

أصول التعامل وأثره على رضا السياح

(دراسة ميدانية لعينة من فنادق إقليم كردستان)

أ.م. إلهام خضير عباس*
م.م. داود سليمان القاندي**

المستخلص :

يشكل أصول التعامل من العوامل المهمة في جذب السياح إلى المنشآت السياحية وإلى كسبهم رواداً دائمين وإقناع غيرهم من الأصدقاء والأقرباء لزيارة تلك المنشأة السياحية سيما وأن بعض الضيوف يدفعهم القدوم والحجز في فنادق دون غيرها بسبب التعامل اللطيف والمعاملة الحسنة من قبل الموظفين في الأقسام الأمامية التي تلتقي وجهاً لوجه مع الضيوف، عليه أن تدفق السياح إلى المنشآت السياحية تساهم في تحقيق الربحية لها ومساعدتها على الأستمرار ومنافسة المنشآت السياحية داخل السوق السياحي.

وهي مجموعة من القواعد التي يجب أن يراعيها الفرد رجلاً كان أو امرأة في علاقاته مع أعضاء المجتمع في مختلف المناسبات والواجبات التي يجب أن يقوم بها ويعمل على هديها والأخطاء التي يجب أن يتجنبها والمجاملات التي يجب أن يقوم بها نحو أسرته وأقاربه وأصدقائه وزملائه ورؤسائه، وأصول التهاني والتعازي وقواعد الزيارة وآداب المائدة والحفلات والأعياد ونظام الألبسة وطريقة الحديث وأصول الضيافة وقواعد التعارف والتقديم والتدخين والمحادثات الهاتفية والأنتظار في الصف والمحافظة على المواعيد وآداب قيادة السيارة والسير في الطريق وأصول التعامل بين الجنسين ومسايرة التطور الاجتماعي العالمي تدريجياً مع مراعاة الأعراف والتقاليد المحلية والوطنية.

* أستاذ مساعد/ الجامعة المستنصرية /كلية الادارة والاقتصاد/قسم السياحة وإدارة الفنادق

** مدرس مساعد/ المعهد الفني للسياحة / قسم إدارة المنشآت السياحية / أربيل

مقبول للنشر بتاريخ 2010/3/14

Abstract :

The bases of dealing considers as one of the most important point that can attract the tourist to be as a permanent customer in certain tourist's places than the other and the tourists themselves will convince their relatives and friends according to the cool and nice treatment from the reception and the employers to come and visit these places and the result for that good treatment the tourist's institution will be continue and at the same time get high profits that can stand strongly against the other compeers .

It is a set of rules that should do and take care of from man or woman in their relations with the other members of the society in different celebration and duties they have to do the best and avoid the mistakes that may be happened and looking for things make them more close to their families , relatives, friends and even their bosses, also there are some important planning help the people to do the best performance towards their social duties such as the rules of visiting , offering food , calling phones , smoking , the way of talking , waiting in line , the manner of car's driving , the best relationships between male and female , and how to follow the global social development according to our traditional and heritage culture .

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث: 1. مشكلة البحث:

ضعف الوعي بالقواعد والسلوكيات الإنسانية في أصول التعامل مع الآخرين يؤثر سلباً على حياتنا العامة والخاصة ويزداد الأثر في حالة المنشآت السياحية كونها تركز أساساً على الذوق والتعامل مع الآخرين.

2. أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث كون العلاقات الحسنة والإنسانية بين الناس ترفع شأن المجتمعات مهما اختلفت أنظمتها وعقائدها وأديانها في حدود الاحترام الواجب بين كل أطراف المجتمع والمنشآت

السياحية كجزء من مجتمع له خصوصية في طبيعة العمل بها تعتمد أساساً على فن التعامل مع الآخرين.

3. هدف البحث:

أ. الدعوة إلى التعريف بأهمية الإتيكيت وأصول التعامل مع الآخرين بشكل عام وفي المنشآت السياحية بشكل خاص كون الإتيكيت سلوك متعارف عليه عالمياً وهو فن من فنون الحياة التي تعتمد الذوق والكمياسة وحسن التصرف في كل مواقف الحياة المختلفة.

ب. بحث إدارات الفنادق على الاهتمام ومتابعه تطوير مهارات العاملين في اصول التعامل وفن الإتيكيت واثره في جذب الزبون على اختيار الفندق وتكرار زيارته.

4. فرضية البحث:

نشر فن الإتيكيت يخلق مجتمع راقي خالي من المشاكل التي تظهر بسبب ضعف الوعي في أصول الإتيكيت والتعامل مع الآخرين بكل تفاصيل حياتنا اليومية سواء على مستوى العلاقات الرسمية وغير رسمية وبشكل خاص في العمل السياحي والفندقي الذي يركز على السمع الجيدة في تقديم الأفضل في الاداء الفندقي وتحقيق رضا الضيوف .

5. اسلوب البحث:

أ: **أسلوب المنهج النظري:** اعتمدنا الاسلوب النظري ، في كتابة البحث وجمع المعلومات من خلال المصادر المتخصصة في فن الإتيكيت وأصول التعامل بشكل عام، لكي نستطيع الأستناد عليها في نتائج البحث.

وكذلك أستخدمنا التحليل الكيفي (Qualitative Analyses) في تحليل البيانات والإحصائيات ذات الصلة بالموضوع في تحقيق أهداف البحث.

ب: **منهج المسح الميداني:** أستخدم الباحثان منهج المسح الميداني في فنادق عينة البحث وذلك للتوصل إلى نتائج وملاحظات يمكن الأستناد عليها في تنمية وتطوير سلوكيات التعامل في الفنادق من خلال الأهتمام بتطوير مهارات التعامل.

1. تصميم العينة :

أجريت الدراسة الميدانية في ثلاث فنادق في محافظات أربيل، السليمانية، دهوك، كانت فنادق مدينتي (أربيل ودهوك) من فئة خمسة نجوم (درجة ممتاز) علماً أن في كل محافظة حسب التسلسل (3) فنادق فئة (خمسة نجوم) في محافظة أربيل (فندق أربيل الدولي). وفي مدينة دهوك فندق واحد من فئة (خمسة نجوم) وهو فندق (دلشاد بالاص)، أما في محافظة السليمانية يوجد فندق واحد من فئة (خمسة نجوم) في قضاء دوكان (70) كم وهو فندق آشور، إلا أن الباحثان ارتأوا اختيار فندق من داخل مدينة السليمانية وهو فندق (سليمانية بالاص) وهو من فنادق الدرجة الأولى كون العمل فيه مستمر بعكس فندق آشور يكون الطلب عليه موسمي.

وقد تم استخدام عينة عشوائية طبقية كونها أفضل أنواع العينات وأكثرها دقة في تمثيل المجتمع، حيث تتكون العينة من مائة وخمسون مبحوث ومبحوثة وبواقع (50) أستمارة لكل فندق.

2. المقاييس الأحصائية المستخدمة:

أ. مقياس النسب المئوية

6. حدود البحث:

أ: الحدود المكانية: تنحصر حدود البحث المكانية ضمن محافظات (أربيل، السليمانية، دهوك)

ب: الحدود الزمانية: تنحصر حدود البحث الزمانية من الفترة التي أجريت فيها البحث بتاريخ 12 / 5 / 2008 - 2 / 8 / 2008.

