المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج



تخصص خدمة الطعام "الضيافة"

مهارات التعامل مع الضيوف

٢٨٤ ضيف

طبعة ١٤٢٩ هـ

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

مقدمة

الحمد لله وحده، والصلاة والسلام على من لا نبي بعده، محمد وعلى آله وصحبه، وبعد:

تسعى المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني لتأهيل الكوادر الوطنية المدربة القادرة على شغل الوظائف التقنية والفنية والمهنية المتوفرة في سوق العمل، ويأتي هذا الاهتمام نتيجةٍ للتوجهات السديدة من لدن قادة هذا الوطن التي تصب في مجملها نحو إيجاد وطن متكامل يعتمد ذاتياً على موارده وعلى قوة شبابه المسلح بالعلم والإيمان من أجل الاستمرار قدماً في دفع عجلة التقدم التنموي، لتصل بعون الله تعالى لمصاف الدول المتقدمة صناعياً.

وقد خطت الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج خطوة إيجابية تتفق مع التجارب الدولية المتقدمة في بناء البرامج التدريبية، وفق أساليب علمية حديثة تحاكي متطلبات سوق العمل بكافة تخصصاته لتلبي متطلباته ، وقد تمثلت هذه الخطوة في مشروع إعداد المعايير المهنية الوطنية الذي يمثل الركيزة الأساسية في بناء البرامج التدريبية، إذ تعتمد المعايير في بنائها على تشكيل لجان تخصصية تمثل سوق العمل والمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني بحيث تتوافق الرؤية العلمية مع الواقع العملي الذي تفرضه متطلبات سوق العمل، لتخرج هذه اللجان في النهاية بنظرة متكاملة لبرنامج تدريبي أكثر التصاقاً بسوق العمل، وأكثر واقعية في تحقيق متطلباته الأساسية.

وتتناول هذه الحقيبة التدريبية " مهارات التعامل مع الضيوف " لمتدربي تخصص" خدمة الطعام "الضيافة"" للكليات التقنية موضوعات حيوية تتناول كيفية اكتساب المهارات اللازمة لهذا التخصص.

والإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج وهي تضع بين يديك هذه الحقيبة التدريبية تأمل من الله عز وجل أن تسهم بشكل مباشر في تأصيل المهارات الضرورية اللازمة، بأسلوب مبسط يخلو من التعقيد، وبالاستعانة بالتطبيقات والأشكال التي تدعم عملية اكتساب هذه المهارات.

والله نسأل أن يوفق القائمين على إعدادها والمستفيدين منها لما يحبه ويرضاه، إنه سميع مجيب الدعاء.

الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

تمهيد

فن التعامل مع الناس واكتشاف شخصية الآخرين إحدى المهارات المكتسبة من خلال معرفة السلوك الإنساني وتطبيق ما يتعلمه المرء من تلك المعرفة تطبيقاً يتماشى مع طبيعة مجتمعنا الشرقي المسلم المحافظ على عاداته و تقاليده. و علم السلوك الإنساني يُعنى بالمقام الأول بمعرفة النفس البشرية ما لها وما عليها و التركيز على المفاهيم الإيجابية التي تعالج السلبيات و النقائض الموجودة في الشخصيات الإنسانية ،وهو ما جعل العلماء يُسمونه بعلم الأخلاق،لتعمقه في أخلاقيات النفس البشرية و إصلاح سلوكيات الناس وطرق تعاملهم مع بعضهم البعض. و هو العلم الذي أود أن يعرفه كل الناس، و لست أهدف من وراء عرض الأفكار الأساسية و الأسس و المهارات الخاصة بمهارات التعامل مع الضيوف و التعرف على شخصيتهم لمجرد المعرفة. و لكنى أهدف إلى تطبيق تلك المعارف ، و قبل ذلك كله أحث على أن يبدأ كل منا بتهذيب عقله و قلبه، فهما موطنا الإحساس الأول الذي يؤثر في سلوكياتنا و تصرفاتنا مع الآخرين.

فالمعرفة دون تطبيق لا قيمة لها على الإطلاق. إنني أسعى من وراء التعرف على مهارة فن التعامل مع الضيوف إلى إسعاد الضيوف، و السعادة نجدها جميعاً في مودة الآخرين و صداقتهم و تقبلهم لنا واعترافهم بنا و حبهم لنا.. و بالطبع لن يحدث ذلك إلا إذا أتقن كل منا مهارة التعامل مع الناس.. فهي سر السعادة الحقيقي.

فالرسول الكريم صلى الله عليه وسلم منذ أكثر من أربعة عشر قرناً من الزمان قال " البسمة في وجه أخيك صدقة" و ديننا الإسلامي الحنيف يدعونا إلى أن نحب لإخواننا ما نحب لأنفسنا، و هي قاعدة أساسية في العلاقات الإنسانية. و القرآن الكريم يدعونا إلى الأمر بالمعروف و النهى عن المنكر .. و المولى عز و جل يأمرنا بالعدل و الإحسان و إيتاء ذي القربى و اليتامى و ينهى عن الفحشاء و المنكر و البغي، وكلها أساسيات لو قمنا بتنفيذها لأصبحنا أساتذة في فن التعامل مع الناس.. و ليكن قدوتنا في ذلك رسولنا الكريم صلى الله عليه و سلم أعظم معلم للبشرية في مجال العلاقات الإنسانية.

وقد قمت بتقسيم المحتوى العلمي لهذا المقرر إلى خمس وحدات أساسية، تناولت الوحدة الأولى السلوك الإنساني،وتناولت الوحدة الثانية الإتيكيت و البرتوكول،و تناولت الوحدة الثالثة الاتصال الفعال مع الغير، و تناولت الوحدة الرابعة مهارات التفاوض و أخيرا الوحدة الخامسة تناولت مهارات التعامل مع الغير..و يتضمن المقرر في نهايته معجماً مبسطاً لأهم المصطلحات الفندقية التي لها علاقة مباشرة بمحتوى المنهج، و كذلك تم اختتام كل وحدة بمجموعة من الأسئلة الإيضاحية و إجابتها النموذجية لبيان مدى فهم المتدرب لمفردات كل وحدة.

خدمة الطعام "الضيافة"

السلوك الإنساني

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الجدارة:

القدرة على معرفة خصائص السلوك الإنساني و دوافعه و محددات و مكونات الشخصية و الأنماط السلوكية للضيوف و كيفية التعامل معها.

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة تكون لدى المتدرب القدرة على أن :

١- يتعرف على المقصود بالسلوك عامة و السلوك الإنساني خاصة.
٢- يحدد خصائص السلوك الإنساني.
٣- يحدد دوافع السلوك الإنساني.
٤- يتعرف على الصفات الأخلاقية المطلوب توافرها في المضيف الفندقي.
٥- يتعرف على الأنماط السلوكية لضيوف الفنادق.
٦- معرفة كيفية التعامل مع الأنماط السلوكية المختلفة للضيوف.

مستوى الأداء المطلوب:

أن يصل المتدرب إلي إتقان هذه الجدارة بنسبة ٩٠٪.

الوقت المتوقع للتدريب:

٨ ساعة.

الوسائل المساعدة:

١- استخدام الأسئلة و إجابتها النموذجية نهاية الوحدة.
٢- تمثيل أدوار لأنماط سلوكية مختلفة للضيوف و طرق التعامل معها.
٣- يحدد بحث للمتدربين عن أنماط السلوك المختلفة للضيوف و كيفية التعامل معها.
٤- بعض العروض المتقدمة (Power Point).

متطلبات الجدارة:

إتقان مهارات كيفية التعامل مع الأنماط السلوكية المختلفة للضيوف.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

مقدمة :

يختلف الأفراد في سلوكهم في العمل، البعض يعمل بارتياح و كفاية و البعض الآخر ينتقل من عمل لآخر بحثاً عن الرضى النفسي أو التقدير الاجتماعي أو المهني.. و بعض الناس يتقنون عملهم و البعض الآخر لا يعمل شيئاً البتة.

و لما كان العمل من أهم مجالات الحياة الإنسانية، لذا وجب الاهتمام بالسلوك الإنساني في العمل وبالتالي بالسلوك الإداري الذي هو محور العمل في بيئة العمل.

يحدد خصائص السلوك الإنساني (Determine human behavior characteristics)

قبل أن نتحدث عن خصائص السلوك الإنساني يجب أن نعرف المقصود بالسلوك عامة و تعريف السلوك الإنساني خاصة.

ما المقصود بالسلوك ؟

السلوك (Behavior) هو كل ما يصدر عن الفرد من استجابات (Responses) حركية أو عقلية أو اجتماعية عندما تواجهه منبهات . و لا سلوك بدون دافع و أحياناً باعث أو حاجة و قد يكون السلوك ظاهرياً و يرى بالعين المجردة أو غير ظاهري أو باطني أو ذهني والمثال. على ذلك يظهر النوع الأول في اتجاه الموظفين مثلاً نحو كافتيريا الإدارة لإشباع حاجتهم إلى الطعام و الشراب. و يظهر النوع الثاني في صورة انفعال داخلي كحركة المغص للعامل الذي يؤنبه رئيسه في العمل،كما يظهر النوع الثالث في حالة تفكير وتذكير الشخص الذي يسأله رئيسه عن موضوع معين أو عن تقارير مطلوبة لاجتماع مجلس الإدارة مثلاً.

و بمعنى مختصر السلوك هو: (عبارة عن الاستجابات الحركية و الفورية للكائن الحي).

تعريف السلوك الإنساني:

هو النشاطات المتعددة التي يقوم بها الإنسان لكي يتكيف مع متطلبات البيئة، و الحياة المحيطة، وهذه النشاطات هي محصلة التفاعل بين العوامل الشخصية و العوامل البيئية. فهو مزيج من الأنشطة التي يؤديها الفرد في حياته اليومية.

أهمية دراسة السلوك الإنساني:

إن دراسة السلوك الإنساني مهمة لدرجة أن سُمي علم النفس بعلم دراسة السلوك سواء أكان في الأسرة أو المدرسة أو الجامعة أو المصنع أو المنظمة على أساس أن السلوك هو كل ما يصدر عن الإنسان من استجابات مختلفة في مواقع الحياة المختلفة و تبعاً لنشاطه المتعدد الجوانب،فمن قرار يتخذ بشأنه

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

موقفاً معيناً أو مشروع يخطط له أو محاضرة يستمع إليها أو مشكلة يبحث عن حلول لها ،أو ما يفعله إزاء خطر يتهدده أو مشوار يحققه لصلاة جماعة أو عودة مريض .. لغني عن أبسط الأمور إلى أعقدها.

فهناك دائما مثير أو دافع أو هدف يتبعه إستجابة للمثير أي سلوك لتحقيق الدافع أو الهدف.فيصبح السلوك هنا ضرورة ماسة لاستبعاد التوتر و القلق بالوصول إلى الهدف. و هذا السلوك هو محصلة ما لدى الفرد من قدرات و استعدادات و ميول و اتجاهات و قيم..... إلى آخره فهو لا يصدر عشوائياً بل متأثراً بذلك و بما في البيئة الخارجية من مثيرات أخري يؤثر فيها و يتأثر بها .

و بالتالي يمكن تلخيص أهمية دراسة السلوك كالتالي:

١- تحسين الإنتاجية .

٢- تطوير و تحسين الأداء و الفعالية الإدارية.

٣- تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين.

أقسام السلوك الإنساني:

١) **سلوك فطري**: و هو لا يحتاج إلى تعلم كما هو حال بكاء الطفل من أجل الحصول على الطعام (الرضاعة)

٢) **سلوك مكتسب**: يتعلمه الفرد نتيجة احتكاكه بالبيئة المحيطة، وغير ذلك من المهارات التي تتأثر بالاتجاهات و العقائد و الميول الاجتماعية و السياسية و الثقافية و الدينية و غيرها من العوامل البيئية التي تعمل على تهذيب و تطوير السلوك.

العوامل المؤثرة في السلوك الإنساني (مقومات السلوك):

١. **الجنس:** أي تصرف الذكر يختلف عن تصرف الأنثى، فالذكر يتصف عادة بالجرأة والإقدام و المخاطرة، فيما تتصف الإناث بالحذر و الحيطة في نفس المواقف.

٢. **السن:** يتسم الشباب مثلاً بالتهور و سرعة الانفعال، بينما يتسم كبار السن بالهدوء والاتزان و التعقل كرد فعل لنفس المواقف.

٣. **الشخصية:** تلعب شخصية الفرد دوراً رئيسياً في سلوكه، فاختلاف خصائص شخصية الأفراد هي التي تحدد ردود أفعالهم حيث لا يعقل أن يتصرف الجبان غير الواثق من نفسه بنفس تصرف الشجاع الواثق من نفسه.

٤. **البيئة:** كالأسرة، المدرسة، المجتمع.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الخصائص الأساسية للسلوك الإنساني

١- **سلوك هادف** : لكل سلوك هدف يسعى الفرد إلى تحقيقه، و يُحدد هذا الهدف حاجات الفرد الجسمية و النفسية أو بمعنى آخر أنه يسعى لتحقيق هدف أو إشباع حاجة.

٢- **سلوك مسبب**: فلا يوجد أي سلوك دون سبب و قد يكون السبب ظاهراً وواضحاً أو غير ظاهر وواضح. أي أنه لا يصدر إلا من سبب.

٣- **متعدد الحاجات**: فالحاجات الجسمية مثل الجوع و الحاجات النفسية مثل الحاجة إلى الأمان تعمل باستمرار و بإلحاح داخل الفرد الذي يحاول أن يُشبع تلك بسلوكه.

٤- **يَشوبه الغموض أحياناً** : كثيراً ما يلعب اللاشعور و المواقف التي خُزنت في العقل منذ الصغر دوراً في صعوبة يحدد الأسباب المتعددة للسلوك الإنساني ، كأن يتعرض الفرد إلى إساءة المعاملة في طفولته فيؤثر ذلك في سلوكه عندما يكبر .

٥- **عملية مستمرة**: السلوك الإنساني ليس فيه فواصل تحدد بدء السلوك و نهايته، فكل سلوك جزء من حلقات متكاملة مستمرة و متغيرة تندمج حدودها معاً باستمرار.

٦- **ناتج من أي جزء في الفرد** : هناك عمليات متعددة تجري داخل الفرد نتيجة للمؤثرات المتعددة التي تواجهه و أي نشاط لأي جزء يشمل و يؤثر على الأجزاء الأخرى.

٧- **متنوع**: أي أنه يظهر بصورة متعددة حتى يمكنه التوافق مع المواقف التي تواجهه.

٨- **مرن**: أي قابل للتطوير و التعديل و الإضافة.

٩- **مدفوع**: أي لا يأتي من فراغ حيث تقف عوامل عديدة وراءه.

١٠- **يمكن التنبؤ به**: وذلك عن طريق فهم الظواهر و مسبباتها و خصائصها ، حيث يعين ذلك على التنبؤ بحدوثها و ضبطها و التحكم فيها.

تعريف سلوك المستهلك أو الضيف: (Consumer or Guest Behavior)

إن المقصود بتعبير سلوك المستهلك أو الضيف { ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك أو الضيف في البحث عن شراء أو استخدام السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الخبرات التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو رغباتها أو حاجاته أو حاجاتها و حسب الإمكانات الشرائية المتاحة}

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

يحدد دوافع السلوك الإنساني

تعريف الدوافع: (Motivations)

تعدد تعريف الدافع و نذكر منه الآتي:

(١) هو القوة المحركة الكامنة في الأفراد و التي تدفعهم للسلوك باتجاه معين. و تتولد هذه القوة الدافعة نتيجة تلاقي أو انسجام المنبهات التي يتعرض لها الأفراد مع الحاجات الكامنة لديهم و التي تؤدي بهم إلي حالات من التوتر تدفعهم إلي محاولة اتباع كل الأنشطة الممكنة الهادفة إلى إشباع حاجات ورغبات الأفراد التي تتطلب إشباعاً معيناً.

(٢) هو نوع من التوتر الداخلي يدفع الكائن الحي للقيام ببعض الأنشطة لتحقيق هدف معين لإشباع رغبة أو حاجة في ظل ظروف معينه مثل الدافع إلي الهواء يجعلني أتجه لمكان مفتوح.

أنواع الدوافع الإنسانية (دوافع السلوك الإنساني):

يمكن تقسيم الدوافع الإنسانية إلى نوعين من الدوافع هما:

أ- الدوافع الفطرية (الفسيولوجية) .

ب- الدوافع المكتسبة.

و سنقوم الآن بشرح مبسط لكل منهما:

أ- الدوافع الفطرية:

و يشترك الإنسان مع الكائنات الحية الأخرى في الدوافع الأساسية أو الأولية أو البيولوجية كالحاجة إلى الأكل و الشرب و ادخار الطاقة الغذائية و مُعادلة كيميائية الدم ثم الحاجة إلى التنفس و الأكسجين لاستغلال الطاقة و تعريفها في حركة، كذلك الحاجة إلى الإخراج للوصول إلى الراحة و الابتعاد عن الألم نتيجة عدم الإخراج مثلاً.

و لكن يختلف الإنسان عن الكائنات الأخرى في أن سلوكه يتضمن التنبؤ لما سيكون و الاستعداد لذلك،أي سلوك ديناميكي لا يهدف فقط إلى تحقيق الهدف و إبعاد التوتر نتيجة الجوع و العطش بالطعام و الشراب فحسب و إنما في منع ذلك مستقبلياً أي منع الاضطراب و التوتر من الحدوث و تحقيق الدوافع البيولوجية بطريقه طبيعية مستمرة و الاستفادة من الخبرة السابقة عند حدوث التوتر مثلاً و هذا النوع من التعلم يحقق الاتزان و التكيف.

ب- الدوافع المكتسبة:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

و هكذا يسلك الإنسان و يحقق الهدف نتيجة أنواع أخرى من الدوافع ليس لها أساس فسيولوجي معروف، إلا أنها تحدث باطراد و ترتبط بخبرات الفرد و ثقافته و الحضارة و من ثم القيم و الاتجاهات السائدة في المجتمع.. و لذلك تسمى بالدوافع الاجتماعية أو الدوافع الثانوية تمييزاً لها عن طريق الدوافع الأولية سابقة الذكر، و تسمى أحيانا الدوافع المكتسبة نسبة إلى اكتساب الخبرة من الثقافة والحضارة... إلى آخره.

و أهم الدوافع المكتسبة ما يلي :

١- الدوافع إلى الأمن Security

٢- الدافع إلى السيطرة Dominance

٣- الدافع إلى التملك Acquisitiveness

٤- الدافع إلى التواجد مع الجماعة Group Identification

و كثيراً ما تملي علينا القيم الاجتماعية و الدينية دوافع أخرى للسلوك مثل دوافع الحرية و المساواة وإتاحة الفرص للعمل و الاستفادة من قدرات الفرد و إمكانياته فيما يعود عليه و على مجتمعه بالخير الوفير.

دوافع العمل: (Work Motivations)

تتنوع دوافع العمل بتنوع الأفراد و اختلاف الفروق بينهم و لنفرض على سبيل المثال أننا أخذنا عينة من موظفي الفندق و طلبنا من كل منهم أن يجيبنا عن السؤال التالي: لماذا تعمل في الفندق ؟

لاختلفت الإجابات تبعاً لاختلاف دوافع العمل، و سنخرج بإجابات عديدة ومنها الآتي:

- إنني أعمل من أجل المال لأنني أعول أسرة.
- إنني أعمل للأمن الاجتماعي و الضمان الاجتماعي في المستقبل.
- إنني أعمل في هذا الفندق بالذات لقربه من مسقط رأسي.
- إنني أعمل لأنني أحب السفر و التعرف بالناس.
- إنني أعمل لكي أكسب رضى رؤسائي في العمل.
- إنني أحس بأن العمل فريضة و الدين يحث على العمل بل على إتقان العمل.
- إنني أعمل لأصل إلى أعلى المراكز الإدارية.
- إنني أعمل لأن الكل من حولي في العمل يستشيروني و يقدروني.

و هكذا نحصل على إجابات لا حصر لها توضح إلى حد ما دوافع السلوك الإنساني عند بعض العاملين في إدارة معينة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الجوانب الإيجابية و السلبية للدوافع :

بداية قد تكون الدوافع ذات مضامين سلبية أو إيجابية، و ذلك لأسباب أهمها تأثير الأهداف الموضوعة و الخبرات السابقة للأفراد المعنيين حول ما يتعرضون إليه من منبهات سلعية أو خدمية أو غيرها.فقد ينجذب فرد ما نحو اسم مطعم معين لتلبية حاجاته الفورية لتناول الطعام، و قد يَنفر نفس الفرد من ركوب طائرة بسبب الخوف من ركوبها ، لذا فإن بعض علماء النفس يُفسرون إيجابية الدوافع بالحاجة أو الرغبة المدعومة بكافة وسائل الإشباع، وسلبيتها بالخوف من نتائج الإشباع و بالرغم من الاختلاف الظاهر بين سلبيات و إيجابيات الدوافع من النواحي النفسية و العاطفية إلا أنها متشابهة نسبياً كونها الأداة المحركة لأنماط السلوك الإنساني بشكل عام. و لهذا السبب فإن الباحثين غالباً ما يرجعون كلا النوعين من المحركات أو الدوافع إلى الحاجة و الرغبة و الإدارة الواضحة أو غير الواضحة القوية أو الضعيفة و بهذه الدرجة أو النوعية أو تلك.

الحاجات (Needs)

تعريف الحاجة:

هي افتقاد الكائن الحي لشيء ما ينتج عنه نوع من التوتر يدفع الكائن الحي إلى محاولة إرضى الحاجة المفتقدة. و الحاجة قد تكون (داخلية) كالحاجة إلى الطعام أو الماء أو الهواء أو (اجتماعية) كالانتماء أو التفوق أو الإنجاز المرتفع.

لكل إنسان حاجاته،منها الفطري و منها المكتسب. أما الحاجات الفطرية فهي تلك الحاجات النفسية،التي تحتوي على الحاجة للطعام،الماء،الهواء،اللباس،المأوى و الجنس.وعموماً لا تستقيم الحياة الإنسانية بدون حد أدنى من إشباع هذه الحاجات الأساسية. وتجدر الإشارة هنا إلى أن غالبية الأفراد في الدول لا يشبعون الحد الأدنى من هذه الحاجات الأساسية.

أما الحاجات المكتسبة فهي التي نتعلمها خلال رحلة الحياة، و قد تشمل الحاجة للاحترام والتقدير، الهيبة، حب السيطرة و التعلم. كما أن الحاجات المكتسبة غالباً ما تكون نفسية حيث تنتج عن حالة الشخص النفسية و علاقته بالآخرين.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

هرم الحاجات (تسلسل الحاجات) :



(شكل ١- هرم تسلسل الحاجات)

قام بوضع أول نظرية في موضوع تسلسل الحاجات العالم أبراهام ماسلو(Abraham Maslow) وتنص هذه النظرية على وجود خمسة مستويات من الحاجات تتسلسل حسب أهميتها من الأسفل (الحاجات الفسيولوجية الأساسية) إلى الأعلى (حاجات تحقيق الذات) حيث تقترح هذه النظرية اقتراحاً مفاده أن الأفراد يسعون أولاً إلى إشباع الحاجات في المستويات الدنيا قبل إشباع الحاجات الموجودة في المستويات العليا من هرم الحاجات. و عندما يتم إشباع الحاجات الدنيا فإن الأفراد ينتقلون إلى إشباع الحاجات في المستويات الأعلى و بالتدريج.

عموماً ، يمكن إيراد مستويات الحاجات حسب هرم ماسلو كما يلي :

١- الحاجات الفسيولوجية الأساسية :

و تُشكل في نظرية هرم الحاجات أدنى مستوى من الحاجات و يعد هذا النوع من الحاجات مطلوباً للإبقاء على حياة الأفراد كالطعام، الماء، المأوى و الجنس . فالأفراد الذين يشعرون بالجوع لا يفكرون في إشباع أية حاجات أخرى قبل أن يشبعوا حاجاتهم من الطعام و الشراب و هكذا. و تجدر الإشارة هنا إلى أن أغلبية الأفراد في الدول النامية لا يحققون المستوى المطلوب من الإشباع - كماً ونوعاً - لهذا المستوى من الحاجات الأمر الذي يؤدي إلى إفرازات نفسية و اجتماعية سلبية على حياتهم.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٢- **الحاجة إلى الأمن والأمان والاستقرار** (Safety Need)

أو بمعنى آخر الحاجة إلى الأمن و الطمأنينة بعد أن يتم إشباع المستوى الأول من الحاجات (الحاجة الفسيولوجية) تصبح الحاجة إلى إشباع و تحقيق حاجة الأمان و الاطمئنان القوة الدافعة وراء سلوك الأفراد. وعملياً تشمل الحاجة إلي الأمن الحاجة إلي النظام و الاستقرار و الروتين و التأكد من أن الفرد سيحصل على طعامه الذي يحتاجه و أسرته، ليس ليومه فقط، بل للأيام و السنين. و على سبيل المثال،بررت نقابات العمال بالأردن حاجة العمال للانضمام إليها من خلال حاجة العمال الملحة إلى الأمن و الاستقرار،و ذلك من خلال حَفز العمال للانتساب للنقابة،ذلك أن انتسابهم للنقابة يعطيهم مشاعر الأمان و الاستقرار و لا تجعلهم يخضعون لنزوات أصحاب الأعمال و أمزجتهم،بالإضافة إلى أن بروز الحاجة للتأمينات و الضمان الاجتماعي و التأمين الصحي كان استجابة طبيعية للمنتسبين للضمان الإجتماعى، وذلك من أجل توفير حاجة الأفراد إلى الأمن و الأمان. إلا أنه في حال قيام الجهات المعنية بخفض قيمة التأمين الصحي و الاجتماعي فإن الحاجة إلى الأمن و الاستقرار تبرز أكثر في قطاعات المجتمع الفقيرة أو كبار السن أو المحالين على التقاعد،و هكذا.يضاف إلى ذلك أن إلغاء الدعم للسلع الأساسية في الدول النامية و في سياسات اجتماعية فعالة قد يهدد بصورة كبيرة درجة إشباع الحاجات الفسيولوجية لدى الأفراد و الأسر الأمر الذي سيؤدى لاحقاً لا سمح الله إلى مشاكل اجتماعية و اقتصادية قد تهدد بقطع الأمن و الأمان لكافة أفراد المجتمع.

٣- **الحاجات الاجتماعية:** (Social needs)

و هي المستوى الثالث من هرم الحاجات لماسلو، و تشمل الحاجة إلى المحبة و التقبل من المجتمع والانتماء و النشاط الاجتماعي .... الخ.

٤- **الحاجة إلى الاحترام و التقدير و المكانه :** (Self esteem &Self respect)

عندما يتم إشباع الحاجات الاجتماعية يصبح هذا المستوى من الحاجات فاعلاً.حيث تكون هذه الحاجة داخلية أو خارجية أو كلاهما معاً، فمثلاً تُشير بعض الدراسات إلى احترام الفرد لذاته أو تقبل هذا الذات، من خلال النظر للإنجازات أو النجاح الذي حققته هذه الذات مما يدعم هذه الحاجة. أما الحاجة إلى إثبات الذات خارجياً فتشمل الحاجة إلى تحقيق مكانة اجتماعية محترمة أو الظهور كشخصية لها مكانتها المرموقة و المحترمة بسبب إنجازها العلمي أو المادي و هكذا.

٥- **الحاجة إلى تحقيق و إثبات الذات:** (Self –Actualization)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

يعد هذا النوع من الحاجات أعلى أنواع الحاجات و أرقاها عملياً ،لن يحقق و لن يشبع هذا النوع من الحاجات إلا نسبة ضئيلة جداً من الأفراد في أي مجتمع، ذلك أن من يحقق هذه الحاجة يكون غالباً من العلماء أو المخترعين أو من ذوي المساهمات التي لا تنسى على كافة الأصعدة الاجتماعية والوطنية و الاقتصادية أو العلمية و هكذا و هم الذين يقدمون مساهمات أو إنجازات تتعدى حدود الوطن،بحيث يستفيد من الإنجاز الذي يحققه كافة الأفراد في مختلف بلدان العالم. و تجدر الإشارة هنا إلى أن مفهوم تحقيق الذات يختلف بين الأفراد حسب الطبقة الاجتماعية التي ينتمون إليها من جهة، بالإضافة إلى بعض الظروف و الأزمات و الحروب و غيرها، التي قد يدرك أبعادها بعض الأفراد بطريقة مختلفة من ناحية التعامل مع معطياتها.و لكن المخزي في هذا الأمر أن العديد من الأفراد في الدول النامية يحققون و يشبعون هذا النوع من الحاجات، و لكن من خلال الاسترسال و التخيل وربما الاحتيال.

ولما لأهمية هذا الاحتياج للأفراد و خاصة عند التعامل معهم و لكي نحرص على هذه القيمة الإنسانية عند تعاملنا مع الناس لابد أن نعي جيداً عدداً من الحقائق و نتصرف بمقتضاها..

الحقيقة الأولى:

هي أننا كلنا و بلا استثناء محبون لذاتنا و هو لا يعني أن البشر جميعهم لديهم الأنانية . و لكن لديهم حب الذات و لولا حبنا لأنفسنا وحرصنا عليها ما أحببنا الناس .. و المشكلة التي تجعل الإنسان أنانياً هي أنه يجعل حبه لذاته هدفاً، و لا يحب أحداً سواها .. بينما الإنسان السوي يحب ذاته و يحترم ذات الآخرين .

الحقيقة الثانية :

هي أن اهتمام أي إنسان بنفسه يكون أكثر من اهتمامه بأي شيء آخر.. فلو قمنا باستثمار هذه الحقيقة و أبدينا اهتماماً بالناس نكون بذلك قد أرضينا الذات بطريقة إيجابية تمكننا من أن نظفر بتعامل جيد معهم .

الحقيقة الثالثة:

هي أن كل إنسان تتعامل معه يريد قبل أي شيء أن يشعر بأنه مهم بالنسبة لك ، و أنه يُشكل شيئاً ما ، لذلك يجب أن تعطى للناس أهمية مهما كان دورهم صغيراً ، لأن ذلك كاف بأن يحرك الدافع الإيجابي نحو التعامل معك بطريقة صحيحة ترضى عنها ..

الحقيقة الرابعة:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

هي أن كل إنسان نتعامل معه يرغب رغبة حقيقية من داخل أعماق نفسه بأن يكون إنساناً مقبولاً منك و من كل الناس ، لأن إحساس الإنسان بأنه مقبول من الناس يجعله متقبلاً لنفسه ، وكل الناس أسرى جوع حب الذات ،فإذا ما أشبعنا هذا الجوع الذي عند الناس الذين نتعامل معهم و لو بصورة جزئية نصبح قادرين على أن نجعلهم يحبوننا مع حبهم لذاتهم ،و يمنحوننا الاهتمام الذي نمنحه لهم ، وثق أن الإنسان الذي تعلم أن يحب نفسه و لقي حباً و احتراماً من الناس هو وحده الإنسان القادر على أن يكون كريماً وودوداً مع الناس.

مكونات الشخصية و محدداتها (Personality Components & its Determinates)

أولا نبدأ بتعريف الشخصية ليسهل يحدد محدداتها و خصائصها فهناك عدة تعريفات للشخصية وضعها العلماء، و التي تَعكس مدى صعوبة هذا الموضوع و تعقده.إذ إن دراسة الشخصية تعنى دراسة الإنسان بجميع صفاته و مكوناته أخذاً في الاعتبار كافة المؤثرات و المحددات التي قد تؤثر عليه و

نذكر من هذه التعاريف مايلي :

(١) يمكن تعريف الشخصية بأنها " تلك الصفات و الخصائص النفسية الداخلية التي تحدد و تعكس كيفية تصرف الفرد و سلوكه نحو كافة المنبهات الداخلية أو الخارجية البيئية التي يتعرض لها بشكل دوري أو منتظم "

(٢) يعرفها العالم (جوردن ألبرت Allport) بأنها " استجابات الفرد للمثيرات الاجتماعية ، و كيفية توافقه مع المظاهر الاجتماعية لبيئته ".

(٣) و يعرفها الكاتب أحمد عبد الخالق بأنها " التنظيم الديناميكي داخل الفرد لتلك الأجهزة النفسية الجسمية التي تحدد طابعه الخاص في توافقه مع البيئة ".

(٤) و يعرفها العالم (وودورث Woodwort) بأنها " مجموعة سمات الفرد كما تبدو في عاداته الفكرية وتعبيراته و اتجاهاته و اهتماماته و أسلوبه في العمل و فلسفته في الحياة ".

(٥) تُشتق كلمة الشخصية في صيغتها الأجنبية من الكلمة اليونانية (Persona) وتعني القناع الذي كان يضعه الممثلون على وجوههم في المسرح للتعبير على الدور الذي كانوا يمثلونه.

(٦) تعريف العالم جريفث: " الشخصية هي مجموع الصفات التي يتصف بها الفرد والناتجة عن عـــملية التوافق مع البيئة الاجتماعية وهي تظهر على شكل أساليب سلوكية معينة للتعامل مع العوامـل المكونة لتلك البيئة ".

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

و الأقوال تعددت في تعريف الشخصية و إن اتفقت كلها تقريباً على أن هناك شيئاً ما في سمات الإنسان يحدد شخصيته، و من خلالها تكون تصرفات الإنسان و مواقفه مع الآخرين، وهذه السمات هي التي تحدد الخطوط الرئيسية لشخصية الإنسان، فعالم النفس الروسي " د. سيميونوف" يرى أن الشخصية هي ما تجعل الإنسان يختلف عن غيره !!! بينما عالم النفس الأمريكي و الكاتب المشهور و مؤسس معهد العلاقات الإنسانية بنيويورك "ديل كارينجي" يؤكد بأن الشخصية هي الخصائص التي تجعل الشخص بالهيئة التي هو عليها مميزاً عن الأشخاص الآخرين ، و على الأخص حين يكون له طابع معين ، أي إن الطابع هو الشيء الذي يميز شخصية الإنسان طبقاً لما قاله " ديل كارينجى " و عن طريق طابع الإنسان تتحدد معالم شخصيته.

و من هذا التعريف يتضح لنا الخصائص الأساسية للشخصية وهي كما يلي:

١- إن الشخصية ما هي إلا عبارة عن مجموعة من الصفات الداخلية مثل القيم و الصفات الوراثية والمكتسبة، و بناء عليه فإن تلك الخصائص تؤثر على اتجاهات و مواقف الفرد نحو الأشياء، الأفكار، السلع، الخدمات ... الخ.فهي أي الخصائص تؤثر على اختيارات الأفراد و أولوياتهم.

٢- كما أن الشخصية تعكس الاختلافات الفردية بين الأفراد ،ذلك أن الصفات الداخلية و التي تُكون شخصيات الأفراد لا يمكن أن تؤدي إلى إيجاد شخصيتين متشابهتين بشكل كامل بل إنها تؤدي إلى إيجاد شخصيات متمايزة نسبياً. و ما تَجدر الإشارة إليه هنا أنه قد يكون هناك عدد من الأفراد الذين قد يكون لديهم درجة ميل اجتماعية عالية، بينما توجد في الوقت نفسه مجموعة أخرى من الأفراد الذين يكون لديهم درجة عالية للعزلة. و ما بين هذا و ذاك توجد عدة أنماط و نماذج شخصية يميزها عن بعضها البعض فروقات نسبية .

٣- إن خصائص الشخصية ثابتة نسبياً. ذلك أنه من المتعارف عليه أن الخصائص النفسية العامة لشخصيات الأفراد ثابتة نسبياً.

مكونات الشخصية: الشكل التالي يوضح ببساطة مكونات الشخصية:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



(شكل ٢- مكونات الشخصية)

مكونات الشخصية: هناك اتجاه و فكر آخر لمكونات الشخصية هو كالتالي:

١- المظهر الخارجي:

وهو الذي يظهر من شخصية الإنسان أمام الآخرين وهو أمر يجب الاعتناء به وقد يكون لهذا المكون تأثيراً في بعض الأحيان و يعد من الشخصية ولكن لا ينبغي أن يعطى أكبر من حجمه.

٢- القدرات العقلية :

وهذا المكون جزء مهم من الشخصية بحيث يستطيع الإنسان من يحدد المجالات التي تتلاءم مع قدراته العقلية .

٣- الحالة الاجتماعية:

فالإنسان ينظر إلى نفسه من خلال غناه وفقره فقد يشعر أمام الآخرين ممن هم أغنى منه بأنه أقل مستوى فتهتز ثقته ولا يعني هذا أن الغنى منأى عن فقدان الثقة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٤- المواقف الانفعالية:

هي التصرفات التي تبين مدى ثقة الإنسان بنفسه حيث يمر في حياته اليومية بمواقف كثيرة يعرف من خلالها مدى ثقته بنفسه من خلال تصرفاته فقد يغضب وينفعل والناس تتفاوت في هذا الأمر .

٥- الـرّوح:

إن جميع مكونات الشخصية تصب في الروح وتؤثر فيها كماً وتنطلق من الروح الرغبة والإرادة لدى الشخص والتي تدفعه وتحركه للعمل وبذل الجهد ، فإذا كانت الروح ضعيفة ، وليس عندها الرغبة للقيام بالعمل وتشعر بالخوف والقلق فهذا يؤدي مع الوقت إلى انعدام ثقة الإنسان بنفسه.

محددات الشخصية (Personality Determinants)

أ- **العوامل الوراثية (المحددات البيولوجية):** تنقسم إلي قسمين

- ذات تأثير مباشر : و هي الجينات الوراثية التي تؤثر على الشخصية بشكل مباشر ككحجم الجسم مثلاً.
- ذات التأثير غير المباشر : و هي النتائج الاجتماعية التي تكونت نتيجة لجينات وراثية.

ب- **العوامل الاجتماعية:** وتخضع للآتي:

- الحياة الاجتماعية و كما يقال عليه (Style Life) فله تأثير كبير على الشخصية.
- التنشئة الاجتماعية.
- محيط الأسرة.

ت- **العوامل الثقافية:** هي مجموعة العادات و التقاليد الراسخة في المجتمع من خلالها يمكن يحدد ما هو مرغوب و ما هو منبوذ و مكروه و له دور في تكوين الشخصية.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ث- **العوامل الدينية** : فالإنسان يُولد و معه العقيدة التي يتبعها والديه و ليس له الخيار في التغيير و بالتالي يكتسب من هذه العقيدة و الدين الأفكار التي تؤثر على شخصيته.

ج- **محددات الموقف:** الموقف الذي يوجد به الفرد يلعب دوراً هاماً في سلوكه فالإنسان يمكن أن يكون قائداً في موقف و تابعاً بموقف آخر.

الصفات الشخصية و الأخلاقية المطلوب توافرها في الموظف

الصفات الشخصية التي يجب توافرها في المضيف الفندقي:

١- **الحماس:**

يتضح هذا الحماس من خلال نبرة الصوت و الحركة ، و عرض وجهة النظر بشكل واضح ودقيق و بثقة كاملة ، بعيداً عن الارتباك و تشويش الأفكار ، كما أن الحماس يرتبط ارتباطاً وثيقاً باللياقة البدنية و الذهنية للموظف بحيث يشعر الطرف الآخر بأنك تحب عملك بشكل كبير.

٢- **الذكاء:**

الذكاء صفة يكون منها جزء موروث و الجزء الآخر مكتسب و يمكن زيادته بالتدريب و القراءة والخبرة العملية.

٣- **الشجاعة:**

و تتمثل في قوة الإرادة و التصميم و حل المشاكل الصعبة و التغلب عليها ، و القدرة على مناقشة الأخطاء و الاعتراف بها و تصحيحها.

٤- **المبادرة:**

و هي ابتعاد الموظف عن الإستكانة و البحث عن الجديد في عمله ثم طرحه على الإدارة رغبة في تطوير العمل و حل المشاكل ، و هذه الصفة هي من صفات القادة ، و تحول الموظف من موظف منفذ إلى موظف مشارك في اتخاذ القرارات و حل المشاكل و تطوير العمل.

٥- **التصميم:**

عدم اليأس و القدرة على مواجهة التحديات و الثبات و ارتفاع الروح المعنوية.

٦- **الثقة بالنفس :**

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تُبنى الثقة بالنفس من خلال الإلمام التام بالعمل و بأهداف المنشأة و كيفية التعامل مع الضيوف، وعدم التكلف و العصبية.

٧- **الجدية:**

و هي أخذ الأمور بشكل جدي بعيد عن المزاح و السخرية و الهزل، و تحمل المسئولية الملقاة على عاتقك بشكل فعال، و الرغبة في الأداء بشكل أفضل في كل مرة تقدم فيها الخدمة.

٨- **المجاملة:**

و هي استعمال الكلمات الرقيقة المهذبة و اللبقة و اختيار الألفاظ و العبارات المناسبة في الوقت المناسب و عدم تجريح الضيوف بالقول أو الفعل و الترحيب بهم و الابتسامة في وجوههم.

٩- **الود:**

معاملة الضيوف بلطف، من خلال البحث عن الجوانب الإيجابية فيهم و الثناء عليها و الاهتمام بها.

١٠- **المظهر اللائق:**

ينبغي على الموظف الاهتمام بحسن المظهر و ملائمة الهندام و طيب الرائحة (إن الله جميل يحب الجمال)

١١- **الكرامة:**

و هي صفة أصيلة يتعين على الموظف تنميتها و تطويرها. و متى ما فقد الموظف صفة الكرامة، فأنه يفقد مكانته و يقل شأنه لدى الآخرين. فالناس لا يحترمون من لا يحترمهم.

الصفات الأخلاقية المطلوب توافرها في المضيف الفندقي

١- **القوة و الأمانة:**

و تعتبر هاتين الصفتين العظيمتين شرطين من شروط الإسلام في التعيين على الوظيفة العامة و قد وضعت شعاراً للخدمة المدنية في المملكة. لقول الله تعالى (إن خير من استأجرت القوي الأمين) آية (٢٦) سورة القصص.

فعلى المضيف أن يتخذ جميع الوسائل و الأساليب التي تجعله قوياً في بدنه و جاهزيته للعمل ، وقوياً في معلوماته و أفكاره ، وقوياً في مهاراته،ملماً و مدركاً لاحتياجات و شروط الوظيفة التي يشغلها حتى يحقق أقصى درجات الخدمة للمنتفعين من هذه الوظيفة.

و يقول الله تعالى (يأيها الذين آمنوا لا تخونوا الله و الرسول و تخونوا أمانتكم و أنتم تعملون)آية (٢٧) سورة الأنفال. و يقول الله تعالى أيضاً (فإن أمن بعضكم بعضاً فليؤدي الذي اؤتمن أمانته و ليتق الله ربه)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

آية (٢٨٣) سورة البقرة و يقول اللّه تعالى أيضاً (إن اللّه يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلي أهلها)النساء الآية ٥٨. و الأمانة من الأخلاق التي تدل على سمو و رقي المجتمع، ومن المتفق عليه عند علماء الدين و الأخلاق و الاجتماع أن الأمانة تعتبر من الأخلاقيات التي تعود بالخير على الفرد و المجتمع. ونقصد بالأمانة هنا المفهوم الواسع والشامل للأمانة و تشمل التزام الواجبات الدينية و الاجتماعية وأداؤها خير أداء، ولذا فعمل الموظف أمانة و هو مؤتمن على وظيفة و لابد أن يحسن التصرف فيها و يؤدى حقوقها و يلتزم بواجباتها.

٢- العمل على إتقان العمل و تقوى اللّه فيه:

تنص المادة (٦/٣١) من اللوائح التنفيذية لنظام الخدمة المدنية على أن يكون الموظف إيجابياً في مباشرته لهذا العمل بحيث يؤدي عمله بدقة و إخلاص، وأن يكون هذا الأداء طيلة ساعات العمل الرسمية. و يشمل إتقان العمل إجادة العمل و السرعة في إنجازه و محاولة تجنب الوقوع في الأخطاء كما تؤكد على ذلك إدارة الجودة الشاملة. و كما حث الرسول صلى اللّه عليه و سلم بقوله (إن اللّه يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه)

٣- الإخلاص في العمل :

يعد الإخلاص في العمل من أهم مقومات الموظف الناجح ، و لذلك يجب على الموظف إنجاز المهمات بسرعة و عليه أن يتفادى التأخير في تقديم الخدمات حتى لا تحدث أية شكوى من الضيوف ، وعليه أن يتجرد من أهوائه الشخصية أثناء تأديته لمهام وظيفته و يبذل الجهد اللازم و التضحية الممكنة في سبيل تحقيق أهداف وظيفته و الفندق الذي يعمل فيه.

