

المراسم والاتيكيك وتأثيرهما في نجاح المنظمة الفندقية (دراسة ميدانية لجموعة من فنادق مدينة بغداد)**م. د. محمد عودة حسين / كلية العلوم السياحية / الجامعة المستنصرية****م. م. صلاح مهدي اكفور / كلية العلوم السياحية / الجامعة المستنصرية****المستخلص العربي**

جاءت هذه الدراسة للوقوف على مدى اهمية تطبيق ادارة المراسم والاتيكيك في المنظمات الفندقية من اجل نجاحها في تحقيق اهدافها، حيث تعتمد طرق تقديم الخدمة الفندقية على طبيعة التعامل والتفاعل ما بين العاملين والضيوف في المنظمة الفندقية فكلما كان هذا التعامل ايجابيا كلما زاد الرضا لدى الضيوف مما يجعلهم عملاء دائمين للفندق ومن ثم تحقيق ارباح مستمرة وقيمة عالية جدا وهذا يدل على نجاح المنظمة في عملها وادائها وتحقيق اهدافها المتمثلة بالربحية والتوسع والمنافسة.

Ceremonies and etiquette and their impact on the success of the hotel organization

Abstract

This study came to find out the importance of applying The ceremony and etiquette management in hotel organizations for their success in achieving their goals, Where the methods of providing hotel service depends on the nature of Dealing and interaction between employees and guests in the hotel organization, The more positive the deal, the greater the satisfaction of the guests, which makes them permanent customers of the hotel and thus achieve continuous profits and a very high value and this indicates the success of the organization in its work and performance and achieve its objectives of profitability and expansion and competition.

المقدمة

من المعلوم للجميع وخصوصا من هم من المختصين بالعمل السياحي والفندقي ان نجاح هذه المنظمات الفندقية بمختلف اشكالها وانواعها تعتمد بالدرجة الاساس على ما تقدمه من خدمات مختلفة تتسم بالجودة وتحقق رضا الضيوف وهذا لا يأتي الا عن طريق الاداء العالي والمتفاني من قبل الموارد البشرية وما تتمتع به من مهارات وكفاءات مختلفة ومن ضمن هذه المهارات هي ادارة المراسم والاتيكيك وما لها من دور في نجاح المنظمة الفندقية لذلك جاء هذا البحث للوقوف اكااديميا ووفق التحليلات الاحصائية على هذا الدور المهم.

الفصل الاول- المنهجية ومفاهيم البحث**المنهجية**

اولا- مشكلة البحث:- يتوقف نجاح اداء وعمل المنظمات الفندقية بشكل كبير على طريقة التعامل التي يتلقاها الضيوف داخل تلك المنظمات وهذا التعامل يبني على اساس ما تمتلكه المنظمة من طرق واساليب تتعلق بتطبيق فن المراسم والاتيكيك وما يستطيع العاملون من ممارسته بالشكل الملائم من تلك التطبيقات وهذا يعتبر مشكلة كبيرة للمنظمة الفندقية في حال فشلها بأداء ذلك .

ثانيا- هدف البحث:- يهدف البحث الى بيان اهمية ودور ادارة المراسم والاتيكيك في المنظمات الفندقية وانعكاس ذلك على اداء العاملين فيها وارتقاء مستوى مهاراتهم وبالتالي تقديم خدمات ذات مستوى عالي من الجودة تحقق رضا الضيوف، ويهد ايضا البحث الى ما يلي :-

١- ترسيخ مبادئ ادارة المراسم والاتيكيك في جميع المنظمات الفندقية العراقية.

٢- الوصول الى قلب ووجدان الضيوف من خلال تطبيق مفاهيم المراسم والاتيكيك وبالتالي كسبهم كعملاء دائمين للمنظمة الفندقية .

٣- تطبيق اسس ومبادئ المراسم والاتيكييت يكسب المنظمة الفندقية ميزة تنافسية تجعلها ضمن ضمن دائرة المنافسة القوية داخل السوق السياحي والحصول على حصة سوقية اكبر .

ثالثا- اهمية البحث:- تتضح اهمية البحث من خلال ما توليه المنظمات الفندقية بشكل خاص والقطاع السياحي بشكل عام من اهمية لارضاء الضيوف وجعلهم يشعرون بالراحة والمتعة عند استهلاكهم للخدمات المقدمة لهم وكذلك طرق التعامل معهم وهذا ما يتوقف على مدى ما يمتلكه العاملون من مهارات وخبرات تتعلق بفن تقديم الخدمة بالاعتماد على ادارة المراسم والاتيكييت

رابعا- مجتمع البحث :- تمثل مجتمع الدراسة باربعة فنادق ضمن حد ود محافظة بغداد تمثلت بفندق المنصور وعشتار وفلسطين وبابل، وتم اختيار تلك الفنادق كونها تتمتع بسمعة جيدة جدا وهي من الفنادق الرائدة على مستوى العراق .

عينة البحث:- تم اختيار اغلب افراد مجتمع الدراسة من المدراء والبالغ عددهم ٨٠ فرد بتوزيع استمارة استبيان على جميعهم وعند الاستلام تم استبعاد ١٠ استمارات لاسباب مختلفة.

خامسا- حدود البحث .

-الحدود الزمانية تم العمل بهذا البحث منذ شهر شباط الى شهر اب من عام ٢٠١٧ .

- الحدود المكانية. تمثلت الحدود المكانية في محافظة بغداد ومجتمع الدراسة المتمثل بمجموعة فنادق داخل حدود مدينة بغداد

سادسا- فرضيات البحث ..

الفرضية الرئيسية الاولى (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المراسم والاتيكييت وبين نجاح المنظمة الفندقية على المستوى الكلي والفرعي).. وتنبثق منها الفرضيات الفرعية الاتية

- ١- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين صفات رجل المراسم ونجاح المنظمة الفندقية.
- ٢- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين دور رجل المراسم ونجاح المنظمة الفندقية
- ٣- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاسبقية ونجاح المنظمة الفندقية
- ٤- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المجاملة والبساطة ونجاح المنظمة
- ٥- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين التقديم والتعارف ونجاح المنظمة الفندقية
- ٦- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين التحية والمصافحة والحديث وبين نجاح المنظمة الفندقية

الفرضية الرئيسية الثانية(توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة احصائية بين المراسم والاتيكييت وبين نجاح المنظمة الفندقية على المستوى الكلي والفرعي).. وتنبثق منها الفرضيات الفرعية الاتية

- ١- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة احصائية بين صفات رجل المراسم ونجاح المنظمة الفندقية.
- ٢- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة احصائية بين دور رجل المراسم ونجاح المنظمة الفندقية
- ٣- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة احصائية بين الاسبقية ونجاح المنظمة الفندقية
- ٤- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة احصائية بين المجاملة والبساطة ونجاح المنظمة
- ٥- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة احصائية بين التقديم والتعارف ونجاح المنظمة الفندقية
- ٦- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة احصائية بين التحية والمصافحة والحديث وبين نجاح المنظمة الفندقية

مفاهيم البحث

١- المراسم: Ceremonies تعرف المراسم بأنها شدة التمسك بالتقاليد والاعراف في اتباع قواعد السلوك المهذب الصارمة للسلوك المهذب، او هي مجموع الاجراءات والتقاليد وقواعد اللياقة التي تقوم على قواعد دولية او عامة او بناء على العرف الاجتماعي (حسن، ٢٠٠٨، ص: ٢٠).

٢- الاتيكييت: Etiquette اذ يعرف الاتيكييت بأنه مجموع ضوابط السلوك الاجتماعي وقواعد المراسم والتشريعات ويضم مجموعة القواعد والمبادئ المكتوبة التي تنظم المجاملات والاسبقية والسلوك المطلوب في مختلف المناسبات والحفلات والمآدب الرسمية والاجتماعية وهي في ذلك تدل على الاخلاق القويمة التي تجمع بين الرقي والبساطة والجمال (درادكه، وآخرون، ٢٠١٤، ص: ١٨).

٣- النجاح: Success عرف النجاح من خلال الاداء المالي الكفوء والكفاءة التشغيلية والانتاجية وتحقيق عائد مستهدف (Hill Charle & Jones, 2001:101) .

٤- النجاح التنظيمي: Organizational success وعرف نجاح المنظمة من خلال القوة التي تحقق البقاء والاستمرار. ويتضح لنا ان الهدف الذي يكون شرطاً أساسياً لنجاح المنظمات هو البقاء (Survival) لأنه الشيء المهم الذي تسعى لتحقيقه المنظمات (Anconaetal,2005:28).

٥- المنظمات الفندقية: Hotel organizations وهي مجموعة من النشاطات تقدم الى الضيوف وتقوم بتقديم الطعام والشراب والخدمات الاخرى من فن التعامل وجميع التسهيلات الضرورية اللازمة (نجمو، ٢٠٠٢، ص: ١٧).

الفصل الثاني- المراسم والاتيكييت ودورها في نجاح المنظمة الفندقية

اولاً:- المراسم

١- علاقة المراسم والاتيكييت:- ان المراسم تتعلق بكل ما يخص الاجراءات والتنظيم في حين الاتيكييت يتعلق بتنفيذ التفاصيل والالتزام بها، فالمراسم يقتضي الالتزام باللباس الرسمي في حفلة رسمية تدعى اليها في حين التفاصيل المتعلقة بنوع اللباس الرسمي من اللون والطرز ونوعية القماش هي تدخل في باب الاتيكييت، واذا كانت الدعوة الى مأدبه عشاء بقيمة شخص رفيع المستوى فالمراسم تقتضي التقيد بالموعد وقيمة صاحب الدعوة لكن كيفية اداء التحية كعدم التقبيل او عدم الضغط على اليد بقوة وغير ذلك يندرج ضمن مجال الاتيكييت، والعلاقة هنا ما بين المراسم والاتيكييت هي علاقة ما بين العام والخاص او بين المجل والتفصيل (نوفل، ٢٠٠٧، ص: ١٣٦).

٢- صفات رجل المراسم:- يعد رجل المراسم هو المسؤول الاول عن حسن تنظيم الحفلات والاجتماعات والمآدب التي تقيمها المنظمة الفندقية للضيوف لذا يجب توافر شروط ومواصفات معينة في من يتولى مهام المراسم، ويمكن اجمال هذه الصفات لرجل المراسم بأن يكون ذو كفاءة علمية ووسيماً ذو مظهر جذاب وان يكون بعيد النظر دقيق التنظيم في عمله ويتمتع بذاكرة جيدة وقوة ملاحظة وانتباه ويضع في اعتباره دائماً جميع الاحتمالات والاحتياطات لها ولا يرتبك في الازمات والمواقف الطارئة والحرجة بل يكون جريئاً مسيطراً يجد الحل المناسب في لحظات وينقذ الموقف بما يرضي الجميع قدر الامكان، فضلاً عن كل هذه الصفات يجب ان يكون انيقاً في هندامه متواضعاً في مظهره مخلصاً لرؤسائه يصارحهم بما يقتضي عمله ويذكرهم اذا نسوا قوي الشخصية واثقاً من نفسه، ايباً دون تكبر ونزياً يرتفع عن شيء يحط من قدره فهو فوق كل شيء ممثل منظمته وعليه ان يراعي وبدقة اللياقة والمجاملة وسرعة البديهة وحسن التصرف وان يكون

بشوشاً آلو الآءفآ آبفراً بمءاآل الامور وآارآها وبآآصااصاآ والافآاقفاآ الآف آآكم العلاآة مع الآمفع وآفراً آبب الآ اعآءم على معاونفء مهماء بلآوا من الآبرة والمعرفة بل آبب ان آكون له الاشراف الآآصف والامر الفورف بالآنففآ فهو المسؤول الاول عن آسن سفر العمل فف اءائه الآف آآآمل مسؤولفة آف آطاً فف المراسم ولا سفما آلك الاآطاء الآف لها مساس بكرامفة الآولة (القرء ءولف؁ ٢٠١٢؁ ص: ٨٢-٨٣).