المبحث الثاني: التعامل مع الضيوف وقواعده: أولاً: فن التعامل:

أن التعامل مع الناس هو من أهم الفنون نظراً لأختلاف طباعهم، فليس من السهل أبداً أن نحوز على احترام وتقدير الآخرين وفي المقابل من السهل جداً أن نخسر كل ذلك لأن الضيف الذي يحصل على خدمات ليست بالمستوى المطلوب تكون ردود الفعل سلبية ، وقد أظهرت الدراسات الميدانية التي أجريت بهذا الصدد أن الناس الذين يحصلون على الخدمات الجيدة أو فرصة طيبة من المؤسسة السياحية فأنهم سوف يتحدثون إلى خمسة أشخاص كمعدل ، بينما إذا كانت الخدمة التي يحصلون عليها غير جيدة فسيتحدثون عنها إلى عشرة أشخاص كمعدل. ومن ذلك نستنتج أن الكلمة المنطوقة (Word of mouth) من قبل الضيوف بلغ ردوداً هاماً في ردود فعل الضيوف

المحتملين (Potential client) إيجابياً أو سلبياً ، وهذا يعتمد بالتأكيد على الطبيعة أو السيئة بين العاملين الذين يقدمون الخدمات والمستفيدين منها. على سبيل المثال فإن العاملين في المكتب الأمامي في الفندق أو شركة السفر سوف يلعبون دوراً هاماً في تكوين قناعة أو رضا ضيوفهم من خلال الاستقبال اللطيف والاحترام وتزويدهم بالمعلومات الضرورية. (الطائي، 2004:354).

القواعد التي تؤدي الى كسب حب الناس وهي كالآتي:

1. حاول أن تنتقي كلماتك، فكل مصطلح تجد له الكثير من المرادفات فأختر أجملها، كما عليك أن تختار موضوعاً محبباً للحديث وأن تتبعد عما ينفر الناس من المواضيع فحديثك دليل شخصيتك .
2. حاول أن تبدو مبتسماً دائماً. فهذا يجعلك مقبولاً لدى الناس حتى ممن لم يعرفوك جيداً فالإبتسامة تعرف طريقها الى القلب.
3. أبتعد عن الثرثرة فهو سلوك بغض ينفر الناس منك ويحط من قدرك لديهم.

ثانياً: الفندق الناجح:

هو ذلك الشخص القادر على أن يجعل أسلوبه مع الضيف أسلوب مميز جداً يرضيهم ، كما يجب أن يكون أسلوب تعامله مع زملاءه هو أسلوب متعاون قادر على إنجاح العمل. (حسن، 2006: 170)

ثالثاً: التعامل مع الضيف:

من المعروف والبدهي أنه كلما زاد الأفراد كلما زادت آرائهم ومتطلباتهم وكلما زادت الصعوبة في إرضائهم ذلك نظراً لإختلاف هؤلاء الأفراد في العادات والتقاليد وطرق النشأة ، فمكان الضيافة بصفة عامة والفندق بصفة خاصة ما هو إلا مكان تتجمع فيه مجموعات مختلفة من البشر للحصول على الخدمات المقدمة وعلى العاملين بالفندق دائماً إرضاء الضيف وعدم ترك أي ضيف غير راضي عن الخدمات المقدمة في المنشأة السياحية وخاصة أنها خدمات مدفوعة الأجر ، من هنا كانت الصعوبة التي يواجهها العاملون بمجالات صناعة الضيافة فالفندقي لابد أن يرضي الضيف مهما أختلفت ميوله و طباعه ، لذا فكان لزاماً على منشأة صناعة الضيافة أن تدرب العاملين فيها خاصة هؤلاء العاملين في الأقسام التي تتعامل بطريقة مباشرة مع الضيف على أن يشمل التدريب طرق التعامل مع أنماط الضيوف المختلفة وكان لتقسيم الضيوف إلى أنماط معينة العديد من الفوائد التي تمكن الفندق من التعامل مع كافة الأنماط المختلفة بصورة لاتسيء إلى المنشأة الفندقية.

وعلم النفس يقول أن تقسيم الضيوف هي عملية عامة وتقريبية وأن غالبية الضيوف تقع في المناطق الوسطى، ولكن عملية التقسيم لها قيمتها العلمية لأنها تعطي فكرة عامة عن شخصية الفرد والصفات والخصائص الموجودة في تلك الشخصية وهناك العديد من طرق التقسيم المختلفة التي تساعد على تقسيم الضيوف إلى أنماط ، أبسط تلك الطرق هي طريقة تصنيف الضيف الى نوعين ، الأول:أنطوائي والثاني:إنبساطي. وأما التقسيم الأكثر واقعية فهو كالاتي:

1. الضيف المتردد.
2. الضيف العصبي.
3. الضيف المعارض.
4. الضيف الثرثار.

1.الضيف المتردد:

هذا النوع من الضيف يتميز بالخلج وهم كثيري القلق وثقتهم في أنفسهم قليلة إلى حد كبير وعند وصولهم يكون لديهم العديد من البدائل وهم في حاجة إلى من يقدم لهم النصيحة والمشورة في إختيار أحد تلك البدائل فهذا النمط من الضيف يجد صعوبة في إتخاذ القرار. على المتعامل مع هذا النوع من الضيف أن يعرض عليهم العديد من البدائل المختلفة مع طرح مميز وعيوب كل بديل منها ليساعد الضيف في إختيار ما يريد عن أفتناع تام.

2.الضيف العصبي:

يمتاز هذا النوع من الضيف بقلّة الصبر ومقاطعة الفندق في الكلام بصفة مستمرة ، ودائما ما يتعامل مع العاملين بطريقة هجومية ويحب تكرار الحديث للتأكد من معلومات محددة وغالبا عند أصغر الامور ما يطلب رئيسك في العمل ليشكو له ما حدث وأحيانا يضحخ هؤلاء الضيوف من الامور. كيفية التعامل معه:

على العاملين أثناء التعامل مع هذا النمط من الضيوف أن يجري الضيف في سرعة التفكير والانتقال من نقطة إلى أخرى لكي يتم إشباع رغبات الضيف ، كمايجب على الفندق أن يتعامل بلطف ومنطق مع هذا النمط من الضيوف.

3.الضيف المعارض:

يزعج هذا النوع من الضيف من يتعامل معه حيث لا يتورع عن التحدث بصوت عالي في كافة الأمور ويترك أبنائه يفعلون كل شيء حتى وأن كانت أشياء مزعجة أو تنم عن سوء السلوك وغالبا ما يرغب في أن تكون جميع خدمات المنشأة موجهة إليه كما أنه دائم الشكوى من الممكن أن تجعله يأخذ أكثر من حقه.

كيفية التعامل معه:

على العاملين أن يشعروا هذا الضيف بطريقة تحمل الكثير من الأدب بأن ما يتم تقديمه له من الخدمات هي نفس الخدمات التي تقدم للجميع وأنه محل عناية من المنشأة والعاملين بها وأن يعمل على حل شكوى الضيف بصورة لائقة.

4. الضيف الثرثار:

هو ذلك الضيف الذي لا يكف عن الكلام بصورة مستمرة ، ومن صفات هذا النوع من الضيف أنه ضيف مرح يحب الدعابة.