٤- احترام مواعيد العمل الرسمية:

وقت العمل ليس ملكاً للموظف إنما هو ملك للضيوف و للفندق الذي تعمل به ، فعليه أن يكرس كل جهده ووقته في تأدية العمل الذي أوكل إليه من خلال واجبات وظيفته المحددة حيث تنص المادة (١١/ج) من نظام الخدمة المدنية على أن (أن يخصص وقت العمل لأداء واجبات وظيفته و أن ينفذ الأوامر الصادرة إليه بدقة و أمانة في حدود النظم و التعليمات) ، لذا فإن احترام مواعيد العمل الرسمية التي حددتها اللوائح تعتبر من أهم واجبات الوظيفة و التي يجب على الموظف أن يخصصها لتأدية هذه الواجبات ، وأن يتقيد بهذه المواعيد من حيث الحضور و الانصراف ،كما أن التغيب بدون عذر أو إذن رسمي أو التأخير عن الدوام يعد إخلالاً بالواجبات الوظيفية. و يترتب على عدم التزام الموظف بأوقات الدوام الرسمي أضرار عديدة مثل تدني إنتاجية العمل و الإضرار بمصالح الفندق و الإخلال بأدوار الآخرين.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٥- المحافظة على المال العام :

يعد الحفاظ على المال العام بشقيه النقدي و العيني من أهم الواجبات المنوطة بالموظف ، و ذلك لأن المال العام هو مال الأمة كلها و هو الوسيلة الأهم في تحقيق الأهداف و القدرة على تقديم الخدمات للمواطنين على النحو الأمثل و من ثم السعي نحو النمو الاقتصادي الذي يؤدى إلى الرفاهية الاجتماعية. ولذلك يجب على الموظف العام أن يُحافظ على هذه الأموال عن طريق الترشيد في استهلاكها واستعمالها، وأن يحافظ على صيانتها بصورة منتظمة، و أن يسعى باستمرار لتخفيض مستوى الإنفاق دون الإضرار بمستوى الخدمة و الأداء و ذلك تحقيقاً لمبدأ الكفاءة و الفعالية.

٦- احترام و طاعة الرؤساء:

فواجب الطاعة من الأمور التي حث عليها الإسلام ، و حدود واجب الطاعة في الإسلام تمثلت في الآية (٥٩) من سورة النساء إذ قال تعالى (يأيها الذين آمنوا أطيعوا الله و أطيعوا الرسول و أولي الأمر منكم) و المقصود بأولي الأمر المسؤولون باختلاف مستوياتهم سواء كانوا حكاماً أو رؤساء إدارات. و الطاعة تتمثل أيضاً في الحديث الشريف الذي يوضح حدود الطاعة التي أقرها الإسلام إذ قال رسول الله صلى الله عليه و سلم (السمع و الطاعة على المرء المسلم فيما أحب و كره ما لم يؤمر بمعصية.فلا سمع و لا طاعة). و قد أجمعت أنظمة الخدمة المدنية العالمية على وجوب الطاعة الرئاسية و ذلك داخل نطاق عمله. ولالتزام الموظفين بطاعة رؤسائهم و الاستجابة لأوامرهم و توجيهاتهم أهمية كبيرة على حركة سير العمل و سرعة الإنجاز و انسجام القرارات التي تصدرها الجهة الإدارية.كما أن لها أثراً كبيراً على تعزيز العلاقات الإنسانية في العمل و دعمها إيجابياً و تنميتها.

٧- مراعاة آداب اللياقة:

لقد تضمنت المادة (١١) من نظام الخدمة المدنية في المملكة على جانب أخلاقي يتضح من نص المادة حيث يجب على الموظف أن يراعي آداب اللياقة في تصرفاته مع الجمهور (الضيوف) و رؤسائه و زملائه ومرءوسيه . و المقصود بآداب اللياقة مقتضيات الذوق العام، و حسن المعاملة لأن طبيعة العمل تُحتم عليه الاحتكاك بمستويات و جنسيات مختلفة من الناس و الدخول في علاقات أيضاً مختلفة و بنجاح هذه العلاقة يعتمد اعتماداً كبيراً على أسلوبه في المعاملة. و المادة المذكورة حددت ثلاث فئات من الناس يجب على الموظف أن يتحلى بآداب اللياقة و بذل روح التعاون و التفاهم معهم. و هذه الفئات هي الجمهور (الضيوف بالنسبة للفندق) و الرؤساء و الزملاء في العمل.

٨- الترفع عما يخل بشرف الوظيفة العامة و الكرامة :

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تعتبر هذه السلوكيات من ضمن الواجبات الوظيفية التي يلتزم بها الموظف لقاء شغله الوظيفة، و قد نص نظام الخدمة المدنية المادة (٣٢) " يجب على الموظف أن يترفع عن كل ما يخل بشرف الوظيفية والكرامة سواء كان ذلك في محل العمل أم خارجه ". و يتضح من هذا النص أن التزام الموظف بهذا الواجب لا يقتصر على مقر العمل بل عليه الالتزام خارج مقر العمل ،في داخل البلاد و خارجها و يتطلب هذا الواجب من الموظف الابتعاد عن التصرفات التي تسيء إلي سمعته و إلي سمعة الجهة التي يعمل بها. ويجب عليه أيضاً أن لا يضع نفسه محل شبهة. فيجب عليه الترفع عن كل الأمراض التي تخل بشرفه و كرامته كالاختلاس و الرشوة و التزوير و السرقة و الجرائم الأخلاقية و غيرها.

٩- الولاء للوطن و الاسترشاد بالمصلحة العامة:

يقع واجب الولاء للوطن على عاتق المواطن بصفة عامة سواء كان موظفاً حكومياً أو موظف قطاع خاص أو غيره، إلا أن التزام الموظف بهذا الواجب أقوى من غيره ، و ذلك بسبب العلاقة الوظيفية التي تربط بينه و بين الدولة، فموظف الفندق يعد واجهة للبلد لأن تعامله يكون مع جنسيات كثيرة و عديدة مما سوف يعطى الانطباع عن دولته. كما يقتضي هذا الواجب أن يكون الموظف متحفظاً في إبداء الرأي في المسائل و القضايا العامة و في الأمور المتعلقة بعمل المرافق العامة ، سواء أكان إبداء الرأي في المجتمع عاماً أو عبر وسائل الإعلام. و يؤكد نظام الخدمة المدنية على عدم توجيه النقد أو اللوم إلى الحكومة في الصحف المحلية و الخارجية. و يجب على الموظف مراعاة المصلحة العامة مبتعداً في ذلك عن تحقيق مآربه الشخصية على حساب المصلحة العامة.

١٠- الصدق:

قال الله تعالى (يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله و كونوا مع الصادقين) التوبة الآية(١١٩) و أيضاً قال رسول الله صلى الله عليه و سلم (إن الصدق يهدي إلي البر و البر يهدي إلي الجنة و إن الكذب يهدي إلي الفجور والفجور يهدي إلي النار) و يعنى ذلك أن يتحرى الموظف حقائق الأمور وواقعها بصفة مستمرة بحيث لا يتعمد الكذب أو التحوير أو قلب الحقائق أو إنقاصها أو تشويهها في التعامل مع الأنظمة التي تحكم العمل و تحري درجات الصدق في التعامل مع الآخرين.

١١- الصبر و التحمل:

قال الله تعالى (يا أيها الذين آمنوا استعينوا بالصبر و الصلاة إن الله مع الصابرين) البقرة الآية (١٥٣) ، فينبغي أن يتحلى الموظف عند ممارسة العمل بهذه الفضيلة العظيمة فيجب ألا يكون ملولاً أو متضجراً أو سريع الانفعال و عليه تحمل ما يواجهه في محيط العمل من نقد أو إلحاح .

١٢- البشاشة و طلاقة الوجه:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

و تعني استقبالك لضيوف الفندق بصرف النظر عن صفاتهم أو مراكزهم بالكلمة الطيبة و الوجه الطلق لما في ذلك من الود و الرحمة و التعامل الحسن الذي يعود للجميع بالخير.

١٣- التحلي بالقول الطيب:

قال الله تعالى (لا يحب الله الجهر بالسوء من القول إلا من ظلم و كان الله سميعاً عليماً) ، فيجب على الموظف عند التعامل مع الضيوف استخدام الألفاظ الطيبة التي تدل على التقدير و الاحترام و البعد عن الألفاظ البذيئة ، و كذلك يتطلب هذا الواجب عدم السخرية أو الاستهزاء أو الاستحقار.

١٤- المحافظة على أسرار العمل:

قال الله تعالى (يا أيها الذين آمنوا لا تخونوا الله و الرسول و تخونوا أمانتكم وأنتم تعلمون) الأنفال الآية (٢٧) فيجب عليك المحافظة على أسرار العمل و المعلومات و الوثائق الخاصة بالعمل و عدم إفشاء سرها للغير. وتهدف المحافظة على سرية العمل إلي تحقيق المحافظة على المصلحة العامة من خطورة إفشاء الأسرار، أو نشر معلومات قد تلحق الضرر بمصالح الفندق.

١٥- المبادأة و حسن التصرف:

أي لا ينتظر تنفيذ ما يقوله له الآخرون و لكن يبادر هو بالقيام بالعمل دون انتظار توجيهات رؤسائه ما دام هذا هو الروتين اليومي للعمل. و يكون أيضا حسن التصرف في المواقف التي لا تحتاج لأخذ رأي المدير و لا تحتاج الانتظار كشكوى ضيف فيجب عليك وفوراً تقديم الاعتذار و العمل على حل المشكلة بأسرع وقت و على أتم وجه ممكن دون انتظار رأي رؤسائك أو زملائك بالعمل.

التعرف على الأنماط السلوكية للضيوف و كيفية التعامل معها

سوف نتحدث في هذا الجزء عن الأنماط السلوكية(Behavioral Patterns) للضيوف و كيفية التعامل مع هذه الأنماط وبالتالي سوف نقسم النمط السلوكي للضيف عند الشرح إلى أربعة أجزاء ليسهل الفهم **و هي كالتالي:**

١- تعريف النمط.
٢- سمات النمط وميزاته.
٣- عيوب النمط.
٤- كيفية التعامل مع هذا النوع من النمط.

و لنبدأ الآن بالتعرف على هذه الأنماط و هي كالتالي:

١- **الشخصية الاجتماعية :** (Social Personality)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التعريف: هو ذلك الضيف المحب للناس و محب للأحاديث معهم.

السمات و الميزات :

- تعتبر طباعه هي أكثر الطباع تجسيداً لحب الحياة و المودة و الدماثة.
- يحب الاجتماع مع الأصدقاء و الأهل و الأحباب بصفة مستمرة.
- منفتح على العالم، يتعامل مع الناس بالحب و الدفء في العلاقات.
- أكثر وضوحاً و يمتاز بالانفتاح الاجتماعي و الدفء الإنساني و مودته للناس تجعله شخصية محبوبة.
- يمتاز بسهولة في التفاهم مع الناس.
- المرونة في التعامل معه و هو شخصية حيوية تتسم ببلاغة جذابة في الحديث.
- لبق و يستولي على مشاعر الآخرين بسهولة و هو من أكثر الناس قدرة على اتخاذ القرارات وأقلهم تردداً و لا ينقصه شيء ليصبح بطلاً شعبياً.
- يحب الحياة و يتمتع بقوة جسدية وطاقة هائلة.
- يميل إلى الطبع الرومانسي و المغامر في آن واحد.
- شخصية شرهة تحب الطعام و معظمهم من أصحاب الوزن الزائد.
- شخصية تتمتع بالحيوية و الإدارة و هو ما يجعلها مؤهلة للمهن التي تتطلب كثيراً من الجهد.
- حَسن التدبير و اللباقة .
- شخصية قادرة على التكيف مما يتيح لها سهولة إمكانية التأقلم مع أي فريق عمل تتعاون معه.
- معظم أصحاب هذه الشخصية يفضلون العمل في مجالات التجارة و الفنون التشكيلية والصحافة.
- الكرم و الود و التفاؤل و حسن المزاج و الحيوية.
- يهتم بالسياسة ، يؤمن بالتطور ،ثوري ، غالباً ما يتميز بموهبة خطابية ،ميال للقيادة.
- لديه روح المبادرة، الصراحة و عدم التحفظ، الانشغال الدائم، الانفتاح.
- يحب الصداقة و إقامة علاقات قوية و متينة مع الآخرين.

العيوب:

- يجتاحه الغضب أحياناً مما يدفعه إلى التعبير عن الأفكار بلا تردد والانفجار بعنف أحياناً.
- يفتقد إلى الذوق و التروي.
- يميل إلى المشاجرة و العراك.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

طرق التعامل معها :

- التعامل معه بحذر و بدون تحفظ لأنها شخصية تحب الصراحة والوضوح.
- تجنب استخدام الأساليب الملتوية عند التعامل معه.

٢- **الشخصية الفضولية :** (Curiosity Personality)

التعريف: هي الشخصية التي تحب معرفة كل شيء و بالتفصيل الممل و الدقيق لما يحدث حولها من أحداث.

السمات و الميزات :

- في حاجة دائمة إلى المعرفة و الفهم.
- يحب التعمق في الأمور بغية الوصول إلى جوهر الأشياء.
- قادر على تخطي المظاهر الخارجية و الأمور السطحية.
- يميل إلى ممارسة الألعاب الفكرية مثل الشطرنج و ما يماثلها من ألعاب ذهنية.
- يميل إلى كل ما يثير الفكر ، فهو يجد لذة في إشغال الذهن بقضايا الناس.
- يفضل الدراسات و المناظرات و الأحاديث و المناقشات الفكرية.
- لا يفضل النزهات أو الرياضة العنيفة أو الرحلات.
- لا تجذبه قصص المغامرات أو أفلام الحركة.
- من السهل مصادقته و اكتساب وده و حبه.
- **العيوب:**
- يريد أن يعرف كل شيء ما يعنيه و ما لا يعنيه.
- لا يحب الأفكار البسيطة الواضحة و المفهومة.
- يهتم بموضوع خال من أية فائدة علمية.

طرق التعامل معها :

- نشبع لذته بالمعرفة الدقيقة و المفضلة لشتى الموضوعات التي يعير لها اهتماماً بدون نقل أي تفاصيل خاصة.
- لا تفتح موضوعات إطلاقاً معه و خاصة إذا كانت موضوعات شخصية أو تحتوي على أسرار لا يجب الإفصاح عنها.
- الحذر عند التعامل معه و عدم فتح مواضيع معه تكون مصدراً للأسئلة و أخذ المعلومات.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٣- **الشخصية القيادية :** (Leadership Personality)

التعريف : له المقدرة على القيادة لمن حوله من مرؤوسين ، و محب للسلطة و من ذوي الإرادة القوية.

السمات و الميزات :

- يتسم بالاحترام من جميع العاملين معه. و يتميز باحترامه للقيم الأخلاقية.
- شديد التعلق بالمبادئ و القيم، نزيه، شريف، يطبق أفعاله على أقواله.
- قادر على الاحتفاظ بذكرياته السيئة أو الجميلة لمدة طويلة.
- مخلص لأصدقائه، لا يستطيع التخلي عنهم أبداً، عواطفه لا تتغير و لا تتبدل.
- ذو سلطة مهمة.
- ذو حيوية و لديه طاقة لازمة لتحقيق الأفعال بفضل ميله الطبيعي للعمل.
- حاد الطبع.
- محب للسلطة و القيادة، و ليس التسلط على الإطلاق.
- لديه إرادة قوية لا تتزعزع، قادر على التضحية بأي شيء في سبيل الوصول إلى الهدف.
- موهوب و يتمتع بقدرة فائقة على العمل و التفوق فيه.
- يعشق الاستقرار بصفة عامة ، و علاقاته الأسرية قوية و مترابطة.

العيوب:

- لديه ميل إلى الكبرياء و استعراض المظاهر المادية أحياناً.
- متعصب و لديه تشبث بالآراء و إن بدت خطأ لديه فهو يصر على عدم تغيرها.

طرق التعامل معها :

- عدم التصادم معه بإفهامه أنه ليس قائداً على للآخرين.
- يكون التعامل معه على أساس العلاقات الإنسانية القائمة على التعاون و الحب و الإيثار.
- إعطاؤه قيمته الاجتماعية أمام الناس بدون رياء أو نفاق.
- لا داعي للدخول معه في مناقشات أو مجادلات قد تفهم على أنها عناد بالرأي و تشبث به.
- لا داعي للدخول معه في صداقات أو علاقات اجتماعية لأنه لا يميل إلى هذه النوعية من العلاقات.

٤- **الشخصية الصامتة :** (Silent Personality)

التعريف: و هو الضيف الذي لا يتحدث، و لا تبدو عليه أية انطباعات بالقبول أو الرفض، أو التعليق على ما تقول، و لا يعبر عما في خاطره.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

السمات و الميزات :

- قليل الكلام ، و يجلس صامتاً بالمطعم.
- غامض يصعب الحكم عليه.
- يتلقى المعلومات دون أي انفعال أو مشاركة.
- يسمع دون أن يتكلم.
- **العيوب:**
- لا ينسى الإساءة دائماً و يحاول ردها إذا سمحت الفرصة بأي شكل كان حتى لو كان أسلوباً ملتوياً.

طرق التعامل معها :

- خذ انطباعاته و تساؤلاته بإلقاء الأسئلة المفتوحة و التي لا تحمل الإجابة بنعم أو لا لتشجعيه على الحديث.
- قدم له الخدمات أو التعليمات أو الإرشادات من خلال حقائق موجزة.
- اشرح له مزايا و فوائد ما تقدمه له.
- عامله باحترام ووقار .
- حاول أن تجذبه للحديث.
- اشكره وودعه .

٥- الشخصية الثرثارة:

التعريف: و هو الضيف كثير الكلام.

السمات و الميزات :

- اجتماعي ، مرح جداً فهو يريد أن يظهر مواهبه الفكاهية.
- كثير الكلام و النقاش و الجدال.
- له مهارة تطويل الأحاديث.
- **العيوب:**
- يناقش و يجادل في كل شيء لإثبات ذاته.
- يبدو أحياناً غير منطقي في حديثه.
- يضيع وقتك دون جدوى إن لم تكن حذراً.

طرق التعامل معها :

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- أَعطه وقتاً مناسباً ليتحدث عن ما يريد إيصاله لك.
- لا تُخطئه حتى و إن كنت لا تتفق معه، وافق على تعليقاته و اربطها باقتراحاتك.
- اطرح أفكاره بصيغة أخرى و لا تحاول إسكاته.
- اشكره على اقتراحاته و آرائه.

٦- **الشخصية المتعجلة :** (Hasty Personality)

التعريف: و هو الضيف الذي يريدك أن تقوم بخدمته بأسرع وقت ممكن، و يعتقد أن الخدمة بطيئة.

السمات و الميزات :

- يقاطع كثيراً أثناء الحديث.
- يغير رأيه بسرعة.
- **العيوب:**
- نافذ الصبر.
- يغضب بسرعة.

طرق التعامل معها :

- محاولة تقديم الخدمة له بالسرعة الممكنة على ألا يؤثر ذلك على تقديم الخدمة للآخرين.
- ابتعد عن التفاصيل و ركز على الهدف الذي يريده.
- سيطر على دفة الحديث حتى ينجذب إليك.

٧- **الشخصية المفكرة :** (Thinking Personality)

التعريف: يفكر كثيراً قبل اتخاذ القرار و غير متعجل و نسبة صوابه في اتخاذ القرارات عالية.

السمات و الميزات :

- الهدوء و الجدية.
- عدم الاستعجال في الحديث أو التصرف.
- يصغي لك باهتمام.
- يفحص و يُفكر في كل نقطة تعرضها.
- **العيوب:**
- يأخذ وقتاً كبيراً ليحدد نوع الخدمة و الأصناف المقدمة له مما يؤدى لإهدار وقتك.

طرق التعامل معها :

- التأكد من معرفتك التامة بما تريد أن تعرضه عليه أو ترشده له.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- عند تقديمك للخدمة تأكد من أنك وضحت المميزات و الفوائد التي يمكن أن يحصل عليها من هذه الخدمة.
- استخدم البيانات و الأمثلة الحقيقية لإقناعه.
- احرص على الجدية أثناء الحديث معه.
- قَدم له المساعدة قدر الإمكان و أكد له أنك ستبذل قصارى جهدك لخدمته.

٨- **الشخصية المتذمرة(دائمة الشكوى):** (Disgruntled Personality)

التعريف: و هو الضيف كثير الشكوى و لا يرضيه أي شيء بسهوله.

السمات و الميزات :

- النقد الكامل لكل من حوله من خدمات.
- كثير العتاب.
- **العيوب:**
- الغضب بسرعة.

طرق التعامل معها :

- حاول تهدئته و اكتشاف مشكلته الحقيقية.
- حاول أن تقلل من غضبه و مقاومته.
- استوضح منه عما يريد بالضبط.
- ساعده في الحل قدر استطاعتك.
- قدم خدماتك له بصفتك الشخصية ووضح له أنك ستبذل جهدك لتلافي أخطاء حدثت في الماضي.

٩- **الشخصية المترددة:** (Hesitated Personality)

التعريف: و هو الضيف الذي يتردد في حديثه و سلوكه و لا يستقر على رأي واحد.

السمات و الميزات :

- متردد في اتخاذ أي قرار و غير متأكد من أي شيء يقوله أو يعمله.
- لا يستقر على رأي واحد و سريع جداً في تغيير الرأي بين لحظة و أخرى.
- **العيوب:**
- يثور بسرعة.

طرق التعامل معها :

- كن حازماً معه و لكن باحترام.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- قدم خدماتك له مصحوبةً بالبراهين و الأسباب المنطقية التي تقنعه.
- المحاولة معه لجذب انتباهه إلى الموضوعات التي تحتاج إلى التفكير و الاختيار.
- قدم له الشكر على اهتمامه.

١٠- **الشخصية الباردة:** (Cold Personality)

التعريف: و هو الضيف الذي لا ينفعل أبداً.

السمات و الميزات :

- هادئ، متحفظ، كتوم، كتلة باردة لا يعرف العواصف، مستقيم، صادق، شريف.
- أقل الشخصيات فضولية على الإطلاق.
- عدم فاعليته تَحميه من الاضطرابات العاطفية لدى الآخرين.
- أكثر الطباع ميلاً إلى الوحدة و الانعزالية و لا يهتم بالآخرين أو حتى بنفسه.
- لا يحافظ على المظاهر.
- لا يحب الحيوانات و لا يشعر بالحنان تجاه الأطفال.
- يتمسك بالمبادئ التي يُؤمن بها و لا يقتنع بالآراء الانفعالية.
- لا يحب التغيير و أقل الناس ثرثرة و لا يحب كثرة الحديث.
- المزاج المستقر، التمسك بالمبادئ.
- **العيوب:**
- في الغالب يكون لديه نقص في الشخصية.
- محب للانغلاق و قليل الضحك.
- له القدرة على استفزاز من يواجهه.
- يمتاز بالبخل الشديد في كل شيء حتى في إعطاء الأفكار.
- محب للوحدة، و لا يهتم بالحياة الاجتماعية.
- الروتينية، عدم الطموح، العناد الأعمى و غير قادر على التكيف.

طرق التعامل معها :

- التعامل معه بهدوء و تحفظ.
- عدم محاولة فتح موضوعات أو نقاش من أي نوع.
- اتركه يحكي و تكون له الأولوية في عرض الأفكار.
- حاول معاملته بأسلوب هادئ بارد.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- لتكن ردودك معه مختصرة و موجزة دون أن تتعمد ذلك معهم.

١١- **الشخصية الانفعالية:** (Emotional Personality)

التعريف: و هو الضيف السهل إثارته و ينفعل من أتفه الأسباب.

السمات و الميزات :

- إنسان حساس جداً.
- يتأثر بكل شئ حتى التفاهات.
- يستعمل كلمات قوية مثل (مرعب، مخيف، مدهش، أكره، أحب)
- ينتقل من حالة الفرح إلى حالة الحزن أو العكس.
- **العيوب:**
- سريع الغضب، غير صبور، و عصبي، قاسي القلب، جاف العاطفة، متصلب الرأي.
- يثور لأتفه الأمور.
- أناني و قلق.

طرق التعامل معها :

- كن حذراً بالتعامل معه و بمنتهى الحساسية.
- لا تحاول تعريضه للنقد أو التجريح أو حتى إبداء أية ملاحظة له.
- لا تلجأ إلى أسلوب المفآجات حتى لو كانت سارة معه، و لكن نلجأ لأسلوب التدرج لإخباره بالأمر.
- ندعه يعبر بأسلوبه و بطريقته دون أن نقاطعه أو نبدي لهم عدم الاهتمام.

أبرز العوامل التي تعيق عملية التفاهم مع الأنماط المختلفة للضيوف:

- عدم تقدير رأي الضيف و ظروفه النفسية.
- محاولة دفع الضيف للموافقة على رأيك رغم عدم اقتناعه.
- المجادلة غير المجدية مع الضيف بطريقة لن يتفق الطرفان معها أبداً.
- عدم القدرة على الإنصات للضيف و فهم وجهة نظره.
- نبرة الشدة و الصوت العالي التي قد تظهر من خلال صوتك بدون قصد.
- اختلاف اللغات و عدم إتقانك للغة المتحدث.
- التشويش الصادر من البيئة المحيطة

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

أسئلة الوحدة الأولى

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

١) ( ) الدافع هو نوع من التوتر الداخلي يدفع الكائن الحي للقيام ببعض الأنشطة لتحقيق هدف معين.

٢) ( ) عند التعامل مع الشخصية الانفعالية لا نلجأ إلى أسلوب المفآجات حتى لو كانت سارة.

٣) ( ) تتنوع دوافع العمل بتنوع الأفراد و اختلاف الفروق بينهم.

٤) ( ) الحاجات المكتسبة هي تلك الحاجات النفسية،التي تحتوي على الحاجة للطعام، الماء، الهواء، اللباس، المأوى.

٥) ( ) الذكاء صفة جزء منها يكون موروثاً و الجزء الآخر مكتسباً و يمكن زيادته بالتدريب.

السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- أهم الدوافع الإنسانية:

أ- .....

ب- .....

٢- من الصفات الأخلاقية الواجب توفرها في المضيف الفندقي:

أ- .....

ب- .....

ت- .....

٣- من طرق التعامل مع الشخصية المتذمرة (كثيرة الشكوى)،حاول ..... و اكتشاف .....

السؤال الثالث:اختر الإجابة الصحيحة من بين الأقواس ؟

١. نظرية الحاجات لماسلو تنص على وجود (خمسة – ستة – سبعة) مستويات من الحاجات تتسلسل حسب أهميتها من الأسفل.

٢. الشخصية (المترددة – القيادية – الفضولية) هي التي تحب معرفة كل شيء و بالتفصيل الممل والدقيق.

٣. الشخصية (المتعجلة –الانفعالية –الباردة) هي التي تسهل إثارتها و تنفعل من أتفه الأسباب.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

السؤال الرابع :أجب عما يلى؟

١- ما الخصائص الأساسية للسلوك الإنساني ؟

٢- ما طرق التعامل مع الشخصية المترددة ؟

٣- ما محددات الشخصية مع الشرح المبسط ؟

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

إجابة أسئلة الوحدة الأولى

السؤال الأول : أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

١) (صح) الدافع هو نوع من التوتر الداخلي يدفع الكائن الحي للقيام ببعض الأنشطة لتحقيق هدف معين.

٢) (صح) عند التعامل مع الشخصية الانفعالية لا نلجأ إلى أسلوب المفآجات حتى لو كانت سارة.

٣) (صح) تتنوع دوافع العمل بتنوع الأفراد و اختلاف الفروق بينهم.

٤) (خطأ) الحاجات المكتسبة فهي تلك الحاجات النفسية،التي تحتوي على الحاجة للطعام، الماء، الهواء، اللباس، المأوى.

٥) (صح) الذكاء صفة جزء منها يكون موروثاً و الجزء الآخر مكتسباً و يمكن زيادته بالتدريب.

السؤال الثاني : أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- أهم دوافع السلوك الإنساني:

أ- الدوافع الفطرية (الفسيولوجية) .

ب- الدوافع المكتسبة.

٢- من الصفات الأخلاقية الواجب توفرها في المضيف الفندقي:

أ- القوة و الأمانة.

ب- العمل على إتقان العمل و تقوى الله فيه.

ت- الإخلاص في العمل .

ث- الصدق.

ج- الصبر و التحمل.

ح- البشاشة و طلاقة الوجه.

خ- التحلي بالقول الطيب.

د- المبادأة و حسن التصرف.

٣- من طرق التعامل مع الشخصية المتذمرة (كثيرة الشكوى)حاول **تهدئته** و اكتشاف **مشكلته الحقيقية.**

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

السؤال الثالث :اختر الإجابة الصحيحة ما بين الأقواس ؟

١- نظرية الحاجات لماسلو تنص على وجود (خمسة – ستة – سبعة) مستويات من الحاجات تتسلسل حسب أهميتها من الأسفل.

٢- الشخصية (المترددة – القيادية – الفضولية) هي التي تحب معرفة كل شيء و بالتفصيل الممل والدقيق.

٣- الشخصية (المتعجلة – الانفعالية – الباردة) هي التي يسهل إثارتها و تنفعل من أتفه الأسباب.

السؤال الرابع :أجب عما يلي؟

١- خصائص السلوك الإنساني:

١) **سلوك هادف** : لكل سلوك هدف يسعى الفرد إلى تحقيقه، و يُحدد هذا الهدف حاجات الفرد الجسمية و النفسية أو بمعنى آخر أنه يسعى لتحقيق هدف أو إشباع حاجة.

٢) **سلوك مسبب**: فلا يوجد أي سلوك دون سبب و قد يكون السبب ظاهراً وواضحاً أو غير ظاهر وواضح. أي أنه لا يصدر إلا من سبب.

٣) **متعدد الحاجات**: فالحاجات الجسمية مثل إلغاء و الحاجات النفسية مثل الحاجة إلى الأمان تعمل باستمرار و بإلحاح داخل الفرد الذي يحاول أن يُشبع تلك بسلوكه.

٤) **يَشوبه الغموض أحياناً** : كثيراً ما يلعب اللاشعور و المواقف التي خُزنت في العقل منذ الصغر دوراً في صعوبة يحدد الأسباب المتعددة للسلوك الإنساني ، كأن يتعرض الفرد إلى إساءة المعاملة في طفولته فيؤثر ذلك في سلوكه عندما يكبر .

٥) **عملية مستمرة**: السلوك الإنساني ليس فيه فواصل تحدد بدء السلوك و نهايته، فكل سلوك جزء من حلقات متكاملة مستمرة و متغيرة تندمج حدودها معاً باستمرار.

٦) **ناتج من أي جزء في الفرد** : هناك عمليات متعددة تجري داخل الفرد نتيجة للمؤثرات المتعددة التي تواجهه و أي نشاط لأي جزء يشمل و يؤثر على الأجزاء الأخرى.

٧) **متنوع**: أي أنه يظهر بصورة متعددة حتى يمكنه التوافق مع المواقف التي تواجهه.

٨) **مرن**: أي قابل للتطوير و التعديل و الإضافة.

٩) **مدفوع**: أي لا يأتي من فراغ حيث تقف عوامل عديدة وراءه.

١٠) **يمكن التنبؤ به**: وذلك عن طريق فهم الظواهر و مسبباتها و خصائصها ، حيث يعين ذلك على التنبؤ بحدوثها و ضبطها و التحكم فيه.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٢- **طرق التعامل مع الشخصية المترددة :**

- كن حازماً معه و لكن باحترام.
- قدم خدماتك له مصحوبةً بالبراهين و الأسباب المنطقية التي تقنعه.
- المحاولة معه لجذب انتباهه إلى الموضوعات التي تحتاج إلى التفكير و الاختيار.
- قدم له الشكر على اهتمامه.

٣- **محددات الشخصية:**

أ- **العوامل الوراثية (المحددات البيولوجية):** تنقسم إلي قسمين هما :

- ذات تأثير مباشر : و هي الجينات الوراثية التي تؤثر على الشخصية بشكل مباشر كحجم الجسم مثلاً.
- ذات التأثير غير المباشر : و هي النتائج الاجتماعية التي تكونت نتيجة لجينات وراثية.

ب_ **العوامل الاجتماعية:** وتخضع للآتي:

- الحياة الاجتماعية و كما يقال عليه (Style Life) فله تأثير كبير على الشخصية.
- التنشئة الاجتماعية.
- محيط الأسرة.

ج- **العوامل الثقافية:** هي مجموعة العادات و التقاليد الراسخة في المجتمع من خلالها يمكن يحدد ما هو مرغوب و ما هو منبوذ و مكروه و له دور في تكوين الشخصية.

د- **العوامل الدينية :** فالإنسان يولد و معه العقيدة التي يتبعها والديه و ليس له الخيار في التغيير و بالتالي يكتسب من هذه العقيدة و الدين الأفكار التي تؤثر على شخصيته.

هـ - **محددات الموقف:** الموقف الذي يوجد به الفرد يلعب دوراً هاماً في سلوكه فالإنسان يمكن أن يكون قائداً في موقف و تابعاً بموقف آخر.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

خدمة الطعام "الضيافة"

الاتيكيت و البروتوكول

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الجدارة:

القدرة على معرفة المقصود بالاتيكيت والبروتوكول بشكل عام ، وكيفية تقسيم كبار الشخصيات و الرتب والألقاب ،و الشروط الواجب مراعاتها في بطاقات الدعوة و أخيراً قواعد التعارف و المصافحة.

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة تكون لدى المتدرب القدرة على أن:

١- يعرف فن الاتيكيت و البروتوكول بصفة عامة.

٢- يتعرف على طرق تقسيم كبار الشخصيات داخل الفندق بصفة عامة و بصالات الطعام بصفة خاصة.

٣- يتعرف على الرتب و الألقاب المتداولة مع ضيوف الفندق.

٤- يتعرف على الشروط الواجب مراعاتها في بطاقات الدعوة.

٥- يتعرف على الأسبقية و قواعد التعارف و المصاحبة بين ضيوف الفندق.

مستوى الأداء المطلوب:

أن يصل المتدرب إلى إتقان هذه الجدارة بنسبة ٩٠٪.

الوقت المتوقع للتدريب:

٨ ساعة.

الوسائل المساعدة:

١- استخدام الأسئلة و إجابتها النموذجية نهاية الوحدة.

٢- طلب أبحاث من المتدربين عن مفردات مواضيع الوحدة يتم تجميعها عن طريق الإنترنت.

٣- الاستعانة بعروض باور بوينت (Power Point) مزودة بصور عن مفردات الوحدة.

متطلبات الجدارة:

إتقان طرق الإتيكيت و البروتوكول داخل صالات الطعام خاصة و الفندق عامة المتعلقة بالضيوف ،وكذلك المعرفة التامة بالشروط الواجب مراعاتها في بطاقات الدعوة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الاتيكيت و البروتوكول

مقدمة :

لكل مجتمع طريقة حياته و أسلوبه في التعامل مع الآخرين، و تختلف تلك الأساليب باختلاف المجتمعات و الموقع الجغرافي. فالشرق ليسوا مثل الغرب في معيشتهم ، و في الوقت نفسه يختلفون عن بعضهم البعض بطريقة التواصل مع بعضهم البعض وردود الأفعال ، و يحكم الكثير منها سلوك الآداب أو ما يعرف ب "الاتيكيت" .. و طالما ارتبطت هذه الكلمة بما يعرف ب" البروتوكول".

يعني" البروتوكول" في المصطلح الدارج التقليد أو القاعدة ، كما تعني كلمة "الاتيكيت" الذوق ومراعاة شعور الآخرين . و قد نشأ المصطلح بشكل عام ،في إطار عملية وضع قواعد السلوك الضروري عند المجتمعات المتحضرة ، أو عند الطبقة الراقية في هذه المجتمعات . ثم تطور استخدام المصطلح ليشير إلى مجموعة القواعد التي تضبط سلوك مجموعات من العاملين الذين يكون للمجاملة و الذوق المتبادل دور مهم في عملهم. و هكذا ووفق هذا المعنى أصبحت قواعد البروتوكول مألوفة و متطورة في العلاقات بين الملوك و الرؤساء ، و بين مبعوثيهم الدبلوماسيين و الخاصين و في المنظمات و المؤتمرات الدولية. و كلما اتسع نطاق المعاملات الدولية ،أصبحت قواعد السلوك القائمة على المجاملة و الذوق أكثر اتساعاً واستخداماً، مثل التحية البحرية، و التحية العسكرية للقوات المسلحة للدول المختلفة ، و رموز تحية الموتى و القتلى، ثم الأعراف و المراسم و الاتيكيت في مجال الزيارات، و الممارسات الدبلوماسية المختلفة. و أخيرا بالطبع دخل هذا الاتيكيت و البروتوكول مجال الفنادق كمجال تعامل مع الآخرين (تعامل مع ضيوف الفندق) بكل ما شمله ذلك من مواضيع تتعلق بهذا الفن من تقسيم كبار الشخصيات ، واستعمال رتب و ألقاب و الأسبقية و قواعد التعارف و المصافحة.. و خلال الرحلة الطويلة التي استغرقها مصطلح البروتوكول و الاتيكيت عبر القرون ، و من خلال ممارسات الجماعات البشرية المختلفة استقرت مجموعة من القواعد التي تتناقلها و تتدارسها الأجيال.

و قد بدأت مراعاة هذه القواعد من الأمور المستحبة ، بوصفها مبادرات لمراعاة الآخر و إنكار الذات وكلها من أخلاق الفروسية في العصور الوسطى، و من قواعد المدنية الحديثة في الحضارة الأوربية وبالتالي انتقلت مراعاة هذه القواعد إلى مرتبة الإلزام. و إذا كانت قواعد البرتوكول و الاتيكيت قد أصبحت في معظمها قواعد عالمية ، فإن جزءاً مهماً منها لا يزال ، و سيظل كذلك يحمل الطابع المحلي

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الخاص بكل دولة ، مما يعني أن قواعد البروتوكول و الاتيكيت العامة تسمح ببعض الخصوصيات ،وفق تقاليد المجتمعات و تطورها بما لا يُخل بهذه القواعد العامة.

تعريف الإتيكيت و البروتوكول

أولا :تعريف الاتيكيت :



هناك عدة تعاريف للاتيكيت نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر :

(١) هو فن التعامل مع الآخرين و يشمل (سلوك ، أخلاق ، ذوق ، تصرف ، احترام الذات ، فن التصرف الراقي المقبول اجتماعياً ، الخصال الحميدة).

(٢) و يعرفه (موسى شربل) في كتابه آداب السلوك و الاتيكيت بأن آداب السلوك تختلف بين بلد و آخر ،ولكل مجتمع عاداته و تقاليده التي مارسها و يمارسها بشكل عفوي وبدون تكلف، و هي تختلف من بلد لأخر.

(٣) عرفه الفرنسيون بأنه أنواع سلوك عامة تسود المجتمعات الراقية و يستطيع كل إنسان أن يكتسبها بالتعلم.

(٤) (Etiquette) كمصطلح فرنسي ترجمته هو مجموعة من تصرفات تؤدي إلى احترام النفس و احترام الآخرين.

(٥) هو السلوك الذي يساعد الناس على الانسجام و التلاؤم مع بعضهم البعض و مع البيئة التي يعيشون فيها.

(٦) هو علم المعاملة و السلوك، و فيه قواعد و قوانين يُفضل أن تُتبع.

(٧) تبعاً لتعريف الموسوعة البريطانية هي كلمة تعني التهذيب و اللياقة و تحمل الفرد على تحسين علاقته بالآخرين، و هو حسن التصرف و اللطف للحصول على احترام الذات وتقدير الآخرين.

لفظ إتيكيت "Etiquette" و يقابلها في العربية آداب السلوك فمصدرها فرنسي و تعني في الأصل البطاقة التي تلصق على طرد أو زجاجة لتعرف بالمحتوى ثم استعملت هذه اللفظة للدلالة على البطاقات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التي كانت توزع على المدعوين إلى القصور الملكية الفرنسية للتقيد بالتعليمات المدونة عليها في حضرة الملك وكبار الحاشية من أمراء ووزراء و توسع الأمر وصولاً إلي المحاكم و الحفلات الرسمية و الآداب.

إن الاتيكيت فن خاص له قواعده و أُسسه التي يسير عليها فلكل عمل يقوم به الأشخاص اتيكيت خاص به ، و من أسس الاتيكيت كما تقول خبيرة السلوكيات في (بون) اتيكيت التعامل مع الزملاء .. فإمساك الباب لزميلك في العمل إيماءة طيبة و نفس الشيء ينطبق على الزميلة عندما تمسك الباب لزميلتها في العمل.. لما للأفعال من تأثير يغلب على الكلمات ..

و تقول خبيرة السلوكيات " لكن هذا لا يعني أن المدير لا يتعين عليه أن يمسك الباب لموظف يحمل حقيبة منتفخة بالأوراق.فالسلوك المهذب المتبادل أمر لازم "

و يختلف الاتيكيت عن البروتوكول اختلافاً تاماً : فالأول ينظم سلوك الشخص أمام الآخرين ، أما الثاني فهو ينظم سلوك الآخرين أمام الشخص .كما يميل الأول نحو الخصوصيات ، بينما يميل الثاني نحو الرسميات.

إن الاتيكيت مصطلح يقصد به آداب التعامل .. و الغريب أن معظم الناس يطبقون قواعد الاتيكيت مع الغرباء أكثر مما يطبقونها مع أفراد أسرتهم .. لذلك يكثر الصياح و الخصام و الشجار في البيوت التي تجعل الحياة أكثر عبئاً.

ثانيا : تعريف البروتوكول

مقدمة :

يَرد مصطلح البروتوكول على عدة معان، منها أن البروتوكول يعني قواعد السلوك المتحضر، ومنها كذلك أن البروتوكول هو نظام يتفق عليه في السلوك، أو التنفيذ. كماً يعني البروتوكول ملحق المعاهدة أو أداتها التنفيذية. ونظراً لأهمية التعرف على قواعد السلوك المتحضر، في المواضع المختلفة، بما يفيد في ترقية هذا السلوك وترقية المجتمع وإشاعة مشاعر الود بين أعضائه، باعتبار البروتوكول يعني، في أبسط معانية مراعاة الآخر. Paying Due Consideration to the others

وتعد قواعد البروتوكول واحترامها الخط الدفاعي الأول لحماية العلاقات الدبلوماسية والسياسية. ذلك أن العلاقات الدبلوماسية هي أداة إدارة العلاقات السياسية، وأن هذه الأداة قد وضعت لها القواعد الثابتة التي تكفل لها تحقيق هذه الغاية. ولكن الرابطة بين العلاقات الدبلوماسية والعلاقات السياسية، علاقة حساسة لأن توتر العلاقات الدبلوماسية يمكن أن ينال من العلاقات السياسية. كما أن تأثير العلاقات السياسية، يمكن أن يؤثر على العلاقات الدبلوماسية في بعض الأحيان، علماً بأن متانة العلاقات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الدبلوماسية تكون أكثر أهمية كلما توترت العلاقات السياسية، حتى يمكن استخدام العلاقات الدبلوماسية في معالجة التوترات في العلاقات السياسية.



أساس الكلمة : لفظة بروتوكول (Protocol) و يقابلها بالعربية المراسم أو التشريفات أصلها يوناني هو "Protocollon" و هو اسم لنوع من الأشجار وضعت إحدى أوراقها يوماً ما على إحدى الاتفاقات المهمة و مدون كيفية تطبيق بعض بنود تلك الاتفاقية ، و من ثم درجت العادة على إطلاق هذه التسمية على ما يتعلق بالتوضيحات و كيفية التصرف حيال تنفيذ التفاهمات و الاتفاقات وصولاً إلي كيفية تنظيم أي حدث أو مناسبة و التعامل مع المعطيات الخاصة بالضيوف و المنظمين.

التعريف :

(١) مجموعة من القواعد و الإجراءات في العلاقات الرسمية الإنسانية.

(٢) هي الترجمة الجارية لكلمة المراسم ويطلق لفظ المراسم على جميع الإجراءات والتقاليد وقواعد اللياقة التي تسود المعاملات والاتصالات الدولية كما أنها تنظم قواعد المجاملة والأسبقية في المناسبات والحفلات.

