

تنمية الاتصال لدى المورد البشري في القطاع السياحي: المرشد السياحي نموذجا

The Development of Communication Skills in Human Resources in The Tourism Sector -A case Study of The tour Guide

مهديّة جلاوي⁽¹⁾ * طارق سعادي⁽²⁾

⁽¹⁾ المركز الجامعي تيبازة، إدارة المنظمات، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير، مخبر المقاوالاتية والتنمية السياحية، الجزائر، djellaoui.mahdia@cu-
tipaza.dz

⁽²⁾ المركز الجامعي تيبازة، مخبر الجغرافيا الاقتصادية والتبادل الدولي، الجزائر،
tarek.inc@hotmail.com

تاريخ الاستلام: 2024/09/14؛ تاريخ القبول: 2024/11/15؛ تاريخ النشر: 2024/12/22

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور تنمية الاتصال لدى المورد البشري في القطاع السياحي، باستخدام المنهج الوصفي تم التطرق إلى التدريب كأحد استراتيجيات تنمية المورد البشري وتحديد أهمية التدريب في الاتصال في القطاع السياحي، ودراسة حالة المرشدين السياحيين، وتم التوصل إلى أن التدريب يساهم في تنمية الاتصال لدى المورد البشري ويعزز مهارات الاتصال الفعال.

الكلمات المفتاحية: الاتصال؛ التدريب؛ القطاع السياحي.

Abstract :

This study aims to examine the role of developing

communication among the human resource in the tourism sector, using the descriptive approach. Training was addressed as one of the strategies for developing the human resource, determining the importance of training in communication in the tourism sector, and studying the case of tourist guides. It was concluded that training contributes to developing communication among Human resource and enhances effective communication skills.

Keywords : communication; training; sector Tourist .

المقدمة:

تعدّ السياحة أحد أهم الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية بالغة في الدول التي تمتلك مقومات الجذب السياحي، فهي مصدر للعملة الصعبة، ووسيلة لتشغيل اليد العاملة وتحقيق الرفاهية الاجتماعية ورفع الدخل القومي، كما تعتبر أداة تسويق حضارية وجسر للتواصل الثقافي من خلال تبادل الثقافات والتعرف على عادات وتقاليد المجتمعات والشعوب ومعرفة التاريخ العريق وهوية الأمم، ولا بد من الإشارة إلى أن نجاح خدمة السياحة والضيافة يعتمد على كفاءة المورد البشري القائم على تقديم هذه الخدمة بما يتفق مع المعايير العالمية لخدمة السياحة والضيافة .

في عالم السياحة والفندقة يعتبر المورد البشري من أهم العناصر الأساسية التي تسهم في تقديم تجربة مرضية أو ممتازة للسائحين، وفي جميع مراحل هذه الخدمة يكون السائح على اتصال وتفاعل مع مقدميها، لذا لا بد من كفاءة المورد البشري في مهارات الاتصال الفعال، وعلى الجهات الرسمية للسياحة ومؤسسات القطاع تجديد وإثراء العمال في مجال الاتصال، فهو الجسر الذي يربط بين الأفراد في المؤسسة ومع بيئتها الخارجية، وأساس النجاح لخدمة ممتازة وفهم أفضل لاحتياجات الزبائن ورغباتهم وتعزيز تفاعل اجتماعي مع مختلف أجناس السياح وثقافتهم وأعمارهم، ومن هذا المنطلق يمكن طرح السؤال الرئيس: -كيف يمكن تنمية الاتصال لدى المورد البشري في القطاع السياحي؟

ومن هذا السؤال الرئيس تندرج عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- فيم تتمثل أهمية الاتصال في القطاع السياحي؟

- فيما تكمن أهمية التدريب في الاتصال في القطاع السياحي ؟
- ما أهمية تنمية الاتصال لدى المرشدين السياحيين ؟

أهداف الدراسة :

- التعرف على أهمية الاتصال في القطاع السياحي وتحديد وسائله.
- تشخيص التدريب في القطاع السياحي ومدى أهميته في تنمية الاتصال لدى المورد البشري في القطاع السياحي.
- تحديد أهمية تنمية الاتصال لدى المرشدين السياحيين.

أهمية الدراسة :

تنبع أهمية الدراسة من كونها تعالج أحد المواضيع الهامة في القطاع السياحي وهو تنمية الاتصال لدى المورد البشري في القطاع، وتم تناول التدريب كاستراتيجية لتنمية المورد البشري في هذا المجال، ويعتبر البحث مساهمة متواضعة لإثراء المكتبة العلمية في المجال ونشر الوعي بأهميته .

منهج الدراسة : يهدف الدراسة لمختلف عناصر البحث والإجابة على التساؤل الرئيس المتعلق بتنمية الاتصال لدى المورد البشري في القطاع السياحي، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج الملائم للدراسة في الموضوع، من خلال تحديد المفاهيم الأساسية للاتصال والتدريب في القطاع السياحي ثم تحديد أهمية التدريب في الاتصال في هذا القطاع وإسقاط موضوع الدراسة على المرشدين السياحيين.