كيفية التعامل معه:

على الفندق أن يكون مدركا بأنه إذا تمادي في الحديث مع هذا الضيف سوف يضيع كثيرا من الوقت المخصص للعمل ، فيجب أن يكون الحديث معه بلباقة دون أن يسبب له أي إحراج أو يشعره بأنه كثير الكلام ، وأثناء التعامل معه يجب إعطائه فرصة لكي يتحدث ولكن أنتهز الفرصة أثناء كلامه لتوجيهه نحو الخدمة المطلوب تقديمها له ويجب التركيز معه لألتقاط العناصر الأساسية من حديثه ولا بد من أن نشكره على اقتراحاته وآرائه ونصائحه. (حسن، 2006: 174-176)

ويرى الباحثان ضرورة أن يلم جميع العاملين في المنشآت السياحية خصوصا العاملين الذين يعملون في الأقسام التي تلتقي مباشرة مع الضيوف بمعرفة انماط الضيوف لكي يستطيعوا التصرف معه في المواقف المتعددة والعمل على أرضائه سيما أن الضيوف هم رأس مال تلك المنشآت ومحور اهتمامها وسر أستمرايتها في العمل.

رابعاً: الترحيب:

أنها أول بادرة في آداب السلوك وبها نعبر عن توددنا واحترامنا لمن نحبي ، وطبيعي أن أجمل تحية هي التي تكون مصحوبة بإبتسامة رقيقة والتي يذكر فيها أسم الصديق أو الزميل. أما إذا كان الشخص الذي نحبيه يشغل منصبا رئيسيا أو دبلوماسيا رفيعاً أو كان يحمل رتبة عسكرية أو دينية أو لقباً أجنبياً مثلاً (Lord, sir) فأنا لا نذكر الأسم وإنما تكون التحية مصحوبة بصفة مثلاً (سيادة الرئيس، سيادة الوزير، سعادة السفير، سماحة الشيخ، سيدي). وعلينا أن نؤدي التحية بالطريقة التي تكون مألوفة في الوطن الذي نتواجد فيه ، سواء بالكلمة المعبرة أو بالإشارة أو بالحركة مثل الوقوف أو حني الرأس أو رفع اليد ، وفي بعض بلدان القارة الآسيوية تعتبر التحية من سمات العبادة لذلك تؤدي بضم راحتين اليدين مع حني الرأس قليلاً.

وهناك في التحية عدد من الواجبات وهي:

1. الوقوف لتحية رجل الدين ، ولمن هو أكبر منا سنناً أو مركزاً وهو قادم نحونا.
2. إلقاء عبارة أو إشارة تحية على الزملاء و الزميلات عند الدخول إلى مكان العمل أو عند الإنصراف أو عند عبور مكاتبهم. (القرغولي، 2000:13).
3. عندما يكون الشخص المحيا ذا مكانة، فمن اللائق تحيته بصفته لا بأسمه ، مثل (سمو الأمير ، معالي الوزير).
4. توجيه التحية للزوجات أولاً ثم الأزواج.
5. الترحيب بالضيف وتوفير الراحة له.
6. إذا كنت مشغولاً فيمكنك الإستعانة بالزميل أو زميلة ، وعند دخول الضيف للمكتب عليك القيام على الفور والخروج لأستقباله والمصافحة بالأيدي.
7. توجيه بالإشارة لمكان الجلوس.
8. عند خروج الضيف من المكتب لا تتركه يذهب بمفرده، وعليك بمصاحبتة حتى باب المصعد أو السلم. (علوان ، عدم وجود 2005:42-44).

هذه السلوكيات مهمة لجميع الناس أن يقوموا بتطبيقها والتعامل على أساسها وتكمن أهمية تطبيقها مع ضيوف الفنادق والمنشآت السياحية لأن السلوكيات الحسنة والأبتسامة هي جزء من الخدمة المقدمة إلى الضيوف.

خامساً: كيفية العمل على إرضاء السائحين:

تهدف المنشآت السياحية في المقام الأول إلى زيادة الإقبال على خدماتها، التي تحقق رغبات ومتطلبات السائحين، لذلك من الضروري أن يكون لدينا معرفة تفصيلية بالسلوكيات المتغيرة للسائحين، وبالتالي هذا يجعل العاملون في مجال تسويق الخدمات السياحية بتحليل حاجاتهم ويميزوا كيف يمكن تحسين منتجاتهم لأشباع حاجاتهم وموافاة رغباتهم، فقد أصبح تسويق كل من السلع والخدمات أكثر تعقيداً وتطوراً، وإذا نجحنا في دراسة هذه الحاجات فإن مهمة إشباعها تصبح بسيطة ذلك بإننا عرفنا من خلال هذه التوقعات رغبات وحاجات السائحين وما علينا إلا أن نقوم بتوصيل تلك الخدمات إلى حد توقعات السائحين سواء كان تعديلات على خدمات موجودة أو إضافة خدمات جديدة، وذلك لأن الهدف الأساسي من تسويق الخدمات السياحية يقوم في البداية على التعرف على حاجات ورغبات جمهور السائحين وفي النهاية تحقيق تلك الرغبات والحاجات للوصول إلى أفضل وسيلة ممكنة لرضا الضيوف.

التصرف عند حدوث المشاكل:

أولاً: التعامل مع الشكاوي:

هناك قواعد عامة للتعامل مع الشكاوي، إضافة إلى أن العديد من الفنادق لديها إجراءات قياسية تتبعها للتأكد من أنه قد تم التعامل مع أي شكوى حقيقية، فمن أكثر المهارات لأجتماعية تخصصاً وأهمية هي التعامل مع شكاوي الضيوف، وتتبع الإجابات الطبيعية عند حدوث مشكلة ما أو خطأ ما. على سبيل المثال عدم القول من قبل الموظف (لم يكن خطأي، أو ليس أنا، أو لا لم أفعل ذلك). وعبارات أخرى لاتحل المشكلة، لذلك على الموظفين إتباع النقاط التالية عند حدوث أي مشكلة:

1. الأستماع بإهتمام فمن الضروري أن يظهر الموظف الإهتمام بالموضوع ففي حالات حدوث تقصير في تأدية قسم أو شخص ما فإن الضيف الغير راضي يشعر بإرتياح عندما يقل ما يصدره، فإذا لم نستمع له سوف يعتقد إننا غير مهتمين، لذا يجب الإستماع إليه وبالتالي فإن معلوماته سوف تساعدنا على حل مشاكله.
2. عدم المقاطعة فالمقاطعة تشجع الشاكي على الإستمرار بصوت أعلى ولفترة أطول، لذا لاتحاول التجادل مع الضيف في حال حدوث خلل ما في العمل لأن الجدل يثير غضب الآخرين، وبالتالي تكون الخاسر الوحيد ولو كنت على حق لأن الشعار المتعارف عليه في صناعة السياحة هو الضيف دائماً على حق (The guest all ways is right).

3. أعتذر أعتذاراً قصيراً وواضحاً يجب ان يكون أول شيء يقدمه موظف الإستقبال وأن لا يتميز الإعتذار بالمبررات أو التفسير وأن نكون متعاطفين مع الضيف في الوقت نفسه لأن الناس يعجبهم التعاطف فعندما تحدث مشكلة للضيف من قبلنا فإنه يتوقع أن نكون مهتمين بمشاكلهم ونظهر أستئاننا لعدم توفير الراحة لهم نأسف لما حدث نعبّر عن ذلك بود وأقتناع ولاتحاول أن تلوم الآخرين امام الضيوف لأن ذلك يقلل من شأنك والمرفق الذي تعمل فيه. قل له على سبيل المثال أن الشخص الفلاني (الذي قصر في عمله) ليس من عادته أن يفعل ذلك أو ينسى تلبية طلب ما, حاول أن تعالج الموقف بحكمة, فالفعل دائما أقوى من الكلام. (الطائي, 2000: 179-180).
4. تقبل النقد أو اللوم.
5. أشرح للضيف كيف ستساعده وأعطه الثقة في أنك سوف تعالج الموقف.
6. خذ الضيف بعيدا عن الأستقبال إذا أقتضت الضرورة.
7. حول المشكلة إلى المشرف إذا كنت غير قادر على التعامل معها.
8. إذا أقتضى الأمر يجب إبلاغ المدير المسؤول عن المشكلة.
9. تسجيل المواقف غير المناسبة على دفتر الأستلام لتتأكد أن الآخرين في الوجبة المعنية على دراية بالموقف و تسلم للوجبة التالية إذا أستدعى الأمر.
10. تذكر أن التصرف غير السليم في المشاكل يخلق مضايقات لاحقا دون داع.
11. تذكر أن هناك ضيوف آخرين يشاهد الموقف وسيحكمون على أدائك وطريقتك.
12. تذكر دائما أنك تمثل الفندق. (سعيد, 2004: 98-99).