الاتيكيت و البرتوكول في الإسلام (هل هو عبادة أو عادة ؟؟)

إن الحديث عن البروتوكول و الاتيكيت يطول و لا يقف عند نقطة معينة ،لكنه يدور حول محور واحد و هو حُسن معاملة الآخرين و اللطف في التصرف و السلوك و الكلام .. و رغم وجود الكثير من الدراسات و المراجع لتلك المواضيع، إلا أن الإسلام سبق هؤلاء الخبراء بسنين عديدة و حث على حسن التعامل و الأخلاق الحميدة.. فنحن معشر المسلمين الأخلاق و الذوق عندنا عبادة إذا كان الاتيكيت عند الآخرين عادة .و على سبيل المثال لا الحصر علمنا ديننا الكثير من مكارم الأخلاق منها :

- فن التعامل مع الرسول صلى الله عليه و سلم كما في قوله تعالى (إن الذين يغضون أصواتهم عند رسول الله أولئك الذين امتحن الله قلوبهم للتقوى) الحجرات الآية رقم ٣

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- التأدب و الإنصات في سماع القرآن الكريم (و إذا قُرئ القرآن فاستمعوا له و أنصتوا لعلكم ترحمون) الأعراف الآية رقم ٢٠٤ ولكن للأسف نجد البعض يسمع القرآن يُتلى و هو غارق في سماع الأغاني.. أو الحديث في الغيبة و النميمة .. فأين الذوق و الأدب مع كلام الله.
- التأدب مع الوالدين ووجوب طاعتهما و الإحسان إليهما (و قَضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه و بالوالدين إحساناً).الإسراء الآية رقم ٢٣
- عن ابن عمر رضي الله عنهما قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم (مازال جبريل يوصيني بالجار حتى ظننت أنه سيورثه) صحيح البخاري .
- آداب التحية و إلقاء السلام، قال تعالى (فإذا دخلتم بيوتاً فسلموا على أنفسكم تحية من عند الله مباركة طيبة) النور الآية ٦١ وقال النبي صلى الله عليه و سلم (أفشوا السلام بينكم)
- التبسم مع الآخرين قال رسول الله صلى الله عليه و سلم (تبسمك في وجه أخيك صدقة)
- رد التحية بأحسن منها قال تعالى(و إذا حُييتم بتحية فحيوا بأحسن منها أو ردوها) النساء الآية ٨٦

تقسيم كبار الشخصيات

تصنف الفنادق الأشخاص المهمين بطرق مختلفة فيطلق عليهم بالإنجليزية مجازاً (VIP) بمعنى (Very Important Person) – و درجة الأهمية تختلف حسب نوعية الثقافات و الخبرات أو المناصب الوظيفية أو المراكز الاجتماعية ، نجد بعض الفنادق تُقسم الأشخاص المهمين إلي فئات على حسب درجة الأهمية ،و تُنوع الخدمات و التخفيضات و المعاملات المقدمة إليهم على قدر أهميتهم ، فعلى سبيل المثال لا الحصر :

الفئة الأولى : تشمل الوزراء و السفراء و أصحاب المراكز السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية العليا.

الفئة الثانية: تشمل رؤساء و مديري الشركات التجارية السياحية و الطيران و رجال الأعمال المهمين.

الفئة الثالثة: و تشمل النزلاء المترددين على الفندق (Regular Guests) بصفة مستمرة والصحفيين وموظفي تسويق الخدمات السياحية بشركات السياحة.

عند التعامل مع كبار الشخصيات، خصوصاً في المراسلة، يتم الاتصال بممثلي العلاقات العامة الخاصين بهم لتحري الطرق المتبعة في التعامل معهم و خصوصاً طرق مراسلاتهم و مخاطبتهم بالأسماء الصحيحة والألقاب المناسبة حيث يختلف استخدام الألقاب من دولة لأخرى فنجد ألقاب مثل(سمو..... ، فخامة.... ،

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

معالي.... ، فضيلة....، فخامة..... الخ.). و يجب استعمال الأسماء و الألقاب الصحيحة منعاً للحرج في المراسلات.

كيفية مخاطبة الشخصيات المهمة:

عند مخاطبة رئيس الجمهورية أو رئيس دولة	Your Excellency
عند مخاطبة الملك	Your Majesty
عند مخاطبة عضو الأسرة المالكة	Your Royal Highness
عند مخاطبة رجال الدين	Your Eminence May I introduce my ……

الرتب و الألقاب (Ranks and Titles)

من المعلوم أن الألقاب أو الرتب أو المهن التي تسبق أسماء الناس مثل السيد أو الشيخ أو الدكتور أو الفريق أو اللواء أو المهندس يتم استخدامها لأكثر من غرض منها الاحترام و منها الإشارة لمهنة الشخص وأحياناً تعبر عن الاحترام العالي و بنفس الوقت الإشارة إلي منزلة الشخص عند بعض الفئات أو الأديان أو الإشارة إلي مرتبة الشخص الدينية مثل أية اللّه أو حجة الإسلام أو روح اللّه و الحاخام و الأسقف والكاردينال و المرشد و الإمام و الشيخ و القس و غيرها من الدرجات و الألقاب. و بالطبع فان هذا الاستخدام المسبوق للاسم يعد لطيفاً و مقبولاً إن لم يكن ضرورياً أحياناً و لكن بشرط أن يتم استخدامه بالشكل الصحيح و بالاستحقاق فعندما يُقال الدكتور فلان فيفترض أنه فعلاً دكتور و ليس منتحلاً هذا اللقب كما يحصل هذه الأيام.

فتعلق الناس بالألقاب واضح جلي فتجد أحدهم ما إن يحقق لقباً يصر على إعلانه و الافتخار به و يغضب عند عدم استخدامه.

إن استخدام الألقاب و الصفات و الرتب من قبل الناس عند مخاطبة بعضهم البعض هي من الإيجابيات ومن باب الاحترام و لكن من اللياقة أيضاً أن تستخدم هذه الألقاب و الصفات بشكل متوازن و متساوٍ فليس مقبولاً أن نخاطب أحدهم بلقب مثل السيد أو الدكتور و نحذف هذا الاستخدام من زميل له وبنفس الدرجة أو الرتبة أو الشهادة فهنا يكون هذا الاستخدام مسيئاً و قد يمكن اعتبارها أحياناً إهانة مقصودة.

تخاطب مثلاً في بطاقة الدعوة كل مسئول حسب وظيفته و مثال على ذلك:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

(سعادة الوزير) تستعمل في كثير من الدول.

(صاحب الشرف) يفضل استعمال هذا اللقب الأمريكيين.

(صاحب العظمة) مصطلح لرؤساء الدول و الوزراء.

(المحترم) لصغار الدبلوماسيين و المحامين و الصحفيين.

(صاحب الجلالة) للملوك .

(صاحب السمو) للأمراء.

يطلق على رؤساء الدول العبارات الآتية وفقاً لألقابهم :

الإمبراطور	حضرة صاحب الجلالة الإمبراطور
الملك	حضرة صاحب الجلالة الملكية
السلطان	حضرة صاحب العظمة
ولي عهد الإمبراطور	حضرة صاحب السمو الإمبراطوري
ولي عهد الملك	حضرة صاحب السمو الملكي
الأمير أو الدوق	حضرة صاحب السمو
رئيس الجمهورية	حضرة صاحب السعادة أو الفخامة

الشروط الواجب مراعاتها في بطاقات الدعوة (Invitation Cards)

تؤدي بطاقات الدعوة وظيفة اجتماعية مهمة في المجتمعات المتقدمة و إن كانت الرسائل و البطاقات الإلكترونية (E.Mail/E-Cards) قد حلت محلها في معظم الأحيان ، أما أحوال تبادل البطاقات (الكروت الشخصية) فلا يحدها حصر؛ فمنها التهنئة والتعزية، ورد الزيارة، إذا كان الشخص المرسل أدنى مقاماً، كما يتم تبادلها عند التعارف للتذكير بالاسم والصفة العلمية، أو الرسمية، والعمل الذي يؤديه، والعنوان وأرقام الهواتف. ويُعد إرسال البطاقة زيارة شخصية، ولذلك أصول وقواعد، حيث يرسل البطاقة الشخص المرموق، ويجب أن يرد المتلقي بزيارة شخصية أو ببطاقة خلال ساعات؛ كما يرسل البطاقة القادم من سفر، إذا كان أصغر سناً أو مقاماً ويذيلها بعبارة (للتحية بمناسبة وصوله). وإذا كان شخصان في المقام نفسه، يبدأ بإرسال البطاقة الأكثر لياقة وأشد اهتمامًا بموضوع الزيارة. ويُفضل عدم ثني البطاقة، وإرسالها خلال ساعات من القدوم من السفر، أو الحلول لأول مرة في الدولة، وأن يتم

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الرد خلال ساعات كذلك .ويجوز أن يرسل الزوج، أو الزوجة، بطاقة مشتركة إلى أسرة أخرى. أما الأعزب أو الأرمل فيرسل بطاقتين إلى منزل الأسرة، التي يجاملها، إحداهما للزوج والثانية للزوجة حسب العرف المحلي، ولا يكتب على بطاقة الزوجة شيئا. ولا يجوز للسيدة أو الآنسة أن ترسل بطاقتها إلى شخص آخر، ما لم يكن ذلك في إطار وظيفتها. وإذ كان حامل البطاقة هو صاحبها شخصياً، فيحسن أن يثني كامل طرفها من اليسار، ويقضي العرف في بلجيكا مثلاً وغيرها، بثنيها من أعلى، فإذا كان ثنيها من الزاوية اليمنى كان ذلك إعلاناً عن الرغبة في المقابلة، وإذا تم ثنيها من أعلى من الزاوية اليسرى، فذلك للإعراب عن المواساة. ولا يجوز ثني البطاقات المرسلة بالبريد، أو مع مبعوث خاص وهكذا تقوم البطاقات بدورها الاجتماعي في المناسبات المختلفة، للرّد على بطاقة التعارف، أو لرد الزيارة إذا كان المرسل إليه أدنى مقاماً، أو للتهنئة بمناسبة، أو مع باقات الورود، أو مع الهدية، وللشكر على التهنئة أو التعزية، أو للرد على دعوة لحفل، أو ليقدم الشخص نفسه إلى آخر، أو بمناسبة القدوم أو المغادرة، أو لطلب زيارة أو مقابلة، أو للتوصية لشخص آخر.

ولإرسال البطاقة أصول و قواعد **يجب أن تتذكر منها التالي:**

- يُرسل البطاقة الشخص صاحب الدعوة.
- يجب أن يرد المتلقي ببطاقة خلال ساعات و يُفضل عدم ثني البطاقة، و تكون طريقة كتابة وطباعة البطاقة دقيقة وواضحة و ذات مظهر و جودة مقبولة.
- يُفضل أن يكون لون البطاقات أبيض، و تُكتب البطاقات بصيغة الغائب و لا تُوقع، و قلما يُكتب عليها التاريخ.
- تُكتب على البطاقات بعض العبارات الرقيقة حسب المناسبة في عبارات موجزة.
- يُراعي إرسال الدعوات قبل الحفل بوقت كافٍ،و على المدعو أن يبادر إلى تأكيد قبول الدعوة،أو الاعتذار عنها حتى يتسنى للداعي عمل الترتيبات اللازمة ،حيث يقوم على سبيل المثال بدعوة شخص آخر ، أو يحدد قوائم الطعام بناءاً على ذلك.
- إذا كان عدد المدعوين كبيراً جداً قد تُرفق خريطة لبيان كيفية الدخول و الانصراف و أماكن انتظار السيارات و قد يوضح مع التذكرة أرقام الجلوس في مقاعد الحفل.... الخ.
- إذا كان الحفل لتكريم شخصية محددة، فيراعى أن تُحدد الشخصية المكرمة التاريخ و الموعد المناسب للحفل، و أن يُوضح في بطاقة الدعوة أنها تقام تكريماً لهذه الشخصية، مع ذكر المناسبة، ولا يجوز لهذه الشخصية أن تتولى بنفسها الدعوة إلى هذا الحفل.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- ينبغي أن يكون المدعوون من المناسبين اجتماعياً وشخصياً و دينياً.
- يجب حفظ سجل بالأسماء التي وجهت إليها الدعوة.عند تصميم بطاقة الدعوة اسم المدعو و عنوانه مع استخدام الأسماء الصحيحة و الألقاب المناسبة.
- يجب التأكد من الغرض من الدعوة، ووقت الزيارة و المكان المحدد لها.
- أن يسمح بوقت كاف ما بين إرسال الدعوة و تلبية الدعوة.

- يتم إرسال الدعوة برسالة بريدية أو عبر البريد الإلكتروني أو شخصياً بالمقابلة.
- يمكن أن تكون الدعوة عن طريق التليفون أو في المقابلة الشخصية على أن يتم إرسال بطاقات الدعوة فيما بعد.

بعض قواعد الاتيكيت و البروتوكول الواجب اتباعها مع بطاقات الدعوة وبعد قبول الدعوة و حضور الحفل المقام بمناسبتها:

❖ ليس من الاتيكيت أن تكتب على البطاقة يمنع دخول الأطفال إلا لحاملي البطاقات الخاصة (إما أن تتحمل كل الأطفال أو أن تمنع الجميع)

❖ يفضل عدم دعوة أشخاص بينهم تنافر أو خلافات وأن يكون مستوى المدعوين متقارباً تجنباً لإحراج المدعوين.

❖ في حالة الدعوات بمناسبة زيارات كبار الشخصيات،أو الدعوة لحفلات المناسبات الوطنية،فيجب أن يكون الاعتذار عن الغياب بسبب عذر قاهر،كالمرض،أو السفر، و لا يجوز الاعتذار بسبب الارتباط بموعد سابق.

❖ كما يتجنب تفادي إقامة الحفلات في العطلات الرسمية،أو الأسبوعية قدر الإمكان.

❖ عدم التكلف في ارتداء الملابس الباهظة الثمن، تجنباً لإحراج المدعوين.

❖ على الداعي مراعاة حسن الاستقبال والحضور المستمر بين المدعوين وعدم الابتعاد عنهم لوقت طويل.

❖ الحضور قبل الموعد ببضع دقائق في حدود ٥ دقائق حيث إن الوصول متأخراً يدل على عدم الاحترام.

❖ تجهز الأطعمة المناسبة اجتماعياً وشخصياً ودينياً، مع مراعاة المرضى أو الأطعمة الخاصة، في مناسبة دينية خاصة.

❖ لا تجوز دعوة مسيحيين على أطعمة لا تناسب صيامهم، أو مسلمين على أطعمة محرمة، أو خلال

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- أيام رمضان، في غير مواعيد الإفطار أو السّحور.
- ❖ تُكتب على بطاقات السيدات "سيادة حرم فلان"، ولا يكتب اسمها شخصياً.
- ❖ يُجلّس الرجل السيدة عن يمينه أو عن يساره، ثم يَجلس هو بعد ذلك.
- ❖ لا يغادر الداعي أو الضيف المائدة، إلا بعد انتهاء جميع الضيوف من الطعام.
- ❖ لا تُلقى الخطب إلا في الحفلات الرسمية.
- ❖ تراعي السيدة اللياقة الواجبة في الملابس، فتتجنّب التبرّج، أو الملابس غير المحتشمة، أو الضيقة.
- ❖ لا يجب على المدعوين دخول الحفل بالمعطف بل يفضل تركه في الأماكن المخصصة لذلك.
- ❖ يجب على الداعي توصيل المدعوين و المدعوات إلى الباب الخارجي و حتى باب المصعد إن وجد.
- ❖ يتم توديع المدعوين عن طريق الداعي و الداعية مع الشكر بعبارات لطيفة.





WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



شكل (١) يوضح بعض نقاط الاتيكيت في بطاقات الدعوة

الأسبقية و قواعد التعارف و المصافحة
(Precedence and the rules of dating and the handshake)

الأسبقية كلمة عامة لها عدة جوانب و لكن بالبحث بكتب الاتيكيت و البرتوكول وُجد أن التركيز الأكبر كان على الجانب الدبلوماسي و السياسي لهذا المصطلح ، لذا سوف نتطرق له باختصار ونحاول ربطه بالجانب الفندقي و خاصة فيما يخص تنظيم الحفلات الدبلوماسية و السياسية بقاعات الفنادق و ما يتم من اتباع لقواعد و أصول الأسبقيات حتى يكون المضيف الفندقي على علم تام بذلك ، و بعد ذلك سوف نتطرق للأسبقية في قواعد التعارف و المصافحة باستفاضة أكبر لأنه الجانب الأكثر شيوعاً وانتشاراً في الجانب الفندقي لما يتعرض له المضيف الفندقي من كثير من تلك المواقف في عمله بما يتطلب معرفته التامة بجميع أصول و قواعد الاتيكيت و البروتوكول الخاصة بذلك.

معنى الأسبقية: وهي حقوق التقدم على الغير ويتم يحدد الأسبقية في الدول بناء على القوانين و اللوائح التي يتم اتباعها في الأقدمية بين الفئات المختلفة. **فمثلاً :**

١- يتم يحدد الأسبقية للوزراء بناء على قرار التعيين و كذلك السفراء بناء على تقديم أوراق الاعتماد وبناء على تواريخ تولي الأعمال.

٢- بالنسبة للقنصل يكون بناءً على تقديم تاريخ البراءة القنصلية.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٣- الأسبقيات في جامعات الدول العربية تتم بناءاً على الترتيب الأبجدي لأسماء الدول باللغة العربية.

٤- المندوبون في اجتماعات الأمم المتحدة بناءاً على الترتيب الأبجدي لأسماء دولهم باللغة الإنجليزية.

٥- أما دورات الجمعية العامة فتحتل المقعد الأول الدولة التي يجيء اسمها في القرعة التي تجرى لهذا في بداية كل دورة ثم تأتي بعد ذلك باقي الدول التي تليها في الترتيب الأبجدي.

٦- في الحفلات التي يتم فيها إلقاء الخطب يجب أن تتحدث أكبر الشخصيات في آخر الحفلة و لا يجب التحدث بعدها.

٧- يمكن تمتع السيدات بأسبقية الأزواج و لا يمكن تمتع الآنسات بأسبقية الوالد.

٨- إذا كانت الموائد دائرية أو على شكل حرف (U) أو مستطيلة فإن مكان الشرف يكون في منتصف صدر المائدة قبالة المدخل الرئيسي أو الذي يواجه النافذة.

٩- يتم توزيع أصحاب الأسبقيات على يمين و يسار من يرأس الحفل.

١٠- السلطات المدنية تُوزع على يمين رئيس الحفل و العسكرية على اليسار.

١١- عند الانتهاء من الحفل تكون الأسبقية في الخروج لرئيس الحفل قبل الجميع.

و فيما يلي بعض الآداب و القواعد الخاصة بالتعارف و المصافحة:

أولاً: القواعد و الآداب الخاصة بالتعارف :



في غالب التعاملات و في أي مكان نتعرف على أشخاص جدد و هذا السلوك مرتبط بحياتنا اليومية لذلك من المهم أن نمارس قواعد الأدب و الاتيكيت عند التعارف على الأشخاص الجدد و التي نتعلمها من خبراء الإتيكيت و قد حَث اللّه تعالى على أهمية التعارف كما ذَكر ذلك بالآية القرآنية.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



الآداب و القواعد الخاصة بالتعارف

١) الرجل يقف (يقوم) دائماً للسيدة، ماعدا حالات الملوك و الرؤساء.

٢) الرجل الأقل درجة يقف (يقوم) للأعلى درجة، و الأصغر سناً إلي الأكبر منه.

٣) السيدة الأقل درجة تقدم للسيدة الأعلى منها اجتماعياً.

٤) السيدة الأصغر سناً تقدم للسيدة الأكبر.

٥) السيدة غير المتزوجة تقدم للسيدة المتزوجة، إلا إذا كانت درجة و مكانة غير المتزوجة أكبر وأيضاً إذا كانت المتزوجة أكبر سناً فتعكس القاعدة.

٦) في حالة تقديم شخصين متماثلين في السن و المركز، يتم التعريف بينهما بسرعة بحيث لا يشعر أحدهما بأي فارق.

٧) يتولى عادة مسئولية التعريف المضيف أو المضيفة أو المسئولين عن تنظيم الحفل.

٨) عند تعارف أشخاص مدنيين أو عسكريين فإن اللقب يجب أن يسبق الاسم.

٩) يتحسن عند التعارف أن تعلو وجه المتعارفين ابتسامة خفيفة.

١٠) السيدات لا يقمن من مقعدهن عند التعارف ما عدا صاحبة الدعوة فتقوم لتحية ضيوفها مهما كان جنسهم. و تقوم السيدة في حالة ما إذا كان تقديم شخص كبير السن أو المقام سواء رجلاً أو سيدة.

١١) عند ترك مكان الحفل يجب توديع الداعين بلطف و مجاملة مع إضافة كلمة شكر تعبر عن التمتع بالحفل، مع عدم الإطالة عند الباب لأن ذلك قد يعطل الداعين عن العودة إلى ضيوفهم الباقين.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

١٢) اذكر اسمك أولاً و ما تريد تعرفه للشخص الذي تريد أن تتعرف عليه و انتظر أن يعرفك بنفسه دون سؤاله و إذا كان قابلاً للتعارف سيتحدث بنفس صيغة المعلومات التي ذكرتها عن نفسك سابقاً في حديثه عن نفسه.

١٣) لا تتحدث عن نفسك كثيراً إلا في حدود التعارف البسيط عند أول لقاء بينكما.

١٤) لاتطل الوقوف مع الأشخاص الذي تتعارف عليهم لأول مرة فمن المفروض أن يكون أول لقاء قصيراً إذا لم توجد ضرورة.

١٥) ينهض الرجل من مكانه ولو كان جالساً عند التعرف على السيدة.

١٦) عند التعارف يُقدم الرجل أولاً للسيدة و ليس العكس.

١٧) لا تقدم الأشخاص باسمهم الأول فقط و لكن يجب ذكر الاسم كاملاً.

١٨) لا تستخدم كلمة صديقي عند تقديم أحد أصدقائك لشخص آخر حتى لا تجرح شعوره حيث إنه لا يعد بذلك صديقاً لك و تشعر بالغربة.

١٩) عند تقديم شخص لآخر أو لعدة أشخاص لا تكرر الأسماء عدة مرات و إنما اكتفي بذكر اسم كل شخص مرة واحدة فقط للجميع.

٢٠) لا تقدم الزوجة أو الزوج بأسمائهم و من المحبذ أن يتم الإشارة إليهم على النحو التالي فقط (زوجتي أو زوجي) بدون ذكر الأسماء.

٢١) عندما يتم تقديم ضيف الشرف أو ضيف كبير المدعوين في بعض المناسبات، فيجب على الشخص ألا يُقحم نفسه في غير دوره أو يحاول الظهور خارج الصف إذا وجد صف للمستقبلين بل ينتظر دوره، و لا يحاول لفت الأنظار إليه.

٢٢) لا يجب تقديم السيدة للرجل إلا في حالة رئيس الدولة و عضو العائلة المالكة و شخصية دينية كبيرة.

٢٣) عند التقديم لرئيس دولة أو شخصية كبيرة يُقال سيادة الرئيس هل تسمح لي بشرف تقديم الأستاذ أو السيدة..... ثم ينحني الشخص انحناءة بسيطة للرئيس فإذا مد الرئيس يده تتم المصافحة و إذا لم يمدها يكتفي بانحناءة خفيفة.

ثانياً : القواعد و الآداب الخاصة بالمصافحة:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تعتبر المصافحة عن طريق تشابك الأيدي الوسيلة المعتادة للتحية في معظم المجتمعات ، و تتطلب المصافحة جهداً إذا كان الشخص لا يلْم بقواعد و أسلوب المصافحة السليم ، و يعلمنا الرسول الكريم عليه الصلاة و السلام فيقول (يسلم الراكب على الماشي ، و الماشي على القاعد ، و القليل على الكثير ، و في رواية أخرى الصغير على الكبير)



كانت المصافحة أولى ملامح آداب التحية للرجل البدائي،حينما ألقى سلاحه أرضاً ، مقبلاً على أخيه الإنسان ناشراً يده للمصافحة دليلاً على خلوها من آلات الحرب و التدمير ،فأصبحت عادة المصافحة دليل الأمان، و علامة التهذب و حسن النية ،بل أنها تعتبر أولى خطوات الترحيب ،لأنها تكون في أغلب الأحيان المناسبة المتاحة لتقديم الشخص لنفسه إلي الآخرين ، فلا يأتي شخص إلى الآخر مباشرة دون مصافحة لتقديم نفسه بلا مقدمات.

القواعد و الآداب الخاصة بالمصافحة

١) تمد الشخصية الكبيرة أولاً اليد لمصافحة الآخرين ،كما يحدث في اللقاءات مع الملوك أو رؤساء الدول ، أو كبار المسئولين فيها.

٢) تبدأ السيدة بمد يدها عند مصافحة الرجال،إلا في لقاءات الشخصيات البارزة كالملوك والرؤساء ،الذين تنشر السيدات أياديهن لمصافحتهم. و عند مصادفة السيدات اللائي لا يصافحن الرجال لأسباب دينية و ينتشر ذلك بالوطن العربي بنسبة كبيرة،يمكن تحيتهن بإيماءة أو بعبارة مجاملة رقيقة مقترنة بالشراح الملامح ، الدالة على الاحترام.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٣) ينهض الرجال من مقاعدهم لمصافحة النساء، و لا تفعل السيدات نفس الشيء إلا إذا كان لرجل مسناً أو عالي المكانة.

٤) تكون المصافحة باليد اليمنى دائماً ما أمكن ذلك و تكون بكف ممدودة بطريقة طبيعية في غير ليونة أو خشونة.

٥) لا يجوز اعتصار اليد عند المصافحة ، إذ قد يؤذى ذلك كلاً من الرجال و النساء ،كما لايصح الضغط على يد من تصافح بصورة تؤلمه ، حتى لا يُساء فهمه، و خاصة في النساء ،و خير الأمور الوسط دائماً..

٦) لا يستحب سحب اليد بسرعة من مُصافحك ، إذ يعنى ذلك عدم الاكتراث ، أو قلة في التهذب، وهو ما ينطبق أيضاً على المصافحة بأطراف الأصابع ، التي تُستهجن من الآخرين ،و تعتبر تصرفاً غير ودي و غير دبلوماسي ، لما يحمله من معنى للتعالى المستقبح ، أو التكبر الذي ينم عن فجاجة الشخصية ، و عن خلل كبير في تصرفات فاعله.كما أن إطالة إبقاء اليد في يد من تصافحه أمر غير دبلوماسي ، و خاصة مع السيدات.

٧) يتحاشى المصافح التصافح المتشابك الذي يأتي بتعامل أربعة أشخاص ينشر كل منهم يده لمصافحة من يقف أمامه، و يفعل ذلك الآخران في شكل متقاطع.

٨) يجب على المصافح أن يركز عينيه في وجه من يصافحه، لا أن يصرفها عنه، بما يفيد الاستخفاف و عدم الاهتمام.

٩) لا يجوز للنساء و الرجال التصافح بقفاز تلبسنه النساء أو يرتديه الرجال.

١٠) يراعى أن تكون المصافحة الدبلوماسية قاصرة على وضع اليد باليد، دون الأحضان و القبلات، أو الإكثار من عبارات التحية.

١١) تتم المصافحة بين الرجال وقوفاً إلا إذا كان بينهم كبير سن، فيصافح و هو جالس.

١٢) يجب أن تعلو الابتسامة عند المصافحة وجهي المتصافحين، مع استخدام بعض عبارات المجاملة، للسؤال عن الصحة أو بتقديم الأصغر نفسه للأكبر.

١٣) يمكن عند المصافحة لصديق هز اليدين بخفة، وليس برفعهما أعلى و أسفل بشكل انفعالي.

١٤) لا تعتبر عادة تقبيل أيدي السيدات، من الآداب المقررة في العمل الدبلوماسي، و إن كان البعض يرى إمكانية مصافحتهن مع التظاهر بالتقبيل بخفض الرأس قليلاً نحو اليد عند المصافحة. وعلى كل حال هي عادة غربية لا يلتزم الشخص العربي باتباعها.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

١٥)لا تجوز المصافحة بيد ، و اليد الأخرى في جيب البنطلون (السروال) أو السترة (الجاكيت) أو الجلباب ، إشعاراً للمصافح باحترام المصافح له.

١٦) كما لا تصح المصافحة من أحد لآخر ، و في فمه سيجارة، و إنما عليه أن يمسكها بيده اليسرى، ريثما يفرغ من المصافحة.

١٧) تكفي مصافحة أول من تقابلهم عند دخول حفل، و لا يشترط مصافحة الآخرين، و تكفي التحية بتحريك الرأس المقرون بابتسامة رقيقة.

١٨) توجه التحية للزوجات أولاً، ثم إلى الأزواج.

١٩) لا يجوز المصافحة فوق يد شخصين آخرين يتصافحان أو إذا كان شخص يهم بالمرور بينهما بحيث تعوق المصافحة مروره.

أسئلة الوحدة الثانية

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

٦) ( ) الاتيكيت مصطلح فرنسي ترجمته هو مجموعة من تصرفات تؤدي إلى احترام النفس واحترام الآخرين.

٧) ( ) لقب (صاحب الفخامة) في الغالب يستعمل لصغار الدبلوماسيين و المحامين و الصحفيين.

٨) ( ) تؤدي بطاقات الدعوة وظيفة اجتماعية مهمة في المجتمعات المتقدمة.

٩) ( ) من فنون الاتيكيت للحفلات هو إقامتها في العطلات الرسمية،أو الأسبوعية قدر الإمكان.

٥) ( ) من قواعد الآداب عند المصافحة أن تبدأ السيدة بمد يدها عند مصافحة الرجال .

السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- يعني" البروتوكول" في المصطلح الدارج ..... أو ..... ، كما تعني كلمة "الاتيكيت" ..... و .....

٢- يمكن أن تكون الدعوة عن طريق ..... أو في ..... الشخصية على أن يتم إرسال بطاقات الدعوة فيما بعد.

٣- معنى الأسبقية هي حقوق ..... على الغير ويتم يحدد الأسبقية في الدول بناء على ..... و ..... التي يتم اتباعها في الأقدمية بين الفئات المختلفة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

السؤال الثالث :اختر الإجابة الصحيحة ما بين الأقواس ؟

١- البروتوكول يميل نحو التعامل مع (الخصوصيات – الرسميات – السلوك العام).

٢- (صاحب السمو – صاحب الجلالة – صاحب العظمة) لقب دارج استخدامه مع الأمراء.

٣- في الحفلات التي يتم فيها إلقاء الخطب يجب أن تتحدث أكبر الشخصيات في (أول الحفل – وسط الحفل – آخر الحفل)

السؤال الرابع :أجب عما يلي؟

١- ما فئات تقسيم كبار الشخصيات في مجال الفنادق ؟

٢- اذكر أهم الآداب العامة و الاتيكيت في عملية التعارف

٣- عرف المقصود بالبروتوكول

إجابة أسئلة الوحدة الثانية

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

١) (صح) الاتيكيت مصطلح فرنسي ترجمته هو مجموعة من تصرفات تؤدي إلى احترام النفس واحترام الآخرين.

٢) (خطأ) لقب (صاحب الفخامة) في الغالب يستعمل لصغار الدبلوماسيين و المحامين و الصحفيين.

٣) (صح) تؤدي بطاقات الدعوة وظيفة اجتماعية مهمة في المجتمعات المتقدمة.

٤) (خطأ) من فنون الاتيكيت للحفلات هو إقامتها في العطلات الرسمية،أو الأسبوعية قدر الإمكان.

٥) (صح) من قواعد الآداب عند المصافحة أن تبدأ السيدة بمد يدها عند مصافحة الرجال .

السؤال الثاني : أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- يعني" البروتوكول" في المصطلح الدارج **التقليد** أو **القاعدة** ، كما تعني كلمة "الاتيكيت" **الذوق ومراعاة شعور الآخرين**.

٢- يمكن أن تكون الدعوة عن طريق **التليفون** أو في **المقابلة** الشخصية على أن يتم إرسال بطاقات الدعوة فيما بعد

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٣- معنى الأسبقية هي حقوق **التقدم** على الغير ويتم يحدد الأسبقية في الدول بناء على **القوانين** و **اللوائح** التي يتم اتباعها في الأقدمية بين الفئات المختلفة.

السؤال الثالث :اختر الإجابة الصحيحة ما بين الأقواس ؟

١- البروتوكول يميل نحو التعامل مع (الخصوصيات – الرسميات – السلوك العام).
٢- (صاحب السمو – صاحب الجلالة – صاحب العظمة) لقب دارج استخدامه مع الأمراء.
٣- في الحفلات التي يتم فيها إلقاء الخطب يجب أن تتحدث أكبر الشخصيات في (أول الحفل – وسط الحفل – آخر الحفل) .

السؤال الرابع :أجب عما يلي ؟

١- **فئات تقسيم كبار الشخصيات في مجال الفنادق:**

الفئة الأولى : تشمل الوزراء و السفراء و أصحاب المراكز السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية العليا.

الفئة الثانية: تشمل رؤساء و مديرين الشركات التجارية السياحية و الطيران و رجال الأعمال المهمين .

الفئة الثالثة: و تشمل النزلاء المترددين على الفندق (Regular Guests) بصفة مستمرة والصحفيين وموظفي تسويق الخدمات السياحية بشركات السياحة.

٢- **أهم الآداب العامة و الاتيكيت في عملية التعارف:**

١) الرجل يقف (يقوم) دائماً للسيدة، ماعدا حالات الملوك و الرؤساء.
٢) الرجل الأقل درجة يقف (يقوم) للأعلى درجة، و الأصغر سناً إلي الأكبر منه.
٣) السيدة الأقل درجة تقدم للسيدة الأعلى منها اجتماعياً.
٤) السيدة الأصغر سناً تقدم للسيدة الأكبر.
٥) السيدة غير المتزوجة تقدم للسيدة المتزوجة، إلا إذا كانت درجة و مكانة غير المتزوجة أكبر وأيضاً إذا كانت المتزوجة أكبر سناً فتعكس القاعدة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٦) في حالة تقديم شخصين متماثلين في السن و المركز، يتم التعريف بينهما بسرعة بحيث لا يشعر أحدهما بأي فارق.

٧) يتولي عادة مسئولية التعريف المضيف أو المضيفة أو المسئولين عن تنظيم الحفل.

٨) عند تعارف أشخاص مدنيين أو عسكريين فإن اللقب يجب أن يسبق الاسم.

٩) يتحسن عند التعارف أن تعلو وجه المتعارفين ابتسامة خفيفة.

١٠)السيدات لا يقمن من مقعدهن عند التعارف ما عدا صاحبة الدعوة فتقوم لتحية ضيوفها مهما كان جنسهم. و تقوم السيدة في حالة ما إذا كان تقديم شخص كبير السن أو المقام سواء رجلاً أو سيدة.

١١)عند ترك مكان الحفل يجب توديع الداعين بلطف و مجاملة مع إضافة كلمة شكر تعبر عن التمتع بالحفل، مع عدم الإطالة عند الباب لأن ذلك قد يعطل الداعين عن العودة إلي ضيوفهم الباقين.

١٢) اذكر اسمك أولاً و ما تريد أن تعرفه للشخص الذي تريد أن تتعرف عليه و انتظر أن يعرفك بنفسه دون سؤاله و إذا كان قابلاً للتعارف سيتحدث بنفس صيغة المعلومات التي ذكرتها عن نفسك سابقاً في حديثه عن نفسه.

١٣) لا تتحدث عن نفسك كثيراً إلا في حدود التعارف البسيطة عند أول لقاء بينكما.

١٤)لا تطيل في الوقوف مع الأشخاص الذي تتعارف عليهم لأول مرة فمن المفروض أن يكون أول لقاء قصير مادام لم يوجد ضرورة.

١٥)ينهض الرجل من مكانه ولو كان جالساً عند التعرف على السيدة.

١٦) عند التعارف يُقدم الرجل أولاً للسيدة و ليس العكس.

١٧) لا تقدم الأشخاص باسمهم الأول فقط و لكن يجب ذكر الاسم كاملاً.

١٨) لا تستخدم كلمة صديقي عند تقديم أحد أصدقائك لشخص آخر حتى لا تجرح شعوره حيث انه لا يعد بذلك صديقاً لك و تشعر بالغربة.

١٩) عند تقديم شخص لآخر أو لعدة أشخاص لا تكرر الأسماء عدة مرات و إنما اكتفي بذكر اسم كل شخص مرة واحدة فقط للجميع.

٢٠) لا تقدم الزوجة أو الزوج بأسمائهم و من المحبذ أن يتم الإشارة إليهم على النحو التالي فقط (زوجتي أو زوجي) بدون ذكر الأسماء.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٢١) عندما يتم تقديم ضيف الشرف أو ضيف كبير المدعوين في بعض المناسبات، فيجب على الشخص ألا يُقحم نفسه في غير دوره أو يحاول الظهور خارج الصف إذا وجد صف للمستقبلين بل ينتظر دوره، و لا يحاول لفت الأنظار إليه.

٢٢) لا يجب تقديم السيدة للرجل إلا في حالة رئيس الدولة و عضو العائلة المالكة و شخصية دينية كبيرة.

٢٣) عند التقديم لرئيس دولة أو شخصية كبيرة يُقال سيادة الرئيس هل تسمح لي بشرف تقديم الأستاذ أو السيدة..... ثم ينحني الشخص انحناءة بسيطة للرئيس فإذا مد الرئيس يده تتم المصافحة و إذا لم يمدها يكتفي بانحناءة خفيفة.

٣- تعريف البرتوكول :

(١) مجموعة من القواعد و الإجراءات في العلاقات الرسمية الإنسانية.

(٢) هي الترجمة الجارية لكلمة المراسم ويطلق لفظ المراسم على جميع الإجراءات والتقاليد وقواعد اللياقة التي تسود المعاملات والاتصالات الدولية كما أنها تنظم قواعد المجاملة والأسبقية في المناسبات والحفلات.

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

خدمة الطعام "الضيافة"

الاتصال الفعال مع الغير

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الجدارة:

القدرة على معرفة مفهوم الاتصال و أساليبه و معوقاته و أنواعه المختلفة و خاصة الاتصال الهاتفي.

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة لدى المتدرب القدرة على أن:

١- يتعرف الاتصال.

٢- يتعرف على مفهوم الاتصال.

٣- يعدد أساليب الاتصال مع شرح كل منها.

٤- يتعرف على معوقات الاتصال و كيفية التغلب عليها.

٥- يعدد أنواع الاتصال مع الشرح.

٦- يتقن الاتصال الهاتفي.

٧- يتعرف على مهارات الاتصال الهاتفي.

مستوى الأداء المطلوب:

أن يصل المتدرب إلى إتقان هذه الجدارة بنسبة ٩٠٪.

الوقت المتوقع للتدريب:

٨ ساعة.

الوسائل المساعدة:

١- استخدام الأسئلة و إجابتها النموذجية نهاية الوحدة.

٢- تمثيل الأدوار و خاصة الاتصال الهاتفي.

٣- طلب بحث من المتدربين عن أنواع الاتصال و مميزات و سلبيات كل منها.

٤- استخدام العروض المتقدمة (Power Point).

متطلبات الجدارة:

القدرة على استخدام وسائل الاتصال ومعرفة أنواعه و إتقان مهارات الاتصال الهاتفي و كيفية الرد على المكالمات الخارجية.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

مقدمة :

يتميز المجتمع الإنساني بأنه مجتمع اتصالي ،فظاهرة المجتمع البشري هي ظاهرة اتصالية بحتة ، تُسهل أغراض التجمع البشري من ناحية و تُحقق الهدف الإنساني من التجمع من ناحية أخرى.

فالاتصال و منذ قيام التجمعات الإنسانية كان و لا يزال عصب انتماء الإنسان لبني جلدته من أفراد المجتمع، ووسيلة لتحقيق التناغم و الاندماج بين أفراد المجتمع. و بواسطة اللغة أصبح الإنسان قادراً على تسمية كل ما يراه من حوله مما ساهم في التنمية على وجه الكرة الأرضية. فالاتصال الإنساني هو الاشتراك في تبادل الرموز و المضامين و الأدوار بين الأفراد من خلال وسيلة أو أكثر في نظام اجتماعي يوفر فرص الفهم و التحريف و التأثير و التغذية الراجعة لتلك المضامين كعملية مستمرة.فالاتصال عملية تمكن من خلق مناخ للتعاون و التفاعل بين الأفراد و الصراع في المجتمع، و يوفر الاتصال فرصة لتبادل الأدوار الاجتماعية و تأسيس علاقات خاصة و عامة مع أفراد الثقافة الأم. فالاتصال يعد أحد الركائز الأساسية في التفاعل الإنساني.

تعريف الاتصال (Communication)

هناك عدة تعاريف للاتصال نذكر منها :

(١) بشكل عام يمكن تعريف الاتصال بأنه " العملية التي يتم من خلالها إرسال رسالة معينة- منبه- ومن مرسل إلى مستقبل مستهدف ، و باستخدام أكثر من أسلوب و من خلال وسائل اتصالية محددة.

(٢) نقصد بالاتصال نقل أفكار أو آراء أو بيانات أو تعليمات أو رغبات أو اتجاهات من جهة إلى جهة أخرى أو من طرف إلى آخر بما يؤدى إلى استجابة الطرف الآخر كما يود الطرف الأول. و يمكن أن نُطلق على الطرف الأول أنه المرسل و على الطرف الآخر المستقبل.

(٣) هو عبارة عن إنتاج و نقل و تبادل المعلومات و الأفكار و الآراء و المشاعر من شخص إلى آخر بقصد التأثير فيه و إحداث استجابة.

(٤) عرفت منظمة تدريب المشرفين الأمريكيين عملية الاتصال بأنها (تبادل المعلومات و الآراء من أجل إحداث تفاهم و ثقة متبادلة أو إحداث علاقات إنسانية جيدة)

(٥) عرفها الكاتب برادن بأنها (عملية جمع الكلمات ،الأحرف،الرموز أو الرسائل ،و الطريقة التي يمكن بواسطتها لأحد أعضاء المنظمة أن يشترك في المعنى و المفهوم مع عضو آخر)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

(٦) كلمة اتصال باللغة الانجليزية (Communication) مشتقة من الكلمة اللاتينية (Communare) التي تعني جعل الشيء عاماً أو تقاسم الشيء أو نقله بين عدة أطراف. وهذا يعني أن لفظ اتصال يعني مقاسمة المعنى و جعله عاماً بين شخصين أو أكثر.

(٧) يعرف معجم المورد (١٩٨٨ ص ١٩٨) كلمة (Communication) بأنها معلومات مبلغة – رسائل شفوية أو خطية – تبادل الأفكار و الآراء عن طريق الكلام أو الكتابة أو الإشارات.

و يلاحظ من خلال التعاريف السابقة بأن الاتصال وسيلة يمكن بواسطتها نقل البيانات أو المعلومات أو الحقائق أو الأفكار بين اثنين أو أكثر عن طريق رسائل شفوية أو مكتوبة أو اعتماد على إشارات رمزية لها دلالات معينة يفهمها المستقبل من أجل تحقيق فهم جيد بين الأفراد .و يعد الاتصال أساسياً في عملية الإدارة فهو وسيلة يمكن بواسطتها توحيد الجهود داخل الفندق من أجل تحقيق أهدافه و التأثير على أعمال الفرد بما يخدم مصلحة الفندق.

مفهوم الاتصال: (Communication concept)

إن الاتصال بطبعه اجتماعي السلوك (يَألف و يُؤلف)، فيصعب علينا العيش في هذه الدنيا دون مشاركة أو تفاعل مع الآخرين، ومن هنا كانت عملية تبادل المعلومات و الأفكار و المشاعر و الأحاسيس بين الأفراد أمراً حتمياً لازماً على كل إنسان فهو جزء من هذه الحياة.

أما مفهوم الاتصال في مكان العمل فهو عملية تبادل المعلومات و البيانات و الأفكار بين الأفراد العاملين داخل منظمة العمل مع بعضهم البعض من جهة و بين العاملين و الجمهور من جهة أخرى.

ويعد الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني ، وإذا سئل أي إنسان عن النشاطات التي يقوم بها يومياً فإن إجابته ستكون في كل الأحوال وأيا كانت مكانته وأيا كانت ظروفه الصحية والمادية تدور حول استقبال اتصال أو إرسال اتصال بالكلام أو المشاهدة أو الاستماع أو القراءة أو الكتابة أو الإشارة، وكلها نشاطات اتصاليه بين طرفين ، بين الفرد والآخرين من المحيطين به ، أو بينه وبين ذاته ، أو بينه وبين الوسائل السمعية والبصرية والمقروءة ، ويقول الباحث الإعلامي "جورج لند برج" إن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عادة / حركات أو صور أو لغة أو أي شيء منبه للسلوك والباحث المصري / "محمود عوده" يعرف الاتصال بأنه العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس في نسق اجتماعي سواءً كان صغيراً أم كبيراً.

وهكذا يمثل الاتصال العملية الرئيسية التي تحمل بداخلها عمليات فرعيه وأوجه نشاط متنوعة ، وهو

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تفاعل بالرموز اللفظية وغير اللفظية، الشخصية وغير الشخصية ، بين طرفين : أحدهما مرسل والثاني مستقبل ينشأ عنه تفاعل وردود فعل إيجابية أو سلبية.

أهمية الاتصال:

تظهر أهمية الاتصال للفندق في الجوانب التالية :

- تَعرف الأفراد على طبيعة عملهم.
- التعرف على أهم المشاكل التي تواجه العمل.
- تنمية العلاقات الإنسانية.
- تحقيق التنسيق في العمل.
- تحقيق الفاعلية لوظائف الإدارة.
- توضيح الأهداف.
- ضمان التنفيذ السليم للخطط.
- تقوية قناة الاتصال مع البيئة الداخلية و الخارجية للفندق.
- الحصول على المعلومات و التأكد من صحتها.
- الاهتمام بالمتعاملين و ضيوف الفندق.

