

دراسة أهمية مهارات الاتصال في صناعة السياحة في إيران

امام بخش عیدوزهی

e.eiduzahi@gmail.com

عضو هیئت التدریس فی قسم الاقتصاد، مجمع سراوان للتعلیم العالی، سراوان، سیستان وبلوشستان، ایران

راضیه گلدرزهی

razieh.gold@gmail.com

عضو هیئت التدریس فی قسم المحاسبة، مجمع سراوان للتعلیم العالی، سراوان، سیستان وبلوشستان، ایران

Examining the importance of communication skills in Iran's tourism industry

Imam Bakhsh Eidouzahi

Faculty member of the Department of Economics, Saravan Higher Education Complex, Saravan, Sistan and Baluchistan, Iran

Razia Goldarzahi

Faculty member of Accounting Department, Saravan Higher Education Complex, Saravan, Sistan and Baluchistan, Iran

الملخص:-

يجب أن يتمتع مقدمو الخدمات السياحية بمهارات تواصل تعبيرية من أجل تقديم منتج سياحي أفضل وخلق تجربة سياحية مرضية. لفهم وتصور وتحقيق مفهوم متعدد الأبعاد لمهارات الاتصال بشكل أفضل، تهدف هذه الدراسة إلى مراجعة الأدبيات واقتراح مقياس قياس متوافق مع بيئة العمل السياحي الحديثة. وبناء على مراجعة الأدبيات والاستبيان، أظهرت النتائج الأبعاد الخمسة لمهارات الاتصال: مهارات الاتصال الكتابية، والشفوية، والاستماع، والرقمية، وغير اللفظية. في الختام، ستساهم الدراسة الحالية في البحث التجريبي المستقبلي حول مهارات الاتصال المطلوبة في مجال السياحة. كما يقترح أسئلة بحثية جديدة لتحديد وتحليل مهارات الاتصال المكتسبة.

الكلمات المفتاحية: مهارات الاتصال؛ اقتصاد السياحة والأعمال.

Abstract:

Tourism service providers must have expressive communication skills in order to provide a better tourism product and create a satisfactory tourism experience. To better understand, conceptualize and achieve a multidimensional concept of communication skills, this study aims to review the literature and propose a measurement scale compatible with the modern tourism work environment. Based on the literature review and the questionnaire, the results show the five dimensions of communication skills: written, oral, listening, digital and non-verbal communication skills. In conclusion, the present study will contribute to future empirical research on the communication skills required in the field of tourism. It also suggests new research questions to identify and analyze acquired communication skills.

Keywords: communication skills; Tourism economy, business

المقدمة:

واستناداً إلى نتائج الدراسات، تُعرف مهارات الاتصال بأنها أحد العوامل الحيوية للأعمال التجارية الحديثة (Gobi, 2007; Lim et al., 2016; Plant and Sleepers, 2015). وقد ميز روبلز (٢٠١٢) أهم عشر مهارات برمجية ضرورية في الأعمال التجارية من خلال فحص آراء المديرين، وجاءت مهارات الاتصال في المرتبة الثانية بعد الصدق مباشرة. يعد التواصل التجاري الفعال شرطاً أساسياً للتشغيل الناجح لأي شركة. ومع ذلك، فإن أهميتها واضحة بشكل خاص في صناعة الخدمات، حيث الخدمة هي جوهر العمل. عندما يتعلق الأمر بالسياحة والضيافة، فإن أهمية التواصل تكون أكبر لأن التواصل في السياحة يتجاوز نقل المعلومات وله معنى أعمق بكثير، خاصة في التفاعل بين السياح والموظفين (لولي، ٢٠١٣؛ نيكوليك وسباركس، ١٩٩٥). بالإضافة إلى ذلك، خلص ويسلي وآخرون (٢٠١٧) في دراستهم إلى أن أهم المهارات الشخصية في السياحة هي التواصل. وبناءً على ذلك، يجب أن يكون جميع موظفي السياحة قادرين على التواصل بشكل فعال مع الضيوف والزلاء وأصحاب المصلحة الآخرين على جميع المستويات للحفاظ على بيئة عمل إيجابية (Lolley et al., 2013).

