

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية (دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

طالبة الدراسات العليا: نور بديع جبلاوي كلية السياحة . جامعة البعث
إشراف د. مراد إسماعيل

ملخص:

هدف هذا البحث إلى دراسة أثر مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية بمدينة حمص في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية، وتم اختيار عينة ميسرة من عملائها السوريين والعرب حيث قامت الباحثة بتوزيع (120) استبيان على عملاء الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص استرد منها (105) استبيان، وتحصلنا على (100) استبيان صالح للدراسة من خلال التوزيع بشكل عشوائي مباشرةً والكترونيًا عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وموقع Tripadvisor.com⁽¹⁾، وتم تحليل الاستبيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، لبيان مدى صدقها وثباتها، كما يتضمن إجراء الاختبارات الإحصائية المناسبة، اختبار ستيودنت Student- T Test، واختبار الانحدار البسيط، وتوصل البحث إلى وجود علاقة ذات

(1) تعد شركة **Tripadvisor** (المدرجة في بورصة ناسداك تحت الرمز: TRIP) أكبر منصة إلكترونية للسفر في العالم، وتساعد 463 مليون مسافر في كل شهر لجعل جميع رحلاتهم أفضل الرحلات، يستخدم المسافرون حول العالم موقع Tripadvisor وتطبيقه لتصفح أكثر من 859 مليون تعليق ورأي حو 8,6 مليون مكان إقامة ومطعم وشركة طيران ورحلات بحرية، سواء كان الهدف التخطيط أم الاستفادة منه أثناء رحلاتهم، فإن المسافرين يلجؤون إلى Tripadvisor للمقارنة بين الأسعار المنخفضة للفنادق ورحلات الطيران والرحلات البحرية وإجراء الحجوزات

<https://tripadvisor.mediaroom.com>

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية
(دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال الفعال للعاملين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية، كما يساهم مستوى إتقان العاملين لمهارات الاتصال الفعال بنسبة لا تتجاوز 29,8% في تحفيز الطلب على الخدمات السياحية، حيث تؤثر مهارات الاتصال اللفظي للعاملين بنسبة لا تتعدى 35% في اتخاذ العملاء لقرار شراء الخدمة، كما تسهم مهارات الاتصال غير اللفظي للعاملين بنسبة لا تتخطى 32% في تحفيز الطلب السياحي، وخلص البحث إلى مجموعة من التوصيات أهمها، تحسين مستوى التدريب والتأهيل السياحي، من خلال وضع برامج تدريبية حديثة ومواكبة للتطور في علوم مهارات الاتصال الفعال، بشكل دوري مستمر وتطبيقه على الموارد البشرية ذات الاتصال المباشر بالعملاء من أجل تحسين جودة الخدمة السياحية، و وضع نظام رقابة صارم لانضباط العاملين وتقيدهم بقواعد التواصل الفعال خلال معاملاتهم مع العملاء، مما يؤدي إلى التزامهم وتحسين مستوى أدائهم في تقديم الخدمات السياحية، مما ينشط الطلب عليها.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات السياحية، المهارة، الاتصال السياحي، الخدمات

السياحية، الطلب السياحي

**The impact of developing effective communication skills in organizations Tourism stimulates the demand for tourism services
(A field study on hotels and travel and tourism offices in the city of Homs)**

Nour Badee Jeblawi⁽¹⁾

Supervised by Dr. Murad Ismail

Abstract:

The aim of this research is to study the effect of effective communication skills for workers in tourism establishments in the city of Homs in stimulating the demand for tourism service, a soft sample of its Syrian and Arab clients was chosen, whereby the researcher distributed (120) questionnaires to clients of hotels and travel and tourism offices in the city of Homs, from which (105) questionnaires were retrieved, and we obtained (100) questionnaires valid for study Through random distribution directly and electronically through social networking sites and Tripadvisor.com, The questionnaires were analyzed using the SPPs statistical analysis program, to indicate their validity and reliability. It also includes conducting the appropriate statistical tests, the Student-T Test, and the simple regression test, The research found a statistically significant relationship between the effective communication skills of workers in hotels and travel and tourism offices and stimulating the demand for tourism services, The level of workers' proficiency in

⁽¹⁾ Master's Student- Tourism College – Al-Baath University

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية
(دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

effective communication skills by no more than 29.8% contributes to stimulating the demand for tourism services, The research also concluded a set of recommendations, the most important of which is improving the level of tourism training and qualification, through the development of modern training programs that keep pace with the development in the sciences of effective communication skills, on an ongoing basis and applying it to human resources in direct contact with customers in order to improve the quality of tourism service, And setting up a strict control system for the discipline of workers and their adherence to the rules of effective communication during their dealings with customers, which leads to their commitment and improving the level of their performance in providing tourism services , which stimulates the demand for them.

Keywords: tourism institutions, skill, tourism communication, tourism services, tourist demand

■ مقدمة البحث:

إنّ الاتصال بين البشر أحد أساسيات الحياة على الأرض، وتزداد أهمية التواصل بين أفراد المجتمع نظراً لدوره في تحقيق النجاحات العملية والاجتماعية، حيث تؤكد الدراسات أنّ النسبة الأكبر من نجاح الفرد، تعود لمدى تمكّنه من مهارات الاتصال المختلفة، والنسبة الباقية التي لا تتعدى 20 % تقوم على إتقان مهارات العمل، وانطلاقاً من ذلك يعتمد النجاح العملي على إتقان أساسيات ومهارات الاتصال، وذلك باستثمار كافة الإمكانيات المتاحة في الوسط الزمني والمكاني للحصول على أكبر قدر من مكاسب التواصل، وبناء العلاقات مع الآخرين بصورة صحية، وعلى أسس من الثقة والمصداقية، والمنفعة المتبادلة، ولاسيما في العمل السياحي، الذي يقوم بجوهره على العنصر البشري، ومهارات الاتصال من أهم المؤهلات الواجب توفرها في الموارد البشرية العاملة في ميدان السياحة، لأثرها الفعال في الارتقاء بجودة تقديم وكسب رضا العملاء وتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للخدمة السياحية، وانطلاقاً من ذلك سيتم تسليط الضوء في بحثنا على أهمية استثمار وتطوير العنصر البشري في المؤسسات السياحية ، من خلال تبيان أهم مخرجات هذا الاستثمار وهي مهارات الاتصال السياحي الفعال وهي الاتصال اللفظي وغير اللفظي وأثرها في تنشيط الطلب السياحي، وغير ذلك من المعلومات الموثقة التي تساهم في جعل هذا البحث مدخلاً هاماً لعلم وفن الاتصال الفعال من الجانب النظري، وتحديد مستوى تطبيق العاملين في المؤسسات السياحية في مدينة حمص لهذه المهارات وقياس أثرها في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية من الجانب العملي، بهدف الوصول إلى نتائج حقيقية عن واقع الاهتمام بعنصر الاتصال الفعال مع العملاء ورصد أوجه القصور، ووضع أهم المقترحات التي يمكن من خلالها معالجة هذا القصور، بما

يساهم في تحفيز الطلب على الخدمات السياحية في مدينة حمص، وتعميق الميزة التنافسية لها في الأسواق السياحية المحلية والعالمية.

أولاً، مشكلة الدراسة:

على الرغم من أن الاتصال الفعال بين رأس المال البشري المتمثل بالعاملين في المؤسسات السياحية وبين عملائها من أهم مقومات نجاح صناعة السياحة، كما أنه يحدد الوضع التنافسي بين المقاصد والمؤسسات السياحية بعضها

البعض وفقاً لدراسة أجراها معهد ستانفورد للأبحاث وجامعة هارفرد، أثبت من خلالها أن 85% من النجاح المهني

يتوقف على إتقان مهارات التواصل الاجتماعية و15% فقط تتعلق بإجادة المهارات التقنية حيث أن 80% من

المسببات التي تُعيق التطور الوظيفي للعاملين هو افتقارهم للخبرة في أساليب الاتصال الفعال⁽¹⁾، وعلى الرغم من

ذلك إلا إنَّ اهتمام قطاع الخدمات السياحية في مدينة حمص بتنمية مهارات الاتصال للعاملين في مؤسساتها، لم

يكن كافياً لتنشيط خدماتها السياحية، مما ينعكس سلباً على تحقيق ميزة تنافسية فعالة للمؤسسات السياحية في مدينة

حمص في سوق العمل السياحي، وذلك بناءً على الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة، وانطلاقاً مما سبق

تتمحور إشكالية البحث في التساؤل الآتي:

- هل يتقن العاملون في المؤسسات السياحية بمدينة حمص لمهارات الاتصال الفعال مع العملاء وما تأثير ذلك في مستوى الطلب على خدماتها السياحية؟

⁽¹⁾ Abd el Hamid , F. (2017) .The Role Of Faculties Of Tourism and Hotel Management In Developing The Etiquette and Communication Skills For students Within The Educational Community . International Journal Of Hospitality Vol. (11),No. (3/2), P:88

ويتفرع عن الإشكالية الرئيسية التساؤلات الآتية:

- هل هناك ارتباط بين خبرة العاملين بمهارات الاتصال اللفظي وبين الارتقاء بمستوى جودة الخدمة السياحية و تعزيز الطلب عليها؟
- هل يساهم إتقان العاملين لمهارات الاتصال غير اللفظي (لغة الجسد) في كسب رضا العملاء وجذبهم لشراء الخدمة ومردود ذلك على مستوى الطلب على الخدمات السياحية؟

ثانياً، أهمية الدراسة:

■ تكمن {الأهمية العلمية للدراسة} من كونها تُسهم بالإغناء المعرفي حول أهمية رأس المال البشري في المؤسسات السياحية، والاستثمار في تطوير مهارات التواصل والاتصال لذلك العنصر الهام من خلال التدريب والتعليم السياحي، وتسهيل الضوء على أهم مهارات الاتصال السياحي الفعال، وتوضيح أثر تطويرها على تنشيط الخدمات السياحية، وخاصةً أنّ الأبحاث المتعلقة بمهارات التواصل والاتصال السياحي تحديداً غير مطروحة مسبقاً في ميدان الدراسات والأبحاث الجامعية في كليات السياحة في الجمهورية العربية السورية.

■ تتمثل {الأهمية العملية للدراسة} في تقديم الدليل الميداني حول واقع الاهتمام بمهارات الاتصال الفعال لرأس المال البشري في المؤسسات السياحية لمدينة حمص، والخلاص إلى نتائج حقيقية وواقعية تشكل الركيزة الأساسية لتقديم مقترحات وتوصيات، تساهم في تأهيل العاملين وإعدادهم لمواجهة تحديات بيئة العمل خاصة في عصر التنافسية السائدة في السوق السياحي المحلي والعالمي، وذلك من أجل تحقيق رضا العملاء، وكسب ولائهم وبناء علاقات متينة عملياً معهم، وتعزيز الكلمة المنطوقة، مما يساهم في تنشيط ودعم الطلب على الخدمات السياحية.

ثالثاً، أهداف الدراسة:

■ توضيح أهمية تطوير مهارات الاتصال الفعال للمورد البشري في المؤسسات السياحية بمدينة حمص ودورها في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية
(دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

- تسليط الضوء على أهم قواعد الاتصال اللفظي الفعال ودوره في تعزيز التفاهم مع العملاء ومردود ذلك على مستوى تنشيط الخدمات السياحية.
- تبيان أساسيات الاتصال غير اللفظي الفعال ودوره في إعطاء صورة ذهنية إيجابية وانعكاس ذلك في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.
- دراسة مستوى تطبيق العاملين لمهارات الاتصال السياحي الفعال مع العملاء وقياس أثره في تحقيق الميزة التنافسية للخدمات السياحية في مدينة حمص في سوق العمل السياحي.
- تسليط الضوء على أوجه القصور في مهارات الاتصال للعاملين في المؤسسات السياحية في مدينة حمص، ووضع أهم المقترحات التي يمكن من خلالها معالجة هذا القصور، بما يساهم في تحفيز الطلب على الخدمات السياحية.

رابعاً، متغيرات الدراسة:

■ المتغير المستقل:

.مهارات الاتصال الفعال المتمثلة في:

1. مهارات الاتصال اللفظي
2. مهارات الاتصال غير اللفظي " لغة الجسد"

■ المتغير التابع:

.تنشيط الطلب على الخدمات السياحية

خامساً، فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية للدراسة:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية في مدينة حمص"
ويتفرع عن هذه الفرضية فرضيتين فرعيتين هما:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال غير اللفظي " لغة الجسد" للعاملين في المؤسسات السياحية وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

سادساً، منهج البحث:

تتبع الدراسة المنهج الوصفي من خلال ما أتيح من كتب ودراسات سابقة ومراجع لتغطية الجانب النظري ومن خلال

تحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها استناداً لتوزيع استمارات الاستبيان على عينة البحث قيد الدراسة بالاعتماد

على برنامج **SPSS** في التحليل الإحصائي وذلك لتغطية الجانب العملي للدراسة.

سابعاً، مجتمع البحث:

▪ مكاتب السياحة والسفر والفنادق في مدينة حمص، (28 مكتب سياحة وسفر، فندق من تصنيف 5 نجوم، وفندق من تصنيف 4 نجوم وفندقان من تصنيف 3 نجوم) .

ثامناً، عينة الدراسة:

استمارة استبيان موجهة إلى عينة ميسرة من عملاء المؤسسات السياحية قيد الدراسة، البالغ عددهم 100 عميل من خلال التوزيع بشكل عشوائي مباشرةً والكترونياً عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وموقع **Tripadvisor.com**.⁽¹⁾

تاسعاً: أدوات الدراسة:

▪ **للجانب العملي:** تم استخدام استمارات الاستبيان المصممة على نهج ليكرت الخماسي كوسيلة لجمع البيانات وتحليلها بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي **SPSS** بالإضافة إلى طريقة المقابلة المباشرة مع المعنيين بإدارة المؤسسات

(1) تعد شركة **Tripadvisor** (المدرجة في بورصة ناسداك تحت الرمز: TRIP) أكبر منصة إلكترونية للسفر في العالم، وتساعد 463 مليون مسافر في كل شهر لجعل جميع رحلاتهم أفضل الرحلات، يستخدم المسافرون حول العالم موقع **Tripadvisor** وتطبيقه لتصفح أكثر من 859 مليون تعليق ورأي حو 8,6 مليون مكان إقامة ومطعم وشركة طيران ورحلات بحرية، سواء كان الهدف التخطيط أم الاستفادة منه أثناء رحلاتهم، فإن المسافرين يلجؤون إلى **Tripadvisor** للمقارنة بين الأسعار المنخفضة للفنادق ورحلات الطيران والرحلات البحرية وإجراء الحجوزات.

السياحية (عينة البحث قيد الدراسة) من أجل الحصول على معلومات تفصيلية بهدف الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية.

- **للجانِب النظري:** تم جمع المعلومات المطلوبة من خلال المكتبات الإلكترونية للحصول على المراجع الأجنبية والعربية والأبحاث السابقة والتقارير العالمية والمقالات والدوريات بالإضافة إلى استخدام بعض الكتب من المكتبة الجامعية.

عاشراً، حدود الدراسة:

- **الحدود المكانية:** المؤسسات السياحية المختارة كعينة للدراسة (الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص).
- **الحدود الزمانية:** بين شهري (نيسان وحزيران) لعام 2022م.

الحادي عشر، الدراسات السابقة:

- **دراسة (خميري، 2019) بعنوان: " تنمية الموارد البشرية السياحية كآلية لتطوير السياحة في الجزائر (دراسة حالة للوكالات السياحية بولاية ورقلة)"⁽¹⁾**

وقد تناولت هذه الدراسة علاقة المورد البشري المؤهل والمتخصص في السياحة بتحسين الخدمات في الوكالات السياحية وتهدف إلى إبراز دور عملية تنمية مهارات المورد البشري السياحي ودرجة تأثيرها على جعل الخدمات السياحية في الجزائر تحقق أكبر رضا وجذب للسياح الأجانب والمحليين نحو السياحة الوطنية، ومن أبرز نتائج الدراسة وجود تحسن في طرق تقديم الخدمات ترضي العملاء في حال الاعتماد على خريجين كليات السياحة والفنادق في تقديم الخدمات السياحية، إلا أنه في واقع الأمر أغلب عينة الدراسة لم تتلق تعليماً سياحياً متخصصاً من قبل.

