

به نام خدا

شیوه نامه و چارچوب کلی طرح مدیریت بهره برداری

تقسیم بندی طرح بهره برداری به 4 بخش کلی:

الف) مدیریت تجهیز و چیدمان فضاها

ب) بازاریابی، روابط عمومی، تبلیغات و برندسازی

ج) مدیریت منابع انسانی

د) مشتری مداری و ارائه خدمات

که هر کدام از این چهار بخش ابزارهای اجرایی با شرح وظایف مشخص خود را دارند.

الف) مدیریت تجهیز و چیدمان فضاها:

از آنجاییکه بهره برداری در بناهای تاریخی صورت می گیرد لذا بهره بردار موظف است قبل شروع بهره برداری با در نظر گرفتن کاربری مناسب بنای تاریخی مورد نظر و توجه به حفظ ارزشها و لایه های تاریخی و ارزشمند بنا، جهت تجهیز و چیدمان چند نکته را مد نظر بگیرد اول اینکه تعداد اتاق های موجود، متراژهای اتاقها و نحوه دسترسی اتاقها به فضاهای عمومی مانند لابی، رستوران، کافی شاپ و.... که می بایست تا جایی که امکان دارد تداعی کننده نام بنا که ریشه در تاریخ آن دارد باشد و با خدمات استاندارد هتلی ادغام شود لذا بهره بردار موظف است قبل از شروع بهره برداری با در نظر گرفتن نکات فوق طرح تجهیز و چیدمان خود را به کمیته تجهیز و چیدمان صندوق احیا جهت بررسی و تایید ارائه نماید و چنانچه در این بخش بهره بردار سابقه قبلی مرتبط ندارد می بایست یک مشاور کارشناس در این خصوص به کمیته مذکور معرفی نماید.

ب) مدیریت بازاریابی، روابط عمومی، تبلیغات و برندسازی:

بهره بردار موظف است طرح مدیریت بازاریابی، تبلیغات و برندسازی خود را در طرح جامع بهره برداری ارائه نماید از اینرو می بایست یک مدیر (حقیقی یا حقوقی) که دارای سابقه و مدرک کارشناسی مرتبط باشد به صندوق احیاء معرفی نماید. جدا از مدرک آکادمیک، این مدیریت می بایست حتی الامکان بومی منطقه باشد تا بتواند دقیقاً با شناختی که از و پیرامون آن دارد بازارهای هدف خود را تعیین نماید و با تبلیغات مؤثر در فضاهای موجه، مجموعه را در مسیر تعالی قرار دهد و با روابط عمومی کاری مناسب مجموعه را به توسعه پایدار برساند زیرا مهمترین رکنی که توسعه پایدار را پدید می آورد روابط عمومی منطقی و متعادل می باشد.

ج) مدیریت منابع انسانی:

در این بخش مدیریت مربوطه می‌بایست چارت سازمانی مشخص با شرح وظایف و کلیه جزئیات اعم از تعداد پرسنل به صورت شیف‌کاری و آموزش‌های مورد نیاز را تهیه و ارائه نماید و در خصوص پست‌های کلیدی زیر، افراد متقاضی را که سابقه و مدرک حداقل کارشناسی و مرتبط دارند معرفی نماید.

- 1- مدیر اجرایی یا بهره‌بردار؛ که می‌تواند در قالب شخصیت حقیقی یا حقوقی باشد و حداقل شرایط جهت احراز این پست دارا بودن مدرک آکادمیک مرتبط و حداقل 5 سال سابقه کاملاً مرتبط می‌باشد.
- 2- مدیر بازاریابی، روابط عمومی، تبلیغات و برند سازی؛ که می‌تواند در قالب شخصیت حقیقی یا حقوقی باشد که در بند (ب) توضیحاتی در این مورد ارائه شده است.
- 3- مدیر خدمات غذاییو تشریفات؛ بایستیدارای شخصیت حقیقی به همراه حداقل 10 سال سابقه اجرایی باشد که در این بخش، داشتن سابقه بر مدرک آکادمیکمقدم استو همچنین اهم وظایف ایشان به شرح ذیل می‌باشد:
 - سرو غذاهای بومی منطقه و عرضه آنها در نهایت سلیقه با رعایت کامل اصول بهداشتی و نکات تغذیه‌ای در مدیریت غذا و نوشیدنی‌ها و تشریفات.
 - تهیه منوهای غذایی مناسب با رعایت اصول نگارش آنها در سطح جهانی منطبق با آخرین استانداردهای علوم غذاشناسی و تقسیم‌بندیهای استاندارد آنها.
 - ارائه حداقل چندین نوع غذای بین‌المللی در منو، جهت افرادی که امکان دارد نوع غذاهای بومی و قومی ایرانی را مناسب با ذائقه خود نبینند. این غذاها حتماً باید با توجه به شأن و رتبه بنا انتخاب شوند.
 - تا حد امکان تأکید بر عرضه ترشیجات، حلویات و شیرینی‌جات خاص و ویژه منطقه در منوهای غذایی و یا تعارفات متداول برای مهمانان خاص.
- 4- مدیر مالی اداری؛ معرفی فردی جهت اداره سیستم مالی اداری مجموعه و همچنین رعایت تعاملهای مربوطه با معاونت پشتیبانی صندوق احیا.
- 5- مدیر حراست؛ معرفی شرکت یا دارای سابقه مرتبط جهت حراست فیزیکی کل مجموعه و تعامل در خصوص پیش‌آمدهای احتمالی.