٣- ءور موظف المراسم فف اسآقبال الضفوف الرسمفن:- فف آالة وصول ضفف رسمي لمقابلة المسؤول فف المنآمة الفنءقفة فالموظف المراسم ءور بأن فعرف بما آآف:-

- أ- معرفة المكان المآصص لاسآقبال الضفوف مسبقاً.
 - ب- فسفر مع الضفف مآقءماً بآطوة او آطوآفن على الضفف آآف اذا اراد الضفف منه شفئاً لا فلفآف وآآف فسآطفع موظف المراسم القفام بآعمال الآلالة.
 - آ- عنء الوصول الف الباب فاذا كان مآلقاً فقوم بفتحء الموظف المرافق بالفء الفسرف وفسآءفر بآنب الباب لففسآ المجال بءآول الضفف بعء ان فآءمه الف المسؤول وفشفر الف الضفف بمكان الآلوس وآكون ءائماً على فمفن المسؤول (آسن؁ ٢٠٠٨؁ ص: ١١٥)
 - ٤- الاسبقفة:-وهف آق الآقءم بفن الآآصفاآ على الصعفء الرسمف والاجآماعف؁ والالآزام بنظام الاسبقفة بالآ الهمفة وآطبفقه بءقة وآرص امر ضرورف (ءراءكه؁ وآآرون؁ ٢٠١٤؁ ص: ٢٩).
- وسوف نءكر عءء بسفط من الاسبقفاآ وهف (المشهدانف؁ ٢٠١٣؁ ص: ٨٩):-

- أ- الاسبقفة فف ءآول السفاراآ الرسمفة:- عنء وقوف السفارة على فمفن الطرفق آكون الءآول بما آآف:
 - بءآل ضفف الشرف اولاً وآجلس على مقعء الشرف.
 - بءآل من فلفء فف الاسبقفة من باب السفارة الآآر؁ ان لا فمر من امام ضفف الشرف.
- وعنء وقوف السفارة على فسار الطرفق آكون الءآول بما آآف:
 - بءآل ضفف الشرف اولاً وآجلس على مقعء الشرف.
 - بءآل من فلفء فف الاسبقفة من الباب نفسه وآجلس على مقعء الفسار.
- ب- الاسبقفة فف النزول من السفاراآ الرسمفة:-
 - عنء وقوف السفارة على آهة الفمفن من الطرفق فنزل ضفف الشرف اولاً.
 - آآآذ الآراءاآ المطلوبة لآمان وآوء من فآولى فآآ باب السفارة لضعف الشرف عنء ءآوله السفارة وعنء نزوله منها.
- آ- اسبقفة السفر فف المواكب:-عنءما فآآضف فف المناسباآ الرسمفة سفر كبار الآآصفاآ مسافة معفنة على الاقءام آراعي فف ءلك القواعء الآففة:-

- ان لا فزفء الصف الاول على آمسة اشآاص.
- اذا مؤلفاً من شآصفن فقط فمكان ضفف الشرف على الفمن والآناآف على الفسار وفق الشكل الآف:

(١) _____ (٢) آآاه السفر



- إذا كان مؤلفاً من ثلاثة اشخاص فيكون الترتيب على الآتي:

(٢) _____ (١) _____ (٣) اتجاه السير



- وإذا كان مؤلفاً من أربعة اشخاص فيكون الترتيب الآتي:

(٣) _____ (١) _____ (٢) _____ (٤) اتجاه السير



- في حين إذا كان مؤلفاً من خمسة اشخاص فيكون الترتيب الآتي:

(٤) _____ (٢) _____ (١) _____ (٣) _____ (٥) اتجاه السير



ثانياً:- الاتيكيت

١- المجاملة:- تعد المجاملة عموماً دستور الاتيكيت والمراسم ولا سيما التعامل الرسمي والاجتماعي، ويمكن تعريف المجاملة بأنها فن الارضاء، اذ تعطي فكرة طيبة عن صاحبها، كما وانها تصل بسهولة الى القلب، وبمعنى آخر اذا وضع الشخص في اعتباره عند كل تصرف شعور واحساس وحقوق وتطلعات الآخرين، فان ذلك يمثل البداية الصحيحة لأصول الاتيكيت. ويستطيع شخص الذي يعمل في المجال السياحي والفندقي بمراعاة شعور الضيوف او السياح ان يحقق نجاحاً، ذلك ان من يضع في اعتباره التزامه نحو الضيوف من التزامه نحو نفسه يصبح اكثر الاشخاص ملم بقواعد الاتيكيت. (الكفور، ٢٠١٦، ص ١٨)

٢- البساطة:- تعد البساطة من اهم قواعد السلوك البشري، فهي السلوك الذي يمنحك القدرة على التعبير عن نفسك وتعريف الآخرين بسجاياك، فالأسلوب البسيط يمكنك من ان تعرض الحقيقة بصورة سارة، وتعطي انطباعاً جميلاً، وتوفر على نفسك البحث عن وسيلة معقدة تفرض فيها نفسك، فالتحلي بالبساطة من قبل الاشخاص العاملين في المنظمات السياحية والفندقية من الامور المحببة في كثير من المناسبات. ولا يستطيع الفرد ان يتبنى سلوكاً بسيطاً الا اذا تخلص من عقدة الخجل وسيطرته، وتجدر الاشارة الى عدم الخلط بين مسألة التخلص من الخجل باقتباس اسلوب جاف وفظ، لان الفرد في هذه الحالة ولا سيما الافراد الذين يتعاملون مع الضيوف او السياح قد لجأوا الى اسلوب فرض النفس، واستنثار غيظ الضيوف او السياح، واستغرابهم، لذلك يجب ان يدرّب موظفي النشاط السياحي والفندقي انفسهم على البساطة، وكلما كان الفرد صادقاً مع نفسه اكتسب احترام الآخرين من ضيوف وزملاء عمل. (المشهداني، ٢٠١٣، ص ٨٢)

٣- التقديم والتعارف:- التقديم والتعارف هي ان تترك الكثير من الانطباعات لدى الآخرين، وان لهذا السلوك اهمية تتمثل كأحد الضوابط التي يتوجب على الافراد رجل او امرأة ولا سيما العاملين في القطاع السياحي والفندقي عليهم التقيد بها لتعكس عن انفسهم وشخصهم وعن المنظمة التي ينتمون اليها انطباعاً ايجابياً في كل المواقف سواء كانت اجتماعية او رسمية، كما يبين فن التعامل بين الضيوف او السياح وبين الافراد العاملين داخل المنظمة الفندقية حتى لا يقع احدهم في الخطأ او يسبب حرجاً ولا سيما هؤلاء الذين يرصدون التصرفات في كل حالة او عند حضوره المآدب وماذا نفعل بهذا الكم من الصحون والملاعق والسكاكين والشوك الموضوعه امامه مثلاً .

لذلك من قواعد الاتيكيت عند التعارف على الاشخاص الجدد هي:-

- الرجل يقف دائماً للسيدة، ما عدا حالات الملوك والرؤساء.
- الرجل الاقل درجة يقف للأعلى درجة، والا صغر سناً الى الاكبر سناً.
- السيدة الاقل درجة تقدم للسيدة الاعلى منها اجتماعياً.

- السيدة الاصغر سناً تقدم للسيدة الاكبر.
- السيدة غير المتزوجة تقدم للسيدة المتزوجة، الا اذا كانت درجة ومكانة غير المتزوجة اكبر وايضاً اذا كانت المتزوجة اقل سناً فتعكس القاعدة.
- في حالة تقديم شخصين متماثلين في السن والمركز، يتم التعريف بينهما بسرعة بحيث لا يشعر احدهما بأي فارق.
- يتولى عادة مسؤولية التعريف المضيف او المضييفة او المسؤولين عن تنظيم الحفل.
- عند تعارف اشخاص مدنيين او عسكريين فان اللقب يجب ان يسبق الاسم. ويستحسن عند التعارف ان تعلق وجه المتعارفين ابتسامة خفيفة.
- السيدات لا يقمن من مقعدهن عند التعارف ما عدا صاحبة الدعوة فتقوم لتحية ضيوفها مهما كان جنسهم، وتقف السيدة في حالة تقديم شخص كبير السن او المقام سواء رجلاً او سيده.
- عند ترك مكان الحفل يجب توديع الداعين بلطف ومجاملة مع اضافة كلمة شكر تعبر عن التمتع بالحفل، مع عدم الاطالة عند الباب لان ذلك قد يعطل الداعين عن العودة الى ضيوفهم الباقين.
- اذكر اسمك اولاً وما تريد تعريفه للشخص الذي تريد ان تتعرف عليه وانتظر ان يعرفك بنفسه دون سؤاله واذا كان قابلاً للتعارف سيتحدث بنفس صيغة المعلومات التي ذكرتها عن نفسك سابقاً في حديثه عن نفسه.
- لا تتحدث عن نفسك كثيراً الا في حدود التعارف البسيط عند اول لقاء قصير اذا لم توجد ضرورة.
- لا تطل الوقوف مع الاشخاص الذين تتعارف عليهم لأول مرة فمن المفروض ان يكون اول لقاء قصيراً اذا لم توجد ضرورة.
- ينهض الرجل من مكانه (حتى لو كان جالساً) عند التعرف على السيدة.
- عند التعرف يقدم الرجل اولاً للسيدة وليس العكس.
- لا تقدم الاشخاص باسمهم الا اول فقط ولكن يجب ذكر الاسم كاملاً.
- لا تستخدم كلمة صديقي عند تقديم احد اصدقائك لشخص آخر حتى لا تخرج شعوره اذ انه لا يعد بذلك صديقاً لك وتشعره بالغرابة.
- عند تقديم شخص لآخر او لعدة اشخاص لا تكرر الأسماء عدة مرات وانما اكتفي بذكر اسم كل شخص مرة واحدة فقط للجميع.
- لا تقدم الزوجة او الزوج بأسمائهم، ومن المحبذ ان يتم الاشارة اليهم على النحو التالي فقط (زوجتي او زوجي) بدون ذكر الأسماء.
- عندما يتم تقديم ضيف الشرف او ضيف كبير المدعوين في بعض المناسبات، فيجب على الشخص الا يقم نفسه في غير دوره او يحاول الظهور خارج الصف اذا وجد صف للمستقبلين بل ينتظر دوره، ولا يحاول لفت الانظار اليه.
- لا يجب تقديم السيدة للرجل الا في حالة رئيس الدولة وعضو العائلة المالكة وشخصية دينية كبيرة.
- عند التقديم لرئيس دولة او شخصية كبيرة يقال سيادة الرئيس هل تسمح لي بشرف تقديم الاستاذ او السيدة ... ثم ينحني الشخص انحناه بسيطة للرئيس فاذا مد الرئيس يده تتم المصافحة واذا لم يمدها يكتفي بانحناء خفيفة. (القره غولي، ٢٠١٢، ص ١١-١٢)

٤- التحية والمصافحة: السلام او التحية هي سلوك نعبر به عن توددنا واحترامنا لمن نحبيه واجملها عندما تكون مصحوبة بابتسامة لطيفة للضيوف والسياح القادمين الى المنظمة السياحية والفندقية.

وعند التوجه بالتحية الى الاخرين يعبر كل مقدم خدمة عن احساس معين له علاقة بنفسيته وشخصيته اذ يفتقر مقدمو الخدمة خاصة الشباب منهم الى حرارة اللقاء وقوة الالفة وحلاوة الترحيب وجمال الحفاوة مع مستهلكي الخدمة الفندقية والسياحية، وتنتشر عبارات (هاي وهالو وأهلاً ومرحباً)، وهي قصيرة لا تتعدى الكلمة الواحدة ومن بعيد، كشمس البلاد الباردة التي تفتقد الدفء والحرارة، ولا تتعدى ان تكون ضوءاً خافتاً باهتاً. وكثيراً ما يقف مقدم الخدمة مرتبكاً حين يلتقي بمستهلكي الخدمة في مناسبة ما، او بعد اجتماع، أو في اثناء حفل، فلا يعرف هل يقدم التحية فقط ام يقوم بمصافحتهم ايضاً.... واسباب ذلك يعود الى عدم معرفتهم بقواعد واصول التحية والمصافحة او بسبب الحرج والخجل، بخاصة اذا كان مستهلك الخدمة الفندقية ذا مكانة خاصة او شهرة واسعة، وهذا يجعل الكثيرين من مقدمي الخدمة يجدون صعوبة في اداء التحية والمصافحة للآخرين.

وهناك آداب للمصافحة وهي:-

- عندما نستقبل ضيوفاً علينا ان نمد يدينا أولاً، الا اذا كان الضيف له مركزاً فنقف له ولا نمد يدينا لمصافحته الا اذا لمحننا يده تمتد الينا.
- تجري المصافحة بين شخصين وهما واقفان. اما السيدة او الانسة الجالسة فأنها لا تقف للمصافحة الا لشخص له اعتبار خاص في السن او المركز.
- الاكبر مركزاً يمد يده للمصافحة أولاً.
- عند تسلّم جائزة او شهادة فيجب تسلمها باليد اليسرى ويصافح مقدماً باليد اليمنى.
- عند انتهاء الحفل وترك المكان من قبل مستهلكي الخدمة الفندقية، يجب على مقدمي الخدمة توديعهم بلطف ومجاملة ويجب عدم الاطالة عند الباب.