ناقشت العديد من الدراسات أهمية الاتصالات التجارية. ومع ذلك، ركزت الأبحاث السابقة بشكل أكبر على الجوانب العامة للتواصل بين الأشخاص بدلاً من أنواع محددة من مهارات الاتصال. ومن ثم فإن الدراسات الموجودة تنظر بشكل أساسي إلى مهارات الاتصال كجزء من مجموعة من المهارات الشخصية وتقيسها ببند واحد (Baird & Paraitam, 2019; Robles, 2012; Wesley, 2017). علاوة على ذلك، يبدو أن الأدبيات التي تتناول مهارات الاتصال قد فحصتها من حيث نتائجها أو أنشطتها التجارية وتجاهلت كيفية نقل الرسالة. وقاموا بفحص أهم مهارات الاتصال في الأعمال التجارية بناءً على نتائج الاتصال المرغوبة، من خلال تصنيفها إلى ثلاث مجموعات رئيسية: (١) مهارات تنظيمية، (٢) قيادة، و (٣) مهارات اتصال بين الأشخاص. باستخدام نهج مماثل، فالديك وآخرون (٢٠١٢) صنف مهارات الاتصال إلى ست مجموعات رئيسية: (١) التواصل

والتواصل بين الأشخاص، (٢) التواصل عبر الوسيط، (٣) التواصل بين المجموعات، (٤) التواصل مع العاطفة والإبداع وروح المبادرة، (٥) غير اللفظي التواصل و (٦) التحدث والاستماع. نظراً لأن السياحة صناعة تعتمد على الأشخاص، يتم التأكيد بشكل عام على الاستماع باعتباره مهارة حاسمة مطلوبة في مكان العمل السياحي، على الرغم من أنه نادراً ما يتم تضمينه في مقاييس الاتصال (زهر).

بالإضافة إلى ذلك، تجدر الإشارة إلى أن المهارات المطلوبة في السياحة تتغير مع مرور الوقت. نظراً للتقدم التكنولوجي الكبير، أصبحت السياحة اليوم جزءاً لا يتجزأ من التكنولوجيا، وبالتالي تتطلب بعض المهارات الرقمية الجديدة من العاملين في مجال السياحة. على الرغم من أن المهارات الرقمية في السياحة قد تم بحثها بالفعل، إلا أنه يتم النظر إلى هذه المهارات من منظور عام وليس من منظور علائقي. لم يجمع أي بحث حتى الآن هذه المجموعة من مهارات الاتصال بناءً على كيفية نقل الرسالة والتحقيق فيها في سياق السياحة. ومن ثم، ونظراً للتغطية المحدودة للمهارات، وعدم التركيز على السياحة والتغيرات المستمرة في احتياجات المهارات، فإن المقاييس المقترحة مسبقاً لا يمكن أن تعكس بشكل كامل المهارات المطلوبة في بيئة العمل السياحية الحديثة. لسد هذه الفجوة، يهدف هذا البحث إلى تحديد مجموعة واسعة من مهارات الاتصال المطلوبة للعمل اليوم في مجال السياحة بناءً على كيفية نقل الرسالة (Raybould and Wilkins, 2006; Carlisle et al., 2021; Goffey and Lui, 2016; Vanlar وآخرون، ٢٠١٧).

الخلفية النظرية:

يجب أن يتم تعيين الموظفين في مجال السياحة والضيافة بعناية ويحتاجون إلى تلقي تدريب مستمر، لأن مهارات التواصل لديهم تعد مؤشراً مهماً في خلق تفاعلات إيجابية مع العملاء (كويك تانكوفيتش، ٢٠٢٠). بالنسبة للعاملين في مجال السياحة، تعد القدرة على التواصل بشكل فعال إحدى أهم مهاراتهم حيث أصبحت جزءاً حيوياً من العمليات اليومية لأعمال السياحة (برونيل، ٢٠١٦؛ لولي، ٢٠١٣).