ثانياً: رعاية الضيوف:

أن الأهتمام بالضيوف و رعايتهم وتقديم أفضل الخدمات لهم بحيث نجعلهم سعداء في أقامتهم لأننا ببساطة نود من الضيوف العودة مرة أخرى الى الفندق أو مرفقنا السياحي فعندما يجربوا خدمات والمنتجات أسعدتهم فإنهم عادة ما يرغبون في تكرار الزيارة فالموظف في الإستقبال يستطيع أن يؤكد لهم أن تجربتهم بدأت بالرضا ويمكننا أن نحقق هذا بعرض مهارات فردية جيدة فالإتصال الشفهي وغير الشفهي جيد والتأكد من أن أبتسامه الترحيب هي دائما جزء من الخدمة وتذكر دائما أن كل ضيف يساهم في راتبك وعليه فلدك سبب إضافي للرغبة في عودته معظم الضيوف ليسوا صعبين فهم بعيدون عن منازلهم ويريدون إقامة سعيدة وبيئة مألوفة فالعديد من الضيوف سعيدون بأرتكاب الأخطاء وفي بعض الحالات الإستثنائية حتما هناك السيون وبعض الضيوف قد يأتون و

يطلبون المستحيل و عادة ما يكون هؤلاء الناس غير آمنين ويودون فرض تسلطهم على الفندق ليشعروا بأهميتهم وإذا أستطعت إستيعاب ومعالجة مشكلة قبل بروزها ستجد أن هذه الطريقة فعالة في معالجة المواقف مع الضيوف ,لذا لا يصيبك الأحباط إذا لم تنفع في البداية(الطائي,2000:180)

أنواع الإتيكيت:

أولاً: إتيكيت الحديث:

إذا دارت مناقشة بينك وبين أحد الأصدقاء أو أي شخص ما . وكان هذا الصديق أو الشخص غير لبق في إدارة الحديث أو بمعنى آخر ديكتاتورياً ويتمسك بآرائه. فماذا تفعل هل تتشاجر معه وتحاول فرض رأيك بالديكتاتورية مثله فإذا كنت تفتقر للباقة مع من تتحدث معهم لا تقع أنت الآخر في هذا الخطأ ومارسها أنت بإحدى الطريقتين الآتيتين:

1. إما أن تغير الموضوع دون الخوض في التفاصيل إذا كنت رافضاً كلية لوجهة النظر هذه، وإذا لم يجدي ذلك ووجدته مصراً ينبغي عليك القيام بالحل الثاني.
2. الاستئذان والابتعاد عن المكان طالما ستشعر بعدم التحكم في نفسك أو في ردود فعلك.

ثانياً: إتيكيت الأمتنان الشكر:

توجد عبارات للإعراب عن الامتنان والشكر بكل لغات العالم، والتي ينبغي علي كل شخص أن يرددها عندما تقدم له خدمة أول دعوة أو هدية. لكن متى تكون كلمات الشكر واجبة ومتى تكون اختيارية؟ وهل يتم تبادل كلمات الشكر شفهاً أم كتابياً؟ وتوجد أكثر من طريقة للإعراب عن الشكر والامتنان:

1. أما في صورة شفوية ومباشرة لصاحب الهدية، أثناء تقديمه لها من خلال مكالمة تلفونية بعد أستلام الهدية في اليوم التالي.
2. في صورة كتابية:ومن المحبذ اتباع هذه الطريقة عند استلام الهدايا عن طريق البريد وتوفي رسالة الشكر هنا بغرضين: الأولي للشكر، والثانية لضمانة لصاحب الهدية علي وصولها واستلامها. وتمثل الصورة الكتابية في إرسال خطاب الشكر بالبريد أو رسالة إلكترونية عن طريق الإنترنت.

ثالثاً: آداب قيادة السيارة:

قيادة السيارة فن وذوق ويجب التقيد بالأنظمة والقوانين السارية مع مراعاة التوقف عند عبور العجائز أو الأطفال أو النساء عدم استعمال المنبه قرب المستشفيات والمدارس والمجمعات السكنية. تقديم الشكر ولو بالإشارة لسائق السيارة الذي يتوقف عن السير لكي يسهل لك المرور.

ثالثاً: إتيكيت التعارف:

تقديم الأشخاص:

هل توجد قواعد لتقديم الأشخاص وخاصة إذا كان التعارف يتم لأول مرة؟ ستكون الإجابة بالطبع أجل، وهي قاعدة بسيطة لا تحتاج إلي ممارسة أو تعلم. لأننا نمارسها تلقائياً في جميع أنماط التعاملات سواء في العمل أو في المنزل، أو حتى في النادي. والتي تتلخص في إحدى الطريقتين:

أ: إما أن تتولى أنت تقديم الطرفين لبعضهما البعض: السيد / السيدة، أود أن أقدم لك السيد / السيدة أو يتبادلاً أنفسهم ذكر الأسماء عند التعارف مع ذكر طبيعة الوظيفة التي يقوم بها كل شخص.
ب: أو أن يتبادلاً أنفسهم ذكر طبيعة الوظيفة التي يقوم بها كل شخص.

1. يقدم الرجل دائماً للسيدة.
2. يقدم الشخص الأصغر سناً الأكبر سناً.
3. يقدم الشخص الأقل في الأهمية للشخص الأكثر في الأهمية. وهذه القاعدة معقدة للغاية لأنه تصادفك في بعض الأحيان عدم معرفة الشخص الأكثر في الأهمية.
4. لا تقدم الأشخاص بأسمهم الأول فقط ولكن يجب ذكر السم كاملاً.
5. لا تستخدم صيغة الأمر في تقديم الشخص لبعضهم البعض مثل أن تقول: سيد () عليك مصافحة السيد السيد أو سيد () عليك بمقابلة السيد (). ولا بد من استخدام الكلمات التأديبية عند طلب اي شيء مثل: من فضلك، اود، لو سمحت.
6. لا تستخدم كلمة صديقي عند تقديم أحد أصدقائك لشخص آخر حتى لا تجرح شعوره، حيث أنه لا يعد بذلك صديقاً لك وتشعره بالغريرة.
7. عندما تود إجراء التعارف مع شخص لا تطلب منه أن يعرف نفسه أولاً كقولك: ما أسمك؟ ولكن أبدأ أنت أولاً بتقديم نفسك وذكر أسمك.
8. عند تقديم شخص لآخر أو لعدة أشخاص لا تكرر السماء عدة مرات وإنما أكتفي بذكر أسم كل شخص مرة واحدة بتقديم نفسك وذكر أسمك.

9. لا تقدم الزوجة أو الزوج باسمائهم، ومن المحبذ أن يتم الإشارة إليهما على النحو التالي فقط: زوجتي أو زوجي بدون ذكر الأسماء.

ويجب ألا يفوتك بعد الإنتهاء من تقديم الأشخاص أن تقول تشرفنا أو أهلاً وسهلاً.