أساليب الاتصال

أسلوب الاتصال يعنى الكيفية أو الطريقة التي يتم بواسطتها الاتصال و يمكن إجمال تلك الأساليب فيما يلي:

(١) **أسلوب الاتصال الشفوي:** (Oral Communication)

و هو أكثر أنواع الاتصال شيوعاً وأكثرها فعالية و إيجابية و يعتقد الباحثون أن هذا النوع من الاتصال تتراوح نسبته بين ٧٥٪ إلى ٩٠٪ من مجموع الاتصالات اليومية و يتم الاتصال الشفوي بأحد أسلوبين هما :

أ- الاتصال الشفوي المباشر أو وجهاً لوجه:

و يقصد به الاتصال الذي يتم مباشرة بين الأفراد دون الاستعانة بأداة من الأدوات التي تسهل عملية الاتصال مثل التليفون،و يتيح هذا الشكل من الاتصال فرصة كبيرة لتبادل المعلومات بين المرسل

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

والمستقبل بسرعة و يسر مما يوفر الكثير من الوقت و الجهد و المال و من صور الاتصال الشفوي المباشر:

- إصدار الأوامر و التعليمات: و يقصد بالأمر ما يجب على الموظف القيام به عمل، أما التعليمات فتعني قدراً أكبر من التوضيح المفصل لتنفيذ العمل.
- المقابلات : لا يقصد بالمقابلة ما يتم أحياناً من مقابلات اجتماعية بين الأفراد في محيط العمل و إنما المقابلة عبارة عن محادثة جادة تقوم على الأخذ و الرد بين طرف و آخر و تسعى إلي تحقيق هدف معين،و المقابلة لا تقتصر على الكلمة المنطوقة بل تشمل أيضاً تبادل المعاني التي تنقلها نبرات الصوت و تعبيرات الوجه و النظرات و الإشارات و الإيماءات، والمقابلة في كثير من الأحيان تعمل على رفع الروح المعنوية للأفراد العاملين، و تستخدم المقابلة في صور شتى منها (مقابلة التوظيف – مقابلة التدريب بين المدرب و المتدربين لشرح برنامج تدريبي – مقابلة النقل و الترقية – مقابلة التقييم – المقابلة الخاصة بالنظر في الشكاوى)، و المقابلة قد تكون مقيدة بمعنى أن هناك أسئلة محددة يتطلب من الفرد الإجابة عليها دون الخوض في جوانب ليس لها علاقة بموضوع المقابلة و قد تكون المقابلة مفتوحة بحيث يترك للفرد حرية التحدث في الموضوعات التي يريدها.
- الاجتماعات : و هي عبارة عن اللقاءات التي تتم بين الأفراد لتبادل الأفكار و الآراء والمعلومات بهدف تحقيق التفاهم و الانسجام بين المجموعة و قد يكون الاجتماع في شكل مؤتمر أو برنامج تدريبي أو لمناقشة مشاكل عملية أو بغرض اتخاذ قرارات تطويرية أو من أجل التنسيق بين مجموعات العمل و ما إلي ذلك.
- البرامج التدريبية : و تعتبر من أنواع الاتصال المباشر ففي بعض الأحيان نجد أن المدرب يقوم بشرح مفصل لأهداف البرنامج التدريبي و مدته و مكانه سواء كان داخل المنظمة أو خارجها.

ب- الاتصال الشفوي غير المباشر:

و هو الذي يستعين فيه المرسل ببعض الوسائل المساعدة في عملية الاتصال ففي كثير من الأحيان يتعذر الاتصال المباشر وجهاً لوجه بين المرسل و المستقبل الأمر الذي يتطلب الاستعانة بوسيلة اتصال كالهاتف أو التلفاز أو الحاسب الآلي أو الإذاعة الداخلية بالفندق و غيرها لتحقيق غاية الاتصال.

(٢) أسلوب الاتصال الكتابي: (Written Communication)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

هو الاتصال الذي يعتمد فيه كل من المرسل أو المستقبل على الورقة و القلم (سواء كانت الورقة و القلم بنوعها التقليدي المعروف أو الالكتروني). و حيث إن هذا النوع من الاتصال هو ما نقصده بالمراسلات الكتابية فسوف نتحدث عنه لاحقاً خلال هذه الوحدة.

(٣) أسلوب الاتصال غير اللفظي (المصور أو الرمزي)

يقصد بالاتصال غير اللفظي كافة الرسائل أو المعاني التي يتم نقلها و تبادلها بدون استخدام الألفاظ و هو ما يطلق عليه عادة باللغة الصامتة، وهذه اللغة بالغة الأهمية و ينبغي للمضيف الفندقي أن يكون لديه التأهيل اللازم لفهم هذه اللغة غير اللفظية. فالطريقة التي نتحدث بها مع الآخرين والطريقة التي نجلس بها و حركات أجسامنا و نظراتنا و الملابس التي نرتديها و الأشياء التي نستخدمها و الأماكن التي نتواجد فيها و غير ذلك من سلوكياتنا المختلفة كلها تحمل العديد من المعاني فالمرسل عندما يقوم بالاتصال بغيره ، في حقيقة الأمر يرسل رسالتين في الوقت الواحد إحداهما لفظية تستخدم فيها الكلمات و الأخرى غير لفظية تتمثل في التعبيرات الصوتية أو في أسلوب الكتابة أو في حركات الجسم أو في تصرفاته و سلوكياته تجاه الناس و عندما يتعارض معنى الرسالة غير اللفظية مع معنى الرسالة اللفظية فعادة ما تكون الرسالة غير اللفظية أكثر تعبيراً وصدقاً و علامات الفرح و السرور أو الغضب و الانفعال التي تظهر على الفرد تثبت ذلك.

يقول أحد خبراء الاتصال إن الوجه قادر على أن يعبر عن (٢٥٠٠٠٠) تعبير مختلف إلا أن الذي لا يختلف عليه اثنان أن هناك على الأقل ستة أنواع للغة الوجه تعبر عن (السعادة، الغضب، الدهشة، الحزن، الاشمئزاز، الخوف). و تعبر العينين عن كثير من المعاني فالتحديق مثلاً في الأطفال يعني رفضنا لسلوك قاموا به، و كذلك من خلال التعبيرات الصوتية يمكن معرفة بعض المعلومات كجنس المتحدث و ربما جنسيته و سنه و الحالة التي هو عليها من حيث الفرح و السرور أو الغضب والانفعال.

أنواع الاتصالات غير اللفظية: (Types of non-verbal communication)

١- تعبيرات الوجه و حركات العين.
٢- الإشارات و الحركات الجسمانية.
٣- الأصوات.
٤- المظهر الشخصي.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٥- الرموز و الصور.



عناصر الاتصال: (Communication Elements)

بشكل عام توجد سبعة عناصر أساسية لجميع أنواع الاتصال نوردها على الشكل التالي:



شكل توضيحي رقم (١) يوضح عناصر عملية الاتصال

١- المصدر(المرسل) : (Sender)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

و هو الذي تصدر عنه الرسالة الاتصالية بمحتوياتها المختلفة، و لإيصال الرسالة للجهة المستهدفة منها لابد للمصدر من إيجاد طريقة لتحويل الرسالة المقصودة و نقلها بدقة إلى الجمهور المستهدف. وهنا يمكن للمرسل استخدام إشارات أو مفردات لغوية، كلمات أو صور أو تعابير الوجه أو أية أمور أخرى لتمكين المستقبل المقصود من فهم الهدف أو المعنى المطلوب من الرسالة. كما يجب على المصدر المرسل أن يستخدم الوسيلة المناسبة لنقل الرسالة_ موضوع الاتصال _ بشكل يحقق الهدف من وراء إيصالها و دونما أية عراقيل تعرقل وصولها إلى المستقبل المستهدف.

٢- **المستقبل:** (Receiver)

و هو الذي يستقبل الرسالة المرسلة من المرسل بالشكل الذي تم استهدافه من قبل المرسل. و حتى يتم ذلك لابد أن يكون المستقبل على استعداد تام لقبول الرسالة و تفسيرها التفسير المناسب و حسب خبراته السابقة. إما التأكد من أن المستقبل قد استقبل الرسالة (إيجابياً أو سلبياً) فغالباً ما يكون من خلال التغذية العكسية الواردة منه للمرسل أو بأية وسائل اتصالية أخرى.

أما الإشعار باستلام الرسالة بين شخصين فيمكن التعبير عنه بعدة طرق مثل حركات الجسم، إشعار بالقبول، ابتسامة عريضة، أو غضب أو من خلال توجيه كلام جارح أو نقد شخصي... الخ.

٣- **الوسيلة (قناة الاتصال):** (Channel of Communication)

و ترتبط بكافة الوسائل المتاحة الشخصية. و يمكن القول بأن وسائل الاتصال المطلوبة لكل عملية اتصال تختلف عن الأخرى و ذلك لاختلاف بيئة الاتصال واختلاف موضوع العملية الاتصالية واتجاهها و خصائصها، بالإضافة إلى أهداف المرسل وعادات الوسيلة المرغوبة من قبل كل من المصدر و المستقبل و لفظة قناة تعني بالدرجة الأولى نطاق الاتصالات الذي يحدث بين الأفراد ، كما أن القنوات يمكن أن تتعدد بين سمعية وبصرية و صوتية ، و قد يكون هناك أكثر من قناة اتصال في نفس الوقت مثلاً فعندها نتحاور مع الآخرين فنحن نستخدم أكثر من قناة في نفس الوقت (قناة صوتية و سمعية وبصرية في وقت واحد). و يتوقف اختيار الوسيلة المناسبة على مدى أهمية الرسالة ودرجة سرية الرسالة و كذلك عدد الأفراد المطلوب توصيل الرسالة لهم و تكلفة استخدام الوسيلة.

٤- **الرسالة:** (Message)

و تتضمن شكل الرسالة الاتصالية و مضمونها، لذا لابد من إعطاء عناية دقيقة لمضمون الرسالة الاتصالية و شكلها باعتبارها معاً الأساس الأول لجذب انتباه و اهتمام المشاهدين المستهدفين. وهي مجموعة من الأفكار أو التعليمات أو المهارات التي تصدر من المرسل لتحقيق هدف معين سواء كانت

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

شفوية أو مكتوبة أو غير لفظية مثل الإشارات و حركات الجسم. و لكي تحقق الرسالة أهدافها لابد أن تكون واضحة و مفهومة و تصاغ بأسلوب سهل، وترسل في الوقت و الوسيلة المناسبة.

٥- **الأثر الاتصالي** : (Impact of communication)

تتفاوت آثار الحدث الاتصالي من موقف لأخر و من فرد لأخر و لكن يظل لكل حدث آثاره الظاهرة أو المستترة ، و حسب تصورات العالم كيبلر Kebler فإن هناك ثلاثة آثار لعملية الاتصال هي : (الأثر المعرفي و الأثر العاطفي ، و الأثر الإدراكي)

أ- الأثر المعرفي : و هو كل اكتساب ذهني لمعرفة أو معلومة أو مهارة أو أداء ، نتيجة للتفاعل مع الآخرين أو بسبب التعرض لرسالة اتصالية جماهيرية أو عامة.

ب- الأثر العاطفي : و هو المشاعر و العواطف الذاتية الناتجة عن الفعل الاتصالي ، مثل مشاعر الحب و الكراهية و ما يخالج ذواتنا عند التعرض لمضامين رسائل اتصالية.

ت- الأثر الإدراكي الحركي : و يعني الاستجابة الجسدية و اللفظية تجاه رسائل الاتصال و مضامينها .فاستجابتنا وردود أفعالنا تجاه الرسائل المستقبلة تتفاوت بحسب الأثر الذي تخلفه في نفسياتنا كأفراد ، فقد يكون استقبالنا لرسالة معينة محصور في الاستجابات التالية :

- استجابة تقع في نطاق المعرف فقط.
- استجابة معرفية و عاطفية.
- استجابة تشمل جميع المستويات.

٦- **المعلومات المرتدة من المستقبل (التغذية المرتدة)** : (Feed Back)

و تعني الاستجابة لمضمون الرسالة التي تلقاها المستقبل،فعندما يقوم المرسل بإرسال الرسالة فإن المعلومات المرتدة من المستقبل تؤثر في عملية الاتصال وأسلوب التفاعل بين الطرفين.

٧- **بيئة الاتصال** : (Communication environment)

من الطبيعي أن يحدث الاتصال في محيط و لا يمكن حدوثه في الفراغ ، فالاتصال يولد دائماً من خلال موقف معين ، **ولهذا المحيط ثلاثة أبعاد هي :**

أ- البعد المادي: و يشمل البيئة المادية الملموسة حول الإنسان مثل المباني و الأماكن العامة والأضواء و التكييف.. الخ من عناصر البيئة المادية ، و هذا البعد يؤثر بشكل كبير كخلفية في محتوى و بنية عملية الاتصال فالاتصال يختلف في العمل عنه في المنزل أو الطريق العام.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ب- البعد النفسي الاجتماعي : و هذا البعد يشير إلى القيم و العادات الثقافية المتعارف عليها كأساس للتفاعل داخل المجتمع فتفاعل الفرد في المواقف الاجتماعية المختلفة مثل الزواج و الزيارات يحكمها معايير مجتمعية متأصلة تحدد للأفراد أساليب الاتصال وطرق التفاعل من موقف لآخر ، فمثلاً طريقة العزاء و الجمل التي تقال فيه في المجتمع السعودي تختلف عن طريقته في المجتمع الأمريكي وتختلف عنه في المجتمع الصيني ، فما هو مقبول في مجتمع الأصدقاء الشباب قد لا يكون مقبولاً في حضور كبار السن .

ت- البعد الزمني : هو الذي يشكل الفعل الاتصالي ضمن زمن محدد يؤثر في معنى و قدرة الرسالة على تحقيق الهدف بين أطراف الاتصال، فالأفراد يتفاعلون فيما بينهم في الحياة اليومية بحسب إيقاع التوقيت الزماني لهم فمنهم من يفضل الالتقاء بالآخرين كالأصدقاء في فترات معينة من اليوم دون فترات أخرى بسبب الارتياح للوقت نفسه بالدرجة الأولى ، و قد ترى بعض الأفراد في مجال عمله يفضل الفترة المسائية لأنه قد لا يكون مهيئاً نفسياً لأن يتعامل مع الآخرين في الصباح فهو يفضل المساء كارتياح نفسي للوقت.

معوقات الاتصال الناجح

معوقات الاتصال (Contact constraints) هي العوامل التي تشوش أو تعيق وصول الرسالة بوضوح، و قد تكون تلك العوائق داخلية أو خارجية، **و المعوقات كالتالي:**

١- الفروق الفردية : إن إيصال رسالة معينة إلى شخص ما تتطلب من المرسل أن يكون على بينة من ظروف هذا الشخص و استعداداته و قدراته و ميوله و اتجاهاته حتى تكيف الرسالة بالطريقة التي تؤدى إلي استجابة ناجحة لها. و إيصال نفس الرسالة إلى شخص آخر تتطلب دراسة مماثلة و قد تؤدي إلى استخدام الطريقة التي نجحت مع الشخص الأول. فهناك اختلافات و فروق فردية شاسعة ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار. و يجب أيضا مراعاة التوقيت الزمني للرسالة لكل شخص مستقبل لها.

٢- الفروق الجماعية: و كما أن هناك فروقا بين الأفراد فإنه توجد أيضاً فروق بين الجماعات. ففي كثير من الوزارات و المصالح و المؤسسات نجد جماعات مختلفة أو كما يسمون أنفسهم أحياناً معسكرات أو (شلل) أو طوائف أو غير ذلك و أساس تكوين هذه الجماعات أيضاً يختلف فقد يكون الأساس هو المؤهلات و أحياناً المناطق الجغرافية التي ينتمون إليها و أحياناً المستوى الوظيفي.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

لذلك ينبغي أن تأخذ الإدارة في اعتبارها عند تصميم الاتصالات مثل هذه التميزيات و ألا تقلل من شأنها.

٣- تعدد المستويات بين المرسل و المستقبل: إذا رغب الشخص (س) في إيصال رسالته إلى الشخص (ص) فإن الرسالة تمر أولاً على (أ) ثم على (ب) ثم على (ج) الخ.. فتفهم الرسالة عند الشخص (أ) بكيفية معينة و يعلق عليها قبل تحويلها إلى (ب) و هنا قد يكتفي (ب) بقراءة التعليق أو قد يقرأ الموضوع من أوله و تحدث تأشيرة أخرى و هكذا ... حتى تصل في نهاية الأمر و قد تشوهت معالمها و خرجت عن المطلوب منها.

٤- الحالة النفسية للمستقبل: يتأثر المستقبل بما يسمعه تبعاً لحالته النفسية،فإذا كان يشعر بارتياح فإنه يفسر ما يستمع إليه بكيفية تختلف عما إذا كان يشعر بالضيق أو الخوف أو القلق فالمستقبل يفسر ما يستمع إليه نظرة موضوعية مما يشكل صعوبة كبرى في الاتصالات.

٥- عدم يحدد هدف الرسالة بدقة ووضوح (كتوضيح معلومة ، تصحيح مفاهيم خاطئة ، نقل معلومة أو فكرة أو إقناع)

٦- العوامل المشتتة للانتباه كأن تحاول فعل شيء آخر أو يجذب انتباهك شخص ما.

٧- النواحي اللغوية مثل استخدام المصطلحات الخاصة بمهنة أو حرفة ما أو تخصص معين أو الاختصارات أو الرموز أو نطق الكلمات نطقاً غير سليم أو استخدام لكنة أو لهجة غير مألوفة ،فكل هذه النواحي يمكن أن تؤدي إلى سوء الفهم.

٨- اختلاف العادات و التقاليد بين المرسل و المستقبل.

٩- اختلاف الإدراك لكل شخص.

١٠- مقدار درجة الثقة في المرسل و الخبرات.

١١- استخدام الكثير من الألفاظ التي تحمل أكثر من معنى.

١٢- اختلاف اللغات و اللهجات و الثقافات.

١٣- اختلاف الجنس و التركيبة العمرية.

١٤- سوء أو ضعف وسائل الاتصال.

١٥- التشويش الذي يمكن أن يحدث نتيجة سوء ظروف بيئة الاتصال، والتي قد تأتي عن مؤثرات بيئية كالأصوات و المسافة.

١٦- سوء اختيار وسيلة الاتصال الملائمة لموضوع الرسالة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

١٧- مرور المعلومات بسلسة من المستويات الإدارية المختلفة يجعل الرسالة عرضة للتحريف عند صعودها أو هبوطها.

١٨- عدم الثقة و الخوف بين الرئيس و المرؤوس يزيد من درجة الصعوبة في الاتصال سواء في حالة إرسالها أو فهمها من قبل المرؤوسين.

١٩- تعرض بعض أجزاء الرسالة للحذف أو الاختصار من قبل أحد المسئولين عن الرسالة قد يؤدي إلى صعوبة فهم الرسالة.

٢٠- عدم القدرة على صياغة الأفكار و المعاني بشكل جيد.

٢١- ضعف الإصغاء فبعض الأفراد لا يصغون بشكل جيد على الرغم من محاولته التظاهر بالانتباه إلا أن تفكيرهم بعيد كل البعد عن مجرى الحديث.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



شكل توضيحي رقم (٢) يوضح بعض ما أهم معوقات الاتصال الناجح

أنواع الاتصال

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



شكل توضيحي رقم (٣) يوضح بعض أشكال ووسائل الاتصال

يمكن تقسيم الاتصال لعدة أنواع وفقاً لعدة أسس كالتالي:

أولاً : طبقاً لأفراد الاتصال:

١- **الاتصال الشخصي : (Personal Communication)**

و هو الذي يحدث بين شخصين أو أكثر، و قد يأخذ عدة صور منها على سبيل المثال التقاء شخصين وجهاً لوجه أو تحدثهما معاً بواسطة الهاتف أو عن طريق المراسلة الموثقة.

و قد يأخذ الاتصال الشخصي طابعاً رسمياً أو غير رسمي ، كما يعد الاتصال الشخصي أكثر فعالية لأنه يمكن المرسل من كشف ردة فعل أو استجابة المستقبل للرسالة التي تم توجيهها و بشكل فوري وسريع و خصوصاً إذا ما تم الاتصال وجهاً لوجه أو عن طريق الهاتف.

٢- **الاتصال غير الشخصي : (Non Personal Communication)**

و في هذا النوع من الاتصال لا يوجد اتصال مباشر بين مصدر الرسالة والمستقبل، يضاف إلى ذلك أن الاتصال غير الشخصي يمكن أن يتم من خلال استخدام مختلف وسائل الإعلان كالتلفاز و الصحف والمجلات و الملصقات ... الخ.

ثانياً : طبقا لاتجاه الاتصال داخل الشركة أو المؤسسة(طبقاً لتدفق الاتصالات)، و يندرج تحت الآتي:

١- الاتصال الرأسي: و هو نوعان:

أ- الاتصال إلى أسفل (الاتصال النازل) (Downward Communication)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

و هو من أعلى لأسفل أي من مستوى إداري عالٍ إلى مستوى إداري أقل و هذا هو النوع الأكثر شيوعا في المؤسسات. أو بمعنى آخر الاتصال بين الرئيس و المرؤوس. و تتضمن عادة القرارات و الأوامر والتعليمات و السياسات التي تصدرها الهيئة العليا بغرض تنظيم و توجيه الأعمال و رقابة العاملين.

ب- الاتصال إلى أعلى (الاتصال الصاعد) (Upward Communication)

و يقل عن السابق انتشاراً و هو من المستويات المنخفضة إلى المستويات العليا، كما يطلق علية أحيانا المصطلح الاتصال العكسي. أو بمعنى آخر الاتصال بين المرؤوسين و الرئيس. و يشمل معلومات و بيانات واقتراحات ترفع للإدارة العليا بالفندق.

٢- الاتصال الأفقي: (Horizontal Communication)

و هو الاتصال الذي يتم بين المستويات المتناظرة أو المتكافئة و يكون الاتصال عادة في اتجاهين Two-ways أي أن يتصل A مع B و العكس أو بمعنى آخر هو الاتصال الذي يتم بين إدارتين في مستوى إداري واحد، أو بين موظفين في مستوى إداري واحد. و هذا ما يحدث في المناقشات. ويهدف إلي التنسيق بين مختلف أقسام الفندق المختلفة لضمان سير العمل بنجاح.

ثالثاً: طبقاً للفظ:

١- الاتصالات اللفظية:

و تتم عن طريق الكلام أو المحادثة ، و تتعدد مهارات الاتصال اللفظي المباشر و لكنها تشمل مهارتين أساسيتين هما مهارات التحدث و مهارات الإنصات **و تتضمن الأنواع التالية :**

أ- شفهية.

ب- كتابية (الخطابات المكتوبة، التقارير، التعليمات..... الخ).

ج - هاتفية.

٢- الاتصالات غير اللفظية:

لغة الجسد تنقل جزءاً مهماً من الرسالة التي يرسلها الفرد إلي الآخرين، وتعطي الإيماءات و الوقفة وسرعة الحركة انطباعات عن مشاعر الشخص و علاقاته و مكانته. ويدل المظهر أيضاً على الوضع الاقتصادي و الاهتمامات و النشاطات و السمات الأخرى للشخص. و يسهم تحليل عوامل الاتصال غير اللفظي في فهم الاستجابات المتبادلة بين الأشخاص. **و تتضمن الأنواع التالية :**

أ- الاتصالات الحركية (لغة الجسم – لغة القرب المكاني – لغة الألوان)

ب- الاتصالات المرئية (صور – رموز – رسوم) .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

١- الاتصالات اللفظية

أ- الشفهية:

يتم الاتصال الشفهي وجهاً لوجه أو بالتليفون بالتقاء المرسل بالمستقبل.أو العرض الرسمي أو الخطابات الشفوية الاجتماعات و المؤتمرات أو إلقاء خطاب أو محاضرة على الجمهور. و فائدة الاتصال الشفوي أنه يعطي ردود الأفعال السريعة و يمكن للمرسل أن يعيد الرسالة مرة أخرى إذا لم تكن واضحة للمستقبل. و هذا النوع من أنواع الاتصال يفيد في الموضوعات التي تحتاج إلى إقناع الطرف الآخر وجهاً لوجه أو المواضيع السريعة التي يتم الاتصال فيها من خلال التليفون. لكن من عيوب الاتصال الشفهي استغراقه وقتاً أطول كما في الاجتماعات و هذا قد يؤدي إلى سوء فهم المستمع لأقوال المرسل.

ب- الكتابية:

و يعتمد هذا النوع من الاتصال على حاسة الإبصار،والقدرة على القراءة و هاتان الميزتان مشتركتان لكل من المرسل و المستقبل و يحتاج من المرسل أن يجيد الكتابة، وعموماً فإن الاتصال المكتوب يستخدم الوسيلة المناسبة للرسالة، و تكمن أهميته لما يترتب عليه من حقوق قانونية يمكن الرجوع إليها في أي وقت،و كذلك هو وسيلة إعلانية و تاريخية ، لهذا يُعنى بكتابته و مراجعته و إعادة قراءته أكثر من مرة لفهمه من المرسل قبل إرساله،و كذلك المستقبل عند استلامه له فإنه يَتمعن معانيه و يدقق في مضمونه لأن لديه الوقت الكافي للقيام بذلك، و يعاب عليه بأنه غير مباشر و يحتاج لتفسيرات ليسهل فهمه أحياناً ، ويتم في واحد من الأساليب الآتية:

١- المراسلات (الرسائل) .
٢- المذكرات.
٣- النماذج.
٤- الوسائل التصويرية مثل (النشرات، الملصقات.الخ).
٥- البيانات و الإحصائيات.
٦- التقارير.

أنواع المراسلات الكتابية في الفنادق:

تنقسم المراسلات الكتابية في الفنادق إلي الأنواع التالية:

١- **الرسائل الحكومية:** (Governmental Messages)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

و هي التي تتم بين إدارة الفندق و أي جهاز حكومي بالدولة سواء كانت من الفندق للجهاز أو العكس.

٢- **الرسائل الخاصة:** (Private Messages)

و هي التي يتم تداولها بين الأفراد داخل الفندق أو خارجه بصفتهم الشخصية و يخضع تنسيقها لذوق كاتب الرسالة.

٣- **الرسائل التجارية:** (Commercial Messages)

و هي التي يتم تداولها بين رجال الأعمال و ما بين التجار أو المقاولين أو ما بين المؤسسات التجارية أو بين مؤسسة تجارية و جهاز حكومي (المهم أن يكون المرسل فيها مؤسسة تجارية). تشمل كافة المراسلات المتداولة داخلياً و خارجياً للفندق، و هي كثيرة ومتنوعة وفق نشاط الفندق.

ومن أهم أنواعها الآتي:

أ- رسائل البيع و الشراء: هي المتداولة لإتمام صفقة تجارية مهما كان نوعها، ويستخدم الفندق هذا النوع من الرسائل مع الموردين المتعاملين معه في توريد ما يحتاجه من مواد لازمه للتشغيل.

ب- رسائل الحجز: هي الأكثر استخداماً في مكتب الاستقبال، المطاعم الملحقة بالفندق، وجميع إدارات و أقسام الفندق التي لها علاقة بالضيوف.

ج – رسائل التعزيز : هي الرسائل الملحقة لرسائل سابقة للتأكيد على موضوع سبق و أن تم الاتفاق بشأنه،أو استفسار عن ما تم بموضوع معين ، أو طلب تفصيلات كرسائل تأكيدية للبحث في موضوع تمت المراسلات عليه مسبقاً ،كما في حالات الحجوزات و التعامل مع الموردين.

د – رسائل الشكوى أو الاعتذار : هي عادة ترسل من قبل طرف يعتذر للطرف الآخر عن طلب أو خطأ أو مخالفة لبنود سبق و أن اتفق بشأنها، و أبرز حالات رسائل الشكوى و الاعتذار : (الاعتذار عن الحجز أو التأخير أو وجود خطأ في الحسابات أو اختلاف المواصفات أو عدم وصول البضاعة أو تلفها بالنسبة للمورد).

هـ - الرسائل الدورية: هي متعددة الأغراض و تكتب غالباً بصيغة موحدة للجميع بدون يحدد اسم الشخص الموجهة له، و عادة ما يكون مضمونها إعلامي أو تسويقي.

و – رسائل تسديد الحسابات: هي رسائل تذكير تشعر المرسل إليه بقرب الموعد المحدد لتسديد الحساب و يوضح فيها الالتزام المبني على السداد و الثقة المتبادلة بين الطرفان لتحقيق أهدافهم.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ز – رسائل طلبات التوظيف: هي رسائل لطلب الحصول على وظيفة وطلب يحدد مقابلة و ليس اكتساب الوظيفة.

٤- المذكرات (الرسائل الداخلية) (Memorandum-Memoranda):

و المذكرة عبارة عن تقرير صغير الحجم يعرض مشكلة موضوع معين و محدد، و هي رسالة موجزة تستخدم بين المستويات الإدارية على هيئة استفسارات أو تعليمات. يتم تبادل المذكرات بين أقسام الفندق نفسه يومياً، فهي رسالة تكتب بشكل مختصر و تكون أقل رسمية من الرسائل الخارجية و لا تحتاج لكتابة عنوان المرسل إليه.

٥- بطاقات البريد:

تطبع الفنادق بطاقات بريد خاصة بها تحمل اسمها و تستخدمها في حالة الرسائل القصيرة و غالباً ما تستخدم كوسيلة إعلانية لتنمية المبيعات و من أمثلتها (تعريف الضيوف بمواعيد مهرجان رياضي بالفندق أو حفلات أو تخفيضات موسمية أو تبادل التهاني معهم في المناسبات. و يمكن أن تستخدم في إشعار شركات السياحة بأن مندوب التحصيل بالفندق سيقوم بزيارته في تاريخ معين لتحصيل دين عليه أو إبلاغ العملاء بتغيير رقم هاتف الفندق.

٦- النماذج المعدة :

يقصد بالنماذج عمل تصاميم موحدة للرسائل التي يتكرر حدوثها مرات كثيرة ،كإبلاغ موظف بالترقية أو قبول الاستقالة ، أو نموذج طلب إجازة أو إحالة موظف إلى طبيب للمعاينة أو العلاج و ميزة تلك النماذج المعدة من قبل توفير الوقت و الجهد و التكلفة اللازمة لكتابة رسائل بشكل مستقل.

ج – هاتفية:

و سيتم شرحها بالتفصيل نهاية هذه الوحدة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٢- الاتصالات غير اللفظية

أ- الاتصالات الحركية: (Kinetic Communications)

و تشمل (لغة الجسد ، لغة القرب المكاني، لغة الألوان)

و سوف نشرح باختصار كل نوع منها :

- لغة الجسد: (Body language) الاتصال بلغة الجسد اتصال مباشر غير لفظي و هي كل التعبيرات التي يحملها الجسم، أو أعضاؤه خلال عملية الكلام، أو كردود فعل صامتة مثل العين و حركة الأيدي والأرجل و تعبيرات الوجه و الجلسة.

و من أهم وسائل لغة الجسد التي تستخدمها كمضيف فندقي:

- الاتصال النظري: فإن استمرار نظرات العين بينك كمضيف و بين الضيف الذي تستقبله بقاعة الطعام يدعم الثقة بينكما و يجب عليك أن تكون عادلاً بتوزيع نظراتك بين الضيوف لإشعار الضيوف بأنك مهتم بهم جميعاً.
- تعبيرات الوجه: عليك أن تتجنب الوجه الجليدي عند استقبال الضيوف و لا تفرط في التعبيرات التمثيلية المغالى بها.
- المظهر: ينبغي أن يتميز مظهرك بالاعتدال و النظافة و التناسق و الجاذبية.
- إشارات اليد: يجب أن تكون معبرة و مفهومة دون مغالاة.
- الوقوف : الوقوف باعتدال مع إبقاء مساحة معقولة و تلقائية و نشاط و ثقة تلائم مستوى المهمة المنفذة و الحدث ،و يبقى أن تحذر من وضع اليدين بالجيب و تشبيك الذراعين والإفراط بالنظر إلى الأسفل أو إلى الأعلى.

- لغة القرب المكاني: (Language proximity) تتعلق بالوضع البدني للشخصين أو الأشخاص في المكان الذي يجري فيه الاتصال بينهم ، فالمحادثة بين شخصين تكون أكثر خصوصية عندما يجلس المرسل و المستقبل على بعد عدة أقدام من بعضهما ، بينما في المقابل تكون أقل خصوصية عندما يتحدث فيها المرسل للمستقبل من على بعد عشرة أمتار .تؤثر المسافة بين المتصلين في سرية الرسائل المتبادلة بينهما.
- لغة الألوان: (Language of Colour) و خير مثال لها ألوان إشارات المرور التي نلتزم بقواعدها عند رؤيتها.

ب- الاتصالات المرئية: (Visual Communication)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

غير مباشرة و غير لفظية و التي تحظى العين بالتركيز العالي و الكبير، و عادة ما تكون للإعلان أو لتوضيح الأفكار مثل الصور و الرموز و الرسوم البيانية.

رابعاً: طبقاً للسلطة:

أ- الاتصالات الرسمية: (formal Communication)

و تتم الاتصالات الرسمية من خلال خطوات السلطة الرسمية و أبعادها داخل إدارة الفندق أو ما بين إدارة الفندق و جهات و مؤسسات خارجية.

ب- الاتصالات غير الرسمية: (Informal Communication)

و فيها يتصل أي شخص بأي شخص آخر في المؤسسة و يتحدث معه في أي موضوع و لا يراعي هنا مستويات إدارية أو تسلسل من نوع معين أو اتجاه معين أو قاعدة معينة، إن الأساس هنا هو علاقة الأفراد بعضهم ببعض. و هذه العلاقة موجودة و مستمرة و كلها حركة و حيوية و تكون الحركة في أي اتجاه وهنا لا نذكر أسفل أو أعلى أو غير ذلك من الأوضاع الإدارية. و تعتمد أساساً على مدى قوة العلاقة الشخصية التي تربط أجزاء التنظيم الإداري و بين أعضائه، و يلجأ العاملون إليها لتسهيل الأمور التنظيمية و توفيراً للوقت في جمع المعلومات.

مزايا الاتصال غير الرسمي:

- يتميز بإعطاء بيانات و معلومات لا يمكن أن تظهر على المستوى الرسمي.
- يعبر الموظفون عن مشاعرهم و اتجاهاتهم نحو العمل و نحو المؤسسة و يتحدثون عن أنشطة مختلفة قد لا ترتبط بالعمل مباشرة و لكنها تؤدى إلى تقوية الجماعة و تماسكها و تشعر الأفراد بانتمائهم إلى مؤسسة واحدة.
- تعتبر مجالاً للتنفيس و التخلص من التوتر الانفعالي و الضغط النفسي .

خامساً: طبقاً لأطراف الاتصال:

أ- الاتصالات الداخلية: و هي التي تتم داخل الفندق و ما بين أقسام الفندق.

ب- الاتصالات الخارجية: و هي تتم ما بين الفندق و جهات أخرى كالجهات الحكومية و الموردين وشركات السياحة، و الشركات التجارية.

الاتصال الإداري: (Contact Management)

تعريفه: يعرف الاتصال الإداري بأنه تبادل الآراء و الأفكار أو الحقائق بين شخصين أو أكثر. و ينقسم الاتصال الإداري إلى أربعة أنواع هي كما يلي:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

أولاً- الاتصال التحريري : هو الاتصال الذي يتم من خلال القراءة و من أنواعه (التقارير بجميع أنواعها ،المذكرات و التعاميم، التعليمات)

ثانياً- الاتصال اللفظي: و هو الاتصال الذي يتم من خلال الحديث أو المخاطبة و من أنواعه (المقابلة الشخصية ، المحادثة الهاتفية الاجتماعية ، الندوات)

ثالثاً- الاتصال غير اللفظي: و هو الاتصال الذي يحدث من خلال الرموز و الإشارات، و من أنواعه (حركات اليد أو أحد أطراف الجسم)

رابعاً- الاتصال التصويري: و هو الاتصال الذي يتم من خلال مشاهدة الصور، أو المجسمات، أو الخرائط، أو الأفلام الصامتة.

معوقات الرسالة :

١- الإدراك الانتقائي: و هو لجوء مستقبل الرسالة إلى سماع جزء من الرسالة و إهمال المعلومات الأخرى. و هذا يؤدى بالتالي إلى قصور في فهم الرسالة.

٢- المشكلات اللغوية: هي أن هناك كلمات أو رموز أو إشارات ذات فهم مختلف بين شخص وآخر نتيجة للموقع الجغرافي و الاختلاف الثقافي أو أسباب أخرى.لذلك ينصح المشرف باختيار الكلمات أو الرموز أو الإشارات ذات الدلالة الواحدة لكل من المرسل و المستقبل.

٣- تضخيم المعلومات : و هو الإفراط في مقدار المعلومات المرسلة إلى المرؤوسين،فكثافة المعلومات المرسلة له تؤدي إلى إهماله لجزء كبير منها.

فهم الرسالة المراد توصيلها :

إن فهم الرسالة يتوقف بطبيعة الحال على مستوى المستقبل و مداركه و خبراته و اتجاهاته و هذا ما ينبغي أن يأخذه المرسل في اعتباره جيداً. و لما كانت معظم الاتصالات تتم عن طريق اللغة فإن ذلك يتطلب مهارة كبيرة في اختيار العبارات و الألفاظ المناسبة أي تلك التي تستطيع نقل المعاني بدقة و يتطلب ذلك اختياره الألفاظ الشائعة بدلاً من الألفاظ المعقدة كما يفضل استخدام العبارات القصيرة عن العبارات الطويلة مع الالتجاء إلى المنطق الملائم لمستوى المستقبل.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

و هذه الضمانات متوفرة في الاتصال الشفوي حيث يتقابل الطرفان وجهاً لوجه. و يمكن توضيح الغامض في التو و اللحظة كما يمكن الرد على أي استفسار فوراً و بأكثر من أسلوب و هذا مالا يتوفر في الرسالة المكتوبة.

و أحيانا يتخلل الرسالة بعض الرسوم أو الصور أو الخرائط أو غير ذلك من الرموز. و يكون الغرض منها هو زيادة التوضيح أي تكون معاونة للكلمات، و أحيانا يكتفى بها في بعض المواقف حيث تكفي نظرة سريعة إلى رسم أو خريطة أو صورة بتوضيح المطلوب كله بأسرع مما نتصور و هذا هو ما يحدث في الإعلانات مثلها. و أحياناً يكون الامتناع عن الكلام أو الصمت في بعض المواقف قد يكون أكثر تعبيرا و أكبر أثراً، و يتضح من ذلك أن فهم الاتصال لا يكون فقط عن طريق اللغة أو الكلمات أو الصور والخرائط و الرسوم بل أيضا بالسلوك و العمل و أحياناً بالصمت.

تذليل الصعوبات:

١- التخطيط للاتصال: و هذا يتطلب أن يسأل المرسل نفسه عدة أسئلة نذكر من بينها:

من هم على وجه التحديد المطلوب إرسال هذه الرسالة أو البيانات إليهم ؟

ما الذي ينبغي أن تتضمنه الرسالة على وجه التحديد ؟

ما الذي ينبغي أن تؤكده و تكرره ؟

ما أنسب صياغة لهذا المعنى ؟

و ما احتمالات المعاني الأخرى التي ينبغي تجنبها ؟

و ما أنسب الأوقات لإرسال الرسالة ؟.

فهل ترسل قبل حركة التنقلات أو بعدها ؟

قبل صرف العلاوات أو بعدها ؟

كل هذا بهدف أن تكون فرص تقبل الرسالة كثيرة و مواتية.وما التمهيدات اللازمة لتهيئة الجو الملائم لتقبل الرسالة ؟

و ما أنسب طريقة لإرسالها ؟

و كما سبق أن ذكرنا فإن كلام الرؤساء يجب أن يصاحبه فعل و سلوك واضح ليؤكد للمرؤوسين صدق النية عند الرؤساء .

٢- تكرار الاتصال : ونعني بذلك أن الموضوع الواحد المراد نقله للمرؤوسين مثلاً يمكن أن ينقل إليهم في إحدى المرات بطريقة معينة ثم يتكرر الاتصال بطريقة أخرى و بلغة أخرى و بكيفية أخرى

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

بحيث نضمن أن الرسالة فهمت من الجميع أو على الأقل من أكبر عدد ممكن من الأشخاص المقصودين بهذه الرسالة.

٣- التَحقق من فهم مقصود الرسالة: و هذا يتطلب متابعة الرسالة و آثارها و انعكاسها على العمل والسلوك و يتبع ذلك عدة وسائل منها الملاحظة المباشرة و الملاحظة غير المباشرة و متابعة السلوك والاتجاهات، و الترحيب بالأسئلة و الرد على التساؤلات و فتح باب المناقشة و خصوصاً في الاتصالات الجماعية. أما على المستوى الفردي فالتحقق من فهم المقصود يكون أسهل و أسرع فتعبيرات الوجه توضح أمور كثيرة، فإذا لم يفهم المستقبل أو لم يرد الرد المناسب ففي استطاعة المرسل أن يزيد من شرحه و أن يكرر بعض المعاني بطرق مختلفة حتى يتجاوب معه المستقبل بالأسلوب الصحيح.

خصائص الاتصال: (Connection Properties)

تنحصر خصائص الاتصال في التالي :

١- التغير و عدم الاستقرار.

٢- حتمية عملية الاتصال.

٣- مستقبلي.

٤- رمزية الاتصال.

٥- التفاعل الاتصالي.

٦- اشتراك أطراف الاتصال في محتوى الاتصال.

٧- قابلية الاتصال للتجزئة و التفكيك إلى وحدات صغيرة.

و فيما يلي نقوم بشرح مبسط لكل خاصية من خصائص الاتصال

١- **التغير و عدم الاستقرار :** يتصف الاتصال بأنه عملية متغيرة ولا تثبت على حال واحدة ، و هذه الخاصية تعتبر مميزة في الاتصال فالتغير يعني نشاطاً حركياً متسلسلاً بين أطراف الاتصال ، فالاتصال ليس ظاهرة ساكنة بل هو نظام مفتوح فيه الكثير من المدخلات و المخرجات ، فعندما يتحدث اثنان نجد طرفاً يقوم بعملية المخرجات الاتصالية في حين يكون المستقبل يقوم بعملية إدخال المخرجات (الحديث و الحركة) و العكس صحيح ، و قد يأخذ الاتصال أشكالاً متعددة لكنه يتم في إيقاع منسجم وفق نظام معين .

٢- **الحتمية الاتصالية :** لا يمكن لأي بشر أن يقرر عدم الاتصال بالآخرين تماماً ، أي يقطع جميع اتصالاته بالعالم الخارجي ، إذا من المستحيل تجنب الاتصال أو الاستغناء عنه.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٣- **مستقبلي** : من خصائص عملية الاتصال أنه مستقبلي و لا يمكن إرجاعه إلي الوراء بمعنى أنه عندما يبدأ الحديث و تظهر الجمل من الفرد فإنه لا يستطيع التراجع عنها فلها معانٍ و دلائل كثيرة يتم إدراكها و فهمها من الطرف الآخر (المستقبل) ، و هذا يعنى أن الاتصال يتقادم فما تنطق به تصبح مسئولاً عنه و عن معانيه و عن محتواه ، لذا من الضروري جداً أن نكون أكثر حذراً في انتقاء الكلمات و العبارات التي ننطق بها عند رغبتنا في إيصال رسالة معينة للطرف الآخر ، حتى لا نقع في حرج و نتأسى و نندم على ما تم التلفظ به.

٤- **رمزية الاتصال** : يعد الاتصال ظاهرة رمزية أوجدتها المجتمعات البشرية سواء اللغة المنطوقة ، أو لغة الجسد (الإيماءات) ، و لهذه اللغة و الإيماءات محتوى و مضمون و يعبر عن رموز معينة هي جزء من المنظومة المتكاملة للاتصال ، و تتم بطريقة و بإيقاع متجانس ، ففي مواقف الحزن نجد أن سلوكنا في عملية الاتصال بالآخرين يشتمل على ألفاظاً منطوقة وحركات جسدية تعبر عن الموقف الذي نمر به . و الرسائل اللفظية و غير اللفظية (الإيماءات) يكمل بعضها الآخر و بشكل متجانس يصور الحالة النفسية و الجسمية التي تحدث بين طرفي الاتصال في موقف معين.

٥- **التفاعل الاتصالي** : و تعني التأثر و التأثير المتبادل بين كل من المرسل و المستقبل ، لكن الأفراد يختلفون في تفسير معاني و دلالات تلك الرسائل معتمدين على خبراتهم و تجاربهم الخاصة المختلفة من ثقافة إلى أخري و الاتصال بين الأفراد يكون محملاً بما اكتسبه الفرد من البيئة الخارجية من عادات و تقاليد و قيم و مبادئ ، و ما يحمله من صفات شخصية موروثة ، و التي بدورها تؤثر في عملية الاتصال في موقف معين.

٦- **اشتراك أطراف الاتصال في محتوى الاتصال** : دائماً يكون الاتصال تعبيراً عن الحياة اليومية والواقع الذي نعيشه سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات ، فهم يتحدثون دائماً عن أمور مشتركة تمس حياتهم، عالمهم المحيط بهم. فحديث الطلبة يكون عادة في همومهم فهم يتحدثون عن المواد و المدرسة و المدرسين ... الخ. و جميع الأمور المشتركة بينهم ، لهذا نقول إن جميع البشر يشتركون في شيء واحد أثناء اتصالاتهم و هو المحتوى الذي يشكل الأخذ والعطاء ،لكن الأشياء المشتركة لا تبرر وحدها الحديث مع الآخرين و لكن هناك عامل آخر و هو العلاقات بينهم ، فنجد أن هناك علاقة بين طلاب الفصل الواحد و بين الطالبين المتجاورين و بين المدرس والطالب و الأب و ابنه ... الخ. و هذه العلاقات تحدد طبيعة الاتصال ونوعه و حجمه بين الطرفين ،فقد نجد أن موضوعاً بين الرئيس و المرؤوس في العمل يناقش

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

بطريقة معينه ، و قد يأخذ شكلاً و طريقه أخرى في نقاشه عندما يناقشه الموظف مع زميله في العمل و ذلك لاختلاف العلاقة بين الموظف و الرئيس و بين الموظف و زميله.