المحور الأول: الاتصال في القطاع السياحي (الاتصال السياحي)

1- مفهوم الاتصال في القطاع السياحي (الاتصال السياحي):

أ-تعريف الاتصال: عملية إنتاج ونقل وتبادل وتفهم للمعلومات والأفكار والآراء والمشاعر من شخص إلى آخر أو من مجموعة إلى مجموعة أخرى بقصد التأثير فيه أو فيها أو إحداث الاستجابة المطلوبة⁽¹⁾ ، وعملية الاتصال (Communication process): عملية

(1) خالد ساجت عطية، التدريب وأثره في تحسين اتصالات المنظمة -دراسة تحليلية لآراء عينة من الموظفين في مديرية شباب ورياضة كربلاء المقدسة، بحث درجة الدبلوم العالي في إدارة المشاريع، قسم إدارة الأعمال، كلية

الاتصال طريق ذو اتجاهين (Two way process) أي أن كل فرد في عملية الاتصال هو مرسل ومستقبل للمعلومات التي تتضمنها هذه العملية. وعملية الاتصال تتكون من مجموعة من العناصر هي ⁽¹⁾:

- المرسل : هو الشخص الذي يقوم بإرسال الرسالة إلى شخص آخر لهدف معين (تكون على شكل كلمات، صور، أرقام، إيماءات).

- وسيلة الاتصال: هي الطريقة التي تسلكها الرسالة حتى تصل إلى الطرف الآخر وقد تكون الوسيلة: اجتماع، مذكرة داخلية، تقارير، مكالمة تلفونية، تلفزيون.

- مستقبل الرسالة: وهو متلقي رسالة المرسل والتي يدركها من خلال حواسه ويقوم المستقبل في هذه المرحلة بفك رموز الرسالة، ومن ثم الاستجابة التي تتمثل في فهم أو عدم فهم الرسالة وأخيراً قبول أو رفض الرسالة.

- الضوضاء أو التشويش ⁽²⁾: أي شيء يمكن أن يعوق الاتصال سواء حصلت على المرسل أو على عملية الإرسال أو على المستقبل ومن أمثلة الضوضاء: الأصوات، المسافة البعيدة، سوء الفهم، اختلاف الثقافات.

- التغذية العكسية: ويقصد بها جميع أنواع ردود الأفعال التي يقوم بها المستقبل، والتي تمكن المرسل من التصرف على أساسها.

ب-الاتصال السياحي: يعرف الاتصال السياحي بأنه 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 جهة، والمساهمة في تدفق السائحين، وزيادة نسب الانشغالات الفندقية وتحقيق الانتعاش السياحي من ناحية أخرى. كما يعرف بأنه استخدام وسائل الاتصال والإعلام في صناعة السياحة، من أجل التعريف والترويج

الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، 2021، ص 24.

(1) سمراء عبد الجبار إبراهيم النعيمي، محاضرات إدارة المنظمات الفندقية، قسم إدارة الفنادق، كلية السياحة وإدارة الفنادق، جامعة المستنصرية، 2014/2015، ص 27.

(2) نفس المرجع السابق، ص 28.

للمنتجات السياحية، وضمان بيعها من خلال تقنيات البيع والتجارة⁽¹⁾.

2- وسائل الاتصال السياحي :

-الاتصال الشخصي : يكون بين شخصين أو أكثر، مثل المرشد مع السياح أو موظف الاستقبال في الفندق مع نزيل، وتعتبر وسائل الاتصال الشخصية من الطرق الاتصالية التي يتولى خلالها أحد أفراد العاملين في المنشأة السياحية تقديم المنتج أو النشاط السياحي إلى فرد أو أفراد بهدف إقناعهم بمزايا المنتج أو بهدف إمدادهم بمعلومات عنه وترغيبهم في الاقبال عليه عبر المحادثة المباشرة والحوار . ويدخل في ذلك الأفراد العاملين في تسويق المنتجات والخدمات السياحية والمرشدين السياحيين من خلال ما يقوم به مسوقي المنتج السياحي ورجال البيع الشخصي من الاتصال بالسياح لعرض البرنامج والرحلة السياحية أو إدارة حوار مع السائح والرد على استفساراته وكذا التعرف على رغباته، ويشمل الاتصال الشخصي الاتصال الذي يقوم به المرشد السياحي حين يشرح الآثار التاريخية والمعالم السياحية للسائحين والرد على استفساراتهم⁽²⁾.

- الإعلام السياحي : وهو مجموع الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية لتكوين قاعدة معرفية سياحية لدى الجمهور للتأثير في اتجاهاته وأفكاره، ومن ثم التأثير في سلوكياته نحو السياحة لاجتذاب أكبر عدد من السياح من داخل البلد وخارجها، ويمثل أنشطة الاتصال المخططة من طرف الإعلام بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار والمعلومات الصحيحة عن القضايا والموضوعات المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير⁽³⁾.

- الدعاية السياحية : وهي عرض الحقائق بأسلوب مؤثر بهدف التقرب من الجمهور

(1) نور بديع جبلاوي، 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)، مجلة جامعة البعث، المجلد 45، العدد 10، 2023، ص 70

(2) طهاري حياة، طهاري حليلة، دور الاتصال السياحي في تنشيط الخدمة السياحية (دراسة ميدانية لفندق موريس تاغا بمستغانم) مذكرة ماستر في علوم الإعلام، تخصص اتصال سياحي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2016/2015، ص 44 .