تعد المصافحة عن طريق تشابك الايدي الوسيلة المعتادة للتحية في معظم المجتمعات، وتتطلب المصافحة جهداً لأدائها اذا كان الشخص لا يلم بقواعد واسلوب المصافحة السليم، ويعلمنا الرسول الكريم صلى الله عليه وعلى اله فيقول ((يسلم الراكب على الماشي، والماشي على القاعد، والقليل على الكثير، والصغير على الكبير))، ويجب الا تطول مدة المصافحة لان اطالتها تبعث على الضيق عند بعض الاشخاص، فاذا كانت المصافحة بين رجل وسيدة فان اطالة تشابك ايديهما سيكون باعثاً على لفت الانظار، وعلى العكس لا يجب ان يكون زمن المصافحة من القصر في حين يبدو وكأنه مجرد تلامس سريع بين الايدي، ويعد من اهم مقتضيات المصافحة ان الشخص الذي يصافح شخص آخر يجب ان يصبو نظره اليه، وليس الى شخص آخر او مكان آخر، ومن الواجب اذا كان الشخص يدخن ان يترك السيجارة قبل المصافحة. (درادكه، ٢٠١٤، ص ٢٨-٢٩)

٥- الحديث:- يعد الحديث واجادته احدى ضرورات المجتمع المتحضر بشكل عام والى الافراد العاملين في المنظمات الفندقية والسياحية بشكل خاص، اذ يتطلب فن الحديث متابعة المستمعين والرغبة في سماع الحديث من خلال كل كلمة يقولها المتحدث، واذا كان الاتكيت هو فن السلوك المهذب والتصرفات فهو لا يكون بهذه الصفة الا اذا كان نابعاً من اعماق النفس البشرية دون تكلف او تصنع.(حسن، ٢٠٠٨، ص ١٨٥)

ينظر الى الحديث ايضاً بأنه موهبة من الله سبحانه وتعالى وهو من المواهب الذي يستطيع الانسان تنميتها وهو ضرورة للمشتغلين في مجالات متنوعة وعلى الاتصال مباشر مع الضيوف والسياح اهمها العلاقات العامة والمراسم في المنظمات الفندقية والسياحية. كما يعد الحديث مع الاخرين اذ يترك انطباعات عن الآداب التي يتحلى بها المتحدث. فالاهتمام باتيكيت الحديث وفن الكلام وتجنب الاخطاء قدر الامكان. فأن ما يحتاجه الافراد العاملين في المنظمات السياحية والفندقية لإعطاء افضل انطباع عنهم اثناء الحديث هو التأني في الحديث واختيار افضل الكلمات ومعرفة اخطاء التحدث الشائعة لتجنبها.

٦- لغة الجسم:- تعد لغة الجسم من الالياءات والتعبيرات التي تصدر عن الافراد العاملين في المجال السياحي والفندقي، وفي كثير من الاحيان تعد اقوى من الكلمات وهذا ما يسمى بلغة الجسم، فكما ان الصوت يعبر عن صاحبه فان الجسم بتعبيراته المختلفة يعكس الانطباعات لدى الضيوف او السياح سواء كانت هذه الانطباعات ايجابية او سلبية.(درادكه، وآخرون، ٢٠١٤، ص٤٧)

ثالثاً:- نجاح المنظمة الفندقية

١- خدمة الضيوف .ان من اهم اسبقيات المنظمات الفندقية التي اصبحت في قمة النجاح هو فن خدمة الضيوف والتميز في خدمتهم يعد اساس النجاح المكتسب للمنظمة، وهناك احصائية عالمية لأسباب ترك الضيوف المنظمة الفندقية تتعلق بما يأتي:-

١- ١% من الضيوف يموتون.

٢- من ٣% الى ٥% من الضيوف ينتقلون الى مكان آخر.

٣- ٩% غير راضين بوجه عام.

٤- ١٤% غير مسرور من المنتج عموماً.

٥- ٦٨% بسبب سوء الخدمة.

معنى هذا ان اجمالي النسب ٩٥% وهذه النسبة كافية لان تغلق اي منظمة فندقية حتى لو كانت كبيرة، واسباب النجاح هو فن التعامل مع الضيوف، ويتحقق التميز عندما تتجاوز الخدمة توقعات الضيوف بالإداء الجيد. كما ان السلوك في طريقة استقبال الضيف هام جداً لتوفير الخدمة الجيدة، فالالبتسامة والترحيب لها اثر ايجابي في نفس الضيوف(حسين، واكغفور، ٢٠١٧، ص:١١٣-١١٤).

وهناك جوانب تتعلق بالضيوف وهي في ما يأتي:- (الفاقي، ٢٠١٠، ص:١٩-٢٠)

١-١ اهمية العناية بالضيوف:-

١-١-١ الحفاظ على الوقت:- نجد الآن المنظمات الفندقية والمرافق السياحية تريد ان توسع وتريد ان تأتي بالضيوف او السياح فتقوم بما يأتي:-

- تجتمع وتعين الموظفين فهذا وقت.

- تخطط وهذا وقت.

ولكي تساعد الضيوف لا بد ان يرتفع الصوت جزئياً والكلام في الحل يجعل الضيف يطمئن انه امامه شخص قوي سوف يوصله الى الحل، ولكن اذا كان هناك سكوت سوف يزيد التوتر والقلق وعد الاطمئنان.

٢-٢ الكلام ويمثل ٧% من وجه الاتصال:-الكلام من الممكن ان يتغير ويتحول بسبب الشخص عندما توسع آفاقه يمكن ان يغير الكلام ، اذ ان الكلام ليس له اي معنى غير المعنى الذي فهمته به والكلمة التي تخرج من الفم لا تعرف كيف يدركها من امامك، والغرض منها في خدمة الضيوف، ان الكلمة الاولى تخرج من الانسان تلقائياً من غير تفكير، لان اكثر من ٩٠% من كل سلوكياتنا تلقائية.

٣-٢ نبرة الصوت وحدته ويمثل ٣٨% من وجه الاتصال:-تعطي معنى الى الكلام وتفهم من خلالها حالة الشخص الذي امامك فلهجة الصوت وحدته وقوته تعطي للصوت معنى وقوة، ان لم تكن تحب صوتك فلماذا يحبه الناس فلن يحبه الناس، لذلك من الاشياء المهمة في خدمة الضيوف انه يجب ان تدرب صوتك وذهنك وشخصيتك ايضاً، وان اعلى مرحلة في الاتصال هي التوافق، اي الألفة والانسجام التام مع الضيوف ، اذ تجد نفسك مرتاحاً معهم، والشخص الاكثر مرونة يفعل شيئين: يتحكم في حياته، ويحقق اهدافه، وفضلكم عن الناس خدامكم، وخدمة الضيوف تساعدك بصورة كبيرة في تحقيق اهدافك وزيادة ارباحك.

٣- تحية الضيف مع الابتسامة بناءً على الوقت مع عرض المساعدة عليه (درادكه، وآخرون، ٢٠١٤، ص:٢١١)

Say good....., May I help you

عادة يحتفظ كل مطعم بسجل الحجز الخاص بالضيوف ويسجل فيه للحجز يومياً ويتم تسجيل اسم الضيوف ونوع الوجبة والوقت وأية بيانات اخرى وعادة ما يتم الحجز تليفونياً فيجب الاهتمام برغبات الضيوف.

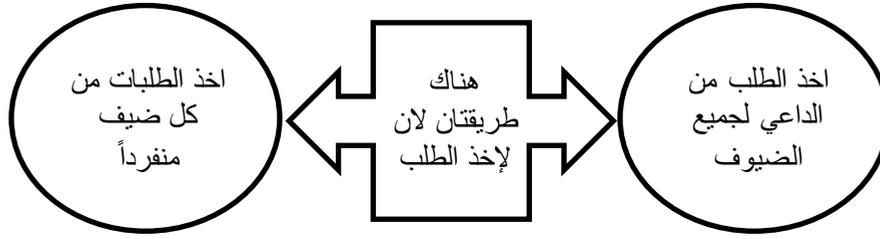
٤- سؤال الضيف هل يفضل مائدة للمدخنين ام لغير المدخنين؟ يوجه الضيف الى المائدة بناءً على طلبه وتلبية رغبته حسب المتاح والموائد الجاهزة.

This way please

٥- مساعدة الضيوف في الجلوس:من خلال سحب المقعد الى الخلف لمسافة من قبل موظف الخدمة ليمسح بدخول الضيف ما بين المقعد والمائدة، ثم يقوم موظف الخدمة بدفع المقعد الى الأمام حتى يتم جلوس السيدات، ومن ثم تقديم قائمة الطعام واقتراح اطباق خاصة مع استخدام مهارات البيع المقترحة، ويجب ان تكون قائمة الطعام وفق ما يأتي:-

- نظيفة بدون بقع او اي ثنيات.
- قائمة طعام للأطفال منفصلة.
- مكتوبة باللغتين على الاقل: لغة محلية- لغة فرنسية- لغة انكليزية.
- يجب معرفة الموجود وغير الموجود بقائمة الطعام والمعرفة التامة بالمصطلحات وكيفية التحضير. ويقوم موظف الخدمة بما يأتي:
- يقترب من الناحية اليمنى ويقدم قوائم الطعام مفتوحة، ويقدم للضيوف مع التحية والابتسامة مع استخدام اسم الضيف.
- تقديم قوائم الطعام لجميع الضيوف.
- اثناء قراءة الضيوف لقوائم الطعام يجب تركهم لمدة معقولة لقراءة قوائم الطعام ومعرفة ماذا يفضلون.

- يقترب من الضيف (الداعي) من الناحية اليسرى.



- في حالة الطلبات حسب الطلب يجب عمل الآتي:-

- نظراً لأن طلبات حسب الطلب مختلفة الاصناف ولذلك يكون من الصعب تذكر معظم الطلبات، لذا لا يجب عدم الاعتماد على الذاكرة بل يتم عمل خطة (رسم) بسيط للمنضدة على شكل يوضح اماكن كل كرسي.
- يتم تسجيل كل طلب امام كل كرسي حتى لا يختلط عليك الامر.
- عند ترتيب الطلبات على الصينية (المشروبات) الدائرية يجب ان تكون المشروبات امام صدرك.
- عدم الارتباك.
- وضع المشروبات حسب ترتيب نزولها.
- عند تقديم اي مشروب يجب مراعاة ترك مكانه خالياً حتى لا تتسبب في حدوث اي ارتباك.
- بعد وضع قوائم الطعام على المنضدة يدل ذلك على ان الضيوف مستعدين لأخذ طلباتهم.
- يقترب موظف الخدمة من اليسار مبتدأً بأول ضيف يكون مستعداً لأخذ طلباته مع الدوران في اتجاه عقرب الساعة (او على رأس المنضدة).
- اخذ طلبات المشروبات مع الاقتراح.

٦- انواع الضيوف وطرق التعامل معهم: ان المنظمة الفندقية الجيدة هي التي تجد الاسلوب الجيد للتعامل مع ضيوفها ويتطلب هذا الفهم التام لطبيعة السلوك الانساني، ولا سيما الانماط الشخصية للضيف، عاداتهم ودوافعهم وحاجاتهم واتجاهاتهم، وقيمهم وتقاليدهم ويمكنك توضيح هذه الانماط الشخصية للضيف وطرق التعامل معهم فيما يأتي:-

٦-١ الضيف السلبي:- ويتصف هذا الضيف هنا بالخلج والمزاجية وكثرة اسئلته ورغبته في الاصغاء بانتباه ويقظة فضلاً عن البطيء في اتخاذ القرارات واعطاء الرد للأسئلة التي تطرح عليه، فهو يفكر في موضوعات كثيرة اثناء حديث الموظف معه مما يقلل من درجة تركيزه واستيعابه لمحتوى الحديث.

طرق التعامل معه:-

- ❖ الصبر ومحاولة الوصول الى الاسباب التي تؤدي الى عدم قدرته على اتخاذ القرار.
- ❖ ان لا يجره الموظف للتصرف بالاتجاه الذي لا يرغبه.
- ❖ مسابرتة للوصول الى ما يحقق رغبته.
- ❖ تدعيم الحديث معه بالأدلة التي تعمق قناعته بما يقوله الموظف كعطاءه المزايا التي يحققها غيره من الضيوف ممن قبلوا بالتعامل مع المنظمة الفندقية.

❖ تعميق الادراك لديه بأهمية وقته وجهده.(السيد، ٢٠٠٢، ص: ١١٦)

٦-٢ الضيف المتشكك:- ويتصف هذا الضيف بالشك وعدم الثقة، فضلاً عن لهجته التهكمية التي تنطوي على السخرية لما يقوله الغير، وقد يطلب تقديم البراهين، ويصعب عادة معرفة ما يريد.

طرق التعامل معه:-

- ❖ عدم مجادلته فيما يقول.
- ❖ معرفة الاساس الذي يبني عليه شكه وعدم ثقته.
- ❖ تكيف الحوار معه بطريقة نزيل شكه وعدم ثقته.
- ❖ بناء جسور الثقة عن طريق الموافقة على بعض الجوانب المتعلقة بالحديث معه لخلق جو من الثقة التامة.(Cecil, 2012, p: 87)

٦-٣ الضيف الثرثار:- ويتصف الضيف هنا بأنه صديقاً مجاملاً ويتمتع بما يقضيه من وقت في محادثة الغير، ويتصف بالفكاهة والدعابة ويتصف باستحواذه على الحديث والخلط في الموضوعات وله اساليب لجر الآخرين الى الحديث الذي يريده.

