة العاملين في الفنادق بأهمية عملهم في المدينة المنورة.

٦. إقامة دوراتٍ عن مناسكِ الحج لموظفي العلاقات العامة.

خامساً : توصياتٌ متعلّقةٌ بخدمة الحجاج:

١. استخدام موظفي العلاقات العامة عند تعاملهم مع الحجاج لغةً الفعلِ والحركاتِ والأشياء.
٢. أهمية توزيع مطبوعاتٍ وكتيباتٍ ونشراتٍ عن الحجِ على الحجاج بلغاتهم الأصلية .
٣. أهمية التواصلِ مع بعثات الحج قبل قدوم الحجاج والتنسيقِ والترتيبِ اللازم.
٤. ضرورة الاستقبال المناسب للحجاج سواءً في المطار أو أثناء وصولهم إلى الفندق.
٥. أهمية ترتيبِ توزيعِ مفاتيحِ الغرفِ على الحجاج أثناء توجيههم إلى الفندق، وترتيبِ نقل أمتعتهم بطريقة مناسبة وسريعة.
٦. أهمية تجهيزِ الغرفِ والأجنحة بسلة فواكه ومرطبات.
٧. أهمية تنوع وسائلِ جذبِ الحجاج.
٨. أهمية إقامة حفلٍ توديعٍ للحجاج، وتوزيعِ الهدايا التذكارية عليهم.