(3) طهراوي حياة، مرجع سبق ذكره، ص 45

وتحويل انتباهه وكسب مشاعره الودية، والجهود التي تبذل بهدف التأثير على الجماهير وتوجيه سلوكهم نحو وجهة معينة خلال فترة زمنية محددة ويتحقق هذا من خلال أجهزة النشر ووسائل الإعلام المختلفة⁽¹⁾.

- الاعلان السياحي : تعريف السياح المرتقبين والحاليين بالمنتجات والخدمات والمقومات السياحية والتأثير في سلوكهم بما يتواءم مع المتطلبات التسويقية للمشروع أو المنتج السياحي، وهو في التسويق احد اهم عناصر الترويج الأساسية⁽²⁾.

3-أهمية الاتصال في القطاع السياحي :

اهمية الاتصال في المؤسسة السياحية تعادل أهمية الجهاز العصبي في جسم الإنسان، فهو عملية أساسية تتطلبها العملية التسييرية في جميع مراحلها ووظائفها إذ يعمل على توفير المعلومات الضرورية، ويقلل من مقاومة التغيير والقرارات الإدارية من طرف الأفراد، وذلك من خلال تدفق المعلومات في الاتجاهين العمودي والأفقي، وهو بذلك الوسيلة الوحيدة القادرة على تعديل اتجاهات أفكار الكفاءات وتغييرها، كما يضمن التفاعل الإيجابي والمتكامل بين مختلف المستويات والمراكز من اجل تحقيق اهداف المؤسسة السياحية. و بالتالي فالاتصال عملية تهدف إلى تجميع وتوفير وإنتاج البيانات والمعلومات اللازمة لاستمرار حياة المؤسسة السياحية وقيامها بوظائفها المختلفة. فهو يساعد في تدفق المعلومات والتعليمات والتوجيهات والأوامر والقرارات من جهة الإدارة إلى المرؤوسين، وتلقي المعلومات والبيانات الضرورية في صورة تقارير وأبحاث، مذكرات واقتراحات، شكاوى واستفسارات، من اجل اتخاذ قرار معين وتنفيذه، فهو يعد أداة رقابية في كشف الأخطاء والانحرافات واتخاذ الإجراءات التصحيحية⁽³⁾.

ويعد الاتصال بالغ الأهمية في صناعة السياحة والضيافة فهو يسهل التفاعلات بين العملاء والموظفين وأصحاب المصلحة ومهارات الاتصال الجيدة ضرورية لتقديم خدمة

(1) نفس المرجع السابق، ص 46.

(2) نفس المرجع السابق، ص 47.

(3) مزنياني حنان، شليل عبد اللطيف، وظيفة الاتصال ودورها في تطوير كفاءات المؤسسات السياحية -دراسة حالة بعض المؤسسات السياحية بالغرب الجزائري، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 5، العدد 4(11)، 2016، ص 82.

عملاء ممتازة، وإدارة الصراعات وخلق بيئة عمل إيجابية، وفهم أفضل لاحتياجات العملاء لضمان تقديم خدمات مخصصة وعالية الجودة، كما يعد الاتصال أحد الأدوات الهامة في التسويق السياحي فهو يساعد على نشر الوعي بالوجهات السياحية وزيادة الإقبال عليها، ويساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية لقطاع السياحة، ويمكن تلخيص أدواره وأهميته في النقاط التالية ⁽¹⁾:

- تحسين الصورة الإعلامية: يساعد الاتصال على نشر صورة إيجابية عن الوجهات السياحية، من خلال استخدام وسائل الإعلام والاتصال المختلفة مثل: الصحف، المجلات، التلفزيون، وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية.
- الترويج للوجهات السياحية: من خلال قنوات الاتصال المختلفة يمكن لصناعة السياحة الوصول الى جمهور أكبر وخلق الوعي حول الوجهة ومعلمها السياحية وعروضها.
- جذب الزوار (العملاء): يساعد الاتصال على جذب المزيد من الزوار الى الوجهات السياحية المختلفة وذلك من خلال الصورة الإعلامية ونشر المعلومات السياحية والترويج للجولات السياحية والفعاليات المختلفة.
- بناء العلاقات: بين المجتمع المحلي والسياح ويشجع الزوار على العودة كما يساعد في بناء الثقة والمصداقية بين الزوار.
- تعزيز العلاقات العامة: يساهم في تعزيز العلاقات العامة مع الجمهور من خلال توفير المعلومات المفصلة عن الخدمات المقدمة والأنشطة المختلفة والتفاعل مع الزوار.
- تحسين خدمة الضيافة: يساعد على تحسين خدمات الضيافة من خلال جمع الملاحظات والاقتراحات والشكاوي وتقديمها الى الجهات المسؤولة لاتخاذ الإجراءات اللازمة.
- تنمية السياحة المستدامة: من خلال تشجيع السياح على الاهتمام بالبيئة والمحافظة على الموروث الثقافي والتدريب على الممارسات السياحية المستدامة.
- تحقيق التوعية السياحية: زيادة ادراك الأفراد وفهمهم لواقع السياحة لبلدهم مع العمل على الحفاظ على المعالم السياحية والآثار الموجودة وتنمية الوعي بأهمية الدور

(1) الموقع الإلكتروني إجابة: https://www.ejaba.com/?search_ تم الاطلاع عليه (13/12/2023 سا 46:13).