طرق التعامل معه:-

- ❖ معاملته بحرص وحذر.
- ❖ الامساك بزمام المبادرة اثناء الحديث معه.
- ❖ اعطائه الفرصة للحديث كلما كان ذلك مناسباً.
- ❖ الحرص على بقاء الحديث ضمن سياق الموضوع او الخدمة محل الحديث.
- ❖ الموافقة على ما يبديه من آراء وتعليقات.
- ❖ التعبير عن الامتنان والتقدير لما يقدمه من اقتراحات.(Lattin, 1996, p: 51)

٦-٤ الضيف المغرور والمندفع:- يشعر هذا الضيف بأنه يحسن صنعاً بانتظار الآخرين له، لديه مبالغة في ادراكه لذاته، تولد لديه اتجاهات التميز والسيطرة فضلاً عن غروره المفرط، الذي يقوده الى الشعور الزائد بالثقة، ويبدو في عجلة من امره وينفذ صبره بسرعة ويقاطع الحديث ويعيق الآخرين، كذلك يثار بسرعة ولا يسأل شعوره بأنه يعرف كل شيء.

طرق التعامل معه:-

- ❖ محاولة انهاء معاملته بسرعة.
- ❖ الحرص على ضرورة مسايرته.
- ❖ معاملته على انه شخص ذو اهمية كبيرة وانه صاحب الرأي القيم.
- ❖ معاملته في آرائه ومقترحاته.
- ❖ ضرورة طلب النصيحة منه في المسائل المختلفة.
- ❖ الابتعاد عن الدخول في التفاصيل والتركيز على الهدف الاساسي.
- ❖ انتزاع زمام المبادرة في الحوار معه.
- ❖ استخدام عبارة (نعم...ولكن...) (نوفل، ٢٠٠٧، ص: ٢٨)

٦-٥ الضيف المتردد:- ويتصف هذا الضيف بعدم قدرته على اتخاذ القرار بنفسه وينظر الى عملية اتخاذ القرار على انها عملية صعبة لا يستطيع القيام بها ويبدو في العديد من الحالات متردداً في حديثه وغير مستقر في رأيه، وعلى الرغم من عدم معارضته لما يقال له الا ان اجابته بنعم تكاد تكون مستحيلة، واذا تعرض هذا الضيف لموقف حرج، فانه يبدي عدم رغبته في القرارات التي ستفرض عليه.

طرق التعامل معه:-

- ❖ اشعاره بان فرص الاختيار امامه محدودة.
- ❖ اشعاره بان الطريق الى الحلول البديلة مغلق.
- ❖ اشعاره بافتقار رايه للمنطق من خلال تدعيم اقوالك و آرائك.
- ❖ في حالة اليأس من الخروج معه بنتيجة يجب تقديم الشكر له واشعاره بأن لقاءه كان فرصة جيدة. (محمد، ٢٠١٠، ٨٥)

٦-٦ الضيف الغضبان: ويتصف هذا الضيف بسرعة الغضب وامكانية الاثارة بسرعة، فهو يبحث عن صغار الامور، لكي يجعل منها مبررات كافية لافتعال الغضب، كما انه يرى المتعة في الاساءة للآخرين والحاق الضرر بهم وفي نفس الوقت يكون من الصعوبة ارضاءه لان آراءه متشددة وفيها نوع من التهجم.

طرق التعامل معه:-

- ❖ الادب والتحلي بالصبر في التعامل معه.
 - ❖ استيعاب ثورة الغضب والتعرف على مشاكله.
 - ❖ ان يتمالك الشخص الذي يتعامل معه نفسه ويعمل على التحكم في مزاجه.
 - ❖ الانضباط والتحكم في ردود الافعال.
 - ❖ الاستمرار في توجيه الاسئلة له والاصغاء له.
 - ❖ محاولة الوصول الى اسباب الغضب لديه ومعالجتها.
 - ❖ التركيز على تقديم خدمات افضل.
 - ❖ عدم مجادلتة فيما يصدره من اقوال.
 - ❖ تدعيم الحديث معه بالأرقام والحقائق والبراهين.
 - ❖ التعامل معه بصفة شخصية خاصة اذا كان غضبه له صلة بالمنظمة.
 - ❖ اللجوء الى تهدئته والتعامل معه كما يريد.(صبحي، ٢٠٠٩، ص: ٤٣)
- ٧-٦ الضيف المشاهد المتسوق:- يميل هذا الضيف الى التمعن في الاشياء وفحصها، فلا يوجد في ذهنه شيء محدد يريده، ويستمتع بالتسوق، وبالرغم من انه يمكن ان يكون ضعيفاً جيداً الا انه يجب التعامل معه بحذر لأنه لا يحب ان يكون مراقباً وملاحظاً، فاذا شعر بذلك يتوقف عن ما كان يقوم به.

- ❖ عدم وضع العميل محلاً لتركيز الانتباه، وعدم ابداء تصرفات تشعر الضيف بذلك.
- ❖ تتبع حركاته والاهتمام به دون اشعاره بذلك، ومحاولة ابراز العلامات التي تشير الى الخدمات التي تقدمها المنظمة.
- ❖ اعطاء تعليق عابر وسريع في حالة رؤية الضيف مهتم بخدمة معينة جديدة.
- ❖ عدم الضغط باستخدام اساليب ترويحوية ومقابلته بالترحاب.
- ❖ تقديم البراهين التي تثبت ان ما تقدمه المنظمة من خدمات هو الافضل.(الجهني، بدون سنة، ص: ٣٣)

٨-٦ الضيف النزوي:- يتصف هذا الضيف بالففاخر واتخاذ القرارات بسرعة ونادراً ما يصغي للمناقشات الطويلة، تتحكم عواطفه بسلوكة الشرائي وتجد به المظاهر اكفر من المضمون، فهو يكره الشرح المفصل عم خدمة معينة، ويعد ذلك مضبعة للوقت، وفي حالة وقوعه في الاخطاء فأنه يلقي اللوم على الموظف الذي قدم له الخدمة.

طرق التعامل معه:-

- ❖ محاولة مساعدته لتجنبه الوقوع في الاخطاء.
 - ❖ تقديم النصيحة التي تساعد على الاختيار الصحيح.
 - ❖ حثه على الاطلاع على المعلومات التي تتعلق باختياره قبل اتخاذ القرار، وتوضيح الالتزامات التي تقع عليه في حالة حدوث اخطاء.(دراذكة، وآخرون، ٢٠١٤، ص: ٢٦٨)
- ٩-٦ الضيف العنيد:- ويتصف هذا الضيف بأنه ايجابي النزعة، نشيط ومبادر، يتمتع باستقلالية عالية جداً، يفضل اتخاذ قراراته بصورة منفردة بعيداً عن تأثير الآخرين، فهو عنيد ومتشبت بأرائه التي قد تكون عن علم او لا يعلم، وهو محافظ مقاوم للتغيير، ويرفض كل ما هو جديد ومتطور وذو عقلية مغلقة.

طرق التعامل معه:-

- ❖ محاولة مسايرته فيما يقول، والثناء على ذلك.
 - ❖ اظهار التقدير والاحترام لمعارفه وذكاءه.
 - ❖ الطلب منه تقديم المقترحات التي يريدها حول الخدمات المقدمة.
 - ❖ اشعاره بالاهتمام به وبالأشياء التي يقولها.(Bacall, 2005, p:207)
- ١٠-٦ الضيف المفكر الصامت:- ويتصف بالهدوء وقلة الكلام، فهو يستمتع اكفر مما يتكلم، يصعب تغيير افكاره وآراءه بسرعة، يمتاز بالاتزان وعدم السرعة في اتخاذ القرارات، يبحث عن المعلومات، يقوم بالمقارنات للوصول للاختيار الصائب، من خلال تحليله وربطه بين المعلومات وادراكه للخطر.

طرق التعامل معه:-

- ❖ الحرص على اعطاء المعلومات الصحيحة وعدم مناقشته بغير علم.
- ❖ الجدية في اسلوب الحوار المستخدم معه.
- ❖ استخدام الحقائق والمنطق التحليلي.
- ❖ معاملته باحترام.
- ❖ اعطاه الامثلة الرقمية والادلة.(راشد، ٢٠١٠، ص: ٢٤)

من خلال ما سبق من انواع الضيوف وطرق التعامل معهم يتضح بأن هناك اختلاف في شخصيات الضيوف مما يجعل مهمة مقدمي الخدمة صعبة في التعامل معهم، لذلك على المنظمات الفندقية ان تقدم دورات تكوينية لمقدمي الخدمات في مجال علم النفس والاجتماع وفن التعامل من اجل الاطلاع على خبايا الشخصيات وفهمها وبالتالي ايجاد الحلول المناسبة للتعامل معها.

الفصل الثالث- تحليل البيانات

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية لمتغيرات البحث

جرى استخدام الاساليب الاحصائية الوصفية لغاية التعرف على اهمية متغيرات الدراسة من خلال ما ابدته عينة البحث حول مدى اتفاقها من عدمه وقد تمثلت هذه الاساليب بالاهمية النسبية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري بالاضافة الى مقارنة المتوسطات الحسابية المتحصل عليها مع الوسط الحسابي الفرضي، وبما انه في هذا البحث قد تم استخدام ما يعرف بمقياس ليكرت الخماسي لذا سيتوجب علينا ان تكون قيمة الوسط الفرضي تساوي (٣) والتي تحسب من خلال معادلة معينة * فإذا كان المتوسط الحسابي اعلى من المتوسط الفرضي فهذا يدل ان اجابات المبحوثين تتجه نحو الاتفاق والعكس صحيح، اما درجة شدة الاتفاق من عدمه فتقاس عن طريق قيمة المتوسط الحسابي وكما في الجدول التالي.

جدول (١) يبين طريقة تحليل قيم المتوسط الحسابي .

المستوى	قيمة المتوسط الحسابي
لا اتفق بشدة	١ - ١.٧٩
لا اتفق	١.٨٠ - ٢.٥٩
غير متأكد	٢.٦٠ - ٣.٣٩
اتفق	٣.٤٠ - ٤.١٩
اتفق بشدة	٤.٢٠ - ٥

جدول (٢) عدد الاستمارات الموزعة على عينة البحث لفنادق المبحوثة

ت	اسم الفندق	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات غير المسترجعة	عدد الاستمارات المستلمة	عدد الاستمارات المحللة احصائياً
1	فندق عشتار	20	3	17	17
2	فندق بابل	20	4	16	16
3	فندق المنصور	20	1	19	17
4	فندق فلسطين	20	0	20	20
	المجموع	80	8	72	70

المصدر: أعداد الباحثان: بالاعتماد على استمارات الاستبيان التي وزعت على عينة البحث

عدد درجات المقياس + ١ = ٦

$$(*) \text{ المتوسط الفرضي (المعيارى) } = \frac{\text{عدد درجات المقياس} + 1}{\text{عدد درجات المقياس}} = \frac{6}{3} = 2$$

جدول (٣) يوضح المعلومات التعريفية لعينة البحث

ت	المتغيرات	الفئات المستهدفة	العدد	النسبة %
-1	الجنس	ذكور	56	80%
		اناث	14	20%
		المجموع	70	100%
-2	العمر	اقل من 35	15	21%
		35-44	31	44%
		45-54	19	27%
		55 فأكثر	5	7%
		المجموع	70	100%
-3	الشهادة	اعدادية	4	6%
		دبلوم	30	43%
		بكالوريوس	31	44%

1%	1	دبلوم عالي		
3%	2	ماجستير		
3%	2	دكتوراه		
100%	70	المجموع		
6%	4	رئيس مجلس الإدارة	الموقع الوظيفي	-4
6%	4	مدير مفوض		
4%	3	معاون مدير مفوض		

ت	المتغير	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
١-	الإجمالي لصفات رجل المراسم	3.63	0.513	72.7
٢-	الإجمالي لدور رجل المراسم في استقبال الضيوف	3.73	0.606	74.6
٣-	الإجمالي لمتغير الأسبقيه	3.44	0.591	68.9
٤-	الإجمالي لمتغير المجاملة والبساطة	3.55	0.530	71.7
٥-	الإجمالي لمتغير التقدير والتعارف	3.77	0.474	75.43
٦-	الإجمالي لمتغير التحية والمصافحة والحديث	3.75	0.566	75.06
	الإجمالي لمجمل المراسم والاتيكيث	3.64	0.439	72.96

جدول (٤) الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث لفقرات متغير المراسم والاتيكيث في فئات الدرجة الممتازة

27%	19	مدير قسم		
57%	40	مسؤول شعبة		
100%	70	المجموع		
11%	8	أقل من 5	عدد سنوات الخدمة	-5
21%	15	5-9		
19%	13	10-14		
27%	18	15-19		
22%	16	20 فأكثر		
100%	70	المجموع		
77%	54	نعم	الإجابة عن المشاركة في الدورات التدريبية	-6
23%	16	كلا		
100%	70	المجموع		
34%	24	دورة واحدة	عدد الدورات	-7
24%	17	ثورتين		
19%	13	ثلاث دورات فأكثر		
23%	16	الذين لم يشاركوا بدورة تدريبية		
100%	70	المجموع		

المصدر: من اعداد الباحثان

عرض نتائج متغيرات البحث

أولاً:- المراسم والاتيكيث:

المصدر : أعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

١- المراسم والاتيكيث.

١-١- صفات رجل المراسم . بالاعتماد على نتائج الجدول(٤) تبين ان صفات رجل المراسم كان المتوسط الحسابي لها مساوي الى (٣.٦٣) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٥١٣) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧٢.٧ %) وتفسر لنا هذه النسبة اهتمام اغلب افراد العينة الى السعي الدائم نحو التحلي بالمظهر الجذاب والتمتع بالمهارة والكفاءة وسرعة البديهة وقوة الشخصية وجرأة في التعامل والتوسع الفكري.