د) اصول مشتری مداری و ارائه خدمات:

ارائه خدمات به مشتریان با کیفیت عالی و به طور مستمر، موجب ایجاد مزیت‌های رقابتی برای بهره‌بردار می‌گردد. در زیر به نکاتی درباره کیفیت اشاره می‌شود که در همه مراکز اقامتی، پذیرایی و فرهنگی باید مورد توجه قرار گیرد:

- سرعت در ارائه خدمات: مشتریان خواهان تسریع در کار مورد نظر خود هستند.
- صحت خدمات: مشتریان درستی نتایج کارهای انجام شده را طالب اند.
- زیبایی و آراستگی: پرسنل در هر جایگاه شغلی که هستند به ویژه آنهایی که در تماس با مشتریان هستند، می‌بایست از ظاهری آراسته و پاکیزه با لباس فرم مرتب برخوردار باشند.
- رفتار مناسب: مشتریان خواهان دریافت خدمات با رفتاری مشفقانه و بسیار مؤدبانه هستند و نحوه رفتار پرسنل و پیگیری نیازهای مشتریان توسط پرسنل دارای جایگاه ویژه ای می‌باشد.

- **قانونمندی:** مشتری‌ان‌خواهان پایبندی پرسنل به قوانین و ضوابط اند و هرگونه تبعیض و نابرابری را ناخوشایند می‌دانند.
- **دانش و توانایی پرسنل:** پرسنل باید مهارت کافی و دانش و تخصص لازم را در ارائه خدمت داشته باشند.
- تقسیم‌بندی وظایف و قسمت‌ها با تفاوت در رنگ‌بندی و مدل لباس‌های فرم پرسنل که ترجیحاً الهام گرفته از لباسهای بومی محلی بنای مورد نظر باشد.
- پرهیز از قصه پردازی یا بیان خلاف واقعیت که باعث خدشه به هویت اسلامی ایرانی بنا شود و رعایت نگارش برای ادبیات تابلوها و اقلام تبلیغی.
- القاء حس اعتماد، اطمینان و آرامش خیال به مهمانان و مشتریان در نحوه ارائه تمامی خدمات عرضه شده از جوانب مختلف.
- تعامل خوب بهره‌برداران با ساکنین منطقه و اهالی بومی محلی و ایجاد حس شرکت در آنها با به کارگیری حداکثری از نیروهای توانمند و درستکار بومی.

پایبندی به مفاد منشور اخلاق کاری به شرح ذیل:

- با ارائه خدمات با کیفیت، موجبات نشاط، شادابی و زمینه‌آشنایی با فرهنگ و تاریخ ایران اسلامی برای میهمانان فراهم گردد.
- بر خورد خوش، رعایت ادب، احترام، امانتداری، صداقت و تکریم توأم با رفتاری صمیمانه و دوستانه در برخورد با میهمانان به عنوان یک وظیفه شناخته شود.
- مشتری‌مداری و رضایتمندی میهمانان به عنوان یکی از اصول اساسی مجموعه سرلوحه کار قرار گیرد.
- رعایت نظم، انضباط و پیراستگی محیط کار و آراستگی پوشش ظاهری مطابق با فرهنگ اسلامی و سابقه تاریخی و فرهنگی جزو لاینفک ارائه خدمات به میهمانان مدنظر قرار گیرد.
- استقبال از انتقادات و پیشنهادات میهمانان در کلیه مصادیق میهمان‌نوازی، به عنوان یک اصل شمرده شود.
- رعایت ادب و نزاکت و رفتار عادلانه و منصفانه در برابر میهمانان همواره جزو وظایف اصلی می باشد.
- پایبندی به ارزش‌های اخلاقی در ارتباطات و تعاملات فردی و سازمانی با توجه به سه اصل صمیمیت، صداقت و صراحت.
- اقتدا به فرهنگ کار و تلاش، در تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و تشریک مساعی در راستای تحقق اهداف و اجرای برنامه‌های صندوق احیاء و سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری.
- رعایت و اجرای کامل قوانین، مقررات و ضوابط اداری و پرهیز از هرگونه سوء استفاده از موقعیت شغلی و تبعیض در تعاملات و ارتباطات کاری.
- پرسنل مجتمع‌های اقامتی، پذیرایی و فرهنگی بعنوان ارزشمندترین منابع محسوب شده، لذا تردیدی در اثرگذاری‌پندار، کردار و رفتار آنها در میهمانان نیست، پس با رشد و بهسازی سطح اجتماعی، فرهنگی و علمی کارکنان، زمینه تعامل با مشتریان به بهترین نحو فراهم گردد.