⁽¹⁾ خميري، صفية . رسالة ماجستير في الحقوق والعلوم السياسية / تخصص: تنظيم سياسي وإداري . كلية الحقوق

▪ دراسة (محمود وآخرون، 2020) بعنوان: "إدارة موارد بيئة التدريب على مستوى أداء الطلاب ببعض المؤسسات التعليمية الفندقية والسياحية بالإسكندرية"⁽¹⁾
قامت الدراسة بتحليل تأثير مستوى إدارة بيئة التدريب على مستويات الأداء لدى طلاب المؤسسات التعليمية الفندقية والسياحية وذلك من خلال التعرف على بعض الخصائص الشخصية والاجتماعية والاقتصادية لأفراد العينة لقياس مستوى إدارة موارد البيئة التي يتم فيها تدريب الطلاب (أفراد العينة) و تحديد مستوى أداء الطلاب، وشملت عينة البحث 142 طالب وطالبة من طلاب مؤسسات التعليم الفني الفندقية والسياحية في مدينة الإسكندرية ، ومن أهم نتائج الدراسة ان انخفاض الخبرة التدريبية للطلاب جاءت في مقدمة الصعوبات التي تواجهها المؤسسات السياحية والفندقية عند تعيين خريجي المؤسسات التعليمية السياحية والفندقية وذلك بعد الوصول لنتيجة من خلال البحث الميداني تشير إلى عدم التوافق بين خبرات ومؤهلات الخريجين ومتطلبات سوق العمل السياحي.

▪ (Sayed Hassan, 2009) The Importance Of Soft Skills In Tourism Industry In MELAKA MALAYSIA⁽²⁾

الدراسة بعنوان: أهمية المهارات الذاتية (Soft Skills) في صناعة السياحة في ميلانكا ماليزيا
تهدف هذه الدراسة الي معرفة أهم المهارات والسمات الشخصية التي يتصف بها العاملين في قطاع السياحة في مدينة ميلانكا الواقعة في دولة ماليزيا وذلك تقييم نقاط القوة والضعف للعاملين بناء على نتائج البحث الميداني

⁽¹⁾ دسوقي، نجلاء عبدالسلام محمود و آخرون . جامعة الإسكندرية . مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي . المجلد

(41) العدد (4) تشرين الأول . كانون الأول 2020م

⁽²⁾ Sayed Hassan , S . Et al . (2009) . The Importance Of Soft Skills In Tourism Industry In MELAKA MALAYSIA . Journal Of Human Capital Development . Vol. (2) , No.(2) , July , December

الذي استهدف الموظفين في الخطوط الأمامية الذين هم على تعامل مباشر مع السياح،
حوالي 70 عامل، 29

من الذكور و 41 من الإناث، وذلك يساعد الهيئات السياحية المعنية في معالجة الجوانب
السلبية والنقص بمهارات

التواصل لدى العاملين في قطاع السياحة وهذا سيجقق ازدهار أكبر لصناعة السياحة في
ميلاكا ويجعل منها منطقة جذب سياحي منافسة في السوق السياحي العالمي، وأهم
النتائج التي توصلت لها الدراسة ان معظم أفراد العينة كانوا يشعرون بالارتياح لتحديثهم
بلغة (البهاسا ملايو)⁽¹⁾، ويمكن لأقل من نصفهم التواصل باللغة الإنكليزية، وهذا ما
يشير إلى ضرورة تحسين مهارة إتقان اللغات الأجنبية للعاملين للقدرة على التواصل مع
السياح من مختلف الجنسيات التي تزور ميلاكا، كما تلعب مهارات التواصل الشخصية
للعاملين في الخطوط الأمامية دوراً هاماً في بناء علاقات إيجابية مع السياح المحليين
والأجانب وجذبهم لتكرار الزيارة مرة أخرى كما ان مهارات التواصل ضرورية لخلق جو
عمل إيجابي وتقوية الروابط بين العاملين في الخطوط الأمامية في المجال السياحي في
ميلاكا.

(1) اللغة الملايوية هي لغة أسترونيسية يتحدث بها الملايويون الذين يعيشون في شبه جزيرة ملايو، وجنوب تايلاند
، والفلبين ، وسنغافورة، وشرق سومطرة، ورياو، وبعض الأجزاء الساحلية في بورنيو، اللغة الملايوية هي اللغة
الرسمية لكل من ماليزيا ، و بروناي ، وسنغافورة ، وتستخدم أيضاً للأعمال في تيمور الشرقية.

- (Abd el Hamid 2017) .The Role Of Faculties Of Tourism and Hotel Management In Developing The Etiquette and Communication Skills For students Within The Educational Community⁽¹⁾ .

الدراسة بعنوان: دور كليات السياحة وإدارة الفنادق في تنمية مهارات الاتصال والإتيكيت للطلاب داخل المجتمع التعليمي.

هدفت هذه الدراسة إلى تأكيد أهمية دور الكادر التعليمي في أقسام الدراسات السياحية بكليات السياحة والفنادق في تنمية مؤهلات الطلاب وبناء قدراتهم الذاتية داخل المجتمع التعليمي تمهيداً لدخولهم في سوق العمل السياحي، وأهم المهارات التي ارتكزت عليها الدراسة هي الأدبيات السلوكية (قواعد الإتيكيت والبروتوكول السياحي) ومهارات الاتصال الشخصي الفعال للطلاب، وأكدت على ضرورة صقل هذه المهارات ليس فقط من خلال المواد العلمية المقررة في الكليات ولكن أيضاً عن طريق التدريب والتطبيق العملي للمعلومات النظرية بواسطة دورات تدريبية في الشركات السياحية بالتعاون مع كليات السياحة والفنادق وأظهرت النتائج وجود اتفاق بين الدراسات الميدانية (استبيانات ومقابلات) على أهمية تعلم مهارات الاتصال والإتيكيت في جميع أقسام الدراسات السياحية بكليات السياحة وإدارة الفنادق، بالإضافة إلى ضرورة القيام بأنشطة تدريبية عملية داخل المجتمع التعليمي.

⁽¹⁾ Abd el Hamid , F. (2017) .The Role Of Faculties Of Tourism and Hotel Management In Developing The Etiquette and Communication Skills For students Within The Educational Community . International Journal Of Hospitality Vol. (11),No. (3/2)

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

أوجه التشابه:

- تناول التعليم والتدريب السياحي في تأهيل المورد البشري بما يتلاءم مع متطلبات العمل السياحي.
- تسليط الضوء على دور المهارات والمؤهلات للعمال المتخصصة سياحياً في كسب رضا العملاء وتنشيط الطلب السياحي.

أوجه الاختلاف:

- الدراسة الحالية تفردت في البحث حول عدة أنواع من مهارات الاتصال السياحي للعاملين في المؤسسات السياحية (الاتصال اللفظي وغير اللفظي، إتقان اللغات الأجنبية، التواصل عبر الثقافات، إدارة علاقات العملاء) وأثر تطويرها في تنشيط الخدمات السياحية، بينما تناولت الدراسات العربية السابقة تنمية المهارات الفنية والشخصية بالعموم للموارد البشرية السياحية، والدراسات الأجنبية ركزت على مهارة معينة بحد ذاتها ودورها في دعم الحركة السياحية.
- تختلف الدراسة الحالية في الإطار الزمني والمكاني والبنية البحثية عن الدراسات السابقة حيث إنها استخدمت المنهج الوصفي لدراسة أثر فاعلية مهارات التواصل والاتصال لرأس المال البشري في المؤسسات السياحية على تنشيط الخدمات السياحية في مدينة حمص وذلك خلال الفترة الزمنية من شهر نيسان إلى شهر حزيران عام 2022م.

"الإطار النظري للبحث"

المبحث الأول: مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية

أولاً، المؤسسات السياحية:

المؤسسة بصفة عامة هي وحدة إنتاجية سواء كان الإنتاج مادياً أم معنوياً ، كمثل المؤسسات السياحية التي تقوم بتوفير خدمات سياحية سواء لمجموعات أم أفراد داخل حدود البلد الذي توجد فيه أو خارجه مثل : تنظيم الرحلات السياحية ، خدمات الإقامة ،

النقل ، زيارات للمواقع الأثرية و غير ذلك من الخدمات التي تتعلق بمطالب و حاجات السائحين⁽¹⁾ ، و تحتل المؤسسات السياحية على اختلاف أنواعها كالشركات السياحية ، و وكالات السفر ، والفنادق، وغيرها أهمية كبيرة في الدور التنشيطي للدولة من خلال التعرف على رغبات السائحين و اتجاهاتهم عن الخدمات التي يرغبونها في الدولة محل الزيارة ، حيث يقع على عاتق المؤسسات السياحية الموجودة في الدولة سواء كانت رسمية أو شبه رسمية أو خاصة عبئ كبير في تحمل مسؤولية استقطاب و جذب السياح من مختلف دول العالم إلى مقصد سياحي معين دون غيره من المقاصد السياحية ، لذلك فالمهمة الرئيسية لهذه المؤسسات تستهدف في المقام الأول إيجاد الرغبة لدى السائحين المستهدفين من الأسواق المحلية أو العالمية لزيارة المقاصد السياحية للبلد والاستمتاع بكل مقوماته و خدماته⁽²⁾ ، واستناداً لما سبق ذكره، يمكننا القول بأن المؤسسات السياحية هي كل منظمة تمتهن العمل القائم على تقديم كافة الخدمات السياحية للزوار سواء كانت خدمات ملموسة أم غير ملموسة، بغرض تحقيق رغباتهم وتلبية احتياجاتهم المختلفة.

ثانياً، أنواع المؤسسات السياحية:

تُصنّف المؤسسات السياحية تبعاً للخدمات المُختصة بتقديمها إلى:

1. شركات السياحة والسفر: هي كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاطاً سياحياً يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر لرحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها.

(1) سلطان ، نادية .ديدي ، فاطمة زهرة . واقع الاتصال الداخلي في المؤسسات السياحية .رسالة ماجستير في

الاتصال السياحي . جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر) . 2016 م . ص 63 .

(2) قواسمية ، مولود . دور التدريب السياحي في تحسين أداء المؤسسات السياحية .رسالة ماجستير في التسويق

الفندقي و السياحي . كلية العلوم الاقتصادية و التجارية . جامعة قالمة (الجزائر) . 2020م . ص 19 .

2. الفنادق: الفندق هو مؤسسة أو مبنى أو منشأة، أو بيت كبير يحصل فيه النزيل أو العميل على جميع الخدمات التي بإمكانه الحصول عليها في منزله، ولكن مقابل أجر مادي متفق عليه مسبقاً⁽¹⁾.

3. المطاعم السياحية: هي مرافق سياحية حسب تعليمات الدولة ويُقدّم من خلالها خدمات الطعام والشراب للضيوف خارج مكان سكنهم لأسباب عديدة تتعلق بالراحة أو العمل أو إقامة الحفلات والمناسبات مقابل عائد مادي معين

4. شركات النقل السياحي: النقل هو العمود الفقري لصناعة السياحة، فهو يوفر الصلة بين مكان المنشأ للسياح

والمقصد السياحي ويعتبر ضمان كفاءة النقل وسلامته أحد أهم الاعتبارات، لاسيما بالنسبة للسياحة الدولية و توجد علاقة قوية و مباشرة بين تقديم خدمات النقل والتنمية السياحية، وترتبط السياحة و النقل ارتباطاً وثيقاً فإن زيادة معدل حجم الحركة السياحية، يؤدي إلى ارتفاع الحاجة للنقل وخدماته، فهي بذلك تحقق المنفعة المادية للنشاط السياحي و المنفعة المعنوية للسياح، و لا تعتبر عملية اختيار نوع معين من وسائل النقل عملية ثابتة أو عشوائية، حيث أنها تتأثر بعدة عوامل كالسرعة و طول الرحلة(الوقت) والتكلفة ومدى توفير وسيلة النقل لسبل الراحة و كفاءة الوسائط البديلة و غيرها من الاعتبارات التي تهّم السائحين⁽²⁾،

ثالثاً، الموارد البشرية في المجال السياحي:

هي رأس المال البشري، القوى العاملة في القطاع السياحي، وقد عزّفه الخبراء على أنه " القدرات المُنتجة من قبل

العنصر البشري، والتي يُعبّر عنها بالمهارات والجوانب المعرفية، التي يتم الحصول عليها مقابل تكلفة ما، فضلاً

⁽¹⁾ شمتو ، سمير خليل . الإدارة الفندقية بين النظرية و التطبيق . إصدار مركز كربلاء للدراسات و البحوث . كربلاء (العراق) . ط1 . 2016 م . ص 68 .

⁽²⁾ عبدالله ، رهنج طاهر . مجيد ، بزار نصر الدين . أحمد ، يونس علي . دور النقل الجوي في تنمية النشاط السياحي في محافظة السليمانية للمدة (2005 . 2018 م) دراسة تحليلية . المجلة العلمية لجامعة جيهان .

السليمانية (العراق) . المجلد(3) العدد(1) . حزيران 2019 م . ص 243

عن إمكانية تقدير قيمتها في سوق العمل السياحي" ويبرز هذا التعريف الجوانب الأساسية التالية:

. تمثل كل من المهارات والمعارف رأس مال وذلك بسبب تعظيمها للإنتاجية داخل الشركات السياحية، ويقصد بذلك أنّ العاملين يمثلون قيمة مضافة من خلال ما يقدمونه من خدمات للشركة

. رأس المال البشري هو نتيجة إعداد استثماري منظم بواسطة الشركة سواء من خلال الحصول على العاملين من سوق العمل أو من خلال التطوير الداخلي بالشركة، ويتم هذا الإنفاق الاستثماري عن طريق إدارة الموارد البشرية.

. لرأس المال البشري قيمة في سوق العمل السياحي، بسبب قيمته المرتفعة وأهميته بالنسبة لشركات السياحة⁽¹⁾، وهكذا نجد أن رأس المال البشري في مجال السياحة هو " مجموعة المعارف، القدرات، المهارات، الخبرات الإبداع، و الابتكار التي تتواجد في الفرد سواءً المتراكمة أو المكتسبة، والتي تُستخدم لتحقيق أهداف شركات السياحة على أكمل وجه، و كسب عملاء دائمين، ومن ثم تحقيق ميزة تنافسية مستدامة"⁽²⁾.

رابعاً، مفهوم المهارة:

تعرف المهارة بأنها " قدرة المتعلم على تنفيذ أمر ما بدرجة إتقان مقبولة أي أن تؤدي تلك المهارة على وفق المستوى التعليمي للمتعلم"⁽³⁾، وتُعرف أيضاً بأنها " القدرة على أداء عمل معين بفهم وسرعة ودقة وجودة وكفاءة"⁽⁴⁾، وذكر الاختصاصيين بأن المهارة " استعداد فطري ينمو بالتعلم، ويصقل بالتدريب والممارسة، بحيث يصبح الفرد الذي يتمتع

(1) مخلوف، أحمد. الاتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية و دورها في تطوير منظمات الأعمال. بحث في جامعة الجزائر. 2009م. ص 11، 12

(2) حسن، بسام سمير. أهمية الاستثمار البشري في شركات السياحة في ضوء اقتصاد المعرفة. رسالة ماجستير في الدراسات السياحية. كلية السياحة و الفنادق. الجامعة المنوفية (مصر). 2012م. ص 21.

(3) البرلسي، سماح محمد ناجي. تصميم برنامج إثرائي قائم على المعامل الافتراضية لتنمية مهارات تكوين الدوائر الالكترونية لطلاب المدرسة الثانوية الصناعية. جامعة عين شمس. القاهرة (مصر). مجلة دراسات في

التعليم الجامعي. المقالة (7) المجلد (43) العدد (2) (20. 21 نيسان) 2019م. ص 200

(4) التميميم، رافد صباح. يعقوب، بلال إبراهيم. المهارات اللغوية ودورها في التواصل اللغوي. كلية الآداب

(الجامعة العراقية). العراق. مجلة مداد الآداب. العدد (11) 2015م. ص 269

بالمهارة قادراً على الأداء السليم⁽¹⁾، والمهارة هي " القدرة على استخدام المعرفة، في تحقيق هدف معين بدقة، وسهولة، وسرعة، وسلامة، وأمان، حيث إن المهارة لا تكتسب لفظياً، بل تظهر أثناء العمل والممارسة، وأداء المسؤوليات المكلف بها الفرد"⁽²⁾.
ونستخلص مما سبق بأن المهارة هي " إنجاز أي مهمة، بناءً على معرفة، بسهولة، ويسر، ودقة، وسرعة في

التنفيذ.