١-٢- دور رجل المراسم في استقبال الضيوف. بالاعتماد على نتائج الجدول(٤) تبين ان دور رجل المراسم في استقبال الضيوف قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٣.٧٣) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ،

ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٦٠٦) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧٤.٦ %) وتفسر لنا هذه النسبة اغلب افراد العينة يعطون اهمية كبيرة لدور رجل المراسم في تحية واستقبال الضيوف وطرق التعامل معهم .

٣-١- الاسبقية . يفسر لنا الجدول رقم (٤) ان اتيكيت الاسبقية قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٣.٤٤) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٥٩١) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧٧.٢ %) وتفسر لنا هذه النسبة ان اغلب افراد العينة يعطون اهمية بالغة لتطبيق الاسبقية في التعامل مع الضيوف كل حسب اهميته ومركزه وعمره وجنسه .

٤-١- المجاملة والبساطة . اوجد لنا الجدول رقم (٤) ان متغير المجاملة والبساطة قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٣.٥٥) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٥٣٠) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧١.١ %) وهذا يبين لنا ان غالبية افراد العينة يؤكدون على اهمية المجاملة والبساطة في التعامل مع الضيوف واشعارهم بأنهم قريبون من العاملين و غايتنا اسعادهم .

٥-١- التقديم والتعارف . افرزت لنا عينة الدراسة من خلال الجدول رقم (٤) ان اتيكيت التقديم والتعارف قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٣.٧٧) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٤٧٤) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧٥.٤٣ %) وتفسر لنا هذه النسبة اغلب افراد العينة يعطون اهمية بالغة لهذا المتغير في التعامل مع الضيوف كل حسب اهميته ومركزه .

٦-١- التحية والمصافحة والحديث . يفسر لنا الجدول رقم (٤) ان اتيكيت التحية والمصافحة والحديث قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٣.٦٤) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٤٣٩) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧٢.٩٦ %) وتفسر لنا هذه النسبة اغلب افراد العينة يميلون الى اهمية هذا المتغير في التعامل مع الضيوف المختلفين.

اما بالنسبة للمتغير الرئيس المراسم والاتيكيت وبالشكل الاجمالي فقد حقق متوسط حسابي قدره (٣.٦٤) وهو اعلى من الوسط الفرضي اي ان اغلب افراد العينة يميلون الى الاتفاق حوله وكذلك عدم تشتت اجابات المبحوثين حول المراسم والاتيكيت من خلال ما حققه من انخفاض في قيمة الانحراف المعياري والمساوي الى

جدول (٦) الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث لفقرات نجاح

المنظمة الفندقية في فنادق الدرجة الممتازة

المصدر : اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

(٠.٤٣٩)، كما حقق اهمية نسبية وقدرها (٧٢.٩٦).

جدول(٥) ترتيب مستوى الأهمية للمراسم والاتيكت في فنادق الدرجة الممتازة

المراسم والاتيكيك	فنادق الدرجة الممتازة
صفات رجل المراسم	3.63 (الرابع)
نور رجل المراسم في استقبال الضيوف	3.73 (الثالث)
الاسيقية	3.44 (السادس)

ت	المتغير	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
١-	الاجمالي لمتغير خدمة الضيوف	3.66	0.605	73.3
٢-	الاجمالي لمتغير الاتصال الفعال	3.58	0.634	71.7
٣-	الاجمالي لمتغير تحية الضيف مع الابتسامه	4.01	0.606	80.2
٤-	الاجمالي لمتغير تفضيل الضيف للمانده	4.04	0.675	80.9
٥-	الاجمالي لمتغير مساعدة الضيوف	3.84	0.618	76.9
٦-	الاجمالي لمتغير طرق التعامل مع مختلف الضيوف	3.87	0.536	77.5
	الاجمالي لمجمل نجاح المنظمة الفندقية	3.83	0.503	76.75

المجاهله والبساطه	3.55 (الخامس)
التقديم والتعارف	3.77 (الاول)
التحية والمصافحة والحديث	3.75 (الثاني)

ثانياً:- نجاح المنظمة الفندقية.

المصدر : أعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

١- : نجاح المنظمة الفندقية.

١-١- خدمة الضيوف . افرزت لنا عينة الدراسة من خلال نتائج التحليل الاحصائي ان خدمة الضيوف قد حققت متوسط حسابي مساوي الى (٣.٦٦) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٦٠٥) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧٣.٣ %) وتفسر لنا هذه النسبة اغلب افراد العينة يعطون اهمية بالغة لهذا المتغير لكونه الاساس في العملية السياحية والعلاقة بين الضيف والمنظمة الفندقية .

٢-١- الاتصال الفعال. اشارت لنا البيانات المتحصل عليها ان الاتصال الفعال قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٣.٥٨) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٦٣٤) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧١.٧ %) وتفسر لنا هذه النسبة ان المنظمة الفندقية تعمل جاهدة على استدامة الاتصالات مع الضيوف لرفدهم بكافة المعلومات الحديثة عن الخدمات المقدمة حالياً والعروض التي سوف تشملهم مثلاً.

٣-١- تحية الضيف مع الابتسامه . من خلال تحليل البيانات اوجدنا ان تحية الضيف والابتسامه قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٤.٠١) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حول هذا المتغير وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٦٠٦) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٨٠.٢ %) وتفسر لنا هذه النسبة ان المنظمة

الفندقية تولي هذا العامل الأهمية الكبيرة وذلك لأن أساس التعامل مع الضيوف مبني على اللمسة الانسانية والتعامل الريق مع مختلف الضيوف والابتسامه الدائمة بوجههم.

٤-١ - تفضيل الضيف للمائدة . بالاعتماد على الجدول السابق نجد ان هذا المتغير قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٤.٠٤) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حوله وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٦٧٥) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٨٠.٩ %) وتفسر لنا هذه النسبة ان ضيوف المنظمة الفندقية يعطون هذا العامل الأهمية الكبيرة وذلك لأن لتحقيق الراحة النفسية والشعور بالرضا.

٥-١ - مساعدة الضيوف . بالاعتماد على البيانات الظاهرة في الجدول السابق نجد ان مساعدة الضيوف قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٣.٨٤) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حوله وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٦١٨) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧٦.٩ %) وتفسر لنا هذه النسبة ان ضيوف المنظمة الفندقية غالبا ما يشعرون بضرورة تقديم المساعدة لهم لكي يستمتعوا بأوقاتهم بالشكل الامثل.

٦-١ - طرق التعامل مع مختلف الضيوف . اظهرت لنا النتائج السابقة المشار لها في الجدول (٦) ان هذا المتغير قد حقق متوسط حسابي مساوي الى (٣.٨٧) وهو متوسط حسابي اعلى من المتوسط الفرضي ، ويشير الى ان افراد العينة يميلون الى الاتفاق حوله وكان الانحراف المعياري مساوي الى (٠.٥٣٦) وهو مستوى منخفض يدل على عدم تشتت اجابات المبحوثين ،في حين حقق هذا المتغير اهمية نسبية مقدارها (٧٧.٥ %) وتفسر لنا هذه النسبة ان المنظمة الفندقية تعمل على تهذيب العاملين بشكل مستمر على ضرورة التعامل بالشكل اللائق والحسن مع الضيوف كل حسب شخصيته وقيمه وعاداته الاجتماعية.

اما بالنسبة للمتغير الرئيس نجاح المنظمة الفندقية وبالشكل الاجمالي فقد حقق متوسط حسابي قدره ٣.٨٣ وهو اعلى من الوسط الفرضي اي ان اغلب افراد العينة يميلون الى الاتفاق حوله وكذلك عدم تشتت اجابات المبحوثين حول نجاح المنظمة الفندقية من خلال ما حققه من انخفاض في قيمة الانحراف المعياري والمساوي الى (٠.٥٠٣)، كما حقق اهمية نسبية وقدرها (٧٦.٧٥).

جدول (٧) ترتيب مستوى الأهمية نجاح المنظمة الفندقية في فنادق الدرجة الممتازة

فنادق الدرجة الممتازة	نجاح المنظمة الفندقية
3.66 (الخامس)	خدمة الضيوف
3.58 (السادس)	الاتصال الفعال
4.01 (الثاني)	تحية الضيف مع الابتسامه
4.04 (الأول)	تفضيل الضيف للمائدة
3.84 (الرابع)	مساعدة الضيوف
3.87 (الثالث)	طرق التعامل مع مختلف الضيوف

المصدر : أعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

تحليل علاقات الارتباط لمراسم والاتيكيث في نجاح المنظمة الفندقية: اختبار الفرض الرئيسي الاول: هناك علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المراسم والاتيكيث نجاح المنظمة الفندقية على المستوى الكلي وعلى مستوى ابعادهما الفرعية . و اشارت المعالجات الاحصائية للبيانات عن وجود (٣٩) علاقة ارتباط معنوية بين متغيرات المراسم والاتيكيث

ومتغيرات نجاح المنظمة الفندقية ، وقد شكلت هذه العلاقات نسبة (٧٩.٥ %) من مجموع العلاقات البالغة (٤٩) ، وان أعلى قيمة ذات دلالة معنوية لعلاقات الارتباط المذكورة في اعلاه كانت (٠,٧٠) للعلاقة بين (اجمالي المراسم والاتيكييت) اجمالي متغيرات جودة الخدمات الفندقية ، وادنى علاقة ارتباط كانت (٠.٠٩٠) بين متغير الاسبقية واحد ومتغيرات نجاح المنظمة الفندقية (طرق التعامل مع مختلف الضيوف)، وكما هو موضح في الجدول (٨) .

جدول (٨) قيم الارتباط لمعامل (Spearman) المراسم والاتيكييت مع نجاح المنظمة الفندقية

عدد العلاقات	اجمالي متغير نجاح المنظمة الفندقية	طرق التعامل مع مختلف الضيوف	مساعدة الضيوف	تفضيل الضيف للماندة	تحية الضيف مع الابتسامه	الاتصال الفعال	خدمة الضيوف	نجاح المنظمة الفندقية المراسم والاتيكييت
4	**0.376 (0.001)	*0.428 *(0.000)	0.200 (0.097)	**0.460 (0.000)	**0.407 (0.000)	*0.237 (0.049)	0.186 (0.123)	صفات رجل المراسم
6	**0.610 (0.000)	*0.399 *(0.001)	**0.420 (0.000)	**0.665 (0.000)	**0.635 (0.000)	**0.499 (0.000)	*0.237 (0.048)	نور رجل المراسم
5	**0.544 (0.000)	0.090 (0.457)	**0.505 (0.000)	**0.417 (0.000)	**0.342 (0.004)	**0.539 (0.000)	**0.520 (0.000)	الاسبقية
5	**0.525 (0.000)	0.135 (0.265)	**0.595 (0.000)	*0.260 (0.030)	**0.393 (0.001)	**0.585 (0.000)	**0.412 (0.000)	المجامله والبساطه
7	**0.553 (0.000)	**0.47 9 (0.000)	**0.374 (0.001)	**0.469 (0.000)	**0.485 (0.000)	**0.476 (0.000)	**0.455 (0.000)	التقديم والتعارف
5	**0.559 (0.000)	*0.297 (0.012)	**0.501 (0.000)	*0.292 (0.014)	**0.415 (0.000)	**0.483 (0.000)	**0.580 (0.000)	التحية والمصافحه والحديث
7	**0.700 (0.000)	*0.427 *(0.000)	**0.566 (0.000)	**0.588 (0.000)	**0.619 (0.000)	**0.557 (0.000)	**0.458 (0.000)	اجمالي متغير المراسم والاتيكييت
39	7	4	6	5	6	6	5	عدد العلاقات

N=70

**مستوى معنوية 0.01

* مستوى معنوية 0.05

المصدر : من أعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

اوجد لنا الجدول السابق مايلي....

١- اختبار العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت و خدمة الضيوف .

اوضحت نتائج العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت ومتغير خدمة الضيوف وجود (٥) علاقات ذات دلالة معنوية ، وبلغت اعلى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية (٠.٥٨٠) للعلاقة ما بين التحية والمصافحه للمراسم والاتيكييت ومتغير خدمة الضيوف ،بينما كانت ادنى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية (٠.١٨) صفات رجل المراسم ،اما قيمة معامل الارتباط العام بين اجمالي المراسم والاتيكييت ومتغير خدمة الضيوف الفندقية فقد بلغت (٠.٤٥) وبدلالة معنويه وهذا يدل على دور ادارة المراسم والاتيكييت في نجاح المنظمة الفندقية .