في حين أن هناك مجموعة متزايدة من الأبحاث حول أهمية مهارات الاتصال من وجهات نظر مختلفة، فإن عدد الدراسات التي تبحث في مهارات الاتصال من حيث كيفية

نقل الرسائل أقل بكثير. ركزت الدراسات الحالية بشكل أساسي على مهارات الاتصال الكتابي (Kleiner & Marshall, 2014; McDermott & Ortiz, 2017).

بالإضافة إلى الكتابة والتحدث، تعتبر مهارات الاستماع واحدة من أهم مكونات التواصل بين الأشخاص (Kloki and Fury, 2016; Lamb-White, 2008). تشير مهارات التواصل الاستماعي إلى عملية تلقي وتفسير والرد على الرسالة التي يتلقاها المرسل (Bison and Priya, 2009) ويعتبر نشاط الاتصال الأكثر أهمية والأكثر شيوعاً في الاتصالات التجارية (Keeton et al., 2013). يتم التغاضي عن مهارات الاستماع لأن الاستماع هو عملية طبيعية: في حين أن الاستماع هو عملية جسدية بحتة، فإن الاستماع هو عملية عقلية تنطوي على تفسير وفهم الرسالة (كريزان وآخرون، ٢٠٠٨). تتكون أساليب ومهارات الاتصال من أبعاد وخصائص مختلفة وتشمل العديد من العناصر غير اللفظية التي تكمل أو تغير معنى الرسالة اللفظية (Kang and Hyun, 2012; Norton, 1978).

تشير بيئة الأعمال الحديثة والتحول الرقمي ونمو وسائل التواصل الاجتماعي إلى الحاجة إلى تطوير مهارات اتصال جديدة تتبع التغيرات التكنولوجية للأعمال المعاصرة، ولكنها تتجاوز المهارات التقنية ومهارات الكمبيوتر (Van Laar et al., 2017). في هذا العالم الرقمي، أصبحت الكتابة أكثر أهمية من أي وقت مضى، حيث تتطلب الوسائط الرقمية المزيد من التواصل الكتابي ودائماً ما تكون مهارات الموظفين مكشوفة للجمهور بسبب اختراق الإنترنت (Goffey & Lui, 2016).

تعد المعرفة الرقمية أمراً ضرورياً وتعني أكثر من مجرد القدرة على استخدام البرامج أو الأجهزة الرقمية. ويتضمن مجموعة من المهارات المعرفية والحركية والاجتماعية والعاطفية المعقدة التي يحتاجها المستخدمون للعمل بفعالية في البيئة الرقمية (Ishte Alkalai, 2004). ونظراً للشفافية التي يفرضها الإنترنت، فإن مهارات الاتصال لدى الموظفين تكون دائماً مكشوفة للجمهور وبالتالي تزداد أهميتها (Goffey & Louie, 2016). وتتضمن مجموعة من المهارات المعرفية والحركية والاجتماعية والعاطفية المعقدة التي يحتاجها المستخدمون للعمل بفعالية في بيئة رقمية (عشت القلعي، ٢٠٠٤)، ويجب أيضاً استخدام مهارات الاتصال الرقمي في أدوات الاتصال الكلاسيكية، وذلك بسبب الطبيعة التفاعلية للتطور في التكيف

مع وسائل الإعلام المعاصرة، توفر وسائل الاتصال الحديثة إمكانية الاتصال ثنائي الاتجاه. ستزداد أهمية هذا المجال بشكل كبير في المستقبل، مما يعني أنه ستكون هناك حاجة إلى مستوى أعلى من الكفاءة في هذا المجال ويجب تحديد المهارات اللازمة بدقة (Johansson et al., 2011; Carlisle et al., 2021).

وفقاً لمراجعة الأدبيات أعلاه، فإن امتلاك جميع مهارات الاتصال المذكورة أعلاه يعد أمراً بالغ الأهمية للنجاح في مكان العمل اليوم. ومع ذلك، لا يزال قياسها يمثل تحدياً كبيراً للباحثين وممارسي الأعمال على حد سواء.