خامساً، مفهوم الاتصال السياحي:

ويعدّ الاتصال السياحي نوع من أهم أنواع الاتصال، ويعتبر من المصطلحات الجديدة لدى الباحثين العرب، وإن كان منهم من تناول بعض فنون الاتصال السياحي مثل، الإعلام السياحي، الدعاية السياحية، العلاقات العامة السياحية، ومن أكثر تعاريف الاتصال السياحي تداولاً هي "إنّه تلك العملية الهادفة لنقل وتبادل المعلومات والأفكار والحقائق السياحية، بين طرفي عملية الاتصال باستخدام وسائل معينة، ورموز محددة، خلال إطار يجمع بينهما، بغرض تحقيق التفاعل والتفاهم المتبادل، لزيادة الوعي السياحي من ناحية، والمساهمة في تدفق السائحين، وزيادة نسب الإشغالات الفندقية، وتحقيق الانتعاش السياحي من ناحية أخرى"⁽³⁾، وهناك تعريف آخر للاتصال السياحي يقول بأنه " استخدام وسائل الاتصال والإعلام، في الصناعة السياحة، من أجل التعريف والترويج للمنتجات السياحية، وضمان بيعها من خلال تقنيات البيع والتجارة"، ومن نظرة اتصالية فإن المرسل هو مصدر الاتصال، والمستقبل هو الذي يتلقى الرسالة السياحية،

(1) سعد الدين ، هدى بسام . المهارات الحياتية المتضمنة في مقرر التكنولوجيا للصف العاشر ومدى اكتساب الطلبة لها . رسالة ماجستير في التربية / تخصص: مناهج وطرق تدريس . كلية التربية (الجامعة الإسلامية . غزة) . فلسطين . 2007م . ص12

(2) الحجار ، وفاء خليل . المهارات الاجتماعية وعلاقتها بالضغوط النفسية لدى المرأة القيادية بمحافظة غزة . رسالة ماجستير في الصحة النفسية والاجتماعية . كلية التربية (الجامعة الإسلامية . غزة) . فلسطين . 2015م . ص

(3) بن عامر ، إيمان . دور العلاقات العامة في تنشيط السياحة الداخلية . رسالة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة . كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية (جامعة د. مولاي الطاهر) . الجزائر . 2017م . ص 33 ،

التي تكمن غالباً في المنتجات السياحية، التي تقدمها الدول المرسله والمستقبله في آن واحد، أما مرسل الاتصال السياحي فيعد هو المستقبل في السياحة ومستقبل لنشاط الاتصال السياحي يعد هو المرسل في السياحة، ويقاس نجاح الاتصال السياحي بمدى قدرته على تحقيق التفاهم والتقارب بين الشعوب، انطلاقاً من طبيعة السياحة كظاهرة عالمية، وحضارية، ودورها كأهم وسائل الاتصال الثقافي بين الأمم والشعوب.⁽¹⁾

وبناءً على ما سبق ذكره، نصل إلى أن هناك نقاط تماس كثيرة بين الاتصال والسياحة، فكلاهما مصدره الإنسان

ويرجعان إليه، ثم إن الاتصال يُستثمر في الترويج للسياحة، والسياحة بدورها تضمّ في طياتها عمليات اتصالية

كثيرة، أشهرها على الإطلاق الاتصال الشخصي المباشر وغير المباشر، الذي يعتمد في نجاحه على مهارات

التواصل والاتصال، التي يستخدمها العنصر البشري الذي هو جوهر العمل السياحي، في معاملته مع السياح،

ويهدف من خلال ذلك، إلى خلق نوع من الاستجابة لديهم، اتجاه أهداف المنشأة أو الدولة، حتى تتحقق هذه

الغايات، بأفضل الوسائل الممكنة وأقل التكاليف المتوقعة.

سادساً، عناصر العملية الاتصالية:

إن إيصال رسالتنا للآخرين، يعتبر مطلباً للنمو والتطور وتحقيق الأهداف، ولكي يتحقق هذا لابد أن نحدد أولاً ماهي رسالتنا، ومن هم المستهدفون، وكيف سيتم استقبالها، وتحديد الأداة الأمثل للاتصال، كذلك لابد أن نضع في اعتبارنا الظروف المحيطة بهذا الاتصال، وكل ما سبق ذكره يقودنا للتعرف على العناصر الأساسية لدائرة الاتصال:

1، المرسل (Sender): وهو المتكلم أو المتحدث أو الكاتب أو القائم بالاتصال، وهو الشخص الذي يبدأ عملية

(1) علال ، عبد القادر . أهمية الاتصال في تطوير السياحة الدينية . جامعة عمار تليجي الاغواط . مجلة العلوم

الإنسانية و الحضارة . الجزائر . العدد(2) حزيران 2019م . ص 50

الاتصال بصياغة أفكاره في رموز وكلمات تعبر عن المعنى الذي يقصده، وهو الطرف الأول في عملية الاتصال، لأنه مُبَدِّع الرسالة والقائم ببثها للمستقبل، فضلاً عن أنه المسؤول عن صياغة الرسالة، وانتقاء قناة الاتصال الملائمة لغرضه منها، وتوظيف التقنيات القادرة على الإسهام معه في تحفيز المستقبل نحو التفاعل مع هذه الرسالة⁽¹⁾.

2، الرسالة (Message): وهي الخطاب العقلي التي يتيح التعبير عن الأفكار والمعاني المرغوب إيصالها للطرف

الآخر، والرسالة هي محور عملية الاتصال والتي من أجلها يتم التواصل بين المرسل والمستقبل، والرسالة ممكن أن تكون عبارة عن معلومات متوفرة في مجال معين لدى شخص معين ويريد أن يفيد بها فئة من الناس، أو قد تكون خبرات في عمل أو وظيفة أو مشاعر وأحاسيس.

3، الوسيلة (channel): هي الأداة وحلقة الوصل بين المرسل والمستقبل (طرفي الاتصال) التي يتم من خلالها نقل

الرسالة سواء كانت شفوية أو كتابية أو إلكترونية أثناء عملية الاتصال⁽²⁾

4، المستقبل (Receiver): المتلقي أو المرسل إليه أو السامع، هو الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وإدراك

المعاني، في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها خلال عملية الاتصال، ويصبح المستقبل مرسلًا حين يستجيب للرسالة ويتفاعل معها، أي أن المرسل يصبح مستقبلًا

(1) كسيرة ، مريم . قرواز ، نبيلة . الاتصال الداخلي وأثره في تحسين أداء العاملين في المؤسسة . رسالة ماجستير في علوم التسيير / تخصص: إدارة أعمال . كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير (جامعة أكلي محند أولحاج . البويرة) . الجزائر . 2019م . ص 6

(2) الواعر ، سعاد . زحاف ، كنزة . واقع الاتصال في المؤسسات التربوية الجزائرية . رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال / تخصص: علاقات عامة . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة العربي بن مهيدي . أم البواقي) . الجزائر . 2016م . ص 48

والمستقبل يصبح مرسلًا، من خلال علاقة تبادلية مستمرة، والحقيقة أنّ الاتصال يصبح ناجحاً حين يدرك المرسل والمستقبل نفس المعنى للمعلومات⁽¹⁾.

: المعلومات المرتدة (feedback) : وتعكس ردة فعل المستقبل، واستجابته أو عدم استجابته للرسالة ، لذلك فاتجاه

التغذية المرتدة دائماً يكون في عكس الاتجاه المرسل منه الرسالة ، وقد سميت بهذا الاسم لأنها ترد من المستقبل للمرسل لتغذيته بالمعلومات التي تجعله قادراً على الاستمرار في عملية الاتصال ، وإن كانت الرسائل لفظية وغير لفظية معاً، فمن المحتمل أن تكون المعلومات المرتدة مشابهة لها ، والمعلومات المرتدة غير اللفظية لا تتم إلا إذا كان الاتصال مباشر وجهاً لوجه، حيث تتضمن الملاحظة والنظر وتبادل المشاعر والأحاسيس⁽²⁾.

6,7: بيئة الاتصال (Communication Environment): وهي المناخ المادي، والمعنوي، والنفسي، و الاجتماعي،

الذي تتم فيه عملية الاتصال، وقد يكون هذا المناخ ملائم ومناسب على نحو يساعد على العمل وإتمام عملية الاتصال وبلوغ الهدف، وأيضاً قد تتضمن تشويش، ومشغلات تعيق وتؤثر سلباً، على فعالية الاتصال⁽³⁾.

وكل هذه العناصر السابقة تكمل عملية الاتصال، فكل عنصر أهميته وأهدافه، وأي غياب لأحد هذه العناصر

يحدث خلل في عملية الاتصال، وأي أخطاء ترتكب من قبل المرسل أو المستقبل، قد تؤدي إلى عدم تحقيق

(1) بومالي ، أمينة . أزمة الاتصال الشخصي في ظل التكنولوجيا الحديثة في الجزائر . رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال / تخصص: اتصال الأزمات . كلية العلوم السياسية و الإعلام (جامعة الجزائر.3) . الجزائر . 2010م . ص 28 (بتصرف)

(2) زروال ، ربيع . العملية الاتصالية داخل المؤسسة الجزائرية . رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة المسيلة) . الجزائر . 2014م . ص 37 (بتصرف)

(3) مغريش ، أميرة . الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي . رسالة ماجستير في علم الاجتماع . / تخصص: تنظيم وعمل . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة محمد الصديق بن يحي . جيجل) . الجزائر . 2015م .

الأهداف المرجوة من الاتصال.

ثالثاً، المهارات الأساسية للاتصال السياحي الفعال:

. مهارات الاتصال اللفظي:

1. مهارة التحدث: أو مهارة الكلام وهي "مهارة اتصال لغوية، يُقصد بها القدرة على نطق

الكلمات وإصدار الأصوات

بهدف التعبير الشفهي عن الآراء والأفكار والمشاعر"⁽¹⁾، وهي الطريقة المثلى للتواصل والتفاهم المتبادل مع الآخر باستخدام اللغة، ويتطلب ذلك من المتحدث صياغة أفكاره،

والتعبير عن آرائه بأسلوب صحيح في الشكل والمضمون⁽²⁾، من خلال استخدام لغة

بسيطة، بمفردات مألوفة، ومفهومة، والتحدث بجمل تامة، واستخدام الأساليب

اللغوية المختلفة في إيصال مضمون الرسالة، وإخراج الحروف من مخارجها الصحيحة،

ومراعاة الضبط اللغوي

الصحيح، للعبارات والجمل المستخدمة، والتعبير عن المشاعر، والوجدان في بدء الكلام

واستهلاله وإنهائه نهاية

طبيعية تدرجية⁽³⁾

2. مهارة الإصغاء: إن استعمال طرفي الاتصال لمهارات التواصل الفعال، خلال عملية

التفاعل الاجتماعي فيما

بينهم، يؤدي إلى الانسجام والتجاوب، والوصول إلى الاتفاق المؤدي إلى تحقيق الغايات

المنشودة لكلا الطرفين، ولعلّ من أهمّها مهارة الإصغاء الجيد، التي تعني الاستماع

باهتمام وتركيز ويتجلّى ذلك من خلال ملامح الوجه، ولغة الجسد، والرسائل الإيجابية

⁽¹⁾ رازيمونا ، نيا . استراتيجية تعليم مهارة الكلام في ضوء المدخل الاتصالي بمعهد اللغة والدراسات الإسلامية

باميكاسان مادورا . رسالة ماجستير في اللغة العربية . كلية الدراسات العليا / قسم: تعليم اللغة العربية (جامعة

مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية . مالانج) . إندونيسيا . 2019م . ص 34

⁽²⁾ بن رواق ، صفية . العايب ، نور الهدى . مهارة الحديث وأثرها في الاكتساب اللغوي . رسالة ماجستير في اللغة

والأدب العربي . كلية الآداب واللغات (جامعة العربي بن مهدي . أم البواقي) . الجزائر . 2018م . ص 17

⁽³⁾ الأسود ، عبد الغفور . البصيص ، حاتم . درجة تمكّن طلبة الصف في جامعة البعث من مهارات التواصل

اللفظي وغير اللفظي اللازمة لتدريس الكتب المطورة جامعة اليرموك . إربد (الأردن) . المجلة الأردنية في العلوم

التربوية . المجلد (16) العدد (4) 2020م . ص 442

التي يبعثها المنصت للمتكلم، ولقد ذكر المختصين بعلم الاتصال تعريفات كثيرة منها " هو فن أداته الأذن الواعية، ومستودعه العقل والقلب" وقيل إنه "هو القدرة على الانتباه، وحسن الإصغاء، والإحاطة التامة بما يسمع"⁽¹⁾

3. مهارة القراءة: لقد تطور مفهوم القراءة عبر التاريخ، فقد كان محصوراً في دائرة ضيقة، حدودها الإدراك البصري

للمرموز المكتوبة، وتعريفها والنطق بها، وكان القارئ الجيد هو سليم الأداء، ثم تغير هذا الموضوع نتيجة البحوث والدراسات، فأصبحت مهارة القراءة عملية فكرية عقلية ترمي إلى الفهم، أي ترجمة الرموز المقروءة، و استخدامها ما يفهمه القارئ في تفاعلاته الاجتماعية، وتُعرّف مهارة القراءة بأنها "عملية عقلية تتكون من عدد من المراحل وهي، التمثيل" ويقصد به تمثيل البيانات البصرية"، والتعرف" وهو معرفة الأحرف والكلمات، ومن ثم الفهم "أي ربط المفردات المقروءة بالمعنى الكلي"، ثم الاستيعاب "ربط المعلومات المقروءة بالمخزون المعرفي"، ثم الاستبعاد "وهو تخزين المعلومات في الذاكرة بفاعلية وكفاية الاستدعاء"، ومن ثم ذكر المعلومات واستثمارها في التواصل الفعال مع الذات ومع الآخرين بالتفكير السليم⁽²⁾.

4. مهارة الكتابة: تعتبر مهارة الكتابة فن لغوي، فهي وسيلة من وسائل الاتصال الإنسانية، من خلالها ينقل الكاتب

انفعالاته، ومشاعره، وأفكاره، ويقضي حاجاته وغاياته، فالكتابة تعتبر من مفاخر العقل الإنساني، وكثيراً ما يكون الخطأ في الرسم الكتابي سبباً في قلب المعنى، وعدم وضوح الأفكار، ومن ثم تعتبر الكتابة الصحيحة عملية مهمة، وضرورة اجتماعية للتعبير عن الأفكار، والوقوف على أفكار الغير، لذلك فإن مهارة الاتصال الكتابي هي إحدى

(1) بوقفة ، عبد الباسط . استراتيجيات الإنصات الفعال في الأسرة وعلاقتها بسلوك اتخاذ القرار لدى الأبناء . رسالة ماجستير في العلوم الاجتماعية / تخصص: علم النفس العيادي . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة قاصدي مرباح . ورقلة) . الجزائر . 2013م . ص 12

(2) عبد الجواد، منتهى يحيى . أثر استخدام الألعاب التعليمية في تنمية مهارة القراءة الجهرية لدى طلبة الصف الثاني الأساسي في لواء القويسمة . رسالة ماجستير في التربية / تخصص: المناهج وطرق التدريس (جامعة الشرق الأوسط) . عمان (الأردن) . 2020م . ص 12

المهارات الإيجابية والإبداعية، تبدأ مراحلها الدنيا برسم الحروف، والكلمات، والجمل، وتنتهي بالتعبير الحر الخلاق⁽¹⁾، ولقد وردت تعاريف لغوية كثيرة حول مصطلح الكتابة في معاجم متنوعة، منها ما هو لغوي ومنها ما هو اصطلاحي، وتعريفها لغةً حسب ما جاء في لسان العرب في مادة "كتب" " كتب الكتاب: معروف والجمع كُتِبَ وكتب الشيء يكتبه كتباً وكتاباً وكتابة، وكتبه: خطه"⁽²⁾، وتعرف اصطلاحاً بأنها " أداء لغوي، جوهره معلومات

وأفكار، ومشاعر، وظاهره حروف مرسومة، وعلامات محددة، وكلاهما الجوهر والمظهر، منظم ومُحكّم، بهدف تنظيم الاتصال وتجويد التعبير"⁽³⁾.