٢- اختبار العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت و الاتصال الفعال . اوضحت نتائج العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت ومتغير الاتصال الفعال وجود (٦) علاقات ذات دلالة معنوية ، وبلغت اعلى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية (٠.٥٨٥) للعلاقة ما بين المجامله والبساطه للمراسم والاتيكييت ومتغير الاتصال الفعال ،بينما كانت ادنى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية (٠.٢٣) صفات رجل المراسم ،اما قيمة معامل الارتباط العام بين اجمالي المراسم والاتيكييت ومتغير الاتصال الفعال فقد بلغت (٠.٥٥) وبدلالة معنويه وهذا يدل على الترابط بين ادارة المراسم والاتيكييت وبين الاتصال الفعال الذي يساهم في نجاح المنظمة الفندقية

٣- اختبار العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت و تحية الضيف مع الابتسامة .

اوضحت نتائج العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت ومتغير تحية الضيف وجود (٦) علاقات ذات دلالة معنوية ، وبلغت اعلى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية (٠.٦٣٥) للعلاقة ما بين دور رجل المراسم للمراسم والاتيكييت ومتغير تحية الضيف، بينما كانت ادنى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية(٠.٣٤٢) الاسبقية ، اما قيمة معامل الارتباط العام بين اجمالي الامراسم والاتيكييت ومتغير تحية الضيف فقد بلغت (٠.٦١٩) وبدلالة معنويه وهذا يدل على قوة الترابط بين ادارة المراسم والاتيكييت وبين تحية الضيف التي تساهم في نجاح المنظمة الفندقية.

٤- اختبار العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت و تفضيل الضيف للمائدة .

اوضحت نتائج العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت ومتغير تفضيل الضيف للمائدة وجود (٥) علاقات ذات دلالة معنوية ، وبلغت اعلى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية (٠.٦٦٥) للعلاقة ما بين دور رجل المراسم للمراسم والاتيكييت ومتغير تفضيل الضيف للمائدة، بينما كانت ادنى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية(٠.٢٦٠)المجاملة والبساطة، اما قيمة معامل الارتباط العام بين اجمالي الامراسم والاتيكييت ومتغير تفضيل الضيف للمائدة فقد بلغت (٠.٥٨٨) وبدلالة معنويه وهذا يدل على قوة الترابط بين ادارة المراسم والاتيكييت وبين تفضيل الضيف للمائدة .

٥- اختبار العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت و مساعدة الضيوف .

اوضحت نتائج العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت ومتغير مساعدة الضيوف وجود (٦) علاقات ذات دلالة معنوية ، وبلغت اعلى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية (٠.٥٩٥) للعلاقة ما بين المجاملة والبساطة للمراسم والاتيكييت ومتغير مساعدة الضيوف ،بينما كانت ادنى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية(٠.٢٠٠) صفات رجل المراسم ، اما قيمة معامل الارتباط العام بين اجمالي الامراسم والاتيكييت ومتغير مساعدة الضيوف فقد بلغت (٠.٥٨٨) وبدلالة معنويه وهذا يدل على اهمية متغير مساعدة الضيوف في نجاح المنظمة الفندقية.

٦- اختبار العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت و طرق التعامل مع مختلف الضيوف .

اوضحت نتائج العلاقة ما بين متغيرات المراسم والاتيكييت ومتغير و طرق التعامل مع مختلف الضيوف وجود (٤) علاقات ذات دلالة معنوية ، وبلغت اعلى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية (٠.٤٧٩) للعلاقة ما بين التقديم والتعارف للمراسم والاتيكييت ومتغير و طرق التعامل مع مختلف الضيوف، بينما كانت ادنى قيمة لمعامل الارتباط المعنوية(٠.٢٠٠) الاسبقية، اما قيمة معامل الارتباط العام بين اجمالي الامراسم والاتيكييت ومتغير طرق التعامل مع مختلف الضيوف فقد بلغت (٠.٤٢٧) وبدلالة معنويه وهذا يدل على وجود ارتباط ودور لأدارة المراسم والاتيكييت في طرق التعامل مع مختلف الضيوف والذي من شأنه يساهم في نجاح المنظمة الفندقية.

ملخص نتائج اختبار فروض علاقات الارتباط :

اسفرت نتائج اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة عن وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ...

١- متغيرات المراسم والاتيكييت ومتغيرات نجاح المنظمة الفندقية ككل مما يؤكد صحة الفرض الرئيس الاول .

٢- متغيرات المراسم والاتيكييت (صفات رجل المراسم، دور رجل المراسم، الاسبقية. المجاملة والبساطة، التقديم والتعارف، التحية والمصافحة والحديث، اجمالي متغير المراسم والاتيكييت) ومتغير خدمة الضيوف ، مما يؤكد صحة الفرض الفرعي رقم (١) .

٣- متغيرات المراسم والاتيكييت (صفات رجل المراسم، دور رجل المراسم، الاسبقية. المجاملة والبساطة، التقديم والتعارف، التحية والمصافحة والحديث، اجمالي متغير المراسم والاتيكييت) ومتغير الاتصال الفعال، مما يؤكد صحة الفرض الفرعي رقم (٢) .

٤- متغيرات المراسم والاتيكييت (صفات رجل المراسم، دور رجل المراسم، الاسبقية. المجاملة والبساطة، التقديم والتعارف، التحية والمصافحة والحديث، اجمالي متغير المراسم والاتيكييت) ومتغير تحية الضيف مع الابتسامه ، مما يؤكد صحة الفرض الفرعي رقم (٣) .

٥- متغيرات المراسم والاتيكييت (صفات رجل المراسم، دور رجل المراسم، الاسبقية. المجاملة والبساطة، التقديم والتعارف، التحية والمصافحة والحديث، اجمالي متغير المراسم والاتيكييت) ومتغير تفضيل الضيف للمائدة ، مما يؤكد صحة الفرض الفرعي رقم (٤) .

٦- متغيرات المراسم والاتيكييت (صفات رجل المراسم، دور رجل المراسم، الاسبقية. المجاملة والبساطة، التقديم والتعارف، التحية والمصافحة والحديث، اجمالي متغير المراسم والاتيكييت) ومتغير مساعدة الضيوف ، مما يؤكد صحة الفرض الفرعي رقم (٥) .

٧- متغيرات المراسم والاتيكييت (صفات رجل المراسم، دور رجل المراسم، الاسبقية. المجاملة والبساطة، التقديم والتعارف، التحية والمصافحة والحديث، اجمالي متغير المراسم والاتيكييت) طرق التعامل مع مختلف الضيوف ، مما يؤكد صحة الفرض الفرعي رقم (٦) .

تحليل علاقات تأثير المراسم والاتيكييت في نجاح المنظمة الفندقية

يهدف هذا التحليل إلى اختبار فرضية البحث والمتعلقة بتأثير المتغير المستقل المراسم والاتيكييت في المتغير المعتمد نجاح المنظمة الفندقية وذلك باستعمال معامل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) وكانت نتائج علاقات التأثير كالتالي:

أولاً: تأثير المراسم والاتيكييت في نجاح المنظمة الفندقية على المستوى الإجمالي:

جدول (٩) نتائج معامل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لتأثير المراسم والاتيكييت في نجاح المنظمة الفندقية على المستوى الإجمالي

معامل التحديد R2	قيمة F المحسبه (0.000)	قيمة معامل الانحدار	قيمة ثابت الانحدار	المتغير التابع Y	المتغير المستقل X
0.72	178.146 (0.000)	0.851	0.276	نجاح المنظمة الفندقية	المراسم والاتيكييت

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 3.98 ودرجة حرية (1.68)

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية 0.01 = 7.02 ودرجة حرية (1.68)

المصدر : اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

وتؤشر هذه النتائج إلى تحقق الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للمراسم والاتيكييت في نجاح المنظمة الفندقية)، من خلال قيمة F المحتسبة والبالغه (178.146) والتي هي اكبر قيمة من الجدولية و اشار معامل التحديد الى ان (0.72) من التغييرات الحاصلة في نجاح المنظمة الفندقية تعود الى المراسم والاتيكييت وكانت معادلة الانحدار على النحو الآتي:

$$Y = 0.276 + 0.851 X_1$$

ثانياً: تأثير المراسم والاتيكييت في نجاح المنظمة الفندقية في مستوى الفرضيات الفرعية:

جدول (10) نتائج معامل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لتأثير صفات رجل المراسم في نجاح المنظمة الفندقية

المتغير المستقل X	المتغير التابع Y نجاح المنظمة الفندقية	قيمة ثابت الانحدار	قيمة معامل الانحدار	قيمة F المحتسبة	معامل التحديد R2
صفات رجل المراسم	خدمة الضيوف	2.213	0.338	8.707 (0.004)	0.11
	الاتصال الفعال	1.816	0.394	12.462 (0.001)	0.15
	تحية الضيف مع الابتسامه	1.782	0.519	25.054 (0.000)	0.26
	مساعدة الضيوف	1.290	0.575	33.629 (0.000)	0.33
	مساعدة الضيف في الجلوس	2.223	0.370	10.800 (0.002)	0.13
	التعامل مع مختلف الضيوف	1.863	0.530	26.592 (0.000)	0.28
	اجمالي متغير نجاح المنظمة الفندقية	1.865	0.553	29.891 (0.000)	0.30

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 3.98 ودرجة حرية (1.68)

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية 0.01 = 7.02 ودرجة حرية (1.68)

المصدر : أعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

وتؤشر هذه النتائج على تحقق الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص (توجد علاقة

تأثير ذات دلالة معنوية لصفات رجل المراسم في نجاح المنظمة الفندقية)، بالاعتماد على قيمة F المحتسبة (29.891)

والتي هي اكبر من قيمتها الجدولية (3.98) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1.68) وكانت معادلة الانحدار

على النحو الآتي:

$$Y = 1.865 + 0.553 X_1$$

جدول (11) نتائج معامل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لتأثير دور رجل المراسم في نجاح المنظمة الفندقية

المتغير المستقل X	المتغير التابع Y نجاح المنظمة الفندقية	قيمة ثابت الانحدار	قيمة معامل الانحدار	قيمة F المحتسبة	معامل التحديد R2
دور رجل المراسم	خدمة الضيوف	2.133	0.411	13.787 (0.000)	0.16
	الاتصال الفعال	1.187	0.614	41.178 (0.000)	0.37
	تحية الضيف مع الابتسامه	1.308	0.724	75.000 (0.000)	0.52

0.55	85.799 (0.000)	0.747	0.939	تفضيل الضيف للماندة
0.25	23.541 (0.000)	0.507	1.915	مساعدة الضيف في الجلوس
0.33	33.642 (0.000)	0.575	1.979	التعامل مع مختلف الضيوف
0.53	77.100 (0.000)	0.729	1.577	اجمالي متغير نجاح المنظمة الفندقية

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.05 = 3.98$ ودرجة حرية (1.68)

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.01 = 7.02$ ودرجة حرية (1.68)

المصدر : أعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

تؤشر نتائج الجدول (١١) على تحقق الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لدور رجل المراسم نجاح المنظمة الفندقية) ، من خلال قيمة F المحتسبة (77.100) والتي هي اكبر من قيمة F الجدولية (3.98) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية

$$Y = 1.577 + 0.729 X1$$

النحو الآتي :

جدول (١٢) نتائج معامل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لتأثير الاسبقية في نجاح المنظمة الفندقية

المتغير المستقل X	المتغير التابع Y	قيمة ثابت الانحدار	قيمة معامل الانحدار	قيمة F المحتسبة	معامل التحديد R2
الاسبقية	خدمة الضيوف	1.534	0.604	39.085 (0.000)	0.35
	الاتصال الفعال	1.062	0.683	59.505 (0.000)	0.46
	تحية الضيف مع الابتسامه	2.218	0.508	23.670 (0.000)	0.25
	تفضيل الضيف للماندة	1.759	0.582	34.759 (0.000)	0.33
	مساعدة الضيف في الجلوس	1.827	0.561	31.180 (0.000)	0.31
	التعامل مع مختلف الضيوف	2.744	0.363	10.342 (0.002)	0.13
اجمالي متغير نجاح المنظمة الفندقية	1.857	0.675	57.013 (000)	0.45	

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.05 = 3.98$ ودرجة حرية (1.68)

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.01 = 7.02$ ودرجة حرية (1.68)

المصدر : أعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

وتؤشر هذه النتائج على تحقق الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص (توجد علاقة

تأثير ذات دلالة معنوية للاسبقية في نجاح المنظمة الفندقية) بالاعتماد على قيمة F المحتسبة (57.013) والتي هي

اكبر من قيمتها الجدولية (3.98) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1.68) وكانت معادلة الانحدار على النحو

الآتي ..

$$Y = 1.857 + 0.675 X1$$

جدول (١٣) نتائج معامل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لتأثير المجاملة والبساطة في نجاح المنظمة الفندقية

المتغير المستقل X	المتغير التابع Y	قيمة ثابت الانحدار	قيمة معامل الانحدار	قيمة F المحتسبة	معامل التحديد R2
أبعاد نجاح المنظمة الفندقية					

0.33	34.754 (0.000)	0.582	1.304	خدمة الضيوف	المجاملة والبساطة
0.49	66.771 (0.000)	0.704	0.593	الاتصال الفعال	
0.23	21.299 (0.000)	0.488	2.028	تحية الضيف مع الابتسامه	
0.17	14.372 (0.000)	0.418	2.156	تفضيل الضيف للماندة	
0.35	38.093 (0.000)	0.599	1.362	مساعدة الضيف في الجلوس	
0.10	7.554 (0.008)	0.316	2.743	التعامل مع مختلف الضيوف	
0.40	45.725 (0.000)	0.634	1.698	اجمالي متغير نجاح المنظمة الفندقية	