رابعاً: إتيكيت تقديم التهاني:

في بعض المناسبات السعيدة كالعياد مثلاً جرت العادة على تبادل التهاني بين المسؤول أو مدير المنظمة والعاملين. ويكون ذلك بطريقتين: الطريقة الأولى: أن يقوم المسؤول نفسه بزيارة المنتسبين في مواقع عملهم لتقديم التهاني. الطريقة الثانية: وهي الطريقة الشائعة، فيقوم رؤساء الدوائر أو مديرو الأقسام مع موظفيهم بزيارة المسؤول لتقديم التهاني. وهذا الإتيكيت يسري أيضاً على مدراء وموظفي المنشآت السياحية.

خامساً: إتيكيت القيام والجلوس:

من قواعد الإتيكيت التي ترعى أنتباهنا مدى صحة القيام والجلوس عند تقديم شخص لأول مرة إليك، أو شخص تعرفه وقد دخل عليك وأنت جالس؟ وهل هناك فارق بين المرأة والرجل؟ بالطبع سيكون هناك فارق بين كلاً من الرجل والمرأة مادام هناك إتيكيت. وهذه الأسئلة التي ستقدم لها إجابات:

1. هل ينبغي على السيدة الوقوف عندما تقدم لشخص؟
2. تحت أي ظرف ينبغي على الرجل أن يقف عندما يقدم لسيدة؟
3. هل يوجد فارق إذا كانت المناسبة اجتماعية أم عمل؟

ينبغي على الرجل الوقوف عندما تدخل امرأة المكان لأول مرة ويظل واقفاً حتى تجلس المرأة أو تغادر المكان، ما لم تطلب هي بنفسها من الرجل الجلوس بتوجيه الشكر له أولاً ثم طلب الجلوس منه لأنها ستغادر بعد فترة وجيزة أو ما شابه ذلك. وهذا لا يعني الوقوف لأستقبال اي فرد يدخل عليه ويقدم له مثل هذه المراسم ولكن للأشخاص الذين يقابلهم لأول مرة أو من لهم شأن. عندما يكون هناك ضيف ما في العمل سواء أكان رجل أو امرأة متجه إلى مكتب رجل ينبغي عليه الوقوف لأستقباله أو أستقبالها مع عرض المقعد له / لها ولا يجلس حتى يجلس / تجلس أولاً.

وعندما يقف الضيف للرحيل ينبغي الوقوف واصطحابه لباب المكتب والإمساك بمقبض الباب له / لها حتى الرحيل.

أولاً: عندما تستقبل امرأة رجل في مكتبها يجوز لها أستقباله وهي جالسة، لكن من المفضل عليها أتباع نفس القواعد الخاصة بأستقبال الرجل في مكتبه إذا كان من الجائز لها أن تجلس عندما يكون هناك ضيوف أصغر منها في السن، فيجب عليها الوقوف عند أستقبال الضيوف من السيدات الأكبر منها في السن.

ثانياً: في المطعم إذا صادف الرجل وقابل امرأة يعرفها يتبع التالي:

1. إذا قامت المرأة بتحية الرجل تحية عابرة عند مرورها به، عليه الأكتفاء بتوجيه إيماءات التحية من مكانه مع النهوض من على مقعده قليلاً وعدم الوقوف كلية للتعبير عن الأهتمام وتبادل التحية معها.

2. أما إذا توقفت لتبادل الحديث، عليه بالنهوض من مكانه كلية لتقديمها لباقي الأشخاص الذين يجلسون معه حول المائدة.

3. في المنزل وفي حالة إقامة حفل في إحدى المناسبات الخاصة، على المضيف والمُضيفة أستقبال زائريهم والترحاب بهم في وضع الوقوف عند وصولهم، بل وكافة أعضاء العائلة المُضيفة لزاماً عليهم أتباع نفس الخطوة إلى جانب الصغار أيضاً بأستثناء الأطفال ما لم يتم تقديم الضيف لهم شخصياً والذي يكون وقوفهم في هذه الحالة واجباً.

المبحث الثالث : الجانب الميداني

اولا - الظروف الاجتماعية والثقافية لعينة البحث:

تقديم:

1.الجنس:

جدول رقم (1) يمثل الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
الذكور	105	70 %
إناث	45	30 %
المجموع	150	100 %

ظهر من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل نوع الجنس وقد تبين أن عدد الذكور (105)

مبحوثاً وبنسبة (70 %) أما الإناث فقد بلغ عددهن (45) مبحوثاً وبنسبة (30 %).

2.العمر:

جدول رقم (2) يبين الفئات العمرية

العمر	العدد	النسبة المئوية
15-24 سنة	21	14 %
25-44 سنة	83	55.3 %
45-64 سنة	38	25.3 %
65-74 سنة	8	5.4 %
المجموع	150	100 %

ظهر من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل الفئات العمرية وقد تبين أن عدد الفئة من (15-24 سنة) (21) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (14%) والفئة من (25-44 سنة) فقد بلغ عدد كل منهم (83) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (55.3 %)، بينما بلغ عدد الفئة (45-64 سنة) (38) مبحوث ومبحوثة و بنسبة (25,3 %)، وأخيراً كان عدد الفئة الأخيرة (65- 74) (8) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (5.4%).

3.الجنسية:

جدول رقم (3) يمثل الجنسية

الجنسية	العدد	النسبة المئوية
عراقي	117	78 %
أجنبي	33	22 %
المجموع	150	100 %

ظهر من خلال الجدول أعلاه الذي يبين نوع الجنسية وقد تبين أن عدد العراقيين (117) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (78 %) ، في حين بلغ عدد الأجانب (33) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (22 %) .

4. الحالة الزوجية:

جدول رقم (4) يمثل الحالة الزوجية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	العدد	الحالة الزوجية
18 %	27	أعزب
82 %	123	متزوج
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه الذي يبين الحالة الزوجية وقد تبين أن عدد العازبين (27)
مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (18%) ، وفي حين بلغ عدد المتزوجين (123) مبحوثاً ومبحوثة
وبنسبة (82%) .

5. التحصيل الدراسي:

جدول رقم (5) يمثل التحصيل الدراسي لعينة الدراسة

النسبة المئوية	العدد	التحصيل الدراسي
---	---	غير متعلم
2.7 %	4	يقرأ ويكتب
10 %	15	إبتدائية
14,7 %	22	متوسطة
16.6 %	25	إعدادية
22.6 %	34	دبلوم
29,4 %	44	بكالوريوس
4 %	6	دراسات عليا
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه والذي يبين مستوى التحصيل الدراسي ، حيث يبين أن عدد
الذين يقرأون ويكتبون (4) مبحوثين وبنسبة (2.7%)، في حين بلغ عدد الذين يحملون شهادة
الإبتدائية (15) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (10%)، أما الذين يحملون شهادة المتوسطة (22)
مبحوثان وبنسبة (14,7%)، بينما بلغ عدد الذين يحملون شهادة الإعدادية (25) مبحوثاً ومبحوثة
وبنسبة (16,6 %)، أما الذين يحملون شهادة الدبلوم فقد بلغ عددهم (34) مبحوثاً ومبحوثة
وبنسبة (22,6%)، وبلغ عدد الذين يحملون شهادة البكالوريوس (44) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة
(29,4 %)، وأخيراً فقد بلغ عدد الذين يحصلون شهادة دراسات عليا (6) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (4 %) .