الذي تلعبه السياحة كبضاعة تصديرية ملموسة في دخل الأفراد والدخل القومي عامة⁽¹⁾.

- تحفيز الطلب على المضمون السياحي : المضمون السياحي بدولة أو منطقة ما هو إلا إجمالي عناصر الجذب السياحي التي تجذب السائح وتدفعه لزيارتها والاستمتاع بها .

- الترويج للخدمات السياحية⁽²⁾ .

المحور الثاني : التدريب كوسيلة لتنمية الاتصال في القطاع السياحي

ان تنمية المورد البشري يعتمد على عدة استراتيجيات كالتطوير، التعليم، التكوين والتدريب الذي يعتبر الأكثر شيوعا .

1- مفهوم التدريب السياحي :

أ- تعريف التدريب: التدريب عملية صقل وتنمية للمهارات في سياق معرفي ومنهجي وعلمي. أو هي نشاط مخطط يهدف إلى تزويد الأفراد بمجموعة من المعلومات والمهارات التي تؤدي إلى زيادة معدلات أدائهم⁽³⁾ . ويمكن تقسيم التدريب إلى تدريب فني للمهارات والقدرات والمعارف، وتدريب سلوكي يسعى إلى تغيير الإتجاهات والسلوك المتعلق بالعمل، حيث يركز التدريب الفني على الجانب العملي المتعلق بكيفية أداء العمل ويعني بتعليم المهارات والمفاهيم التي يمكن تطبيقها لأداء مهام العمل. أما التدريب السلوكي فيعني بالاتجاهات والافتراضات نحو الذات والآخرين والعمل، ويتمحور حول تغيير الاتجاهات والسلوك. وفي هذا المجال يمكن أن يتناول التدريب تطوير المهارات المتصلة بفهم الآخرين أو زيادة الوعي لديهم بالأنماط الشخصية المختلفة وتأثيرها على أداء العمال أو زيادة الالتزام لديهم بالأهداف والقيم التنظيمية⁽⁴⁾.

ولأن السياحة صناعة فإنها بحاجة إلى من يتقن هذه الصناعة، أي أن العامل

(1) طهراوي حياة، مرجع سبق ذكره، ص 48.

(2) نفس المرجع السابق، ص 49.

(3) سمراء عبد الجبار إبراهيم النعيمي، مرجع سبق ذكره، ص 36.

(4) عبد الوهاب أحمد طه، وآخرون، تأثير التدريب السلوكي على علاقات العاملين في الفنادق الخمس نجوم القاهرة الكبرى، قسم الدراسات الفندقية، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة، المجلد 22، العدد 3، يونيو 2022، ص 294.

السياحي أو الفندق الماهر الذي يعرف كيف يتعامل مع السائح أو يقدم له الخدمات، وإلى المرشد السياحي والإداري الجيد... فلم يعد موظف السياحة موظفاً تتوافر فيه رغبة العمل والمعلومات العامة والتعامل الطيب، بل أن العمل السياحي أو الفندق أخذ تدريباً مختصاً يؤهل هذا الموظف لتولي المسؤوليات التي تقع على كاهله في حقل السياحة⁽¹⁾.

ب- **التدريب السياحي** : التدريب السياحي هو سلسلة إجراءات وعمليات متعاقبة معتمدة على خطة مدروسة تكسب العاملين تجربة وخبرة جديدة. كما يعتبر التدريب بأنه مجموعة من العمليات التي تكسب الأفراد تطوير في المهارة والمعرفة لغرض رفع مستوى الأداء بما يحقق نتائج إيجابية للإدارة والعاملين في القطاع. كما يعرف التدريب السياحي بأنه مجموعة من الأفعال التي تسمح بإعادة تأهيل العاملين في المجال السياحي حتى يكونوا في حالة الاستعداد والتأهب بشكل دائم ومتقدم من أجل أداء وظائفهم الحالية والمستقبلية في إطار المنظمة التي يعملون بها. كما يعرف التدريب السياحي بأنه مجموعة من العمليات التي تكسب الأفراد تطويراً في المهارة والمعرفة لغرض رفع مستوى الأداء بما يحقق نتائج إيجابية للإدارة والعاملين⁽²⁾.

ويشمل التدريب السياحي الأبعاد التالية⁽³⁾:

- **بعد نظري**: ويهدف إلى إكساب الفرد معلومات وخبرات جديدة أو تنمية معلوماته أو تنمية خبرات موجودة وتطويرها وهذا فيما يخص العمل السياحي .
- **بعد عملي**: ويرمي إلى تعليم الفرد مهارات جديدة أو طرق عمل حديثة أكثر فعالية وإنتاجية.
- **بعد سلوكي**: يرمي إلى تطوير سلوك الفرد وتحريره من عادات العمل غير المرغوبة

(1) فاطمة الزهراء ابن سيروود، حسان بوزيان، التعليم والتدريب السياحي والفندقي في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، ص 10 .

