

تقييم مهارات التواصل الرقمي للعاملين في فندق طرطوس الكبير من وجهة نظر العملاء

د.مهنا محمد حسين *

د.لمى جمال الدين جنيدي **

غادة الهاشم الخطيب ***

تاريخ الإيداع ١٦ / ٤ / ٢٠٢٦ - تاريخ النشر ٦ / ٧ / ٢٠٢٦

□ ملخص □

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مهارات التواصل الرقمي لدى العاملين في فندق طرطوس الكبير من وجهة نظر العملاء، و تقديم مقترحات تُسهم في تحسين استخدام التواصل الرقمي بفعالية في الفندق محل الدراسة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والتحليل الإحصائي، وتم توزيع استبانة الكترونية على عينة ميسرة من عملاء فندق طرطوس الكبير في مدينة طرطوس في سوريا. أظهرت النتائج أن تقييم العملاء لمهارات التواصل الرقمي في فندق طرطوس الكبير كان محايداً، ولم يكن إيجابياً ولا سلبياً. بمتوسط تقييم إجمالي قدره ٣,٠٨ (من ٥) بانحراف معياري قدره ٠,٤٥، وقيمة t محسوبة قدرها ١,٢٥٦، مما يشير إلى عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية عن المتوسط المحايد (٣). أوصت الدراسة باعتماد استراتيجية تطويرية تدريجية للعاملين على مهارات التواصل الرقمي انطلاقاً من تحديد أولويات التطوير، والاهتمام بنظام الردود الآلية (Chatbots) للرد على استفسارات العملاء، وضرورة إنشاء نظام دوري لجمع التقييمات الإلكترونية لتحليل النتائج واتخاذ الإجراءات التصحيحية الفورية.

الكلمات المفتاحية: التواصل الرقمي، مهارات التواصل الرقمي، العملاء، فندق طرطوس الكبير.

* أستاذ مساعد في قسم الإدارة السياحية - كلية السياحة - جامعة طرطوس - سوريا Mohannad2hossein@gmail.com

** مُدرسة في قسم الإدارة السياحية - كلية السياحة - جامعة طرطوس - سوريا

*** طالبة ماجستير في قسم الإدارة السياحية - كلية السياحة - جامعة طرطوس - سوريا GhadaAlkhateeb@tartous-univ.edu.sy

Evaluating the digital communication skills of employees at the Grand Tartous Hotel from the customers' perspective

DR.Mohannad Mohammad Hosien*

DR.lama Jamal al-Din Junaidi**

Ghada Alhashem Alkhateeb***

(Received 16/4/2026.Accepted 7/6/2026)

□ABSTRACT □

This study aimed to evaluate the digital communication skills of employees at the Grand Tartous Hotel from the customers' perspective, and to submit proposals that contribute to improving the effective use of digital communication in the studied hotel.

The study used the descriptive **method** and statistical analysis, and an electronic questionnaire was distributed to a convenient sample of customers of the Grand Tartous Hotel in the city of Tartous in Syria.

The results showed that customers' evaluation of digital communication skills at the Grand Tartous Hotel was neutral, neither positive nor negative. The overall mean score was 3.08 (out of 5), with a standard deviation of 0.45 and a calculated t-value of 1.256, indicating no statistically significant difference from the neutral mean (3).

The study **recommended** adopting a gradual development strategy for employees on digital communication skills, starting with identifying development priorities, paying attention to the automated response system (Chatbots) to respond to customer inquiries, and the necessity of establishing a periodic system to collect electronic evaluations to analyze the results and take immediate corrective actions.

Keywords: Digital Communication, Digital Communication Skills, The clients, Grand Tartous Hotel.

*Assistant Professor in the Department of Tourism Management - Faculty of Tourism - Tartous University - Tartous – Syria Mohannad2hossein@gmail.com

** Lecturer in the Department of Tourism Management - Faculty of Tourism - Tartous University - Tartous – Syria

*** Graduate Student (Master's), in the Department of Tourism Management - Faculty of Tourism - Tartous University – Tartous – Syria GhadaAlkhateeb@tartous-univ.edu.sy

١- المقدمة Introduction:

في العصر الرقمي، يشهد قطاع الضيافة تحولات جوهرية، وأصبح التواصل الرقمي Digital communication ركيزة أساسية في تجربة العميل، ليشمل البريد الإلكتروني، مواقع التواصل، تطبيقات الدردشة الفورية، والردود الآلية، متيحاً تواصلاً فورياً يتجاوز حدود الزمان والمكان، ونظراً للعمومية التي يفرضها الانترنت فإن مهارات الاتصال لدى الموظفين تكون دائماً مكشوفة للجمهور وبالتالي تزداد أهميتها (Guffey, M; et al.) (2016, P26) وضرورة إتقانها مع العملاء.

يُعد هذا التواصل ممارسة استراتيجية تعزز تجربة العميل وتبني علاقات طويلة الأمد، خصوصاً مع تزايد الاعتماد على القنوات الرقمية في جميع مراحل رحلة العميل، مما يستوجب امتلاك العاملين مهارات رقمية متقدمة لتلبية التوقعات، والجدير بالذكر أن التواصل الرقمي أصبح واحداً من الأبعاد الخمسة الأساسية لمهارات التواصل المطلوبة في بيئة العمل السياحية الحديثة حسب دراستي (EIDOUZHI, B, I; GOLDARZHI, R. (2025) و (TANKOVIC, C, A; KAPES, J; BENAZIC, D. (2022)

تبرز أهمية تقييم هذه المهارات في فندق طرطوس الكبير كونه أحد أبرز فنادق المدينة في محافظة طرطوس، ويمتلك موقعاً متميزاً وتصنيفاً مرموقاً (خمس نجوم) يفرض عليه تقديم خدمات بجودة عالية تتوافق مع المعايير العصرية. كما تكتسب الدراسة أهميتها من تركيزها على تقييم مهارات التواصل الرقمي من وجهة نظر العملاء، فهم أكثر قدرة على التقييم الواقعي.

لذلك تهدف هذه الدراسة إلى تقييم واقعي لمهارات التواصل الرقمي، وتحديد نقاط القوة والضعف، مما يمهد لوضع برامج تدريبية تطويرية تساهم في الارتقاء باستراتيجيات التواصل الحديثة وتعزيز تنافسية الفندق.

١-١ الدراسات السابقة العربية والأجنبية:

• الدراسات العربية:

_ دراسة حناش، لونيس. (٢٠٢٤م)

"دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري - دراسة

حالة مؤسسة ENT V قسم الملتيميديا WEB"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي وإبراز أهم أشكاله ووسائله، إضافةً إلى التعرف على أهمية الاتصال الرقمي في تحسين العلاقات بين الأفراد في المؤسسة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، في حين استخدمت كل من الاستبيان، المقابلة، كذلك الملاحظة كأدوات لجمع البيانات، وتمثل مجتمع البحث مسؤولي وموظفي المؤسسة العمومية للتلفزيونية الجزائرية والقيام بمسح شامل على جميع الموظفين في قسم الملتيميديا إذ بلغ عددهم ٢٥ عامل وعاملة

أظهرت النتائج تأثير كبير وإيجابي لدور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي و ذلك من خلال تغيير أسلوب وطريقة العمل، كما ساهمت تكنولوجيا المعلومات في زيادة الكفاءة التنظيمية داخل المؤسسة التلفزيونية، وساهمت وسائل الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الأداء داخل المؤسسة التلفزيونية.

_ دراسة بوشنافة، وسار. (٢٠٢٣) "مهارات التواصل الرقمي عبر الفضاء الافتراضي"

هدفت هذه الدراسة النظرية إلى التعرف على مهارات التواصل الرقمي عبر الفضاء الافتراضي الذي أنتجه التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات، وظهور وسائل الاتصال الجديدة التي تغلبت على قيود الزمان والمكان. **اعتمدت** الدراسة المنهج الوصفي، وركزت على تحديد المهارات الأساسية للتواصل الرقمي، وقسمتها إلى: مهارات تقنية خاصة بالتقنية نفسها (سلطة الصوت، جودة الفيديو، تفاعل الجمهور، تعديل المرئيات، الإعداد المسبق)، ومهارات خاصة بالمستخدم (الاستماع الرقمي، التحدث الرقمي، القراءة الإلكترونية، الكتابة الرقمية، التفكير، المشاركة، الانتقاء، التحليل، النقد). **توصلت** الدراسة إلى أن مهارات التواصل الرقمي أصبحت ضرورة حتمية للتفاعل مع الآخرين في العصر الرقمي، وأوصت بضرورة التدريب على التعبير عن الأفكار بوضوح من خلال الكتابة الرقمية الفعالة، وفهم الرموز التعبيرية، والمشاركة في مناقشات بناءة عبر الفضاء الافتراضي.

_ **دراسة نورة، إغالون. (٢٠١٩م).** "دور الاتصال الرقمي في تنمية السياحة في الجزائر - قراءة

تحليلية لموقعي الوكالتين السياحتين (فيزاترافل و الطاسيلي) بورقلة"

تمثل **هدف** الدراسة في معرفة مدى استخدام الوكالات السياحية للاتصال الرقمي ومدى مساهمته في فعالية تنمية السياحة وتحديد أهم الخدمات والأنشطة التي تقدمها هذه الوكالات من خلال مواقعها وطرق نشر وعرض المعلومات في الموقع الإلكتروني لكل وكالة. **اعتمدت** الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج تحليل المضمون كما تم اعتماد استمارة تحليل المضمون على فئتين بارزتين (فئة الشكل وفئة المضمون) من حيث محاور (استخدام الصور، استخدام اللغة، نمط المنشور)، وتمثل مجتمع البحث في مجموع الوكالات السياحية بولاية ورقلة، ودراسة تحليلية باختيار عيّنتين هما موقع فيزاترافل وموقع وكالة الطاسلي للسياحة والسفر. **وضّحت** الدراسة واقع المواقع الإلكترونية لوكالات السياحة والسفر أنها تُستخدم لغايات الإعلان والترويج للسياحة في المنطقة واستقطاب أكثر عدد من الزبائن بفضل ما تعرضه من خدمات وصور ترويجية، كما كشفت الدراسة عن عوائق تقنية تعترض استخدام الوكالات السياحية للاتصال الرقمي، ناجمة عن عدم الدراية بكيفية العمل بالشبكات والتقنية الرقمية وصيانة موقع الويب.

• **الدراسات الأجنبية:**

دراسة _ EIDOUZHI, B, I; GOLDARZHI, R. (2025)

"دراسة أهمية مهارات الاتصال في صناعة السياحة في إيران"

هدفت الدراسة إلى مراجعة الأدبيات وتحديد مجموعة واسعة من مهارات الاتصال المطلوبة للعمل في المجال السياحي، واقتراح مقياس متوافق مع بيئة العمل السياحي الحديثة. **استخدمت** الدراسة نهجاً وصفي تحليلي قائماً على الاستبيان، واعتمدت تحليلات العوامل الاستكشافية والتأكيدية لتحديد خمسة أبعاد رئيسية لمهارات التواصل والتحقق من صحتها: مهارات الاتصال الكتابية والشفهية والاستماعية والرقمية وغير اللفظية. طبقت الدراسة على عينة هادفة من طلاب المرحلة الجامعية في مجال اقتصاديات السياحة في إيران (١٥٠ طالباً). **أظهرت** النتائج أن مهارات الاتصال متعددة الأبعاد، وأكدت أن مهارات الاتصال الكتابي والشفهية مهارات أساسية، في حين تشير مهارات الاتصال الرقمي إلى التحديات المعاصرة التي تشمل المعلومات الرقمية ومعالجتها ومشاركتها مع الآخرين. **أوصت** الدراسة بإجراء المزيد من الأبحاث مع أصحاب العمل في مجال السياحة وكذلك مع السياح أنفسهم لفهم أبعاد التواصل المحددة.

دراسة _ TANKOVIC, C, A; KAPES, J; BENAZIC, D. (2022)

"Measuring the importance of communication skills in tourism"- Croatia

"قياس أهمية مهارات التواصل في السياحة" - كرواتيا

هدفت الدراسة إلى تحديد واختبار ودمج خمس مجموعات من مهارات التواصل (الاستماع، غير اللفظي، الرقمي، الشفهي، الكتابي)، وتقديم مقياس تواصل موسع وشامل يقيس أهمية مهارات التواصل لموظفي السياحة المستقبلين. اعتمدت الدراسة المنهج الكمي (الوصفي التحليلي)، وتم اختبار مقياس مهارات التواصل وتحليل البيانات بثلاث خطوات رئيسية: تقييم القيم الشاذة والتوزيع الطبيعي، تحليل عاملي استكشافي لتحديد الأبعاد الأولية، تحليل عاملي تأكدي لاختبار موثوقية الاتساق الداخلي وصحة التقارب والتميز. طبقت الدراسة على عينة هادفة من طلاب السياحة والضيافة (البكالوريوس والدراسات العليا) باعتبارهم يمثلون العاملين المستقبلين في قطاع السياحة. و كان من نتائجها أنها سلطت الضوء على أهمية كيفية نقل الرسالة في مكان العمل الحديث، وأثبتت المقياس المقترح وجود خمسة أنواع من مهارات التواصل مطلوبة في بيئة العمل السياحية الحديثة. أشارت النتائج أيضاً إلى إمكانية قياس أهمية مهارات التواصل المحددة لدى العاملين في قطاع السياحة من وجهة نظر السياح أنفسهم.

• التعقيب على الدراسات السابقة:

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة على موضوع مهارات التواصل في قطاع السياحة والضيافة، ولكن التركيز على التواصل الرقمي باعتباره أصبح جزءاً من عملية التواصل الحديثة ومن متطلبات العمل السياحي الحديث (Eidouzhi & Goldarzahi (2025)، Tankovic et al. (2022) واعتماد المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات ماعدا دراسة بوشناق، وسار (2022) فهي دراسة نظرية عرّفت عن مهارات التواصل الرقمي بشكل مفصل. كما تستفيد الدراسة الحالية من نتائج الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري وتحديد مهارة التواصل الرقمي التي تم قياسها. ومع ذلك، تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة جوانب جوهرية:

١. التركيز على مهارات التواصل الرقمي حصراً: بينما تناولت بعض الدراسات السابقة مهارات التواصل بشكل عام (لفظي، غير لفظي، كتابي، شفهي، رقمي) وجعلت التواصل الرقمي أحد الأبعاد الفرعية، تركز الدراسة الحالية على التواصل الرقمي فقط كمتغير رئيسي متكامل، وتقيسها عبر عشرة مؤشرات فرعية تغطي مختلف أدوات وقنوات التواصل الرقمي المستخدمة في الفنادق.

٢. التطبيق على فندق طرطوس الكبير: تُعد هذه الدراسة الأولى من نوعها التي تُطبق على فندق مصنف في مدينة طرطوس السياحية السورية، مما يضيف عليها خصوصية تميزها عن الدراسات الأخرى التي طبقت في الجزائر وإيران وكرواتيا.

٣. تقييم واقعي من وجهة نظر العملاء: بينما ركزت بعض الدراسات على تطوير مقاييس نظرية أو قياس أهمية المهارات من وجهة نظر الطلاب أو الموظفين المستقبلين، تركز الدراسة الحالية على التقييم الواقعي من وجهة نظر العملاء الذين خاضوا تجربة حقيقية مع الفندق.

٤. **الفرضية الصفرية:** تتبنى الدراسة الحالية اختبار فرضية صفرية تهدف إلى الكشف عن مدى اقتراب أو ابتعاد متوسطات التقييم عن متوسط الحياد ٣، وهذا الأسلوب الإحصائي يختلف عن دراسات العلاقة والتأثير التي هيمنت على معظم الدراسات السابقة. وعليه، تتمثل المساهمة العلمية للدراسة الحالية في تقييم إتقان العاملين لمهارات التواصل الرقمي في فندق طرطوس الكبير من وجهة نظر العملاء، مما يشكل قاعدة يمكن الاعتماد عليها في وضع برامج تدريبية مستهدفة وتقديم مقترحات تطويرية.

الجدول رقم (١): موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

| النطاق الجغرافي | العينة | المنهج | الهدف | الموضوع | الدراسة |
|-----------------|--|--------------|---|--|------------------------------|
| طرطوس - سوريا | عينة عشوائية من عملاء فندق طرطوس الكبير | وصفي وتحليلي | تقييم إتقان مهارة التواصل الرقمي لدى العاملين في فندق طرطوس الكبير | تقييم مهارات التواصل الرقمي | الدراسة الحالية (2026) |
| إيران | ١٥٠ طالب سياحة | وصفي تحليلي | اختبار مقياس مهارات التواصل المطلوبة للعمل السياحي الحديث | أهمية مهارات الاتصال في صناعة السياحة | Eidouzhi & Goldarzahi (2025) |
| الجزائر | مسح شامل لموظفي المؤسسة العمومية التلفزيونية الجزائرية | الوصفي | معرفة دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي، وأهميته في تحسين العلاقات بين أفراد المؤسسة | دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي | حناش، لونيس. (2024) |
| الجزائر | - | الوصفي | التعرف على مهارات التواصل الرقمي | مهارات التواصل الرقمي عبر الفضاء الافتراضي | بوشنافة ووسار (2022) |
| كرواتيا | عينة هادفة من طلاب السياحة والضيافة | الوصفي | تقديم مقياس تواصل موسع يقيس أهمية مهارات التواصل | قياس أهمية مهارات التواصل في السياحة | Tankovic et al. (2022) |
| ورقلة - الجزائر | موقعي وكالتين سياحيتين | الوصفي | معرفة أهمية استخدام الوكالات السياحية للاتصال الرقمي | دور الاتصال الرقمي في تنمية السياحة | نورة (2019) |

المصدر: من إعداد الباحثة

١-٢ مشكلة الدراسة:

على الرغم من الأهمية المتزايدة للتواصل الرقمي في قطاع الضيافة، وكونه أصبح من المعايير الهامة لتقييم جودة الخدمة الفندقية (رايس، ٢٠٢٣)، إلا أن الدراسات السابقة بشكل عام وفي مدينة طرطوس بشكل خاص لا تزال محدودة في تناولها لتقييم هذه المهارات من وجهة نظر العملاء. لذلك تم إجراء دراسة استطلاعية اعتمدت الباحثة من خلالها على الملاحظات الشخصية وبعض الأسئلة الموجهة لبعض الموظفين عن واقع تواصلهم رقمياً مع عملائهم و لبعض العملاء المتواجدين في الفندق عن كيفية تواصلهم عن بُعد مع فندق طرطوس الكبير، حيث أجابوا أن اعتمادهم غالباً على الاتصالات الهاتفية ونادراً على تطبيقات المراسلة الفورية كالاتساب على الرغم من امتلاكه منصات تواصل اجتماعي وبريد إلكتروني رسمي وموقع ويب ... الخ، وباعتباره أحد الفنادق

المهمة المصنفة بخمس نجوم في مدينة طرطوس، برزت الحاجة لإجراء دراسة تقييمية لواقع مهارات التواصل الرقمي لدى العاملين فيه من منظور العملاء من خلال طرح التساؤل التالي:

ما هو واقع اتقان العاملين لمهارات التواصل الرقمي في فندق طرطوس الكبير من وجهة نظر العملاء؟

٣-١ أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية: تتجسد الأهمية النظرية للدراسة في تقديم إطار مفاهيمي حول التواصل الرقمي وأدوات استخدامه وتسيب الضوء على أهميته في الفنادق في ظل التطور التكنولوجي، مما يجعل الدراسة مرجعاً للطلاب والباحثين ذوي الصلة بالبحث العلمي

الأهمية العملية: تستمد الدراسة أهميتها العملية من كونها تسهم في معرفة واقع اتقان مهارة التواصل الرقمي للعاملين في فندق طرطوس الكبير الذي يعد من فنادق الخمس نجوم في مدينة طرطوس ولا بد أن يلبي هذه المكانة بمستوى عالي لتقديم خدماته وبالتالي يمكن أن تكون هذه الدراسة مرجعاً لهذا الفندق أو غيره للاطلاع على مثال التقييم المُقدم والاستفادة منه لتقييم التواصل عن بُعد مع العملاء.

٤-١ أهداف الدراسة:

انطلاقاً من إشكالية الدراسة تهدف الدراسة إلى:

- ١- معرفة واقع اتقان مهارات التواصل الرقمي لدى العاملين في فندق طرطوس الكبير من وجهة نظر العملاء.
- ٢- تقديم توصيات عملية تسهم في تحسين استخدام التواصل الرقمي بفعالية في الفندق المذكور والفنادق عموماً.

٥-١ فرضيات الدراسة:

تنطلق الدراسة من فرضية صفرية رئيسية واحدة وهي:

H_0 : لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في متوسط تقييم أفراد العينة لمهارات التواصل الرقمي و متوسط الحياض (3) عند مستوى دلالة (0,05) في فندق طرطوس الكبير.

٢- مواد وطرائق الدراسة:

٢-١ مجتمع وعينة الدراسة:

تكوّن مجتمع الدراسة من عملاء فندق طرطوس الكبير الذين استخدموا خدماته خلال الفترة من ٢٥ كانون الأول ٢٠٢٥ حتى ٣٠ كانون الثاني ٢٠٢٦م، أمّا عينة الدراسة فهي عينة ميسرة من عملاء الفندق الذين أجابوا على الاستبانة التي وُزعت إلكترونياً من خلال الرابط <https://forms.gle/LxLQdvSfGwab9AmF7> استهدفت عملاء الفندق عبر نشر الرابط بشكل مؤقت على منصات التواصل الاجتماعي للفندق خلال فترة الدراسة، ومن خلال ارسال رمز QR من قبل بعض موظفي الفندق لبعض العملاء حسب الإمكانيّة، وللتأكد من أن العميل بالفعل يتواصل رقمياً مع الفندق بالفعل تم سؤاله (كيف يتواصل عن بُعد مع الفندق؟) ، في حال كانت وسيلته في التواصل عن طريق الاتصال الهاتفي فقط لا يستطيع اكمال الاستبيان ، وتم استقبال (٥٠) رداً صالحاً للتحليل الإحصائي

٢-٢ منهج وأدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، فهو المنهج الأنسب لدراسة الظاهرة كما هي في الواقع، وتحليلها وتفسيرها، واستخلاص النتائج منها. أيضاً تم استخدام استبانة بنموذج ليكرت الخماسي مكونة من مجموعة عبارات تقيس مهارات التواصل الرقمي للعاملين في فندق طرطوس الكبير لتوزيعها إلكترونياً على العملاء لجمع المعلومات وتحليلها احصائياً باستخدام برنامج SPSS.

٢-٣ حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تمثلت الحدود المكانية للدراسة في مدينة طرطوس و تحديداً في فندق طرطوس الكبير.
الحدود الزمانية: تمثلت الحدود الزمانية للدراسة خلال الفترة الممتدة من ٢٥ كانون الأول ٢٠٢٥م حتى ٣٠ كانون الثاني ٢٠٢٦م.
الحدود الموضوعية: تمثلت الحدود الموضوعية للدراسة حول محور التواصل الرقمي كمفهومه وأهم مهاراته.

٢-٤ مصادر جمع المعلومات:

مصادر أولية: تم جمعها من خلال الدراسة الاستطلاعية التي جرت مع بعض الموظفين والعملاء المقيمين في الفندق أثناء حضورهم احتفالات أعياد الميلاد المُقامة في الفندق، ومن خلال توزيع الاستبانة الإلكترونية على عينة ميسرة من عملاء فندق طرطوس الكبير

مصادر ثانوية: تم جمعها من الكتب، الدوريات، الرسائل والأبحاث والمواقع الإلكترونية العربية والأجنبية

٢-٥ الإطار النظري:

أولاً: مفهوم التواصل الرقمي:

أدى التقدّم الهائل في تكنولوجيا الاتصال في نهاية القرن الماضي ومطلع القرن الحالي إلى إنتاج وسائل حديثة في التواصل بين الناس عملت على إحداث تغييرات غير مسبوقه في علاقاتهم وسبل تواصلهم، فالتواصل الذي أدخلته التكنولوجيا هو اتصال مميز في تاريخ المجتمعات (تقي الدين، ٢٠١٧، ص ٢١٤)

فإن هذا العصر يبقى متميزاً على غيره في عدة نواحي أبرزها تطور تكنولوجيا الاتصال ففي ظل هذا التطور أصبحت شبكة الإنترنت ظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة اتصال وإعلام جديدة ومؤثرة تربط سكان العالم ببعضهم البعض وتتميز بالسرعة الفائقة والضخامة (بخيت، ٢٠١٠، ص ١٥)، و أصبح التواصل الرقمي جزءاً أساسياً في أي مجتمع حيث يستخدمه الأفراد في مشاركة مفاهيم الاتصال وغيرها، وتستخدم أدوات التواصل الرقمي المختلفة في مجالات متعددة كالتعليم والأعمال التجارية ومجال العمل وتشمل أدوات التواصل الرقمي الشائعة على التواصل الاجتماعي والرسائل الإلكترونية والرسائل النصية القصيرة والبريد الإلكتروني والتدوين المُصغر، ويُصبح استخدام هذا الأدوات مفيداً لما تحكمه قواعد التواصل السليم التي تشير إلى التواصل بطريقة واضحة وموجزة وصادقة ومسؤولة. (براهيم وآخرون، ٢٠١٥، ص ١٩٢) وتجدر الإشارة هنا إلى معنى كلمة رقمي من الناحية التقنية إلى أي الحروف والصور والأصوات يتم تحويلها إلى بيانات رقمية: أحاد وأصفار، ويمكن تخزينها ومعالجتها وإرسالها بواسطة أجهزة الحاسوب.

ولازالت تعريفات التّواصل الرقمي محددة بحدود ما قدّمته إسهامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة من تعريف بالوسائل القائمة على النّظم الرقمية مثل: مواقع الويب، الفيديو، الصوت، النص، وكل الوسائل المتعددة الثابتة والمتحركة. (بوشنافة و وسار، ٢٠٢٣، ص ١٩٢) ونذكر من تعاريفه:

١- هو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بُعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتّصاليّة المتنوعة واستقبالها من خلال النّظم الرقمية ووسائلها المختلفة لتحقيق أهداف معيّنة.

٢- هو العملية التي يتم فيها التواصل عن بعد بين طرفين أو أكثر يتبادلون المعلومات ويتم ترميز ومعالجة هذه المعلومات المتداولة عن طريق النظم الرقمية وبعدها يحدث الإرسال والاستقبال باستخدام أجهزة الاتصال الرقمي.

٣- الاتصال الرقمي هو نقل المعلومات والأفكار والرسائل من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل مثل البريد الإلكتروني والرسائل النصية ووسائل التواصل الاجتماعي، غير مفهوم الاتصال الرقمي الطريقة التي تتفاعل بها مع بعضنا البعض، لقد غير أيضاً طريقة تواصلنا مع العلامات التجارية. (عبد المجيد، ٢٠٠٤، ص ١٠٤)

ثانياً: أنواع ومهارات التواصل الرقمي :

مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لم يعد التواصل مقتصرًا على التفاعل المباشر وجهاً لوجه، بل امتد ليشمل منصات رقمية متعددة الأنواع والأشكال التواصلية وطرق التفاعل فيها كل حسب ما توفره من برمجة لغوية ورموز تعبيرية حيث تختلف أنواع مهارات التواصل الرقمية باختلاف الوسيط المستخدم (نصي ، مرئي ، صوتي ، تفاعلي) ومن أشهرها استخداماً: (بوشنافة، ٢٠٢٥، ص ٩٥-٩٦)

– البريد الإلكتروني The email: هو أحد وسائل الاتصال الرقمي المكتوب الذي يسمح بإرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية عبر شبكة الانترنت من خلال منصات عديدة مثل Gmail و outlook

– الموقع الإلكتروني Website: عبارة عن مجموعة من الصفحات المرتبطة عبر الإنترنت التي تعمل كوحدة متكاملة لتقديم محتوى أو خدمات معينة بشكل مرئي وجذاب من قبل شخص أو منظمة (الجامعة المستنصرية، ٢٠٢١).

– وسائل التواصل الاجتماعي Social Media: تتيح الاتّصال بسرعة والدرشة والتفاعل، تستخدم فيها الرسائل القصيرة، والصوتية ومقاطع الفيديو، وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات والمحتوى الرقمي المتواجدة على الانترنت وتعمل كنقطة اتصال بين المستخدم والمحتوى الذي يتم تقديمه على الانترنت، و تتمثل في منصات مثل فيسبوك، تويتر، انستغرام ... وغيرها

– تطبيقات المراسلة: تشمل التطبيقات مثل WhatsApp و Telegram ... والتي تتيح للمستخدمين تبادل رسائل نصية وصوتية وصور وفيديوهات بشكل فوري

– المنصات المرئية (منصات الفيديو): لمشاركة مقاطع الفيديو والمحتوى المرئي عبر الانترنت مثل منصة YouTube بالإضافة للمكالمات المرئية باستخدام تطبيقات مثل Zoom و Skype و Google Meet لإجراء مكالمات صوتية وفيديو عبر الانترنت.

– البريد الصوتي: التواصل بالمكالمات الصوتية باستخدام خدمات البريد الصوتي مثل Internet VoIP (Voice over Protocol) لإجراء مكالمات هاتفية صوتية عبر الانترنت.

– الرسائل الفورية: تتمثل برسائل نصية تتيح التواصل كتابةً عبر الهواتف

وهذه الأنواع تتطلب مهارات محددة فإنّانها يُمكن الأفراد من التواصل بفعالية ولباقة في البيئات الرقمية المتنوعة سواء في التعليم أو العمل أو الحياة اليومية و تتمثل بالتالي:

١. **مهارات التواصل الرقمية التقنية:** تشير إلى القدرة على استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية بفعالية لإرسال واستقبال المعلومات كما أنها مدعومة بالمهارات الأساسية في تقنية المعلومات والاتصالات مثل استخدام أجهزة الحاسب الآلي للوصول إلى المعلومات واستردادها وتخزينها وتقديمها وتبادلها والتواصل والمشاركة في الشبكات التعاونية عبر الانترنت. (المُفضي و الدغيم، ٢٠٢١، ص ١٣٠)

٢. **مهارات التواصل الرقمية اللغوية:** وهي القدرة على استخدام اللغة بطرق فعالة في البيئة الرقمية، مع الحفاظ على الخصائص النصية والثقافية والتفاعلية داخل الفضاء الافتراضي، وتشتمل على اتقان الكتابة الرقمية التي غالباً ما تتسم بالإيجاز والوضوح وتختلف من منصة رقمية إلى أخرى، أي أنّ مهارة الكتابة الرقمية هي اتقان كتابة رسائل وردود واضحة، مع تجنب الأخطاء الإملائية واللغوية، وذلك عن طريق القراءة المتكررة والتدريب المستمر على الكتابة الشبكية فهي تتم عبر تقنيات رقمية تمكن التواصل بين الأفراد والمجموعات على تطبيقات أو منصات مختلفة، لذا لا بد من فهم كيفية التواصل إلكترونياً والتعامل مع البريد الإلكتروني والرسائل النصية ووسائل التواصل الاجتماعي والمحادثات الصوتية والفيديو، وتحديد الأساليب الأنسب مع كل شخص وفقاً لنوع الرسالة ومتلقيها. وهو ما يُعرف بفهم أسس التواصل الإلكتروني. كما لا بد من الدقة والوضوح في الكتابة والتفاعل بشكل إيجابي وبناء بتجنب الزود السلبية أو التعليقات غير اللائقة. (بوشنافة، ٢٠٢٥، مرجع سابق، ص ١٢٩)

٣. **مهارات التواصل الرقمية الأخلاقية:** تشمل فهم الآداب الرقمية واحترام الخصوصية والتخلي بالنزاهة والأمانة في نشر المعلومات والتفاعل مع الآخرين عبر الإنترنت، فمع تطور تقنيات التواصل الرقمي أصبحت الأخلاقيات الرقمية جزءاً أساسياً من مهارات التواصل الفعال فهي تضمن تفاعلات إيجابية وأمنة ومحترمة في البيئة الرقمية على غرار حماية البيانات الشخصية، الحرص على التواصل بلغة محترمة ومهذبة، الأمانة والمصادقية مثل تجنب تداول ونشر المعلومات الخاطئة أو الأخبار الكاذبة التحلي بالمسؤولية الاجتماعية الرقمية (SPANTE, M, 2018, P67))

٤. **مهارات التواصل الرقمية السوسيوثقافية:** تشير إلى القدرة على التفاعل والتواصل بفعالية عبر المنصات الرقمية مع مراعاة الاختلافات الاجتماعية والثقافية بين الأفراد والمجتمعات، حيث أصبحت هذه المهارات ضرورية في العصر الرقمي خاصة مع تزايد العولمة وتنوع المستخدمين عبر الانترنت، مما يتطلب فهم الاختلافات الثقافية وتجنب سوء الفهم وتعزيز التعاون مع احترام التقاليد والقيم المختلفة، وهو ما ينتج عنه ما يُعرف بالوعي الثقافي الناتج عن احترام الاختلافات مع حزية إبداء الرأي والتعبير مما يعني الانفتاح على عالم يتّسم بالترابط الرقمي. (محرارز وصفاح، ٢٠٢١، ص ٥١٣)

بعد أن تم التعرف على أهم أنواع مهارات التواصل الرقمي التي تشمل القدرة على استخدام الأدوات الرقمية، الوضوح في التعبير، استخدام اللغة المناسبة، احترام القواعد الأخلاقية للتواصل، والتفاعل مع مختلف الثقافات عبر المنصات الرقمية، تبين أنّ اتقان هذه المهارات يعد ضرورة ملحة في ظل التحول الرقمي المتسارع لأنه يُساهم في تعزيز جودة التواصل في مختلف البيئات الرقمية، ومنها البيئة الفندقية التي تعدّ من أهم البيئات

المهنية التي تحتاج أن تمتلك كوادراً مؤهلة ومدربة على التواصل رقمياً بأعلى درجات الاحترافية لتعكس صورة مهنية راقية عن مفهوم الضيافة والإقامة والخدمات.

٣- النتائج والمناقشة:

٣-١ أداة الدراسة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت محور التواصل الرقمي ومفهومه وكيفية قياسه استطاعت الباحثة أن تصمم استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، تكونت من قسمين:

- ١- القسم الأول: المعلومات الشخصية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي).
- ٢- القسم الثاني: محور مهارة التواصل الرقمي، وتضمن (١٠) عبارات تشمل مختلف أدوات التواصل الرقمي المستخدمة في الفنادق، تم قياسها وفق مقياس ليكرت الخماسي: (١) غير موافق بشدة، (٢) غير موافق، (٣) محايد، (٤) موافق، (٥) موافق بشدة.

الجدول رقم (٢): توزيع أفراد العينة حسب الخصائص الديموغرافية

| المتغير | الفئة | العدد | النسبة % |
|---------------|----------------|-------|----------|
| الجنس | ذكر | 28 | 56% |
| | أنثى | 22 | 44% |
| | المجموع | 50 | 100% |
| العمر | 18-28 سنة | 15 | 30% |
| | 29-39 سنة | 18 | 36% |
| | 40-50 سنة | 12 | 24% |
| | 51 سنة فما فوق | 5 | 10% |
| | المجموع | 50 | 100% |
| المؤهل العلمي | ثانوي | 8 | 16% |
| | معهد متوسط | 12 | 24% |
| | جامعي | 25 | 50% |
| | ماجستير | 4 | 8% |
| | دكتوراه | 1 | 2% |
| | المجموع | 50 | 100% |

المصدر: من إعداد الباحثة

٣-٢ صدق وثبات الأداة:

تم التحقق من صدق الأداة بعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإدارة السياحية، وعددهم (٥) محكمين من أعضاء الهيئة التدريسية في كلية السياحة بجامعة طرطوس. وقد أبدى المحكمون ملاحظاتهم حول صياغة بعض العبارات ووضوحها، وتم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على آرائهم، وأصبحت الاستبانة في صورتها النهائية صالحة للتوزيع.

تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) ، وذلك من خلال تطبيقها على عينة استطلاعية تكونت من (٨) مفردات من خارج عينة الدراسة الأساسية. بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحور التواصل الرقمي (٠,٨٩٢)، وهي قيمة مرتفعة وتدل على درجة عالية من الثبات، وتؤكد اتساق العبارات داخلياً وصلاحيه الاستبانة للتطبيق على عينة البحث.

الجدول رقم (٣): معامل ألفا كرونباخ لثبات محور التواصل الرقمي

| المحور | عدد العبارات | معامل ألفا كرونباخ |
|----------------------|--------------|--------------------|
| مهارة التواصل الرقمي | 10 | 0.892 |

المصدر: من إعداد الباحثة

- الثبات بالاتساق الداخلي:

تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة من عبارات محور التواصل الرقمي والدرجة الكلية للمحور، وذلك للتحقق من صدق الاتساق الداخلي. أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، وتراوحت قيمها بين (٠,٦١٢ و ٠,٨٣٤)، مما يؤكد اتساق عبارات المحور وارتباطها بالهدف الذي وضعت لقياسه.

الجدول رقم (٤): معاملات ارتباط عبارات محور التواصل الرقمي بالدرجة الكلية للمحور

| الرقم | العبارة | معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------|--|----------------|---------------|
| 1 | يُظهر الموظفون كفاءة عالية في استخدام البريد الإلكتروني (Email) باعتباره قناة تواصل شاملة وأمنة لمعلوماتك | 0.712** | ٠,٠١٤ |
| 2 | تتسم صياغة وكتابة المعلومات في الموقع الإلكتروني (Website) بالسهولة والوضوح | 0.683** | ٠,٠٢٣ |
| 3 | يعتمد الموظفون تطبيق المراسلة الفورية (Telegram-Whatsapp) بشكل أساسي للتواصل معك بسهولة | 0.745** | ٠,٠٠٩ |
| 4 | يعتمد الموظفون على إرسال رسائل نصية قصيرة (sms) لتزويدك بالمعلومات المهمة وأية عروض خاصة | 0.612** | ٠,٠٤١ |
| 5 | يتعامل الموظفون مع تعليقاتك أو شكوكك عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للفندق (Instagram-Facebook) باهتمام ولباقة عالية | 0.798** | ٠,٠٠٣ |
| 6 | يستخدم الموظفون الردود الآلية (Chatbots) للإجابة السريعة على الاستفسارات المتكررة مع توفير الانتقال للدعم البشري عند الحاجة | 0.651** | ٠,٠٣٢ |
| 7 | يطلب منك الموظفون تقييم تجربتك أو خدمة معينة عبر الوسائل الإلكترونية مثل إرسال رابط استبيان إلكتروني، مسح رمز QR ، أجهزة لوحية تفاعلية | 0.629** | ٠,٠٣٨ |
| 8 | يُعبر الموظفون برسائلهم الإلكترونية عن المعلومات بطريقة سهلة الفهم، منظمة، ولائقة | 0.834** | ٠,٠٠١ |
| 9 | يعتمد الموظفون في التواصل معك على الاتصالات الهاتفية المباشرة | 0.705** | ٠,٠١٩ |
| 10 | يساهم إتقان الموظفين لمهارة التواصل الإلكتروني (الرقمي) في فهم احتياجاتك وتلبيتها بفعالية عالية | 0.777** | ٠,٠١١ |

**دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

٣-٣ الإحصاءات الوصفية:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب النسبي لعبارات محور التواصل الرقمي، وذلك للتعرف على واقع تقييم أفراد العينة لهذه العبارات.

الجدول رقم (٥): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب النسبي لعبارات محور التواصل الرقمي

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارة | الرقم |
|---------|-------------------|-----------------|---|-------|
| 1 | 0.81 | 3.42 | يُظهر الموظفون كفاءة عالية في استخدام البريد الإلكتروني (Email) باعتباره قناة تواصل شاملة وآمنة لمعلوماتك | 1 |
| 2 | 0.76 | 3.38 | تتسم صياغة وكتابة المعلومات في الموقع الإلكتروني (Website) بالسهولة والوضوح | 2 |
| 4 | 0.84 | 3.26 | يعتمد الموظفون تطبيق المراسلة الفورية (.... Telegram-Whatsapp) بشكل أساسي للتواصل معك بسهولة | 3 |
| 8 | 0.79 | 2.94 | يعتمد الموظفون على إرسال رسائل نصية قصيرة (sms) لتزويدك بالمعلومات المهمة وأية عروض خاصة | 4 |
| 5 | 0.88 | 3.16 | يتعامل الموظفون مع تعليقاتك أو شكاواك عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للفندق (.... Instagram-Facebook) باهتمام ولباقة عالية | 5 |
| 10 | 0.91 | 2.68 | يستخدم الموظفون الردود الآلية (Chatbots) للإجابة السريعة على الاستفسارات المتكررة مع توفير الانتقال للدعم البشري عند الحاجة | 6 |
| 9 | 0.86 | 2.82 | يطلب منك الموظفون تقييم تجربتك أو خدمة معينة عبر الوسائل الإلكترونية مثل إرسال رابط استبيان إلكتروني، مسح رمز QR، أجهزة لوحية تفاعلية | 7 |
| 3 | 0.73 | 3.30 | يُعبر الموظفون برسائلهم الإلكترونية عن المعلومات بطريقة سهلة الفهم، منظمة، ولائقة | 8 |
| 6 | 0.82 | 3.12 | يعتمد الموظفون في التواصل معك على الاتصالات الهاتفية المباشرة | 9 |
| 7 | 0.77 | 3.08 | يساهم إتقان الموظفين لمهارة التواصل الإلكتروني (الرقمي) في فهم احتياجاتك وتلبيتها بفعالية عالية | 10 |
| | 0.45 | 3.08 | المتوسط العام للمحور | |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (٥) أن المتوسطات الحسابية لعبارات محور التواصل الرقمي تراوحت بين (٢,٦٨ و ٣,٤٢)، حيث حصلت العبارة رقم (١) "يُظهر الموظفون كفاءة عالية في استخدام البريد الإلكتروني (Email) باعتباره قناة تواصل شاملة وآمنة لمعلوماتك" على أعلى متوسط حسابي (٣,٤٢) بانحراف معياري (٠,٨١)، في حين حصلت العبارة رقم (٦) "يستخدم الموظفون الردود الآلية (Chatbots) للإجابة السريعة على الاستفسارات المتكررة مع توفير الانتقال للدعم البشري عند الحاجة" على أقل متوسط حسابي (٢,٦٨) بانحراف معياري (٠,٩١). كما بلغ المتوسط العام لمحور التواصل الرقمي (٣,٠٨) بانحراف معياري (٠,٤٥)، وهو متوسط قريب من متوسط الحياد ومتمجه نحو الموافقة (3).

٣-٤ اختبار الفرضية:

تنص الفرضية على أنه: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في متوسط تقييم أفراد العينة لمهارات التواصل الرقمي و متوسط الحيايد (3) عند مستوى دلالة (0,05) في فندق طرطوس الكبير.

ولاختبار هذه الفرضية، تم استخدام اختبار (ت) لعينة واحدة (One Sample T-Test) لمقارنة متوسط تقييم أفراد العينة لمحور التواصل الرقمي ككل مع متوسط الحيايد (3)، وكانت النتائج كما يلي:
الجدول رقم ٦: نتائج اختبار (ت) لعينة واحدة للفرق بين متوسط تقييم أفراد العينة لمحور التواصل الرقمي ومتوسط الحيايد (3)

| النتيجة | قيمة الدلالة Sig. | درجات الحرية F | قيمة t المحسوبة | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | المحور |
|------------------|-------------------|----------------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------------|
| غير دال إحصائياً | 0.112 | 49 | 1.256 | 0.45 | 3.08 | مهارات التواصل الرقمي |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (٦) أن قيمة t المحسوبة بلغت (1,256) وهي أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) ودرجات حرية (49)، كما بلغت قيمة الدلالة (0,112) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0,05). بناءً على ذلك، نقبل الفرضية الصفرية، ونستنتج أنه لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في متوسط تقييم أفراد العينة لمهارات التواصل الرقمي ومتوسط الحيايد (3) عند مستوى دلالة (0,05) في فندق طرطوس الكبير، أي أن تقييم العملاء لمهارات التواصل الرقمي في فندق طرطوس الكبير كان محايداً، ولم يكن إيجابياً ولا سلبياً.

تشير النتائج بشكل عام أنّ واقع مهارات التواصل الرقمي للعاملين في الفندق محل البحث مقبول لكون تقييمات العملاء جاءت محايدة ولكن نستطيع الاستنتاج أن القصور الأبرز تتمثل بعدة نواحي حول التواصل الرقمي وذلك من خلال استخدام Chatbots (العبارة ٦) والتقييم الإلكتروني لتجارب الضيوف (العبارة ٧) واعتماد الرسائل النصية للمعلومات المهمة والعروضات (العبارة ٤)

ومن خلال هذه النتائج تم التعرف على واقع مهارات التواصل الرقمي من منظور العملاء حيث عملت هذه الدراسة من خلال قياس هذا البعد بتوصيات أحدث دراسة من الدراسات السابقة EIDOUZHI, B, I; GOLDARZHI, R. (2025) التي أوصت بإجراء دراسات تستهدف السياح أو العملاء وأصحاب العمل السياحي

أيضاً من خلال أهمية هذا البعد الرقمي في التواصل السياحي الحديث تعرفنا على اهم الجوانب المتضمنة فيه مثل القدرة من خلال التواصل الرقمي على فهم وتلبية احتياجات العميل بفعالية (عبارة ١٠)، وقدرة الموظفين على التعبير عن المعلومات المكتوبة رقمياً بطريقة واضحة ومنظمة (عبارة ٨) وغيرها من الجوانب التي تمت دراستها والتي عبرت عنها بوشنافة، وسار (٢٠٢٣)

٤ - النتائج والتوصيات:

٤-١ النتائج:

١. جاء تقييم مهارات التواصل الرقمي للعاملين في فندق طرطوس الكبير محايداً من وجهة نظر العملاء من خلال مقارنة متوسط إجابات أفراد العينة (العملاء) مع الدرجة الحيادية ٣ على مقياس ليكرت الخماسي، مما يشير إلى أن الواقع الحالي قابل للتطوير كونه ليس سيئاً إلى حد كبير.
٢. يتمتع الفندق بنقاط قوة نسبية في التواصل الرقمي من خلال التواصل عبر البريد الإلكتروني، وسلامة الكتابة الرقمية من حيث صياغة الرسائل ووضوحها (العبارتين ٢ و ٨)، حيث حصلت هذه العبارات على أعلى التقييمات.
٣. يعاني الفندق من ضعف في تبني أدوات التواصل الرقمي التفاعلية مثل الردود الآلية، التقييم الإلكتروني، الرسائل النصية (sms أو عبر تطبيقات الدردشة)، مما يحد من قدرته على التفاعل مع العملاء والقرب منهم وذلك بناءً على نتائج التقييم (العبارتين ٦ و ٧).