٧- **قابلية الاتصال للتجزئة و التفكيك إلى وحدات صغيرة:** الاتصال عملية متواصلة قد لا نشعر ببدايتها أو نهايتها بشكل واضح ، و عندما نتحدث عن البداية و النهاية فنحن لا نتحدث عن الاتصال اللفظي فقط بل الاتصال بالإشارات و الرموز أيضاً فعلى سبيل المثال عندما تجلس بجانب رجل في الطيارة ثم يدور بينكما حديث فقد لا تعرف بالتحديد متى تم الاتصال بينكما بشكل دقيق فقد يكون بداية الاتصال أنك رأيته في الصالة قبل الإقلاع و نظر إليك لكن لم تتحدثا ، و عندما تحدثتما في الطائرة ثم توقفتما عن الحديث هل يمكن أن نعتبر هذا التوقف نهاية للاتصال.

الاتصال الهاتفي (Telephone Contact)





يعد إرسال و استقبال و نقل المعلومات و الآراء و المشاعر بين طرفين أو أكثر بغرض إحداث استجابة لدى الطرف (الأطراف) الأخرى باستخدام وسيلة الهاتف. والمكالمات الهاتفية من أسرع وسائل الاتصال في إنجاز المهام لأنه يعتمد على الاتصال المباشر (الشفهي) و لسهولة استخدامه و قدرته على إنجاز العمل بتكلفة أقل في الجهد و المال. و يستخدم الفندق الهاتف في عدة عمليات منها الحجز المبدئي والرد على استفسارات المتصلين سواء للحجز أو لغير ذلك، كما يقدم خدمة الاتصال الداخلي لضيوف الفندق و كذلك بين إدارات و أقسام الفندق.

المبادئ الصحيحة لاستخدام الهاتف:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

١- الهدف من المكالمة التي تجريها أو تستقبلها أثناء العمل بشكل مناسب و بأقل تكلفة و أفضل أداء .

٢- العمل على أن تكون المكالمة في أقل وقت ممكن لتخفيض التكاليف بشرط أداء الرسالة كاملة.

٣- الاحتفاظ بدليل يتضمن كافة أرقام الأشخاص و الهيئات التي يتم طلبها دائماً أو المحتمل طلبها و سهولة استرجاع هذه الأرقام بسهولة و يسر.

٤- عدم مغادرة محل عملك أثناء العمل اليومي إلا بعد تكليف زميل آخر بالرد على المكالمات وإخباره بمكان تواجدك ووقت عودتك حتى يتصرف في المكالمات بفعالية.

٥- محاولة إنهاء المكالمات التي تطول و تلك التي تخرج عن نطاق العمل بطريقة دبلوماسية هادئة.

٦- التأكد من عدم وجود أي مصدر للإزعاج أو التشويش بجوار الهاتف الذي يتم التحدث منه للحفاظ على الوقت المستخدم في الاتصال.

٧- العمل بقدر الإمكان على إجابة طلب المتصلين في ضوء القواعد و التعليمات لمنع تكرار اتصالهم.

٨- التعامل مع كافة المكالمات الواردة و الصادرة باهتمام واضح يشعر به الطرف الآخر .

الأسس العلمية لتنظيم و إدارة الوقت و الحديث في الاتصالات الهاتفية :

من الأمور المهمة التي تجب على شاغلي الوظائف الفندقية التعامل مع الهاتف عملها لتنظيم وإدارة الوقت والحديث لتحقيق أقصى كفاءة و أقل تكلفة **ومراعاة الأسس العملية التالية للاستخدام الفعال للمحادثة الهاتفية في الفنادق:**

١) ضرورة فرز المكالمات الواردة و التعرف على أصحابها و الغرض من المكالمة لتنفيذ هذه المهمة الصعبة.

٢) ضرورة اتباع الوضوح و الاختصار في المحادثات الهاتفية.

٣) محاولة التعرف على تمييز الأصوات و التعرف على أصحابها لما لذلك من أثر فعال في تحقيق أداء الاتصالات الهاتفية بفعالية و زمن قياسي.

٤) عدم مقاطعة المتحدث إلا في الحالات الشاذة و تتم المقاطعة في هذا الحالات بطريقة مناسبة دون إحراج الشخص المتحدث.

٥) عدم إعطاء أية بيانات أو معلومات في الهاتف لا يكون مرخصاً بها مهما كانت الظروف.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٦) تنظيم كيفية إجراء المكالمة و تسجيل ماذا سيتم بها من موضوعات و يحقق ذلك إحساساً للمستقبل بالاهتمام و التقدير كما يحقق وفراً في التكاليف و سرعة الإنجاز.

٧) مراعاة الاتصال في التوقيتات المناسبة من كافة النواحي (التوقيت – الحالة المزاجية – ملائمة الوقت لظروف العمل).

٨) تنفيذ تعليمات الرئيس بالنسبة للأشخاص و التوقيتات بدبلوماسية و حنكة .

٩) عدم اللجوء لتحويل المكالمات الواردة إلا في حالة تعذر تقديم العون المطلوب.

١٠) عدم إجراء أي اتصال إلا بعد التأكد من صحة الرقم المطلوب.

١١) ضرورة إنهاء المكالمات بعبارات مناسبة و عدم وضع السماعة و قفل الخط قبل قيام الطالب بذلك مع وضع السماعة بهدوء.

١٢) الكلام بوضوح (تكلم بصوت معتدل و لا تتكلم بسرعة و ركز على مخارج الحروف)

١٣) لا تبعد سماعة الهاتف عن المسافة المناسبة حتى يتضح صوتك للطرف الآخر.

١٤) لا تُشعر المتصل بعدم فهمك لمطلبه بل أعد عليه ما فهمته.

١٥) الرد على المكالمات فوراً و تقديم التحية للمتحدث و التعريف بنفسك و بالفندق.

١٦) اترك إنهاء المكالمة للمتصل و انتظر تحية الختام من المتصل.

١٧) التأدب في الحديث مع المتصلين حتى يعطي انطباعاً جيداً عن نفسه و فندقه.

١٨) عدم مقاطعة المتحدث و إعطائه فرصة للحديث و الرد عليه في حدود المعلومات المطلوبة لإنجاز مهمته.

١٩) الاعتذار للمتصل عند حدوث بعض الأخطاء غير المقصودة مع محاولة تصحيحها.

٢٠) ينبغي أن لا يظهر المضيف عند رده على المتصل أنه مشغول بأمر ما كالحديث مع شخص آخر أو الانشغال بالمأكولات أو المشروبات أو غير ذلك.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

(٢١)

نموذج رسالة هاتفية

إلى :..... الساعة : ..... ص/ م

التاريخ : ..../ ..../ .....

عندما كنتم خارج الغرفة اتصل

السيد/ السيدة : .....

من : .....

و رقم هاتفه : .....

اتصل بكم		يرجو الاتصال	
يرغب في مقابلتكم		اتصل لأمر مهم	
سيعاود الاتصال بكم			

نص الرسالة:

.....

.....

.....

توقيع مستلم الرسالة :.....

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

أسئلة الوحدة الثالثة

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

١) ( ) أسلوب الاتصال يعني الكيفية أو الطريقة التي يتم بواسطتها الاتصال.

٢) ( ) الاتصال الهاتفي الذي يعتمد فيه كل من المرسل أو المستقبل على الورقة و القلم.

٣) ( ) الاتصال إلى أعلى و هو يكون من مستوى إداري عالٍ إلى مستوى إداري أقل.

٤) ( ) رسائل التعزيز هي الرسائل الملحقة لرسائل سابقة للتأكيد على موضوع سبق و أن تم الاتفاق بشأنه

٥) ( ) الاتصال التصويري هو الاتصال الذي يتم من خلال مشاهدة الصور، أو المجسمات، أو الخرائط، أو الأفلام الصامتة.

السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- آثار عملية الاتصال :

أ- .....

ب- .....

ت- .....

٢- عَرفت منظمة تدريب المشرفين الأمريكيين عملية الاتصال بأنها تبادل..... و ..... من أجل إحداث ..... و ..... متبادلة.

٣- من آداب التحدث بالهاتف اترك إنهاء المكالمة لـ .....

السؤال الثالث: اختر الإجابة الصحيحة ما بين الأقواس ؟

١. يقصد بالاتصال (غير اللفظي – اللفظي – الهاتفي) كافة الرسائل أو المعاني التي يتم نقلها وتبادلها بدون استخدام الألفاظ و هو ما يطلق عليه عادة باللغة الصامتة.

٢. (الاتصال الكتابي – الاتصال الهاتفي – الاتصال الشفهي) و يعتمد هذا النوع من الاتصال على حاسة الإبصار، القدرة على القراءة.

٣. من مزايا الاتصال (الرسمي – غير الرسمي) أنه يعد مجالا للتنفيس و التخلص من التوتر الانفعالي و الضغط النفسي.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

السؤال الرابع :أجب عما يلي؟

١- ما عناصر عملية الاتصال؟

٢- ما معوقات عملية الاتصال ؟

٣- ما مبادئ استخدام الهاتف ؟

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

إجابة أسئلة الوحدة الثالثة

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

١) (صح) أسلوب الاتصال يعني الكيفية أو الطريقة التي يتم بواسطتها الاتصال.

٢) (خطأ) الاتصال الهاتفي الذي يعتمد فيه كل من المرسل أو المستقبل على الورقة و القلم.

٣) (خطأ) الاتصال إلى أعلى و هو يكون من مستوى إداري عالٍ إلى مستوى إداري أقل.

٤) (صح) رسائل التعزيز هي الرسائل الملحقة لرسائل سابقة للتأكيد على موضوع سبق و أن تم الاتفاق بشأنه.

٥) (صح) الاتصال التصويري هو الاتصال الذي يتم من خلال مشاهدة الصور، أو المجسمات، أو الخرائط، أو الأفلام الصامتة.

السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- آثار عملية الاتصال:

أ- الأثر المعرفي.

ب- الأثر العاطفي.

ت- الأثر الإدراكي الحركي .

٢- عرفت منظمة تدريب المشرفين الأمريكيين عملية الاتصال بأنها تبادل المعلومات و الآراء من أجل إحداث تفاهم و ثقة متبادلة.

٣- من آداب التحدث بالهاتف اترك إنهاء المكالمة **للمتصل.**

السؤال الثالث: اختر الإجابة الصحيحة ما بين الأقواس ؟

١- يقصد بالاتصال (غير اللفظي – اللفظي – الهاتفي) كافة الرسائل أو المعاني التي يتم نقلها و تبادلها بدون استخدام الألفاظ و هو ما يطلق عليه عادة باللغة الصامتة.

٢- (الاتصال الكتابي – الاتصال الهاتفي–الاتصال الشفهي) و يعتمد هذا النوع من الاتصال على حاسة الإبصار، القدرة على القراءة.

٣- من مزايا الاتصال (الرسمي – غير الرسمي) تعتبر مجالا للتنفيس و التخلص من التوتر الانفعالي والضغط النفسي.

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

السؤال الرابع :أجب عما يلي؟

١- عناصر عملية الاتصال:

١- المصدر(المرسل).

٢- المستقبل.

٣- الوسيلة (قناة الاتصال).

٤- الرسالة.

٥- الأثر الاتصالي .

٦- المعلومات المرتدة من المستقبل (التغذية المرتدة) .

٧- بيئة الاتصال.

٢- معوقات عملية الاتصال:

١- الفروق الفردية : إن إيصال رسالة معينة إلى شخص ما تتطلب من المرسل أن يكون على بينة من ظروف هذا الشخص و استعداداته و قدراته و ميوله و اتجاهاته حتى تكيف الرسالة بالطريقة التي تؤدي إلى استجابة ناجحة لها. و إيصال نفس الرسالة إلى شخص آخر تتطلب دراسة مماثلة و قد تؤدي إلى استخدام الطريقة التي نجحت مع الشخص الأول.فهناك اختلافات و فروق فردية شاسعة ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار. و يجب أيضا مراعاة التوقيت الزمني للرسالة لكل شخص مستقبل لها.

٢- الفروق الجماعية: و كما أن هناك فروقا بين الأفراد فإنه توجد أيضاً فروق بين الجماعات. ففي كثير من الوزارات و المصالح و المؤسسات نجد جماعات مختلفة أو كما يسمون أنفسهم أحياناً معسكرات أو (شلل) أو طوائف أو غير ذلك و أساس تكوين هذه الجماعات أيضاً يختلف فقد يكون الأساس هو المؤهلات و أحياناً المناطق الجغرافية التي ينتمون إليها و أحياناً المستوى الوظيفي.

لذلك ينبغي أن تأخذ الإدارة في اعتبارها عند تصميم الاتصالات مثل هذه التميزيات و ألا تقلل من شأنها.

٣- تعدد المستويات بين المرسل و المستقبل: إذا رغب الشخص (س) في إيصال رسالته إلى الشخص (ص) فإن الرسالة تمر أولاً على (أ) ثم على (ب) ثم على (ج) الخ.. فتفهم الرسالة عند الشخص (أ) بكيفية معينة و يعلق عليها قبل تحويلها إلى (ب) و هنا قد يكتفي (ب) بقراءة التعليق أو قد يقرأ

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الموضوع من أوله و تحدث تأشيرة أخرى و هكذا ... حتى تصل في نهاية الأمر و قد تشوهت معالمها وخرجت عن المطلوب منها.

٤- الحالة النفسية للمستقبل: يتأثر المستقبل بما يسمعه تبعاً لحالته النفسية،فإذا كان يشعر بارتياح فإنه يفسر ما يستمع إليه بكيفية تختلف عما إذا كان يشعر بالضيق أو الخوف أو القلق فالمستقبل يفسر ما يستمع إليه نظرة موضوعية مما يشكل صعوبة كبرى في الاتصالات.

٥- عدم يحدد هدف الرسالة بدقة ووضوح (كتوضيح معلومة ، تصحيح مفاهيم خاطئة ، نقل معلومة أو فكرة أو إقناع)

٦- العوامل المشتتة للانتباه كأن تحاول فعل شيء آخر أو يجذب انتباهك شخص ما.

٧- النواحي اللغوية مثل استخدام المصطلحات الخاصة بمهنة أو حرفة ما أو تخصص معين أو الاختصارات أو الرموز أو نطق الكلمات نطقاً غير سليم أو استخدام لكنة أو لهجة غير مألوفة ،فكل هذه النواحي يمكن أن تؤدى إلى سوء الفهم.

٨- اختلاف العادات و التقاليد بين المرسل و المستقبل.

٩- اختلاف الإدراك لكل شخص.

١٠- مقدار درجة الثقة في المرسل و الخبرات.

١١- استخدام الكثير من الألفاظ التي تحمل أكثر من معنى.

١٢- اختلاف اللغات و اللهجات و الثقافات.

١٣- اختلاف الجنس و التركيبة العمرية.

١٤- سوء أو ضعف وسائل الاتصال.

١٥- التشويش الذي يمكن أن يحدث نتيجة سوء ظروف بيئة الاتصال، والتي قد تأتي عن مؤثرات بيئية كالأصوات و المسافة.

١٦- سوء اختيار وسيلة الاتصال الملائمة لموضوع الرسالة.

١٧- مرور المعلومات بسلسة من المستويات الإدارية المختلفة يجعل الرسالة عرضة للتحريف عند صعودها أو هبوطها.ين.

١٨- عدم الثقة و الخوف بين الرئيس و المرؤوس يزيد من درجة الصعوبة في الاتصال سواء في حالة إرسالها أو فهمها من قبل المرؤوسين.

١٩- تعرض بعض أجزاء الرسالة للحذف أو الاختصار من قبل أحد المسئولين عن الرسالة قد يؤدي إلى صعوبة فهم الرسالة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٢٠- عدم القدرة على صياغة الأفكار و المعاني بشكل جيد.

٢١- ضعف الإصغاء فبعض الأفراد لا يصغون بشكل جيد على الرغم من محاولته التظاهر بالانتباه إلا أن تفكيرهم بعيد كل البعد عن مجرى الحديث.

٣- **مبادئ استخدام الهاتف:**

١- الهدف من المكالمة التي تجريها أو تستقبلها أثناء العمل بشكل مناسب و بأقل تكلفة و أفضل أداء .

٢- العمل على أن تكون المكالمة في أقل وقت ممكن لتخفيض التكاليف بشرط أداء الرسالة كاملة.

٣- الاحتفاظ بدليل يتضمن كافة أرقام الأشخاص و الهيئات التي يتم طلبها دائماً أو المحتمل طلبها و وسهولة استرجاع هذه الأرقام بسهولة و يسر.

٤- عدم مغادرة محل عملك أثناء العمل اليومي إلا بعد تكليف زميل آخر بالرد على المكالمات وإخباره بمكان تواجدك ووقت عودتك حتى يتصرف في المكالمات بفعالية.

٥- محاولة إنهاء المكالمات التي تطول و تلك التي تخرج عن نطاق العمل بطريقة دبلوماسية هادئة.

٦- التأكد من عدم وجود أي مصدر للإزعاج أو التشويش بجوار الهاتف الذي يتم التحدث منه للحفاظ على الوقت المستخدم في الاتصال.

٧- العمل بقدر الإمكان على إجابة طلب المتصلين في ضوء القواعد و التعليمات لمنع تكرار اتصالهم.

٨- التعامل مع كافة المكالمات الواردة و الصادرة باهتمام واضح يشعر به الطرف الآخر .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

خدمة الطعام "الضيافة"

مهارات التفاوض

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الجدارة:

القدرة على معرفة طرق و أهداف التفاوض و سمات المفاوض الجيد و طرق و مهارات التعامل مع الضيوف و كيفية الوصول للحل.

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة تكون لدى المتدرب القدرة على أن:

١- يعرف المقصود من التفاوض.
٢- يحدد طرق التفاوض الناجحة.
٣- يتقن مهارات المفاوض الجيد.
٤- يتقن أهداف التفاوض.
٥- يتقن طرق و مهارات التعامل مع شكاوى الضيوف.
٦- يتعرف على المبادئ الفعالة في عملية التفاوض الناجحة.

مستوى الأداء المطلوب:

أن يصل المتدرب إلى إتقان هذه الجدارة بنسبة ٩٠٪.

الوقت المتوقع للتدريب:

٨ ساعة.

الوسائل المساعدة:

١- استخدام الأسئلة و إجابتها النموذجية نهاية الوحدة.
٢- التدريب على دراسة بعض الحالات داخل القاعة التدريبية.
٣- تمثيل الأدوار بين مفاوض و عميل.
٤- بعض العروض المتقدمة (Power Point).

متطلبات الجدارة:

إتقان مهارات التفاوض الناجحة و مهارات التعامل مع شكوى الضيوف.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

مقدمة :

يُعد التفاوض علماً قائماً بذاته رغم ما تربطه بالعلوم الاجتماعية الأخرى من علاقات وطيدة والتي تقوم على البناء والتفاعل ، وقد أصبح التفاوض ضرورة حتمية في شتى مناحي الحياة ، سواء بين الأفراد أو بين الدول وبين الشعوب.إنك لتجد التفاوض بشكل دائم في حياتك اليومية إما بما تُشاهده أو بما تَسمعه أو بما تفعله، فالأمم والحكومات تتفاوض والأفراد يتفاوضون من خلال علاقاتهم الشخصية أو من خلال تنظيماتهم، أو من خلال النقابات العمالية ، والتجار والمقاولون يتفاوضون ، عملاء التسويق والمبيعات يتفاوضون ، إن الأزواج يتفاوضون حول الأمور المنزلية ، والآباء يتفاوضون مع أبنائهم حول الأمور الدراسية وتتفاوض الدول للحد من الأسلحة النووية والمرشح يتفاوض مع ناخبيه. إذاً فإن التفاوض أمر حتمي ولعله المخرج أو المنفذ الوحيد لمعالجة قضية ما و/أو الوصول إلى اتفاق ما . إن التعامل مع الآخرين مهارة يحتاجها جميع الأفراد العاملين في جميع المنظمات وخصوصاً المنظمات الخدمية(بما فيها الفنادق) ،ويتم ذلك من خلال التفاوض الذي يحتاجه جميع الأفراد في جميع المجالات .

مهارات التفاوض

تعريف التفـاوض : (Negotiation)

تعددت تعريفات عملية التفاوض، و بشكل عام فإن عملية التفاوض هي أحد مظاهر التفاعل بين الناس وتتأثر بالاتجاهات و العواطف و المشاعر و ليس بالحقائق فقط. و نذكر من التعريفات التالي :

- مباحثات تتم بين طرفين أو أكثر، ينظر كل منهما إلى الآخر على أنه متحكم في مصادر إشباعه، ويهدفان إلى الاتفاق بغية تغيير الوضع الحالي.
- تفاعل مقصود بين طرفين اجتماعين يحاولان يحدد أو إعادة يحدد علاقاتهما وأواصرهما المتبادلة.
- عملية تجري بين متفاوضين أو أكثر وتأخذ شكلاً رسمياً بهدف التوصل إلى اتفاق معين حول قضية تثير الجدل والنزاع.
- فالتفاوض هو تشاور ومناقشة وتواصل بين طرفين أو أكثر لإقناع أحدهم الآخر بقرار معين أو وجهة نظر معينة حولها اختلاف في وجهات النظر بين الطرفين.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- التفاوض هو عملية اتصال ديناميكية (تفاعلية) بين طرَفيْن أو أكثر يناقشون خلالها الخيارات الممكِنة للتوصُّل إلى اتفاق يُرضيهم جميعاً.

- موقف يتبارى فيه تعبيرياً طرفان أو أكثر من خلال مجموعة من العمليات لا تخضع لشروط محددة سلفاً حول موضوع من الموضوعات المشتركة، يتم في هذه المبادرة عرض مطالب كل طرف وتبادل الآراء، وتقريب وجهات النظر، ومواءمة الحلول المقترحة، وتكييف الاتفاق واللجوء إلى كافة أساليب الإقناع المتاحة لكل طرف لإجبار الطرف الآخر على القبول بما يقدمه من حلول أو اقتراحات، تنتهي باتفاق يتبادل بموجبه الأطراف المواد المطلوبة، ويكون ملزماً تجاه أنفسهم وتجاه الغير.

- التفاوض هو عملية اتصال بين شخصين أو أكثر يدرسون فيها البدائل للتوصل لحلول مقبولة لديهم أو بلوغ أهداف مرضية لهم.



أهداف التفاوض:

أ- الوصول لاتفاق يرضى عنه طرفا التفاوض.

ب- تحسين التعاون و تحسين فاعلية الاعتمادية بين المتفاوضين و عدم الإضرار بالحد الأدنى من ذلك التعاون.

ت - القيام بعمل محدد يتفق عليه جميع أطراف التفاوض.

ث - الامتناع عن القيام بأي أعمال تم الاتفاق عليها مسبقاً خلال عملية التفاوض.

ج - إبراز عملية التفاوض كأساس للعلاقات الاجتماعية لتقوية الروابط داخل المجتمع.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

محددات التفاوض (Negotiation Determinants)

يجب أن تتوفر عدة شروط أساسية للفرد المتفاوض قبل الشروع في العملية التفاوضية حتى يمكن تعضيد فرص النجاح فيها وهذه الشروط هي عبارة عن محددات للعمل التفاوضي وأهم **هذه المحددات ما يلي:**

١ : القوه التفاوضية

٢ : المعلومات التفاوضية

٣ : القدرة التفاوضية.

٤ : الرغبة المشتركة.

٥ : المناخ المحيط.

أولا : القوه التفاوضية :

تُعد القوة التفاوضية أولى محددات عملية التفاوض هذا وترتبط القوة التفاوضية بعدة جوانب أهمها حدود السلطة والتفويض الذي تم منحه للفرد المفاوض وإطار الحركة المسموح له بالسير فيه وعدم تعديه أو اختراقه فيها يتصل بالموضوع أو القضية التي يتم التفاوض بشأنها سواء كان المفاوض فرداً أو مجموعة من الأفراد .

ثانيا : المعلومات التفاوضية :

تُعد المعلومات التفاوضية من أهم محددات عمليه التفاوض حيث إن أية عملية تفاوض ناجحة لا تتم في إطار من عدم المعرفة وعدم توافر المعلومات الكافية حيث ان العملية التفاوضية الناجحة توفر كم مناسب من المعلومات عن الموضوع محور التفاوض أو عن الطرف الآخر الذي يتم التفاوض معه والقوى التي تسانده والمناخ الذي تسير فيه العملية التفاوضية .

ثالثا : القدرة التفاوضية :

ويتعلق موضوع القدرة التفاوضية كمحدد لعملية التفاوض بأعضاء فريق التفاوض ومدى البراعة والمهارة والكفاءة التي يتمتع بها أفراد هذا الفريق ويتوقف على ذلك النتيجة التي يتم التوصل إليها من العملة التفاوضية من ثم من الضروري الاهتمام بالقدرة التفاوضية لفريق التفاوض.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

رابعا: الرغبة المشتركة:

وتعني هنا ضرورة توفير رغبة حقيقية مشتركة لدى أطراف التفاوض لحل مشاكلهم من خلال عملية التفاوض واقتناع كل طرف منهم بأن التفاوض هو الوسيلة الوحيدة لحل مشاكلهم وأن أي سبيل آخر سوف يكون مرهقاً وباهظ التكلفة إلى درجه لا يمكن تحملها.

خامسا: المناخ المحيط:

من الأهم بمكان العمل على توفير المناخ للبدء بعملية التفاوض أو المضي قدر ما نستطيع في سبيل حلها أو الوصول إلى نقاط اتفاق بشأنها تمهيداً لإقامة العلاقة أو توصيل الهدف المنشود المطلوب تحقيقه والوصول إليه من عملية التفاوض.

مبادئ الفعالية في عملية التفاوض :

تعتمد فعالية عملية التفاوض ونجاحها على مجموعه متنوعة من المبادئ المهمة والتي يجب أن يلم بها المفاوضون ومن تلك المبادئ ما يلي :

١) الاستعداد الدائم للتفاوض:

ويعتمد ذلك على الحَفز الدائم لقدرات المفاوض والتنمية المستمرة لكل مواهبه ليكون يقظاً ومستعداً لما يكن أن يقوم به الطرف الآخر في عملية التفاوض.

٢) لا تفاوض دون استعداد :

فإذا لم يكن المفاوض مستعداً ومؤهلاً لعملية التفاوض فعليه ألا يعلن ذلك وإلا استطاع الطرف الآخر النيل منه والفوز عليه ولكن عليك هنا اللجوء لعملية تأجيل إجراء المفاوضات بشتى السبل حتى تستكمل كافة استعداداتك.

٣) التحلي بالثبات الدائم وهدوء الأعصاب :

فالمفاوض الناجح يجب عليه أن يتحلى بهدوء الأعصاب وأن يكون بعيداً جداً عن الانفعالات حتى يتوفر التوافق النفسي والاتزان العاطفي.

٤) التقدير السليم لحجم الخصم وعدم الاستهانة به :

تجب معاملة الطرف الآخر في عمليه التفاوض دون استهانة وتقدير الحجم السليم لقوته وعدم التقليل من شأنه وإشعاره أنه موضع تقدير واحترام.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٥) تجنب التسرع في إصدار القرارات :

من الضروري عدم تسرع المفاوض في إصدار القرارات سواء برفض أو قبول أية مبادرة أو اقتراح يقدمه له الطرف الآخر بل يجب أن يخضع ذلك لدراسة تحليليه متعمقة وعلى ضوء ذلك يحدد بنية اتخاذ القرار الواجب إصداره.

٦) إجادة فن الاستماع:

فعلى المفاوض أن يستمع أكثر من أن يتكلم والإنصات والترقب لعله يحصل من الطرف الآخر على كافة البيانات والمعلومات التي يرغبها هذا بالإضافة إلى فهم طبيعة أهداف الطرف الآخر بوضوح وتحديد أسلوب الرد علية بكفاءة وفعالية.

٧) الإيمان بصدق وعدالة الهدف من التفاوض:

حيث نجد أن من الأهمية بمكان أن يكون المفاوض مؤمناً بعدالة وصدق ما ينبغي تنبية كأهداف تفاوضية يرغب الوصول إليها.

٨) الحذر والحرص:

حيث يجدر بالمفاوض ألا يُعلن عن أوراقه التي يلعب بها في عملية التفاوض بل يخرج منها ما تقتضيه الحاجة الملحة فقط وحسب مقتضيات ظروف الموقف التفاوضي والعوامل التي تؤثر فيه.

٩) الاعتماد على الوقائع والحقائق :

وتعني بذلك أن يبقي المفاوض تحليلاته ومن ثم قراراته على الوقائع والأحداث الحقيقية مما يستدعي معه تفهم المواقف التفاوضية المختلفة للطرف الآخر وعدم الاستناد إلى التمنيات أو التطورات غير الواقعة.

١٠) التفاوض من مركز القوة :

وبعد ذلك من أهم مبادئ عملية التفاوض فعلى المفاوض أن يُحول كافة نقاط التفاوض إلى عناصر قوة بالنسبة له.

١١) إيمان المفاوض بآرائه و اقتناعه بها :

فيجب على المفاوض الاقتناع بآرائه قبل إقناع الآخرين بها حيث إن ذلك يمده بالقوة في مواجهة الطرف الآخر و زيادة قدرته الإقناعيه.

١٢) تهيئة الطرف الآخر و إعداده نفسياً لتقبل الاقتناع بالرأي :

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

و يعتمد ذلك المبدأ على قدرات المفاوض المالية و تمتعه بالمهارات الأساسية لنجاح عملية التفاوض و توفر القدرة لديه على الاستفادة من مهاراته في مواجهة المواقف المتغيرة لعملية التفاوض مما يساعده في النهاية على تهيئة الطرف الآخر نفسياً لتقبل الاقتناع بالرأي.

١٣) البشاشة و هدوء الأعصاب :

فالمفاوض الناجح يجب أن يتحلى بهدوء الأعصاب و أن يكون بشوشاً و يعمل على تجنب الانفعالات والمجادلات و اتباع أسلوب النقاش بهدوء كلما أمكن ذلك و بالتالي فعلى المفاوض أن يتفاءل دائماً ويقابل الثورات العارمة و الانتقادات التي قد يواجهها من الطرف الآخر برباطة جأش و هدوء و عقلانية.

١٤) التجديد المستمر:

فعلى المفاوض أن يجدد باستمرار في طرق و أساليب تناول موضوعات التفاوض و في أسلوب عمل الفريق التفاوضي الذي ينتمي إليه و يساعد ذلك في كسب المواقف التفاوضية و تجنب الملل و الرتابة في سير المفاوضات.

١٥) تجنب المبادرة بالاستفزاز و الكراهية :

فيجب على المفاوض تجنب البدء في الحوار التفاوضي بجملة استفزازية أو بنظرة عدوانية أو بحركة تعبر عن الكراهية و التحدي و العدوان حيث إن التفاوض ما هو إلا حوار فكري جاد.

١٦) المظهر اللائق للمفاوض:

يجب أن يتحلى المفاوض بالمظهر الأنيق المتناسق الوقور المحترم في جميع عمليات التفاوض و في كافة جلساته الرسمية.

١٧) الكشف عن حقائق الأمور :

حيث يجب على المفاوض ألا ينخدع بظاهر الأمور و الاحتياط دائماً من محاولات الطرف الآخر و اللجوء لإستراتيجية الخداع و بالتالي يجب على المفاوض توخي الحذر و عدم الاندفاع العاطفي و العمل على كشف ما يخفيه الطرف الآخر.

١٨) انتهاز الفرص:

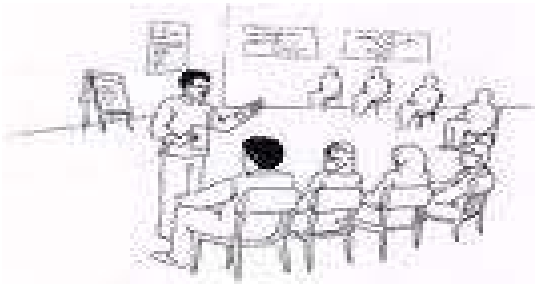
فالأفضل أن يحاول المفاوض تغيير أسلوب العمل إذا ما ظهرت أية فرص أفضل و أن يكون العمل الحالي على ضوء الظروف الجديدة و الفرص المترتبة عليها.

١٩) القدرة على طرح الأسئلة و أيضاً الإجابة:

حيث تتوقف فعالية المفاوض الناجحة على درجة طرح الأسئلة المناسبة داخل عملية التفاوض.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

إستراتيجيات التفاوض : (Negotiation Strategies)



تُعرف استراتيجيات التفاوض على أنها "الخطة الرئيسية التي يضعها المفاوضون لخط سير المفاوضات"، و أيضا تُعرف بأنها "الإطار العام الذي يحكم السلوك التفاوضي وعادة ما تركز على أهداف بعيدة المدى ، وتشمل الأهداف التي يبغي المفاوضون تحقيقها من عملية التفاوض". وتبنى الإستراتيجية التي يحددها فريق المفاوضات على نظرية الحاجات والضغوط الشخصية وضغوط المصلحة العامة، ولهذا فإن إستراتيجية التفاوض ويقصد بها بالتحديد العملية التي تحقق مصالح أطرف المفاوضات. وعادة ما تكون إستراتجية المفاوض الذي تنقصه الخبرة محدودة جداً غير منتجة وغالباً تفشل هذه الإستراتجية في تحقيق الأهداف التي يبتغيها هذا المفاوض. أما المفاوض المحنك ذو الخبرة فإنه لا يدخل إلى مائدة التفاوض إلا إذا أعد لنفسه خطة أساسية في تحركه وهناك أنواع عديدة من الاستراتيجيات نذكر منها الآتي :

- التسويف Forbearance
- المفاجأة Surprise
- الأمر الواقع Fait accompli
- الانسحاب بهدوء Bland withdrawal
- الانسحاب الظاهري Apparent Withdrawal
- الكر و الفر(التحول) Reversal
- نهاية المطاف Limits
- الخداع Feinting

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

وفيما يلي شرح كل نوع مع بعض الأمثلة لتوضيح كل نوع من هذه الاستراتجيات

(١) التسويف أو الصمت المؤقت : Forbearance

بالصبر تبلغ ما تريد ، عندما تتوقف أو تمتنع عن الرد الفوري أو تؤجل الإجابة على سؤال من الأسئلة بتغيير مجرى الحديث أو المبادرة بسؤال مضاد فإنك بذلك تستفيد من الوقت لتقرر ما يجب أن تفعله أو أنك تستخدم استراتجيه التسويف مما يعني إعطاء رجالك فرصة للتفكير ودراسة مغزى سؤال الخصم وما ينطوي عليه من أهداف بالنسبة له.

ومما لا شك فيه أن ذلك يعطي وقتاً للطرف الآخر للتفكير أيضا ولتعديل أهدافه وترسيخ استنتاجاته وتحركاته التالية بعد أن يتلقى منك الإجابة .

وهذه الإستراتجية تعتبر ضرورية للتفاوض وذات أهمية بالغة فهي تمنح المفاوض الذي يتبعها فسحة من الوقت ليدرس الأمور ويقيس عباراته بالمقياس الصحيح.

ومن المهم أن تعرف متى تتوقف فالبائع يجب أن يتوقف عن الكلام والمفاوض الماهر يجب أن يسمع ويسمع ولا يتكلم إلا بعد أن يضطره الموقف لذلك كما أن المفاوض الذي يبادر بالانصياع لطلبات خصمه وتقديم التنازلات فإن الخصم سيبادره باستمرار طلب المزيد من التنازلات .

(٢) المفاجـــأة : Surprise

تتضمن هذه الإستراتجية تحركاً مفاجئاً في الأسلوب أو النقاش أو في الاقتراب ، وغالباً ما يكون التغير هنا عميقاً ومفاجئاً بالرغم من أن التغيير لم يكن مطلوباً بهذه الصورة وقد يكون التغير مصحوباً بعلامة مميزة مثل ارتفاع في الصوت أو تغير في الأداء أو استخدام العنف أو التراجع في الاتجاه المضاد تماماً.

وقد يؤدي عنصر المفاجأة إلى نجاح عملية المفاوضات والحصول على النتائج المطلوبة وقد يؤدي إلى رد فعل خطير في عملية التفاوض (فكن حذراً).

وقد تلاحظ أثناء المفاوضات أن أحد الأطراف فقد توازنه وبدأ يتصرف بطريقة غير معقولة وهنا ندرك أنه تكتيك المفاجأة.

(٣) الأمر الواقع: Fait accompli

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تستخدم هذه الإستراتيجية عندما يكون هناك شك في الوصول إلى إمكانية الاتفاق على عمل محدد أو نتيجة محددة يمكن وضعها في صيغتها النهائية قبل البدء، وما من شك في أن هذه الإستراتيجية تحفها العديد من المخاطر وتحتاج إلى توافر عدة عناصر لابد أن يتأكد صاحب هذه الإستراتيجية من وجودها فعلاً مثل:

☒ احتمالات عالية لقبول الطرف المعارض للنتيجة في نهاية المطاف .

مثال لذلك

اختصام طرفين على قضية ما ولجوئهما إلى المحكمة للفصل في هذه الخصومة.. و بعد أن تم النظر في القضية تشعبت أبعادها ودخلت في مراحل متعددة ولاحظ الطرف المتشدد أن استمرار القضية سيكلفه الكثير للحصول على ما يريد بالضبط مع وجود عنصر المخاطرة الأمر الذي سيجعله يغير من موقفة ويحاول أن يتلاقى مع خصمه بعد أن يحصل منه على أية مميزات ولو جزئية ويوفر بذلك تكاليف القضاء ويريح نفسه من المخاطرة ومشاكل الاستمرار في المقاضاة

☒ الخسارة التي يتكبدها الطرف المعارض في استمرار المعارضة تفوق من الناحية المادية والمعنوية الخسارة التي تحدث من نتيجة تقبله الأمر الواقع.

☒ أن يتأكد صاحب الإستراتيجية أن النتائج الأولى لتنفيذها تنطوي على عوامل جذب ومحفزات للطرف المعارض تجعله يخفف من معارضته. وأن تكون هذه النتائج سريعة الحدوث ولو بصورة جزئية لكسب التأييد.

(٤) الانسحاب الهادئ: Bland withdrawal

تعتمد هذه الإستراتجية على استعداد المفاوض لكي ينسحب ويتنازل عن رأيه للطرف الآخر بعد أن يكون قد حصل على بعض المميزات مهما كانت، أي إنقاذه ويحل المشكلة عن طريق كلمة اعتذار عما فات مبدياً استعداده لموافقة الطرف الآخر بعد ذلك.

(٥) الانسحاب الظاهري: Apparent Withdrawal

تستخدم هذه الإستراتيجية عندما يكون أحد الأطراف وجوده ضرورياً لتنفيذ الصفقة وإنما مازال في قدرته التحكم في الموقف، ولكنه يريد أن يحصل على القدر الأكبر من المميزات من هذا الموقف فيعلن انسحابه في اللحظة الحاسمة وهو يعلم تماماً أن الصفقة لا رجعة فيها فيحصل بذلك على التنازلات من خصومه ، إنها مزيج من إستراتيجية التسويف والخداع، إنها

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

إستراتيجية يمكن أن تتبع في المفاوضات ولكنها ليست شيئاً محبذاً وتحاربها القوانين العامة في الدولة وتحاول أن تضع الضمانات لتمنع حدوثها بقدر المستطاع.

(٦) استراتيجية الكر والفر " أو التحول ": Reversal

تعني هذه الإستراتيجية استعداد المفاوض أن يحول مواقفه وبغيرها من الأمام إلى الخلف طبقاً لموقف التفاوض وهي مبينة على المثل الانجليزي الشهير الذي يقول (Strike hard while it is hot) وهي مأخوذة من النصيحة التي يوجهها رئيس الحدادين لمساعديه الذين يضربون بالمطارق على قطعة الحديد بعد خروجها من النار وهي متوهجة بأن يشددوا ضرباتهم في اللحظات الأولى لخروجها لأنها تكون أكثر مقاومة وبذلك يزيد تأثير الضرب في هذه اللحظات عنه بعد أن تبرد قليلاً وتزداد مقاومتها بضربات المطارق. تعنى هذه الإستراتيجية في ظل هذا المفهوم أن المفاوض يسعد بأن يكر ويفر. يزيد وينقص ،يقدم العروض ويسحبها في نفس الجلسة طالما أن ذلك يحقق له مميزات بشرط ألا يكون التفاوض قد وصل إلى نهايته ، فإن المفاوض يضع شركته أو مصلحة المنظمة التي فوضته للتحدث باسمها فوق أية اعتبارات شخصية .

(٧) استراتيجية القيود (نهاية المطاف): Limits

يدخل بعض المفاوضين عمليات التفاوض متبنين إستراتيجية تعرف باسم إستراتيجية القيود وهي أن يضع قيداً على الوقت أو على الاتصال.

مثلاً:

التاجر يبيع للمشتري ويقول له لو أعلنت هذا السعر لأحد لن أكمل معك الصفقة أو لن أبيع لك بعد ذلك و أنت كطرف في المفاوضة لست مطالباً بالالتزام بهذه القيود إلا إذا وافقت عليها من جانبك. ولكن يمكن أن تستمر في عملية المفاوضة حتى ولو تجاوزت الوقت لمجرد أن خصمك طلب منك أن يستمر.

والمثال الواضح لك هو فترة صلاحية العروض فهي عبارة عن قيد زمني يضعه المورد على المشترين لدفعهم إلى سرعة اتخاذ القرار، ولكن المشتري غالباً ما يتجاهل هذا القيد ويستمر في عمليات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

المفاوضة وكل ما يطلبه الأمر بأن يطلب من المورد أن يمد المهلة رسمياً حتى لا يكون له ذريعة لاستخدام إستراتيجية التحول إذا رأى أن الموقف يستدعي منه ذلك .

ومن الممكن أن تنطوي إستراتيجية القيود على نوع من الخداع المتعمد ، فقد يريد المفاوض أن يخدع خصمه في عملية كبرى تكون فيها القيود شيئاً حاسماً فيستخدم استراتيجية القيود في بعض العمليات البسيطة بغرض التمويه حتى يأتي الموقف الحاسم .

إن إستراتيجية القيود هذه شيء يضعه المفاوض ليجبر خصمه على الوصول إلى قرار سريع أو للنزول إلى رغبة المفاوض وقد تستخدم للتمويه و الخداع ومن المفضل أن تدرس هذه الإستراتيجية جيداً وأن يتأثر المفاوض من توافر الجو الملائم لقبولها حتى لا تعرقل سير المفاوضات فتفشل .

(٨) الخداع : Feinting

"أعط إشارتك إلى اليسار ثم اتجه يمينا"

إنها من الاستراتيجيات الضرورية في المفاوضات المهمة فإن عمليه التفاوض هي مباراة ما بين فريقك وفريق خصمك وهي دائما من المرونة والديناميكية بحيث تتغير وتتبدل عدة مرات بدون الخروج عن الأهداف الأساسية للتفاوض.

ومن أهم المهارات التي تتطلبها عملية التفاوض هي التنبؤ بتحركات خصمك وفي ذات الوقت إخفاء تحركاتك عن خصمك لتفاجئه حتى لا يعرف نمط تحركاتك ويستعد لملاقاتك. ومن الأساليب الشائعة في ذلك أن يتعمد المفاوض تسريب بعض البيانات الخاطئة عن موقفه ليخدع الخصم. وذلك من خلال خطأ متعمد سيرتكبه أحد المفاوضين أو من خلال أوراق يلقونها في سلة المهملات على أنها مسودات لبعض تحركاتهم . ومن خلال خروج أحد أفراد الوفد معلناً بذلك وصول المفاوضات إلى قرب الطريق المسدود من وجهة نظر فريقه، كلها أنواع من الخداع الذي يحاول به المفاوضون إعطاء انطباعات خاطئة لخصومهم حتى يستطيعوا أن يكسبوا المزيد من الميزات.

وهناك قصة تعلمناها في السفر تتلخص فيها يلي:

مر اثنان من اللصوص على رجل نائم تحت شجرة وجسمه مغطى بعباءة جيدة من النوع القيم. فقرر اللصان أن يَسلباه إياها أثناء نومه ولكنما خشيا أن ينتبه الرجل إليهما أثناء السرقة فيقع المحظور. لذلك استخدما إستراتيجية الخداع بالبديهة وبمنتهى الدقة و الكفاءة في نفس الوقت.