. **مهارات الاتصال غير اللفظي (لغة الجسد):** تستخدم لغة الجسد، إما بشكل عفوي غير مقصود، أو بشكل مدروس

وهادف، ومعرفة مجالات استخدامها تؤكد أهميتها في الحياة العملية، فالأفعال تتكلم أكثر من الكلمات، حيث أثبت الباحثون أن أولئك الذين يستطيعون قراءة لغة الجسد وتفسيرها بطريقة فعالة، ويستطيعون تدبر كيفية فهم الآخرين لهم، سيشتمعون بنجاح أكبر في الحياة، أكثر من أولئك اللذين تنقصهم تلك المهارة، لأن التواصل اللفظي يمثل نسبة صغيرة فقط من تحقيق التواصل الفعال مع العملاء، والنسبة الأكبر تتعلق بإتقان مهارات التواصل غير اللفظي وممارستها، انطلاقاً من دورها الأساسي في جذب الآخرين والتأثير

(1) الرشيد ، عبد . تعليم مهارة الكتابة مركز ترقية اللغة . الجامعة الإسلامية الحكومية . جمبر (إندونيسيا) . مجلة

العربي . المجلد(2) العدد(2) 2018م . ص 135

(2) علواني ، زينة . مهارات الكتابة (الخط والإملاء في الطور الابتدائي) . رسالة ماجستير في اللغة والأدب العربي

/ تخصص: علوم اللغة العربية . كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة العربي بن مهيدي . أم

البواقي) . الجزائر . 2012م . ص 14

(3) أبو جاموس ، عبدالكريم . يوسف ، عفاف . أثر برنامج تعليمي في الكتابة لتحسين مهارات التأليف لدى

طالبات الصف الثامن الأساسي في منطقة إربد الأولى . جامعة النجاح الوطنية . نابلس (فلسطين) . مجلة النجاح

للعلوم الإنسانية . المجلد (28) العدد (5) 2014م . ص 3

بقراراتهم، وكسب ولائهم⁽¹⁾، ومن أهم أشكال التواصل عبر لغة الجسد أو ما تسمى بمهارات لاتصال الغير للفظي هي كالآتي:

1. السلوك الحركي (وضعية الجسد وإيماءاته): تُعرف وضعية الجسد بأنها وضعية واتجاه محدد لأجزاء

الجسم، كانهاء الجزء العلوي من الجسد للأمام أو الخلف، وحركات اليدين وإيماءات الرأس، والوقوف أو الجلوس

أثناء الكلام، فوضعية الجسد حركات مستمرة ومتواصلة للجسد، تعكس شخصية الأفراد وحالتهم العاطفية، ولا بد من

التأكيد على دور وضعية الجسد، في التأثير على الانطباع المكوّن أثناء التفاعلات الاجتماعية، فمثلاً تآرجح القدم

أثناء الاتصال يترك انطباعاً سلبياً، بينما الوقوف باحترام وبقامة منتصبه توحى إلى قوة الثقة بالنفس والانفتاح على

الآخرين⁽²⁾، وهكذا فإن لوضعية الجسد دور مهم في استمرار عملية الاتصال بين الأشخاص أو عرفلتها، ولا يمكن

عزل وضعية الجسد أو فصلها عن الكلام، حيث يجب أن يكون هناك تطابقاً بين الكلام المنطوق والحالة العاطفية

والعقلية للمتحدث، فعندما تكون وضعية الجسد متوافقة مع الكلام المنطوق، تظهر مصداقية المتحدث، وتساهم في

تكوين صورة إيجابية لدى العملاء، فقد تشير وضعية الجسد بإيماءات وحركات إيجابية ومدروسة، إلى اهتمام

وإصغاء الموظف ودرجة حماسته واندفاعه لتلبية رغباتهم وحاجاتهم⁽¹⁾.

(1) ندى، يحيى محمد - دويكات، فخري مصطفى - درجة توافر مهارات التواصل بلغة الجسد لدى معلمي المدارس الحكومية الأساسية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظرهم - جامعة فلسطين التقنية خضوري - طولكرم (فلسطين) - مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث - المجلد (4) العدد (2) 2016م - ص 2

(2) Mandal , F. (2014) . **Nonverbal communication in Human**, Journal of Human Behavior in the social Environment. Vol (24) , No (4) . P: 418

2. التعبير الوجهي والتواصل البصري: وهو التواصل مع الآخرين عبر الإشارات

الوجهية، ونظرات العيون وهذه

الإشارات توضح ما يحتاجه الفرد، وتساعد في توضيح ما يقوله ويطلق عليها عادةً مُسمّى (اللغة الصامتة)،

وتعبير الوجه يدل على استجابة انفعالية، وللوجه تعبيرات مختلفة حسب الظروف التي يمر بها الإنسان، وتعدّ

تعبيرات الوجه عالمية، بمعنى أنها لا تختلف باختلاف المكان أو الزمان، والوجه له انفعالات تتمثل في السعادة

القلق، الدهشة، الغضب وغيرها، وعلى سبيل المثال فإن رفع الحواجب قليلاً مع رسم ابتسامة خفيفة توحى للطرف

الآخر بالودّ والثقة، ولن ننسى العيون التي هي الجزء الأهم من لغة تعابير الوجه، حيث يقال أن العيون هي مرآة

الروح لذلك فهي تكشف الكثير مما يفكر أو يشعر الشخص به، لذلك تعد عملية التقاء العيون أمراً أساسياً للاتصال

والتفاهم بين الأشخاص، فهي أول إشارة تفتح الطريق للتواصل مع الآخرين⁽²⁾، وهكذا يتبين بأن التفاعل بين تعابير

الوجه وإيماءات الجسد بشكل طبيعي يساهم في نقل الحالة العاطفية والنفسية لأي طرف من أطراف الاتصال،

حيث اعتبر داروين أن هذا التفاعل، جزءاً هاماً من كُُلِّ متكامل، ألا وهو الاتصال غير اللفظي بكليّته (لغة الجسد)،

(1) زيد، مراد - الاتصال غير اللفظي للأستاذ الجامعي وعلاقته بدافعية التعلم لدى الطالب الجامعي - رسالة ماجستير في علوم التربية / تخصص: إرشاد وتوجيه - كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي) - الجزائر- 2018م - ص 41

(2) عبدالله، كريمة ربيع - فعالية استخدام طرق التواصل المعزز و البديل (ACC) في تنمية بعض مهارات التواصل اللغوي لدى الأطفال ضعاف السمع - كلية التربية (جامعة الإسكندرية) - مجلة الطفولة والتربية - العدد(40) الجزء (5) السنة (11) أكتوبر (تشرين الأول) 2019م - ص 523

والاتصال اللفظي الشفوي المباشر القائم بين طرفي العملية الاتصالية، والمؤدي إلى الانسجام الفكري والنفسي الذي هو غاية التواصل الفعال⁽¹⁾، ولذلك نؤكد على أن الوقوف أو الجلوس أثناء الكلام، بالشكل المناسب، يدل على الاهتمام بالمتلقي، فالإقبال بالوجه المبسم، واعتدال القامة، والاستخدام السليم لملامح الوجه والإيماءات الجسدية، ومواجهة المستمعين من المكان المناسب، تعدّ خصلاً حميدة من الضرورة مراعاتها خلال التفاعلات الاجتماعية مع الآخرين.

3. المظهر الخارجي: للمظهر الخارجي قوة كبيرة في التأثير على الناس وانطباعاتهم، فلامح اللباس اللائقة والمتوافقة مع الحال والمناسبة، توحى بشخصية ذات حس جمالي، وتؤثر في مدى تقبل المستمع للكلام، فالمظهر الجيد هو أول تعبير يصل إلى الناس، وهو انعكاس للشخصية، ومن الطبيعي أن الأشخاص تنجذب إلى كل ما هو جميل، لذلك للمظهر دور كبير في كسب استحسان الآخرين وثقتهم، ومظهر الإنسان يتوقف على عدة أشياء، مثل النظافة الشخصية وأناقة الملابس وغيرها من التأثيرات الشكلية التي يمكن العناية بها للخروج دائماً في أحسن صورة ممكنة⁽²⁾، ولا بد من التأكيد على أن المظهر الخارجي وحده لا يكفي، ولن يفيد في شيء، في حال عدم

⁽¹⁾ Hanneke K. M. Meeren , Et al . (2005). **Rapid Perceptual integration of Facial Expression and Emotional Body language** , Proceeding of The National Academy of Science , November 8 , VOL(102) , NO(45), P: 16518

⁽²⁾ عزوز ، أحمد . الاتصال ومهاراته مدخل إلى تقنيات فن التبليغ و الحوار والكتابة . جامعة وهران 1 (أحمد بن بلة) . منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال . الجزائر . ط1 . 2016م . ص 60 (بتصرف)

توافق وتكامل الشكل مع جوهر الإنسان، فكلاهما وجهان لعملة واحدة ألا وهي التواصل الفعال.

4. السلوك الصوتي: من خلال اعتماد طبقة صوتية واضحة ومريحة، ليست مرتفعة وغير منخفضة، مع مراعاة

النطق السليم للحروف، واعتماد التلوين الصوتي، والإيقاعات المناسبة لطبيعة التراكيب ودلائلها، فالاستفهام يتطلب تنغيماً مغايراً للخبر أو التعجب، وبذلك يشعر المستمع بتفاعل المتكلم مع ما ينطقه بلسانه، حتى يؤثر فيه وبالتالي يتفاعل المتلقي بدوره مع الحوار القائم بينهما⁽¹⁾.

5. إدارة المسافة الشخصية: المساحة الشخصية، هي عبارة عن المنطقة التي تحيط بالفرد، ويعتبرها ملكاً له من

الناحية النفسية، وتمثل هذه المساحة قيمة خاصة لأغلب الأشخاص، بل ينتابهم الشعور بعدم الارتياح، أو الغضب،

أو التوتر، في حال التعدي على هذه المساحة، لذلك تتأثر عملية الاتصال، بعامل المسافة التي تفصل بين أطراف

عملية الاتصال من حيث القرب أو البعد، وهي تختلف من ثقافة إلى أخرى، لذلك من المستحسن مراعاة خصائص

الطرف المقابل، أثناء إدارة المسافة الشخصية خلال عملية التواصل (ثقافته، انتمائه، جنسيته، جنسه، سنّه

وغيرها)⁽²⁾، ويفضل أن تكون معتدلة ليست بقرينة و لا بعيدة، وكمثال للتوضيح على كيفية الحفاظ على الإقليم

والمساحة الشخصية، " قف على مقربة من الشخص الآخر بحيث كلاكما يشعر بالراحة، إذا تراجع الآخر، لا تتقدم

⁽¹⁾ Hosseyani , S . (2012) , **The Role of Nonverbal Communication Skills in Guiding Tourist** , Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies , VOL .(1), NO.(8) , September, P: 256

⁽²⁾ Geetha Sony.N , Et al . (2020), **Communication Skills & Ethics In Tourism MBA (Tourism & Travel Management)** , M.B.A (TTM) 1st Year, Paper – VI , Acharya Nagarjuna University , P: 69,70

مرة أخرى، فهذا يعني أنه يشعر بالارتباك وعدم الراحة⁽¹⁾.

6. عنصر المكان والزمان: عنصر المكان هو ما يتعلق بالتفاصيل الموجودة في مكان الاتصال، مثل المساحة المحيطة بأطراف العملية الاتصالية (مجال حركة الأشخاص)، الإضاءة، التهوية، الأثاث، الديكور وغيرها من التفاصيل، الموجودة في البيئة الطبيعية الحاضنة للموقف الاتصالي، والتي لاشكّ بأنها عوامل مؤثرة في مدى فعالية الاتصال⁽²⁾، أما بالنسبة لعامل الزمن، فإن عملية الاتصال تتأثر بشكل كبير بالوقت، من حيث بدء عملية الاتصال واستمرارها، توقفها، وتختلف اتجاهات احترام الوقت، باختلاف الثقافة الاجتماعية التي ينتمي إليها أطراف العملية الاتصالية، وعلى سبيل المثال فإن التأخر عن حضور الموعد، وعدم الالتزام به، يولد انطباعاً سيئاً عن الشخص، بينما يدل الحضور في المواعيد المحددة، على جدية الشخص، والتزامه، واحترامه لنفسه، وللآخرين ويسهم هذا في تحقيق فعالية العملية الاتصالية⁽³⁾، وانطلاقاً من كل ما سبق، نلاحظ بأنّ للتواصل غير اللفظي أشكال عدّة، تلتقي جميعها في أنها صادرة عن الجسد، أو ما يتّخذ الجسد من مظهر، وأدوات، وحيز، ولكل عضو حركاته وإيماءاته

(1) شحور ، ليلي . فن التواصل و الإقناع . الدار العربية للعلوم ناشرون . بيروت (لبنان) . ط 1 . 2009م . ص

(2) الحياي ، سندية مروان . دور استخدام الاتصالات غير اللفظية (لغة الجسد) في تحديد الأنماط السلوكية للقيادات الإدارية . جامعة الموصل . العراق . مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية . المجلد (11) العدد (1) 2011م . ص 63 (بتصرف)

(3) ديلمي ، سالم - دور مهارات الاتصال غير اللفظي لدى أستاذ التربية البدنية والرياضية في تحقيق انضباط صفي فعال لتلاميذ الطور الثانوي من وجهة نظر التلاميذ - رسالة ماجستير في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية / تخصص: تعلم حركي - معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية (جامعة محمد بو ضياف - المسيلة) - الجزائر - 2016م - ص 11

الحاملة لمعانٍ خاصة، ولتصافير الإيماءات والحركات دلالات توحى بانفعالات هذا الجسد، واهتماماته، وهو بذلك يكون جسداً مرسلًا، لتكلم الحركات والإيماءات، وفي المقابل فإنها تساعد المستقبل في تشكيل انطباع عام وكليّ عن المرسل، فالاهتمام الحيوي بكل حركة، يكون لإيجاد التعبير المناسب لدواخلنا، وبذلك يجد المرء نفسه أمام رسالة غير لفظية، تنتقل ما بين مرسل ومستقبل⁽¹⁾.

الفصل الثاني: مقدمة في الخدمات السياحية، الطلب السياحي

أولاً، مفهوم الخدمات السياحية:

تتباين أنواع الخدمات عادةً تبعاً لكثافة استخدام التكنولوجيا أو التدخل البشري أو المظاهر المادية، وهذا ما يُعَدُّ محاولة صياغة تعريف شامل ومتفق عليه للخدمة، لذلك سنلقي الضوء على أكثر التعاريف تداولاً للخدمة، ويشير إلى أنها عبارة عن " نشاط اقتصادي مُقدّم من طرف لآخر، غالباً دون انتقال للسلع، ويخلق القيمة من خلال تأجير أو استغلال سلع، يد عاملة، كفاءات مهنية، تجهيزات، هياكل، شبكات، أنظمة بشكل منفرد أو مجتمع الأنشطة والمنافع والإشباع التي تقدم للبيع أو تكون مصاحبة للسلع المادية"⁽²⁾، ونحن في بداية القرن الحادي والعشرين في

(1) يغمور، سلاف شهاب الدين - أثر التواصل غير اللفظي في الإبانة والتواصل نماذج تطبيقية ومقولات كلية - رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها - كلية الآداب (جامعة بيرزيت) - فلسطين - 2019م - ص 17

(2) بوعبدالله، صالح. نماذج و طرق قياس جودة الخدمة (دراسة تطبيقية على خدمات مؤسسة بريد الجزائر).

أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير (جامعة فرحات عباس سطيف). الجزائر. 2014م. ص 44

ظل نمو وتعاضم أهمية السياحة ثقافياً واقتصادياً واجتماعياً وسياسياً، رسّخ العاملين في الميدان السياحي جلّ اهتمامهم على تنمية وتطوير الخدمات السياحية، لتحقيق أقصى درجات الرضا والإشباع للسياح، من خلال مزيج مُكوّن من عنصرين أساسيين هما: الموقع السياحي وما يمتلكه من مقومات الجذب السياحي، والخدمات السياحية المُقدّمة من قِبَل العاملين في المؤسسات السياحية، وتأكيداً لما سبق نجد أن مفهوم الخدمة السياحية هو "مجموعة الأنشطة أو الأعمال غير الملموسة بطبيعتها، والقادرة على تحقيق الرضا والإشباع لحاجات السائح ورغباته، عند شرائه للسلعة السياحية أو استهلاكه للخدمة وقت سفره أو إقامته في المقصد السياحي بعيداً عن مكان سكنه الأصلي محققاً بذلك مردوداً لمن يقدمها"⁽¹⁾،

ثانياً، أنواع الخدمات السياحية:

تختلف الخدمات السياحية من حيث أهميتها، وتقسم تبعاً لذلك إلى نوعين هما:

1. الخدمات الأساسية: تتمثل في الفنادق وأماكن الإقامة الأخرى مثل القرى السياحية وبيوت الشباب وغيرها، وخدمات النقل بكافة وسائله التي تساهم بنقل السياح إلى وجهاتهم السياحية المرغوبة، بالإضافة لتوفير المعلومات عن الخدمات المقدمة و تكاليفها وطرق الدفع، والضيافة المتمثلة في كيفية استقبال السائحين وحسن معاملتهم، لتفعيل الصورة الذهنية الإيجابية لديهم عن المقصد السياحي، وتعزيز الكلمة المنطوقة لتكون أداة ترويج فعالة قادرة على

(1) حمد ، سعد إبراهيم و آخرون . جودة الخدمات السياحية بين الواقع و الطموح . المعهد التقني نينوى / تقنيات

السياحة و إدارة الفنادق (الجامعة التقنية الشمالية) . الموصل (العراق) . 2019م . ص 7

استقطاب عملاء جدد، ومعالجة الشكاوي وحل المشكلات التي تواجه السياح خلال رحلتهم⁽¹⁾.

2. الخدمات التكميلية: خدمات مراكز الاستعلامات ووكالات السياحة و السفر والبنوك ومحال بيع الهدايا السياحية والتحف التذكارية و المطاعم والأدلاء السياحيين ودور السينما و المسارح و الخدمات الترفيهية بأنواعها⁽²⁾.

ثالثاً، مفهوم الطلب السياحي:

جاءت الأدبيات السياحية بعدة تعاريف للطلب السياحي تقول بأنه:

- "هو مجموع المشتريين الراغبين والقادرين على شراء الخدمات السياحية عند سعر معين، وخلال مدة محددة من الزمن"
- "هو أعداد السياح الواصلين إلى مواقع المقصد السياحي، والمُباشرين بشكل فعلي في إشباع رغباتهم عن طريق المشاركة بالأنشطة والفعاليات السياحية، واستهلاك الخدمات المقدمة إليهم في تلك المواقع"⁽³⁾.
- هو عبارة عن مجموعة من الاتجاهات و الرغبات، و ردود الأفعال اتجاه منطقة معينة، و هذه الميول تؤثر على حركة النمو السياحية، بعد الدوافع الأصلية التي تقوم على أساسيات متعلقة بالإنسان⁽⁴⁾.

رابعاً: مفهوم تنشيط الطلب على الخدمات السياحية:

(1) نور الإسلام ، عاشور . دور الاتصال التسويقي في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر . رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال / تخصص اتصال و علاقات عامة . كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية (جامعة العربي بن مهيدي . أم البواقي) . الجزائر . 2017م . ص 36 ، 37

(2) مراتي ، عمار . واقع جودة الخدمات السياحية في المؤسسة الجزائرية . أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية/ تخصص: إدارة تسويق . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير (جامعة جيلالي اليابس . سيدي بلعباس) . الجزائر . 2019م . ص 79

(3) الدباغ ، إسماعيل محمد علي و آخرون . العلاقة بين العرض و الطلب السياحي في محافظة النجف و إمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها . كلية الإدارة و الاقتصاد / قسم السياحة و إدارة الفنادق . بحث مقدم إلى مؤتمر السياحة الأول في محافظة النجف . مجلة الإدارة و الاقتصاد . (5 ، 6 نيسان) 2008م . ص 213

(4) حسن ، صليحة . محددات حالي الطلب و العرض السياحي(دراسة حالة الجزائر في الفترة الممتدة من 1990 . 2014) . رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية . كلية الاقتصاد و التجارة و علوم التسيير (جامعة مستغانم) . 2014 م . ص 20

هو "عبارة عن تفصيل وتنسيق مختلف الجهود المبذولة، التي تهدف إلى تشجيع السائح الحالي و المرتقب على إتمام عملية الانضمام و شراء برامج سياحية خلال فترة زمنية معينة، من خلال ترغيبه بمنافع و فوائد تعود عليه حين شرائه للخدمات السياحية، فهي تتضمن دعوة مُحفّزة للسائح من أجل اتخاذه لقرار تجربة الخدمة⁽¹⁾، ويُعرّف أيضاً على أنه "كافة الأساليب والتقنيات والمهارات المُتَّبعة من قبل المؤسسة السياحية لإحياء وتجديد الطلب على الخدمات السياحية، وجذب أكبر عدد ممكن من السياح و دفعهم لشراء الخدمة"⁽²⁾.

ومما تقدّم نجد أن تنشيط الطلب السياحي هو استخدام المؤسسات لاستراتيجيات تعريفية وتحفيزية عن المنتج أو الخدمة السياحية، لإظهاره بشكل جذاب وواقعي وتقديمه بطريقة مميزة ومبتكرة، بهدف تعزيز وإنعاش حركة الطلب السياحي.

خامساً، أثر تطوير مهارات الاتصال في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية:

إن نجاح المؤسسة السياحية يعتمد بشكل أساسي على نوعية وكفاءة موظفيها لأن العنصر البشري هو جوهر العمل السياحي حيث أن جودة الخدمة السياحية لا تتحقق إلا من خلال مهارة واحترافية الموارد البشرية السياحية المؤهلة عملياً بما يتوافق مع المعايير الدولية لصناعة السياحة والضيافة فهي محور نجاح عملية تقديم الخدمة للعملاء ونتيجة لذلك فإن المجلة الدولية للثقافة وأبحاث السياحة والضيافة تحت على أن يكون محور صياغة استراتيجيات العمل السياحي قائم على تدريب العاملين وإتقانهم لأنظمة ومعايير وقواعد ثقافة التواصل السياحي مع العملاء⁽³⁾، والتي هي عبارة عن سلسلة من المهارات

(1) عريس ، ياسمينة . بولميط ، اصيلة . دور الترويج السياحي للجمعية في تفعيل النشاط السياحي (دراسة حالة جمعية السّفير للسياحة) . رسالة ماجستير في العلوم التجارية / تخصص: تسويق سياحي و فندي . كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير (جامعة محمد الصديق بن يحيى) . جيجل(الجزائر) . 2020م . ص 20

(2) خيضر ، إيمان . غنية ، ريشان . دور المزيج الترويجي في تنافسية الوكالات السياحية . رسالة ماجستير في العلوم التجارية / تخصص: تسويق فندي و سياحي . كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير (جامعة محمد الصديق بن يحيى) . جيجل (الجزائر) . 2020 م . ص 20

(3) Syam , H . Keswani , F. (2019) . **The Association Among Employees Communication Skills, Image Formation and Tourist Behavior** . Jordan, International Journal Of Culture Tourism And Hospitality Research , 28 July , P: 3 ,4

والسلوكيات والأنشطة المصممة من أجل تعزيز مستوى رضا العملاء وتلبية احتياجاتهم بما يتوافق مع رغباتهم⁽¹⁾، وهذا بدوره يساهم في تكوين الصورة الذهنية والتي هي نتاج عقلي قائم على معالجة كمية ضخمة من البيانات والإدراكات والخبرات والتصورات عن الخدمة السياحية مما يخلق انطباع معين عنها يؤثر بشكل كبير على عملية اتخاذ قرار الشراء وتكرار التجربة مستقبلاً ومما لا شك فيه أن إيجابية الصورة الذهنية المدركة للعملاء عن الخدمة تسهم بشكل فعال في خلق ميزة تنافسية لخدمات المؤسسة في سوق العمل السياحي⁽²⁾، وناقلة القول إن الصورة الذهنية تساهم في خلق عملاء محتملين بتأثير الكلمة المنطوقة للعملاء الحاليين وهذا أيضاً يدعم الميزة التنافسية للخدمات والحد من فرص اختيار العميل لجهات سياحية خدمية أخرى، وفي هذا الإطار فإن امتلاك الموارد البشرية العاملة في المجال السياحي لمهارات الاتصال الفعال السابق ذكرها سينتج عنه الارتقاء بمستوى جودة الخدمة السياحية، الاستجابة الفعالة لمتطلبات العملاء، تعزيز ثقة ورضا العملاء، كسبهم كعملاء دائمين، خلق عملاء جدد من خلال الكلمة المنطوقة للعملاء الحاليين، تفعيل الصورة الذهنية الإيجابية للعميل عن الخدمة السياحية، تحقيق الميزة التنافسية في سوق العمل السياحي، الأمر الذي يقضي إلى تنشيط الطلب على الخدمات السياحية وخلق عائد سياحي كبير.

الفصل الثالث، الدراسة الميدانية:

يتناول هذا الفصل دراسة ميدانية للفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص وآراء عملائها السوريين والعرب فيما يتعلق "بأثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية" حيث يتضمن وصفاً

(1) Abd el Hamid , F. (2017) . **The Role Of Faculties Of Tourism and Hotel Management in Developing the Etiquette and Communication Skills for Students within the Educational Community** . International Journal of Heritage, Tourism Hospitality. VOL. (11) , NO .(3/2) . P: 99

(2) أباطة، وليد عباس . استراتيجية المحيط الأزرق في تسويق المنتج السياحي الثقافي لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة . أطروحة دكتوراه في الدراسات السياحية . كلية السياحة والفنادق (جامعة قناة السويس) . مصر . 2019م

لمجتمع وعينة الدراسة، وعرضاً لأداة الدراسة المستخدمة لجمع البيانات، وبيان مدى صدقها وثباتها، كما يتضمن إجراء الاختبارات الإحصائية باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

■ مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة والبحث من الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص (حصر شامل "4" فنادق، فندق من تصنيف 5 نجوم، وفندق من تصنيف 4 نجوم وفندقان من تصنيف 3 نجوم و "28" مكتب سياحة وسفر)، حيث تم اختيار عينة ميسرة من عملائها السوريين والعرب حيث قامت الباحثة بتوزيع (120) استبيان على عملاء الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص استرد منها (105) استبيان منها (100) استبيان صالح للدراسة من خلال التوزيع بشكل عشوائي مباشرةً والكترونياً عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وموقع [Tripadvisor.com](https://www.tripadvisor.com).⁽¹⁾

● أداة الدراسة:

قامت الباحثة بتصميم استبيان بهدف الحصول على المعلومات اللازمة عن "بأثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية" وذلك اعتماداً على الدراسات السابقة التي تناولت المتغيرات المختبرة وغيرها من الأدبيات والمراجع العلمية المتوفرة، إضافة إلى اعتماد الباحثة على جولاتها الميدانية والمقابلات الشخصية مع عناصر من مجتمع الدراسة. وبالتالي اشتملت أداة الدراسة بشكلها النهائي على قسمين:

(1) تعد شركة **Tripadvisor** (المدرجة في بورصة ناسداك تحت الرمز: TRIP) أكبر منصة إلكترونية للسفر في العالم، وتساعد 463 مليون مسافر في كل شهر لجعل جميع رحلاتهم أفضل الرحلات، يستخدم المسافرون حول العالم موقع **Tripadvisor** وتطبيقه لتصفح أكثر من 859 مليون تعليق ورأي حو 8,6 مليون مكان إقامة ومطعم وشركة طيران ورحلات بحرية، سواء كان الهدف التخطيط أم الاستفادة منه أثناء رحلاتهم، فإن المسافرين يلجؤون إلى **Tripadvisor** للمقارنة بين الأسعار المنخفضة للفنادق ورحلات الطيران والرحلات البحرية وإجراء الحجوزات

القسم الأول:

ويتمثل بمجموعة من البيانات الديمغرافية التي تتعلق بعينة الدراسة كجنس المستجيب ووجنسيته

القسم الثاني:

يتضمن المتغيرات المستقلة والمتغير التابع المراد قياسها والتي تتمثل:

- بيانات تقيس مهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية.
- بيانات تقيس مهارات الاتصال غير اللفظي - لغة الجسد - للعاملين في المؤسسات السياحية.
- بيانات تقيس مدى تنشيط الخدمات السياحية في العينة موضوع الدراسة.

■ الأساليب الإحصائية:

- قياس الصدق الظاهري وصدق الاتساق الداخلي: لفقرات محاور الاستبيان استناداً لما وضعت لقياسه.
- اختبار ألفا كرونباخ: لقياس ثبات الاستبيان في حال إعادة توزيع الاستبيان مرة أخرى على نفس العينة.
- اختبار ستيودنت **Student- T Test**: لمعرفة إذا كانت قيمة المتوسطات الحسابية لعبارات كل محور تختلف عن درجة الحياد (3) حسب مقياس ليكرت وتحديد اتجاهها.
- اختبار الانحدار البسيط: لقياس درجة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

■ صدق وثبات أداة الدراسة:

- ينطلق صدق أداة الدراسة من مدى قدرة الاستبيان على قياس المتغيرات المراد قياسها، من حيث شموله على كافة العناصر المؤثرة على الظاهرة المدروسة إضافة

إلى وضوح مفرداته بالنسبة للمستجيبين. أما الثبات يعني أن نتائج الاختبار ستكون متسقة وذلك في حال تكراره عدة مرات في ظروف متماثلة.

- وبشكل عام تم التأكد من صدق فقرات كل استبيان بطريقتين:

- 1- الصدق الظاهري:

- قامت الباحثة بعرض الاستبيان بصورته الأولية على مجموعة من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة البعث من ذوي الاختصاص والخبرة لتقديم مقترحاتهم وآرائهم حول فقراته وسلامة صياغتها اللغوية ومدى تعبيرها عن "أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية"

- وبناءً على ما قدموه من ملاحظات ومقترحات قيمة قامت الباحثة بتعديل بعض الفقرات وإعادة صياغة و حذف وإضافة بعضها الآخر.

- 2- صدق الاتساق الداخلي

- قامت الباحثة بحساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة، وذلك بحساب معامل الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور التابعة له وكانت النتائج كما يلي:

- 1-2- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور المستقل الأول (مهارات الاتصال

اللفظي)

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية
(دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

الجدول رقم (1) نتائج الاتساق الداخلي لفقرات المحور المستقل الأول (مهارات الاتصال اللفظي)

| الرقم | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى الدلالة | النتيجة |
|-------|--|----------------|---------------|---------|
| 1 | التحدث بلباقة وفي الوقت المناسب | .912** | .000 | دال |
| 2 | التحدث بكلمات واضحة ومباشرة ومختصرة | .876** | .000 | دال |
| 3 | إتقان فن الحوار والإقناع وطرح العروض المناسبة القادرة على التحفيز لاتخاذ قرار الشراء | .869** | .000 | دال |
| 4 | الهدوء والالتزان في نبرة الصوت وحركات الجسد أثناء الحديث | .863** | .000 | دال |
| 5 | تقديم معلومات حقيقية وصادقة عن الخدمة أثناء الحوار | .829** | .000 | دال |
| 6 | الإجابة السريعة على الاستفسارات | .833** | .000 | دال |
| 7 | استخدام كلمات التقدير للتأثير وكسب الود | .772** | .000 | دال |
| 13 | الالتزام بأداب الاستماع وعدم المقاطعة أثناء الكلام | .845** | .000 | دال |
| 14 | الإصغاء بتركيز للحديث وتدوين النقاط الرئيسية للمتطلبات | .867** | .000 | دال |
| 15 | الانتباه (للإشارات - الإيماءات - الحركات) الصادرة خلال الإصغاء لفهم أعمق للحديث | .750** | .000 | دال |
| 16 | الاستفسار وطلب التوضيح في حال عدم فهم الحديث والمتطلبات | .907** | .000 | دال |
| 17 | الإصغاء باهتمام واحترام للحديث وعدم الانشغال أثناء الكلام | .806** | .000 | دال |
| 23 | الرد الكتابي يكون محدد ومختصر على قدر السؤال | .776** | .000 | دال |
| 24 | الرد الكتابي باستخدام كلمات وعبارات واضحة ومألوفة | .924** | .000 | دال |
| 25 | الرد الكتابي على الرسائل بأكبر سرعة ممكنة | .872** | .000 | دال |
| 26 | الرد الكتابي يتضمن معلومات دقيقة وصادقة عن الخدمة السياحية | .854** | .000 | دال |
| 27 | الرد الكتابي باستخدام اللغة الأم | .382** | .000 | دال |
| 28 | الرد الكتابي بأسلوب يراعي قواعد الإتيكيت (إلقاء التحية - الشكر في نهاية الرسالة...) | .834** | .000 | دال |
| 34 | إدراك وفهم وتحديد النقاط الأساسية في الرسائل | .799** | .000 | دال |
| 35 | المقدرة على فهم معاني الرموز الموجودة في الرسالة (إشارات تعجب - استفهام - اختصارات - رموز تعبيرية..) | .779** | .000 | دال |
| 36 | المقدرة على قراءة وفهم اللغات الأجنبية (لغتك الأم) | .352** | .000 | دال |

المصدر من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

من الجدول (1) يتضح أن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور المستقل الأول (مهارات الاتصال اللفظي) و المعدل الكلي لفقراته دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $Sig < 0.05$ و بالتالي تكون فقرات هذا المحور صادقة و متسقة داخلياً لما وضعت لقياسه.