6- المهنة:

جدول رقم (6) يمثل المهنة

النسبة المئوية	العدد	المهنة
29.3 %	44	موظف حكومي
70.7 %	106	أعمال حرة
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه والذي يبين نوع المهنة ، حيث بلغ عدد الموظفين الحكوميين (44) مبحوثاً ومبحوثةً وبنسبة (29,3 %) ، بينما بلغ عدد الذين يمارسون أعمال حرة (106) مبحوثاً ومبحوثةً وبنسبة (70,7%).

جدول رقم (7) يبين السؤال عن مدى تقييم السياح للخدمات الأساسية المقدمة في المطعم؟

النسبة المئوية	العدد	مادى تقييمك للخدمات الأساسية المقدمة في المطعم؟
---	---	رديئة
3.3 %	5	متوسطة
36 %	54	جيدة
34 %	51	جيدة جداً
26.7 %	40	ممتاز
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه والذي يبين عن مدى تقييم السياح للخدمات الأساسية المقدمة في المطعم، حيث بلغ عدد الذين أجابوا بأنها متوسطة (5) مبحوثاً ومبحوثةً وبنسبة (3.3 %) أما عدد الذين أجابوا بأنها جيدة فقد بلغ (54) مبحوثاً ومبحوثةً وبنسبة (36 %) وفي حين بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة جداً (51) مبحوثاً ومبحوثةً وبنسبة (34 %) بينما بلغ عدد الذين أجابوا بأنها ممتازة (40) مبحوثاً ومبحوثةً وبنسبة (26.7 %) .ومن خلال الإجابات الظاهرة في الجدول أعلاه أن تقييم السياح للخدمات المقدمة لهم ليست بالمستوى المطلوب كون تلك الخدمات تقدم بمستويات مختلفة وهذا ما ظهر من خلال إجابات المبحوثين.

جدول رقم (8) يبين السؤال عن كيفية أسلوب تعامل الموظفين في قسم الأظعمة والمشروبات؟

النسبة المئوية	العدد	كيف ترى أسلوب تعامل الموظفين في قسم الأظعمة والمشروبات؟
---	---	رديء
11,3 %	17	متوسط
36.7 %	55	جيدة
29.3 %	44	جيدة جداً
22.7	34	ممتاز
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول اعلاه والذي يبين كيفية أسلوب تعامل الموظفين في قسم الأظعمة والمشروبات، حيث بلغ عدد الذين أجابوا بأنها متوسطة (17) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (11,3%) ، في حين بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة (55) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (36.7%) ، بينما بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة جداً (44) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (29,3%) ، وأخيراً بلغ عدد الذين أجابوا بأن الخدمات المقدمة ممتازة (34) وبنسبة (22.7%). أن تعامل الموظفين في القسم المذكور لا بأس به لكن ما بهم في صناعة السياحة أن يكون التعامل بشكل ممتاز وهذا يؤثر على جذب السياح وتكرارهم للزيارة مرة ثانية وإقناع غيرهم من الاصدقاء بالمجيء إلى ذلك المرفق السياحي.

جدول رقم (9) يبين السؤال عن مدى سرعة تلبية الطلبات في الأقسام المختلفة في الفندق؟

النسبة المئوية	العدد	مامدى سرعة تلبية طلباتك في الأقسام المختلفة في الفندق؟
2 %	3	رديئة
5.3 %	8	متوسطة
30,7 %	46	جيدة
29,3 %	44	جيدة جداً
32.7 %	49	ممتاز
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه الذي يبين مدى سرعة تلبية الطلبات في الأقسام المختلفة في الفندق، حيث بلغ عدد الذين أجابوا بأنها رديئة (3) مبحوثين وبنسبة (2%)، في حين بلغ عدد الذين

أجابوا بأنها متوسطة (8) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (3,5%)، بينما بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة (46) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (7,30%)، أما الذين أجابوا بأنها جيدة جداً (44) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (3,29%)، وأخيراً بلغ عدد الذين أجابوا بأنها ممتازة (49) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (7,32%) . أن تلبية الطلبات بسرعة في فنادق عينة البحث كمتوسط جيدة لكن عليها أن تحت العاملين بالأهتمام أكثر بالسياح لكي نساهم في تحقيق الرضا لجميعهم.

جدول رقم (10) يبين السؤال عن مدى الأهتمام بنظافة الغرف وملحقاته؟

النسبة المئوية	العدد	مامدى الأهتمام بنظافة الغرف وملحقاته؟
---	---	رديئة
6,7%	10	متوسطة
28%	42	جيدة
29,3%	44	جيدة جداً
36%	54	ممتازة
100%	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه والذي يبين مدى الأهتمام بنظافة الغرف وملحقاته، حيث بلغ عدد الذين أجابوا بأنها متوسطة (10) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (6,7%)، في حين بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة (42) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (28%)، بينما بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة جداً (44) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (29,3%)، وأخيراً بلغ عدد الذين أجابوا بأنها ممتازة (54) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (36%) . أن أول ما يقوم السائح بالنظر إليه أثناء الحجز هو نظافة الغرف وهذا الشيء يخلق لديهم أنطباع عن المرفق السياحي، لذا ما ظهر من إجابات كانت متفاوتة وعلى إدارات الفنادق أن تهتم بشكل أفضل بنظافة الغرف كونها تعكس رُقي الفندق.

جدول رقم (11) يبين السؤال عن مدى سرعة وتلبية الطلبات في قسم المكتب الأمامي؟

النسبة المئوية	العدد	مادى سرعة وتلبية طلباتك في قسم المكتب الأمامي؟
---	---	رديئة
7,3 %	11	متوسطة
30,7 %	46	جيدة
19,3 %	29	جيدة جداً
42,7 %	64	ممتازة
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه والذي يبين مدى سرعة وتلبية الطلبات في قسم المكتب الأمامي ، حيث بلغ عدد الذين أجابوا بأنها متوسطة (11) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (7,3%)، في حين بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة (46) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (30,7%)، بينما بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة جداً (29) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (19,3%)، وأخيراً بلغ عدد الذين أجابوا بأنها ممتازة (64) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (42,7%). إن تلبية الطلبات تحتاج إلى سرعة ودقة لكي نساهم في تحقيق رضاهم وخدمتهم بشكل جيدة، وما ظهرت من إجابات ليست بمستوى الطموح.

جدول رقم (12) يبين السؤال عن كيفية أسلوب تعامل الموظفين في قسم المكتب الأمامي؟

النسبة المئوية	العدد	كيف أسلوب تعامل الموظفين في قسم المكتب الأمامي؟
---	---	رديء
16,7 %	25	متوسطة
28,7 %	43	جيدة
36,6 %	55	جيدة جداً
18 %	27	ممتاز
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه والذي يبين كيفية أسلوب تعامل الموظفين في قسم المكتب الأمامي ، حيث بلغ عدد الذين أجابوا بأنها متوسطة (25) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (16,7%) ، في حين بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة (43) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (28,7%)، بينما بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة جداً (55) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (36,6%)، وأخيراً بلغ عدد الذين أجابوا بأنها ممتازة (27) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (18%). إن التعامل اللطيف يعد من المهارات المهمة

التي يجب أن يمثلها كل موظف لأن تقديم الخدمات الجيدة بدون تعامل جيد لا تساوي شيئاً لدى الضيف، لذا على إدارات فنادق العينة أن تهتم بإدخال موظفيها بدورات الإتيكيت وفن التعامل لكي تسهم في تقديم خدمات أفضل من حيث التعامل.

جدول رقم (13) يبين السؤال عن مدى إهتمام إدارة الفندق عند حدوث تقصير في أداء الخدمات؟

النسبة المئوية	العدد	مامدى إهتمام إدارة الفندق عند حدوث تقصير في أداء الخدمات؟
5,3 %	8	رديئة
15,3 %	23	متوسطة
28,7 %	43	جيدة
30 %	45	جيدة جداً
20,7 %	31	ممتازة
100 %	150	المجموع

ظهر من خلال الجدول أعلاه والذي يبين السؤال عن مدى إهتمام إدارة الفندق عند حدوث تقصير في أداء الخدمات، حيث بلغ عدد الذين أجابوا بأنها رديئة (8) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (5,3%)، في حين بلغ عدد الذين أجابوا بأنها متوسطة (23) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (15,3%)، بينما بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة (43) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (28,7%)، وقد بلغ عدد الذين أجابوا بأنها جيدة جداً (45) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (30%)، وأخيراً بلغ عدد الذين أجابوا بأنها ممتازة (31) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (20,7%). إن إهتمام إدارات الفنادق عند حدوث التقصير في أداء الخدمات ليست بالمستوى المطلوب وهذا ما ظهر من إجابات المبحوثين وهذا التقصير من قبل بعض الموظفين سوف يؤثر سمة المرفق السياحي، لذا على إدارات فنادق العينة أن تهتم بشكل أكثر بمعالجة التقصير في أداء العاملين وتلافي تكرار الخطاوكفاءة.

جدول رقم (14) يبين السؤال عن مدى متابعة دارة الفندق لشكاوي الضيوف واتخاذها للإجراءات

المناسبة بالشكل الذي يحقق رضا الضيوف؟

النسبة المئوية	العدد	هل إدارة الفندق تتابع شكاوي الضيوف وتتخذ الاجراء المناسبة بالشكل الذي يحقق رضا الضيوف؟
64.7%	97	نعم
22.7%	34	إلى حد ما
12.6%	19	لا
100%	150	المجموع

تبين من خلال إجابات المبحوثين في الجدول أعلاه أن (97) وبنسبة (64.7%) أدلوا بنعم بأن إدارة الفندق تتابع شكاوي الضيوف وتتخذ الاجراء المناسبة وهذا يدل على أهتمامها بضيوفها وحسن التصرف في مواقف الخطأ بلباقه لكسب رضا الضيوف وحل المشكله والسعي منها لعودتهم مجدداً ويعتبر مؤشر ايجابي للإدارة، بينما بلغ إجابات الذين قالوا (إلى حد ما) (34) وبنسبة (22.7%) بأن إدارة الفندق تتابع شكاوي الضيوف وتتخذ الاجراء المناسبة ، أما الذين قالوا بأنهم لم يلقوا الأهتمام بشكاواهم فقد بلغ عددهم (19) وبنسبة (12.6%) وهذا لايجوز سيما وان الضيوف هم رأس مال المنشآت السياحية وضمن استمرار العمل فيها لذلك لا يجب أن يتم أهمال أية شكوى لأن معرفتها هي بحد ذاتها فائدة لإدارة الفندق لكي تتمكن من معالجة أخطائها وتصحيحها بالشكل الذي يصب في خدمة الضيوف وخدمة أهدافها وهذا يثبت صحة فرضيتنا وان كنا نطمح نسبة الاجابه بنعم اعلى لكي نرتقي بمستوى الاداء الفندقية.

جدول رقم (15) يبين السؤال عن اسلوب التعامل اللطيف والجيد أحد أسباب اختيار الضيف للفندق؟

النسبة المئوية	العدد	هل تعتقد ان اسلوب التعامل اللطيف والجيد أحد أسباب أختيارك للفندق؟
81.4%	122	نعم
15.3%	23	إلى حد ما
5.3%	5	لا
100%	150	المجموع

تبين من خلال الجدول أعلاه أن اسلوب التعامل اللطيف والجيد أحد أسباب الأختيار للفندق فقد بلغ عدد الذين أجابوا بنعم (122) وبنسبة (81.4%) وهذا التعامل له أثر على جذب الضيوف لإختبارهم للفندق وهذا مؤشر ايجابي، أما الذين أجابوا عن السؤال نفسه (إلى حد ما) فقد بلغ عددهم (23) وبنسبة (15.3%)، حيث يشكل الرقمان والنسبتان معدلاً جيداً ومؤشراً إيجابياً على

حُسن التعامل اللطيف في فنادق العينة وهذا ما يثبت صحة فرضية البحث. أما الذين أجابوا لا فقد بلغ عددهم (5) فقط وبنسبة (5.3%).

جدول رقم (16) يبين السؤال عن ان الاتيكيت وأسلوب التعامل الجيد يشجعك على تكرار الزيارة للفندق؟

النسبة المئوية	العدد	هل تعتقد ان الاتيكيت وأسلوب التعامل الجيد يشجعك على تكرار الزيارة للفندق؟
%89.4	134	نعم
%10.6	16	إلى حد ما
-	-	لا
% 100	150	

تبين من خلال الجدول أعلاه أن الإتيكيت وأسلوب التعامل الجيد يشجعهم على تكرار الزيارة للفندق فقد بلغ عدد الذين أجابوا بنعم (134) وبنسبة (89.4%) وهذا التعامل له أثر على جذب الضيوف وتكرار زيارتهم للفندق وهذا مؤشر إيجابي، أما الذين أجابوا عن السؤال نفسه (إلى حد ما) فقد بلغ عددهم (16) وبنسبة (10.6%)، حيث يشكل الرقمان والنسبتان معدلاً جيداً جداً ومؤشراً إيجابياً على الإتيكيت وحُسن التعامل الجيد يشجع الضيوف على تكرار الزيارة إلى فنادق العينة وهذا ما يثبت صحة فرضية البحث.

أولاً: الاستنتاجات:

1. الإتيكيت هو آداب السلوك وأصول التعامل مع الآخرين ويعتبر فن من أهم فنون الحياة وهو سلوك متعارف عليه عالمياً الذي يضفي على الإنسان ذوقاً رفيعاً بكل أموره وتصرفاته اليومية.
2. الإتيكيت يتعلق بكل تفاصيل حياتنا اليومية مثل إتيكيت لياقة المظهر والحديث والطعام والهدايا والتعامل بالفنادق وإتيكيت الاجتماعات والحفلات والتعامل مع الرؤساء في العمل والزيارات وغيرها من الأنواع الذي تهدف إلى خلق مجتمع راقي خالي من المشاكل التي قد تنشأ بسبب الجهل بها.
3. بشكل التفاهم وتعزيز القيم الاخلاقية المتعارف بين البشر إضافة إلى التسامح واحترام تنوع العقائد الدينية والفلسفية والأخلاقية أساساً للسياحة ونتيجة لها، وعلى جميع أصحاب المصلحة في تنمية السياحة مراعاة هذه المبادئ من أجل تحقيق التفاهم الدولي والسلام والرفاهية والاحترام العالمي لحقوق الانسان دون تمييز.
4. تعتمد خصوصية العمل في الفنادق وكافة منشآت الايواء والمؤسسات السياحة الأخرى على فن الاتيكيت واصلو التعامل مع (الضيوف والسياح) والذي يؤثر على اختياره للفندق والعودة اليه ثانيه و كسب رضاهم وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم المتنوعة والذي يعتبر الهدف رقم واحد بالنسبه للادرة السياحية ومقياس لنجاحها.
5. إن أهتمام إدارات الفنادق عند حدوث التقصير في أداء الخدمات ليست بالمستوى المطلوب وهذا ما ظهر من إجابات المبحوثين وهذا التقصير من قبل بعض الموظفين سوف يؤثر سمعة المرفق السياحي وهذا يؤكد مدى الحاجة الى تطوير مهارات العاملين وكفائتهم في تقديم الخدمات ولكافه المستويات الاداريه والتشغيليه و بالشكل الذي يحقق رضا الضيوف.