فاقتربا من الرجل النائم وقال أحدهم للآخر:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

لقد كانت عملية السرقة التي حظينا بها اليوم صيداً ثميناً ولكن ماذا سنفعل بهذا العقد الماس الذي سرقناه من زوجة الوجيه فلان منذ ساعة، إن ثمنه يزيد على مائه ألف درهم ،لدي فكرة نضعه في هذه العلبة الخشبية الصغيرة التي معي وندفنها تحت شجرة التوت التي توجد هناك ثم نأتي باكراً ونأخذها بعد أن نكون قد دبرنا أمرنا ولكن الرجل الثاني قاطعة بسرعة بديهية و قال له "صه أيها المجنون" ألا ترى أنه يوجد رجل نائم بجوارنا يمكن أن يسمعنا ويأخذ العقد ويبلغ الشرطة عنا فقال الأول بهدوء ورزانة لا تخف إنه نائم في سبات عميق اذهب أنت و احفر تحت الشجرة التوت وادفن الصندوق أما أنا فسوف أسرق منه العباءة وبذلك نتحقق إذا كان يقظاً أو نائماً بالإضافة إلى حصولنا على هذه العباءة الجيدة إنها لا تقل عن ١٠٠٠ درهم.

ولما كان الرجل يقظاً بالفعل وسمع كل حديثهما وأكل الطعم وقال أتركهما يأخذان العباءة و آخذ أنا العقد يا لها من صفقة مائة ألف درهم مقابل ألف درهم.

وزيادة في الخداع ذهب اللص الثاني إلي الشجرة وبدأ يحفر بصوت يمكن الرجل أن يسمعه الرجل النائم، بينما قام اللص الأول بسحب العباءة ولفها و أخذاها وانصرفا.

سمات المفاوض الجيد (Features of good negotiator)

للمفاوض الجيد سمات يجب أن يمتاز بها لضمان كسب قضية التفاوض و لكن قبل الخوض في هذه السمات يجب أن نتعلم العادات العشر للشخصية الناجحة و لو أتقنها المفاوض عن ظهر قلب لنجح لكي يكون مفاوضاً جيداً **و هي كالتالي :**

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر





WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

العادة الأولى: السعي للتميز

- السعي للتميز يعني ثلاثة امور رئيسية:
  - ✓ **الإيمان:** وذلك بالمداومة على رفع مستوى الإيمان بفعل الطاعات واجتناب المنكرات والإكثار من النوافل.
  - ✓ **الاحتراف:** وذلك برفع مستوى الإنتاج والكفاءة والفعالية في عملك او مهنتك.
  - ✓ **العلاقات :** وذلك بالمداومة على رفع مستوى علاقتك الإيجابية مع الآخرين.



العادة الثانية: تحديد الأهداف

تنقسم الأهداف من حيث المصدر الى:

امثلة على كل نوع:

١. اهداف الإهية

٢. اهداف اجتماعية

٣. اهداف شخصية

اهداف إلاهية	اهداف اجتماعية	اهداف شخصية
قراءة جزء من القرآن كل يوم	تخصيص ساعتين كل يوم للجلوس مع الزوجة والأطفال	الحصول على تقييم مرتفع في العام الحالي
الدعوة الى الله	توزيع شريط او كتاب في المسجد كل شهر	تعلم ثلاث كلمات جديدة من اللغة الإنجليزية كل يوم
اداء جميع الصلوات في المسجد	اصطحاب الأصدقاء او الجيران لأداء عمرة في رمضان	ممارسة رياضة المشي لمدة نصف ساعة كل يوم

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

العادة الثالثة: ترتيب الأولويات

يجب تحديد الأولويات كما هو موضح في الجدول:

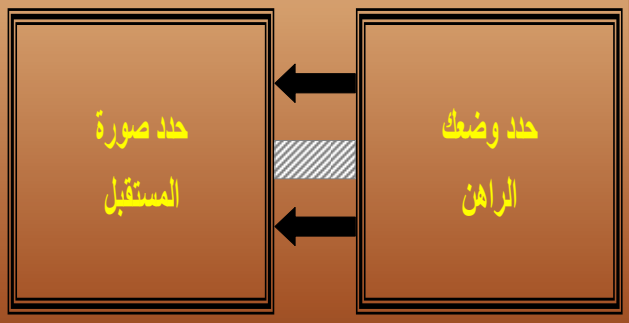
الأولية	نوع العمل		
	هام جداً	ضروري	غير ضروري
عاجل	١	٣	٥
غير عاجل	٢	٤	٦

١.الاهتمام بالمربعين الثاني والرابع لأنهما محورا النجاح ولتعرضهمالتسويف والكسل.

٢.إعطاء الاهتمام للمربعين الأول والثالث لأنها امور حتمية تفرض نفسها ولا يمكن تجنبها و وضع جدول زمني مسبق قبل حلولهاويجب بعد الانتهاء من اداءها العودة لتحقيق اهداف المربعين الثاني والرابع.

٣.تجنب الانشغال بالمربعين الخامس و السادس فكلاهما مضيعة للوقت وانحراف عن الأهداف.

العادة الرابعة: التخطيط



WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

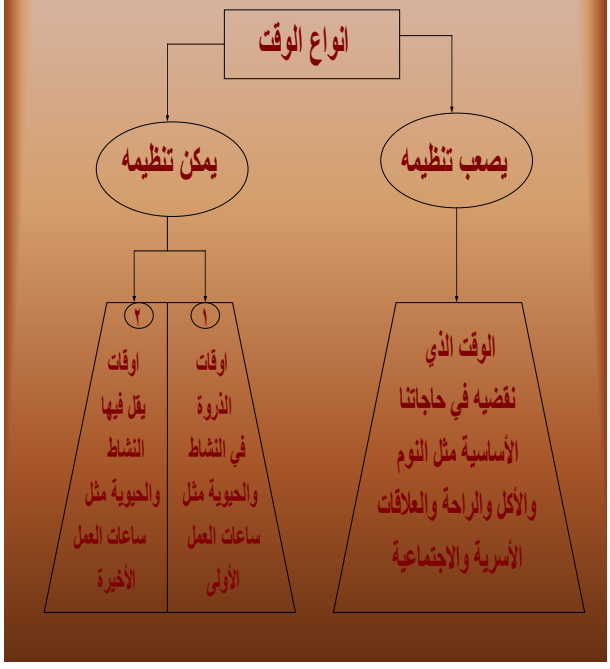
كيف تخطط ؟!

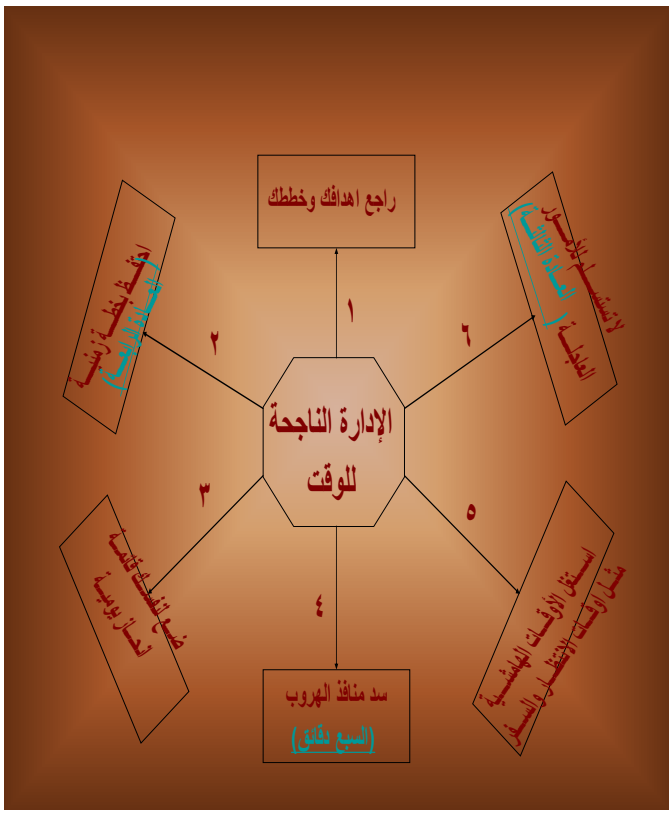
المستوى	نوع الخطه	الطريقة
الأول	مدى الحياة	وضع رسالة وغاية للحياة وذلك بوضع اهداف كبرى لتحقيقها .
الثاني	خطة من ثلاث الى خمس سنوات	تحديد هدفين او ثلاثة فقط خلال هذه السنوات منبثقة من الأهداف الكبرى.
الثالث	خطة سنوية	وضع برنامج عملي على مستوى السنة لتحقيق واحد او اكثر من الأهداف التي وضعت في المستوى الثاني.
الرابع	خطة شهرية	وضع جدول محدد وواضح وقابل للإنجاز خلال تاريخ محدد.
الخامس	خطة اسبوعية	تحديد اول يوم من كل اسبوع لدراسة الأهداف الشهرية و وضع الخطوات والآليات لتحقيقها.
السادس	خطة يومية	هي بمثابة الخلية في جسم الكائن الحي فهي وحدة التركيب لجميع الخطط وعلى قدر الفعالية من استغلالها تتحقق جميع الأهداف.

العادة الخامسة: التركيز



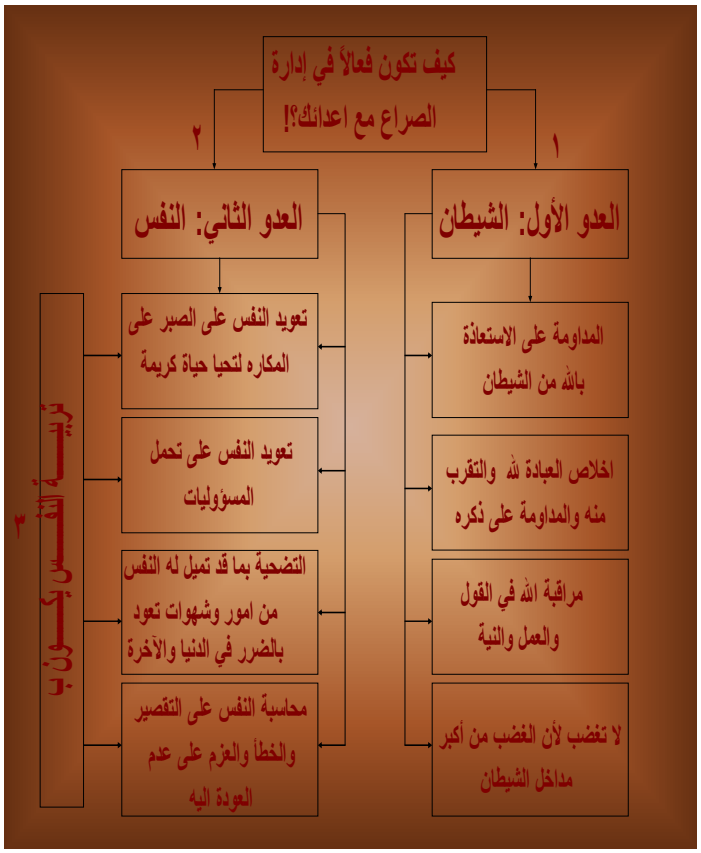
العادة السادسة: إدارة الوقت





WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر









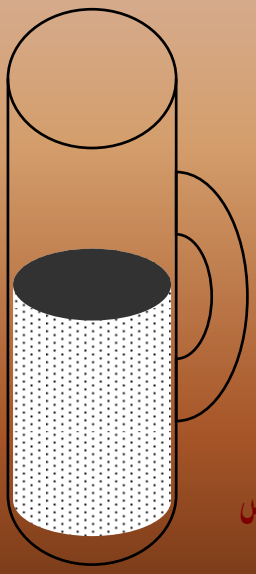
WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

بعض الخطوات التي تجعل منك متصل أفضل

- حدد الهدف من الاتصال ومدى اهميته.
- وسع دائرة التفكير لديك بزيادة المعلومات عن الموضع المراد الاتصال من اجله.
- استمع بدقة واستيعاب الى الرسالة التي ينقلها اليك الآخرون
- صمم رسالتك بما يتناسب مع الآخرين بناءً على ما يحملونه من خلفية ومعرفة.
- اطرح الأسئلة خاصة عندما تكون غير متأكد من المعنى ولا تخف من الظهور بمظهر الجاهل.
- لا تخف من قول لا اعرف او لا اعلم.
- حاول طرح افكارك في المكان والوقت المناسب.
- كن واضحاً ومحدداً في ما تتحدث عنة وتجنب العموميات والغموض في الحديث.
- لا تشغل نفسك وذهنك بأمور اخرى خارجة عن موضوع الاتصال.
- الحرص على اظهار وسائل الاتصال بالمظهر الجيد.

العادة التاسعة: التفكير الإيجابي

اذا نظرت الى هذا الكوب فكيف ستراه؟ !!!



اذا سألت الشخص الإيجابي

نفس السؤال

فسوف يقول: نصفه مليء! وهذا

يدل على الإيجابية في التفكير.

وأما الشخص السلبي فسوف يقول:

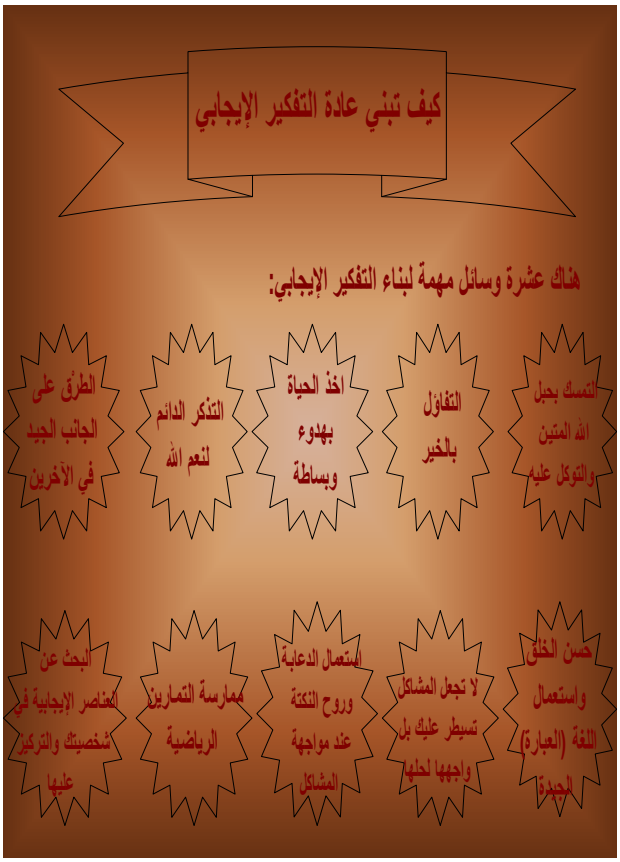
نصفه فارغ.

وهذا مفهوم رمزي للطريقة التي

ينظر بها الناس للشيء الواحد، ويعكس

ايضاً نظرة التفاؤل او التشاؤم للشخص.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر





سمات المفاوض الجيد (Features Of Good Negitiator)

إن أقصر الطرق لإقناع الآخرين هو الصدق، و يمكن أن يكون الصدق عامل حاسم في عملية الإقناع إذا كان من لتفاوض معه لديه القابلية لأن يصدقنا، و هذه العملية يمكن أن نطلق عليها لفظ المصداقية و هنا ينبغي أن يتوافر لدى المفاوض **السمات التالية:**

١) **<u>اللباقة والقدرة على الحوار</u>**.

يجب على المفاوض أن يتسم باللباقة والقدرة على الحوار ويمكن تحقيق ذلك من خلال معرفة ثقافة ونفسية الطرف الآخر ومن الأمور الواجب مراعاتها في هذا المجال:

- عدم مقاطعة الطرف الآخر.
- حسن الاستماع والإنصات .
- احترام المفاوض الآخر.
- احترام عقول الآخرين.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- ألا تُشعر الطرف الآخر بأنك من خصومه.

٢) **القدرة على الإقناع**.

تعتمد القدرة على الإقناع على المهارات السلوكية ومن أهم العوامل المؤثرة في القدرة على الإقناع:

- توافر المعلومات – حيث إن توافر المعلومات يساعد على وضع تصور للحلول الممكنة.
- التدريب - يساعد التدريب على تنمية مهارة الإقناع لدي المفاوض ومن المهم أن يكون المفاوض على درجة عالية من الإقناع وأن يشعر الطرف الآخر بأنه على حق ومن الأمور الواجب مراعاتها الصدق حيث إن الصدق هو أقصر الطرق للإقناع

٣) **القدرة على الإنصات**.

من المهم أن تتوافر القدرة على الإنصات لدي المفاوض لأن الإنصات يحقق فوائد متعددة منها التعرف على وجهة نظر الطرف الآخر واستيعاب طريقة تفكيره وإعطاء انطباع جيد لدي الطرف الآخر.

٤) **التحلي بالهدوء وضبط النفس .**

لأن الشخص الذي يتحلى بالهدوء وضبط النفس يستطيع أن يكتسب ثقة واحترام الآخرين .

٥) **الموضوعية.**

ويقصد بالموضوعية هنا عدم التحيز والإيمان بأن كل طرف له مصالح يريد تحقيقها.

٦) **القدرة على تنمية البدائل** ..

وتعني أن يكون لدى المفاوض عدة بدائل وفرص اختيار من بينها ولا يكون أسيراً لبديل واحد فقط.

٧) **الثقة بالنفس والغير** .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تساعد الثقة بالنفس على خلق جو ودي يسوده التعاون ويساهم في نجاح المفاوضات.

٨) **مهارة إدارة المعلومات.**

فخروج المعلومات من المفاوض يجب أن يكون بشكل مدروس ومحسوب وليس بشكل عشوائي.

٩) **القدرة على التجديد والابتكار.**

حيث إن اتباع المفاوض أسلوباً واحداً غير متجدد في المفاوضات يعد أمراً غير مقبول.

١٠) **القوة.**

يستمد المشتري " المفاوض " قوته عند:

- الشراء بكميات كبيرة حيث ترتفع قدرته على المساومة.
- كذلك فإن الشراء من عدة مصادر توريد يساهم في زيادة قوة المشتري.
- كذلك فإن متانة المركز المالي تؤدي إلي قوة المفاوض .

١١) **التعاون.**

من الأمور التي تساعد على نجاح التفاوض هنا التعاون مع الطرف الآخر ولكن ليس على حساب ومصلحة المنظمة.

١٢) **القدرة على إقامة علاقات طيبة من الآخرين.**

حيث إن القدرة على إقامة علاقات طيبة مع الآخرين تعتبر موهبة قد لا تتوافر لمختلف الأفراد حيث إن هناك فروقاً فردية بين الأفراد.

١٣) **القدرة على طرح بدائل تتفق مع قيم الطرف الآخر.**

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

حيث إنه إذا كان الطرف الآخر لا يقبل المساومة في الأسعار فلا يجب على المشتري أن يقوم بالمماطلة والمساومة على السعر وهنا يجب أن يحدد السعر المطلوب من البداية.

١٤) التلقائية.

ينبغي أن يتحدث المفاوض بطريقة عفوية ،بحيث يبدو للآخرين أنه يتحدث إليهم دون اصطناع الكلام ،و أنه لا يقصد من حديثه معهم الإقناع بما يرى فقط ،فكلما كان المفاوض تلقائياً في تعامله مع من يفاوضهم،كلما اكتسب ثقتهم ،ومن ثم قدرته على الإقناع.

١٥) الجاذبية.

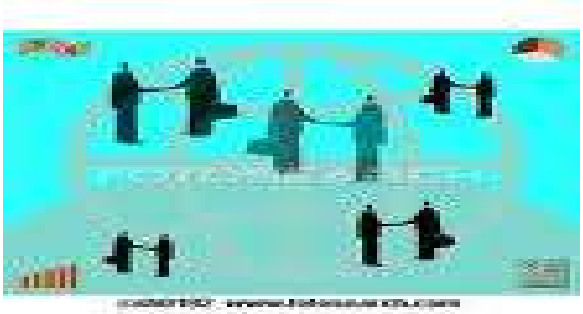
كلما كان المفاوض يتحدث مع الآخرين بطريقة جذابة، و بأسلوب شيق، كلما كان أكثر تأثيراً فيهم، وكلما كان قادراً على تغيير اتجاهاتهم و إقناعهم بما يتفاوض بشأنه.

١٦) أن تكون لدية القدرة على العرض الجيد لموضوع التفاوض.

و هنا ينبغي على المفاوض أن يتخير الأسلوب المناسب الذي يؤثر في إقناع الآخرين،فكيفية نقل المفاوض للرسالة ،و طريقته تؤثر في درجة قبول من يتفاوض معهم و خاصة طريقة التفاوض وجهاً لوجه تؤثر في درجة اقتناعهم ، و يكون اقتناعهم أكثر إذا كان المفاوض يتحدث معهم بطريقة ودية و غير عدوانية.

١٧) الثقة و المرونة و الجرأة.

بأن يكون مصدر ثقة مديره و زملاءه، و يكون غير جاف و مرن لكي يتعامل مع الآخرين بسلاسة، و يكون قادراً على اتخاذ القرار المناسب عندما يُوكل له ذلك.



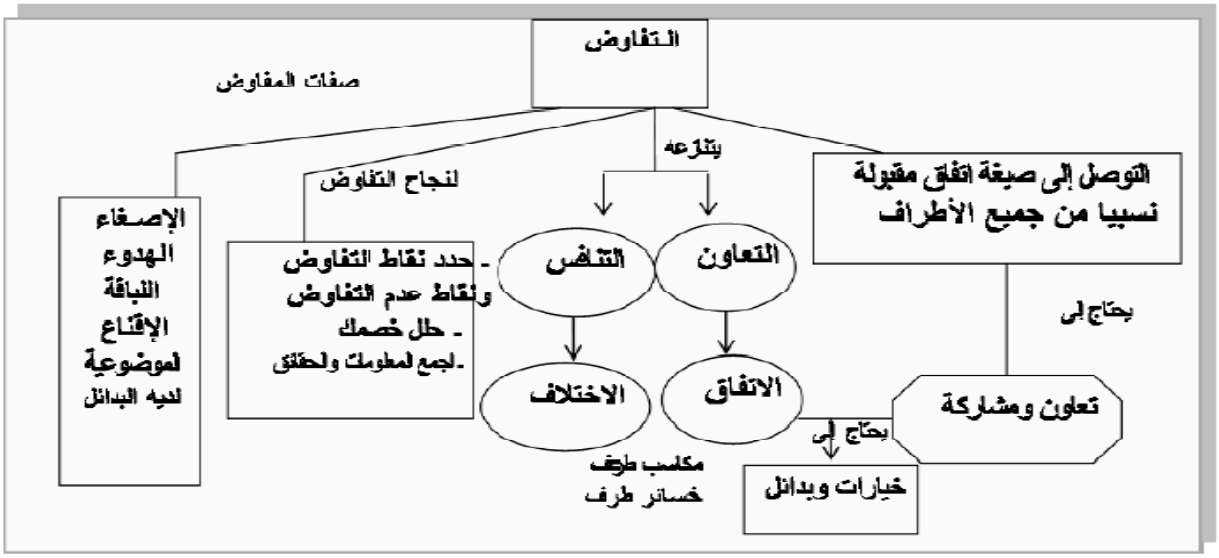
WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

نصائح عامة للمفاوض الجيد إذا التزم بها كانت نسبة نجاحه عالية بعمليات التفاوض و هي كالتالي :

١- فاوض مع من يملكون السلطة.
٢- ضع أهدافاً كبيرة.
٣- لا تركز على الأهداف قصيرة المدى.
٤- كن هادئاً ولا تظهر ضعفك أمام الآخرين.
٥- لا تروج لنفسك وروج لأفكارك وكن كما أنت.
٦- لا تستعجل الأمور.
٧- راع مبدأ السرية واحرص على عدم إفشاء ما لديك دفعة واحدة.
٨- لا تقدم العرض الأول.
٩- لا تحرج الأشخاص الآخرين.
١٠- احذر من الاستطراد في توضيح أفكار لا صلة لها بالموضوع.
١١- لا تسرف في الضغط على الآخرين.
١٢- اقتنع بالرأي قبل إقناع الآخرين به.
١٣- لا تطل وقت الاجتماع.
١٤- قدم تنازلات بحذر.
١٥- تعامل مع الطرف الآخر بصفته طرفاً قوياً.

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

(موسوعة مقاتل من الصحراء http://www.moqatel.com/openshare/intro.html)



خطوات التفاوض: (Negotiation Steps)

تمر عملية التفاوض ب ٦ خطوات و هي :

- **الإعداد:** و فيها يتم يحدد موضوعات التفاوض و يحدد الأهداف الواجب تحقيقها في كل موضوع من موضوعات التفاوض.
- **يحدد الإستراتيجية:** و فيها يقوم كل طرف بيحدد إستراتيجية تفاوضية والأساليب التي سيتبعها في التفاوض.
- **البدء:** و فيها يقوم كل طرف بتقديم طلباته المبدئية من الطرف الآخر أو تقديم أفكاره.
- **فهم الموقف:** و فيها يقوم كل طرف بتبرير موقفه للطرف الآخر، و يحاول أن يفهم موقف الطرف الآخر.
- **التفاوض :** و فيها يحاول الأطراف تقديم تنازلات.
- **النهاية:** و فيها يتم التوصل إلى اتفاق نهائي أو التوقف المرحلي إلي حين.

طرق التعامل مع الشكاوى (Ways of dealing with complaints)

إن زيادة المنافسة في صناعة الفنادق و المطاعم أجبرت القائمين على إدارتها أن يضعوا العميل أو النزيل (الضيف) في المقام الأول ، الهدف الأساسي لوجودهم أو بالأحرى لبقائهم في هذه المهنة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

لذا نجد من الطبيعي أن اتجهت كافة المؤسسات الفندقية بجميع أشكالها و أنواعها و درجاتها على استخدام الوسائل التي تراها مناسبة لقياس رضى العملاء بل اعتبرت أيضاً أن شكوى هؤلاء الضيوف مظهر صحي لكل مطعم أو فندق. و رغم الاختراعات و الابتكارات اليومية لراحة الضيوف إلا أن هذه الصناعة التي تتعامل مع شرائح مختلفة من البشر تعاني الكثير من اختلاف أنماط نزلاء الفندق و عملاء المطاعم بل تعاني أيضاً من اختلاف الأعمار و الحالات الاجتماعية المتعددة.

فتشير الإحصائيات العديدة أن الغالبية العظمى من الضيوف الذين لا يشعرون بالرضا و الذين بلغت نسبتهم نسبة عالية قد تصل إلى ٩٠٪ ببعض الفنادق بأنهم لا يتقدمون بأي شكوى و يفضلون التوقف مع التعامل مع الفندق و الاتجاه للتعامل مع فندق آخر ، بالمقابل نجد أن الضيوف الذين يتقدمون بشكاوى ويتم التعامل مع شكاواهم بسرعة يشعرون بالرضا أكثر من الضيوف الذين لم تحدث لهم أية مشكلة وقد يصبحوا ضيوفاً دائمين للفندق. و أظهرت نتائج البحث أيضاً أن ٨٠٪ من الذين تمت تصفية شكواهم و ترضيتهم يفضلون التردد مرة أخرى على نفس الفندق أو المطعم .

و من المواقف التي يجب أن نقوم بحلها فوراً عندما تحدث مشكلة مع ضيف أو عميل أو نستقبل شكوى محددة منه ، فأحد أساليب كسب رضى الضيوف هو حثهم على تقديم الشكاوى و الملحوظات والمشاكل التي تواجههم و من ثم اتخاذ الإجراءات اللازمة لمعالجتها .

و المعالجة الفورية للمشاكل و الشكاوى و بشكل عملي يساهم في تعزيز الثقة بالفندق و في تكوين فكرة جيده عنه و عن منتجاته و خدماته، الأمر الذي يجعل الضيوف يرغبون في التعامل مع الفندق مرة أخرى، و قد يقوم الضيوف الراضون بدور المسوقين غير المباشرين للفندق.

إن الضيف الذي يعبر عن شكواه أو مشكلته ، يمنح المنظمة الفرصة لمعالجة موضوع الشكوى أو المشكلة ، و يجعلنا نحتفظ به كعميل بدلاً من التحول إلى الفنادق المنافسة ، فقد تدل شكواه على حرصه على حل المشكلة و الاستمرار في التعامل معنا بناء على ما نتخذه من حلول حيال تلك المشكلة أو الشكوى .

كما أن الضيف الذي يشتكي و يصارح الفندق بشكواه أو مشكلته يمنحها الفرصة في تلمس نقاط الضعف و التقصير بدقة وواقعية أحياناً ، و هو أمر قد لا يمكنها تحقيقه بنفس الدقة والواقعية والموضوعية عند استطلاع آراء الضيوف عن المنتجات أو الخدمات التي يقدمها الفندق مهما كانت فعالية تلك الاستطلاعات.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

إن أية شكوى تعني أن هناك ثلاث أطراف يعانون من المشكلة **و هم :**

١- **الضيف** الذي يشعر بضيق و عدم ارتياح و فقد الثقة و خيبة أمل و في بعض الأحيان إحساسه بأنه تم النصب عليه.

٢- **الموظف** الذي سوف يعيش في صراع الخوف من المجهول من المدير أو من المدير المباشر الذي يولد إحساساً بالظلم و التحدي.

٣- **الفندق أو المطعم** الذي يفقد سمعته و مبيعاته الحالية و المستقبلية و قد يفقد وجوده في المهنة.

و نذكر بعض الأسباب التي تؤدي إلى حصول مشاكل مع الضيف و بالتالي إلى الشكوى :

- ❖ عدم الرضا عن خصائص و مواصفات المنتجات و الخدمات التي استلمها الضيف لأنها لم توافق متطلباته و توقعاته.
- ❖ حاجة منتجات و خدمات الفندق أو بعضها إلى تعديل و تطوير لتنسجم مع احتياجات و متطلبات الضيف.
- ❖ ارتفاع أسعار منتجات و خدمات الفندق مقارنة بأسعار المنتجات و الخدمات المنافسة.
- ❖ عدم رضى الضيف عن الخدمات التي يقدمها الفندق مثل سرعة تنفيذ خدمة الطعام داخل المطعم.
- ❖ سوء المعاملة التي يلقاها الضيف من بعض العاملين بالفندق سواء عند زيارته موقع الفندق أو عند اتصاله هاتفياً بالفندق.

الخطوات العملية التي يمكن أن يقوم به مضيف الفندق لتحسين خدمة الضيوف و معالجة شكواهم و الصعوبات التي يواجهونها عند التعامل مع الفندق:

- ➢ احرص على أن يتم تشجيع الضيوف على مصارحة إدارة الفندق بالمشاكل التي تواجههم عند التعامل معه.
- ➢ شدد على ضرورة الإصغاء إلى شكاوى و مشاكل الضيوف و محاولة فهم أسبابها.
- ➢ احرص على أن يبدأ الرد على شكاوى الضيوف بتقديم الاعتذارات عن أي إزعاج مباشر وغير مباشر سببه الفندق له .
- ➢ احرص على ضرورة اقتراح بدائل معينة على الضيوف للتخفيف من الأضرار التي تلحق بهم أثناء الفترة اللازمة لحل مشاكلهم.
- ➢ احرص على أن يتم إبلاغ الضيوف بأسباب حدوث تلك المشاكل و الفترة المحددة لإيجاد الحلول لها.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- أكد على أهمية إشراك الضيوف في اختيار أنسب الحلول المتاحة للمشاكل التي يواجهونها .
- احرص على أن تتم معالجة شكاوى و مشاكل العملاء بالسرعة و الفعالية اللازمتين.
- شدد على ضرورة أن يتم شكر الضيوف بعد حل شكاواهم و مشاكلهم، و مشاركتهم في إيجاد حل لها.
- قدم التوجيهات و الإرشادات اللازمة إلى العملاء بما يكفل تفادي حصول نفس المشاكل مستقبلياً.
- الابتعاد عن الأماكن العامة التي يوجد بها عميل آخر عند مناقشة العميل في شكواه.
- التأسف دون إبداء أسباب وقوع الخطأ أو الأخطاء.

هل تقديم الشكوى في صالح إدارة الفندق ؟؟؟!! نعم هي في صالح إدارة الفندق للأسباب التالية :

١- إن استخدام و تصفية أية شكوى من الضيف سوف ترحم الفندق من الآثار السلبية التي سوف تعود عليه نتيجة احتكاك هذا الضيف بالوسط المحيط به و بما سوف ينقله للوسط عن أسباب شكواه ، وبالتالي إعطاء الصورة السيئة عن هذا الفندق أو المطعم.

٢- إن الشكوى تعني في الحقيقة وجود بعض الثغرات التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار من الإدارة.

٣- رفع الروح المعنوية للموظفين و نشر الشعور باحترام كل من المديرين و العاملين و الضيوف.

ومن خلال استمارة قياس و تقويم مشاكل الضيوف و كيفية علاجها يمكن تَلمس الشكاوى ومعالجتها ومعالجة مستوى القصور في تحقيق المعايير و الأهداف الموضوعة لها.

و إليك الآن نموذج استمارة تقييم الشكاوى و المشاكل الواردة من الضيوف للحكم على مدى اهتمام الفندق بمشاكل و شكاوى الضيوف سعياً وراء تلمس الحلول و الظهور بمظهر الفندق اللائق الذي يضع الضيف في أعلى سلم أولوياته.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

نموذج استمارة تقييم الشكاوى والمشاكل الواردة من الضيوف

الأسئلة	دائماً	أحياناً	أبداً
١- هل يشجع الفندق الضيوف على مصارحته بالمشاكل التي تواجههم ؟			
٢- هل يصغي الفندق إلى ما يعرضه الضيوف من شكاوى، حتى و لو كان أسلوبهم غير لائق و يهاجمونه ؟			
٣- هل يُسكت الفندق الضيف الغاصب الذي يقدم شكوى إليه من خلال الرد عليه بنفس نبرة الغضب ؟			
٤- هل يركز الفندق على فهم أسباب الشكاوى، بدلاً من التركيز على الدفاع عن نفسه ؟			
٥- هل يتم بدء الرد على الضيوف بتقديم الاعتذارات عن أي إزعاج مباشر و غير مباشر سببه الفندق لهم؟			
٦- هل يتم الطلب من الضيوف بعد الانتهاء من عرض مشاكلهم، أن يقوموا بيحدد الحلول التي تناسبهم ؟			
٧- هل يتم اقتراح بدائل معينة على الضيوف للتخفيف من الأضرار التي تلحق بهم أثناء الفترة اللازمة لحل مشاكلهم ؟			
٨- هل يتم إبلاغ الضيوف بالأسباب التي أدت إلى حدوث المشاكل التي يواجهونها؟			
٩- هل يتم إبلاغ الضيوف بالفترة المقدرة لإيجاد الحلول لمشاكلهم في حال عدم القدرة على إيجاد حل فوري لهم ؟			
١٠- هل يتم إبلاغ الضيوف دون تأخير بعدم قدرة الفندق على حل إحدى مشاكلهم مع ذكر الأسباب ؟			
١١- هل يتم إبلاغ الضيوف أولاً بأول بالتقدم الحاصل في معالجة مشاكلهم فيما لو كانت المعالجة تتطلب وقتاً طويلاً ؟			
١٢- هل يتم عرض الخيارات المتاحة لحل مشاكل الضيوف و إشراكهم في اختيار الأنسب منها ؟			
١٣- هل يتم الحرص على معالجة شكاوى و مشاكل الضيوف بالسرعة و الفعالية اللازمة ؟			
١٤- هل يتم شكر الضيوف بعد حل المشكلة على مصارحة الفندق وتعاونهم معه لحل المشكلة.			
١٥- هل يتم توجيه الضيوف و إعطاؤهم الإرشادات اللازمة الكفيلة بتفادي حصول نفس المشاكل مستقبلياً ؟			

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

جدول العلامات الذي حصل علية الفندق

بعد تعبئة الاستمارة السابقة الخاصة بمعالجة شكاوى و مشاكل الضيوف، فرغ النتائج التي ظهرت حسب الجدول التالي:

تقييم النتائج	العلامة	دائماً	أحياناً	أبداً	الرقم
إذا ما أجبت بموضوعية بعيداً عن التحيز و العاطفة أو العوامل الأخرى التي قد تقلل من دقة الإجابة عن كافة الأسئلة الواردة في استمارة تقييم المشاكل.					
عند الحصول على درجة بين ٨٥- ١٠٠ فهذا يشير إلى أن فندقك ينجح دائماً في معالجة الشكاوى و المشاكل التي يواجهها الضيوف عند تعاملهم معه.					
عند الحصول على درجة بين ٦٠- ٨٤ فهذا يشير إلى أن مستوى معالجة الشكاوى و المشاكل التي يواجهها الضيوف في الفندق أقل مما يجب أن يكون عليه و ينبغي تطويره ببحث الأسباب و الحلول.					
عند الحصول على درجة بين ٣٠- ٥٩ فهذا يشير إلى أن فندقك لا ينجح أحياناً كثيراً في معالجة الشكاوى و المشاكل إلي يواجهها الضيوف مما يجعل هناك عدم رضا من الضيوف قد تترتب عليه عواقب وخيمة في لجوء الضيوف للفنادق المنافسة.					
أقل من ٣٠ درجة ،فهذا يشير إلى أن منظمتك (فندقك) لا تولى أي اهتمام للمشاكل أو الشكاوى التي يواجهها و يتقدم بها الضيوف و هذا يجعل الضيوف يفكرون كثيراً في مدى جدوى الاستمرار في التعامل مع الفندق و قد يمنع الكثير من الضيوف من التعامل معه نتيجة السمعة غير الجيدة لخدمات الضيوف لديه.					
مجموع الدرجات					

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

أسئلة الوحدة الرابعة

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

٣) ( ) التفاوض هو تشاور ومناقشة وتواصل بين طرفين أو أكثر لإقناع أحدهم الآخر بقرار معين.

٤) ( ) المظهر اللائق للمفاوض لا يُعد من المبادئ الفعالة في عملية التفاوض الناجحة.

٥) ( ) من خلال استمارة قياس و تقويم مشاكل الضيوف و كيفية علاجها يمكن تَلمس الشكاوى ومعالجتها.

٦) ( ) يتعلق موضوع القدرة التفاوضية كمحدد لعملية التفاوض بأعضاء فريق التفاوض ومدى البراعة والمهارة والكفاءة.

٧) ( ) إن اتباع المفاوض لأسلوب واحد غير متجدد في المفاوضات يعد أمراً غير مقبول.

السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- يجب على المفاوض تجنب البدء في الحوار التفاوضي بجملة..... أو بنظرة.....

٢- من أسباب حدوث مشاكل الضيوف ارتفاع أسعار ..... و ..... الفندق.

٣- عملية التفاوض تجري بين..... أو أكثر وتأخذ شكلاً رسمياً بهدف التوصل إلى..... معين حول قضية تثير الجدل والنزاع.

السؤال الثالث: اختر الإجابة الصحيحة من بين الأقواس ؟

١. إذا فقد أحد أطراف التفاوض توازنه وبدأ يتصرف بطريقة غير معقولة فهنا ندرك أنه الوقت المناسب لاستخدام (استراتيجية المفاجأة - استراتيجية الأمر الواقع - استراتيجية الكر و الفر)

٢. تعد (المعلومات التفاوضية - القوة التفاوضية- المناخ المحيط) أولى محددات عملية التفاوض وترتبط بعدة جوانب أهمها حدود السلطة والتفويض.

٣. تعتمد استراتيجية (الانسحاب الظاهري –الانسحاب الهادئ – الأمر الواقع) على استعداد المفاوض لكي ينسحب ويتنازل عن رأيه للطرف الآخر.

السؤال الرابع: أجب عما يلي؟

١- ما محددات عملية التفاوض؟

٢- ما أهم سمات المفاوض الجيد ؟

٣- ما الأسباب التي تؤدي إلى حصول مشاكل مع الضيف و بالتالي إلى الشكوى ؟

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

إجابة أسئلة الوحدة الرابعة

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

٦) (صح) التفاوض هو تشاور ومناقشة وتواصل بين طرفين أو أكثر لإقناع أحدهم الآخر بقرار معين.

٧) (خطأ) المظهر اللائق للمفاوض لا يُعد من المبادئ الفعالة في عملية التفاوض الناجحة.

٨) (صح) من خلال استمارة قياس و تقويم مشاكل الضيوف و كيفية علاجها يمكن تَلمس الشكاوى ومعالجتها.

٩) (صح) يتعلق موضوع القدرة التفاوضية كمحدد لعملية التفاوض بأعضاء فريق التفاوض ومدى البراعة والمهارة والكفاءة.

١٠) (صح) أن اتباع المفاوض لأسلوب واحد غير متجدد في المفاوضات يعد أمراً غير مقبول.

السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- يجب على المفاوض تجنب البدء في الحوار التفاوضي بجملة **استفزازية** أو بنظرة **عدوانية**.

٢- من أسباب حدوث مشاكل الضيوف ارتفاع أسعار **منتجات** و **خدمات** الفندق.

٣- عملية تجري بين **متفاوضين** أو أكثر وتأخذ شكلاً رسمياً بهدف التوصل إلى **اتفاق** معين حول قضية تثير الجدل والنزاع.

السؤال الثالث: اختر الإجابة الصحيحة من بين الأقواس ؟

١- إذا فقد أحد أطراف التفاوض توازنه وبدأ يتصرف بطريقة غير معقولة فهنا ندرك أنه الوقت المناسب لاستخدام (استراتيجية المفاجأة - استراتيجية الأمر الواقع - استراتيجية الكر و الفر)

٢- تعد (المعلومات التفاوضية - القوة التفاوضية - المناخ المحيط) أولى محددات عملية التفاوض وترتبط بعدة جوانب أهمها حدود السلطة والتفويض.

٣- تعتمد استراتيجية (الانسحاب الظاهري – الانسحاب الهادئ – الأمر الواقع) على استعداد المفاوض لكي ينسحب ويتنازل عن رأيه للطرف الآخر.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

السؤال الرابع :أجب عما يلى؟

١- محددات عملية التفاوض:

☐ ١- القوه التفاوضية.

☐ ٢- المعلومات التفاوضية.

☐ ٣- القدرة التفاوضية.

☐ ٤- الرغبة المشتركة.

☐ ٥- المناخ المحيط.

٢- أهم سمات المفاوض الجيد :

☐ ١) اللباقة و القدرة على الحوار.

☐ ٢) القدرة على الإقناع.

☐ ٣) القدرة على الإنصات.

☐ ٤) التحلي بالهدوء و ضبط النفس.

٥) الموضوعية.

٦) القدرة على تنمية البدائل.

٧) الثقة بالنفس والغير.

٨) مهارة إدارة المعلومات.

٩) القدرة على التجديد والابتكار.

١٠) القوة.

١١) التعاون.

١٢) القدرة على إقامة علاقات طيبة من الآخرين.

١٣) القدرة على طرح بدائل تتفق مع قيم الطرف الآخر.

١٤) التلقائية.

١٥) الجاذبية.

١٦) أن تكون لدية القدرة على العرض الجيد لموضوع التفاوض.

١٧) الثقة و المرونة و الجرأة.

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

٣- **الأسباب التي تؤدي إلى حصول مشاكل مع الضيف و بالتالي إلى الشكوى :**

- ❖ عدم الرضا عن خصائص و مواصفات المنتجات و الخدمات التي استلمها الضيف لأنها لم توافق متطلباته و توقعاته.
- ❖ حاجة منتجات و خدمات الفندق أو بعضها إلى تعديل و تطوير لتنسجم مع احتياجات و متطلبات الضيف.
- ❖ ارتفاع أسعار منتجات و خدمات الفندق مقارنة بأسعار المنتجات و الخدمات المنافسة.
- ❖ عدم رضا الضيف عن الخدمات التي يقدمها الفندق مثل سرعة تنفيذ خدمة الطعام داخل المطعم.
- ❖ سوء المعاملة التي يلقاها الضيف من بعض العاملين بالفندق سواء عند زيارته موقع الفندق أو عند اتصاله هاتفياً بالفندق

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

خدمة الطعام "الضيافة"

مهارات التعامل مع الغير

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الجدارة:

القدرة على معرفة فنون الحديث و المناقشة و سلوكيات التعامل مع الزملاء و المرؤوسين و التعرف على سلوكيات الضيوف و معرفة طرق تقييم مستوى الخدمة للضيوف.

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة تكون لدى المتدرب القدرة على أن:

١- يعرف الحديث - المناقشة.

٢- يتقن فنون الحديث و المناقشة مع الضيوف .

٣- يتقن سلوكيات التعامل مع الرؤساء و الزملاء.

٤- يحدد سلوكيات الضيوف و كيفية التعامل مع كل نوع منها.

٥- يتعرف على طرق تقييم الخدمة للضيوف.

٦- يتقن بعض المحادثات المهمة باللغة الإنجليزية لأهم المواقف داخل المطعم.

مستوى الأداء المطلوب:

أن يصل المتدرب إلى إتقان هذه الجدارة بنسبة ٩٠٪.

الوقت المتوقع للتدريب:

٨ ساعة.

الوسائل المساعدة:

١- استخدام الأسئلة و إجابتها النموذجية نهاية الوحدة.

٢- تمثيل الأدوار و خاصة المحادثات باللغة الإنجليزية

٣- الاستعانة ببعض ال CD للتدرب على كيفية التعامل مع كل ضيف حسب سلوكه داخل المطعم.