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.05 = 3.98$ ودرجة حرية (1.68)

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.01 = 7.02$ ودرجة حرية (1.68)

المصدر : أعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

وتؤشر هذه النتائج على تحقق الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للمجاملة والبساطة في نجاح المنظمة الفندقية)، بالاعتماد على قيمة F المحتسبة (45.725) والتي هي اكبر من قيمتها الجدولية (3.98) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1.68) وكانت معادلة الانحدار كالاتي :

$$Y = 1.698 + 0.634 X1$$

جدول (١٤) نتائج معامل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لتأثير التقديم والتعارف في نجاح المنظمة الفندقية

المتغير المستقل X	المتغير التابع Y	قيمة ثابت الانحدار	قيمة معامل الانحدار	قيمة F المحتسبة	معامل التحديد R2
التقديم والتعارف	أبعاد جودة الخدمة الفندقية				
	خدمة الضيوف	0.806	0.594	37.137 (0.000)	0.35
	الاتصال الفعال	0.453	0.622	42.875 (0.000)	0.38
	تحية الضيف مع الابتسامه	0.849	0.757	51.654 (0.000)	0.43
	تفضيل الضيف للماندة	0.666	0.630	44.801 (0.000)	0.39
	مساعدة الضيف في الجلوس	1.389	0.500	22.690 (0.000)	0.25
التعامل مع مختلف الضيوف	1.206	0.628	44.237 (0.000)	0.39	
اجمالي متغير نجاح المنظمة الفندقية		0.895	0.736	80.234 (0.000)	0.54

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.05 = 3.98$ ودرجة حرية (1.68)

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.01 = 7.02$ ودرجة حرية (1.68)

المصدر : أعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

وتؤشر هذه النتائج على تحقق الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لتقديم والتعارف في نجاح المنظمة الفندقية)، بالاعتماد على قيمة F المحتسبة (80.234) والتي هي اكبر من قيمتها الجدولية (3.98) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1.68) وكانت معادلة الانحدار كالاتي :

$$Y = 0.895 + 0.736 X1$$

جدول (١٥) نتائج معامل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression لتأثير التحية والمصافحة والحديث في نجاح المنظمة الفندقية

المتغير المستقل X	المتغير التابع Y	قيمة ثابت الانحدار	قيمة معامل الانحدار	قيمة F المحتسبة	معامل التحديد R2
التحية والمصافحة	أبعاد جودة الخدمة الفندقية				
	خدمة الضيوف	1.046	0.653	50.529 (0.000)	0.42
	الاتصال الفعال	0.605	0.710	68.951	0.50

	(0.000)			والحديث
0.40	47.010 (0.000)	0.639	1.446	تحية الضيف مع الإبتسامه
0.32	32.832 (0.000)	0.571	1.494	تفضيل الضيف للماندة
0.36	39.003 (0.000)	0.604	1.373	مساعدة الضيف في الجلوس
0.32	32.537 (0.000)	0.569	1.859	التعامل مع مختلف الضيوف
0.57	92.826 (0.000)	0.760	1.304	اجمالي متغير نجاح المنظمة الفندقية

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.05 = 3.98$ ودرجة حرية (1.68)

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية $0.01 = 7.02$ ودرجة حرية (1.68)

المصدر : أعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

وتؤشر هذه النتائج على تحقق الفرضية الفرعية السادسة من الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لتحية والمصافحة والحديث في نجاح المنظمة الفندقية) بالاعتماد على قيمة F المحتسبة (92.826) والتي هي اكبر من قيمتها الجدولية (3.98) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1.68) ، وكانت معادلة الانحدار كالاتي :

$$Y = 1.304 + 0.760 X1$$

جدول (١٦) ترتيب قوة تأثير المراسم والاتيكيك

ت	المتغيرات	قيمة R2
1	صفات رجل المراسم	0.30 (السادس)
2	نور رجل المراسم	0.53 (الثالث)
3	الاسبقية	0.45 (الرابع)
4	المجاملة والبساطة	0.40 (الخامس)
5	التقديم والتعارف	0.54 (الثاني)
6	التحية والمصافحة والحديث	0.57 (الاول)

المصدر : أعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

المبحث الخامس - النتائج والتوصيات

اولاً:- النتائج:- توصل الباحثان الى عدد من النتائج وهي كما يأتي:

- 1- اظهرت الدراسة ان الافراد ادارة المراسم والاتيكيك لهم دور مهم في نجاح المنظمات الفندقية وفي كيفية التعامل الحسن مع الضيوف والسياح القادمين الى المنظمة الفندقية.
- 2- ان نجاح الافراد يتحقق من خلال ادارة المراسم والاتيكيك بصدى امكانات وقدرة الافراد على التعامل مع الضيوف او السياح وفق طموحاتهم وتطلعاتهم .
- 3- يتحقق نجاح المنظمة الفندقية من خلال استمرارية الحفاظ على الضيوف او السياح والحد من تسريبتهم
- 4- بينت الدراسة ان امكانات بناء علاقات طيبة مابين الضيوف او السياح والمنظمة الفندقية من خلال الامكانات التي يتمتع بها افراد ادارة المراسم والاتيكيك .
- 5- يتحقق رضا السائح او الضيف من خلال الاستقبال الجيد من قبل افراد ادارة المراسم والاتيكيك .
- 6- تبين من الدراسة بان افراد ادارة المراسم والاتيكيك يعدون واجهة المنظمة الفندقية لانهم اول واخر من يلتقي بالضيوف او السياح .
- 7- افراد ادارة المراسم يمتلكون كم من المعلومات عن ثقافة العديد من البلدان وتاريخهم الحضاري والاجتماعي والسياحي والاقتصادي وتوظيفها في كيفية التعامل مع السياح او الضيوف بما يتوافق مع عاداتهم وتقاليدهم .

ثانفا : التوصفات

- ١ - فوصف البآحآن بوجود اءارة مراسم فف كل منظمفة فنءقفة مءربة ففء فن التعامل مع السفاح او الضفوف وفق معارف الاائفكف والبروفوكول .
- ٢ - اءخال الافراء العاملفن فف المنظمفة الفنءقفة لمن لفءهم فكر اءءاعف وقوة ذكاء فف ءورات تعلمف فن التعامل مع الاخرفن .
- ٣ - تزوفد الافراء العاملفن فف المنظمفة الفنءقفة المعرفة باءارة المراسم والائفكف الفف تعطف ارفاف فف فاعلفهم الذاتية والفنفة والانسانفة .
- ٤ - فزفاء الءوافر الماءفة والمعنوفة من آل اسفمراءفة افراد اءارة المراسم والائفكف فف هءة المنظمفة .
- ٥ - فشففب افراد المنظمفة الفنءقفة فف المباءرة وطرآ الافكار والمقفرآاف الفف فزفء فآاف افراد المراسم والائفكف .
- ٦ - اعطاء الافراء العاملفن فف هءة المنظماف فرصة الفعلم الاكاءفمف الخاص بمفرءاف اءارة المراسم والائفكف لرفع مسفواهم الفقافف والفنف والانسانف فف التعامل مع الففر بشكل افعافف .

المصادر والملاحق

اولاً:- المصادر العربفة

- ١ - اكعفور، صلاح مهءف، اءارة المراسم السفاحفة والفنءقفة، مآاضراف فف كلفة العلوم السفاحفة، قسم اءارة الفناءق، ٢٠١٦.
- ٢ - الفهنف، وسفم كاسر، فن التعامل مع الضفوف، الءء للفر و الففر، بفروف، بفون سنة.
- ٣ - آسن، كامل سمرك، اءارة المراسم، الفازورف للفر و الففر، عمان، الطبعة العربفة، ٢٠٠٨.
- ٤ - آسفن، مآء عوءه، و اكعفور، صلاح مهءف، ءور مهاراف اءارة المراسم فف المنظماف السفاحفة والفنءقفة، ءراسة وصففة، بآف منشور، مجلة الاطروءة، العدد ٦، ٢٠١٧.
- ٥ - ءرাকে، مآءه عبء الءلفم، وآرون، البروفوكول وءءمة الزفانن، مكنبة المآفم العربف للفر و الففر، عمان، الطبعة العربفة الاولى، ٢٠١٤.
- ٦ - راشء، مآء مآف ءفن، فن ءءمة المءامم والءفلاف، بففان المعرفة للفر و الففر، الاسكءرفة، ٢٠١٠.
- ٧ - سفء، سفء آسن، الففبفق المعاصر فن الاائفكف والبروفوكول وآثره على السلوك الاجفماعف وسلوك العمل، ءار الفمهورفة للفر و الففر، القاهره، ط١، ٢٠٠٢.
- ٨ - صبآف، زفنب، فن الاائفكف، آقرأ للفر و الففر، القاهره، ط١، ٢٠٠٩.
- ٩ - الفقف، ابراهفم، فن ءءمة العملاء وكففة المآفظة عفهم، بءافه للفر و الففر و الففر، القاهره، ط١، ٢٠١٠.
- ١٠ - القره عولف، وهبف، ءورة فف البروفوكول والائفكف واسالفب التعامل ءفبوماسف، الفف اشرف اعاصمة الفقافة الاسلامفة، ٢٠١٢.
- ١١ - مآء، مآء عطفة، مآاضراف فف مباءف ضفافة الءءمة، بففان المعرفة، الاسكءرفة، ٢٠١٠.
- ١٢ - المشهءانف، سعء سلمان، الاائفكف والبروفوكول فف المنساباف الرسمفة، ءار اسامه للفر و الففر، عمان، ط١، ٢٠١٣.
- ١٣ - نوفل، رفاض، اصول البروفوكول والائفكف، الاكاءفمفة لوفنفة للءلاقات العامة والاعلام، مقال فف مجلة مفءفا، ٢٠٠٧.

ثانفاً:- المصادر الاجنبفة

- 1- Anconaetal , D.Manen. d. Kahant, Westnexe,& Scnlly M., 2005, Managing for Future Organizational Behavior & processes USA: South Western College publications.
- 2- Bacall ,R., Perfect Phrases for Customer Service, first Ed., McGraw-Hill, New York, 2005.
- 3- Cecil-B. Hartley, The Gentlemens Book Of Etiquette, First Ed., G.W. Cottrell publisher, Boston, 2012.
- 4- Hill, Charles& Jones Gareth,2001 (Strategic Management Theory. "Houghton. Mifflin co. New york . U.S.A.
- 5- Lattin G.W., The Loding and Food Service Industry, 3rd Ed., MC Graw- Hill Book Company, Inc., N.Y., 1996.

ثالفا:- الاسفبفان

بسم الله الرحمن الرحفم

الجامعة المسفصرفة

كلفة العلوم السفاحفة

قسم اءارة الفناءق

م/ اسفبفانفة

نرفو الاجابة على اسئلة اسفمارة الاسفبفان للبعف الموسوم (المراسم والائفكف وآأفرهما فف فآاف المنظمفة الفنءقفة) ءراسة ففبفقففة لفناءق ءرافة الممازفة فف مءفنة بفءاف، للبآحآفن مء مآء عوءه آسفن وم. م صلاح مهءف اكعفور.

اء ان اجابفك الصءففة فساعدنا على اكما وانآاز هءا البآف ءءمة للعلم فف وطفنا العزفز.

فرآف وضع علامه () امام الءفار الصءفب الذي فعبرف عن ففانفكم فف الاجابة.

... مع فائف الشكر والفقفر

البآحآفن:-

م.د محمد عودة حسين
م. م صلاح مهدي الكعفور
المعلومات التعريفية:-
١- اسم الفندق:-

٢- الجنس:- ذكر

٣- العمر:- أقل من ٣٥ من ٣٥ إلى ٤٥ من ٤٥ فأكثر

٤- التحصيل الدراسي:- اعدادية
دبلوم عالي م

٥- الموقع الوظيفي:- رئيس مدير
معاون مدير
مدير قسم
مد

٦- عدد سنوات الخدمة:- أقل من ١٥ من ١٥ إلى ٢٠ من ٢٠ فأكثر

٧- هل شاركت في دورات تدريبية
كم عدد الدورات التدريبية في دورة واحدة

٨- هل شاركت في دورات تدريبية
كم عدد الدورات التدريبية في دورة واحدة

٩- هل شاركت في دورات تدريبية
كم عدد الدورات التدريبية في دورة واحدة

١٠- هل شاركت في دورات تدريبية
كم عدد الدورات التدريبية في دورة واحدة

أولاً:- المتغير الأول/ المراسم والأتيكيت:				
المراسم هي شدة التمسك بالتقاليد والأعراف في اتباع قواعد السلوك المهذب الصارمة للسلوك المهذب، أو هي مجموع الإجراءات والتقاليد وقواعد اللياقة التي تقوم على قواعد دولية أو عامة أو بناء على العرف الاجتماعي. أما الأتيكيت فهو مجموع ضوابط السلوك الاجتماعي وقواعد المراسم والتشريعات ويضم مجموعة القواعد والمبادئ المكتوبة التي تنظم المعاملات والأسبقية والسلوك المطلوب في مختلف المناسبات والحفلات والمآدب الرسمية والاجتماعية.				
صفات رجل المراسم.	رفض بشدة	رفض	حايد	وافق بشدة
يتمتع بالكفاءة العلمية ويمتلك بعد النظر دقيق في عمله يمتاز بالذاكرة الجيدة وقوة الملاحظة.				
وسيم ذو مظهر جذاب وانيق في هندامه مجامل بشوش وحنون				
الحديث				
واسع الفكر لا يرتبك في الازمات والمواقف الطارئة والحرجة				
قوي الشخصية متواضعا مخلصا في العمل لرؤسائه ويذكرهم إذا نسوا نزيها سريع البديهة				
حسن تنظيم الحفلات والاجتماعات والمآدب التي تقيمها المنظمة الفندقية للضيف.				
يمتاز بالجرأة في التعامل في المواقف الصعبة يمتلك الحول السريعة التي ترضي جميع الاطراف.				
دور رجل المراسم في استقبال الضيوف.	رفض بشدة	رفض	حايد	وافق بشدة
-				
تكون له الدراية التامة والمعرفة الكاملة في المكان المخصص لاستقبال الضيوف مسبقا من حيث المداخل والمخارج وأماكن الاستراحة والخدمات الأخرى.				