2-2- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور المستقل الثاني (مهارات الاتصال غير اللفظي):

الجدول رقم (2) نتائج الاتساق الداخلي لفقرات المحور المستقل الثاني (الاتصال غير اللفظي - لغة الجسد)

| الرقم | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى الدلالة | النتيجة |
|-------|--|----------------|---------------|---------|
| 42 | التحكم بحركات الجسد أثناء التواصل (طريقة الوقوف - الجلوس - حركات اليدين) بما يتوافق مع أصول وقواعد الإتيكيت | .883** | .000 | دال |
| 43 | الاستخدام السليم لتعابير الوجه ونظرات العيون بالشكل الذي يوحي بالودّ والاحترام والاهتمام | .887** | .000 | دال |
| 44 | يوجد لباس موحد uniform للموظفين | .745** | .000 | دال |
| 45 | الالتزام بالنظافة الشخصية وملاح اللباس اللائقة والمتوافقة مع الحال الوظيفي | .872** | .000 | دال |
| 46 | اعتماد طبقة صوتية واضحة ومريحة ليست مرتفعة وغير منخفضة | .915** | .000 | دال |
| 47 | الوقوف على مسافة معتدلة من العميل أي احترام المسافة الشخصية | .904** | .000 | دال |
| 48 | التفاصيل الموجودة في المكان (الإضاءة - التهوية - الأثاث - الديكور) توجي بالارتياح | .791** | .000 | دال |
| 49 | احترام المواعيد المحددة | .827** | .000 | دال |

المصدر من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

من الجدول (2) يتضح أن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور المستقل الثاني (الاتصال غير اللفظي - لغة الجسد) و المعدل الكلي لفقراته دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $Sig < 0.05$ و بالتالي تكون فقرات هذا المحور صادقة و متسقة داخلياً لما وضعت لقياسه.

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية
(دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

2-3- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور التابع (تنشيط الخدمات السياحية):

الجدول رقم (3) نتائج الاتساق الداخلي لفقرات المحور التابع (تنشيط الخدمات السياحية)

| الرقم | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى الدلالة | النتيجة |
|-------|--|----------------|---------------|---------|
| 1 | يتقن الموظفون مهارات الاتصال السياحي خلال المعاملات | .747** | .000 | دال |
| 2 | تساهم خبرة الموظفين بمهارات الاتصال في الارتقاء بجودة تقديم الخدمة | .804** | .000 | دال |
| 3 | التزام الموظفين بمعايير الاتصال الفعال يعزز الرضا وكسب عملاء دائمين | .834** | .000 | دال |
| 4 | إجادة الموظفين لمهارات الاتصال يُفَعِّل الكلمة المنطوقة الإيجابية عن الخدمة في استقطاب عملاء جدد | .830** | .000 | دال |
| 5 | تساهم إجادة الموظفين لمهارات الاتصال في خلق انطباع إيجابي عن الخدمة | .779** | .000 | دال |
| 6 | يساهم إتقان الموظفين لمهارات الاتصال في تحفيز تكرار التجربة السياحية | .741** | .000 | دال |
| 7 | يساهم إتقان الموظفين لمهارات الاتصال في تحفيز التعامل المستمر مع المؤسسة السياحية | .846** | .000 | دال |

المصدر من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

من الجدول (3) يتضح أن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور التابع (تنشيط الخدمات السياحية) و المعدل الكلي لفقراته دالة إحصائياً عند مستوى دلالة Sig $0.05 <$ وبالتالي تكون فقرات هذا المحور صادقة و متسقة داخلياً لما وضعت لقياسه.

■ ثبات الاستبيان:

قامت الباحثة بحساب معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان، وذلك من خلال حساب الارتباطات الثنائية بين جميع فقرات الاستبيان. وتتراوح قيمة هذا المعامل بين (0) و (1) وتدل زيادة قيمة هذا المعامل على ارتفاع الثبات لفقرات الاستبيان، حيث اعتمدت الباحثة على عينة استطلاعية مؤلفة من 30 مفردة، والجدول التالي يبين قيم معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان.

الجدول (4) نتائج اختبار ألفا كرونباخ

| النتيجة | عدد الفقرات | معامل ألفا كرونباخ | محاوَر الاستبيان |
|---------|-------------|--------------------|---------------------------------------|
| ثابت | 41 | .984 | مهارات الاتصال اللفظي |
| ثابت | 14 | .966 | مهارات الاتصال غير اللفظي (لغة الجسد) |
| ثابت | 7 | .904 | تنشيط الخدمات السياحية |
| ثابت | 62 | .988 | الاستبيان ككل |

المصدر من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24 من الجدول رقم (4) نجد أن قيم معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور كل استبيان أكبر من 0.7 مما يدل على الاتساق في قوائم كل استبيان على حدة و على مصداقية بياناتها وصلاحيتها للدراسة و التحليل.

▪ الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة:

| المتغير | المستوى | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------|---------------|---------|----------------|
| الجنس | ذكر | 68 | %68 |
| | أنثى | 32 | %32 |
| المجموع | | 100 | %100 |
| الجنسية | سورية | 66 | %66 |
| | عربية | 34 | %34 |
| المجموع | | 100 | %100 |
| المؤهل الدراسي | ثانوية أو أقل | 4 | %4 |
| | معهد | 20 | %20 |
| | مؤهل جامعي | 32 | %32 |
| | دراسات عليا | 28 | %28 |
| | دكتوراه | 16 | %16 |
| المجموع | | 100 | %100 |

- إن أفراد العينة الذكور يمثلون نسبة 68% من مجموع أفراد عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة أفراد العينة الإناث 32% من مجموع أفراد عينة الدراسة.
- إن غالبية أفراد عينة الدراسة من الجنسية السورية بنسبة 66% من مجموع أفراد عينة الدراسة، والنسبة الباقية 34% يمثلون أفراد عينة الدراسة من الجنسيات العربية الأخرى
- إن غالبية أفراد العينة موضوع الدراسة هم من أصحاب المؤهل الجامعي بنسبة 32%، تليها مجموعة الأفراد الحاصلين على شهادة الدراسات العليا بنسبة 28%، فمجموعة الأفراد الحاصلين على شهادة المعهد بنسبة 20%، كما نجد أن مجموعة الأفراد الحاصلين على شهادة الدكتوراه تبلغ نسبة 16%، وتحتل مجموعة الأفراد الحاصلين على شهادة الثانوية أو أقل المرتبة الأخيرة بنسبة 4% من مجموع أفراد العينة موضوع الدراسة

■ تحليل آراء عينة الدراسة واختبار الفرضيات:

في الفقرات التالية سنتناول الباحثة تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة عن الاستبيان الموزع عليهم، للوقوف على مدى موافقة أو عدم موافقة أفراد عينة الدراسة نحو كل فقرة من فقرات الاستبيان، حيث تم توزيع الدرجات على فقرات الاستبيان وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي ضمن خمس درجات كما يلي:

| درجة الموافقة الرتبة | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|-------------------------|----------------|-----------|-------|-------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ولتحديد مستوى الموافقة تم استخدام الأدوات التالية:

- ❖ **المتوسط الحسابي:** بغية الوقوف على متوسط إجابات المستجيبين حول عبارات الاستبيان ومقارنتها.
- ❖ **الانحراف المعياري:** والذي يعبر عن التشتت في إجابات أفراد العينة، بحيث تدل القيمة القريبة من الصفر على تركيز الإجابات حول المتوسط وعدم تشتتها.
- ❖ **المدى لتحديد طول الفئة:** وذلك للوقوف على اتجاهات المستجيبين نحو كل عبارة من عبارات الاستبيان، و هلهم موافقون بدرجة عالية جداً أم بدرجة عالية أو محايدون أو موافقون بدرجة منخفضة أو منخفضة جداً.

طول الفئة = (رتبة أعلى درجة - رتبة أدنى درجة) / عدد المستويات

أي طول الفئة = $(5 - 1) / 5 = 0.8$ و بذلك نحصل على المجالات التالية:

| مجال المتوسط الحسابي | مقياس ليكرت | درجة الموافقة | مجال الوزن النسبي |
|----------------------|----------------|---------------|-------------------|
| من 1 حتى 1.79 درجة | غير موافق بشدة | منخفضة جداً | أقل من 36 % |
| من 1.8 حتى 2.59 درجة | غير موافق | منخفضة | من 36% إلى 52% |
| من 2.6 حتى 3.39 درجة | محايد | متوسطة | من 52.1% إلى 68% |
| من 3.4 حتى 4.19 درجة | موافق | عالية | من 68.1% إلى 84% |
| من 4.2 حتى 5 درجة | موافق بشدة | عالية جداً | من 84.1% إلى 100% |

❖ اختبار ستيودنت **One sample t test**: لمعرفة فيما إذا كانت قيمة

المتوسط الحسابي للعبارات تختلف عن درجة الحياد (3) وتحديد اتجاهها.

❖ اختبار الانحدار البسيط: لمعرفة فيما إذا كان للمتغير المستقل أثر معنوي على

المتغير التابع.

▪ تحليل إجابات أفراد عينة العملاء العرب على الفقرات المتعلقة بمحور مهارات

الاتصال اللفظي:

الجدول رقم (5) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة لفقرات المحور المستقل الأول (مهارات

الاتصال اللفظي)

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | درجة الموافقة |
|-------|---|-----------------|-------------------|--------------|---------------|
| 1 | 1) هل تطبق القواعد الآتية خلال حديث الموظفين معكم التحدث معكم بلباقة وفي الوقت المناسب | 2.36 | 1.174 | 47.2 | منخفضة |
| 2 | التحدث معكم بكلمات واضحة ومباشرة ومختصرة | 2.28 | 1.089 | 45.6 | منخفضة |
| 3 | إتقان الموظفين لفن الحوار والإقناع و طرح العروض المناسبة القادرة على تحفيزكم لاتخاذ قرار الشراء | 2.32 | 1.203 | 46.4 | منخفضة |
| 4 | الهدوء والاتزان في نبرة الصوت وحركات الجسد أثناء الحديث معكم | 2.32 | 1.058 | 46.4 | منخفضة |

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية
(دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

| | | | | | |
|----|--|------|-------|------|--------|
| 5 | تقديم معلومات حقيقية وصادقة عن الخدمة أثناء الحوار معكم | 2.24 | 1.041 | 44.8 | منخفضة |
| 6 | الإجابة السريعة على استفساراتكم | 2.20 | .904 | 44 | منخفضة |
| 7 | استخدام كلمات التقدير للتأثير بكم وكسب وِدَم | 2.48 | 1.182 | 49.6 | منخفضة |
| 13 | (2) هل يطبق الموظفون القواعد الآتية أثناء الإصغاء لكم: الالتزام بأداب الاستماع وعدم مقاطعتكم أثناء الكلام | 2.36 | .802 | 47.2 | منخفضة |
| 14 | الإصغاء بتركيز لحديثكم وتدوين النقاط الرئيسية لمتطلباتهم | 2.16 | .934 | 43.2 | منخفضة |
| 15 | الانتباه (للإشارات - الإيماءات - الحركات) الصادرة عنكم خلال الإصغاء لفهم أعمق لحديثكم | 2.16 | .889 | 43.2 | منخفضة |
| 16 | الاستفسار وطلب التوضيح في حال عدم فهم حديثكم ومتطلباتكم | 2.44 | .993 | 48.8 | منخفضة |
| 23 | (3) في حال الرد على تساؤلاتكم كتابةً هل يراعي الموظفون النقاط الواردة: الرد الكتابي يكون محدد ومختصر على قدر السؤال | 2.16 | .976 | 43.2 | منخفضة |
| 24 | الرد الكتابي باستخدام كلمات وعبارات واضحة ومألوفة | 2.24 | 1.117 | 44.8 | منخفضة |
| 25 | الرد الكتابي على رسائلكم بأكثر سرعة ممكنة | 1.96 | .880 | 39.2 | منخفضة |
| 26 | الرد الكتابي يتضمن معلومات دقيقة وصادقة عن الخدمة السياحية | 2.24 | 1.001 | 44.8 | منخفضة |

| | | | | | |
|----|--|------|-------|------|--------|
| 27 | الرد الكتابي باستخدام لغتك الأم | 3.52 | 1.111 | 70.4 | عالية |
| 28 | الرد الكتابي بأسلوب يراعي قواعد الإتيكيت (إلقاء التحية - الشكر في نهاية الرسالة....) | 2.60 | 1.069 | 52 | متوسطة |
| 34 | (4) عند قراءة رسائلكم هل يراعي الموظفون الالتزام بالنقاط المدرجة: إدراك وفهم وتحديد النقاط الأساسية في رسائلكم | 2.16 | .842 | 43.2 | منخفضة |
| 35 | المقدرة على فهمهم معاني الرموز الموجودة في الرسالة (إشارات تعجب - استفهام - اختصارات- رموز تعبيرية..) | 2.20 | 1.030 | 44 | منخفضة |
| 36 | مقدرتهم على قراءة وفهم اللغات الأجنبية (لغتك الأم) | 3.48 | 1.182 | 69.6 | عالية |
| | الدرجة الكلية | 2.44 | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

لاختبار الفرض الفرعي الأول: لا يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد عينة العملاء العرب حول تمتع العاملين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر بمهارات الاتصال اللفظي وبين الدرجة الحيادية.