٤- بعض العروض المتقدمة (Power Point).

٥- عرض محاضرة بعنوان فن التعامل مع الآخرين للدكتور محمد عبد الرحمن العريفي على الرابط التالي :

http://www.islamway.com/?iw_s=Lesson&iw_a=view&lesson_id=61682

متطلبات الجدارة:

إتقان مهارات الحديث و المناقشة و كيفية التعامل مع الضيوف حسب سلوكياتهم المختلفة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

فن الحديث و المناقشة (The Art Of Talking and Discussion)

قبل البدء في معرفة فنون الحديث و المناقشة و أهميتها بالنسبة للمضيف الفندقي علينا أن نتعرف أولاً على تعريفهما و هما كالتالي:

تعريف الحديث: علم يعرف به حال الراوي والمروي من حيث القَبول والرد.

تعريف المناقشة: اجتماع عدد من العقول حول مشكلة من المشكلات، أو قضية من القضايا ودراستها دراسة منظمة، بقصد الوصول لحل المشكلة أو الاهتداء إلى رأي في موضوع القضية. وللمناقشة عادة رائد يعرض الموضوع، ويوجه الجماعة إلى خط الفكر الذي تسير فيه المناقشة حتى تنتهي إلى الحل المطلوب.

يمكنك أن تنمى مهاراتك في الحديث و المناقشة من خلال:

١- التوقف عن الكلام بين لحظة وأخرى أثناء الحوار حتى تعطي الفرصة للمستمع للتعقيب على الرسالة.

٢- راقب حركات وسَكنات وجه المستمع جيداً حتى تتبين مدى فهمه للرسالة ودرجة اهتمامه بها.

٣- أنصت جيداً لتعليقات المستمع ولا تعط انطباعاً بأنك متعجل أو غير مهتم بتعليقاته.

٤- حاول أن تنظر إلى وجه المستمع وتجنب الانشغال بأي شيء يؤثر على انسياب عملية الاتصال – مثال ذلك اللعب بسلسلة مفاتيح أو النظر إلى مكان أخر.

٥- تخير نبرة الصوت التي تناسب المسافة بينك وبين المستمع.

٦- تجنب استخدام الألفاظ التي تحمل أكثر من معنى أو المصطلحات الفنية التي قد يجهلها المستمع.

٧- تجنب استخدام مصطلحات أجنبية إذا لم يكن لها ضرورة أو لا يعرف هذه اللغة الأجنبية.

٨- تفهم الحالة النفسية والمزاجية للمستمع واعرف أن الموضوعية المطلقة هدف بعيد المنال وأن الاختلاف في الرأي لا يفسد للود قضية.

٩- لا تقاطع المستمع أثناء رده على رسالتك.

١٠- خاطب المستمع على قدر ثقافته فإن ذلك يساعد على استمرار عملية التواصل وانسيابها.

١١- تأكد من توفير المناخ المناسب لضمان عملية الاتصال مثال ذلك طريقة وقوفك أو جلوسك أثناء الحديث وتوقيت الحديث فإن هذه الأمور تعكس مدى اهتمامك بالمستمع.

١٢- تجنب إثقال المستمع بالتفاصيل والأرقام إذا لم يكن لها داعٍ.

١٣- كن حذراً أثناء حديثك فإن المستمع يصدقك بناء على ثقته فيك وبالتالي يصدق ماتقوله.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

١٤- حافظ على هدوء أعصابك أثناء الحديث و ناقش بدون انفعال فإن ذلك يؤدي إلى تقبل المستمع لرسالتك.

ويمكن تلخيص ذلك في جملة واحدة " كن منصتاً قبل أن تكون متحدثاً "

بعض المحادثات و المناقشات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمضيف الفندقي :

سوف نورد في هذا الجزء أمثلة لحوارات و مناقشات و مكالمات هاتفية ومحادثات باللغة الإنجليزية تتكرر يومياً بصالة الطعام سواء في حجز طاولة بالمطعم أو عند طلب طعام و تساعدنا تلك الحوارات على إتقان بعض المصطلحات الخاصة في هذا المجال ما بين الضيف و موظف المطعم و أدرجنا أيضا بالمحادثات أمثلة لبعض المحادثات التي تحمل شكوى لضيف حتى نتعرف على طرق الرد بلباقة خلال تلك المناقشات من قبل موظف المطعم. و نبدأ أولا بآداب الحديث .

آداب الحديث :

هناك مقولة جميلة لأرسطو " ليست الشجاعة أن تقول كل ما تعتقد، بل الشجاعة أن تعتقد كل ما تقوله" **و من آداب الحديث الآتي:**

- انظر إلى الشخص الذي تتحدث معه و إذا كنت تتحدث مع مجموعة وزع النظر على الجميع (لا تركز على شخص و تهمل الآخرين)
- في المحافل يستحسن أن تتكلم مع من يقف بجانبك.
- التحدث يكون بصوت معتدل وواضح و بهدوء.
- استمع ضعف ما تتكلم.
- لا تُكذب المتحدث مهما كنت متأكداً من ذلك.
- لا تجادل .. و اعلم أن أفضل السبل لكسب أي جدال هو تجنبه.
- حافظ على مشاعر الآخرين واختر كلماتك بعناية.
- لكي تكون متحدثاً بارعاً.. كن مستمعاً طيباً و شجع محدثك على الكلام عن نفسه.

١- حجز مكان أو مائدة بالمطعم

Employee: Restaurant, may I help you?

الموظف : هنا المطعم ،أية خدمة يمكن أن أؤديها ؟

Guest: What time do you open this evening?

الضيف: متى يفتح المطعم هذا المساء ؟

Employee: At 7.00 p.m sir. And we close at mid night

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الموظف : في السابعة مساءاً و نغلق في منتصف الليل.

Guest: I'd like to reserve a table for two persons, please.

الضيف : أود حجز طاولة (مائدة) لشخصين من فضلك.

Employee: For what time, sir?

الموظف: في أي وقت تود الحضور؟

Guest: Around 8.15 pm.

الضيف: حوالي الثامنة و الربع مساءاً.

Employee: May I have your name please sir? Or could you give me your name please?

الموظف: الاسم من فضلك.

Guest: Mohamed Al-Ghamdi.

الضيف : محمد الغامدي

Employee: A table for two for this evening at 8.15pm for Mr. Mohamed Al-Ghamdi.

الموظف : تم حجز مائدة لشخصين في الثامنة و الربع مساءاً باسم محمد الغامدي.

Guest: That is right.

الضيف: هذا حسن (هذا صحيح)

Employee: Thank you, sir.

الموظف: شكراً سيدي

Guest: Thank you, Good bye.

الضيف : شكرا... وداعاً مع السلامة.

٢- مثال لمحادثة تليفونية لحجز طاولة (مائدة) بمطعم

Employee: Restaurant, may I help you?

الموظف : هنا المطعم ،أية خدمة يمكن أن أؤديها ؟

Guest: I'd like to reserve a table for this evening at 8.00 pm.

الضيف : أود حجز مائدة في الساعة الثامنة مساء اليوم.

Employee: I'm sorry, sir. There isn't any table left for 8.00 pm, but we can give you one at 9.30 pm.

الموظف: آسف سيدي، لا يوجد لدينا موائد في الساعة الثامنة و لكن يمكننا تدبير مائدة في التاسعة والنصف.

Guest: No that's too late.

الضيف : لا.هذا متأخر جداً.

Employee: I'm sorry sir. It's out of our control.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الموظف: آسف سيدي هذا خارج عن إرادتنا.

Guest: Thank you.

الضيف : شكراً

Employee: Thank you. Good bye.

الموظف: شكراً... وداعاً مع السلامة.

٣- مثال لمحادثة بين حاجز مائدة للعشاء و مستقبله من موظفي المطعم

Employee: Good evening, sir. Have you got a reservation?

الموظف: مساء الخير سيدي.. هل لديك حجز مسبق ؟

Guest : Yes for 8.00 pm the name's Peterson.

الضيف : نعم لدى حجز للساعة الثامنة و الاسم بيترسون.

Employee: Would you like to follow me please?

الموظف : اتبعني من فضلك.

Employee: Will this table be all right?

الموظف: هل تعجبك هذه الطاولة (المائدة)؟

Guest: It's fine, thank you.

الضيف: لا بأس بها... شكراً لك.

Employee: I'll bring you the menu, sir have a seat.

الموظف سوف أحضر لك قائمة الطعام، تفضل بالجلوس سيدي.

٤- محادثة يعتذر فيها الموظف عن عدم و جود موائد خالية

Employee: Good afternoon, sir.

الموظف: مساء الخير سيدي.

Guest: Hello, have you got a table for two?

الضيف: أهلاً، هل لي أن أجد مائدة لشخصين؟

Employee: Have you got a reservation?

الموظف: هل لديك حجز مسبق؟

Guest: No we've just arrived in town.

الضيف : لا لقد وصلنا لتونا إلى المدينة.

Employee: I'm sorry. The restaurant full now, but we can seat you in about half an hour. You can sit in the lounge if you like and we'll call you when we have a table.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الموظف: أنا آسف فالمطعم كامل العدد حالياً، و لكن يمكننا استضافتكم خلال نصف ساعة.يمكنكم الانتظار بالبهو إذا أحببتم و سوف نخطركم عند توفر مائدة لكم.

Guest: Okay, the name's Smith

الضيف: حسناً... اسمي سميث.

٥- محادثة بين موظف و ضيف جالس على المائدة لطلب طعام.

Employee: What would you like to have, sir?

الموظف: ماذا تود أن تأكل سيدي؟

Guest (hesitating) I can't decide.

الضيف: (متردداً) لم أقرر بعد

Employee: Today's special is roasted leg of lamb with sauté potatoes and green beans

الموظف : طبق اليوم الخاص هو فخد الضأن المشوي مع البطاطس و الفاصوليا السوتيه.

Guest: No, I'm not that hungry. What else do you recommend?

الضيف: لا.. أنا لست جائعاً لهذا الحد .. ماذا تقترح غير ذلك ؟

Employee: Perhaps you'd like some fish like sole?

الموظف: ربما أنت ترغب في بعض أسماك مثل (سمك موسى)

Guest: That sounds fine.

الضيف: هذا يروق لي.

Employee: Would you like some salad with it, sir?

الموظف: هل تريد بعض السلطات معه سيدي ؟

Guest: Yes please, a mixed salad.

الضيف: نعم سلطة مشكلة.

Guest: And can I have some rice with the sole, please?

الضيف: هل يمكنني طلب الأرز مع سمك موسى من فضلك ؟

Employee: Yes, sir.

الموظف حاضر يا سيدي.

٦- محادثة بين ضيف يطلب لحماً و أصنافا أخرى.

Employee: Would you like to order, sir?

الموظف: هل تود طلب الطعام يا سيدي؟

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Guest: Yes. I'll have a steak and chips please.

الضيف : نعم أريد قطعة لحم ستيك مشوي مع بطاطس شيبسي.

Employee: How would you like the steak? Rare, medium or well done?

الموظف: كيف تريد اللحم من حيث الطهي (التسوية) (طهي بسيط أو متوسط أو طهي كامل)

Guest: Rare.

الضيف: طهي بسيط (تسوية بسيطة أو شبه نيئة).

Employee: Would you like a salad?

الموظف: هل تود بعض السلطات ؟

Guest: Yes, please.

الضيف: نعم من فضلك.

Employee: What kind of vegetables would you like/ we have a choice of green beans, spinach and grilled tomatoes.

الموظف : ما هو نوع الخضروات الذي ترغبه ؟ لدينا خيارات ما بين الفاصوليا الخضراء و السبانخ والطماطم المشوية.

Guest: I'll have some green beans.

الضيف : سوف أتناول الفاصوليا الخضراء.

Employee: Would you like anything to drink?

الموظف: هل تود شرب أي شيء.

Guest: Yes, orange juice please.

الضيف: عصير برتقال من فضلك.

Employee: Yes, sir.

الموظف: حاضر يا سيدي.

٧- مثال لطلب صنف الحلو بعد تناول الوجبة.

Employee: Is every thing all right?

الموظف: هل كل شيء على ما يرام؟

Guest: It's delicious

الضيف: لقد كانت وجبة شهية.

Employee: Would you like some thing else?

الموظف: هل تود طلب أي شيء آخر ؟

Guest: Yes, we'll have some dessert now.

الضيف : نعم سوف نطلب بعض أصناف الحلو الآن.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Employee: You can choose from the dessert trolley, I'll bring it over.

الموظف : يمكنك انتقاء صنف الحلوى من عربة الحلويات، سوف أحضر لك عربة الحلو الآن.

Guest: I'll prefer apple tart please.

الضيف : أنا أفضل تورتة التفاح.

Employee: Would you like it with whipped cream?

الموظف : هل تحبها بالكريمة المخفوقة؟

Guest: Yes please.

الضيف: نعم من فضلك.

٨- مثال لتقديم الفاتورة للضيف.

Guest: Waiter. Can I have the bill please?

الضيف: ينادى على الموظف... هلا أحضرت لي فاتورة الحساب ؟

Employee: Yes, sir

الموظف: حاضر يا سيدي.

Guest: What's this for?

الضيف: ما الصنف المدون أمام هذا الثمن ؟

Employee: That's for the orange juice, sir.

الموظف: هذا هو ثمن عصير البرتقال يا سيدي.

Guest: I see.

الضيف: فهمت.

Employee: Would you like to sign for it or pay cash?

الموظف : هل تود التوقيع على الفاتورة أو الدفع نقداً؟

Guest: I'll prefer to sign.

الضيف: أنا أفضل التوقيع.

Employee: What is your room number .sir?

الموظف: إذا ما هو رقم غرفتك.

Guest: 555

الضيف: ٥٥٥

Employee: Thank you, I hope you enjoyed your dinner.

الموظف: أشكرك و أتمنى أن تكون قد استمتعت بوجبة العشاء.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظة : و يمكن أن يتعدل الحديث بعد سؤال الضيف عن الدفع نقداً أو التوقيع و إجابته بالدفع نقداً كالتالي:

Guest: I'll pay cash, do you accept foreign currency?

الضيف : سوف ادفع نقداً هل تقبلون الدفع بالعملات الأجنبية؟

Employee: What kind of currency sir?

الموظف : اي أنواع العملات سيدي .

Guest: Sterling

الضيف : الجنية الإستيرلينى

Employee: Certainly sir, I'll find out the exchange rate?

الموظف: بكل تأكيد سيدي... سوف أستعلم عن سعر الصرف اليوم.

٩- مثال لشكوى عميل من الطعام.

Guest: Waiter

الضيف: ينادى على الموظف.

Employee: Yes, sir

الموظف: نعم يا سيدي.

Guest: This meat is raw; I told you I wanted it well done.

الضيف: هذا اللحم نيئ، لقد طلبته ناضجاً تماماً.

Employee: I'm terribly sorry sir, would you like it cooked a little more?

الموظف: آسف جداً يا سيدي.. هل تود أن أعيد تسويته قليلاً على النار ؟

Guest: How long would it take?

الضيف: كم من الوقت تستغرق هذه العملية.

Employee: Just a few minutes. Would you like a salad while you're waiting?

الموظف: بضعة دقائق.. هل أحضر لك طبقا من السلطات أثناء الانتظار؟

Guest: No thanks but tell them to hurry.

الضيف: لا شكراً.. و لكن اطلب من المطبخ أن يُسرع.

Employee: Yes sir.

الموظف: حاضر سيدي.

١٠ – مثال لشكوى العميل من الخدمة

Guest: Waiter.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الضيف: ينادى على الموظف.

Employee: Yes sir.

الموظف: نعم سيدي.

Guest: I've been trying to catch your Attention now for the last 15 minutes.

الضيف: إنني أحاول جذب انتباهك لمدة ١٥ دقيقة دون فائدة.

Employee: I'm sorry sir, we're terribly busy.

الموظف: آسف جداً يا سيدي و لكننا مشغولون للغاية.

Guest: How much longer are we going to wait for the dinner?

الضيف: إلى متى سوف أنتظر وجبة العشاء.

Employee: I'm sorry I'll see about your order, I'll ask the kitchen to hurry up your order.

الموظف: أنا آسف سوف أتابع طلبك و سوف أطلب من المطبخ التعجيل بطلبك.

القواعد السبع الذهبيات:

هذه هي القواعد الذهبية السبعة التي تجعل الناس يتقبلونك و هي الأُسس الرئيسية لمهارة التعامل مع الضيوف، ولو أنك استطعت أن تجيد مهارة واحدة كل يوم فإنك خلال أسبوع واحد ستجيد مهارة التعامل مع الناس... حاول جرب !!

١- عليك أن تهتم بصحتك كي تلقى قبولاً من الناس.. و لكي تبدو في أحسن حالاتك ينبغي أن تحس أنك في أصح حالاتك، و إذا نال منك التعب أو الإعياء أو تعكر مزاجك فليس في مقدورك أن تبدو مرحاً متفائلاً محباً للآخرين.. و لما كانت الشخصية و تصرفاتك و سلوكك المحسوس هو الذي يدفع الناس إلى قبولك و حبك و التعاون معك فلابد وأن تتصف شخصيتك بالمرح و الحيوية ،أما الوجوم و الاكتئاب والكسل و فقدان الحيوية فكلها صفات تجعل الناس يديرون ظهورهم في وجهك.

٢- الإخلاص في التعامل و الأمان و التلقائية تلعب دوراً رئيسياً في جعلك إنساناً مقبولاً، فيجب عليك أن تكون مخلصاً لا مع غيرك وحسب بل مع نفسك قبل كل شيء، و كن نفسك بلا تكلف أو اصطناع،فإن التقليد و المحاكاة و التطبع قد تخونك عاجلاً أو آجلاً،و عندها سينكشف أمرك أمام الناس.

٣- اللياقة إحدى السمات التي تجعل منك إنساناً مقبولاً لدى الآخرين و تعني في أبسط معانيها أن تجنب الحرج و الارتباك.. و يكون ذلك بالتعود على التفكير قبل الكلام،فهذه هي الطريقة المثلى لاكتساب

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

صفة اللياقة. و اللياقة هنا تعنى كبح جماح النفس، و ثمة مواقف يوشك الإنسان فيها أن يخرج عن طوره و يحتد و يغضب و عندها لن يلقى قبولاً ،فلا تجعل لسانك يخونك قط.

٤- التمتع بسمة إنكار الذات يجعلك مقبولاً لدى معظم الناس ،و إذا كنت منصرفاً إلى التفكير في الآخرين أكثر من انصرافك إلى التفكير في نفسك فأنت بطبيعتك هذه متواضع منكر لذاتك،و ثق أن السعادة كل السعادة يمكنك اكتسابها حين تؤدي للآخرين خدمة أو تسدي إليهم معروفاً دون أن تنتظر منهم جزاءاً أو شكراً ، و لكن احرص على ألا تعرض مساعدتك على أحد ، و ثق أنه ليس هناك أسوأ من الشخص الدائم النصح.

٥- احرص على مظهرك أن يكون لائقاً دائماً ، لأن المظهر اللائق يكسبك احترام النفس و الإحساس بالثقة و الاطمئنان و القبول من الناس فالثياب كنز يمكن استغلاله في اكتساب مهارة التعامل مع الناس و ليس معنى هذا أن تكون الثياب غالية الثمن ، بل يكفي أن تكون أنيقة لائقة نظيفة طيبة المظهر، فالشخصية التي تشيع الفوضى في ملابسها لابد و أن تشيع الفوضى أيضاً في تفكيرها ،و ثق يا عزيزي أن الإسراف في التأنق و التهندم قد ينقلب إلى عكس الفائدة المرجوة منها.

٦- اتخذ دائما موقف الظافر المنتصر الذي يثق بنفسه و يعتمد على الله و لا يحتاج إلى معونة الآخرين وكفالتهم، لأن من شيمة الناس الانجذاب إلى الظافر المنتصر و قبول الإنسان الواثق بنفسه صاحب الشخصية الجذابة.

٧- كن متواضعاً يرفعك الناس إلى أعلى القمم ،و أضف الأهمية بهم يتقبلوك لأن كل إنسان يحب أن يكون مهماً و يعتني و يراعي الذين يمنحونه تلك الأهمية ،لأنهم يحققون شيئاً لذاته،و ثق يا عزيزي أنك لو أمضيت ساعة تتحدث فيها إلى زميل و تروي له ماذا فعلت و على أية درجة من الأهمية أنت ستجد علامات الضجر تبدو على وجهه واضحة لأن كل ما يطمع فيه أن يسمع حديثاً تشعره هو فيه بأهميته لا بأهميتك أنت، فلا يوجد إنسان يحب الشخصية المتفاخرة المباهية بنفسها ، و لكن الناس يتقبلون الإنسان المتواضع و يحبونه.

سلوكيات التعامل مع الرؤساء و الزملاء

قبل الخوض في سلوكيات التعامل مع الرؤساء و الزملاء و لما له من أهمية في جودة تقديم الخدمة لَزم علينا أولاً: التعرف على أسباب لماذا يكره الموظف عمله و لما له من علاقة بالزملاء و الرؤساء.

لماذا يكره بعض الناس عملهم ؟؟هناك أسباب عديدة **منها الآتي :**

- العمل المكلف به لشخص يقل كثيراً عن قدراته.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- لا يوجد تقدير معنوي.
- لا يوجد تقدير مادي.
- المعاملة السيئة من الرؤساء.
- المكائد من الزملاء.

و نلاحظ آخر نقطتين تركزان على الرؤساء والزملاء و ما لهم من تأثير على كره أو حب الموظف للعمل.

أولاً التعامل مع الرؤساء :

هذه العلاقة تتمثل في توقيرهم،و يقصد بها التزام اللياقة و الأدب في الاتصال بهم،و يظهر الالتزام أثناء اللقاء بهم في العمل و التخاطب معهم. إن احترام الرؤساء و الالتزام بآداب اللياقة و الأدب في التعامل معهم من أهم الواجبات التي على الموظف أن يحرص عليها،إن السلوك الحسن و التعامل الطيب القائم على الاحترام المتبادل و التقدير تنعكس عليه فوائد جمة تعود على مصالح العمل و الموظف و الرئيس،لأن العلاقة الحسنة بين الرئيس و المرؤوس لاشك أنها تسهم بشكل كبير في تعميق روح المودة و التعاون وسرعة الانجاز ،و تمنع التفكك بين أعضاء التنظيم . إن احترام الرؤساء و توقيرهم لا يمنع الموظف حقه في الشكوى و الطعن في التصرفات الإدارية الناجمة عن الانحراف و سوء استخدام السلطة و لكن في حدود القانون الذي تقتضيه ضرورة الدفاع بعيداً عن التجاوزات التي من شأنها إظهار التحدي للرؤساء أو التمرد أو التطاول عليهم أو التشهير و المساس بكرامتهم على أن لا تكون الشكوى هدفها الإساءة إلى الآخرين،و كَيل الاتهامات لهم دون دليل قاطع و الرغبة في التشهير بهم و النيل منهم و تجريحهم. والاختلاف في الرأي بين الرئيس و المرؤوس لا حرج فيه بشرط أن يكون في حدود الأدب و اللياقة و حسن السلوك و الاحترام الواجب نحو الرئيس ، فالحقيقة هي وليدة اختلاف الرأي. و لا يجليها إلا قرع الحجة بالحجة، و مناقشة البرهان بالبرهان. فالموظف الذي يخرج عن حدود اللياقة والأدب يعد تصرفه مخالفة تأديبية في حقه. و احترام الرئيس واجب أخلاقي لا يقتصر فقط على محيط العمل ، بل يتبعه في كل مكان يلتقيان فيه ،على اعتبار أن الاحترام و التقدير لا يقتصر على محيط العمل فقط بل خارجه ، وتتمثل إهانة الرؤساء في التطاول عليهم و تهديدهم بالأذى سواء كان بالتهديد شفوياً أو كتابة أو بواسطة آخرين.

ثانياً : التعامل مع الزملاء :

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

إن روح العمل الجماعي المبنية على التعاون و روح المودة و الاحترام و الثقة من أهم المبادئ الإدارية التي يجب على الموظف أن يدركها فعليه أن يحسن معاملة زملائه من الموظفين و أن يتعاون معهم في إنجاز العمل و تقدمه خاصة التي تحتاج إلى مجهود جماعي منسق.

إن تعاون الموظف مع زملائه يمكن يحدده في ثلاثة جوانب هي :

١- عدم السعي إلى حجب المعلومات عن زملائه، أو تقديم معلومات مضللة يكون القصد منها وضع العقبات و العراقيل ليحول دون إنجاز زملائه لأعمالهم.

٢- و هو إيجابي و يظهر في التعاون مع زملائه و الأخذ بيدهم و مساعدتهم بكل ما أمكن وتنويرهم بما يعود على العمل بالفائدة الكبيرة ، و هذا يجب أن ينطلق من الإحساس بالمسئولية و الضمير الحي و الأخلاق الفاضلة. و لا شك أن الشعور بالراحة النفسية و الطمأنينة في العمل تعود إلى شعور الموظف بالرغبة في الانتماء إلى المجموعة ، و إلي كونه محبوباً ومحترماً من الجميع، مما يولد عنده الرضا و السرور ، و بالتالي الروح المعنوية العالية.

٣- و من الواجبات الأخلاقية أيضاً التي يجب أن يتحلى بها الموظف تجاه زملائه تجنب الحصول على ميزة شخصية على حساب زملائه و جهودهم ، خاصة عندما ينسب إلى نفسه وحده الفضل في إنجاز العمل الذي أسهم زملاؤه في إنجازه ، أو تقدم الآراء و المقترحات التي شاركوا في وضعها و ينسبها إلى نفسه.

تعريف السلوك الايجابي الذي يجب أن يتبعه المضيف الفندقي:

هو مجموعة القواعد و القيم و المبادئ و المعايير التي يجب على الموظف الالتزام بها و التقيد بها.

أنواع السلوكيات الإيجابية :

١- الأخلاقيات الوظيفية: و هي تلك التي تتعلق بتأدية الواجبات الوظيفية و إتقان العمل بكل أمانة و إخلاص.

٢- الأخلاقيات المسلكية : هي تلك الأخلاقيات التي تتعلق بسلوك و تصرفات الموظف داخل وخارج الوظيفة العامة ،و لقد نصت جميع أنظمة الخدمة المدنية في العالم على وجوب تحلي الموظف العام بالسيرة الحسنة و الأخلاق الحميدة.

٣- أخلاقيات متعلقة بإطاعة الأوامر الرئاسية : وردت كلمة الطاعة في اللغة بمعنى (الانقياد) والمقصود بواجب طاعة الرؤساء تنفيذ أوامر الرؤساء و احترام قراراتهم بالتعقيب على أعمال وقرارات المرؤوسين بالتعديل أو الوقف أو الإلغاء.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

نصائح عامة ذات تأثير فعال لو اتبعتها مع رؤسائك و زملائك :

- يجب عند تعاملك معهم أن تكون على طبيعتك الحقيقية دون أي زيف أو تكلف و اتبع المثل القائل (لا تلبس ثوباً سوى ثوبك.. لأنه الثوب الوحيد الذي يناسبك و يليق بك) لابد أن تبحث عند التعامل معهم عن قاسم مشترك يمكن أن تبني من خلاله علاقة قوية بهم.
- احرص على أن تبذل كل ما في وسعك من أجل إسعادهم معنوياً أو نفسياً و العمل على إرضائهم دون أن يكون ذلك على حساب ذاتك أو مصلحتك الشخصية.
- استخدم معهم أسلوب المدح الرقيق الصادق و ليس التملق و النفاق الواضح أو المستتر.
- تقبلهم كما هم، و لا تحاول أن تجعلهم نسخة مطابقة لك، و تعلم أن تنقد للضرورة القصوى فقط و دون أن تغضب أحداً أو تجرحه في ذاته.
- استمع باهتمام لأرائهم و أفكارهم و طموحاتهم و آمالهم و آلامهم.
- حافظ على روح المرح عند تعاملك معهم، و لا تكن بالغ الجدية قاطب الحاجبين .. بل اجعل الابتسامة تنير طريقك لقلوبهم.
- تقبل تصويب أخطائك عن طيب خاطر، و لا تأخذ ذلك على أنه انتقاص من ذاتك أو هجوم شخصي عليك.
- تجنب الجدال و الخلاف معهم بكل الوسائل الممكنة، فالجدل و الخلاف مع الناس لن يحقق مطلقاً أي مكاسب معهم مهما كنت أنت على صواب، و لكنهما في النهاية سيتركان عنك انطباعاً سيئاً يؤثر بالسلب في علاقتك مع الناس.
- لا تكن من دعاة الكمال في العلاقات الإنسانية أو ممن يعرفون كل شيء في أي شيء، فهذه النماذج من البشر هي التي تحصل على أكبر قدر من التجنب و عدم الاعتبار من الناس.
- كن صادقاً و مخلصاً في تعاملك معهم، و لا تقل إلا ما تقصده بالفعل، و يجب أن تكون كلماتك واضحة و أسلوبك لا يقبل إلا أن يتم فهمه بطريقة واحدة و بمعنى واحد دقيق.
- حافظ على كلمتك دائماً مهما كان الثمن و مهما كانت النتيجة ، و إياك أن تعد بشيء لا تستطيع الوفاء به أو تتخذ قراراً لا تستطيع تنفيذه فهذا يفقدك مكانتك بين الناس و ثقتهم بك ..
- عامل الناس بمثل ما تحب أن يعاملوك به و كن ذا إيمان راسخ بحقوق الآخرين و إياك أن تستغل مركزك بأي شكل من الأشكال في تحقيق مكاسب شخصية على حساب أي إنسان.

أنماط الرؤساء و كيفية التعامل معهم :

١- الطاغية :

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

يعتقد هذا الرئيس أنه والدك دون حب و عطف ، يريد الطاعة العمياء له ، لا يحتمل الأسئلة الكثيرة له و يعاملك كالطفل بطريقة سلبية و يتجنب الدخول في المناقشات ، يريد أن يشعر الطرف الآخر أنه في وضع غير مريح و غير واثق من نفسه و يشعره بأنه لا يقوم بعمل جيد أبداً ، ينظر للشخص الواقف أمامه من فوق نظارته و يتعامل مع الأفراد بالتهديد لتحقيق ما يريد .

كيفية التعامل معه:

- محاولة إيجاد ثغرة في سلوكه أو مظهره.
- حاول أن ترجع سوء التصرف والسلوك إليه هو لا عليك أنت لا تفقد ثقتك بنفسك عند التحدث إليه.
- قم بالثناء على بعض ما لديه مثل: مظهره، الساعة التي يرتديها ، الجوال الذي يستخدمه.
- دعه يشعر بالارتياح لملاحظاتك.
- المحاولة لإرضى غروره بأن تطلب نصيحة في موضوع ما ، أظهر له تقديرك لأفكاره ووضح له أنك تتعلم منه الكثير.

٢- المُتعب :

لا يدعك تقوم بعملك فقط، بل وبعمل أشخاص آخرين وفيه بعض من صفات الطاغية ويعبر لك عن خيبه أمله فيك لعدم بذلك مجهودا أكبر ، لا يهددك بالعقاب ولكن يظهر لك إن المنشأة ستتضرر لو لم تبذل جهدا أكبر ، يعلم أنك تعمل بعد ساعات الدوام ولكنه يقول لماذا تعمل لهذا الوقت المتأخر ، ولا يقدر ظروفك الشخصية والنفسية .

كيفية التعامل معه:

- الفصل بين العاطفة والعلاقة مع الرئيس.
- الفصل بين الالتزام للعمل وبين الشعور الشخصي.
- إذا كان لديك عذر قوى عليك توضيح ذلك.
- أظهر له أنك مستعد لمساعدته في أي وقت يحتاجك العمل فيه.
- لا تجاريه في ملاحظاته العاطفية لجعلك تقوم بأعمال إضافية فوق طاقتك.
- لا تعتمد على الأعذار كثيراً في تبرير المواقف.

٣- اللوام:

لا يتحمل مسئولية قراراته وأفعاله، يلقى اللوم على الآخرين.

كيفية التعامل معه:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- الاعتماد على الحقائق لإثبات ما تريد معرفته.
- عدم نكران أية مسئولية قبل الحصول على المعلومات.
- التركيز على الحقائق لأنها تعطي الفرصة لرد اللوم على الشخص ويهدئ من لوم الرئيس و تبرئ الموظف من أي لوم أو مسئولية.
- عدم الانفعال وإلقاء اللوم على الرئيس حتى بعد توضيح الحقائق وتركه يكتشف ذلك بنفسه بعد وضعها على مكتبه للقراءة ومعرفة هذه الحقائق.

٤- الحالم:

يعتقد أن كل أفكاره عظيمة، أفكاره إبداعية، ثقته بنفسه عالية جداً، يعيش في عالم أحلامه، ويعتقد أنها واجبة التنفيذ.

كيفية التعامل معه:

- لا تعتقد أن كل أفكاره قابلة للتنفيذ.
- لا تصدر أحكاماً مسبقة بأن كل أفكاره أحلاماً.
- اسأله عن أسبقية التنفيذ.
- لا تقل له "ليس ذلك الوقت" لتنفيذ أفكاره الحالمة حتى لا تخلق حاجزاً بينكما.
- اعتمد على عنصر الوقت و اطلب المزيد منه لتنفيذ الفكرة.
- استفد من الإجراءات البيروقراطية الروتينية لتنفيذ أفكاره مثل الميزانية أو طلب تصديق من الجهات العليا.
- ضع في بالك أنك لا تتهرب من العمل بل الأفكار غير المفيدة.

٥- البركان المتفجر:

يصرخ و يضرب على المنضدة و يعلو صوته بالتهديد و الوعيد ، نوع من الرؤساء غير الجيدين يعتمد على تخويف مرؤوسيه ، يقود أسلوبه إلى قتل الإبداع ، نشر السلبية ، و التفكير في تغيير المنشأة

كيفية التعامل معه

- محاولة التعرف على الدوافع.
- محاولة امتصاص الغضب قدر الإمكان و احتواء الموقف.
- السيطرة على أعصابك.
- النظر إليه مباشرة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- تقديم عدة خيارات لمناقشة الموضوع و لحل الخلاف و لاتخاذ خطوات عملية في الحال، تأجيل النقاش لوقت آخر.
- انسحب بهدوء.

٦- الطيب:

قلبه طيب، صادق و يتعامل مع الأمور بحسن نية، يفترض أن الناس ينطلقون من مبدأ الخير و الصدق، يحاول ألا يغضب أحد، لا يغضب و لا ينفعل بسرعة و يفكر أن الناس يسلكون نفس طريقته في التعامل، يسهل استغلال طيبته، لا يمسك بزمام الأمور.

كيفية التعامل معه

- عدم استغلال طيبته.
- لا تشعر بأن الطيبة مبرر لك بالتكاسل و التسيب.
- اجعل من طيبته حافزاً لك للمزيد من الإنتاجية.
- قم بمهام عملك بكل جد و إتقان و تفانٍ.
- قد تكون هنالك نوبة غضب قوية إذا شعر باستغلاله.
- تعلم من خبرته و أسلوبه في التعامل.

٧- المتعجرف:

يعتقد أنه خصائص فريدة، و يتعالى في تعامله مع الناس، ويحب إصدار الأوامر، و يكثر منها، يقلل من مساهمات الآخرين و يبخس أفكارهم، لا يميل إلى النقاش، و علاقته مع الآخرين تميل إلي التوتر والحذر، لا يرى الجوانب الحسنة في الآخرين.

كيفية التعامل معه

- حاول معرفة دوافع عجرفته.
- قد يكون تصرفه نتيجة نقص، فلا تحاول أن تفضح ذلك.
- قم بواجباتك على أكمل وجه و لا تعطه فرصة ليستحقرك.
- احترم آراءه في حدود العمل.
- قد يكون الموظف هو سبب عجرفته بإهماله عمله و التقصير فيه.
- واجهه إذا دعا الحال إلي ذلك و لكن بطريقة لا تجعله يفقد أعصابه.

المُدعى -8:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

يعتقد أنه يفهم كل شيء ويفتي فيما يعرف وما لا يعرف كثير الكلام، يحب الظهور والسيطرة يعارض الناس فيما يقولون وقد تكون أفكاراً مغلوطة وربما يميل إلى الكذب أو عدم الدقة، ومن اعتقاداته أن المدير يجب أن يكون ملماً بكل شيء.

كيفيه التعامل معه

- ❖ لا تأخذ كلامه مأخذ الجد.
- ❖ حاول أن تبين له الحقائق بطريقه لبقة و لا تفضح جهله.
- ❖ تأكد من المعلومات التي تقولها.
- ❖ قدم رأيك في شكل بدائل.
- ❖ لا تقل (هذا الكلام خطأ).

٩- الوالد:

يُعامل المرؤوسين كأبنائه ويظهر لهم عطفه دون البوح به أحياناً وإذا قسا يقسو قسوة الأب دون حقد أو كراهية يقدم النصح والإرشاد ولا يفرق بين الموظفين على أساس عاطفي ولا يبخل عليهم بخبرته وعمله ويفرح بنجاحهم وتطويرهم .

كيفيه التعامل معه

- ❖ تقديم الاحترام اللازم له.
- ❖ والاستفادة من خبراته وتجاربه.
- ❖ كن مهذباً في التعامل معه سنداً.

١٠- البيروقراطي:

يعشق الروتين ، يعيد الإجراءات واللوائح والنظم ، يخاف من المسؤولية والخطأ ، يحبذ التعليمات مكتوبة ، يتبع تسلسل السلطة أو الإدارة العاليا ،و يحمي نفسه ولا مجال عنده للإبداع ويعمل بجد ويكره شيئاً اسمه "حسب النظام" ولكن بدون ذكاء ، مبدؤه العام التغير .

كيفيه التعامل معه

- ❖ كن ملماً بإجراءات العمل.
- ❖ اجعل عملك متكاملاً قدر الإمكان حتى لا يرد لك لنقص ما.
- ❖ قدم له عدة خيارات يختار منها.
- ❖ وضح له السوابق ليسترشد بها.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

❖ يمكنك تغييره ولكن ببطء.

❖ سيكون أثره عليك مدمراً إن كنت من الأشخاص الذين يتأثرون بمن حولهم.

❖ قد يفيدك من حيث المعرفة بالقوانين واللوائح التي تحكم العمل، ولكنه لن يفيدك من حيث النمو والتطوير.

١١- المساند:

متواجد دائما مع المرؤوسين ، يشجع على العمل المتميز ، يوفر مميزات العمل ، يتغاضى عن الهفوات الصغيرة، ينظر إلى الجوانب المشرقة ،يفتح للمرؤوس آفاقاً جديدة يرتادونها ، يتقبل الأفكار الجديدة ، يدع المرؤوس يتعلم من أخطائه ، ولا يميل إلي الشدة في التعامل ، ومتفاعل مع المرؤوسين .

كيفيه التعامل معه

❖ عبر عن تقديرك لمساندته.

❖ استغل مساندته للارتقاء بأدائك .

❖ كن عند حسن ظنه بك.

❖ لا تتردد في طلب مساعدته لك.

١٢- الحاضر الغائب:

غير مهتم بالعمل وما يدور فيه ، ربما يكون مشغولاً بأعماله وأموره الخاصة ، لا يدري عن الموظفين شيئاً كثير التغيب والاستئذان ، يتكل في أداء العمل إلى عدد مقرب من المرؤوسين الذين يفضلهم عن غيرهم ، يصدر التعليمات ثم ينصرف ، لا يتعلم المرؤوسون منه شيئاً ، تكون الرقابة عليهم معدومة، مما يسبب التسيب والتكاسل بالعمل وبالتالي تقصير بواجبات العمل .

كيفيه التعامل معه

❖ يجب أن تقوم بما يوكل إليك من واجبات.

❖ كن حريصاً على ألا تصطدم معه خشيه ردة فعل غير مرضية للطرفين.

❖ فكر في الانتقال إلى موقع أخر لرئيس أكثر دقه في العمل.

١٣- المتقلب الرأي:

لا يستقر على رأي ثابت، غير متأكد مما يفعل، يخشى الانقياد، تنقصه الثقة بالنفس، يربك العمل برأيه المتقلب، يفقد ثقة المرؤوسين فيه، يتردد المرؤوسون في القيام بالعمل خشيه تغيير الرئيس لرأيه.

كيفيه التعامل معه

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

❖ أخذ التعليمات منه مكتوبة.

❖ قدم له عدة خيارات.

❖ وضح له مزايا ما تفعله بالنسبة له و للإدارة من ناحية عامة.

❖ لا تحتد معه بالنقاش.

❖ ردد له ما قاله و تأكد من صحة ما يقصده.

❖ حاول أن تقنعه بوجهة نظرك.

١٤- متصيد الأخطاء:

لا يرى في الناس إلا أخطاءهم، يعد اكتشاف الأخطاء مصدر قوة له ليضع المرؤوس في موقف دفاعي، يستمتع باكتشاف الخطأ، يعد الإشراف والرقابة تصيداً لأخطاء الآخرين، و لا يثق بالمرؤوسين يغطي على أخطائه بأخطاء غيره و بخلق جو من التوتر في العمل.

كيفيه التعامل معه

❖ كن حريصاً على أداء عملك كما ينبغي دون أخطاء.

❖ تعرف على أسلوبه في الرقابة، واستفسر منه إذا استصعب عليك أمر ما.

❖ راجع عملك قبل عرضه عليه مع تجنب الأخطاء إذا وقعت بها سابقاً.

❖ لا تتأثر سلبياً بكمية الأخطاء واطلب منه توضيح ما هو صحيح.

١٥- المتردد:

غير واثق من نفسه، ويخاف من اتخاذ القرارات ويخشى الوقوع في أخطاء يحاسب عليها ولا يستقر على رأي وقد يصدر أوامر أو يفعل شيئاً ثم يغيره إذا شَككه أحد في صحته، قد تكون أهداف العمل غير واضحة بالنسبة له ويتميز بالضعف في أسلوبه الإداري.

كيفيه التعامل معه

❖ قدم له عدة خيارات وكن مستعداً لشرح كل منها مع يحدد أفضلها ولماذا ؟

❖ كن حاسماً في التعبير عن رأيك وادعمه بالدليل والبرهان .

❖ لا تتردد كما يتردد وحاول أن تكون سنداً له يرتكز عليه.

١٦- العصبي:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

يغضب وينفعل لأتفه الأسباب ويستعجل الأمور بطريقته، قليل الصبر ومندفع في تصرفاته، يمكن استفزازه بسهوله، قد يتفوه بألفاظ جارحة، يمكن أن يكون عنيفاً، قد تكمن وراء عصبيته طيبة قلب، عصبيته يمكن أن تجلب إليه الكثير من المشاكل.

كيفيه التعامل معه

- ❖ لا تجاريه في عصبيته.
- ❖ تعرف على الدوافع وراء سلوكه.
- ❖ دعه يهدأ ثم ناقشه بهدوء ووضح له الأضرار وتقبل عذره إذا اعتذر.
- ❖ تفادي اللحظات التي قد يكون فيها عصبياً.

١٧- المحبط:

لا يشعر بدافع العمل ، يشعر بأنه مظلوم من رؤسائه وبالتالي لا يهتم بالعمل، نظراته داخلية وشخصية ، قد ينعكس سلوكه سلباً على مرؤوسيه ينغلق في عالمه الشخصي ولا يهتم بأمور العمل .

كيفيه التعامل معه

- ❖ حاول أن تقف بجانبه وتخفف عليه ما يشعر به وكن سنداً له.
- ❖ لا تجعل إحباطه ينتقل إليك وتعامل معه بكل إخلاص وجد.

١٨- الشكاك:

لا يثق في أحد ويشك في نوايا الكل، يُغلب الجوانب السلبية في سلوك الناس على الجوانب الإيجابية، يعتقد أن الآخرين يشكون فيه ويتحدثون وراء ظهره، يحب أن يتأكد من أن كل شيء يسير حسبما يريد.

كيفيه التعامل معه

- ❖ كن صادقاً في تعاملك معه.
- ❖ قدم له الحقائق مُدعمه بالأرقام والدلائل.
- ❖ اشرح له كل ما تقوم به.
- ❖ ارجع له وقت لآخر لتأخذ رأيه.
- ❖ قدم له العمل مكتوباً.

سلوكيات المضيف

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

سلوكيات المضيف من أهم الخصائص التي تؤثر على جودة الخدمة المقدمة للضيوف،لذا وجب على إدارة الفندق تحري تلك السلوكيات و تطوير و تشجيع السلوكيات الحسنة و العمل على التخلص من السلوكيات السيئة منها بعد دراسة أسبابها و العمل على حلها أولاً بشكل عقلاني و إذا لم ينفع هذا المنهاج في عملية إيجاد الحلول للتخلص من هذه السلوكيات، وجب التحول لأسلوب آخر و لو حتى وصل الحل للتهديد و العقاب لبتر تلك السلوكيات السيئة و الخاطئة التي قد تضر بشكل و سمعة الفندق.

و عند دراسة تلك السلوكيات و جب دراسة كل من سلوكيات المضيف و الضيف لأنه بشكل أو آخر ممكن أن تكون سلوكيات الضيف هي أحد الأسباب المباشرة أو غير المباشرة في سلوكيات المضيف.