					يتمتع بخبرة كبيرة أثناء السير مع الضيوف كان يتقدم على الضيوف بخطوة او خطوتين لكي لا يضطر الضيف الى الالتفات اثناء التكم اليه وان يمارس مهام الدلالة بشكل سليم .
					يقوم رجل المراسم بفتح الباب للضيف باليد اليسرى ويستدير بجانب الباب ليفسح المجال بدخول الضيف
					يقدم الضيف الى المسؤول ويشير له بمكان الجلوس ويكون دائما على يمين المسؤول .
					مثالاً للحذر والتبصير الضيوف ولا يتوانى عن التأكد من صحة البرنامج الموضوع والمواعيد المقررة .
					يحفظ لدقة اسماء السفراء وزوجاتهم واسماء كبار الضيوف والشخصيات الوطنية والاجنبية.
					الاسبقية.
	واقف	حايد	رفض	رفض بشدة	-
	واقف بشدة				
					اسبقية دخول السيارة عند التوقف الى يمين الطريق يدخل الضيف اولا ويجلس على مقعد الشرف ثم يدخل من يمينه بالاسبقية من الباب الاخر وان لا يمر من امام ضيف الشرف
					اسبقية دخول السيارة عند الوقوف على يسار الطريق . يدخل ضيف الشرف اولا ويجلس على مقعد الشرف ثم يدخل من يمينه بالاسبقية من الباب نفسه ويجلس على مقعد اليسار
					اسبقية النزول من السيارة عند الوقوف على يمين الطريق ينزل ضيف الشرف اولا على ان تكون الاجراءات المطلوبة لضمان وجود من يتولى فتح باب السيارة لضيف الشرف معدة مسبقا
					اسبقية السير في الموكب . يجب ان لا يزيد الصف الاول عن خمسة شخصيات واذا كان مؤلف من شخصين فمكان ضيف الشرف على اليمين والثاني على اليسار اما اذا كان مؤلف من ثلاثة اشخاص فيكون ضيف الشرف في الوسط وعن يمينه من يأتي بعده في الاسبقية ومن ثم الثالث على اليسار
					عندم يكون الموكب مؤلف من اربعة اشخاص فيكون الضيف ومن يليه في الاسبقية في وسط الموكب ويكون الشخص الثالث في الاسبقية عن يمين ضيف الشرف الاساسي والشخص الرابع يكون عن يسار الشخص الثاني في الاسبقية
					عندما يكون الموكب مؤلف من خمسة شخصيات فيكون ضيف الشرف متوسط الشخصيات وعن يمينه الشخص الثاني والرابع في الاسبقية وعن يسار الشخص الثالث والخامس في الاسبقية

					المجاملة و البساطة.
	واقف	حايد	رفض	رفض بشدة	
	واقف بشدة				
					لكي يصل رجل المراسم الى قلوب الضيوف يجب ان يضع في اعتباره عند كل تصرف شعور واحساس وحقوق وتطلعات الضيوف لكي يمثل الصورة الحقيقية لأصول الاتكيت.
					ان التزام العامل في ادارة المراسم في المنظمات الفندقية نحو الضيوف هو من التزامه نحو نفسه وبالتالي تفوفه في عمله واكتساب قواعد الاتكيت.
					المجاملة والبساطة في الاسلوب والتعامل مع الضيوف تعطي الانطباع الجميل عن المنظمة الفندقية وتعرض الحقيقة بصورة لطيفة .
					يتحلى العاملون في المنظمة الفندقية بالبساطة والمجاملة والابتعاد عن الوسائل المعقدة مما يجعل المنظمة الفندقية هي المحببة لدى الضيوف في جميع مناسباتهم واحتياجاتهم لها.
					تفرض المجاملة والبساطة على العاملين في المنظمات الفندقية على التخلص من مظاهر الخجل وسيطرته عليهم.
					يتحتم على العاملين عدم الخلط بين الخجل و اللجوء الى الاسلوب الفظ والجاف اثناء التعامل مع الضيوف ويجب تدريبهم باستمرار على اسلوب البساطة في التعامل.

التقديم والتعارف.					-
وافق بشدة	وافق	حايد	رفض	رفض بشدة	
					يرافق التقديم عبارات تقدير أو وصف للكفاءات أو للأخلاق النبيلة أو الفاضلة.
					فسح مجال واسع للتعارف وتبادل الأحاديث في الحفلات والمؤتمرات وغيرها التي تقيمها في المنظمة الفندقية.
					يتولى مسؤولية التعريف المضيف أو المسؤول عن تنظيم الحفل .
					عند التعارف السيدات لا يقمن من مقعدهن عند التعارف الا في حالة تقديم شخص كبير السن أو المقام سواء رجلا أو سيدة والرجال عادة ما يقومون للنساء عدا حالات الملوك والرؤساء
					ا تقدم الرجال باسمهم الاول فقط ولكن يجب ذكر الاسم كاملا .
					عند انتهاء الحفل يجب توديع الضيوف بلطف ومجاملة مع اضافة كلمة شكرا لحضورهم الحفل .

التحية والمصافحة والحديث.					-
وافق بشدة	وافق	حايد	رفض	رفض بشدة	
					عند استقبال الضيوف فيجب علينا ان مد يدنا او لا الا اذا كان الضيف له مركزا فنقف له ولا نمد يدنا لمصافحته الا اذا لمحا يده تمتد لنا
					تبدأ المصافحة من الاكبر مركزا او لا
					تكون المصافحة ووقفا بين شخصين اما السيدة او الانسة الجالسة فانها لا تقف للمصافحة الا لشخص له اعتبار خاص في السن او المركز.
					عدم الاطالة بتوديع الضيوف مع الحفاظ على استمرار الابتسامة والملاطفة عند الوداع.
					عندما يكون حديث العاملين في المنظمات الفندقية نابعا من اعماق النفس البشرية ودون تكلف او تصنع فهو يحقق فن السلوك المهذب في الاتكيت
					الاهتمام بفن الحديث واتكيت الكلام وتجنب الاخطاء قدر الامكان يترك انطباعات لطيفة عن الاداب التي يتحلى بها المتحدث لدى ضيوف المنظمة الفندقية.

ثانياً:- المتغير الثاني/ نجاح المنظمة الفندقية:					يتحقق النجاح من خلال الاداء المالي الكفوء والكفاءة التشغيلية والانتاجية وتحقيق عائد مستهدف
وافق بشدة	وافق	حايد	رفض	رفض بشدة	خدمة الضيوف
					المنظمات التي تصل الى قمة النجاح هي التي تضع من اسبقياتها فن خدمة الضيوف والتميز في خدمتهم .
					بعد فن التعامل مع الضيوف من اساسيات النجاح المخطط للمنظمة الفندقية من خلال السلوك المهذب في استقبال الضيوف والتعامل معهم واستقبالهم.
					يتحقق التميز لدى المنظمة الفندقية والنجاح من خلال احساس الضيوف وادراكهم للخدمات المقدمة بأنها تتجاوز رغباتهم وتوقعاتهم وبذلك هي تحافظ على ضيوفها وترددهم على الفندق.
					عندما تستطيع المنظمة الفندقية من الحفاظ على ضيوفها وترددهم الدائم على الفندق وتحدث الكثير من الابتكارات والتجديد في خدماتها المقدمة لكسب ضيوف جدد للمنظمة الفندقية ينعكس ذلك على زيادة الارباح المتحققة وبالتالي نجاح اداء وعمل المنظمة الفندقية.
					الحفاظ على الضيوف من حلال تجدد خدمات المنظمة الفندقية باستمرار .

					الابداع في خدمات الضيوف تزيد من سمعة المنظمة الفندقية وسوف تفوق المنظمات الاخرى المنافسة.	
					الاتصال الفعال	-
	وافق بشدة	وافق	حايد	رفض	رفض بشدة	
					الجزء البصري من اوجه الاتصال مع الضيوف من خلال تحركات الجسم وتغيرات الوجه مهمة بدرجة كبيرة في التعامل مع الضيوف	
					الكلام يجب ان يكون مفهوماً لدى الضيف اذ لن الكلمة الاولى تخرج من الانسان تلقائياً من غير تفكير.	
					نبرة الصوت من الاشياء المهمة في خدمة الضيف وتدل على شخصية الشخص المتعامل مع الضيف.	.٥
					التوافق والالفة والانسجام مع الضيوف .	.٦
					يؤدي تنوع الخدمة المتميزة للضيوف في تحقيق اهداف المنظمة.	.٧
					ارتفاع الصوت جزئياً يجعل الضيف بان امامه شخص قوي سوف يصله للحل.	.٨
	وافق بشدة	وافق	حايد	رفض	رفض بشدة	-
					تحية الضيف مع الابتسامة	
					الابتسامة لها اثر ايجابي في نفس الضيوف.	.٩
					الشخص الذي لا يعرف الابتسامة لا يستطيع ان يدير مخزناً.	.١٠
					مناخ الرضا المعبر بالابتسامة يوحي بالثقة لدى الضيوف.	.١
					تعبير عن اهتمامك بالضيف حتى ولو كنت منشغلاً بضيف اخر.	.٢
					توحي للضيف الشعور بالراحة.	.٣
					تعد قناة اتصال ما بين الضيف وافراد المنظمة الفندقية.	.٤
	وافق بشدة	وافق	حايد	رفض	رفض بشدة	-
					تفضيل الضيف للمائدة	
					اختلاف الاطباق وتنوعها شكلاً وموضوعاً.	.٥
					عدم وضع صنفين بطريقة طهي واحدة او تشابه انواع الصلصة لأطباق او استعمال صنفين من النشويات في نفس المائدة.	.٦
					انسجام مكملات الاطباق مع الصنف الرئيسي وعدم تكرار طريقة التجميل.	.٧
					مراعاة قواعد الالوان وتنسيقها وديكورات الاطباق وغيرها.	.٨
					الاخذ في الاعتبار جودة الاصناف مع الكمية المناسبة بالقدر او الوزن.	.٩

					استخدام الاصناف الطازجة بقدر الامكان والتقليل من استخدام المعلبات والمأكولات المحفوظة.	٠٠
					مساعدة الضيوف	-
وافق بشدة	وافق	حايد	رفض	رفض بشدة		
					لقاء التحية مع الانحاء البسيط والابتسامه الهادئة.	٠١
					عدم المصافحة باليد الا اذا كان الضيف هو البادئ.	٠٢
					مساعدته في الجلوس على الكرسي من خلال سحبها وردها بهدوء .	٠٣
					عرض لائحة او قائمة الطعام واخذ الطلب وتلبية بسرعة واتقان.	٠٤
					تقبل كل اعتراض من الضيف بسرور والعمل على ارضائه.	٠٥
					في حالة حدوث اي خطأ يجب الاعتذار من الضيف .	٠٦
					طرق التعامل مع مختلف الضيوف.	-
وافق بشدة	وافق	حايد	رفض	رفض بشدة		
					التمييز بين الانماط السلوكية والشخصية للضيوف واستخدام المداخل المناسبة للتعامل مع كل فئة.	٠٧
					تلعب الخبرة العملية الدور في تحديد الصحيح لنوعية الضيف.	٠٨
					استخدام مداخل مختلفة للتأثير في الضيوف وتحقيق الاستجابة المرغوبة لديهم.	٠٩
					توجد بعض المؤشرات والتي تعد بمثابة مفاتيح للحكم على نوعية الضيف.	١٠
					تغيير اسلوب التعامل مع الضيف الواحد باختلاف الظروف والاقوات والحالة المزاجية.	٠١
					تفهم الضيف قبل ان تبادر بالتعامل معه، اذ يساعد ذلك في التشخيص الصحيح لنوعية العميل ومن ثم مداخل التعامل معه.	٠٢