ثانياً: التوصيات:

1. نشر الوعي بأهمية الإتيكيت وآداب السلوك في كل تفاصيل حياتنا اليومية في مجتمعنا بشكل عام من خلال وسائل الاعلام المختلفة والمؤسسات التعليمية بكل مستوياتها، والدعوة إلى أن الذوق في التعامل والتعايش واحترام الآخرين يرفع شأن المجتمع ويؤمن علاقات حسنه بينهم.

2. على المنظمات المهنية ذات العلاقة بصناعة السياحة إقامة دورات متخصصة في تعليم أفراد المجتمع فن الاتيكيت والتعريف بأهميته كونه سلوك متعارف عليه عالمياً وهو فن من فنون الحياة الذي يعتمد الذوق وحسن التصرف في كل مواقف الحياة المختلفة.
3. نوصي كافة إدارات الفنادق ومنشآت الايواء وشركات السياحة والظيران في العراق عموماً وفي إقليم كردستان خصوصاً الأهتمام بنشر فن الاتيكيت وآداب التعامل مع الضيوف والسياح كافة العاملين في القطاع السياحي ومستوياتهم المختلفة من خلال إقامة دورات مكثفة ومنظمة يشرف عليها خبراء سياحين وبمتابعة ودعم من قبل وزارة السياحة والمؤسسات التابعة لها في العراق.
4. توجيه العاملين بضرورة التعامل مع جميع السياح بمستوى واحد كونهم مصدر رأس مال تلك المنشآت وضمان استمرار العمل.

المصادر:

1. الطائي، د. حميد عبد النبي، التسويق السياحي مدخل إستراتيجي، الوراق للنشر والتوزيع / عمان، 2006.
2. الطائي، د. حميد عبد النبي، والدباس، د. نزيه، الاسس العلمية في إدارة المنشآت الفندقية (المكاتب الامامية)، دار العقل للنشر / عمان، 1999.
3. الطائي ، د. حميد عبد النبي ، إدارة الضيافة ، مركز طارق للخدمات الجامعية / عمان ، 2000.
4. سعيد، سامي عبد القادر، الإدارة الفندقية، مجموعة النيل العربية / القاهرة، الطبعة الأولى، 2004.
5. المهندس، رها، فن الاتيكيت ،دار الرضوان للنشر/ حلب، 2006.
6. بدران، د. عمر حسن احمد، فن التعامل مع الناس، مكتبة جزيرة الورد. جامعة المنصورة. القاهرة.
7. القره غولي، د. وهبي، الدبلوماسية والإتيكيت، معهد الخدمة الخارجية، مطبعة وزارة الخارجية/بغداد، 2000.
8. حسن، د. هالة، مبادئ صناعة الضيافة، مؤسسة حورس الدولية / الإسكندرية، 2006.

المجلات :

9-الصايغ، أميرة بنت ناصر، اطفالنا والاتيكيت ، مجلة الحج والعمرة ، السعودية ،
العدد التاسع ، 2007

الصحف:

10 -نحاس،د. محمود نديم، الإتيكيت والإنترنت ، جريدة عكاظ ، العدد 12004، 25 ربيع
الأول/1420 هـ الموافق 9 يوليه 1999م .

شبكة النت:

11-شعيب، مريم عبدالسلام، الاتيكيت ظاهرة غريبة تقتحم المجتمعات العربية
المحافظة، شبكة النبا المعلوماتية،21 آذار/2006.
www.annabaa.org

أستمارة إستبيان

الضيف الكريم:

يشكل الإتيكيت أهمية كبيرة في تحقيق الرضا لدى الضيوف وإكسابهم ضيوفاً دائمين وإقناع غيرهم من الأصدقاء والقرباء لزيارة تلك المنشآت السياحية. كما أن التوجه الحديث لأغلبية المنظمات ومنها السياحية إنها تهتم بإكساب موظفيها مهارات الإتصال. ولغرض معرفة مدى تأثير هذه السلوكيات على رضا السائح في الفندق الذي يقيم فيه، نرجو من حضرتكم قراءة الأستبيان التالي وملئ معلوماتها لتحقيق الهدف المطلوب لإعداد بحث علمي متكامل تحت عنوان: أصول التعامل وأثره على رضا السياح(دراسة ميدانية لعينة من فنادق إقليم كردستان). وأن مساهمتكم في هذا المجال ستحقق للبحث العلمي أهدافه المنشودة.

مع فائق الاحترام والتقدير

م.م. داود سليمان القاندي

قسم إدارة المنشآت السياحية

المعهد الفني للسياحة / أربيل

أ.م. إلهام خضير عباس

قسم السياحة وإدارة الفنادق

كلية الإدارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية

أولاً: البيانات الاولية:

1.الجنس:

ذكر () ، أنثى () .

2.العمر:

أ: من 15 - 24 سنة () .

ب: من 25 - 44 سنة () .

ت: من 45 - 64 سنة () .

ث: من 65 - 74 سنة () .

3. الجنسية:

عراقي () ، اجنبي () .

4.الحالة الزوجية:

أعزب () ، متزوج () .

5.التحصيل الدراسي:

غير متعلم () ، يقرأ ويكتب () ، ابتدائية () ، متوسطة () ، إعدادية () ،
دبلوم () ، بكالوريوس () ، دراسات عليا () .

6.المهنة:

موظف () ، أعمال () .

7.ما مدى تقييمك للخدمات الأساسية المقدمة في المطعم؟

ردئية () ، متوسطة () ، جيدة () ، جيداً جداً () ، ممتازة () .

8.كيف ترى أسلوب تعامل الموظفين في قسم الأطعمة والمشروبات؟

ردئية () ، متوسطة () ، جيدة () ، جيداً جداً () ، ممتازة () .

9.ما مدى سرعة تلبية طلباتك في الأقسام المختلفة للفندق؟

ردئية () ، متوسطة () ، جيدة () ، جيداً جداً () ، ممتازة () .

10.ما مدى الأهتمام بنظافة الغرف وملحقاته؟

ردئية () ، متوسطة () ، جيدة () ، جيداً جداً () ، ممتازة () .

11.ما مدى سرعة تلبية طلباتك في قسم المكتب الأمامي؟

ردئية () ، متوسطة () ، جيدة () ، جيداً جداً () ، ممتازة () .

12.كيف ترى أسلوب تعامل الموظفين في المكتب الأمامي؟

- ردئية () ، متوسطة () ، جيدة () ، جيداً جداً () ، ممتازة () .
13. ما مدى أهتمام إدارة الفندق عند حدوث تقصير في أداء الخدمات؟
- ردئية () ، متوسطة () ، جيدة () ، جيداً جداً () ، ممتازة () .
14. هل ادارة الفندق تتابع شكاوي الضيوف وتتخذ الاجراء المناسبة بالشكل الذي يحقق رضا الضيوف؟
- نعم () ، إلى حد ما () ، لا ()
15. هل تعتقد ان اسلوب التعامل اللطيف والجيد احد اسباب اختيارك للفندق؟
- نعم () ، إلى حد ما () ، لا ()
16. هل تعتقد ان الاتيكيث واسلوب التعامل الجيد يشجعك على تكرار الزيارة للفندق؟
- نعم () ، إلى حد ما () ، لا ()