أثر التطبيقات النظرية للبرمجة اللغوية العصبية على أداء العاملين بالمؤسسات السياحية

إعداد

رحاب صبحى محمد أحمد*

المقدمه:

يعد النشاط السياحي نشاطاً حيوياً متعدد الجوانب: السياسية، الإقتصادية، الإجتماعية، الأمنية، الثقافية والحضارية، ونضيف إلى ذلك "السيكولوجية" بإعتبارهذا النشاط نشاطاً إنسانياً يتعامل مع مجموعات متعدده من البشر، وبما أن السياحه تحقق نوعاً من الإتصال والتواصل الفكرى ، الإجتماعى والثقافى بين أبناء المجتمع ، فلابد من العمل على النهوض بهذا القطاع الهام وإزالة كل ما يواجهه من صعاب وهذا لن يتأتى إلا عن طريق تنمية العنصر البشرى وتطبيق العلم مع الإلتزام بالمبادىء ، القيم والمعاييرالأخلاقيه ، ومن بين التطبيقات الحديثه التى تسهم فى الإرتقاء بالعنصر البشرى (الفقى ، ٢٠٠٨)

(نظرية البرمجه اللغويه العصبيه) (Neuro Linguistic Programming , "NLP") ،وتعد هذه النظريه واحده من أهم النظريات الفعاله التى حققت نجاحاً كبيراً فى مجال تنمية العنصر البشرى ومساعدة الأشخاص على تحقيق التميز والنجاح بالإضافه إلى تنمية قدرتهم على التواصل الإيجابى الفعال بمختلف أشكاله ؛سواء التواصل الذاتى أوالتواصل مع الآخرين فى العمل وفى الحياه ..إلخ ، وذلك فى مختلف الميادين والمجالات كمجال الأعمال ، التدريب ، المبيعات ،علم النفس ، الرياضه ، الصحه النفسيه والجسديه ،التفاوض والتعليم، التنميه الشخصيه،

---

* بحث مشتق من رسالة ماجستير تحت إشراف:

د/ أسماء سعيد سلامه أستاذ مساعد بقسم الدراسات السياحيه- كلية السياحة والفنادق- جامعة قناة السويس

د/ مروه على عبد الوهاب مدرس بقسم الدراسات السياحيه- كلية السياحة والفنادق- جامعة قناة السويس

العلاقات مع العملاء ، إدارة الموارد البشريه.... إلخ ، وبالنسبة للإسم فقد إبتكر ألفرد كورزبسكى (الذى وضع المبادىء الأساسيه لعلم دلالات الألفاظ) مصطلح " اللغويات العصبيه " منذ عقود مضت ، أما بالنسبه لمصطلح " البرمجه اللغويه العصبيه " فقد إبتكره كل من " باندلر وجريندر" إضافة إلى آخرين والذين طوروا بدورهم أفكار كورزبسكى الأصليه لتصبح نظرية البرمجه اللغويه العصبيه من أكثر النظريات عمقاً فى علم النفس الحديث وينقسم إسم البرمجه اللغويه العصبيه إلى ٣ أجزاء :

البرمجة: تشير إلى أن أفكارنا ، مشاعرنا وتصرفاتنا كبرامج شخصيه نتصرف وفقاً لها .. حيث أنه من الممكن إستبدال تلك البرامج المألوفه بأخرى جديده وإيجابيه.

اللغوية:وهى القدره على إستخدام اللغه الملفوظه أوغيرالملفوظه ، فالملفوظه تشير إلى كيفية عكس كلمات معينه ومجموعات من الكلمات لكلماتنا الذهنيه .. وغير الملفوظه لها صله " بلغة الصمت" ، لغة الوضعيات ، الحركات والعادات التى تكشف عن أساليبنا الفكريه ومعتقداتنا.

العصبية: يشير مصطلح العصبية إلى الجهاز العصبى ؛ ذلك الجهاز الذى يتحكم فى وظائف الجسم وأدائه وفعالياته كالسلوك ، التفكير والشعور ، وببساطه فإن العصبيه تشير إلى الكيفيه التى يعمل بها كل من عقل الإنسان وحواسه الخمس ، إذن فكلمة " العصبيه" إشاره إلى المخ ، و"اللغويات" إشاره إلى اللغه ، أما "البرمجه" فهى تركيب خطه أو إجراء معين ، والبرمجه اللغويه العصبيه هى دراسة تأثير اللغه ، سواء كانت شفهيه أوغير شفهيه على الجهاز العصبى ، وتتوقف قدرتنا على فعل أى شىء على قدرتنا فى توجيه جهازنا العصبى ، ومن يحققون نتائج باهره يفعلون ذلك من خلال إيجاد تواصل معين إلى الجهاز العصبى ، وتدرس البرمجه اللغويه العصبيه كيفية تواصل الناس مع أنفسهم بصوره تؤدى إلى تحقيق الحالات والأوضاع النفسيه المثلى لتوليد أكبر عدد من الخيارات السلوكيه .

وبالتطبيق على القطاع السياحى : سيساعد إستخدام مهارات وتطبيقات هذه النظريه الأفراد داخل المؤسسات السياحية فى تحقيق أكبر قدرمن التواصل الإيجابى مع السائحين والوصول لمستويات مناسبه من علاقات الإحترام المتبادل بين المؤسسه وعملائها وبين المؤسسه وموظفيها بالمثل مما يحقق أكبر قدر من التواؤم والإنسجام داخل العمل والذى سيؤدى بدوره إلى تكوين صوره إيجابيه عن الدوله فى أذهان السائحين وذلك من خلال التواصل الإيجابى الفعال الموجه فى سبيل تحقيق الأهداف المنشوده .

الدراسات السابقه :

١-الدراسات التى تناولت "البرمجه اللغويه العصبيه" :

أ. دراسة (حامد ،٢٠١٠) : هدفت الدراسه إلى الكشف عن فاعلية فنيات البرمجه اللغويه العصبيه فى تنمية مهارات التواصل والكشف عن فاعلية فنيات العلاج العقلانى الإنفعالى فى تنمية مهارات التواصل والمقارنه بينهما فى تنمية مهارات التواصل ، وقد تكونت عينة الدراسه من (٩٠) طالب وطالبه بمتوسط عمرى (١٩.٨٢) عاماً ،

وإستخدمت الأدوات التاليه : إستمارة جمع بيانات أوليه من إعداد الباحث ، مقياس مهارات التواصل من إعداد الباحث ، برنامج تنمية مهارات التواصل بالإعتماد على فنيات البرمجه اللغويه العصبيه من إعداد الباحث ، برنامج تنمية مهارات التواصل بالإعتماد على نظرية العلاج العقلانى الإنفعالى من إعداد الباحث ، وقد أوضحت نتائج الدراسه فعالية البرنامجين المستخدمين فى رفع مستوى مهارات التواصل لدى الطلاب بإستخدام فنيات " البرمجه اللغويه العصبيه "

ب. دراسة (إمام ، ٢٠١١) : هدفت الدراسه إلى معرفة مدى فاعلية البرمجه اللغويه العصبيه فى تحسين التوافق النفسى والدراسى لبطيئى التعلم ، وشملت العينه (٥٠) طالب من بطيئى التعلم إنقسمت إلى مجموعتين ضابطه وتجريبيه تتراوح أعمارهم بين (٩-١١) سنه وقد إستخدمت الأدوات التاليه : مقياس التوافق النفسى ، مقياس التوافق الدراسى وإختبار رافن للذكاء (الملون) ، وقد أوضحت النتائج فعالية البرمجه اللغويه العصبيه فى تحسين التوافق النفسى والدراسى لبطيئى التعلم .

ج. دراسة سمبثون (Thompson ,2002) : حول تأثير البرمجه اللغويه العصبيه فى الأداء المنظمى والفردى بهدف معرفة أثر التدريب على تطبيق بعض فنيات البرمجه اللغويه العصبيه على عينه من العاملين فى مجال الضيافه ، حيث بلغت العينه ٦٧ فردا ، حيث خضع أفراد العينه لإختبار قبلى سبق التدريب بستة أسابيع ثم عقب التدريب بستة أسابيع ، وقد أظهرت الدراسه أثراً إيجابياً للتدريب على البرمجه اللغويه العصبيه ، ليس على الأداء الفردى والأداء المنظمى فحسب ، بل على مهارات التواصل والكفاءه الذاتيه .

د. دراسة (عبد الرحمن ، ٢٠٠٩) : عن مدى فاعلية البرمجه اللغويه العصبيه فى علاج المخاوف المرضيه ، العينه ٦ حالات مرضيه ، وأشارت النتائج إلى أن إستراتيجيات "البرمجه اللغويه العصبيه" فعاله فى التخفيف من حدة الخوف وما يصاحبة من توتر وقلق وعدم راحه ،

وأوصت بإجراء نفس الدراسه بعينه كبيره ، وإجراء دراسات لمقارنة صيغة البرمجه اللغويه العصبيه بأنواع أخرى من العلاجات سيكون له فائده عظيمه وذلك لتحديد مدى كفائتها النسبيه .

٢- الدراسات التى تناولت " تنمية العاملين بالمؤسسات السياحيه " :

أ. دراسة (عبد الكاظم ، ٢٠١٢) : عن " دور التدريب فى إعداد الموارد البشريه السياحيه المتخصصه وتأثيره على مستوى تقديم الخدمات " ، وأثبتت نتائج البحث قبول الفرضيه التى طرحها البحث والتي مفادها أن التدريب يلعب دوراً رئيسياً فى إعداد الكوادر الفندقيه المتخصصه ويؤثر ذلك فى مستوى الخدمات المقدمه لضيوف الفندق ، كما تضمن البحث مجموعه من التوصيات على مختلف الأصعده (الحكوميه ، التعليميه

و القطاعيه) والتى تهدف إلى الدفع بإتجاه تبنى مفهوم وإستراتيجيه فاعله لرسم برامج تدريبيه متخصصه للعاملين بهذه الصناعه .