منهجية البحث:

من أجل الفهم الكامل لمهارات الاتصال التي يحتاجها العاملون في مجال السياحة، من الضروري فحص مجموعة مهارات الاتصال المستخدمة في الماضي من منظور أوسع من مهارات الاتصال التقليدية المكتوبة والمنطوقة. وبناء على مراجعة المصادر، تم تحديد خمسة أبعاد تشمل ما مجموعه ٤٦ فقرة. تمثل هذه الأبعاد الخمسة الأنواع الخمسة الرئيسية لمهارات الاتصال، في حين تم إنشاء هذه العناصر لتمثيل مجموعات مهارات الاتصال المحددة المطلوبة في بيئة العمل السياحي.

تم تصميم استبيان بناءً على مراجعة موسعة للأدبيات المتعلقة بمهارات الاتصال المطلوبة في بيئة العمل اليوم. يشير البعد الأول إلى مهارات الاتصال الكتابي ويتكون من ٩ عناصر مقتبسة من جونز (٢٠١١) ومورجان (١٩٩٧). ويتناول البعد الثاني مهارات الاتصال الشفهي ويتضمن ١١ بنداً تم تجميعها من عدة دراسات ذات صلة (Jackson, 2014; Morgan, 1997; Lawley, 2013). ويعتمد البعد الثالث على نموذج براونيل هورير ويختبر مهارات الاستماع من خلال ستة عناصر. أما البعد الرابع فيشير إلى مهارات الاتصال الرقمي ويتضمن ٩ بنود (Sadiq et al., 2016; Jones, 2011). ويمثل البعد الخامس الأخير مهارات الاتصال غير اللفظي، وقد تم استخلاص العناصر الأحد عشر المستخدمة من العديد من الدراسات ذات الصلة (Limbo et al., 2016; Lawley, 2013).

بالنسبة لجميع البنود، تم تقييم تعليقات المشاركين باستخدام مقياس ليكرت المكون

من ٥ نقاط للإشارة إلى الأهمية المتصورة لمهارات محددة للعمل في مجال السياحة (١ - غير مهم جداً، ٥ - مهم جداً).

وبما أن الهدف من المقال هو توفير مقياس لقياس أهمية مهارات الاتصال للعاملين في مجال السياحة، فقد تم اختيار العينة الهادفة. أجري البحث الحالي خلال العام الدراسي ١٤٠٢-١٤٠١، وكان مجتمع البحث المستهدف طلاب المرحلة الجامعية في مجال اقتصاديات السياحة. وأخيراً، تم الحصول على ما مجموعه ١٥٠ استبياناً صالحاً وتحليلها. وتبين تركيبة المشاركين أن ٦٤٪ منهم نساء و ٣٦٪ رجال. ومن حيث العمر، ٧٠٪ من المشاركين تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢٢ سنة و ٣٠٪ المتبقية تتراوح أعمارهم بين ٢٣-٢٧ سنة.

تحليل البيانات:

وقد تم تحليل البيانات المجمعة على ثلاث مراحل. في الخطوة الأولى، تم تقييم القيم المتطرفة أحادية المتغير ومتعددة المتغيرات، وتم تقييم المتغيرات الواضحة لطبيعية التوزيع أحادي المتغير ومتعدد المتغيرات ووجود التباين مع الطريقة المشتركة. تم إجراء التحليل العاملي الاستكشافي في الخطوة الثانية لتحديد الأبعاد الأساسية لمهارات الاتصال. وأخيراً تم إجراء التحليل العاملي التوكيدي لاختبار ثبات مقياس الاتساق الداخلي والصدق التقاربي والتمييزي، كما تم تصميم مقياس مهارات الاتصال النهائي.