قامت الباحثة بالاختبارات التالية:

الجدول رقم (6) نتائج اختبار ستيوننت الخاص بمحور مهارات الاتصال

اللفظي

| مهارات الاتصال اللفظي | H ₀ : y = 3 | | H ₁ : y ≠ 3 | | |
|-----------------------|------------------------|-----------------|------------------------|----|------|
| | mean | Mean Difference | Test Value = 3 | | |
| | | | T | DF | Sig |
| | 2.4439 | -.556 | -5.471 | 49 | .000 |

المصدر: من مخرجات برنامج Spss v.24

من الجدول السابق نجد أن قيمة المتوسط الحسابي الكلي لمحور الاتصال اللفظي بلغت (2.44) تقع ضمن المجال [1.8 - 2.59] المقابلة لشدة الإجابة "غير موافق" و هي تتخفف عن متوسط مقياس ليكرت الخماسي (3) و بفارق معنوي بلغ (-.556)، حيث كانت قيمة مؤشر الاختبار (-5.471) باحتمال معنوية $\text{Sig} < 0.05$ بالتالي نرفض الفرض الفرعي الأول الذي ينص لا يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد عينة العملاء العرب حول تمتع العاملين في الفنادق ومكاتب السياحة و السفر بمهارات الاتصال اللفظي وبين الدرجة الحيادية، و نقبل الفرض البديل الذي ينص: يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد عينة العملاء العرب حول تمتع العاملين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر بمهارات الاتصال اللفظي وبين الدرجة الحيادية، [مما يدل على أن هناك قصور بمهارات الاتصال اللفظي للعاملين في الفنادق و مكاتب السياحة و السفر من وجهة نظر العملاء العرب]

1-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

لاختبار هذه الفرضية قامت الباحثة باختبار مدى صحة النموذج وقدرته التفسيرية من خلال معامل الارتباط و التحديد لنموذج تأثير مهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية من وجهة نظر العملاء العرب، و في مرحلة لاحقة إجراء تحليل الانحدار البسيط لتحديد هل لمهارات الاتصال اللفظي (المتغير المستقل) أثر معنوي ذو دلالة إحصائية على تنشيط الطلب على الخدمات السياحية (المتغير التابع) من وجهة نظر العملاء العرب، و كانت النتائج كما يلي:

الجدول (7) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى (اثر مهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية على تنشيط الطلب على الخدمات السياحية) من وجهة نظر العملاء العرب

| المعنوية الجزئية لنموذج الانحدار (المتحول التابع تنشيط الطلب على الخدمات السياحية) | | | | القدرة التفسيرية | | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | |
|---|------|-------|--------------------------------|------------------|------|------------------------------------|-------|
| Sig | t | B | | R ² | R | Sig | F |
| .000 | 9.18 | 2.188 | Constant (الثابت) | | | | |
| .000 | 5.09 | 0.48 | مهارات الاتصال اللفظي للعاملين | 0.35 | 0.59 | .000 | 25.86 |

المصدر من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

من الجدول السابق نجد:

- أن معامل الارتباط بين مهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية (متغير مستقل) وتنشيط الطلب على الخدمات السياحية (متغير تابع) بلغ $R=0.59$ وبالتالي العلاقة طردية متوسطة. حيث بلغت قيم $F (25.86)$ بمستوى معنوية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) ، مما يعني أن هذا النموذج بمتغيره المستقل صالح للتنبؤ بقيمة المتغير التابع.

- قيمة معامل التحديد $R^2=0.35$ وهذا يعني أن مهارات الاتصال اللفظي للعاملين تفسر وتساهم بـ 35% من التغيرات التي تساهم بتنشيط الطلب على الخدمات السياحية من وجهة نظر العملاء العرب، والنسبة المتبقية 65% ترجع لعوامل أخرى لم تؤخذ في الدراسة.

- قيمة الميل لمعادلة الانحدار بلغت (0.48) أي أن الزيادة بقيمة وحدة واحدة في مهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية سيقابله زيادة في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية بقيمة (0.48) و التي تدل على أثر لمهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية من وجهة نظر العملاء العرب باحتمال دلالة $Sig = 0.000 < 0.05$.

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية
(دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

وبناء عليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال اللفظي للعاملين في المؤسسات السياحية وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية من وجهة نظر العملاء العرب.

▪ تحليل إجابات أفراد عينة العملاء العرب على الفقرات المتعلقة بمحور الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد"

الجدول رقم (8) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة لفقرات المحور المستقل الثاني (الاتصال

غير اللفظي "لغة الجسد")

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | درجة الموافقة |
|-------|--|-----------------|-------------------|--------------|---------------|
| 42 | تحكم الموظفين بحركات الجسد أثناء التواصل معكم (طريقة الوقوف - الجلوس - حركات اليدين) بما يتوافق مع أصول وقواعد الإتيكيت | 2.24 | 1.117 | 44.8 | منخفضة |
| 43 | استخدامهم السليم لتعابير الوجه ونظرات العيون بالشكل الذي يوحي بالود والاحترام والاهتمام) | 2.04 | 1.160 | 40.8 | منخفضة |
| 44 | يوجد لباس موحد uniform للموظفين | 1.76 | 1.080 | 35.2 | منخفضة جداً |
| 45 | التزامهم بالنظافة الشخصية وملامح اللباس اللائقة والمتوافقة مع الحال الوظيفي | 2.20 | 1.278 | 44 | منخفضة |
| 46 | اعتمادهم طبقة صوتية واضحة ومريحة ليست مرتفعة وغير منخفضة | 1.96 | 1.087 | 39.2 | منخفضة |
| 47 | الوقوف على مسافة معتدلة منكم أي احترام مسافتكم الشخصية | 2.24 | 1.255 | 44.8 | منخفضة |
| 48 | التفاصيل الموجودة في المكان (الإضاءة - التهوية - الأثاث - الديكور) توحى بالارتياح | 1.92 | 1.209 | 38.4 | منخفضة |
| 49 | احترامهم المواعيد المحددة معكم | 2.42 | 1.108 | 48.4 | منخفضة |
| | الدرجة الكلية | 2.15 | | | |

لاختبار الفرض الفرعي الثاني: لا يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد عينة العملاء العرب حول تمتع العاملين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر بمهارات

الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" وبين الدرجة الحيادية، قامت الباحثة بالاختبارات التالية:

الجدول رقم (9) نتائج اختبار ستيودنت الخاص بمحور مهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد"

| | $H_0: y = 3$ | | $H_1: y \neq 3$ | | |
|-------------------------|--------------|-----------------|-----------------|----|------|
| ارات الاتصال غير اللفظي | mean | Mean Difference | Test Value = 3 | | |
| | | | T | DF | Sig |
| | 2.15 | -.847 | -6.147 | 49 | 000. |

المصدر: من مخرجات برنامج Spss v.24

من الجدول السابق نجد أن قيمة المتوسط الحسابي الكلي لمحور الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" بلغت (2.15) تقع ضمن المجال [1.8 - 2.59] المقابلة لشدة الإجابة "غير موافق" و هي تتخفف عن متوسط مقياس ليكرت الخماسي (3) و بفارق معنوي بلغ (-.847)، حيث كانت قيمة مؤشر الاختبار (-6.147) باحتمال معنوية $\text{Sig} < 0.05$. وبالتالي نقبل الفرض البديل الذي ينص "يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد عينة العملاء العرب حول تمتع العاملين في الفنادق وشركات السياحة والسفر بمهارات الاتصال غير اللفظي - لغة الجسد- وبين الدرجة الحيادية"، مما يدل على أن العاملين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر غير متقنين لمهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" بشكل مقبول]

1،2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" للعاملين في المؤسسات السياحية وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

لاختبار هذه الفرضية قامت الباحثة باختبار مدى صحة النموذج وقدرته التفسيرية من خلال معامل الارتباط و التحديد لنموذج تأثير مهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية من وجهة

أثر تطوير مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية
(دراسة ميدانية على الفنادق ومكاتب السياحة والسفر في مدينة حمص)

نظر العملاء العرب، و في مرحلة لاحقة إجراء تحليل الانحدار البسيط لتحديد هل لمهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" (المتغير المستقل) أثر معنوي ذو دلالة إحصائية على تنشيط الطلب على الخدمات السياحية (المتغير التابع) من وجهة نظر العملاء العرب، و كانت النتائج كما يلي:

الجدول (10) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية (أثر مهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد"

للعاملين في المؤسسات السياحية اللفظي على تنشيط الطلب على الخدمات السياحية)

| المعنوية الجزئية لنموذج الانحدار (المتحول التابع تنشيط الطلب على الخدمات السياحية) | | | | القدرة التفسيرية | | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | |
|---|------|-------|---------------------------------------|------------------|------|------------------------------------|-------|
| Sig | t | B | | R ² | R | Sig | F |
| .000 | 15.8 | 2.62 | Constant (الثابت) | | | | |
| .000 | 4.8 | 0.338 | مهارات الاتصال غير اللفظي للعاملين | 0.32 | 0.57 | .000 | 23.05 |

المصدر من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

من الجدول السابق نجد:

- أن معامل الارتباط بين مهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" للعاملين في المؤسسات السياحية (متغير مستقل) و تنشيط الطلب على الخدمات السياحية (متغير تابع) بلغ ($R=0.57$) وبالتالي العلاقة طردية متوسطة. حيث بلغت قيم $F (23.05)$ بمستوى معنوية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يعني أن هذا النموذج بمتغيره المستقل صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.
- قيمة معامل التحديد ($R^2=0.32$) وهذا يعني أن مهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" للعاملين تفسر وتساهم بنسبة (32%) من التغيرات التي تساهم بتنشيط الطلب على الخدمات السياحية، والنسبة المتبقية (68%) ترجع لعوامل أخرى لم تؤخذ في الدراسة.

- قيمة الميل لمعادلة الانحدار بلغت (0.338) أي أن الزيادة بقيمة وحدة واحدة في مهارات الاتصال اللفظي غير اللفظي "لغة الجسد" للعاملين في المؤسسات السياحية سيقابله زيادة في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية بقيمة (0.338) و التي تدل على أثر لمهارات الاتصال اللفظي غير اللفظي "لغة الجسد" للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية باحتمال دلالة $\text{Sig} = 0.000 < 0.05$.

وبناء عليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال غير اللفظي "لغة الجسد" للعاملين في المؤسسات السياحية وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

▪ وبحساب متوسط أبعاد مهارات الاتصال الفعال للعاملين في الفنادق وشركات السياحة والسفر من كانت النتائج كما يلي:

| المحور | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|-----------------------------------|-----|------|----------------|-----------------|
| الاتصال اللفظي | 100 | 2.4 | .719 | .102 |
| الاتصال غير اللفظي - لغة الجسد- | 100 | 2.2 | .974 | .138 |
| متوسط أبعاد مهارات الاتصال الفعال | 100 | 2.3 | .676 | .096 |

المصدر: من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

لاختبار الفرض الرئيسي الأول: "لا يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول تمتع العاملين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر بمهارات الاتصال الفعال وبين الدرجة الحيادية"، قامت الباحثة بالاختبارات التالية:

الجدول رقم (11) نتائج اختبار ستيودنت الخاص بمحور مهارات الاتصال الفعال

| | | $H_0: y = 3$ | $H_1: y \neq 3$ | | |
|--------------------------|------|------------------------|-----------------|----|------|
| مهارات الاتصال الفعال | mean | Mean Differe nce | Test Value = 3 | | |
| | 2.33 | -.667 | T | DF | Sig |
| | | | -6.966 | 49 | .000 |

المصدر: من مخرجات برنامج Spss v.24

من الجدول السابق نجد أن قيمة المتوسط الحسابي الكلي لمهارات الاتصال الفعال للعاملين بلغت (2.33) تقع ضمن المجال [1.8 - 2.59] المقابلة لشدة الإجابة "غير موافق" وهي تنخفض عن متوسط مقياس ليكرت الخماسي (3) و بفارق معنوي بلغ (-.667)، حيث كانت قيمة مؤشر الاختبار (-6.966) باحتمال معنوية $Sig < 0.05$. و بالتالي نرفض الفرض الرئيسي الأول الذي ينص لا يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد عينة العملاء العرب حول تمتع العاملين في الفنادق و شركات السياحة و السفر بمهارات التوصل والاتصال وبين الدرجة الحيادية، ونقبل الفرض البديل الذي ينص بوجود فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول تمتع العاملين في الفنادق وشركات السياحة و السفر بمهارات الاتصال الفعال وبين الدرجة الحيادية، مما يدل على عدم إتقان العاملين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر لمهارات الاتصال الفعال.

▪ تحليل إجابات أفراد عينة العملاء العرب على الفقرات المتعلقة بمحور تنشيط الخدمات السياحية:

الجدول رقم (12) نتائج تحليل إجابات أفراد عينة العملاء العرب لفقرات المحور التابع (تنشيط الخدمات السياحية)

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | درجة الموافقة |
|-------|--|-----------------|-------------------|--------------|---------------|
| 1 | يتقن الموظفون مهارات الاتصال السياحي خلال معاملاتهم معكم | 2.44 | 1.001 | 44.8 | منخفضة |
| 2 | تساهم خبرة الموظفون بمهارات الاتصال في الارتقاء بجودة تقديم الخدمة | 2.50 | .931 | 48 | منخفضة |
| 3 | التزام الموظفون بمعايير الاتصال الفعال يعزز رضاكم وكسبكم كعملاء دائمين | 2,54 | .921 | 51,2 | منخفضة |
| 4 | إجادة الموظفون لمهارات الاتصال يُفعل الكلمة المنطوقة الإيجابية عن الخدمة (آراءكم الحالية عن الخدمة) في استقطاب عملاء جدد | 2,52 | .999 | 51.4 | منخفضة |
| 5 | تساهم إجادة الموظفون لمهارات الاتصال في خلق انطباع إيجابي عن الخدمة لديكم | 2,50 | .996 | 49.4 | منخفضة |
| 6 | يساهم إتقان الموظفون لمهارات الاتصال في تحفيزكم على تكرار التجربة السياحية | 2,56 | 1.053 | 51.2 | منخفضة |
| 7 | يساهم إتقان الموظفون لمهارات الاتصال في تحفيزكم على التعامل المستمر مع المؤسسة السياحية | 2,53 | .876 | 48.2 | منخفضة |
| | الدرجة الكلية | 2,52 | | | منخفضة |

المصدر من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

لاختبار الفرض الرئيسي: لا يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة حول تنشيط الخدمات السياحية وبين الدرجة الحيادية، قامت الباحثة بالاختبارات التالية:

| | |
|--------------|-----------------|
| $H_0: y = 3$ | $H_1: y \neq 3$ |
|--------------|-----------------|

الجدول رقم (13) نتائج اختبار ستيودنت الخاص بمحور تنشيط الخدمات السياحية

| | Mean | Mean Difference | Test Value = 3 | | |
|------------------------|------|--------------------|----------------|----|------|
| | | | T | DF | Sig |
| تنشيط الخدمات السياحية | 2,52 | - .510 | -5,896 | 49 | .000 |

المصدر من مخرجات برنامج Spss v.24

من الجدول السابق نجد:

أن قيمة المتوسط الحسابي لمحور تنشيط الخدمات السياحية لعينة العملاء الأجانب بلغت (2.52) تقع ضمن المجال [1.8 - 2.59] المقابلة لشدة الإجابة "غير موافق" وهي تنخفض عن متوسط مقياس ليكرت الخماسي (3) و بفارق معنوي موجب بلغ (-.510)، حيث كانت قيمة مؤشر الاختبار (-5,896) باحتمال معنوية $Sig < 0.05$. وبالتالي نقبل الفرض البديل "يوجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد عينة العملاء العرب حول تنشيط الخدمات السياحية وبين الدرجة الحيادية" [مما يدل على أن تنشيط الخدمات السياحية تتوفر بدرجة منخفضة من وجهة نظر العملاء العرب]

1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

لاختبار هذه الفرضية قامت الباحثة باختبار مدى صحة النموذج وقدرته التفسيرية من خلال معامل الارتباط و التحديد لنموذج تأثير الدرجة الكلية لمهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية من وجهة نظر العملاء العرب، وفي مرحلة لاحقة إجراء تحليل الانحدار البسيط لتحديد هل للدرجة الكلية لمهارات الاتصال الفعال (المتغير المستقل) أثر معنوي ذو دلالة إحصائية على تنشيط الطلب على الخدمات السياحية (المتغير التابع) من وجهة نظر العملاء العرب، و كانت النتائج كما يلي:

الجدول (14) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة (اثر الدرجة الكلية لمهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية على تنشيط الطلب على الخدمات السياحية)

| المعنوية الجزئية لنموذج الانحدار (المتحول التابع تنشيط الطلب على الخدمات السياحية) | | | | القدرة التفسيرية | | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | |
|---|------|-------|--------------------------------------|------------------|------|------------------------------------|-------|
| Sig | t | B | Constant (الثابت) | R ² | R | Sig | F |
| .000 | 9 | 2.09 | | | | | |
| .000 | 5.63 | 0.539 | الدرجة الكلية لمهارات الاتصال الفعال | 0,298 | 0.63 | .000 | 31.73 |

صدر من إعداد الباحثة من مخرجات برنامج Spss.v.24

من الجدول السابق نجد:

. أن معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لمهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية (متغير مستقل) و تنشيط الطلب على الخدمات السياحية (متغير تابع) من وجهة نظر العملاء العرب بلغ $R=0.63$ وبالتالي العلاقة طردية متوسطة. حيث بلغت قيم **F (31.73)** بمستوى معنوية (**0.000**) وهي أقل من مستوى الدلالة (**0.05**)، مما يعني أن هذا النموذج بمتغيره المستقل صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

. قيمة معامل التحديد ($R^2=0.298$) وهذا يعني الدرجة الكلية لمهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية تفسر وتساهم بنسبة **29.8%** من التغيرات التي تساهم بتنشيط الطلب على الخدمات السياحية، والنسبة المتبقية **70.2%** ترجع لعوامل أخرى لم تؤخذ في الدراسة.

. قيمة الميل لمعادلة الانحدار بلغت (0.539) أي أن الزيادة بقيمة وحدة واحدة في الدرجة الكلية لمهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية سيقابله زيادة في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية بقيمة (0.539) والتي تدل على أثر للدرجة الكلية لمهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية في تنشيط الطلب على الخدمات السياحية باحتمال دلالة $\text{Sig} = 0.000 < 0.05$.

وبناء عليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال الفعال للعاملين في المؤسسات السياحية و بين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

■ النتائج:

1: من خلال الدراسة الميدانية، تم التوصل إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مهارات الاتصال الفعال للعاملين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر وبين تنشيط الطلب على الخدمات السياحية.

2: يساهم مستوى إتقان العاملين لمهارات الاتصال الفعال بنسبة لا تتجاوز 29,8% في تحفيز الطلب على الخدمات السياحية، ويعود هذا القصور إلى ما يلي:

1.2: تساهم مهارات الاتصال اللفظي للعاملين بنسبة لا تتعدى 35% في اتخاذ العملاء لقرار شراء الخدمة السياحية.

2.2: تؤثر مهارات الاتصال غير اللفظي للعاملين بنسبة لا تتخطى 32% في تحفيز الطلب السياحي.

■ التوصيات:

1. تطوير التعليم السياحي، بربط المواد النظرية الخاصة بتنمية مهارات الاتصال الفعال للطلبة في المؤسسات التعليمية السياحية بجلسات عملية تطبيقية، لتقديم خريجين لسوق العمل السياحي المحلي والدولي قادرين على التواصل الناجح مع كافة شرائح العملاء.
2. تنظيم ندوات تعليمية عن طريق الاستعانة بذوي الاختصاص الخارجي من أصحاب الخبرات في العمل السياحي، ممن يمتلكون القدرة والكفاءة في استخدام مهارات الاتصال الفعال.
3. تحسين مستوى التدريب والتأهيل السياحي، من خلال وضع برامج تدريبية حديثة ومواكبة للتطور في علوم مهارات الاتصال الفعال، بشكل دوري مستمر وتطبيقه على الموارد البشرية ذات الاتصال المباشر بالعملاء من أجل تحسين جودة الخدمة السياحية.
4. العمل على استقطاب موارد بشرية مؤهلة وذات كفاءة عالية، من خلال جعل إتقان مهارات التواصل الفعال معيار أساسي في القبول الوظيفي والاستمرار في العمل.
5. وضع نظام رقابة صارم لانضباط العاملين وتقيدهم بقواعد التواصل الفعال خلال معاملاتهم مع العملاء، مما يؤدي إلى التزامهم وتحسين مستوى أدائهم في تقديم الخدمات السياحية، مما ينشط الطلب عليها.

. المراجع والمصادر .

المراجع العربية:

- أباطة، وليد عباس . استراتيجية المحيط الأزرق في تسويق المنتج السياحي الثقافي لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة . أطروحة دكتوراه في الدراسات السياحية . كلية السياحة والفنادق (جامعة قناة السويس) . مصر . 2019م
- أبو جاموس ، عبدالكريم . يوسف ، عفاف . أثر برنامج تعليمي في الكتابة لتحسين مهارات التأليف لدى طالبات الصف الثامن الأساسي في منطقة إربد الأولى . جامعة النجاح الوطنية . نابلس (فلسطين) . مجلة النجاح للعلوم الإنسانية . المجلد (28) العدد (5) 2014م
- الأسود ، عبد الغفور . البصيص ، حاتم . درجة تمكّن طلبة الصف في جامعة البعث من مهارات التواصل اللفظي وغير اللفظي اللازمة لتدريس الكتب المطورة جامعة اليرموك . إربد (الأردن) . المجلة الأردنية في العلوم التربوية . المجلد (16) العدد (4) 2020م
- البرلسي، سماح محمد ناجي . تصميم برنامج إثرائي قائم على المعامل الافتراضية لتنمية مهارات تكوين الدوائر الالكترونية لطلاب المدرسة الثانوية الصناعية . جامعة عين شمس . القاهرة (مصر) . مجلة دراسات في التعليم الجامعي . المقالة (7) المجلد (43) العدد (2) (20) 21 نيسان) 2019م
- بن رواق ، صفية . العايب ، نور الهدى . مهارة الحديث وأثرها في الاكتساب اللغوي . رسالة ماجستير في اللغة والأدب العربي . كلية الآداب واللغات (جامعة العربي بن مهيدي . أم البواقي) . الجزائر . 2018م
- بن عامر ، إيمان . دور العلاقات العامة في تنشيط السياحة الداخلية . رسالة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة . كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية (جامعة د. مولاي الطاهر) . الجزائر . 2017م

- بوعبدالله ، صالح . نماذج و طرق قياس جودة الخدمة (دراسة تطبيقية على خدمات مؤسسة بريد الجزائر) . أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية . كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير (جامعة فرحات عباس سطيف) . الجزائر . 2014م
- بوقفة ، عبد الباسط . استراتيجيات الإنصات الفعال في الأسرة وعلاقتها بسلوك اتخاذ القرار لدى الأبناء . رسالة ماجستير في العلوم الاجتماعية / تخصص: علم النفس العيادي . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة قاصدي مرباح . ورقلة) . الجزائر . 2013م
- بومالي ، أمينة . أزمة الاتصال الشخصي في ظل التكنولوجيا الحديثة في الجزائر . رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال / تخصص: اتصال الأزمات . كلية العلوم السياسية و الإعلام (جامعة الجزائر.3) . الجزائر . 2010م
- التميميم ، رافد صباح . يعقوب ، بلال إبراهيم . المهارات اللغوية ودورها في التواصل اللغوي . كلية الآداب (الجامعة العراقية) . العراق . مجلة مداد الآداب . العدد (11) 2015م
- الحجار ، وفاء خليل . المهارات الاجتماعية وعلاقتها بالضغط النفسية لدى المرأة القيادية بمحافظات غزة . رسالة ماجستير في الصحة النفسية والمجتمعية . كلية التربية (الجامعة الإسلامية . غزة) . فلسطين . 2015م
- حسن ، بسام سمير . أهمية الاستثمار البشري في شركات السياحة في ضوء اقتصاد المعرفة . رسالة ماجستير في الدراسات السياحية . كلية السياحة و الفنادق . الجامعة المنوفية (مصر) . 2012م
- حسن ، صليحة . محددات حالي الطلب و العرض السياحي (دراسة حالة الجزائر في الفترة الممتدة من 1990 . 2014) . رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية . كلية الاقتصاد و التجارة و علوم التسيير (جامعة مستغانم) . 2014 م
- حمد ، سعد إبراهيم و آخرون . جودة الخدمات السياحية بين الواقع و الطموح . المعهد التقني نينوى / تقنيات السياحة و إدارة الفنادق (الجامعة التقنية الشمالية) . الموصل (العراق) . 2019م

- الحياي ، سندية مروان . دور استخدام الاتصالات غير اللفظية (لغة الجسد) في تحديد الأنماط السلوكية للقيادات الإدارية . جامعة الموصل . العراق . مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية . المجلد (11) العدد (1) 2011م
- خيضر، إيمان . غنية ، ريشان . دور المزيج الترويجي في تنافسية الوكالات السياحية - رسالة ماجستير في العلوم التجارية / تخصص: تسويق فندقي و سياحي . كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير(جامعة محمد الصديق بن يحيى) . جيجل (الجزائر) . 2020 م
- الدباغ ، إسماعيل محمد علي و آخرون . العلاقة بين العرض و الطلب السياحي في محافظة النجف و إمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها . كلية الإدارة و الاقتصاد / قسم السياحة و إدارة الفنادق . بحث مقدم إلى مؤتمر السياحة الأول في محافظة النجف . مجلة الإدارة و الاقتصاد . (5 ، 6 نيسان) 2008م .
- ديلمي ، سالم - دور مهارات الاتصال غير اللفظي لدى أستاذ التربية البدنية والرياضية في تحقيق انضباط صفي فعال لتلاميذ الطور الثانوي من وجهة نظر التلاميذ - رسالة ماجستير في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية / تخصص: تعلم حركي - معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية (جامعة محمد بو ضياف - المسيلة) - الجزائر - 2016م
- رازيمونا ، تيا . استراتيجية تعليم مهارة الكلام في ضوء المدخل الاتصالي بمعهد اللغة والدراسات الإسلامية باميكاسان مادورا . رسالة ماجستير في اللغة العربية . كلية الدراسات العليا / قسم: تعليم اللغة العربية (جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية . مالانج) . إندونيسيا . 2019م
- الرشيد ، عبد . تعليم مهارة الكتابة مركز ترقية اللغة . الجامعة الإسلامية الحكومية . جمبر (إندونيسيا) . مجلة العربي . المجلد(2) العدد(2) 2018م
- زروال ، ربيع . العملية الاتصالية داخل المؤسسة الجزائرية . رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة المسيلة) . الجزائر . 2014م
- زيد ، مراد - الاتصال غير اللفظي للأستاذ الجامعي وعلاقته بدافعية التعلم لدى الطالب الجامعي - رسالة ماجستير في علوم التربية / تخصص: إرشاد وتوجيه - كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي) - الجزائر - 2018م

- سعد الدين ، هدى بسام . المهارات الحياتية المتضمنة في مقرر التكنولوجيا للصف العاشر ومدى اكتساب الطلبة لها . رسالة ماجستير في التربية / تخصص: مناهج وطرق تدريب . كلية التربية (الجامعة الإسلامية . غزة) . فلسطين . 2007م
- سلطان ، نادية . ديدي ، فاطمة زهرة . واقع الاتصال الداخلي في المؤسسات السياحية . رسالة ماجستير في الاتصال السياحي . جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر) . 2016 م .
- شحرور ، ليلي . فن التواصل و الإقناع . الدار العربية للعلوم ناشرون . بيروت (لبنان) ط1 . 2009م
- شمطو ، سمير خليل . الإدارة الفندقية بين النظرية و التطبيق . إصدار مركز كربلاء للدراسات و البحوث . كربلاء (العراق) . ط1 . 2016 م .
- عبد الجواد، منتهى يحيى . أثر استخدام الألعاب التعليمية في تنمية مهارة القراءة الجهرية لدى طلبة الصف الثاني الأساسي في لواء القويسمة . رسالة ماجستير في التربية / تخصص: المناهج وطرق التدريس (جامعة الشرق الأوسط) . عمان (الأردن) . 2020م .
- عبدالله ، رهنج طاهر . مجيد ، بزار نصر الدين . أحمد ، يونس علي . دور النقل الجوي في تنمية النشاط السياحي في محافظة السليمانية للمدة (2005 . 2018 م) دراسة تحليلية . المجلة العلمية لجامعة جيهان . السليمانية (العراق) . المجلد(3) العدد(1) . حزيران 2019 م
- عبدالله ، كريمة ربيع - فعالية استخدام طرق التواصل المعزز و البديل (ACC) في تنمية بعض مهارات التواصل اللغوي لدى الأطفال ضعاف السمع - كلية التربية (جامعة الإسكندرية) - مجلة الطفولة و التربية - العدد(40) الجزء (5) السنة (11) أكتوبر (تشرين الأول) 2019م
- عريس ، ياسمينة . بومليط ، اصيلة . دور الترويج السياحي للجمعية في تفعيل النشاط السياحي (دراسة حالة جمعية السفير للسياحة) . رسالة ماجستير في العلوم التجارية / تخصص: تسويق سياحي و فندقي . كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير (جامعة محمد الصديق بن يحيى) . جيجل (الجزائر) . 2020م

- عزوز ، أحمد . الاتصال ومهاراته مدخل إلى تقنيات فن التبليغ و الحوار والكتابة .
جامعة وهران 1 (أحمد بن بلة) . منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال . الجزائر .
ط1 . 2016م
- علال ، عبد القادر . أهمية الاتصال في تطوير السياحة الدينية . جامعة عمار ثليجي
الاغواط . مجلة العلوم الإنسانية و الحضارة . الجزائر . العدد(2) حزيران 2019م
- علواني ، زينة . مهارات الكتابة (الخط والإملاء في الطور الابتدائي) . رسالة ماجستير
في اللغة والأدب العربي / تخصص: علوم اللغة العربية . كلية الآداب واللغات والعلوم
الاجتماعية والإنسانية (جامعة العربي بن مهيدي . أم البواقي) . الجزائر . 2012م
- قواسمية ، مولود . دور التدريب السياحي في تحسين أداء المؤسسات السياحية .
رسالة ماجستير في التسويق الفندقي و السياحي . كلية العلوم الاقتصادية و التجارية .
جامعة قالمة (الجزائر) . 2020م
- كسيرة ، مريم . قرواز، نبيلة . الاتصال الداخلي وأثره في تحسين أداء العاملين في
المؤسسة . رسالة ماجستير في علوم التسيير/ تخصص: إدارة أعمال . كلية العلوم
الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير(جامعة أكلي محند أولحاج . البويرة) . الجزائر .
2019م
- لواعر، سعاد . زحاف ، كنزة . واقع الاتصال في المؤسسات التربوية الجزائرية . رسالة
ماجستير في علوم الإعلام والاتصال / تخصص: علاقات عامة . كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية (جامعة العربي بن مهيدي . أم البواقي) . الجزائر . 2016م
- مخلوف ، أحمد . الاتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية و دورها في تطوير
منظمات الأعمال . بحث في جامعة الجزائر . 2009م
- مراتي ، عمار . واقع جودة الخدمات السياحية في المؤسسة الجزائرية . أطروحة
دكتوراه في العلوم التجارية/ تخصص: إدارة تسويق . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير (جامعة جيلالي اليابس . سيدي بلعباس) . الجزائر . 2019م

- مغريش ، أميرة . الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي . رسالة ماجستير في علم الاجتماع . / تخصص: تنظيم وعمل . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة محمد الصديق بن يحي . جيجل) . الجزائر . 2015م
- ندى، يحيى محمد - دويكات، فخري مصطفى - درجة توافر مهارات التواصل بلغة الجسد لدى معلمي المدارس الحكومية الأساسية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظرهم - جامعة فلسطين التقنية خضوري - طولكرم (فلسطين) - مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث - المجلد (4) العدد (2) 2016م
- نور الإسلام ، عاشور . دور الاتصال التسويقي في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر . رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال / تخصص اتصال و علاقات عامة . كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية (جامعة العربي بن مهدي . أم البواقي) . الجزائر . 2017م
- يغمور ، سلاف شهاب الدين - أثر التواصل غير اللفظي في الإبانة والتواصل نماذج تطبيقية ومقولات كلية - رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها - كلية الآداب (جامعة بيرزيت) - فلسطين - 2019م

▪ المراجع الأجنبية:

- Abd el Hamid , F .(2017) . **The Role Of Faculties Of Tourism and Hotel Management in Developing the Etiquette and Communication Skills for Students within the Educational Community** . International Journal of Heritage, Tourism Hospitality. VOL. (11) , NO .(3/2)
- Geetha Sony.N , Et al . (2020), **Communication Skills & Ethics In Tourism MBA (Tourism & Travel Management)** , M.B.A (TTM) 1st Year, Paper – VI , Acharya Nagarjuna University
- Hanneke K. M. Meeren , Et al . (2005). **Rapid Perceptual integration of Facial Expression and Emotional Body language** , Proceeding of The National Academy of Science , November 8 , VOL(102) , NO(45)
- Hosseyni , S . (2012) , **The Role of Nonverbal Communication Skills in Guiding Tourist** , Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies , VOL .(1), NO.(8) , September
- Mandal , F. (2014) . **Nonverbal communication in Human**, Journal of Human Behavior in the social Environment. Vol (24) , No (4)
- Syam , H . Keswani , F. (2019) . **The Association Among Employees Communication Skills, Image Formation and Tourist Behavior** . Jordan, International Journal Of Culture Tourism And Hospitality Research , 28 July