ب. دراسة (محمود وحسن وحسين والجندى ، بدون): عن دور برامج التدريب السياحى فى تحسين أداء الشركات السياحيه فى مصر ، حيث هدفت الدراسه إلى إلقاء الضوء على برامج تدريب العاملين بشركات السياحه وأثرها على تحسين أداء تلك الشركات ، وتوضيح الوضع الحالى لمدى تطبيق تلك البرامج والإلتزام بها ، وإعتمدت الدراسه على المنهج الكمى فى تحديد دور برامج التدريب فى تحسين أداء الشركات السياحيه فى مصر بالإعتماد على إستمارات الإستبيان لجميع الشركات السياحيه (مديرين وعاملين) ، وأوضحت النتائج الواقع الفعلى للتدريب بالشركات السياحيه ، حيث أن معظم الشركات السياحيه تقوم بتطبيق التدريب وإتباع سياساته ومراحله العمليه وذلك من أجل تحقيق فاعليه أكثر للتدريب ، ولكن أغلب هذه البرامج ترتكز على الموضوعات التقليديه ، ولا تتضمن تعريف العامل بكل ما هو

جديد ، أيضاً توصلت الدراسه إلى أنه بتطبيق وتفعيل برامج التدريب بالشركات السياحيه يتحسن أداء العاملين لديها ومن ثم تحسين أداء الشركه ككل .

ج. دراسة (Obaid , 2015) : عن دراسة تأثير التدريب على الأداء الفردى والتنظيمى ، وقد أوضحت نتائج الدراسه أن للتدريب تأثير إيجابى وفعال على أداء الفرد ومن ثم أداء المؤسسه بالتبعيه ، كما أوضحت أن لأداء الفرد دور مؤثر بشكل كبير على أداء المؤسسه ونجاحها .

٣- التعليق على الدراسات :

أ. أوجه الإتفاق بين الدراسات :

• بالنسبه للدراسات التى تناولت البرمجه اللغويه العصبيه : أغلب هذه الدراسات تمت من خلال باحثين فى المجال التربوى والصحه والنفسيه و كانت نتائج كل الدراسات السابقه إيجابيه لصالح فاعلية ودور البرمجه اللغويه العصبيه فى تنمية تواصل الفرد سواء الذاتى أو تواصله مع الآخرين بالإضافه إلى فاعليتها فى التخلص من مختلف الأمراض والمخاوف المرضيه .

• بالنسبه للدراسات التى تناولت تنمية العاملين بالمؤسسات السياحيه : إتفقت جميع الدراسات السابقه على أهمية الدور الذى يلعبه تدريب وتنمية العاملين بالمؤسسات السياحيه فى رفع وتحسين مستوى أدائهم وبالتالى تحسين أداء المنظمه ككل ، وإن أى تقصير فى النواحى التدريبيه يعود على أداء ونتائج المؤسسه ، وأوصت كل الدراسات بأهمية التدريب وأهمية تضافر الجهود على كل الأصعده والمستويات لتفعيل التدريب السياحى ، كما ذكرت إحدى الدراسات السابقه فى نتائجها أن من النواحى السلبيه التى أبرزها البحث ؛ أن أغلب البرامج التدريبيه المستخدمه فى المؤسسات السياحيه تركز على النواحى والمواضيع التقليديه وتُهمل جانب التجديد والتطوير، وتعريف العاملين بكل ما هو جديد فى عالم التنميه ، مما سيعود عليهم وعلى المؤسسه من فوائد كثيره .

ب. أوجه الإختلاف بين الدراسات :

• بالنسبه للدراسات التى تناولت البرمجه اللغويه العصبيه : إختلف وتنوع أغلبها فى أهدافها المنشوده وإن كانت جميعها تنصب فى مصلحة الفرد وتنميته ، إلا أنه تناولت كل منها موضوعاً منفصلاً ، كما تنوعت فى الأدوات المستخدمه لإختبار صحة الفروض من بين إستمارات الإستقصاء أو الاختبارات والمقاييس النفسيه او خضوع العينه لبرنامج تدريبى متعلق بالظاهره التى يناقشها البحث .

• وبالنسبه للدراسات التى تناولت " تدريب وتنمية العاملين" لا تتضمن أوجه إختلاف ملموسه ، فهى متشابهه فى نتائجها بدرجه كبيره وهذا دليل على أن الظاهره واضحه جليه مثبته على نظاق واسع .

وقد إستعانت الباحثه بكل هذه الدراسات السابقه وإستفادت منها بكونها تتعلق بموضوع البحث وذلك لتناولها نظرية الهندسه النفسيه أو" البرمجه اللغويه العصبيه" وتأثيرها ودورها على تنمية

وتطوير الفرد ولكن بالرغم من ذلك لم تجد الباحثه أى دراسه سابقه تربط بين المجال السياحى والبرمجه اللغويه العصبيه وذلك بالرغم من أهمية تنمية الفرد العامل فى هذا المجال.

مشكلة الدراسه:

على الرغم من أهمية وفاعلية تطبيقات نظرية البرمجة اللغوية العصبية فى مجال التطوير الذاتى وتنمية مهارات التواصل لدى العاملين إلا أنه لا يزال مستوى المهارات الشخصية (Soft Skills) للعاملين ضعيف ومنخفض بالنسبة لأهميته فى المجال السياحى وذلك يرجع إلى :

أولاً : أن البرامج التدريبيه المستخدمه فى المؤسسات السياحية المصرية تقليدية وتركز على الجوانب الفنية أكثر من الجوانب البشرية.

وهذا ما أبرزته نتائج عدة دراسات سابقه تناولت تدريب وتنمية العاملين فى السياحه ومنها : دراسة (محمود ، حسن ، حسين والجندى ، ب. ت) والتى أوضحت نتائجها الواقع الفعلى للتدريب بالشركات السياحيه والذى تمثل إحداها فى أن أغلب البرامج التدريبيه المستخدمه بالمؤسسات السياحيه المصريه ترتكز على الموضوعات التقليديه ، ولا تتضمن تعريف العامل بكل ما هو جديد .

ثانياً : إهمال تطوير الجانب الخاص بالمهارات الشخصية (SOFT SKILLS) من قبل مناهج التعليم السياحى .

وهذا ما أوضحته إحدى الأبحاث المنشوره ل " الوكاله الأمريكيه للتنميه الدوليه USAID: أن مصر لديها الكثير من خريجى المدارس الفنيه الذين يدرسون السياحه والضيافه ، ولكن وفقاً للقطاع الخاص ، فإنهم يفتقرون إلى المهارات الأساسيه وخاصة ال(Soft skills) أى المهارات الشخصيه ، وعادة ما يحتاجون إلى تدريب مهنى إضافى حتى يتمكنون من البدء بالعمل، وتتسق هذه الملاحظات مع التصنيف العالمى للتعليم السياحى حيث تصنف مصر فى تصنيف منخفض على مجمل جودة النظام التعليمى ، وتحتل المكانه ١٣١من ١٣٩فى نطاق تدريب الموظفين .

أهداف الدراسه :

١- دراسة كيفية تطوير مهارات "التواصل الذاتى" ، " التواصل مع الآخرين " ومهارات "التأثير والإقناع " لدى العاملين بإستخدام" البرمجه اللغويه العصبيه".

٢- دراسة كيفية رفع كفاءة الإختيار المهنى وتحسين بيئة العمل من خلال إنشاء علاقات عمل فعالة بإستخدام فنيات" البرمجه اللغويه العصبيه".

٣- دراسة تأثير إدراج نظرية "البرمجه اللغويه العصبيه" وتطبيقاتها بالمناهج فى كليات السياحه والفنادق والمعاهد ودوره فى إعداد وتأهيل الطلاب للعمل بنجاح فى المجال السياحى عن طريق تزويدهم بكل المهارات اللازمه للتعامل مع مختلف أنماط العملاء بنجاح ، بالإضافه إلى بناء شخصيه مرنه مؤهله لطبيعة العمل السياحى .

أهمية الدراسة :

تنبع أهمية الدراسة من أهمية الدور الذى تلعبه البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات "التواصل الذاتى" ، " التواصل مع الآخرين " ومهارات " التأثير والإقناع " لدى العاملين بالمؤسسات السياحية ، بالإضافة إلى أهمية دورها الحيوى فى تحسين بيئة العمل من خلال إنشاء علاقات عمل فعالة ، كما تستمد الدراسة أهميتها من أهمية البرمجة اللغوية العصبية فى إعداد وتاهيل الطلاب للعمل بنجاح فى المجال السياحى وذلك عن طريق تزويدهم بكل المهارات اللازمة للتعامل مع مختلف أنماط العملاء بنجاح ، وبناء شخصية مرنة مؤهلة لطبيعة العمل السياحى .

فروض الدراسه :

١- الفرض الرئيسي :

أ. لايوجد علاقة إحصائية ذات دلالة معنوية بين الحاجه لإستخدام تطبيقات علم النفس السياحي (نظرية البرمجة اللغوية العصبية) وبين متطلبات رفع كفاءة الطاقه البشرية للعاملين في المؤسسات السياحية .

٢- الفروض الفرعية :

أ. لا يوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات التواصل الذاتى للعاملين في المؤسسات السياحية .