(2) عمار بن عيشي، بشير بن عيشي، أهمية البرامج التدريبية السياحية في تحسين أداء وكالات السياحة والأسفار – دراسة حالة وكالات السياحة والأسفار لولاية بسكرة، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 3، العدد 1، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر، 2018، ص 76.

(3) فيروز زروخي، صليحة فلاق، وهيبة ختيري، أهمية التدريب السياحي في تطوير أداء المنشآت السياحية بالجزائر، مجلة تناقسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المجلد 4، العدد 1، 2023، ص 68 .

وبلورة اتجاهاته الفكرية بما يجعله متماشيا مع الاتجاهات المرغوبة في المنشآت السياحية .

2-أساليب التدريب السياحي : هناك عدة أساليب للتدريب السياحي نذكر أهمها ⁽¹⁾ :

-أسلوب التدريب المباشر: يقوم رؤساء الأقسام المهنية بتدريب العاملين في أقسامهم بهدف تطوير مهاراتهم وتزويدهم بكل ما هو جديد في تقديم الخدمات للضيوف كما يهدف إلى انتقاء المجموعة المتميزة من العاملين في الأقسام وتدريبهم لترقيتهم إلى وظائف أعلى.

- أسلوب المناقشة: يسمح بتبادل الآراء بين العمال ومدراء الأقسام ونقل المعلومات والاشتراك في المناقشة لدراسة نقاط القوة والضعف في العمل وبيان مجموعة الآراء التي من شأنها الارتقاء بمستوى الخدمة.

- أسلوب المؤتمرات: وهو حلقة تخصصية تطرح مجموعة من الخبرات لمجاميع مهنية (مجموعة فنادق، مؤسسات سياحية، وكالات السفر والسياحة) وتتم من جراء ذلك طرح عناوين حلول لمعضلات العمل التي يواجهها هذا القطاع.

- أسلوب الاجتماعات : يجتمع مدراء الأقسام في وحدات العمل وفي موعد دوري ويتم تحديد الموضوعات التي تناقش وتؤدي إلى وضع حلول وتوصيات.

- الحلقة الدراسية: يقوم على عرض مواقف ومشكلات إدارية معينة واجهها مديرون بالمنظمة أو خارجها حيث يشترك مجموعة من الموظفين في حلقة دراسية منظمة من طرف شركات أو هيئات متخصصة بموضوع معين.

-أسلوب استشاري: استقدام أو دعوة عدد من الاستشاريين وبتخصصات مختلفة للاستفسار وزيادة المعرفة لدى العاملين.

-أسلوب المحاضرة ⁽¹⁾ : هو أسلوب معتاد يهتم بنقل المعلومة من متخصص إلى مجموعة بحيث يزودها بالأساسيات العلمية والتطبيقية لذات الموضوع وبما يتناسب مع قدرتها العلمية .

(1) مولود قواسمية، دور التدريب السياحي في تحسين أداء المؤسسات السياحية، دراسة ميدانية بمركب الشلالة – حمام دباغ بقالة، مذكرة ماستر في التسويق الفندقي والسياحي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 فالة، 2020/2019، ص 39.

- أسلوب التوجيه : ويهدف إلى تعريف الموظفين الجدد على الأقسام التي سيعملون بها وطبيعة نشاطها والعمل الذي سيقومون به مثل (حدود الواجبات، الصلاحيات، نظام العمل، نطاق الإشراف ... الخ) .

- لعب الأدوار (التمارين العملية) : وهو من الأساليب الكفأة في رفع كفاءة الأداء لدى هؤلاء الذين يؤدون الخدمات للضيوف لتجنب الضعف في الأداء ورفع الحاجز النفسي . ويتم تمثيل الموقف من قبل المدرب بين مجموعة من المشاركين وتصحيح الأخطاء المتداولة ومثال ذلك (طريقة الاستقبال ، أسلوب المحادثة، نظام الخدمة العالمية، الرد على الهاتف ... الخ)⁽²⁾ .

3-أهمية التدريب في تنمية الاتصال وتطوير مهارات الاتصال :

إن نجاح المؤسسة السياحية يعتمد بشكل أساسي على نوعية وكفاءة موظفيها لأن العنصر البشري هو جوهر العمل السياحي حيث أن جودة الخدمة السياحية لا يتحقق إلا من خلال مهارة وإحترافية الموارد البشرية السياحية المؤهلة علمياً بما يتوافق مع المعايير الدولية لصناعة السياحة والضيافة، فهي محور نجاح عملية تقديم الخدمات للعملاء ونتيجة لذلك فإن المجلة الدولية للثقافة وأبحاث السياحة تحت على ان يكون محور صياغة استراتيجيات العمل السياحي قائم على تدريب العاملين وإتقانهم لأنظمة ومعايير وقواعد ثقافة التواصل السياحي مع العملاء، والتي هي سلسلة من المهارات⁽³⁾، والسلوكيات والأنشطة المصممة من أجل تعزيز مستوى رضا العملاء وتلبية احتياجاتهم بما يتوافق مع رغباتهم، وهذا بدوره يساهم في تكوين الصورة الذهنية والتي هي نتاج عقلي قائم على معالجة كمية ضخمة من البيانات والادراكات والخبرات والتصورات عن الخدمة السياحية، مما يخلق انطباع معين عنها يؤثر بشكل كبير في اتخاذ قرار الشراء وتكرار التجربة مستقبلاً، كما أن إيجابية الصورة الذهنية المدركة للعملاء عن الخدمة تسهم