ونبدأ الآن بدراسة أسباب تصرفات و سلوكيات الضيف و المضيف و هي كالآتي:

أسباب تصرفات وسلوكيات الضيف و المضيف:

١- أسباب نفسية داخلية : و هي التصرفات التي تنشأ بسبب في الشخص نفسه كالمشاعر والاستعدادات و القدرات و السمات الشخصية بشكل عام .

٢- أسباب خارجية : و هي التصرفات التي تنشأ عن أسباب خارجية بتأثير المحيط الخارجي بالإنسان كطبيعة المهمة التي يقوم بها الشخص أو الضغوط الخارجية التي يتعرض لها ، وغيرها من المؤثرات في البيئة الخارجية.

التفسير الواقعي لسلوك الضيوف :

إن التفسير الواقعي و البديهي لسلوك الضيوف يتطلب معلومات كافية عنهم و عن المواقف المختلفة التي يمرون بها ، و هذا يعنى ملاحظة سلوك الضيف في مواقف متنوعة و ملاحظة سلوك ضيوف آخرين في الموقف نفسه ، و بناءاً عليه يمكننا أن نكون أحكاماً أدق و أكثر مصداقية وواقعية حول الأسباب الفعلية لسلوك هذا الضيف ، و هل هي أسباب تتعلق به بنفسه أو أنها أسباب تتعلق بالموقف أو أسباب ناشئة عن التفاعل بينه و بين الموقف ؟؟ و لهذا فإن تفسيرنا للموقف بالنظر إلى سلوك الضيف فقط يوقعنا في الكثير من الأخطاء. و بشكل عام يقتضي التعامل مع الضيوف ضرورة فهم أسباب سلوكهم في بعض المواقف ، و من المفيد أن نعي في هذا الجانب أن هذا الفهم يشوبه في أغلب الأحيان العديد من الأخطاء والانحرافات، فانفعالاتنا و دوافعنا و حاجاتنا و معتقداتنا تلعب دوراً حاسماً في تفسير سلوك الآخرين والمقصود هنا بانفعال و دوافع و حاجات المضيفين.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ومن هنا ينبغي أن نتحرى الموضوعية و الدقة و التجرد في تفسيرنا لسلوك الآخرين بعيداً عن التحيز والميول الذاتية.

بعض السلوكيات الخاطئة لموظف المطعم التي يجب تلافيها و العمل على التخلص منها :

١- التحدث و الضحك بصوت عالٍ يسمعه الضيف.
٢- تناول الأكواب و الكاسات بأطراف أصابع اليد من فوهتها .
٣- الإتكاء و الاستناد على الحائط أو الطاولة .
٤- تذوق و تناول الطعام أو الشراب على مرأى من الضيف.
٥- وضع القلم خلف الأذن أو تعليقه بالرقبة.
٦- ثني أكمام القميص أثناء تقديم الخدمة.
٧- الركض و العجلة أثناء تقديم الخدمة.
٨- رفع الأطباق باليد ووضعها فوق بعض بدون استخدام صينية لرفع الأطباق عليها .
٩- إحضار المشروبات التي لها غطاء مفتوحة مسبقاً للضيف و يجب فتحها أمام الضيف.
١٠- حك الذقن أو الأنف أو أي منطقة من الجسم على مرأى من نظر الضيف.
١١- إطالة النظر للضيف و خاصة و هو يتناول وجبته.
١٢- إبداء الرغبة أو الطلب المباشر من الضيف بتقديم الإكرامية.
١٣- عد القيمة النقدية لفاتورة الضيف أمامه و إبداء الامتعاض إذا ترك الإكرامية.
١٤- استعمال أنواع عطور أو مزيلات عرق ذات روائح نفاذه.
١٥- استعمال الجوال (الهاتف الخلوي) الخاص أثناء العمل.
١٦- النقاش و المجادلة مع الضيف.
١٧- الاهتمام بتقديم الخدمة لبعض الضيوف على حساب ضيوف آخرون نظراً لجنسيتهم أو جنسهم أو لأنه يتوقع منهم تقديم إكراميه.
١٨- العجلة في رفع الأطباق بسرعة دون أن ينهي الضيف كامل وجبته.
١٩- عرض تقديم الحساب أو الفاتورة قبل إنهاء الضيف وجبته.
٢٠- الجلوس على المقاعد المخصصة للضيوف داخل قاعات الطعام و لو حتى شعرت بالتعب.
٢١- التدخين أو مضغ اللبان (العلكة) أثناء ساعات الدوام.
٢٢- عدم اللامبالاة و التأخر لتقديم أية طلبات طلبها الضيف .
٢٣- إخبار الضيف الداعي بقيمة الفاتورة عند تقديمها له بصوت عالٍ يسمعه المدعوون.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٢٤- العطس و البصق على مرأى من نظر الضيف.

٢٥- معاكسة الضيف أو إبداء الإعجاب به بشكل يضايقه.

٢٦- جعل الضيف في مستوى الصديق أثناء أداء العمل و التعامل معه من هذا المنطلق.

٢٧- التَحدث مع ضيف عن ضيف آخر.

٢٨- التحدث مع الضيف عن السياسة و الديانة فهذا ممنوع لسوء الفهم الوارد و الحرج الشديد واختلاف وجهات النظر الدائمة في هذين الموضوعين.

٢٩- ترك مكان العمل بدون استئذان.

٣٠- التجمع مع الزملاء في مجموعات أثناء العمل حتى و لو كانت صالة الطعام شبه فارغة.

نصائح عامة للحكم على سلوكيات المضيف

لن يستطيع إنسان أن ينفذ داخل أعماق إنسان آخر ليكشف سلوكياته و هل شخصيته محببة، ويحب الناس و يتعامل معهم بإخلاص أو العكس، و لن يستطيع أي إنسان أن ينفذ داخل جمجمة أي إنسان ليعرف ما يدور برأسه من أفكار و معتقدات.. و لكن هناك أشياء بسيطة جداً يفعلها طواعية. وبطريقة لا إرادية يمكن أن تكشف الكثير و الكثير من أسراره دون أن يدرى.

فالمشي و طريقته يدل بطريقة مباشرة جداً عما يدور بعقلك و ما يحمله المضيف من سلوك و أمثله على ذلك:

- فالمضيف الذي يمشي و قد انحنت كتفاه قليلاً و يميل وجهه ناحية الأرض هو بالطبع مضيف يحمل على كاهله أعباء ثقيلة على نفسه و انعكس ذلك الحمل على جسمه أيضاً مما جعله منحنياً مائلاً برأسه إلى الأرض و هو غالباً يشعر بالتشاؤم.
- المضيف الخجول و الإنسان المتردد يمشى بخطى مترددة غير واثقة كما لو كان يخشى أن يهرب من نفسه.
- المضيف الواثق في نفسه تجد أن خطواته في المشي تتسم بالجرأة و الكتفان مردودتان إلى الخلف في وضعهما الطبيعي و عيناه متطلعتان إلى هدف ما و يشعر بأنه يستطيع أن يحققه لنفسه.
- المضيف السعيد تراه يتحرك بسرعة و خفة بينما الحزين تجد كتفيه متهدلتين يمشي و كأن نعل حذائه مصنوع من حديد فالمشية ثقيلة و بطيئة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- المضيف الذي يمشي و ذقنه مرتفعة و اليدان تلوحان بشكل مبالغ فيه و الخطوة محسوبة بشكل مقصود تعطي انطباعاً و تأثيراً معيناً فهو رجل راض عن نفسه ومرتاح ومغرور قليلاً.
- المضيف الكئيب المغموم الضعيف يمشى و هو يجر قدميه و ترى يديه في الجيوب و نادراً ما ينظر إلى أعلى أو ينتبه للاتجاه الذي يسير فيه.

المصافحة تحكي للطرف الآخر أكثر مما نعتقد فهناك يد بلا قلب و مصافحة كأنك تمسك بمخلب أو ناب و هذه أمثلة على طرق الكشف عن سلوك الضيف من طريقة مصافحته:

- المضيف الذي يصافح بيد رخوة يتمتع بدرجة منخفضة من الثقة بنفسه حتى لو حاول أن يتصرف على نحو متغطرس أو متشدد أو متسلط كما يفعل الكثيرون من أصحاب الثقة الضعيفة في أنفسم.
- المضيف الذي يضغط على كفك بقوة مبالغ فيها فهو يقوم بتعويض نقص الثقة بنفسه كي يترك انطباعاً في نفسك بأنه يتمتع بالثقة في النفس.
- المضيف الذي يصافح بحرارة و بضغط خفيف رقيق تكشف مصافحته عن إنسان يتمتع بثقة فعلية في نفسه.

نبرة الصوت تستخدم في التعبير عما يجيش بنفسية المضيف بطريقة مقنعة للغاية،فهي توصل للناس أكثر من مجرد الأفكار ، و أمثلة عن نبرة الصوت للحكم على سلوك المضيف و أشار علماء النفس إلى أن كلامنا يدل على نفسيتنا ، و قاموا بتصنيف الشخصيات طبقاً لنبرة الصوت و طريقة الحديث إلى خمسة شخصيات أساسية.

- الشخصية العدوانية و هي التي تتحدث و كأنها تعطي الأوامر في معسكر حربي، و كلماتها دائماً جافة و جازمة و نبرة صوتها حادة مميزه.
- الشخصية المخادعة تقدم دائماً كلاماً معسولاً منمقاً لكن معانيه مبطنة، يرتفع صوته و ينخفض طبقاً لموضوع الحديث.و ينطبق عليه قول الشاعر:

يعطيك من طرف اللسان حلاوة ويروغ منك كما يروغ الثعلبُ

- الشخص المتسامح رقيق النبرة هادئ الأسلوب يجاريك في الحديث مهما كان نوعه و اتجاهه لا يعلو صوته على صوتك بل يحول أن يوازن بين النغمتين ليصل لنغمة صوتك تماماً.
- الشخص الصامت يفتح الحوار معك بهدوء و نبرة صوته منخفضة و سرعان ما يتركك تتحدث و يأخذ دور المستمع الجيد.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- الشخصية الغامضة (المقنعة) نبرة صوتها تتغير عدة مرات لا تستطيع أن تعرف المقصود من حديثها و تكون في حيرة تعجز فيها عن الإجابة عن أسئلته و هو منتبه جيد و مستمع جيد و لكنه متحدث غامض.

كيفية تقييم مستوى الخدمة للضيوف (Evaluation Of Service Level)

قبل البدء بمعرفة طرق تقييم مستوى الخدمة للضيوف يجب أن نضع معايير خاصة بهذه الخدمة لتكون مقياساً للحكم على جودة الخدمة من عدمها.

الهدف من وضع المعايير الخاصة بخدمات الفندق :

١) تترك انطباعاً جيداً عند الضيوف لأن مستوى الخدمة لا يتغير في كل مرة بل هو ثابت، فالضيف يعرف ما ستقدمه له و الطريقة التي ستقدم الخدمة بها.
٢) تساعد المعايير في توضيح الطريقة التي تستطيع من خلالها القيام بعملك و بالشكل المطلوب وبالتالي فإن وضوح الدور الذي تقوم به من أساسيات القدرة على أداء العمل بشكل متميز و حسب المعايير الموضوعة، بعيداً عن الارتجال و الاجتهاد القابل للخطأ و الصواب.
٣) تساعد المعايير في رفع معنويات الموظفين، فمن خلالها يمكنهم معرفة مدى التقدم في أدائهم و ما هي المستويات التي يستطيعون تحقيقها و تساعد المعايير الموضوعية و الدقيقة على جعل العاملين يتنافسون فيما بينهم في أداء الخدمة.
٤) أداء العمل بمستوى واحد و بكفاءة، و لن تستطيع تحقيق نتائج متميزة دون الحاجة إلى الاستعانة بالمعايير الخاصة بالخدمة، لأنك مطالب باستمرار في الالتزام بها و تحقيق أعلى المستويات فيها.

طرق تقييم مستوي الخدمة للضيوف :

هناك عدة طرق يستطيع بها الضيف تقييم الخدمة الفندقية عامة و مستوى الخدمة داخل صالة الطعام خاصة و نذكر منها :

١- باستخدام نموذج تقييم الخدمة أو استمارة استقصاء الرأي اللذان يوجدان بالمطعم و يقدمهما المضيف للضيف عند انتهائه من تناول وجبته و يسمى بمجال الفنادق ب (Guest Comment).

و قد تعددت الأشكال المتبعة بل تعددت الأحجام و الأسئلة وطريقة إعداد هذا النموذج أو الاستمارة ولكن اتفقت على النقاط الآتية :

أ- اختصار الأسئلة بقدر الإمكان حتى لا تبعث الملل للضيف.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ب- مساعدة الضيف على إبداء رأيه دون الاسترسال في الكتابة عن طريق وضع خانات كثيرة و يستطيع أن يعبر برأيه بتعبئة أحد هذه الخانات.

ت- اختصار في حجم الأوراق المستخدمة لتشجيع العميل على إبداء رأيه.

٢- بيحدد وقت محدد للخدمة و يظهر ذلك جلياً بالمطاعم السريعة حيث يحدد وقت محدد للطلب لتقديمه للضيف.

٣- بقيام مدير المطعم أو من ينوب عنه بعد انتهاء تقديم الخدمة بسؤال الضيف عن تقييمه لمستوى الخدمة.

٤- بتوزيع استبيانات على الضيوف لإبداء المقترحات الجديدة للخدمة و التي من وجهة نظرهم تؤدي إلى تحسين مستوى الخدمة.



٥- باستخدام صندوق الاقتراحات و الشكاوى الذي يوجد بمكان واضح بالمطعم حتى يتسنى للضيف رؤيته و إبداء آرائه.



٦- تدريب موظفي المطعم على السؤال و معرفة آراء الضيوف و توصيلها لإدارة المطعم. و تقع هذه المهمة على عاتق مديري المطاعم و التدريب يكون على كيفية وضع الأسئلة الشفوية للضيف وكيفية مخاطبته بطريق لبقة و صحيحة.

٧- معرفة عدد الأفراد و الهيئات و المؤسسات التي تتعامل مع الفندق أو المطعم بصفة مستمرة ودائمة. (Repeat Guests) و ذلك بأن يقوم المطعم برصد كافة عملائه عن طريق تسجيل

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

كافة الضيوف الذين يترددون على المكان أكثر من مرة و بالتالي إذا زاد العدد و استمر ترددهم دَل ذلك على مستوى الخدمة الجيد الذي يتلقونه.

و قد قامت كافة شركات الإدارة الفندقية بعمل النظم الكفيلة للاعتناء بهذه النوعية من الضيوف حيث إنه يعد أكبر دعاية للفندق بين المجتمع المحيط به.

٨- تقارير أهل الخبرة (Shopping Reports) و يستخدم هذا التقرير في حالتين أساسيتين وهما :

أ- معرفة و قياس من جانب الإدارة عن طريق زيارة الفنادق و المطاعم الأخرى و تعبئة استمارة تُبين إلى أي مدى وصل إليه المنافسون. و الهدف من ذلك هو مسايرة التطور.

ب- قياس و معرفة آراء أهل الخبرة عن الفندق و المطعم فيقوم المدير العام بدعوة بعض الشخصيات ذات الخبرة المتميزة في مجال الفنادق لكتابة التقرير الذي يشير إلى أي مدى وصلت إليه جودة المأكولات و الخدمات المقدمة. و الهدف من ذلك معرفة نقاط الضعف في الفندق أو المطعم و تجنبها قبل حدوثها .

٩- قياس نصيب الفندق و المطعم من السوق المتاحة (شريحة السوق)(Market Share) إن أي فندق أو مطعم لا يمكن أن يشبع كافة الرغبات على كافة المستويات المتاحة بل تقوم كل منشأة على خدمة شريحة معينة من السوق متمثلة في سن معين،ثقافة معينة،دخل معين،رغبات معينة. ، إذا تم معرفة نصيب الفندق أو المطعم من حيث النتائج المالية فإن المقارنة البسيطة بين فترة و أخرى يمكن أن تدل على مدى استمرار نجاح هذا الفندق أو المطعم.

١٠- تحليل منحى المبيعات و ذلك بحساب أرقام المبيعات المحقق ليؤكد المطعم مدى نجاحه في توفير كافة متطلبات الضيوف دون أية شكوى .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

YOUR ARRIVAL / الوصول

How do you rate? / ما هو تقييمكم لهؤلاء؟

	ممتاز Outstanding	جيد Good	متوسط Average	غير مقبول Unacceptable
Doorman / البواب	☐	☐	☐	☐
Bellman / حامل الحقائب	☐	☐	☐	☐
Front desk / مكتب الإستقبال	☐	☐	☐	☐
Reservation in order / الحجز	☐	☐	☐	☐
Secure environment / شعوركم بالأمان	☐	☐	☐	☐
Directional signage in the hotel / اللافتات الإرشادية بالفندق	☐	☐	☐	☐

Comments / ملاحظات .....

GUEST SERVICES / خدمات النزلاء

How do you rate? / ماهو تقييمكم للأماكن التالية

Concierge / الاستعلامات	☐	☐	☐	☐
Telephone service / خدمة الهاتف	☐	☐	☐	☐
Message service / خدمة توصيل الرسائل	☐	☐	☐	☐
Wake up call / مكالمات الإيقاظ	☐	☐	☐	☐
Cashier / الصراف	☐	☐	☐	☐
Laundry and dry cleaning / الغسلة والتنظيف الجاف	☐	☐	☐	☐
Minifridge / ثلاجة الغرف	☐	☐	☐	☐
Business center / مركز رجال الأعمال	☐	☐	☐	☐
Health club / النادي الصحي	☐	☐	☐	☐
Gift shop / متجر الهدايا	☐	☐	☐	☐

Comments / ملاحظات .....

YOUR ROOM / غرفتك

Room number / رقم الغرفة .....

هل وجدت غرفتك
Do you find your room

Clean / نظيفة	☐	☐	☐	☐
Comfortable / مريحة	☐	☐	☐	☐
Well equipped / جيدة	☐	☐	☐	☐
Adequately lit / ذات إضاءة كافية	☐	☐	☐	☐
Adequate working space / مكان مناسب للعمل	☐	☐	☐	☐

YOUR ROOM (cont'd) / غرفتك

	ممتاز Outstanding	جيد Good	متوسط Average	غير مقبول Unacceptable
Sufficient guest amenities / مستلزمات كافية للنزلاء	☐	☐	☐	☐
Equipment in good working condition / جميع الأجهزة تعمل بحالة ممتازة	☐	☐	☐	☐

If not Specify the difficulty / في حال الإجابة بالنفي رجاء تحديد المصاعب

هل عولجت المصاعب في الوقت المناسب؟
Was the problem taken care in due time? ☐ ☐ ☐ ☐

Comments / ملاحظات .....

YOUR BREAKFAST / وجبة إفطارك

Did you have your breakfast / أين تناولت وجبة إفطارك؟
In your room / في غرفتك ☐
At the restaurant / في المطعم ☐

How do you rate? / كيفية تقييمك للوجبة				
Quickness of delivery / سرعة تقديم الوجبة	☐	☐	☐	☐
Quality of breakfast / جودة الإفطار	☐	☐	☐	☐

BARS AND RESTAURANTS / المطاعم

How do you rate the quality of service? / ماهو تقييمكم لجودة الخدمة في؟				
Room service / خدمة الغرف	☐	☐	☐	☐
La brasserie / لابراسيري	☐	☐	☐	☐
The texan / تكسن	☐	☐	☐	☐
Tajine / طاجن	☐	☐	☐	☐
Lobby lounge / صالة اللوبي	☐	☐	☐	☐
The tea room / قاعة الشاهي	☐	☐	☐	☐
Pool snack / كافتريا بركة السباحة	☐	☐	☐	☐

How do you rate the quality of food? / ماهو تقييمكم لجودة الأغذية في؟				
Room Service / خدمة الغرف	☐	☐	☐	☐
La brasserie / لابراسيري	☐	☐	☐	☐
The texan / تكسن	☐	☐	☐	☐
Tajine / طاجن	☐	☐	☐	☐
Lobby lounge / صالة اللوبي	☐	☐	☐	☐
The tea room / قاعة الشاهي	☐	☐	☐	☐
Pool snack / كافتريا بركة السباحة	☐	☐	☐	☐

Comments / ملاحظات .....

OVERALL OPINION / رأيك العام

هل تعتقد أننا احترمنا المبادئ التالية؟
Do you think we respected the following principles?

	ممتاز Outstanding	جيد Good	متوسط Average	مقبول Unaccep
Courteous, warm welcome / استقبال حار ومهذب	☐	☐	☐	☐
Recognize and anticipate your needs / معرفة وتوقع متطلباتك	☐	☐	☐	☐
Respond quickly and efficiently / الاستجابة السريعة وكفاءته	☐	☐	☐	☐

If any members of our staff provided you with outstanding service, please let us know! / اذا قام احد موظفينا بتقديم خدمة ممتازة لك نرجو ابلاغنا بذلك

Comments / ملاحظات	☐	☐

ماهو انطباعك العام عن الفندق
What is your overall impression of the hotel? ☐ ☐ ☐ ☐

هل ستقيم لدينا مرة أخرى؟
Would you stay with us again? ☐ yes ☐ no

هل ستوصي أصدقائك بالقدوم الى هذا الفندق؟
Would you recommend this hotel to your friends? ☐ yes ☐ no

شكراً لك لتخصيص جزء من وقتك وتقديم مقترحاتك لنا.
نرجو إلصاق هذا الإستبيان وإعادته الى مكتب الإستقبال.
Thank you for your time and suggestions.
Please seal this questionnaire and return it to the front desk.

Mr / Mrs / Ms / السيد / السيدة .....
Company / الشركة .....
Address / العنوان .....

Dates of stay / مدة الاقامة .....

شكل (١) نموذج تقييم الخدمة لأحد الفنادق الكبرى

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

أسئلة الوحدة الخامسة

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

٨) ( ) من آداب الحديث في المحافل أنه يُستحسن أن تتكلم مع من يقف بجانبك.

٩) ( ) الأخلاقيات المسلكية هي تلك الأخلاقيات التي تتعلق بسلوك و تصرفات الموظف داخل وخارج الوظيفة العامة.

١٠) ( ) الرئيس العصبي يغضب وينفعل لأتفه الأسباب ويستعجل الأمور بطريقته، قليل الصبر ومندفع في تصرفاته.

١١) ( ) *الركض و العجلة أثناء تقديم الخدمة تعتبر من السلوكيات الصحيحة لموظف المطعم.*

١٢) ( ) يساعد وضع المعايير المحددة للخدمة الفندقية في رفع معنويات الموظفين.

السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- من الواجبات الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها الموظف تجاه زملائه تجنب الحصول على ..... على حساب زملائه و جهودهم.

٢- المضيف الخجول و الإنسان المتردد يمشي بخطى ..... غير .....

3- من مهارات الحديث عدم المجادلة فاعلم أن أفضل السبل لكسب أي جدال هو .....

السؤال الثالث: اختر الإجابة الصحيحة من بين الأقواس ؟

٤. علم (المناقشة – الحديث – الاجتماع) يعرف به حال الراوي والمروي من حيث القَبول والرد.

٥. الشخصية (المخادعة – العدوانية – الغامضة) تقدم دائماً كلاماً معسولاً منمقاً لكن معانيه مبطنة.

٦. (السلوك السلبي – السلوك الإيجابي – السلوك الحيادي) هو مجموعة القواعد و القيم و المبادئ و المعايير التي يجب على الموظف الالتزام بها و التقيد بها.

السؤال الرابع: أجب عما يلي؟

١- اذكر خمساً من القواعد السبع الذهبية لإتقان مهارة التعامل مع الضيوف

٢- ما أنماط الرؤساء و المديرين (البيروقراطيين) ؟ عَرف هذا النمط و اذكر طرق كيفية التعامل معه

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٣- اذكر طرق تقييم الخدمة الفندقية

إجابة أسئلة الوحدة الخامسة

السؤال الأول: أجب ب (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها ؟

١١) (صح) من آداب الحديث في المحافل يُستحسن أن تتكلم مع من يقف بجانبك.

١٢) (صح) الأخلاقيات المسلكية هي تلك الأخلاقيات التي تتعلق بسلوك و تصرفات الموظف داخل وخارج الوظيفة العامة.

١٣) (صح) الرئيس العصبي يغضب وينفعل لأتفه الأسباب ويستعجل الأمور بطريقته، قليل الصبر ومندفع في تصرفاته.

١٤) (خطأ) *الركض و العجلة أثناء تقديم الخدمة تعتبر من السلوكيات الصحيحة لموظف المطعم..*

١٥) (صح) يساعد وضع المعايير المحددة للخدمة الفندقية في رفع معنويات الموظفين.

السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بما يناسب؟

١- من الواجبات الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها الموظف تجاه زملائه تجنب الحصول على **ميزة شخصية** على حساب زملائه و جهودهم.

٢- المضيف الخجول و الإنسان المتردد يمشي بخطى **مترددة** غير **واثقة**.

٣- من مهارات الحديث عدم المجادلة فاعلم أن أفضل السبل لكسب أي جدال هو **تجنبه**.

السؤال الثالث: اختر الإجابة الصحيحة ما بين الأقواس ؟

١- علم (المناقشة – الحديث – الاجتماع) يعرف به حال الراوي والمروي من حيث القَبول والرد.

٢- الشخصية (المخادعة – العدوانية – الغامضة) تقدم دائماً كلاماً معسولاً منمقاً لكن معانيه مبطنة.

٣- (السلوك السلبي – السلوك الإيجابي – السلوك الحيادي) هو مجموعة القواعد و القيم و المبادئ و المعايير التي يجب على الموظف الالتزام بها و التقيد بها.

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

السؤال الرابع :أجب عما يلي؟

١- القواعد السبع الذهبية لإتقان مهارة التعامل مع الضيوف:

١- عليك أن تهتم بصحتك كي تلقى قبولاً من الناس.. و لكي تبدو في أحسن حالاتك ينبغي أن تحس أنك في أصح حالاتك، و إذا نال منك التعب أو الإعياء أو تعكر مزاجك فليس في مقدورك أن تبدو مرحاً متفائلاً محباً للآخرين.. و لما كانت الشخصية و تصرفاتك و سلوكك المحسوس هو الذي يدفع الناس إلى قبولك و حبك و التعاون معك فلابد وأن تتصف شخصيتك بالمرح و الحيوية ،أما الوجوم و الاكتئاب والكسل و فقدان الحيوية فكلها صفات تجعل الناس يديرون ظهورهم في وجهك.

٢- الإخلاص في التعامل و الأمان و التلقائية تلعب دوراً رئيسياً في جعلك إنساناً مقبولاً ، فيجب عليك أن تكون مخلصاً لا مع غيرك وحسب بل مع نفسك قبل كل شيء، و كن نفسك بلا تكلف أو اصطناع،فإن التقليد و المحاكاة و التطبع قد تخونك عاجلاً أو آجلاً،و عندها سينكشف أمرك أمام الناس.

٣- اللياقة إحدى السمات التي تجعل منك إنساناً مقبولاً لدى الآخرين و تعني في أبسط معانيها أن تجنب الحرج و الارتباك.. و يكون ذلك بالتعود على التفكير قبل الكلام،فهذه هي الطريقة المثلى لاكتساب صفة اللياقة. و اللياقة هنا تعنى كبح جماح النفس ،و ثمة مواقف يوشك الإنسان فيها أن يخرج عن طوره و يحتد و يغضب و عندها لن يلقى قبولاً ،فلا تجعل لسانك يخونك قط.

٤- التمتع بسمة إنكار الذات يجعلك مقبولاً لدى معظم الناس ،و إذا كنت منصرفاً إلى التفكير في الآخرين أكثر من انصرافك إلى التفكير في نفسك فأنت بطبيعتك هذه متواضع منكر لذاتك،و ثق أن السعادة كل السعادة يمكنك اكتسابها حين تؤدى للآخرين خدمة أو تسدى إليهم معروفاً دون أن تنتظر منهم جزاءاً أو شكراً ، و لكن احرص على ألا تعرض مساعدتك على احد ، و ثق أنه ليس هناك أسوأ من الشخص الدائم النصح.

٥- احرص على مظهرك أن يكون لائقا دائماً ، لأن المظهر اللائق يكسبك احترام النفس و الإحساس بالثقة و الاطمئنان و القبول من الناس فالثياب كنز يمكن استغلاله في اكتساب مهارة التعامل مع الناس و ليس معنى هذا أن تكون الثياب غالية الثمن ، بل يكفى أن تكون أنيقة لائقة نظيفة طيبة المظهر، فالشخصية التي تشيع الفوضى في ملابسها لابد و أن تشيع الفوضى أيضاً في تفكيرها ،و ثق يا عزيزي أن الإسراف في التأنق و التهندم قد ينقلب إلى عكس الفائدة المرجوة منها.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٦- اتخذ دائما موقف الظافر المنتصر الذي يثق بنفسه و يعتمد على اللّه و لا يحتاج إلى معونة الآخرين وكفالتهم، لأن من شيمة الناس الانجذاب إلى الظافر المنتصر و قبول الإنسان الواثق بنفسه صاحب الشخصية الجذابة.

٧- كن متواضعاً يرفعك الناس إلى أعلى القمم ،و أضف الأهمية بهم يتقبلوك لأن كل إنسان يحب أن يكون مهماً و يعتني و يراعي الذين يمنحونه تلك الأهمية،لأنهم يحققون شيئاً لذاته،و ثق يا عزيزي انك لو أمضيت ساعة تتحدث فيها إلى زميل و تروي له ماذا فعلت و على أية درجة من الأهمية أنت ستجد علامات الضجر تبدو على وجهه واضحة لأن كل ما يطمع فيه أن يسمع حديثاً تشعره هو فيه بأهميته لا بأهميتك أنت ، فلا يوجد إنسان يحب الشخصية المتفاخرة المباهية بنفسها، و لكن الناس يتقبلون الإنسان المتواضع و يحبونه.

٢- الرئيس (المدير) البيروقراطي :

□

يعشق الروتين ، يعيد الإجراءات واللوائح والنظم ، يخاف من المسؤولية والخطأ ، يحبذ التعليمات مكتوبة ، يتبع تسلسل السلطة أو الإدارة العليا ،و يحمي نفسه ولا مجال عنده للإبداع ويعمل بجد ويكره شيئاً اسمه "حسب النظام" ولكن بدون ذكاء ، مبدؤه العام التغير .

□

كيفيه التعامل معه

□ ❖ كن ملماً بإجراءات العمل.

□ ❖ اجعل عملك متكاملاً قدر الإمكان حتى لا يرد لك لنقص ما.

❖ قدم له عدة خيارات يختار منها.

❖ وضح له السوابق ليسترشد بها.

□ ❖ يمكنك تغييره ولكن ببطء.

□ ❖ سيكون أثره عليك مدمراً إن كنت من الأشخاص الذين يتأثرون بمن حولهم.

❖ قد يفيدك من حيث المعرفة بالقوانين واللوائح التي تحكم العمل، ولكنه لن يفيدك من حيث النمو والتطوير.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

٣- طرق تقييم الخدمة الفندقية:

هناك عدة طرق يستطيع بها الضيف تقييم الخدمة الفندقية عامة و مستوي الخدمة داخل صالة الطعام خاصة **و نذكر منها:**

١- باستخدام نموذج تقييم الخدمة أو استمارة استقصاء الرأي اللذان يوجدان بالمطعم و يقدمهم المضيف للضيف عند انتهائه من تناول وجبته و يسمى بمجال الفنادق ب (Guest Comment).

٢- بيحدد وقت محدد للخدمة و يظهر ذلك جلياً بالمطاعم السريعة حيث يحدد وقت محدد للطلب لتقديمه للضيف.

٣- بقيام مدير المطعم أو من ينوب عنه بعد انتهاء تقديم الخدمة بسؤال الضيف عن تقييمه لمستوي الخدمة.

٤- بتوزيع استبيانات على الضيوف لإبداء المقترحات الجديدة للخدمة و التي من وجهة نظرهم تؤدي إلى تحسين مستوى الخدمة.

٥- باستخدام صندوق الاقتراحات و الشكاوى الذي يوجد بمكان واضح بالمطعم حتى يتسنى للضيف رؤيته و إبداء آرائه.

٦- تدريب موظفي المطعم على السؤال و معرفة آراء الضيوف و توصيلها لإدارة المطعم. و تقع هذه المهمة على عاتق مديري المطاعم و التدريب يكون على كيفية وضع الأسئلة الشفوية للضيف وكيفية مخاطبته بطريق لبقة و صحيحة.

٧- معرفة عدد الأفراد و الهيئات و المؤسسات التي تتعامل مع الفندق أو المطعم بصفة مستمرة ودائمة. (Repeat Guests) و ذلك بأن يقوم المطعم برصد كافة عملائه عن طريق تسجيل كافة الضيوف الذين يترددون على المكان أكثر من مرة و بالتالي إذا زاد العدد و استمر ترددهم دَل ذلك على مستوى الخدمة الجيد الذي يتلقونه.

٨- تقارير أهل الخبرة Shopping Reports و يستخدم هذا التقرير في حالتين أساسيتين وهما :

أ- معرفة و قياس من جانب الإدارة عن طريق زيارة الفنادق و المطاعم الأخرى و تعبئة استمارة تُبين إلى أي مدى وصل إليه المنافسون. و الهدف من ذلك هو مسايرة التطور.

ب- قياس و معرفة آراء أهل الخبرة عن الفندق و المطعم فيقوم المدير العام بدعوة بعض الشخصيات ذات الخبرة المتميزة في مجال الفنادق لكتابة التقرير الذي يشير إلى أي مدى

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

وصلت إليه جودة المأكولات و الخدمات المقدمة. و الهدف من ذلك معرفة نقاط الضعف في الفندق أو المطعم و تجنبها قبل حدوثها .

٩- قياس نصيب الفندق و المطعم من السوق المتاحة (شريحة السوق)(Market Share) إن أي فندق أو مطعم لا يمكن أن يشبع كافة الرغبات على كافة المستويات المتاحة بل تقوم كل منشأة على خدمة شريحة معينة من السوق متمثلة في سن معين،ثقافة معينة،دخل معين،رغبات معينة. ، إذا تم معرفة نصيب الفندق أو المطعم من حيث النتائج المالية فإن المقارنة البسيطة بين فترة و أخرى يمكن أن تدل على مدى استمرار نجاح هذا الفندق أو المطعم.

١٠- تحليل منحى المبيعات و ذلك بحساب أرقام المبيعات المحقق ليؤكد المطعم مدى نجاحه في توفير كافة متطلبات الضيوف دون أية شكوى .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ملحوظات

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Aim	هدف
Acquisitiveness	التملك
Apparent Withdrawal	الانسحاب الظاهري
Behavior	سلوك
Behavioral Patterns	أنماط سلوكية
Bill	فاتورة
Bland Withdrawal	إستراتيجية الانسحاب الظاهري
Body Language	لغة الجسد
Channel Of Communication	قناة الاتصال
Cold Personality	الشخصية الباردة
Complaints	شكاوى
Commercial Messages	رسائل تجارية
Communication	الاتصال
Components	مكونات
Communication Environment	بيئة الاتصال
Connection Properties	خصائص الاتصال
Constraints	معوقات
Consumer	المستهلك
Contact Management	الاتصال الإداري
Curiosity Personality	الشخصية الفضولية
Dating	التعارف
Dealing	التعامل
Dessert	صنف الحلو
Determinates	محددات
Discussion	النقاش
Disgruntled Personality	الشخصية المتذمرة
Dominance	السيطرة

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Downward Communication	الاتصال إلي أسفل (الاتصال النازل)
Elements	عناصر
Emotional Personality	الشخصية العاطفية _ الشخصية الانفعالي
Etiquette	الاتيكيت
Evaluation	تقييم
Exchange Rate	سعر الصرف
Fait Accompli	إستراتيجية الأمر الواقع
Features	سمات
Feed Back	التغذية المرتدة
Feinting	إستراتيجية الخداع
Forbearance	التسويف
Foreign Currency	عملة صعبة (عملة أجنبية)
Formal Communication	الاتصال الرسمي
Governmental Messages	رسائل حكومية
Group Identification	التواجد مع الجماعة
Guest	الضيف
Guest Comment	نموذج تقييم الخدمة (تعلىق الضيف على الخدمة)
Hasty personality	الشخصية المتعجلة
Hesitated Personality	الشخصية المترددة
Horizontal Communication	الاتصال الأفقي
Human Behavior	السلوك البشري
Incentive	حافز
Informal Communication	الاتصال الغير رسمي
Impact Of Communication	الأثر الاتصالي
Invitation Cards	بطاقات الدعوة
Kinetic Communication	الاتصال الحركي
king	ملك

Language Of Colour	لغة الألوان
Language Proximity	لغة القرب المكاني
Leadership Personality	الشخصية القيادية
Limits	إستراتيجية نهاية المطاف
Memorandum - Memoranda	المذكرة (الرسائل الداخلية)
Menu	قائمة طعام
Message	الرسالة
Motivation	الدافع
Needs	الحاجات
Negotiation	التفاوض
Negotiator	المفاوض
Non Personal Communication	الاتصال الغير شخصي
Non-Verbal	غير لفظي
Odd-Hours Receiving	الاستلام في غير الأوقات المخصصة
Oral	شفهي
Pattern	نمط
Person	شخص
Personal Communication	الاتصال الشخصي
Personality	الشخصية
President	رئيس
Private Messages	رسائل خاصة
Protocol	البروتوكول
Quality	الجودة
Ranks	الرتب
Receiver	المستقبل
Reservation	حجز
Response	إستجابه

Restaurant	مطعم
Reversal	إستراتيجية الكر و الفر (التحول)
Security	الأمن
Self -Actualization	إثبات الذات
Self- esteem – Self- respect	احترام النفس
Sender	المرسل
Service Level	مستوى الخدمة
Shaking Hands	المصافحة
Silent Personality	الشخصية الصامتة
Social Needs	الحاجات الاجتماعية
Social Personality	الشخصية الاجتماعية
Strategy	إستراتيجية
Surprise	المفاجأة
Talking	الحديث
Telephone Contact	الاتصال الهاتفي
Thinking Personality	الشخصية المفكرة
Titles	الألقاب
Verbal	لفظي
VIP (Very Important Person)	شخصية هامة جداً
Visual Communication	الاتصالات المرئية
Uniform	زى خاص
Upward Communication	الاتصال إلي أعلى (الاتصال الصاعد)
Written	كتابي

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

المراجع

أولا المراجع العربية:

١- عبيدات، محمد إبراهيم (2004) سلوك المستهلك – عمان (الأردن) ،دار وائل للنشر.

٢- حمزة، مختار – خليل، سمية على (1987) السلوك الإداري – جده، دار المجمع العلمي.

٣- العتيبي، محمد زويد (2003) الطريق إلى التميز – الرياض – الدار العربية للطباعة و النشر.

٤- سليمان، محمد عادل (٢٠٠٥) فن الخدمة الفندقية – القاهرة، مكتبة ابن سينا.

٥- المؤسسة العامة للتدريب التقني و المهني ، بعض الحقائب العلمية لتخصص إدارة الفندقة و التقنية الإدارية، (١٤٣٠هـ).

٦- الأقصري، يوسف (٢٠٠١) فن التعامل مع الناس – القاهرة - مصر، دار الطائف للنشر و التوزيع.

٧- البنا، عماد(٢٠٠٧) دورة المفاوض الناجح – مقدمة لمستشفى السعودي الألماني – المدينة المنورة.

٨- براندون توروبوف (ترجمة عبد الكريم العقيل)(٢٠٠٠)،فن و مهارة التعامل مع الناس ،الرياض ،مكتبة جرير.

٩- ماهر، أحمد(٢٠٠٥) مهارات التفاوض – الإسكندرية – مصر، الدار الجامعية.

١٠- الحماقي ،يوسف حافظ (٢٠٠٨) إدارة و فن المأكولات و المشروبات لخدمة المؤتمرات و الحفلات – القاهرة – مصر ، مكتبة الأنجلو المصرية.

١١- السيد ،حسن السيد (٢٠٠٢) التطبيق المعاصر لفن الاتيكيت و البروتوكول و أثره على السلوك الاجتماعي و سلوك العمل – القاهرة – مصر ، دار الجمهورية.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

١٢- سعيد ،سامي عبد القادر (١٩٩٦) الاتيكيت و البروتوكول – القاهرة – مصر ،مكتبة الانجلو المصرية.

ثانياً المراجع الأجنبية:

1-Mcclet and C.David, (Studies in Motivation) NewYork: Applention-Centary-Croft (1986), pp 185-189.

2- Trieman J.Donlad (Occuptional prestige in Comparative Perspective), New York, Academic press, (1977).

3-Solmon.Michael, (Consumer Behavior) Allyn &Bacon (1992).

4-Kennedy,G.,Benson,J.and Mcmillan,j,:Managing Negotiations, How to get better deal,.3ed.Ed.London,Hunchison Business.(1987).

5-Housten,Rechared,(How to be good communicator) New York Academic press ,(2004)

6- R.C.Lewis.S.V.Morris.The Positive Side of Guest Complaints(The Cornell Hotel & Rest. administration Quarterly February(1987)

تمهيد

مقدمة

الفصل الأول : السلوك الإنساني

مقدمة ٢
يحدد خصائص السلوك الإنساني..... ٢
ما المقصود بالسلوك..... ٢
تعريف السلوك الإنساني..... ٢
أهمية دراسة السلوك الإنساني..... ٢
أقسام السلوك الإنساني..... ٣
الخصائص الأساسية للسلوك الإنساني..... ٤
يحدد دوافع السلوك الإنساني..... ٥
أنواع الدوافع الإنسانية..... ٥
الحاجات..... ٧
مكونات الشخصية و محدداتها..... ١١
مكونات الشخصية ١٣
محددات الشخصية..... ١٤
الصفات الشخصية و الأخلاقية المطلوب توافرها في الموظف..... ١٤
الصفات الشخصية التي يجب توافرها في المضيف الفندقي..... ١٤
الصفات الأخلاقية المطلوب توافرها في المضيف الفندقي ١٦
التعرف على الأنماط السلوكية للضيوف و كيفية التعامل معها..... ٢٠
أسئلة الوحدة الأولى ٢٩
إجابة أسئلة الوحدة الأولى ٣١

الفصل الثاني : الاتيكيت و البروتوكول

مقدمة..... ٣٨
تعريف الاتيكيت و البروتوكول..... ٣٩

أولاً تعريف الاتيكيت..... ٣٩
ثانياً تعريف البروتوكول..... ٤٠
تقسيم كبار الشخصيات..... ٤٢
الرتب و الألقاب..... ٤٣
الشروط الواجب مراعاتها في بطاقات الدعوة ٤٤
الأسبقية و قواعد التعارف و المصافحة..... ٤٨
أولاً : القواعد و الآداب الخاصة بالتعارف ٤٩
ثانياً : القواعد و الآداب الخاصة بالمصافحة ٥١
أسئلة الوحدة الثانية ٥٤
إجابة أسئلة الوحدة الثانية ٥٥

الفصل الثالث: الاتصال الفعال مع الغير

مقدمة..... ٦٢
تعريف الاتصال..... ٦٢
مفهوم الاتصال..... ٦٣
أهمية الاتصال..... ٦٤
أساليب الاتصال ٦٤
عناصر الاتصال..... ٦٧
معوقات الاتصال الناجح..... ٧٠
أنواع الاتصال ٧٣
أنواع المراسلات الكتابية في الفنادق ٧٥
الاتصال الإداري ٧٩
معوقات الرسالة ٨٠
خصائص الاتصال ٨١
الاتصال الهاتفي ٨٤
أسئلة الوحدة الثالثة ٨٧
إجابة أسئلة الوحدة الثالثة ٨٩

الفصل الرابع : مهارات التفاوض

مقدمة..... ٩٧
تعريف التفاوض..... ٩٧
أهداف التفاوض..... ٩٧
محددات التفاوض..... ٩٩
مبادئ الفعالية في عملية التفاوض ١٠٠
استراتيجيات التفاوض ١٠٣
سمات المفاوض الجيد..... ١١٣
خطوات التفاوض ١١٧
طرق التعامل مع الشكاوى ١١٧
نموذج استمارة تقييم الشكاوى والمشاكل الواردة من الضيوف ١٢١
أسئلة الوحدة الرابعة ١٢٣
إجابة أسئلة الوحدة الرابعة ١٢٤

الفصل الخامس : مهارات التعامل مع الغير

فن الحديث و المناقشة ١٣١
آداب الحديث ١٣٢
القواعد السبع الذهبيات ١٣٩
سلوكيات التعامل مع الرؤساء و الزملاء ١٤٠
أولاً : التعامل مع الرؤساء ١٤١
ثانياً : التعامل مع الزملاء ١٤١
أنماط الرؤساء و كيفية التعامل معهم ١٤٣
سلوكيات المضيف ١٥٠
كيفية تقييم مستوى الخدمة للضيوف ١٥٤
طرق تقييم مستوى الخدمة ١٥٥
أسئلة الوحدة الخامسة ١٥٩
إجابة أسئلة الوحدة الخامسة ١٦٠

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

المصطلحات ١٦٨
المراجع ١٧٢

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM