

أثر المهارات الناعمة ومهارة اللغة في زيادة توظيف خريجي كلية العلوم السياحية

إيمان قاسم ذيبان

قسم الدراسات السياحية، كلية العلوم السياحية، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

Email: iman.k.thiban@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6859-2274>

المستخلص

معلومات البحث

تواريخ البحث:

التقديم: 2024 / 03 / 25

المراجعة: 2024 / 11 / 01

قبول النشر: 2024 / 06 / 27

نشر الكتروني: 2024 / 12 / 01

تسلسل الصفحات: 50 - 58

يسلط بحثنا هذا الضوء على العاملين في القطاع الخاص. وأخص بالذكر منهم خريجي كليتنا العاملين في الشركات السياحية الأهلية. وقد عمدنا إلى اختيارهم عينات لدراستنا هذه، وما يهمنا هنا توضيح التالي: كيف يستفاد هؤلاء الخريجين من المهارات الناعمة ومهارة اتقان اللغة الأجنبية (أو أكثر من لغة) من أجل الحصول على وظيفة معينة مستقلة أو الحصول على وظيفة أفضل إذا كان يعمل في وظيفة بسيطة أو ذات دخل محدود. وهنا يأتي دورنا للإجابة على مثل هذه التساؤلات ضمن استبانة مُعدة لهذا الغرض.

الكلمات المفتاحية:

المهارات الناعمة، اللغة، الخريجين، القطاع الخاص، الشركات السياحية.

المراسلة:

أسم الباحث: إيمان قاسم ذيبان

Email:

iman.k.thiban@uomustansiriyah.edu.iq

1. المقدمة

أصبح عمل الخريجين اليوم مطلباً لا غنى عنه وأساساً لبناء حياة كريمة ومستقبل مشرق. إذ يفتح العمل أفقاً لأعمال أخرى ومجالات أخرى تساعد الخريج على خط مسار معين والتميز فيه. وتسعى الدولة بصورة عامة إلى الاهتمام بالخريج وتوجيه توجيهاً صحيحاً لأنها تدرك جيداً أن مستقبلها يبدأ منه. ومن هنا، استمد هذا البحث أهميته ومكانته؛ فهو بحثٌ متخصص في خيارات الخريج وطموحاته وتعليمه تعليمياً صحيحاً وإلزامه بفعل الصواب واحترام قوانين العمل وآلياته. ومن الأمور التي تساعد الخريج على البدء ببداية سليمة في مجال العمل: المهارات الناعمة. ونقصد بها الامكانيات التي يمتلكها قبل الحصول على وظيفة ما. وكلما كان الخريج مُتقناً لمهاراته، كلما ازدادت فرص حصوله على الوظائف أكثر من غيره. وهناك مهارات أخرى لا تقل أهمية عن تلك الناعمة، ألا وهي المهارات اللغوية وأتقان اللغة. ففي الوضع الراهن، أصبحت اللغة واحترافها عامل جذب في القطاعين العام والخاص. وقد لا نتفاجأ عندما نرى عدداً من خريجيننا يتهاافت على تعلم اللغة وإتقانها. ومن المهم التذكير بأن لهذا البحث علاقة بعمليتنا الميداني في قطاع الشركات السياحية وما لمسناه من إيجابيات ومعوقات فيه. وكيف يكافح بعضاً من خريجيننا لأثبات ذاته والتشبث بالعمل هناك. في النهاية، نحاول عبر هذا البحث الوقوف على المشكلات والمعوقات التي تقف حائلاً دون صيرورة عمل الخريج وتطوره ورُقيته. إذ سيسلط هذا البحث أيضاً الضوء على أهم الصعاب التي تواجههم عن طريق استبانة أعدت لهذا الغرض. كما سنسعى إلى إيجاد الحلول وفق الطرق الأكاديمية المنهجية. نأمل إن تكون هذه الدراسة معيلاً لدراسات أخرى تهتم بالخريجين وتبحث عن الارتقاء بواقع عملهم.

2. أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في انطوائه على مادة علمية تدرس بدقة مهارات الخريجين وامكانياتهم ومدى الحصول على الدعم الكافي لتطويرها. إذ يتطرق هذا البحث بشكل مباشر وملحوس إلى أهم الجوانب التي تركز على الأداء الوظيفي لهم وسبل تنميته بصورة صحيحة. وعموماً، يكشف هذا البحث المسار المميز الذي ينتجه العاملون-الخريجون في سبيل المضي قدماً بعملهم. ويكشف أيضاً الرؤى الصائبة التي تنتهجها الدولة لخريج اليوم.

3. أهداف البحث

- 1- تسليط الضوء على كلية العلوم السياحية وخريجها.
- 2- تحديد المعوقات التي تؤثر سلباً على سير العمل والسعي إلى إيجاد الحل الناجع لها.

3- الوقوف على حاجات الخريجين ومهاراتهم بوصفهم اللبنة الأساس للبناء السليم والممنهج.

4- معاينة العمل التنفيذي عن كثب والسعي دوماً لسرعة إنجاز العمل ودقة الأداء.

4. الاطار النظري

1.4 المهارات الناعمة

ويقصد بالمهارات الناعمة الامكانيات التي يمتلكها الفرد (العامل) من أجل تطوير عمل المؤسسة التي يعمل بها والسعي الى انجاحها والحفاظ على مكانتها. وتتعلق هذه المهارات أيضاً بكيفية تكوين العلاقات الناجحة مع الآخرين والتعامل الايجابي معهم. وتعرف أيضاً بالتالي:

المهارات الناعمة هي تلك المهارات التي يبحث عنها سوق العمل في الخريجين من البرامج التعليمية المختلفة.[1] ومن أهم أشكال المهارات الناعمة:

1- مهارات التنظيم والتخطيط: المقدرة على تخطيط إدارة الوقت والمهام واتخاذ القرارات المناسبة.

2- مهارات العمل داخل الفريق: إدارة وتمثيل المجموعة في العمل.

3- مهارات التواصل: التعامل مع القياديين والزلاء في العمل بلطف وللمثل مع المستفيدين.

4- مهارات التأقلم والمرونة: التكيف مع بيئة العمل واستيعاب متطلباته.

5- مهارات التفكير الناقد: المقدرة على تقييم وتحليل المعلومات والافكار بشكل منطقي بغض النظر عن مصدرها.

6- مهارات إدارة الازمات: المقدرة على إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات وكيفية التعامل مع المواقف الصعبة.

ونلاحظ، بعد التعرف على هذه المهارات وأنواعها، بأن قسماً كبيراً منها يجهله الخريج أو العامل. إذ لا يحسن الاثنان التعاطي مع مجريات العمل وتطوراتها. فنراه يخفق في تطوير أمكانياته وان كانت بداياته صحيحة ونراه يعزف عن ممارسة الانشطة الاخرى التي تسهم في تكوين مساره الخاص كأن يكون فرصة تدريبية أو أيفاد أو دورات تأهيلية... الخ. ومن هنا نقول لا بد من المضي قدماً والانكفاء على العمل المؤسسي والرقمي والتميز فيه.

2.4 المهارات اللغوية

ويقصد بها مهارات تعلم اللغة والقدرات التي تسمح للفرد بفهم وتكوين لغة منطوقة تسمح بالتواصل الشخصي الفاعل مع الآخرين. وتتلخص هذه المهارات بالتالي: الاستماع، الحديث، القراءة والكتابة (LSRW).

ويخص هذا التعلم اللغوي المبتدئين وأهل البلد الام الذي يتلقى هذه المهارات منذ صغره.

وما يهمننا من هذه المهارات هو كيفية تسخيرها لتعلم اللغات الاخرى. إذ تتطور هذه المهارات باتجاهين: الادب واللغة.

الادب: وهو دراسة النصوص التي ترقى الى مستوى عالٍ جداً من أمثال: أعمال شكسبير الانجليزية وهيوغو الفرنسية.

أما اللغة، فيأتي تعلمها بالطرق التالية:

1- ارتكاب الاخطاء وعدم الخوف منها

2- حفظ الكلمات وتدوينها ومزجها مع اللغة الام في الحياة اليومية.

3- الحفاظ على الخزين المعرفي الاكاديمي وتطويره. إذ "تعد اللغات الأجنبية من الأدوات الهامة للتواصل وتبادل الثقافات المختلفة بين الشعوب وتحديث بها الاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين". [3]

للأسف، قد لا يساعد المستوى المتدني لبعض الخريجين على إتقان اللغة لتكون الخطوة لمن هم أقوى منهم لغوياً. ومثل هذه المشكلة نراها لدى خريج العلوم السياحية. إذ يسعى الاخير للحصول على وظيفة ومن ثم تطوير مهاراته اللغوية وهذا شيء خاطيء.

ونلاحظ بان تعلم اللغات يكون ذا أهمية خاصة. إذ: "يتميز الشخص الذي يتقن العديد من اللغات بالانفتاح الكبير على العديد من الثقافات المختلفة، وهذا ما يمنحه قدرة كبيرة على التفكير المنطقي وحل مختلف المشكلات العالقة، وذلك لانه يُحرص على رؤية الأمور بحجمها بعيداً عن كل المؤثرات الخارجية"[2]

3.4 تسويق خريج كلية العلوم السياحية

تحت هذا العنوان الفرعي المهم، سنلاحظ جملة من الامور التي تخص حصراً كلية العلوم السياحية وطلبتها.

فهناك أربع محاور يتخصص فيها طالب ثم خريج كليتنا ليطمئن عن الكليات الأخرى، هي:

1.3.4 الإدارة

اغلب المنهاج المُعد للطلبة هو الادارة. وتساعدهم الاخرة في رسم سياستهم الواقية لما بعد التخرج.

2.3.4 اللغات:

يدرس الطالب اللغة الانجليزية لمدة أربع سنوات واللغة الفرنسية مدة سنتين، ليتعلم في غضون ذلك، المحادثة والقواعد وحفظ المفردات... الخ.

3.3.4 مواد التخصص والعلوم الأخرى

الإحصاء والاقتصاد والاستثمار والمحاسبة... الخ.

وبعد الزيارات الميدانية والتواصل الحثيث مع الخريجين العاملين وأرباب العمل مدة ثلاث سنوات، أكتشفنا:

1- خريج كلية العلوم السياحية يعمل على جانب واحد ليكتفي به ولا يبحث أبداً (أطلاقاً) عن تطوير الذات أو يخطو خطوة واحدة الى الامام.

2- عمل البعض من أجل الأجرة أو الاجر من دون الرغبة الحقيقية في العمل.

3- ليس لديه روح المنافسة مع الخريجين الآخرين وذوي التخصص من اللغات والإدارة.

- 4-الانخراط في المعاهد العالمية للغات بعدَ التخرج يأتي بنسبة 3-5%. وليس هناك أي نية لتطوير مهارات اللغة أو الاستفادة منها.
- 5-الاهمال ثم الأهمال ثم الإهمال للزي الرسمي وللمتطلبات مدراء العمل.
- 4.4 كيف أصنع خريجاً علمياً سياحياً ناجحاً في سوق العمل**
للإجابة عن هذا السؤال، نذكر مجموعة من النقاط أهمها:
- 1-الحصول على وظيفة مؤقتة (70-75%) يحصل عليها وهو طالب ليتمسك بها لما بعد التخرج) ومن ثم حث الخريج على فتح أفاق التواصل مع كبرى الشركات في القطاع السياحي والفندقي.
 - 2-غرس روح المنافسة فيه وتعزيز احترامه لمدير العمل (واحترام توجيهاته) والسعي الى تطوير مهاراته الناعمة وخبراته ومؤهلاته.
 - 3-زج الخريجين في فرص التدريب المجانية لكونها فرص لا تعوض أبداً.
 - 4- التركيز على المهارات التي لا يمتلكها الفرد- العاملواكتساب مهارات الجديدة.
 - 5-التعرف على مُحدثات سوق العمل وزج الخريجين الجُدد فيها.
 - 6-البحث عن الوظيفة التي تُناسب مؤهلاتك (لا اختصاصك فقط)، أي كخريج (بلا خبرة ولا مؤهلات)، قم بعمل قائمة لما ينبغي تعلمه الان وفي المستقبل.
- 5.4 أهمية المقابلة للعمل وأهميتها**
من الفرص المهمة التي يسعى لها الخريج هي المقابلة. وأهم شيء فيها هو الانطباع الاول. اذ ينبغي علينا أولاً فهم زي المقابلة: زيّ بسيط وأنيق، أي بلا مبالغة، بلا ألوان صارخة. ونعرف المقابلة : هي تقنية تواصل بين الأشخاص لتبادل الأفكار بين شخصين. كلمة "مقابلة" مشتقة من الكلمة الفرنسية "entrevue" أو "entrevior"، والتي تعني "رؤية بعضنا البعض" أو "لقاء" (وفقاً لقاموس ويبستر الجامعي الجديد [4])
ويأتي الانطباع الثاني الذي يتلخص بالتالي:
: أهم شيء هو الانطباع الاول. زي المقابلة: بلا مبالغة، بلا ألوان صارخة، زيّ بسيط وأنيق. في المقابلة: (أبتسامة، جلوس، الأجابة عن الاسئلة، الابتعاد عن ألقاء النكات، تلافي العيوب...الخ).
ويتلخص الانطباع الثالث والاخير في سؤال يحدده المسؤول ليتعرف على ثقافة المقابل وخبراته ومؤهلاته.
ولدينا مجموعة من النقاط التي تخص المقابلة، أهمها:
- 1-الابهار في المقابلة والتقصي قبل المقابلة.
 - 2-الصدق: معيار المُفاضلة لا بل أهمها. والتميز في العمل.
 - 3-التخلي عن ألوهام والتشبث بالوظيفة الحكومية. فقد بات حصول الخريج فوراً على وظيفة...أمراً شبه مُستحيل أن لم يكن مُستحيلاً.
 - 4- التمسك بالوظيفة المؤقتة لحين أيجاد البديل
 - 5- استخدام القروض الصغيرة والمتوسطة والابتعاد عن القروض الكبيرة
 - 6-الاهتمام ثم الاهتمام بفرص التدريب المجانية.
 - 7-الاهتمام (بالبطال النخبة) الذي يصبح (خريج النخبة)، لأنهم سيختص بفرص العمل أكثر من غيره.
- 6.4 المعوقات والسلبيات التي تواجه خريجي اليوم**
ينبغي على الخريج الحفاظ قدر المستطاع على سمعته الطيبة في اوقات العمل. بالتالي ، فهناك جملة من السلبيات عليه الابتعاد عنها :
- 1- الشركات الوهمية شركات صغيرة تسعى الى الربح السريع وعادة ما تكون غير معروفة. لذا، ينبغي التحقق من الشركة قبل العمل فيها.
 - 2- وسائل التواصل الاجتماعي والترويج للأعمال غير الصحيحة: تُعرف هذه الوسائل بأنها: بأنها التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تُستخدم للتواصل مع الآخرين، ونشر المعلومات عبر شبكة الإنترنت العالمية من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة. وعادة ما تكون هذه الوسائل سلاح ذو حدين. وينبغي على الخريج هنا ايضا التحقق من اعلانات العمل والوظائف قبل اللجوء اليها. -آفة المُخدرات ومكافحتها: باتت هذه الآفة خطراً مُحدقاً بشباب اليوم. لذا، لا بد من الوعي والحذر من أولئك المروجين الذين يسعون الى استغلال الآخر والكسب غير المشروع.
- 5. الجانب العملي الدراسة الميدانية**
1.5 الاستبيان: أهميته ودوره في البحث
لقد سَلطَ هذا البحث الضوء على العاملين في القطاع الخاص لكونهم اللبنة الاساس فيه وخير من يرقى بمستواهويسعى إلى تنمية عمله. إذ يمتلك هؤلاء القدرة على الإحاطة بعمل الشركات السياحية و بمفاصلها المهمة وهم أفضل من يجيب على معوقات العمل وصعوباته. لذلك، عمدنا إلى اختيارهم عيناتٍ لدراستنا لكونهم كفؤين جداً بعملهم وذوي خبرة قصيرة او متوسطة. ولا تتطوي هذه الاستبانة على مجموعة من الخريجين الجُدد العاملين فحسب بل أنها شملت أيضاً عدداً من المدراء وأولئك الخريجين بلا عمل.
وقد استخلص هذا الاستبيان إلى الآتي:

أذ تتلخص هذه المحاور الاربعة للاستبانة بخريجي الكلية الحاصلين على فرص عمل في القطاع الخاص وواقع عملهم كما انها تتلخص ايضا بمعرفة السبل والاليات لتطوير مهاراتهم. أما القسم الثاني، فهم الخريجون الذين يبحثون عن فرص عمل لهم. والقسم الثالث، هم مدراء العمل والمسؤولون المباشرون المُشرفون على عمل الخريجين الجدد أولاً بأول.

جدول (1) محور الكفاءة العلمية:

ت	مضمون المحور	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
1	يملك الخريجون القابلية العلمية لتطوير مستواهم في العمل	نعم نوعاً ما -	22 3 -	88% 12% -
		المجموع	25	100%
2	نجح الخريجون في إثبات كفاءتهم في العمل بوقت قياسي.	نعم نوعاً ما كلا	7 12 6	28% 48% 24%
		المجموع	25	100%
3	نجح الخريجون في تطوير مهاراتهم الخاصة وتوظيفها لخدمة عملهم.	نعم نوعاً ما كلا	1 9 15	4% 36% 60%
		المجموع	25	100%
4	نجح خريجو النخبة أو الاوائل في فرض أنفسهم في مجال العمل وتميزوا في العمل أكثر من اقرانهم.	نعم نوعاً ما كلا	4 16 5	16% 64% 20%
		المجموع	25	100%

يظهر الجدول أعلاه جانباً لا غنى عنه في عمل القطاعين الخاص العام. ويعد هذا الجدول اساساً للإجابة على عنوان البحث الرئيس. أذ يستند العمل أولاً على الكفاءة العلمية وما اكتسبه الخريج من دورات وفرص تدريبية مجانية طوال دراسته الجامعية. وسنلاحظ في النقاط أدناه تحليلاً لأجوبة الخريجين العاملين منهم وغير العاملين لهذا المحور فضلاً عن أجوبة مدراء العمل والمسؤولين المباشرين.

ولعل أهم نقطة من نقاط هذا المحور هو امكانيات الخريجين العلمية وقابليتهم على تطوير العمل. وجاءت الفئة (نعم) في المقدمة بنسبة (88 %) وبواقع (22) تكرارات، تلاها الفئة (نوعاً ما) بنسبة (12 %) وبواقع (3) تكرارات في حين كانت الفئة (كلا) (صفرًا).

ونلاحظ، عبر هذه النسبة العالية للفئة (نعم)، بأن العاملين جميعهم اتفقوا على امكانيات تطوير العامل المتخصص اليوم.. ويمكننا التعقيب بأننا نتفق تماماً مع الحكمة التي تقول بأن العمل عصب الحياة. فقد غيرت السنوات الاخيرة من رؤية الخريجين وكيف ان البعض منهم بات يفضل القطاع الخاص لإيجابياته وانفتاحه.

وينطبق الأمر ذاته على النقطة رقم (2) التي تخص مدى أثبات الخريجين لكفاءتهم في العمل. تبين أن الكثير منهم نجح ولكن (مع الاسف) ليس بوقت قياسي. فقد ظهرت الفئة (نوعاً ما) التي حازت على نسبة (48 %) وبواقع (12) تكرارات في أعلى السلم تلاها الفئة (نعم) بنسبة (28 %) وبواقع (7) تكرارات، ومن ثم الفئة (كلا) بنسبة (24%) وبواقع (6) تكرارات. وفيما يتعلق بالنقطة الثالثة، التي تخص نجاح الخريجين في تطوير مهاراتهم الخاصة من عدمه، نلاحظ تسويق البعض لمهاراتهم، اما البعض الآخر، فبقِي مُتشبهاً بمستواه العلمي البسيط وهو ما يجعله عُرضةً لخسارة وظيفته او لعدم توظيفه. ولم يبق سوى النقطة الرابعة التي تبين امكانية فرض خريجو النخبة لأنفسهم أكثر من غيرهم. أذ نفهم من هذه النقطة بأن هناك تقبل للنخبة وهناك اشادة بهم في بعض المواقف (وأن كانت قليلة).

ونفهم من هذه النقطة أيضاً رغبة المسؤولين المشرفين للاهتمام بهذا الجانب الحيوي. إذ لا بد من أن يكون هناك تسويقاً مستمراً لخريجي النخبة. أذ يشكل هذا التسويق رافداً مهماً يسمح بزيادة واردات المؤسسات ويصب في خدمة الصالح العام. وتعقيباً على الجدول (1)، نوضح أن محور الكفاءة العلمية، كان محوراً ناجعاً من أجل تسليط الضوء على معوقات وتحديات سير العمل. فقد كشف هذا المحور عن اجماع مدراء العمل لضرورة تطوير الخريجين من كفاءتهم العلمية. ولاحظوا بأن البعض منهم لم يصمد في سوق العمل بسبب من مستواه العلمي البسيط.

. وأخيراً، أوضح هذا المحور أيمان الكثيرين من المشرفين المباشرين بخريجي النخبة الى جانب ايمانهم بالتعاون المثمر والعمل الجماعي وبمقدرتهم على التغيير من أجل المحافظة على سمعتهم وأسهمهم في قطاع السياحة المضي قدماً بتوظيف الآخرين.

جدول (2): محور التوظيف والعمل:

ت	مضمون المحور	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
1	هناك اهتمام بالجانب التكنولوجي وبرامج الحاسوب والمهارات الناعمة لدى الخريجين إثناء مزاوتهم لعملهم.	نعم نوعاً ما كلا	18 3 4	76% 8% 16%
		المجموع	25	100%
2	هناك روح التعاون والألفة بين الخريجين الجدد والعاملين	نعم نوعاً ما كلا	6 18 1	24% 72% 4%
		المجموع	25	100%

3	يتقن الخريجون اللغة الانجليزية والفرنسية وفن المحادثة مما ساعد على تحسين مستوى العمل.	نعم نوعاً ما كلا	18 3 4	76% 12% 16%
		المجموع	25	100%
4	هناك اهتمام بالمظهر الخارجي واللباقة لدى الخريجين	نعم نوعاً ما كلا	3 13 9	12% 52% 36%
		المجموع	25	100%

لعل أهم الجوانب التي ترافق عمل الموظف المهني الجديد هو الجانب التكنولوجي. فقد دخلت التكنولوجيا إلى العالم الوظيفي. واليوم، باتت جزءاً لا يتجزأ من كينونته. وساعدت الوسائل الحديثة والانفجار العلمي على فتح آفاق لم تكن متاحة إطلاقاً في الثمانينيات أو التسعينيات من القرن العشرين. هكذا، اهتمت شركات القطاع الخاص بهذا الجانب لكونها المسؤولة عن حجز التذاكر والوجهات العالمية والحج والعمرة... الخ بهذا الجانب وعدته لازمة من لوازم عملها. فبالطبع، من لا يتقن الحاسوب، لا مكان له للعمل فيها.. وقد دأبت أيضاً على تحويل الموقع الإلكتروني إلى مواقع لجذب المسافرين. ويمثل هذا العالم المحور الثاني لعملنا. فقد خصصت النقطة الأولى من هذا المحور لاهتمام او عدم اهتمام الخريجين ببرامج الحاسوب والمهارات الناعمة.

وكانت النتيجة بالحسم للفئة (نعم) للمرتبة الأولى بنسبة (76%) وبواقع (19) تكرارات، تلاها الفئة (نوعاً ما) بنسبة (16%) وبواقع (4) تكرارات في حين كانت الفئة (كلا) (8%) وبواقع تكرارين. ونلاحظ، عبر هذه الفئات، بأن العاملين اتفقوا تقريباً على أن عملهم يتم وفق استخدام الحاسوب مع الاهتمام بالجانب المعرفي وتنوعه. وأن كان الكثير منهم محايداً أو من لم يتفق مع هذا الرأي.

أما النقطة الثانية، فقد تطرقت إلى روح التعاون والالفة ما بين الخريجين والعاملين القدامى. واحتلت الفئة (نوعاً ما) المرتبة الأولى بنسبة (72%) وبواقع (18) تكرارات، تلاها الفئة (كلا) بنسبة (24%) وبواقع (6) تكرارات في حين كانت الفئة (نعم) (4%) وبواقع تكرار واحد.

ولعل هذا الأمر ينبع أساساً من الإحساس الذاتي للموظف: إذ تجد من هو حريص على التخلق بالاخلاق الحسنة ليكون قدوة لأقرانه. أما البعض الآخر، فنراه يسيء التصرف للآخرين ملحقاً الاذى بسمعة أقرانه.

وجاءت النقطة الثالثة لتبين محوراً مهماً من محاور هذا البحث الا وهو المهارة اللغوية. فقد نجح عدد من الخريجين في تسخير ملكتهم اللغوية للعمل. وبالفعل، نجحوا في شق طريق خاص بهم كما نجحوا بالتميز في سوق العمل. وأتفق العاملون على أهمية اللغة واتقانها مع وجود الفئة (نعم) في المرتبة الأولى بنسبة (88%) وبواقع (22) تكرارات، تلاها الفئة (نوعاً ما) بنسبة (12%) وبواقع (3) تكرارات في حين كانت الفئة (كلا) صفراً.

ويتطرق السؤال الأخير من هذا المحور إلى مدى اهتمام الخريجين بالمظهر الخارجي. وهنا كانت الردود نسبية. فمنهم من يرى في الخريجين اناقة في الملبس ولباقة في اللسان ومنهم من يراهم بحاجة الى توجيه أكثر في هذا الموضوع. وقد تم تسجيل الفئة (نوعاً ما) للمرتبة الأولى بنسبة (52%) وبواقع (13) تكرارات، تلاها الفئة (كلا) بنسبة (36%) وبواقع (9) تكرارات في حين كانت الفئة (نعم) (12%) وبواقع ثلاث تكرارات. ونلاحظ كيف أن آراء العاملين تباينت مع اختلاف النسب المذكورة أعلاه. إذ لا يجد البعض للمظهر الخارجي أي أهمية تذكر في حين يراه الآخرون شرياناً من شرايين عملهم اليومي ونتائجهم المستمر.

وتعقيباً على الجدول (2)، لا بد من الإشارة إلى ضرورة استخدام برامج الحاسوب ومواكبة خسر التقنيات التكنولوجية مما يسهم بشكل كبير في الحد من معوقات العمل. كما يساعد تعلم اللغات واجادتها على التميز والعمل مع كبرى شركات السياحة والسفر. إذ بات استخدام الجانب اللغوي من المسملمات ولا بد من الوقوف عنده. ومن الضروري القول هنا بأنه لا بد من اشراك الخريجين العاملين الجدد في كافة الفرص التدريبية والدورات فضلاً عن اطلاعهم على آخر المستجدات التي تصب في رقي عملهم. ولا بد من معرفة المتمكنين منهم لغوياً لغرض تطوير مهارات اللغوية وفن المحادثة لديه. إذ يمنح مثل هذا الاهتمام الخريج العامل دافعاً للتشبث بمكان عمله وزيادة طاقته الانتاجية ورغبته في العمل.

جدول (3): محور الابتكار و التنمية الاستراتيجية

ت	مضمون المحور	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
1	الاهتمام بجانب الابداع والابتكار في مجال العمل	نعم نوعاً ما كلا	11 9 5	44% 36% 20%
		المجموع	25	100%
2	هناك مساعي حقيقية لتحديث برامج العمل والانخراط في الدورات التدريبية والورش التخصصية والندوات العلمية.	نعم نوعاً ما كلا	22 3 -	88% 12% -
		المجموع	25	100%
3	يؤخذ بملاحظات و آراء الخريجين الجدد الفكرية والابداعية .	نعم نوعاً ما كلا	14 10 1	56% 40% 4%
		المجموع	25	100%
4	هناك تعريف للخريجين بأخر المُستجدات العالمية للابتكارات التي تخدم القطاع السياحي.	نعم نوعاً ما	10 11	40% 44%

	كلا	4	16%
	المجموع	25	100%

ونرى بأن المحوريين السابقين كلاهما يصبان في خلق المحور الثالث. فأى مؤسسة لا تمتلك الديمومة من دون الأفق أو المنظور الاستراتيجي. إذ يسلط هذا المنظور الضوء على المشكلات الآتية من أجل تلافيها في المستقبل كما يسهم في التحقق من الأعمال المهمة التي يسعى الخريجون لانجازها وتطويرها في المستقبل. أذاً، تعد الخطط الاستراتيجية خططاً مُعدة من صميم العمل المؤسسي بما فيها من جانب عملي سلبي (ونقصد هنا جانب المعوقات والمشكلات) وجانب مشرق (أي جانب النجاح والرفق). إلى جانب الخطط ذات المسار الطويل أو القصير، هناك جانب الابتكار والابداع وكلاهما مهمين لتحقيق التميز في العمل. ويكشف لنا جدول (3) مدى الاهتمام بالتنمية الاستراتيجية والابتكار. إذ تبين لنا النقطة الأولى في هذا المحور والمخصصة للاهتمام بالجانب الابداعي. بان العاملون أجمعوا على صحة وحقيقة أنجاز بعض المشاريع التي تخدم العمل وتنظيمه.. فقد جاءت الفئة (نعم) بالمرتبة الأولى بنسبة (44%) وبواقع (11) تكرارات، تلاها الفئة (نوعاً ما) بنسبة (36%) وبواقع (9) تكرارات في حين كانت الفئة (كلا) (20%) وبواقع (5) تكرارات. إذ تدلل هذه النسب على أن الابتكار يترك فعلاً بصمة واضحة عبر تصميم هذا المشروع الناجح أو ذاك. من جهة أخرى، يزيد من ثقة العاملون بمؤسساتهم وبخططها الناجعة. وتطرفت النقطة الثانية من هذا المحور إلى المساعي الحقيقية لا عداد عاملين استراتيجيين ومنخرطين في الدورات التخصصية أم لا.. وكانت الإجابة المتقدمة للفئة (نعم) بالمرتبة الأولى بنسبة (88%) وبواقع (22) تكرارات، تلاها الفئة (نوعاً ما) بنسبة (12%) وبواقع (3) تكرارات في حين كانت الفئة (كلا) صفرًا. ويشير هذا الترتيب إلى أن الدورات التخصصية والورش العلمية مرتبطت هنا ارتباطاً وثيقاً مع الخطط الاستراتيجية؛ إذ يصبح هذا التوجه عماداً لمثل هذه الخطط ومحوراً لها. أما النقطة الثالثة، فإنها تخص الخريجين الجدد وهل هناك امكانية للأخذ بأرائهم أم لا وهل يعتني هؤلاء بالجانب الابداعي عند طرح افكارهم أم لا؟ وكانت الفئة الأولى هي الفئة (نعم) بنسبة (56%) وبواقع (14) تكرارات، تلاها الفئة (نوعاً ما) بنسبة (40%) وبواقع (10) تكرارات في حين كانت الفئة (كلا) بنسبة (4%) وبواقع تكرار واحد. تكشف هذه النسب الاهتمام الحقيقي بأراء الخريجين. فهي وإن كانت بسيطة لكن البعض منها لا يخلو من التميز أو التفرد. وفيما يتعلق بالنقطة الرابعة، فقد تناولت تعريف الخريجين بالابتكارات العالمية والانظمة المستحدثة في القطاع السياحي.. وقد تفوقت الفئة (نوعاً ما) بنسبة (44%) وبواقع (11) تكرارات، تلاها الفئة (نعم) بنسبة (40%) وبواقع (10) تكرارات في حين كانت الفئة (كلا) بنسبة (16%) وبواقع أربعة تكرارات. تدلل هذه النسب المتقاربة نوعاً ما على عدم الثقة أو الثقة نسبياً بأراء الخريجين. فالكثير من المسؤولين يرونهم ذوي خبرة بسيطة أو غير مُهيئين للأقدام على طرح افكار خلاقة تحسن من اوضاعهم أو تنتشلهم من العوز.

وتعقيباً على الجدول (3)، نرى بان الابتكار والتنمية الاستراتيجية يؤديان دوراً مهماً في تطوير العمل لكونهما يُحددان الأفق المستقبلية التي ستنتهجها المؤسسات من أجل الارتقاء بعملها. فعموماً يُسهم: رسم الخطط الرصينة وزيادة الدعم المالي مع انتهاج سياسة الدورات المكثفة والفرص التدريبية والمهارات الناعمة التي تعنى بالخريجين وعالمهم فضلاً عن التعاون المستمر مع المؤسسات المعنية، ذلك كله يسهم في خلق بيئة توظيفية ومهنية بناءة وصناعة جيل قادر على بناء الوطن وتحمل المسؤولية.

جدول (4): محور الجانب الخدمي:

ت	مضمون المحور	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
1	البيئة المحيطة بالعمل صحية ومراعية لقواعد السلامة	نعم نوعاً ما كلا	9 10 6	36% 40% 24%
		المجموع	25	100%
2	الوصول لمكان العمل سهل ووسائل النقل متوفرة ومناحة.	نعم نوعاً ما كلا	3 18 4	12% 72% 16%
		المجموع	25	100%
3	يتضمن العمل مجموعة من الحوافز والمكافآت ومبالغ تشجيعية للعاملين الجدد.	نعم نوعاً ما كلا	2 13 10	8% 52% 40%
		المجموع	25	100%
4	يتمتع العاملون الجدد بضمان صحي واجتماعي يكفل لهم مؤونة العيش في حالة المرض أو التعرض لحادث ما.	نعم نوعاً ما كلا	6 12 7	24% 48% 28%
		المجموع	25	100%

من ناحية أخرى، يتعلق المحور الأخير بالجانب الخدمي الذي اجاب عليه الخريجين العاملون فقط. ويعبر هذا المحور عن الرؤية التي تستقطب العاملون في ظل الوضع الراهن ومدى الاستفادة من الموارد الحديثة وتسخير الطرق والمواصلات بغية تذليل الصعاب والشغف في العمل. ويعد المحور الخدمي عنواناً من عناوين العمل وباباً من أبوابها. وينبغي الأخذ بهذا الجانب في الدراسات التي تُعنى العاملين الجدد وفي كافة القطاعات.

إذ نلاحظ في النقطة الأولى من هذا المحور بأن الفئتين (نعم) و(نوعاً ما) متقاربتين جداً. إذ لا يفصلهما سوى صوت واحد لصالح الفئة الثانية، تلاهما الفئة (كلا) بنسبة (24%) وبواقع (6) تكرارات. وتكشف لنا هذه النسب جلياً بان فكرة الاهتمام ببيئة العمل

ليست فكرة طارئة أو عابرة. فالعاملون مهتمون بهذا الجانب وتأثيره على صحتهم وحياتهم اليومية. . ويجتهد الكثير منهم في تعديل المكان الذي يعمل فيه وتحسينه كان يكون بجلب الزهور أو التعقيم المستمر أو فتح النوافذ....الخ.

أما في النقطة الثانية، فطرقتنا عامل النقل ووسائله وكيف يؤثر بعد مكان العمل أو الزحام سلباً على العاملين وعملهم. اتفق العاملون بأن هناك (نوعاً ما) اهتماماً جيداً بهذا الجانب. ومع ذلك، ينبغي بذل المزيد من الجهود ليصبح الوصول لمكان العمل أكثر سهولة، ولا سيما وأن العامل العراقي اليوم بات ضحية للانتظار في طوابير طويلة بغية الوصول الى محل اقامته أو مهنته.

في حين كانت النقطة الثالثة مخصصة للعامل المادي. . وفي هذه النقطة، تفوقت الفئة (نوعاً ما) بنسبة (52%) وبواقع (13) تكرارات، تلاها الفئة (كلا) بنسبة (40 %) وبواقع (10) تكرارات في حين كانت الفئة (نعم) بنسبة (8 %) وبواقع تكرارين. وتظهر هذه النسب جلياً بأن هناك متابعة واضحة لجانب الحوافز والدعم المالي الذي يعد عاملاً للعمل الناجح وديموتيه.

وتطرقتنا في النقطة الأخيرة من المحور إلى أهم وأكبر موضوع يشغل العاملون: الضمان الصحي. ويكاد يكون في أعلى هرم العمل لأهميته. ولعل السبب وراء طلب التعيين في القطاع الحكومي لان مقومات الضمان الصحي في القطاع الخاص مهزوزة وضعيفة. وقد تفوقت الفئة (نوعاً ما) بنسبة (48%) وبواقع (12) تكرارات في هذه النقطة، تلاها الفئة (نعم) بنسبة (24 %) وبواقع (6) تكرارات في حين كانت الفئة (كلا) الأخيرة بنسبة (28 %) وبواقع سبع تكرارات. وتدلل هذه النسب على أن العاملين أجمعوا على أن الضمان الصحي مهم لهم وينبغي تفعيله. فالكمل معرض للمرض والازمات كما ان الكل بحاجة لمثل هذا الدعم الصحي في ظل التلوث البيئي القائم.

وتعقيباً على الجدول (4)، لا بد من القول بأن هذا المحور يمثل تنمة لا غنى عنها إلى جانب المحاور الأخرى المذكورة أنفاً. إذ يعاني الكثير من الخريجين العاملين من بيئة عمل غير نظيفة أو غير صحية. في حين يعاني البعض الآخر من صعوبة الوصول لمكان عمله كأن يكون في الرصافة وعمله بالكرخ أو بالعكس أو في إحدى المحافظات البعيدة. وفي الحالتين كلتاها (البيئة غير الصحية وصعوبات الطريق)، يؤثران على الخريج العامل الجديد وتجعله عرضة للإصابات الصحية أو حوادث السير. وتجدر الإشارة بأن المحور الخدمي يجسد اليوم عنواناً من عناوين الحداثة المفروضة على عالمنا ، ويتحتم على الشركات السياحية الأخذ به والإلمام بجوانبه المتعددة.

6. الاستنتاجات

نستنتج في نهاية هذا البحث ما يأتي:

- 1- أن الاستبانة المعدة لتسليط الضوء على الكفاءة العلمية للخريجين وتأهيلهم وتوظيفهم ، تضم آراءً كثيرة قد تتشابه وتختلف ولكن الآراء بأجمعها اتفقت على إن هناك مشاكل لا بد من الوقوف عندها ومعالجتها.
- 2-لقد أفضت معظم هذه الآراء إلى مقدرة الخريجي-العاملين-الجُدد على العمل والتميز في القطاع السياحي فضلاً عن الالفة والتعاون مع العاملين القدامى. وعموماً، ينطوي العمل المؤسساتي على جملة من المعوقات ولا بد من تداركها. ولا يختلف عمل الخريجين الجُدد عن ذلك.
- 3-لقد أجمع الخريجون على أن أهم المشكلات تتلخص في عدم مقدرتهم على مواكبة التطورات الهائلة لسوق العمل لان خبراتهم بسيطة في هذا المجال. ومن جانب آخرى، نرى صعوبة في حصولهم على وظيفة حكومية التي اصبحت اليوم مطلباً لهم لكن فرصهم للعمل فيها محدودة جداً.
- 4-ألاهتمام المتزايد من الخريجين بالتكنولوجيا وبرامج الحاسوب والمهارات الناعمة لغرض التميز والحصول على فرص العمل المناسبة.
- 5- أجماع الخريجون على ان المهارات اللغوية واتقان اللغة أصبح ضرورة لدخول سوق العمل من اوسع ابوابه والتميز فيه.
- 6- اجماع الخريجون الجدد العاملون على ان الزحام او بعد مكان العمل او عدم توافر وسائل النقل المناسبة يؤثر سلباً على عملهم وعلى نتائجهم اليومي.
- 7-الوعي و الإدراك الكبيرين لمفهوم التنمية الاستراتيجية. إذ يؤمن الخريجون العاملون في الشركات السياحية بضرورة رسم الخطط الاستراتيجية الرصينة الى جانب تحديد الرؤى المستقبلية الواضحة من أجل مواكبة العصرنة والحدو حذو الدولة المتقدمة في خدمة القطاع السياحي العراقي.
- 8-ختاماً، تبقى المهارات الناعمة واللغة "هدفاً" يصبو اليه بامتياز الخريجين الفاعلين العاملين أو أولئك الطامحين الى الرقي والتميز او حتى أولئك الذين لم يحصلوا على فرصة عمل مناسبة بعد.

7. التوصيات

- 1-الاهتمام بسلامة وبصيانة أجهزة الحاسوب والمعدات المتطورة الأخرى.
- 2-الاهتمام المتواصل بعامل تنظيم الوقت وتسخييره لسرعة إنجاز عمل الخريجين الجُدد.
- 3-الاهتمام بتسويق خريج كلية العلوم السياحية واعداده اعداداً صحيحاً وزجّه في الدورات العلمية لكونه أولى من غيره للعمل في قطاع السياحة.
- 4- زيادة التعاون المشترك بين الكلية والمؤسسات الحكومية والمنظمات الدولية من أجل رسم إستراتيجية موحدة وبناءة لعمل الخريجين في العراق اليوم.
- 5-العناية التامة بجانب التجديد والابتكار لدى طلبة الصفوف المنتهية. فالابتكار هو الذي يولد الإبداع .
- 6-التمسك بالفرص التي تأتي قبل التخرج من امثال فرص التدريب الصيفي أو التسجيل في معاهد اللغة الصيفي أو العمل في شركات السياحة طوال فترة الصيف.

- 7-زيادة الاهتمام بالوعي الوظيفي للعاملين في سوق العمل فضلاً عن الاهتمام بالجانب الخدمي في المؤسسات التي يعملون فيها.
- 8-وضع الخطط المستقبلية الصحيحة وان كانت بسيطة والعمل على تطويرها فضلاً عن تطوير الذات وامكانياتها.

References

- [1] Al-Dossari, M. S. H. (2016). What are Soft Skills and Their Relation to the Labor Market.
- [2] Ilah, A. (n.d.). Benefits of Learning Foreign Languages Socially and Psychologically.
- [3] Mohamed, I. (n.d.). Five Advantages of Learning New Languages
- [4] Mansour, A. W. (n.d.). The Interview: Meaning and Objective

المصادر

- [1] الدوسري (محمد سعيد حويل)، ما هي المهارات الناعمة وما علاقتها بسوق العمل، مقال، المصدر 2024/7/8
- [2] عبد الله (علياء)، فوائد تعلم اللغات الأجنبية اجتماعياً ونفسياً، مقالة، المصدر: 2024/7/12
- [3] محمد (اسراء)، خمس مزايا لتعلم اللغات الجديدة، مقال، المصدر: 2024/7/11
- [4] منصور (عبد الواحد)، المقابلة: المعنى والأهداف، مقالة، المصدر: 2024/7/12

The Impact of Soft Skills and Language Skills on Increasing the Employment of Graduates of the Faculty of Tourism Sciences

Iman Qassim Thiban

Dept. of Tourism Studies, College of Tourism Sciences, Mustansiriyah University, Baghdad, Iraq.

Email: iman.k.thiban@uomustansiriyah.edu.iq, ORCIDID: <https://orcid.org/0000-0001-6859-2274>

Article Information

Article History:

Received: 25 / 03 / 2024

Revised: 01 / 11 / 2024

Accepted: 27 / 06 / 2024

Available Online: 01 / 12 / 2024

Pages no: 50 – 58

Keywords:

Skills, Language, Graduates, Private sector, Touristic companies.

Correspondence:

Researcher name:

Iman Qassim Thiban

Email:

iman.k.thiban@uomustansiriyah.edu.iq

Abstract

Our research sheds light on private sector workers, especially those who graduate from our college and work in local tourist companies. We intend to choose them as our study samples to represent the bare corner of the market and tourism work with rapid semi-daily development. We want to clarify how the graduates benefit from soft skills and language competence to get a specific job, whether independent or dependent. Here, it is our turn to answer the questions and others besides the questionnaire prepared for this purpose.