(1) عبد الأمير عبد كاظم، دور التدريب في إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة وتأثيره على مستوى تقديم الخدمات، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 25، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، ص 125 .

(2) نفس المرجع السابق، ص 126.

(3) نور بديع جيلوي، مرجع سبق ذكره، ص 85.

بشكل فعال في خلق ميزة تنافسية لخدمات المؤسسة في سوق العمل السياحي⁽¹⁾.

ويعتبر التدريب على الاتصال ومهارات التواصل الفعال فعالاً فهو يساعد على تحسين مهارات التواصل والتفاعل مع الآخرين، وتعلم كيفية التعامل مع الآخرين وفهم احتياجاتهم ومتطلباتهم وتوقعاتهم، فهو يعزز في فهم الآخرين وإدارة المواقف المختلفة ومع الناس من خلفيات متنوعة، وتحسين قدرة التحليل والتفكير النقدي بالإضافة إلى تعزيز قدرات التفاوض والإقناع، ومن خلال التدريب يمكن تحسين مهارات الشخص في التواصل اللفظي وغير اللفظي وفهم لغة الجسد والعمل على تقليل الخطأ في التواصل. للدورات التدريبية في تعلم مهارات الاتصال ذات أهمية كبيرة للعديد من الأسباب، بما في ذلك⁽²⁾:

- تحسين مهارات الاتصال: تساعد الدورات التدريبية في تحسين مهارات الاتصال الشخصية والمهنية، بما في ذلك القدرة على التواصل بوضوح وفعالية وفهم احتياجات الآخرين.

- تعزيز التفاعل الاجتماعي: تساعد الدورات التدريبية في تعزيز التفاعل الاجتماعي وبناء العلاقات الجيدة مع الآخرين، مما يساهم في تحسين العمل الجماعي والتعاون.

- تحسين الثقة بالنفس: تساعد الدورات التدريبية في بناء الثقة بالنفس والتأكيد على المهارات القوية لدى الأفراد في مجال الاتصال، مما يساهم في التأثير الإيجابي على النجاح الشخصي والمهني.

- تطوير مهارات القيادة: تعزز الدورات التدريبية مهارات القيادة والإدارة من خلال تعلم كيفية التواصل الفعال مع الآخرين، وتطوير القدرة على التأثير والإقناع.

- تحسين العروض التقديمية: تُساهم الدورات التدريبية في تحسين مهارات الاتصال المرئي وتقديم العروض التقديمية بشكل فعال وجذاب، مما يساهم في تحقيق النجاح في العمل والحصول على فرص أفضل.

(1) نفس المرجع السابق، ص 86.

(2) الموقع الإلكتروني إجابة: <https://www.ejaba.com/?search> تم الاطلاع عليه (2023/12/5 على 12:03 سا)

المحور الثالث : دراسة حالة تنمية الاتصال لدى المرشدين السياحيين

1- مفهوم المرشد السياحي : يعرف بأنه أحد أركان العملية السياحية والذي يتولى إدارة وتنظيم الرحلات السياحية من خلال مرافقة المجموعات السياحية ويقوم بعمليات التوضيح والشرح عن مناطق الجذب السياحي لأفراد المجموعة التي يرافقها، وتقع عليه مسؤولية الحفاظ على هذه المجموعة، ويتولى أعمال إرشاد السياح لمختلف الأماكن السياحية والأثرية وتزويدهم بالمعلومات عنها ⁽¹⁾. المرشد السياحي بصورة محددة هو شخص يكلف بقيادة وتوجيه ورعاية وتنظيم مجموعة من السياح المرافقين له وعلى طريق ما (برنامج الرحلة السياحية) بهدف الوصول إلى تحقيق هدف ما أو مجموعة أهداف ⁽²⁾.

2- أساليب تدريب المرشدين السياحيين في الاتصال :

تتضمن أساليب تدريب المرشدين السياحيين على الأقل ما يلي ⁽³⁾ :

- **التدريب النظري :** حيث يتم تزويد المرشدين بالمعلومات اللازمة عن المناطق السياحية المختلفة والتاريخ والثقافة والفنون والتراث والأنشطة السياحية المختلفة.
- **التدريب العملي :** يسمح المرشدين بالتدريب على كيفية التعامل مع الزوار وتوجيههم وتقديم مساعدتهم وتنظيم الجولات السياحية وتفسير المعالم والمعارض والمتاحف وغيرها.
- **التدريب اللغوي :** يسمح بتدريب المرشدين على اللغات المختلفة التي يتحدثها الزوار وتعليمهم كيفية التواصل باللغة الإنجليزية وغيرها من اللغات الأخرى.
- **التدريب على السلامة :** يعلم المرشدين على كيفية التعامل مع الحالات الطارئة والحوادث وكيفية الحفاظ على سلامة الزوار والمجموعات السياحية.

(1) مهدي محمد مهدي السعدي وآخرون، تنمية وتطوير وسائل التواصل الفعال لدى المرشد السياحي وأثرها على القطاع السياحي (مدينة كربلاء نموذجاً)، مجلة كلية السياحة والفنادق، ملحق العدد 5 الخاص بالمؤتمر العلمي الدولي الثاني -التسويق السياحي لمنطقة الدلتا، 2019، ص 171.

(2) محمد فاخر محمد المحمداوي، كفاءة المرشد السياحي، الطبعة الأولى، مطبعة الزوراء، كربلاء المقدسة، العراق، 2022، ص 16.

(3) الموقع الالكتروني إجابة <http://ejaba.com/question/gqip7tn>، - (تم الاطلاع عليه : 2023/12/5 على

- التدريب على التسويق : بالتعرّف على كيفية الترويج للجولات السياحية والتسويق للمناطق السياحية المختلفة وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

3-أهمية التدريب في الاتصال للمرشدين السياحيين:

يعتبر التدريب في مجال الاتصال من الأهمية بالغة بالنسبة للمرشدين السياحيين، حيث يتعلمون من خلال المهارات اللازمة للتواصل مع الزوار والتأكد من تقديم تجربة سياحية مرضية لهم، ومن بين الأهمية الرئيسية للتدريب الفعال في هذا المجال⁽¹⁾ :

- تحسين مهارات الاتصال الجماهيري : يساعد التدريب على مهارات التواصل الفعال مع الزوار ويعزز تفهم المرشد لاحتياجات الزوار واهتماماتهم .

- تعزيز مهارات العرض : يساعد التدريب في تطوير مهارات العرض الجذاب والفعال، مما يساعد في جذب انتباه الزوار.

- تحسين معرفة المرشدين السياحيين بالوجهات السياحية المعنية : يتعلم المرشد من خلال التدريب المعلومات اللازمة حول الوجهات السياحية وتاريخها وأهميتها وما يجب الانتباه إليه أثناء الجولات .

- تدريب على إدارة المواقف الصعبة : يواجه المرشدين السياحيين الكثير من الأحيان مواقف صعبة خلال جولاتهم ويساعد التدريب على تعلم كيفية إدارة هذه المواقف بشكل فعال بما يحافظ على سمعتهم .

- التحسين المستمر : يعمل التدريب الفعال كإطار عمل لتحسين الممارسات والأساليب المستخدمة من قبل المرشدين السياحيين ويمكن استخدام تعليقات الزوار والتقييمات لتحديد النواحي التي يمكن تحسينها .

الخاتمة :

يعد الاتصال من أهم الأنشطة والعمليات الضرورية والأساسية في المنظمات، ويعتبر الجسر الذي يربط بين الأفراد في المنظمة ومع بيئتها الخارجية، وفي صناعة السياحة

(1) الموقع الالكتروني إجابة/question/https://www.ejaba.com - تم الاطلاع عليه (2023/12/1) على (13:21 سا)

والضيافة يعتبر الاتصال أمراً بالغ الأهمية، كونه أداة رئيسية في التسويق والترويج للمعلومات والقضايا السياحية، كما يساهم في تعزيز التفاعل الاجتماعي وبناء العلاقات، وفهم أفضل لاحتياجات الزبائن ورغباتهم ما يضمن تقديم خدمات ممتازة وعالية الجودة ومستوى رضا العملاء عال، ويجب على القائمين بقطاع السياحة والمؤسسات السياحية الاهتمام بهذا الجانب للعمال وإثراء وتنميته من خلال البرامج التدريبية في المجال . ومن خلال هذه الدراسة تم التوصل للنتائج التالية :

- يعد الاتصال أداة تسويق حضارية من خلال تبادل الثقافات والتعرف على عادات وتقاليد الشعوب وتاريخها.

- يلعب الاتصال دوراً فعالاً في الترويج السياحي للخدمات والمنتجات والمعالم والوجهات السياحية، ونقل المعلومات والقضايا المتعلقة بالقطاع وبالتالي جذب أكبر عدد للسواح .

- يساهم الاتصال وتنميته في الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحية وتلميع علامتها التجارية والتعريف بها .

- يساعد الاتصال على تحسين خدمة الضيافة والارتقاء بها .

- من خلال التدريب يمكن تحسين مهارات الاتصال الفعال وتقليل الأخطاء في التواصل وفهم أفضل لاحتياجات الزبائن ورغباتهم.

- يساهم التدريب في الاتصال في تعزيز الثقة بالنفس وتحسين مهارات الإقناع والتفاوض والقدرة على إدارة المواقف مع أشخاص من خلفيات متنوعة، وكذا تطوير مهارات العروض الجذابة .

- يتلقى المرشد السياحي عدة تدريبات متعلقة باللغات – بالسلامة، التسويق، المهارات والمعلومات المتعلقة بالقطاع السياحي، والتي تصب إلى إثراء وتنمية الاتصال .

- التدريب في الاتصال ضرورة خاصة في القطاع السياحي الارتقاء بمستوى الخدمة السياحية .

من خلال ما تم التوصل إليه في الدراسة يمكن اقتراح بعض التوصيات وهي كالتالي :

التوصيات :

- منح الأهمية البالغة لمهارات الاتصال ضمن برامج التدريب السياحي .
- تدريب العمال في القطاع السياحي على مهارات الاتصال الفعال (الاتصال اللفظي وغير اللفظي ولغة الجسد) اللازمة وفق الأسس الصحيحة والسليمة لتجنب الأخطاء وسوء الفهم .
- تشجيع العمال على تعلم لغات جديدة .
- تحفيز العمال اللذين يملكون مهارات فعالة في الاتصال، والعمل على إكساب الآخرين لهذه المهارات .
- ضرورة تجديد وإثراء العمال بالمعلومات والمهارات الجديدة في السياحة .
- قائمة المصادر والمراجع :

الكتب :

- (1) محمد فاخر محمد المحمداوي، كفاءة المرشد السياحي، الطبعة الأولى، مطبعة الزوراء، كربلاء المقدسة، العراق، 2022.

المذكرات :

- (2) ساجت خالد عطية، التدريب وأثره في تحسين اتصالات المنظمة -دراسة تحليلية لأراء عينة من الموظفين في مديرية شباب ورياضة كربلاء المقدسة، بحث درجة الدبلوم العالي في إدارة المشاريع، قسم إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، 2021.
- (3) طهاري حياة، طهاري حليلة، دور الاتصال السياحي في تنشيط الخدمة السياحية (دراسة ميدانية لفندق موريس تاغا بمستغانم) مذكرة ماستر في علوم الإعلام، تخصص اتصال سياحي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2015/2016 .
- (4) قواسمية مولود، دور التدريب السياحي في تحسين أداء المؤسسات السياحية، دراسة ميدانية بمركب الشلالة – حمام دباغ بقالة، مذكرة ماستر في التسويق الفندقي والسياحي،

قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2020/2019.

المجلات والمنشورات :

(1) ابن سيرود فاطمة الزهراء، حسان بوزيان، التعليم والتدريب السياحي والفندقي في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال .

(2) بن عيشي عمار، بشير بن عيشي، أهمية البرامج التدريبية السياحية في تحسين أداء وكالات السياحة والأسفار - دراسة حالة وكالات السياحة والأسفار لولاية بسكرة، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد3، العدد 1، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر، 2018 .

(3) جبلاوي نور بديع، 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)، مجلة جامعة البعث، المجلد 45، العدد 10، 2023.

(4) زروخي فيروز، صليحة فلاق، وهيبه ختيري، أهمية التدريب السياحي في تطوير اداء المنشآت السياحية بالجزائر، مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المجلد 4، العدد 1، 2023 .

(5) الجبار سمراء إبراهيم النعيمي، محاضرات إدارة المنظمات الفندقية، قسم إدارة الفنادق، كلية السياحة وإدارة الفنادق، جامعة المستنصرية، 2015/2014 .

(6) عبد الوهاب أحمد طه، وآخرون، تأثير التدريب السلوكي على علاقات العاملين في الفنادق الخمس نجوم القاهرة الكبرى، قسم الدراسات الفندقية، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة، المجلد 22، العدد 3، يونيو 2022 .

(7) عبد كاظم عبد الأمير، دور التدريب في إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة وتأثيره على مستوى تقديم الخدمات، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 25، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة .

(8) مزياني حنان، شليل عبد اللطيف، وظيفة الاتصال ودورها في تطوير كفاءات المؤسسات السياحية -دراسة حالة بعض المؤسسات السياحية بالغرب الجزائري، مجلة

التنظيم والعمل، المجلد 5، العدد 4(11)، 2016 .

9) مهدي محمد مهدي السعدي، صفاء عبد الجبار الموسوي، نرمين محمود شكري، رحاب محمود الشرنوبى، تنمية وتطوير وسائل التواصل الفعال لدى المرشد السياحي وأثرها على القطاع السياحي (مدينة كربلاء نموذجا)، مجلة كلية السياحة والفنادق، ملحق العدد 5 الخاص بالمؤتمر العلمي الدولي الثاني -التسويق السياحي لمنطقة الدلتا، 2019 .

المواقع الالكترونية :

- 5) الموقع الالكتروني إجابة – <https://www.ejaba.com/question> / تم الاطلاع عليه (2023/12/1 على 13:21 سا)
- 6) الموقع الالكتروني إجابة : <https://www.ejaba.com/?search> _ تم الاطلاع عليه (2023/12/1 سا 13:46).
- 7) الموقع الالكتروني إجابة – <http://ejaba.com/question/gqip7tn> تم الاطلاع عليه : (2023/12/5 على 11:27 سا)
- 8) الموقع الالكتروني إجابة : <https://www.ejaba.com/?search> _ تم الاطلاع عليه (2023/12/5 على 12:03 سا).