ب. لا يوجد حاجةلإستخدام البرمجه اللغويه العصبيه فى تطوير مهارات التواصل مع الآخرين فى المؤسسات السياحيه .

ج. لا يوجد حاجة لإستخدام البرمجه اللغويه العصبيه فى تطوير مهارات التأثيروالإقناع لدى العاملين فى المؤسسات السياحيه .

د. لا يوجد حاجة لإستخدام فنيات " البرمجة اللغوية العصبية" فى رفع كفاءة الإختيارالمهني للعاملين في المؤسسات السياحية.

هـ. لا يوجد حاجة لإستخدام البرمجة الغوية العصبية فى تحسين بيئة العمل وإنشاء علاقات عمل فعالة في المؤسسات السياحية .

و. لا يوجد حاجة لإدراج نظرية "البرمجه اللغويه العصبيه" وتطبيقاتها بالمناهج فى كليات السياحه والفنادق والمعاهد فى إعداد وتأهيل الطلاب للعمل بنجاح فى المجال السياحى.

حدود الدراسه :

وتنقسم حدود الدراسه إلى :

١- الحدود الزمنيه : تم جمع بيانات الدراسه الميدانيه خلال شهور يناير، فبراير، مارس، إبريل من عام ٢٠١٦ .

٢- الحدود المكانيه : التطبيق فى هذه الدراسه على بعض شركات السياحه والسفر وشركات الطيران بمنطقة القناه والقاهره وهذه المنطقة الجغرافية هى ما أتيحت للباحثة دراستهاوالتى تتركز بها العديد من شركات السياحة والسفر .

منهجية الدراسه:

إعتمدت الدراسة على المنهج الإستدلالى الوصفى بإستخدام مجموعة من أساليب التحليل الوصفى والإستدلالى والمتمثلة فى:

١- التوزيعات التكرارية لإجابات المبحوثين بشأن البيانات الديموجرافية والأسئلة الإستفسارية.

٢- إختبار (ت) لبيان الأهمية الترتيبية لمقاييس علم النفس السياحى وفقاً لأسلوب البرمجة اللغوية العصبية .

٣- معامل التحديد (R2) : تحليل الإنحدار البسيط بشأن إختبار بعض فروض البحث ، وكذلك معاملات التحديد لبيان القوة التفسيرية لبعض المتغيرات المستقلة فى المتغير التابع .

٤- إختبار كا٢ لفروض البحث .

وقد إعتمدت الدراسة فى تجميع بياناتها على الأدوات الآتيه :

أولاً : الدراسات المكتبية : وتعتمد الدراسة المكتبية على الكتب والمجلات المتخصصة ، الدوريات العلمية ، الأبحاث و من خلال ما نشر على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) .

ثانياً : الدراسة الميدانية : وإعتمدت الدراسه الميدانيه على الأدوات الآتيه :

إستمارات الإستبيان : والتى تم إستنباطها من الدراسة النظرية للبحث ثم إختبارها من خلال عرضها على بعض الخبراء المختصين فى مجال الإحصاء ومجال السياحه وعلم النفس ، لوضوح مدى فعالية البيانات الموضحه بالإستبيان ، حيث قامت الباحثه بتوزيعها على العناصر المعنيه بدراسة الحاله وهم كالآتى :

- **عينه عشوائيه من الساده العاملين بشركات السياحه والسفر والطيران وقوامها ١٤١ عامل .**
- **عينه عشوائيه من الساده المديرين وأصحاب شركات السياحه والسفر بمنطقة القناه والقاهره وقوامها ٥١ مدير .**
- **عينه عشوائيه من خريجى كليات ومعاهد السياحه والفنادق فى جمهورية مصر العربيه و قوامها ١٥٨ خريج وخريجة.**

وقد صممت الباحثه عدد ثلاثه من قوائم الإستقصاء طبقاً للقواعد المنهجيه التربويه لبناء الإستبيان والتى تتمثل فى الآتى :

- **قائمة إستقصاء موزعه على عينه من العاملين بشركات السياحه والسفر والطيران وتحتوى على مجموعه من الأقسام :**

القسم الأول : يستقصى عن بعض البيانات الشخصيه والعوامل الديموغرافيه للمستقصى منهم بالإضافه إلى بعض البيانات حول طبيعة عمل الموظف بالشركه ونوع البرامج التدريبيه التى يتم الحصول عليها بالإضافه إلى مدى معرفة العامل بطبيعة البرمجه اللغويه العصبيه .

القسم الثانى : يقيس مهارات العاملين فى عدة متغيرات (التواصل الذاتى ، التواصل مع الآخرين ، التأثير والإقناع ، الإختيار المهنى) بالإضافه لسؤال مفتوح حول ما يواجه العاملين من عقبات فى العمل .

- **قائمة إستقصاء موزعه على عينه من المديرين بشركات السياحه والسفر والطيران . وتشتمل على الآتى :**

فى البدايه سؤال يحدد مدى معرفة المدير بالعنصر الأساسى لموضوع البحث وهو "البرمجه اللغويه العصبيه" ، ثم مجموعه من الأسئله والجمل التى تعبر عن السياسات والمفاهيم الإداريه المختلفه ، وتحدد إجابات المدير نوع المفاهيم والسياسات الإداريه التى يتبعها مع الموظفين بالشركه .

• قائمة إستقصاء موزعه على عينه من خريجى كليات ومعاهد السياحه والفنادق بجمهورية مصر العربيه ، وتحتوى على الأقسام التاليه :

القسم الأول : يستخلص بعض البيانات التى تختص بعام التخرج ، وإسم الجامعه او المعهد والوظيفه الحاليه للمستقصى منه .

القسم الثانى : عباره عن مجموعه من الأسئله الإختياريه والتى تستقصى عن مدى أهمية الصفات الشخصيه وتوافر مهارات التواصل و الإقناع فى الوظائف السياحيه ، ومدى مساهمة المناهج السياحيه فى تنمية هذا الجانب من الطالب لتهيئته لبيئة العمل

برنامج تطبيقى لمهارات وفنيات "البرمجة اللغوية العصبية NLP " فى العمل بالمؤسسات السياحية .

أولاً : إستخدام فنيات البرمجه اللغويه العصبيه فى إستقطاب الكوادر البشريه وتطوير الإتصال التنظيمى فى بيئة العمل :

يعد النشاط السياحى نشاطاً إنسانياً بالدرجة الأولى فهويعتمد فى تقديم خدماته والإنتفاع بها على التواصل والمشاركه القائمه بين المقدم والمنتفع من الخدمه وكلما كان هذا التواصل يتم بشكل صحيح فإن تقديم الخدمه يتم بشكل أفضل وتصبح النتائج مرضيه بالنسبه لطرفى الخدمه (السائح ومقدم الخدمه) وذلك للوصول لرضا السائح والذى سيعود بالنفع على مقدم الخدمه مما يؤدى إلى تحقيق ولاء السائح وتكوين صوره ذهنيه جيده لديه ، وبما أن " نظرية البرمجه اللغويه العصبيه NLP" تسمى بفن الإتصال اللامحدود ، نسبة إلى محتواها الذى يهدف فى المقام الأول لتحسين مهارات التواصل لدى الأفراد إبتداء من تواصل الفرد مع ذاته ثم تواصله مع الآخرين والذى يؤثر بدوره على نتائجه وعلى حياته وأدائه فى العمل ، فإنه يمكن الوصول إلى وحدة الهدف بين المجال السياحى ونظرية البرمجه اللغويه العصبيه فالإثنان يهدفان إلى تحقيق تواصل فعال ،فنجاح الخدمه السياحيه قائم على التواصل الفعال ، و تهدف البرمجه اللغويه العصبيه الى تنمية هذا التواصل ، لذا فإن إدماج مهارات وفنيات البرمجه اللغويه العصبيه فى المجال السياحى وفى المؤسسات السياحيه سيساهم فى تطوير أداء العاملين من خلال تنمية مهاراتهم فى التواصل مما يساعد على الوصول لرضا العميل وبالتالى تحقيق أهداف المنظمه السياحيه ، حيث تتمثل عناصر النجاح فى العمل السياحى فى الآتى : (إختيار وتدريب الموظفين ، الوفاء بإحتياجات السائح وتحقيق رضائه ، تحقيق أهداف المنظمه وإستمرار نموها) :

والجزء التالى يعرض كيفية إستخدام فنيات ونماذج ومهارات "البرمجه اللغويه العصبيه NLP" فى تحقيق النجاح فى العمل السياحى من خلال تطبيق الفنيات على عناصر نجاحه الثلاثة:

١- إستخدام بعض فنيات " البرمجه اللغويه العصبيه" فى إعداد المواصفات الوظيفيه للعاملين المؤهلين : يمكن إثراء المواصفات الوظيفية للوظائف المطلوبه بإضافة : (أساليب التفكير الأساسيه ، الأنظمه التمثيليه) حيث أن لكل أسلوب و نظام تمثيلى سماته الشخصيه الغالبه والتى تؤثر على رؤيته وتعامله مع العالم الخارجى ، بالإضافه إلى (برامج المعالجه الذهنيه \ برامج ميتا) ويفيد التعرف على أحد البرامج الذهنيه لشخص ما فى التعرف على طريقته فى إستقبال ومعالجة المعلومات وينبىء بإستجابته وسلوكه فى مواقف معينه :

٢- إستخدام " النمذجه السلوكيه " فى التدريب السياحى : (KNIGHT , 2002) :

النمذجه السلوكيه المتقدمه / فنية بناء النماذج لتفعيل دور العمليه التدريبيه : هى عملية نسخ للتميز البشرى ؛ أى إستنباط مهاره محدده من المتميزين فيها وزرعها فى آخرين عندهم القابليه والرغبه لأدائها بنفس إتقان المتميزين أو قريباً منها ، وهى تعتبر طريقه جديده بالكامل لتدريب الناس على مستويات عاليه من الخبره والمهاره فى وقت أسرع ، حيث يتم بواسطتها التعرف على أنماط التميز وإعادة تنفيذها وإسقاطها على الآخرين من خلال عملية تدريب ذات خطوات محدده وبتكاليف أقل (روبنز ،٢٠٠١) ، كما تعتبر النمذجه السلوكيه من أهم مهارات البرمجه اللغويه العصبيه وهى مبنيه على أحد فرضيات البرمجه اللغويه العصبيه التى تنص على أنه " إذا إستطاع شخص ما فعل شىء ، يمكن لأى شخص آخر أن يفعله " ، وهى تهتم فى تطبيقها بالكيفيه التى تُبنى بها أى مهاره أكثر من البحث عن الأسباب؛أى سبب تمتع شخص ما بمهاره معينه وسبب عدم تمتع آخر بها ، حيث يقود هذا التفكير إلى الإتكال على الظروف والبيئه المحيطه وقد يؤدى إلى التعجيز أحياناً .

سيؤدى إستخدام النمذجه السلوكيه فى مجال العمل السياحى إلى تقدم هائل فى طريقة تعليم المهارات المختلفه ، حيث ستتمكن الشركات والعاملين فيها من إستنباط إستراتيجيات التميز سواء من أفراد لديهم مهارات مميزه ، من أقسام أو حتى شركات أخرى ناجحه.

٣- إستخدام فنيات البرمجه اللغويه العصبيه فى الحد من عوائق الإتصال التنظيمى :

أ- فيما يتعلق بالإتصال التنازلى " إتصال الإداره بالعاملين ": وتتضمن هذه الجزئيه عرض لمفاهيم وفنيات البرمجه اللغويه العصبيه التى تفيد فى تحسين التواصل التنازلى أى إتصال الإداره بالعاملين :

• تحفيز العاملين :الحوافز هى المثيرات التى تحرك السلوك الإنسانى وتساعد على توجيه الأداء ، كما تعرف بأنها المقابل المادى والمعنوى الذى يقدم للأفراد كتعويض عن ادائهم المتميز ، وبالتالى فإن التعويض الذى يحصل عليه الفرد كمقابل لادائه المتميز يسمى حافز أو مكافأه (صالحى ،٢٠١٣) وبالنظر إلى عملية التحفيز من وجهة النظرالإداريه فمن المهم جداً إدراك الحقيقه التاليه : وهى أنه لا يمكن تحفيز الآخرين ، ولكن فقط يمكن التأثيرعلى مايحفزهم ، أى معرفة الأسلوب الصحيح لتحفيزهم من خلال التعرف على ما يثير إنتباههم ويحرك دوافعهم . والطريق إلى ذلك يتم من خلال (البرامج العليا / براج ميتا / برامج المعالجه الذهنيه) : والتى تعتبر المفاتيح الموصله إلى الطريق التى يعالج بها الفرد المعلومات ، وهى أنماط عقليه تساعد على تحديد كيفية تكوين الفرد لتمثيله الداخلى وعلى توجيه سلوكه ، فالبرامج العليا هى برامج داخليه تستخدم فى تحديد ما ينتبه إليه الأشخاص ، ومن خلال فهم هذه البرامج يمكن تحقيق تواصل أفضل مع الآخرين وتحقيق أهداف الإتصال بفاعليه سواء أكان تحفيزاً ، إقناع أو إختيار شخص مناسب فى مكان مناسب .

ب- فيما يتعلق بالإتصال التصاعدى " إتصال العاملين بالإدارة ": -

١- التعامل مع المديرين حسب النمط الفكرى السائد/ النظام التمثيلى المفضل أو الغالب (بصرى / سمعى / حسى) : (برادبرى، ب.ت)

أ. المدير ذو الأسلوب البصرى : المدير الذى يتبنى الأسلوب البصرى فى التفكير من السهل أن تخدعه المظاهر ويظن أن الشخص كثير الحركه الذى يمسك بيده العديد من الأوراق يبذل مجهوداً أكبر فى العمل من الآخر الذى يجلس مكانه معظم الوقت ؛ لأن المهام المنوطه به تتطلب قدراً كبيراً من التفكير ، وفى أسوأ الحالات قد يقلل المدير من شأن الأشخاص المجتهدين بالفعل ، يحتاج هذا النوع من المديرين إلى ملاحظة الفرق بين الأشخاص الذين يحققون بالفعل أهداف العمل ، وهؤلاء الذين يبدو ظاهرياً أنهم عاكفون على العمل ، ويتوقف الأمر على ما يتطلع إليه المدير إذا كان يسعى إلى تحقيق مصالح الشركه ، أم أنه يحكم على الأمور من وجهة نظر شخصيه بحته ، و تتمثل الطريقه المناسبه للتعامل مع هذا المدير : فى أن يقوم الموظف بتوضيح إنجازاته بالأدله المرئيه .

ب. المدير ذو الأسلوب السمعى : عند التعامل مع مدير يتبنى الأسلوب السمعى فى التفكير ، تعد المحادثات الشفهيه أفضل طريقه لعرض المعلومات عليه بإختصار قدر الإمكان ، ثم تركه يتخذ

القرار بنفسه ، كما يتعين التحدث إليه بنبرات صوتيه متغيره ومثيره للإنتباه . وعادة ما يفكر هؤلاء الأشخاص بطريقة الحوارات الداخليه لذا يمكن طرح عليه بعض الإستفسارات المتعلقه بالموضوع والتى من شأنها توجيه الحوار الداخلى إلى الطريق الصحيح ويراعى إستخدام أدوات إستفهام "ماذا" وليس "لماذا" ،أما عند تلقى التعليمات منه يجب أن يتوقع الموظف الخوض فى التفاصيل أكثر من مره بينما يصنف الأمور فى عقله وألا يعرض عليه أى تعليقات أوإستفسارات حتى ينتهى المدير من حديثه تماماً .

ج. المدير ذو الأسلوب الحسى الحركى : لا يولى المدير الذى يتبنى الأسلوب الحسى الحركى فى التفكير إهتماماً كبيراً بنوع المعلومات التى تروق للأشخاص الذين يعتمدون على الأسلوب البصرى والسمعى فى التفكير ؛ حيث أنه يفضل الإعتماد على "ردود الأفعال الذاتيه" . ويعد هذا الأسلوب سلاحاً ذا حدين ؛ حيث أنه قد يؤدى إلى تحقيق النجاح الملموس فى العمل أو الإخفاق التام عندما يخطئون فى تقدير الأمور ، وعند التوصل إلى قرار ، يجد المدير صعوبه فى تغيير رأيه ، حتى إذا توافرت له بعض الأدله المغايره لرأيه ، ولكى ينجح الموظف فى توصيل رسالته إلى هذا المدير يجب أن يتعامل معه على مستوى المشاعر وتتمثل أسهل الطرق لتحقيق ذلك فى إستخدام بعض التعبيرات المجازيه .

ثانيا : الاتصال بالعلاء الخارجيين :

إستخدام نماذج ، فنيات ومفاهيم البرمجه اللغويه العصبيه فى تفعيل إحدى وسائل الترويج السياحى " الإعلان "

الإعلان ، صياغة حملة إعلانية ناجحة :

أ. (تصميم إستراتيجيات إعلانيه فعاله ومؤثره بإستخدام البرمجه اللغويه العصبيه) :

نظراً لأن الإعلان موجه للمستهلكين المحتملين وهدفه هو حثهم على شراء المنتج أوالخدمه للإستفاده بمنافعها وتحويلهم من مستهلكين محتملين إلى فعليين ، فإنه من المهم أن يتوافق هذا الإعلان مع نوع وطبيعة أفكارهم حول المنافع المتوقعه من المنتج حتى يجذب إنتباههم ، هذا بالنسبه لمحتوى الإعلان من أفكار ومعلومات ، أما بالنسبه لطريقة وأسلوب تناولهما فإنه يحدد مدى القدره الإقناعيه والتأثيريه للإعلان ، حيث يعتبر الإعلان الذى يخاطب المستهلك بالطريقه التى يفكر ويعالج بها المعلومات الوارده إليه أكثر الإعلانات تاثيراً ، لذا تعد أول خطوه فى تطوير إستراتيجية إعلان ناجحه هى " تطبيق ما يفكر به المستهلكون بالكيفيه التى يفكرون بها " وهذا ما ستتناوله الدراسة فى الجزئيه التاليه : (إياكوبوتشى،٢٠٠٢)

• تطبيق ما يفكر به المستهلكون والكيفيه التى يفكرون بها فى تطوير إعلان فعال:

تعد معرفة ما يفكر به المستهلكون نقطة إنطلاق للإعلان ،وذلك من خلال تطوير إعلان يتلائم مع معتقداتهم المقبوله ، وفى حالة عدم إنسجام المنتج السياحى معها ، يكون دور الإعلان هنا تطوير حوارات مضاده لتغييرها ، على سبيل المثال : "إعلانات تنشيط السياحه المصريه بعد أحداث الثوره " (إياكوبوتشى،٢٠٠٢).

بالإضافه إلى أهمية معرفة ما يفكر به المستهلكون ، فإن معرفة الطريقه التى يفكرون بها لا تقل أهميه عنها ، وبصوره خاصه معرفة كيفية معالجتهم للمعلومات الإعلانيه وإستخدامها ، وتقوم المؤسسات بإستخدام الإستراتيجيات الإعلانيه والتى تعتمد على الطريقه التى يفكر بها المستهلكون لتحفيزهم على الطلب ، ويمكن جمع معلومات حول ما يفكر به المستهلكون والطريقه التى يفكرون بها عن طريق إجراء (التحليل التخطيطى النفسى للفئه المستهدفه) – الذى سبق وتطرق الباحث إليه فى هذا الفصل– والذى تفيد أسئلته فى تحديد نوع وطبيعة الأفكار التى يحملها أعضاء الفئه حول المنتج \ الخدمه السياحيه المرغوبه بالإضافه إلى الطريقة التى يتبعها أعضاء الفئه فى معالجة وتصنيف المعلومات التى يتم الحصول عليها بموجب هذا الإستقصاء ثم يتم تحليلها بعد ذلك لتحديد الخصائص النفسيه المشتركه لتلك الفئه المستهدفه (إياكوبوتشى،٢٠٠٢) .

بعد معرفة نوع الأفكار التى يحملها أعضاء الفئه تجاه المنتج \ الخدمه السياحيه سيتم تحديد طرق معالجة المعلومات التى يشتركون بها حتى يكتمل بناء الأسلوب الأمثل لمخاطبة هذه الفئه وحثها على الشراء . وتسمى طرق معالجة المعلومات فى " البرمجه اللغويه العصبيه " : (برامج ميتا Meta programs) أو " برامج المعالجه الذهنيه "): (برادبرى ، ب.ت)

o برامج المعالجه الذهنيه :هى أحد الفلاتر والمرشحات التى تمر من خلالها المعلومات ويتم معالجتها والتى تساهم فى بناء الخريطه الذهنيه للفرد أى تكوين إدراكه ، رؤيته وإستجابته للعالم الخارجى ، مما يجعلها بمثابة مفاتح للتأثير ، حيث يملك جميع الأشخاص بعض مفاتيح التأثر التى – عند التعرض إلى بعض المثيرات– قد تدفعهم إلى إسناد المزيد من الأهميه إلى "مشاعرهم الداخليه " عن أفكارهم المنطقيه والتصرف بما يتناسب معها .

حيث تعتبر "برامج المعالجه الذهنيه " : هى برامج ذهنيه تعمل على معالجة المعلومات الوارده إلى العقل وتحديد رد الفعل المناسب تجاهها ويطلق عليها فى "البرمجه اللغويه العصبيه " : برامج ميتا(Meta programs).

وستفيد دراسة وتطبيق" برامج ميتا " فى الحملات الإعلانيه مسئولى الدعايه والإعلان فى الوصول للفئات المستهدفه وتحقيق الأهداف المرغوبه بإعتبارها مفاتيح التأثير المسئوله عن معالجة الملعومات الوارد الى الأشخاص وبناء ردود أفعالهم تجاهها .

النتائج والتوصيات

أولاً نتائج الدراسة النظرية:

• يحتل علم النفس السياحى أهميه كبرى فى عملية الترويج الفعال للخدمات السياحيه حيث يمكن بواسطته إثارة إنتباه القطاعات المستهدفه بفاعليه من خلال دراسة وتجليل أنماطها ، ميولها ، دوافعها ، إتجاهاتها وسماتها الشخصيه .

• للسياحه والسفر دور كبير فى إشباع الحاجات الإنسانيه المدرجه فى هرم ماسلو الشهير وهو ما يمكن إستغلاله لصالح الدعايه والترويج للمقصد السياحى حسب إحتياجات القطاعات والأسواق المستهدفه .

• يمكن تعديل سلوك العاملين بالمؤسسات السياحيه بإستخدام نظريات التعلم النفسيه .

• وجود مرشد نفسى بالمؤسسه السياحيه أمر فى غاية الأهميه لمصلحة العاملين النفسيه ، ولضمان بقائهم دائماً بحاله جيده ومتوازنه ، بحيث يتولى ملاحظتهم ومتابعتهم ومساعدتهم على معالجة وتخطى ما قد يواجهونه من عقبات .

• للبرمجه اللغويه العصبيه دور كبير فى تدعيم الحاجات الإنسانيه الوارده فى هرم ماسلو الشهير ، وهو ما يساعد على إشباع حاجات الافراد بشكل سوى وفعال ، بالإضافه إلى أن تقنياتها تساعد بناء على هذه النتيجه فى ترويج الخدمات السياحيه وذلك بالتركيز على حاجات الأفراد غير المشبعه.

• نظراً لفاعلية وسرعة تأثير منهج البرمجه اللغويه العصبيه على سلوكيات الأفراد ، فقد إمتد تطبيقه إلى العديد من المجالات ومنها ما يلى : الأعمال ، التدريب ، المبيعات ، الصحه النفسيه والجسديه ، الرياضه ، التعليم ، التسويق .. إلخ .

• على الرغم من إرتباط البرمجه وعلم النفس إرتباطاً وثيقاًإلا أن هناك فروقا جوهريه واضحه بينهما، ومنها أن البرمجه اللغويه العصبيه تستند على " النمذجه " بدلاً من " النظريه" والنموذج

هو وصف لكيفية عمل شيء ما دون الإلتزام بشأن السبب بخصوص لماذا يجب أن يكون بهذه الطريقه .

• تساعد البرمجه اللغويه العصبيه من خلال فنياتها وتطبيقاتها على إزالة وتخطى المعوقات المختلفه التى تعوق فاعلية وكفاءة عمليات التواصل بين الأفراد فى بيئة العمل .

• تساهم اللغه التى يستخدمها الأفراد بشكل كبير فى تشكيل خبرتهم ، أحاسيسهم وسلوكياتهم ويؤدى الوعى السليم بها وبكيفية إستخدامها بشكل فعال إلى التخلص من كل المشكلات وبناء حياه افضل مع ذاته و الآخرين وهذا ما تسعى البرمجه الى تحقيقه من خلال نماذجها اللغويه (نموذج ميتا ، نموذج ميلتون للإيحاء والتأثير) .

• تقوم البرمجه اللغويه العصبيه بتحسين بيئة العمل بالمؤسسات السياحيه ، وذلك من خلال التغلب على كافة العوائق التنظيميه المتعلقه بالتواصل التنظيمى الصاعد والهابط .

• تقوم البرمجه اللغويه العصبيه بمساعدة المؤسسات السياحيه على تصميم إستراتيجيات دعائيه فعاله محققه للأهداف المنشوده من خلال زيادة فاعلية وتأثير مختلف مكونات المزيج الترويجى للخدمات السياحيه .

ثانياً نتائج الدراسة الميدانيه :

١- نتيجة الفرض الأول :

ينص الفرض الأول على أنه لا يوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات التواصل الذاتى للعاملين فى المؤسسات السياحية .

النتيجة :

• أوضحت نتائج الإستبيان الذى تم إعداده للعاملين بالمؤسسات السياحية ، فيما يخص الأهميه الترتيبيه لمتغيرات التواصل الذاتى لدى العاملين بالمؤسسات السياحيه ووفقاً لإجابات المبحوثين ، أتى فى مقدمة الترتيب أن العامل يعرف جيداً وبالتحديد ما يجب أن ينجزه باقى الشهر ، يلى ذلك المتغير المتعلق بإعتقاد العامل أن الظروف الجيده من أهم أسباب النجاح لأى شخص ناجح وهذا مؤشر خطير يدل على أن الأفراد يميلون الى وضع مسئولية النجاح على الظروف مما قد يشعرهم بالراحه النسبيه وذلك بالتملص من المسؤوليه والبقاء فى منطقة الراحه ، ويلى ذلك المتغير المتعلق بأن العامل يشعر غالباً بالضيق دون سبب وهذا أيضا من أخطر المؤشرات التى تدل على سوء التواصل الذاتى وضعف قدرة العامل على الضبط الذاتى ، ثم يأتى فى نهاية الترتيب المتغير

المتعلق بأن العامل ينزعج من تكوين الآخرين لآراء سلبيه عنه وهذا يعتبر تواصل ذاتى إيجابى ثم يتبعه فى الترتيب الأدنى أن " العامل لا يتحدث مع نفسه من الأساس" وهذا غير صحى سيكولوجياً وينم عن عدم وعى الفرد بذاته .

التفسير : يتضح من النتيجة السابقة أن هناك ضعف بالتواصل الذاتى لدى العاملين بالمؤسسات السياحية وذلك نتيجة إتيان العديد من متغيرات التواصل الذاتى فى مرتبة متأخرة من الإستبيان وهذا يشير إلى مدى الحاجه إلى تدريب العاملين وتعريفهم بمهارات التواصل الذاتى والتى تلعب دوراً هاما فى الصحة النفسية للفرد وتؤثر بشكل مباشر على تواصله مع محيطه وبالتبعية ما يحققه من نتائج فى حياته ، ولقد تم إختبار صحة هذا الفرض إحصائياً بإستخدام إختبار (كا٢) ، وبناء عليه تم رفض الفرض الإحصائى وقبول الفرض البديل الذى ينص على أنه " يوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات التواصل الذاتى للعاملين بالمؤسسات السياحية .

٢- نتيجة الفرض الثانى :

ينص الفرض الثانى على أنه " لايوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات التواصل مع الآخرين فى المؤسسات السياحية "

النتيجة :

• بالنسبه للأهميه الترتيبيه لمتغيرات التواصل مع الآخرين بالنسبه للعاملين ، إتضح من خلال نتائج الدراسه الميدانيه أنه قد أتى فى بداية الترتيب المتغير المتعلق ب " إعتقاد العامل أن الآخرين يفهمون مقصده" وهذا مؤشر إيجابى فى التواصل ، ثم يلى ذلك أن العامل يصرح بأنه " يتم إختياره ليصبح قائد المجموعه " ، وهذا أيضاً يُعد مؤشر جيد ينم عن صفات قياديه متوفره فيه.

• إتضح أن هناك العديد من متغيرات التواصل الهامه التى أتت فى نهاية الترتيب مثل : " التدرب على مهارات الإستماع " والتى لها عظيم الأهميه فى الفهم العميق والدقيق للأشخاص وبناء علاقات ناجحه معهم فليس الإستماع بمعناه السطحى ولكن الإستماع الهادف لبناء علاقات جيده له العديد من الشروط والمعطيات التى يجب التدرب عليها لإتقانها خصوصا لمن يتعاملون مع العملاء مختلفى الطباع فى مختلف المواقف .

التفسير : يتضح من النتيجة السابقة أن هناك عدد من متغيرات التواصل مع الآخرين الهامة جاءت فى بداية الترتيب وهذا مؤشر إيجابى ولكن المؤشر يتراجع بإتيان متغيرات تواصل شديدة

الأهمية أيضاً فى ترتيب متأخر من إجابات العاملين وهذا يدل على حاجة العاملين لإكتساب مزيد من مهارات التواصل مع الآخرين نظراً لأهمية توافر هذه المهارات لدى ممن يعملون فى المجال السياحى ، وهذا ما توفرة البرمجة اللغوية العصبية فهى تركز فى فنياتها ومهارات على تطوير مهارات التواصل بكافة أشكاله ، ولقد تم إختبار هذا الفرض إحصائياً بإستخدام إختبار (كا٢) ، وبناء عليه تم رفض الفرض الإحصائى وقبول الفرض البديل الذى ينص على أنه " يوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات التواصل مع الخرين فى المؤسسات السياحية "

٣- نتيجة الفرض الثالث :

ينص الفرض الثالث على أنه " لا يوجد حاجة لإستحدام البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات التأثير والإقناع لدى العاملين فى المؤسسات السياحية " .

النتيجة :

• وبالنسبه لمتغيرات التأثير والإقناع صرح أغلب المبحوثين بأهمية المتغير (حين يصيح أحد العملاء معترضاً أوافقه مبدئياً فى إعتراضه حتى يهدأ) وهذا العامل أو السلوك فعلا مهم جداً وصحيح ويؤدى إلى تحقيق تواصل إيجابى بالدرجه الأولى ، ثم يليه المتغير (حين يتذمر احد العملاء ويعلو صوته غاضباً أُحاول الحفاظ على هدوء صوتى كى أكسب الموقف) وفى الحقيقه أن هذا المتغير ليس صحيحاً بدرجه كافيه فقد أثبتت الدراسات وقوانين التوافق والألفه أنه لإيجاد تواصل جيد حتى مع العميل المتذمر لابد من مطابقه وضع جسده جزئيا ونبرة صوته ويمكن مخالفة كلماته ولكن البقاء فى هدوء بينما الآخر منفعل سيؤدى إلى شعور العميل بأن الموظف لا يُقدر موقفه ولا يشعر به وهو ما سيجعله يبنى موقفاً سلبياً متزايداً .

• وقد تبين بخصوص متغيرات التأثير والإقناع أنه من ضمن المتغيرات التى أتت بشكل سلبى فى ترتيب متأخر (أن أكثر عملائنا ولاءاً هم من كانوا معترضين فى البدايه) وهذا يدل على أن التسويق والدعايه والموظفين ليس لهم أى دور فى تغيير موقف العميل السلبى وبعض الإجابات أيضا كانت إيجابيه فى سبيل تحقيق تواصل جيد مثل متغير (لا يختلف العملاء فى طرق إقناعهم) فهم فى الحقيقه يختلفون بالطبع .

التفسير : يتضح من النتائج سابقة الذكر ، أولاً بخصوص المتغيرات التى أتت فى بداية الترتيب من إجابات المبحوثين أن هناك تضارب فى إجابات العاملين فالمتغيران اللذان أتيا فى المقدمه

متناقضان فالأول إيجابى والآخر سلبى ويشيرا تقريباً إلى نفس المؤشر وهو " التعامل مع العميل المتذمر " ولكن بأسلوب مختلف ، وهذا يدل على قلة الوعى لدى العاملين بالمهارات الصحيحه والطرق السيكولوجية السليمه لإحداث التأثير والإقناع ، ثانياً بخصوص المتغيرات التى أتت فى نهاية الترتيب من إجابات المبحوثين فقد تبين وجود متغيرات هامه ايضاً لم تلق إهتمام المبحوثين وتصويتهم ، لذا نظراً لأهمية البرمجة اللغوية العصبية وفنياتها فى التأثير والإقناع وبناء على الإختبار الإحصائى للفرض أيضاً يتم رفض الفرض الإحصائى وقبول الفرض البديل الذى ينص على أنه " يوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات التأثير والإقناع لدى العاملين فى المؤسسات السياحية " .

٤- نتيجة الفرض الرابع :

ينص الفرض الرابع على أنه " لا يوجد حاجة لإستخدام فنيات البرمجة اللغوية العصبية فى رفع كفاءة الإختيار المهنى للعاملين فى المؤسسات السياحية " .

النتيجه :

• جاء فى المرتبه الاولى متغير (أبذل مجهوداً نفسياً مضاعفاً لأقوم بعملى) وهو ما لا ينسجم مع حب العمل وملائمته للشخص كما جاء فى المرتبه الثانيه من الترتيب ، كما جاء فى مرتبه متقدمه حب العاملين للعطلات أكثر من أوقات العمل حيث يجدون وقتاً للقيام بالأعمال التى تتناسب مع ما يحبونه فعلياً وقتها .

• وفى سؤال مفتوح للعاملين عن أكثر العقبات والمشاكل التى تواجههم فى العمل فيما يخص كلاً من : (الزملاء ، العملاء والمدير) وكيف يقومون بمواجهة كلاً منها ، جاءت إجاباتهم تتنوع بين التالى : فقد قالت موظفة حجز لتذاكر الطيران أن أكثر العقبات التى تواجهها تكمن فى كيفية إقناع العميل ببعض الإجراءات ، وبالنسبه للزملاء فمن أكثر الصعوبات التى تواجهها تتمثل أحياناً فى صعوبة إيصال وجهة نظرها بشكل صحيح بدون حدوث بعض النزاعات ، كما نوه البعض عن أن الروتين وإفتقاد المرونه فى نظلم العمل هو السبب الرئيسى لحدوث العديد من المشاكل والعقبات ، وقالت إحدى الموظفات بقسم السياحه الداخليه بإحدى الشركات محل البحث ، أنها تواجه صعوبه فى التواصل مع الزملاء ،وإختلاف طبائع العملاء هو ما قد يتسبب فى بعض العقبات وتتمثل مشكلتها مع المدير فى عدم سماحه بالمناقشه فى كل الأحوال ، كما نوهت إحدى الموظفات بقسم العلاقات العامه ، أن من الصعوبات التى تواجهها مع الزملاء أن بعضهم غير جدير بالثقه ، والمدير لا يقبل النقاش أو السماح للموظفين بالتعبير عن وجهة نظرهم وتواجه ذلك

بالتعلم ومحاولة التأقلم مع كل الأطراف . وهذا الإطار جاءت الإجابات حيث يدور معظمها حول قصورفى عمليات التواصل بين الأطراف بالإضافه إلى إشارة البعض إلى فقر بيئة العمل للجديد .

التفسير : توضح النتيجة السابقة وجود العديد من الصعوبات التى يواجهها العاملين فى وظائفهم و والتى تجعلهم يوقومون بمجهوداً نفسياً مضاعفاً من اجل القيام بالعمل ، الأمر الذى قد يرجع فى البداية إلى سوء الإختيار المهنى للعاملين وعدم وضع الرجل المناسب فى المكان المناسب ، فإن حب الموظف لعمله وملائمته له لهدفه ولمهاراته امر مهم للغاية من أجل خلق موظف مبدع ونشيط فى إختصاصه ، وبناء عليه تم إختبار الفرض إحصائياً ورفضه ، وقبول الفرض البديل الذى ينص على "يوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى رفع كفاءة الإختيار المهنى للعاملين فى المؤسسات السياحية " ، حيث تحتوى البرمجة على العديد من الفنيات التى يمكن إستخدامها فى إعداد المواصفات الوظيفية للعاملين وتصميم إختبارات بإستخدامها تساعد على تحديد أنسب الوظائف للمتقدم تبعاً لسماته الشخصيه وإتجاهاته العامه ، ومن هذه الفنيات : اساليب التفكير الأساسية / الانظمة التمثيلية ، برامج المعالجة الذهنية / برامج ميتا) .

٥- نتيجة الفرض الخامس :

وينص الفرض الخامس على أنه : " لا يوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تحسين بيئة العمل وإنشاء علاقات عمل فعالة فى المؤسسات السياحية ".

النتيجة :

• بالنسبه لمتغيرات متطلبات تأثير بيئة العمل والأهميه الترتيبيه لها، فقدأتى فى المرتبه الأولى من إجابات المديرين وجود دافع شخصى وإستعداد لتحمل المسئوليه ، ثم يلى ذلك أن التحفيز يحسن من بيئة العمل ويلى ذلك وضع الشركه لأهداف مكتوبه وكل هذا يعد مؤشرات إيجابيه تفيد فى تحسين بيئة العمل ولكن ما يفسد ذلك هو متغير (وراء كل سوك نيه إيجابيه) والذى جاء فى ترتيب متأخر مما يدل على ظن سلبى للمديرين تجاه العاملين وهو أمر غير جيد وسيظهر أثره فى التقييم والتدريب بشكل سلبى كما أتى العامل (يساهم الموظفون فى عملية وضع الأهداف فى مرتبه متأخره وهذا مؤشر سلبى آخر يؤدى إلى إنفصال الموظفين عن أهداف الشركه ويفقدها عنصر هام وهو وحدة الأهداف التى تزيد من حافزية الموظفين وشعورهم بالمسؤوليه تجاه الشركه ونجاحها .

التفسير : كما يتضح من النتيجة السابقة والتى تم الحصول عليها من خلال الإستبيان الذى تم توجيهه للمديرين وذلك لأهمية دورهم فى تحسين بيئة العمل وإنشاء علاقات عمل فعالة ، فقد جاءت عدة مؤشرات إيجابيه وأخرى سلبيه مما يشير إلى أن هناك حاجه لزيادة وعى المديرين ومهاراتهم بالطرق المثلى فى تحفيز وتقييم الموظفين والتعامل معهم من أجل الحصول على أفضل النتائج وهذا ما توفره البرمجة فى إفتراضاتها وفنياتها المختلفه ، وبناء عليه تم إختبار الفرض إحصائياً ورفضه وقبول الفرض البديل الذى ينص على : " يوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تحسين بيئة العمل وإنشاء علاقات عمل فعالة فى المؤسسات السياحية " .

٦- نتيجة الفرض السادس :

ينص الفرض على أنه " لايوجد حاجة لإدراج نظرية البرمجة اللغوية العصبية وتطبيقاتها بالمناهج فى كليات/معاهد السياحة والفنادق فى إعداد وتاهيل الطلاب للعمل بنجاح فى المجال السياحى .

النتيجة :

• بشأن المتغيرات الخاصه بخريجى كليات ومعاهد السياحه والفنادق والتى تقيس مدى مساهمة المناهج الدراسيه فى تطوير مهاراتهم ومدى إستفادتهم من تلك المناهج فى عملهم الحالى ، جاء فى مقدمة الترتيب من حيث الأهميه والموافقه بالنسبه للمبحوثين أن " أسلوب التدريس فى كليات السياحه يحتاج إلى تطوير وبنفس الترتيب فى الأهميه يرى المبحوثين أنه يجب أن يتم تدريس مقررات التنميه البشريه ومهارات التواصل والإقناع فى كليات السياحه والفنادق ، وأن تهتم المقررات بتنمية المهارات الشخصيه ومهارات التواصل ، وهذا يدل على وعى المبحوثين بما يفتقدون إليه نتيجة الإحتكاك بسوق العمل ومعرفة متطلباته الفعليه ، وهذا ما عبروا عنه أيضاً ودل عليه عدم موافقتهم على المتغير القائل بأن " خريج السياحه تتوافر لديه درجه عاليه من المهارات الشخصيه ومهارات التواصل " ، فهم يرون أن هذا غير صحيح بالرغم من أهمية وجوده ، وهذا دليل على وجود قصور فى هذه الناحيه يجب إدراكها والسعى بجديه لتفاديها وإصلاحها .

• وفى سؤال مفتوح للخريجين عن مقترحاتهم لتطوير التعليم السياحى : أكد غالبيتهم على اهمية التدريب العملى الذى يعد لب وأساس العمل السياحى بالإضافه إلى إضافة التنميه البشريه ومهارات التواصل كماده أساسيه ، وأضاف بعضهم أنه يجب تطوير الأسلوب الخاص بالتدريس وعمل ندوات بشكل مستمر وورش عمل ، كما أضاف أحد الخريجين أن يكون هناك تبادل طلاب للجامعات الخارجيه وخصوصا الدول التى بها السياحه نشطه جداً مثل الإمارات العربيه وتركيا وتونس وغيرها من الدول .

التفسير : يتضح من النتيجة السابقة إجماع المبحوثين على إفتقار التعليم السياحى فى مصر لمنهج تعليمى وعملى يهتم بتطوير المهارات الشخصيه رغم أهميتها الكبرى فى سوق العمل السياحى نتيجة إحتكاكهم بسوق العمل ،كما نوهوا على أهمية الإهتمام بهذه الجزئيه وتضمينها ضمن إطار منظومة التعليم السياحى لتأهيل الطلاب للعمل فى السوق السياحى دون الحاجه إلى الإلتحاق بمزيد من الدورات وورش العمل بعد التخرج ، وبناء عليه تم إختبار الفرض إحصائياً ورفضه ومن ثم قبول الفرض البديل الذى ينص على : " يوجد حاجة لإدراج نظرية البرمجة اللغوية العصبية وتطبيقاتها بالمناهج فى كليات السياحة والفنادق لإعداد وتأهيل الطلاب للعمل بنجاح فى المجال السياحى .

ومن خلال تحقيق فروض البحث الفرعية يمكن من خلالها رفض الفرض الإحصائى الرئيسى وقبول الفرض البديل الذى ينص على أنه " هناك علاقة إحصائية ذات دلالة معنوية بين الحاجة لإستخدام تطبيقات (نظرية البرمجة اللغوية العصبية) فى متطلبات رفع كفاءة الطاقة البشرية للعاملين فى المؤسسات السياحية " .

التوصيات :

أولا: توصيات لوزارة السياحه :

• إلزام الشركات السياحيه بتوفير برامج تأهيليه وتدريبيه للعاملين فيها ، ويمكن ربط ذلك بترخيص الشركه وإستمرارها فى مزاولة عملها ، حيث أثبتت نتائج الدراسه الميدانيه أن نسبه قدرها ٤٢% من العاملين افادوا بعدم تواجد برامج تدريبيه من الأساس فى الشركات العاملين بها وهى نسبه كبيره بشكل سيء بالمقارنه مع أهمية التدريب فى المجال السياحى .

• إصدار وزارة السياحه منشورات إلزاميه للمؤسسات السياحه بكل ما هو جديد من البرامج التدريبيه المفيده فى مجال تنمية وتطوير مهارات العاملين و إلزام الشركات بتطبيقها على العاملين .

• مساعدة المؤسسات السياحيه على تطبيق البرامج التدريبيه الحديثه بأحسن مستوى عن طريق زيادة الميزانيه المخصصه للتدريب والتنميه ، وتقديم الدعم اللازم للمؤسسات السياحيه ، وذلك بإعتبار أن الكوادر السياحيه العامله فى تلك المؤسسات لا تمثل تلك المؤسسات وحدها ، ولكنها تمثل الدوله بالمثل .

• إرسال متابعين بصفه دوريه للمؤسسات السياحيه لمتابعة العمليات التدريبيه ونتائجها وتقييم مستوى العاملين .

• إلقاء الضوء على أهمية الربط بين علوم تطوير الذات والمهارات الشخصيه والعمل بالمجال السياحى من خلال المؤتمرات والبعثات السياحيه والأبحاث ... إلخ ، وذلك لإثراء هذا المجال نظراً لأهميته .

• وجود مختصين بدراسة العلوم النفسيه الحديثه وسلوك الأفراد والجماعات ، يقومون بالإشراف على الوسائل الدعائيه والترويجيه التى تمثل مصر ، كالإعلانات ، الشعارات الخاصه بالأحداث الكبرى : (كالمؤتمرات ، كأس العالم ، إفتتاح المتحف المصرى الكبير ...إلخ ، وذلك لدراسة تأثير البدائل والإختيارات المتاحه لتلك الوسائل على المستهلك المحتمل/ السائح ، والعمل مع القائمين عليها بزيادة فاعليتها فى تحقيق النتائج المرجوه .

ثانياً : توصيات لكليات / معاهد السياحه والفنادق:

• الإهتمام بتوفير مناهج دراسيه لتنمية وصقل المهارات والسمات الشخصيه وخاصة مهارات التواصل الذاتى والتواصل مع الإخرين بالإضافه الى مهارات التأثير والإقناع .

• إدراج مادة علم النفس السياحى كماده أساسيه ضمن المناهج الدراسيه ، وذلك بمثابة قاعده وخلفيه تهىء الطلاب لدراسة باقى علوم ونظريات علم النفس الحديث والتطوير الذاتى .

• توفير تدريب عملى تطبيقى للطلاب على المهارات الشخصيه ومهارات التأثير والإقناع من خلال تأليف مواقف واقعيه وتمثيل الأدوار من خلال الطلاب ، مما يهىء الطلاب نفسياً للعمل والتعامل مع مختلف الشخصيات بمرونه وذلك من خلال صقل مهارات الشخصيه .

• زيادة وعى الطلاب بمفهوم التواصل الذاتى ، وكيفية إدراك الفرد لطريقته فى التواصل مع ذاته وتأثير ذلك عليه ،على سلوكه ، علاقاته وحياته وكيفية تقويمه وتحكمه بتواصله مع ذاته وذلك من خلال توفير الكتب اللازمه بالمكتبه ، الندوات والأبحاث .... إلخ .

• الإهتمام بتوافر عدد من الأخصائيين النفسيين بالكليه/ المعهد ، يهتمون بالإشراف على الطلاب ، متابعتهم ، ملاحظة السلوكيات الشاذه ومحاولة تقويمها و مساعدتهم على تخطى مختلف المشكلات والعقبات إن تطلب الأمر .

• التواصل والتنسيق مع المؤسسات السياحيه المختلفه بشأن إحتياجاتها وإحتياجات سوق العمل المتجدده من العماله ومواصفاتها ، وأن يكون ذلك بشكل دورى منظم ومستمر ، والعمل على

توفير ذلك للطلاب من خلال إجراء إضافات وتعديلات أيضا دوريه منظمه ومستمره لمواكبة وتوفير إحتياجات سوق العمل .

ثالثاً : توصيات للمؤسسات السياحيه :

• الإهتمام بعقد دورات تدريبيه للعاملين فى " البرمجه اللغويه العصبيه " تتضمن تعريفهم بها ثم إمدادهم بفنياتها ومهاراتها المختلفه التى تساعد على تنمية وتحسين التواصل الذاتى والتواصل مع الآخرين فى بيئة العمل .

• تواجد " مدرب حياه life coach" بالمؤسسه يتواصل مع العاملين يتابعهم ، يلاحظهم ويمدهم بشكل مستمر بما يحتاجونه من مهارات وطاقه إيجابيه دافعه .

• التقليل من البرامج التقليديه بأساليبها القديمه العقيمه ومراعاة التجديد فى الأساليب والمحتوى.

• الإهتمام باصحاب التخصصات السياحيه فى التعيين لأن النتائج أثبتت أنهم يحتلون المرتبه الثانيه فى الوظائف السياحيه ، لذا يجب أولاً الإهتمام بإمدادهم خلال فترة الدراسه بكل ما يحتاجه العمل من متطلبات حتى يكونوا جديرين بإحتلال المراتب الأولى فى الوظائف السياحيه التى تناسب تخصصاتهم .

• مراعاة السمات الشخصيه ، الإتجاهات والميول الخاصه بالكوادر المستقطبه عند تسكينها فى الوظائف المختلفه ، وذلك من خلال إجراء الإختبارات اللازمه ، وتحتوى البرمجة اللغويه العصبيه على العديم من النماذج والفنيات التى تساعد على تحديد ومعرفة جوانب هامه فى شخصيات الأفراد ومعرفة طريقة إستجاباتهم فى المواقف المختلفه ، مثل (برامج المعالجه الذهنيه ، الأنظمه التمثيليه) ، وفى الملاحق مثال على أحد تلك الإختبارات .

• تنظيم العمليه التدريبيه ، وتخصيص جزء من ميزانية الشركه لتطوير التدريب وتنمية العاملين وإدخال كل ما هو جديد فى العمليه التدريبيه ، فقد أثبتت دراسه قامت بها شركة موتوريلا أن كل دولار يتم إستثماره فى التدريب يعود على المؤسسه بمقدار ٣٠ دولار .

• تنظيم وتقنين التواصل بين الإداره والعاملين وفق مبادىء نفسيه لزيادة ولاء العاملين للشركه .

• ضرورة حصول الإداره المسئوله فى المؤسسه السياحيه على دورات تدريبيه فى كيفية صياغة الأهداف بشكل سليم ووضع خطط صحيحه والتواصل مع العاملين وتشغيلهم بشكل سليم .

• التنويع فى طرق التدريب ، وإيصال المحتوى التدريبى وعدم الإعتماد على وسيله واحده من وسائل التدريب .

• الإهتمام بتحسين التواصل الذاتى للعاملين فى البرامج التدريبيه ، المحاضرات و الكتب المتنوعه فى هذا المجال يزيد من فاعلية تواصل العاملين مع السائحين ومع بعضهم البعض ويوفر الوقت والخسائر التى قد تقع بسبب أحد الموظفين الذى قد يمر بمشكله شخصيه أو إرهاق نفسى ناتج عن قلة إدراك وسوء تواصل ذاتى .

• التأكيد المستمر على العاملين أن بدون توافر عنصرى المصداقيه والأمانه لن تدوم الثقه ولن تجدى أى من وسائل وطرق التأثير والإقناع نفعاً مستمراً .

رابعاً : توصيات للباحثين فى المجال السياحى :

• إلقاء الضوء على العناصر البشريه العامله بالمجال السياحى ،بإعتبارها حجر الزاويه والعنصر الأهم فى إدارة العمل السياحى .

• الإهتمام بدراسة وإثراء علم النفس السياحى وزيادة الربط بين المجالين ؛ مجال تطوير الذات وعلم النفس والمجال السياحى نظراً للعلاقه الوثيقه بينهما ، فقد لاحظت الباحثه أثناء فترة البحث قلة المراجع والإبحاث المعتمده فى هذا المجال ، لذا فهو بحاجه لإثراءه والتأكيد عليه.

المراجع

أولا المراجع العربيه :

الفقى ،إبراهيم(٢٠٠٨): " البرمجه اللغويه العصبيه وفن الاتصال اللامحدود"، إبداع للإعلام والنشر ،القاهره.

الفقى، إبراهيم (٢٠٠٨) :سحر القياده ، دار التوفيق للطباعه والنشر .

برادبرى ،اندرو(ب.ت) : البرمجه اللغويه العصبيه ، نحو النجاح ،دار الفاروق .

إياكوبوتشى ، دون (٢٠٠٢) : كلية كيلوغ للدراسات الإدارية العليا تبحث فى التسويق، مكتبة العبيكان ، الرياض .

حامد ، وائل السيد (٢٠١٠) : "فاعلية البرمجة اللغوية العصبية فى تنمية مهارات التواصل لدى طلبة الجامعة مقارنة بالعلاج العقلانى الإنفعالى " ، رسالة دكتوراة ، كلية التربية والعلوم الإنسانية ، قسم الصحة النفسية ،جامعة قناة السويس ، الإسماعيلية .

صالحى ، أحمد (٢٠١٣): أهمية تحفيز الموارد البشرية فى تحسين أداء المؤسسه ، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس فى العلوم السياسية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة قاصدى مرباح ورقله.

روبنز ، أنتونى (٢٠٠١) : قدرات غير محدوده، إعادة طبع الطبعه الأولى ، مكتبة جرير، الرياض.

عبد الرحمن ، دينا البرنس عادل (٢٠٠٩) : مدى فعالية البرمجه اللغويه العصبيه فى علاج المخاوف المرضيه، رسالة دكتوراه ، كلية الاداب ، قسم علم نفس ، جامعة الزقازيق .

عبد الكاظم ، عبد الأمير (٢٠١٢) : " دور التدريب فى إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة وتأثيره على مستوى تقديم الخدمات " ، مجلة الغرى للعلوم الإقتصادية والإدارية ، السنة الثامنة – العدد الخامس والعشرون ، كلية الإدارة والإقتصاد ، جامعة الكوفة ، العراق.

ثانيا : المراجع الأجنبيه :

Hall,L.Micheal & Bodenhamer,D.Min (2000) : Figuring out people,Design Engineering With Meta-Programs,Crown House Publishing Ltd,Crown Buildings,Bancyfelin,Carmarthen Wales.

Thompson , John E . (2002) : The effect of Neuro Linguistic Programming on organizational and individual performance : a case study , Journal of European Industrial Training, Vol. 26Issue: 6, pp.299

Obaid, Mohammed Ali Ahmed ,2015 , " The Effectiveness of training in the Tourism Context : Examining the Training Impact On Individual and Organizational Performance " ,Journal of the Federation of Arab Universities for Tourism and Hospitality - Faculty of Tourism and Hotels - Suez Canal University - Egypt ,V.12 no1.

ملخص البحث

هدفت الدراسة إلى كيفية تطوير مهارات "التواصل الذاتى"،" التواصل مع الآخرين" ومهارات "التأثير والإقناع" لدى العاملين بإستخدام" البرمجه اللغويه العصبيه"، ودراسة كيفية رفع كفاءة الإختيار المهنى وتحسين بيئة العمل من خلال إنشاء علاقات عمل فعالة، ودراسة تأثير إدراج نظرية "البرمجه اللغويه العصبيه" وتطبيقاتها بالمناهج فى كليات السياحه والفنادق والمعاهد، تم التطبيق على بعض شركات السياحه والسفر وشركات الطيران بمنطقة القناه والقاهره، توصلت النتائج إلى وجود حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تطوير مهارات التواصل الذاتى للعاملين بالمؤسسات السياحية، وفى تطوير مهارات التواصل مع الاخرين فى المؤسسات السياحية، وفى تطوير مهارات التأثير والإقناع لدى العاملين فى المؤسسات السياحية، ويوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى رفع كفاءة الإختيار المهنى للعاملين فى المؤسسات السياحية، ويوجد حاجة لإستخدام البرمجة اللغوية العصبية فى تحسين بيئة العمل وإنشاء علاقات عمل فعالة فى المؤسسات السياحية، ويوجد حاجة لإدراج نظرية البرمجة اللغوية العصبية وتطبيقاتها بالمناهج فى كليات السياحة والفنادق لإعداد وتأهيل الطلاب للعمل بنجاح فى المجال السياحى.

Abstract

The study aimed at how to develop the skills of "self-communication", "communicating with others" and the skills of "influence and persuasion" among workers, and to study how to raise the efficiency of professional selection and improve the work environment by establishing effective working relationships, and studying the effect of including the theory of“ Neuro-linguistic programming ”and its applications in the curricula in tourism colleges, hotels and institutes,. The application has been applied to some tourism and travel companies and airlines in the Canal and Cairo area. The results concluded that there is a need to use Neuro-linguistic programming in developing self-communication skills for workers in tourism institutions, and in developing communication skills with others in tourism institutions, and there is a need to use NLP to develop influence and persuasion skills among workers in tourism institutions, and there is a need to use NLP in raising the efficiency of the professional selection of workers in tourism institutions, and there is a need to use language programming in improving the work environment and establishing effective working relationships in tourism institutions, and there is a need to include the theory of NLP and its applications in the curricula in the faculties of tourism and hotels to prepare and qualify students to work successfully in the tourism field.