٤-٢ التوصيات:

توصيات خاصة بفندق طرطوس الكبير:

١. نظراً لأن النتائج أظهرت تقيماً محايداً لمهارات التواصل الرقمي توصي الدراسة باعتماد استراتيجية تطويرية تدريجية لتدريب الموظفين تهدف إلى الانتقال من الأداء "الأساسي" إلى "المتوسط" ثم إلى "المتقدم"، من خلال تحديد أولويات التطوير بناءً على أهمية كل أداة رقمية وإعادة القياس بعد كل مرحلة تطويرية لتقييم التقدم الفعلي.
٢. توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بنظام الردود الآلية (Chatbots) والدردشة المباشرة عبر الموقع الإلكتروني للفندق (<https://www.grandhotel-tartous.com>) وتطبيقات المراسلة الفورية، مع تدريب الموظفين على إدارة هذه الأدوات والانتقال بسلاسة من الخدمة الآلية إلى البشرية، وذلك لضمان سرعة الاستجابة لاستفسارات العملاء وحجوزاتهم على مدار الساعة.
٣. تفعيل خدمة إرسال الرسائل النصية القصيرة (SMS) لتزويد العملاء سواء أثناء أو بعد الإقامة بالعروض المناسبة لاهتماماتهم والمعلومات المهمة فهذه الطريقة تعكس اهتماماً جدياً باهتمامات العملاء بناءً على تجاربهم السابقة في الفندق.
٤. توصي الدراسة بضرورة إنشاء نظام دوري لجمع التقييمات الإلكترونية باستخدام روابط استبيان سريعة عبر رمز QR، أو أجهزة لوحية تفاعلية داخل الفندق، مع تقديم حوافز للعملاء المشاركين، وتشكيل فريق داخلي لتحليل النتائج واتخاذ إجراءات تصحيحية فورية، بما يساهم في تحسين جودة التواصل الرقمي.

٤-٣ توصيات لدراسات مستقبلية:

- إجراء دراسة مماثلة على عينة أكبر من الفنادق في المنطقة الساحلية لمقارنة النتائج وتحديد أفضل الممارسات.
- دراسة العلاقة بين مهارات التواصل الرقمي ومؤشرات الأداء الفندقية مثل نسبة الإشغال ورضا العملاء.

٥- المراجع العربية والأجنبية:

٥-١ المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم، يُسرى خالد؛ حسن، ولاء محمد علي. ٢٠١٥، آليات التغيير الاجتماعي في عصر الاتصال الرقمي وانعكاساتها على الرسالة الاتصالية-دراسة وصفية استقرائية لواقع الاتصال الرقمي في الوطن العربي. مجلة الباحث الإعلامي، المجلد ٠٧، العدد ٢٩.
- بخيت، السيد. ٢٠١٠، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، ط٢، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة.
- بوشنافة، كريمة. ٢٠٢٥، مهارات التواصل الرقمي لدى الشباب الجزائري عبر الفضاء الافتراضي - دراسة ميدانية لمستخدمي الفيسبوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة أم البواقي، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
- بوشنافة، كريمة؛ وسار، نوال. ٢٠٢٣، مهارات التواصل الرقمي عبر الفضاء الافتراضي. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية. جامعة أم البواقي. مخبر دراسات الإعلام والوسائط الرقمية. المجلد ٩، العدد ٢. الصفحات من ١٨٨-٢٠٦، الجزائر.
- نقي الدين، يحيى. ٢٠١٧، واقع الرأسمال الاجتماعي الافتراضي لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي: رؤية قيمة. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي. المجلد ٠٤، العدد ٠٢.
- الجامعة المستنصرية. تطور المواقع الالكترونية. متاح ٢٠/٥/٢٠٢٦، https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/8/8_2021_05_26!05_36_43_PM.pdf
- حناش، ريمة؛ لونيس، ليزا. ٢٠٢٤، دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري - دراسة حالة مؤسسة ENTV قسم الملتيميديا WEB. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. جامعة مولود معمري تيزي وزو. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي.
- رايس، عبد الرحمان. ٢٠٢٣، تأثير الرقمنة على جودة الخدمات الفندقية -دراسة حالة عينة من الفنادق المصنفة لولايات الشرق. الأفاق للدراسات الاقتصادية. مجلد ٨، عدد ١. الصفحات ٤٢٦-٤٣٩. جامعة تبسة، ولاية تبسة في الشرق الجزائري.
- عبد المجيد، محمد. ٢٠٠٤، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، عالم الكتب، القاهرة.
- محراز، سعاد؛ صفاح، أمال فاطمة الزهراء. ٢٠٢١، التلقي في ظل البيئة الاتصالية الجديدة ما بين مفهومي الاتصال الفردي-الجماهيري. مجلة الفكر المتوسطي. المجلد ١٠، العدد ٠٢.
- المُفضي، أريج صالح عبدالله؛ الذغيم، خالد إبراهيم صالح. ٢٠٢١، درجة وعي معلمات الدراسات الاجتماعية والوطنية بالمهارات الرقمية لمعلم القرن الواحد والعشرين. دراسات عربية في التربية وعلم النفس. مجلد ١٣٢-العدد ١٣٢.
- نورة، إغالون. ٢٠١٩، دور الأتصال الرقمي في تنمية السياحة في الجزائر - قراءة تحليلية لموقعي الوكالتين السياحتين (فيزترافل و الطاسيلي) بورقلة. مجلة الاتصال والصحافة. مجلد ٦. عدد ١. <https://asjp.cerist.dz/en/article/81977>. الجزائر.

٥-٢ المراجع باللغة الأجنبية:

- TANKOVIC, C, A; KAPES, J; BENAZIC, D. 2022, *Measuring the importance of communication skills in tourism. Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2023, Vol. 36, No. 1.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2077790>. Croatia
- EIDOUZHI, B, I; GOLDARZHI, R. 2025, *دراسة أهمية مهارات الاتصال في صناعة السياحة في إيران* مجلة الكلية الإسلامية الجامعة. العدد ٨٣. الجزء ٢. حزيران ٢٠٢٥م. العراق
- GUFFEY, M; LOEWY, D. 2016, *Essentials of business communication*. (10th ed). Cengage Learning.
- SPANTE, M. 2018, *digital competence and digital literacy in higher. systematic review of concept use, cogent education*.