تم إجراء التحليل العاملي الاستكشافي لتحديد أبعاد مقياس مهارات الاتصال بشكل أفضل، أي لتحسين المقياس. تم إجراء تحليل المكونات الرئيسية بطريقة استخلاص العوامل وتدوير العوامل بطريقة فارماكس. أظهر اختبار بارتليت ومقياس كفاية العينات (KMO) أن تطبيق التحليل العاملي في مجموعة البيانات المدروسة ممكن ومناسب. وأكد التحليل العاملي النهائي الوارد في الجدول ١ وجود خمسة أبعاد لمقياس مهارات الاتصال. من التحليل العاملي النهائي، تم استبعاد المتغيرات التي يرتبط حمل عاملها بعدة عوامل والمتغيرات ذات حمل عامل منخفض جداً. وبين الجدول ٣ نتائج تحليل الصلاحية التمييزية لمقياس مهارات الاتصال.

جدول ١: نتائج تحليل روايي تفكيك مقياس مهارات هاي ارتباطي

مهارت هاي ارتباطي غير كلامي	مهارت هاي ارتباط ديجيتال	مهارت هاي ارتباطي گوش دادن	مهارت هاي ارتباط شفاهي	مهارت هاي ارتباطي نوشتاري	
				٠/٦٨	مهارت هاي ارتباطي نوشتاري
			٠/٦٦٥	٠/٦٩١ (٠/٧٠١)	مهارت هاي ارتباط شفاهي
		٠/٧٩٨	٠/٧١١ (٠/٦٩٧)	٠/٦٢٦ (٠/٦٩٨)	مهارت هاي ارتباطي گوش دادن
	٠/٧٧٨	٠/٧٥٧ (٠/٧٨٥)	٠/٧٦٨ (٠/٧٩٨)	٠/٧١٥ (٠/٧٦٥)	مهارت هاي ارتباط ديجيتال
٠/٨٧٥	٠/٨٢٥ (٠/٨٦٥)	٠/٧٣٥ (٠/٧٦٥)	٠/٦٨٨ (٠/٦٩٨)	٠/٨٦٧ (٠/٨٨٧)	مهارت هاي ارتباطي غير كلامي
منابع: يافته هاي پژوهش					

الخاتمة والمناقشة:

حتى الآن، ركزت الدراسات على مجموعات مهارات الاتصال وشددت على أهمية التواصل كجزء من المهارات الشخصية (Wesley et al., 2017; McDermott & Ortiz, 2017). على عكس الأبحاث السابقة، التي تركز على النتيجة المرجوة أو الأنشطة التجارية الناتجة عن مهارات الاتصال (Conrad & Newberry, 2012)، تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية كيفية إيصال الرسالة. ويقسم التواصل إلى خمسة أنواع من المهارات.

وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن مهارات الاتصال متعددة الأبعاد وأن المقياس المقترح لمهارات الاتصال له خمسة أبعاد وهي مهارات الاتصال الكتابي (عامل ١)، ومهارات الاتصال الشفهي (عامل ٢)، ومهارات الاتصال الاستماعي (عامل ٣)، وثبتت الرقمية. مهارات الاتصال (العامل ٤) ومهارات الاتصال غير اللفظي (العامل ٥).

وفيما يتعلق بمهارات الاتصال الكتابي (العامل ١) ومهارات الاتصال الشفهي (العامل ٢)، تؤكد هذه الدراسة أن هذه المهارات هي متطلبات أساسية للاتصالات التجارية، وهي نتيجة تتفق مع الدراسات السابقة (McDermott & Ortiz, 2017; Kleckner & 2017).

(Marshall, 2014) .. كما هو متوقع، ظهرت مهارات الاتصال الخاصة بالاستماع (العامل ٣) كعنصر أساسي في التواصل بين الأشخاص، المرتبطة بالنشاط الأكثر شيوعاً في الاتصالات التجارية (Keeton et al., 2013)، وزيادة المسؤوليات المتسلسلة (Bison and Priya, ٢٠٠٩) ذات صلة. لاستيعاب المعلومات من خلال الاستماع، يشير العامل الرابع، مهارات الاتصال الرقمي، إلى التحديات المعاصرة التي تتجاوز المهارات التقنية والحاسوبية التي تشمل المعلومات الرقمية التي تتم معالجتها ومشاركتها مع الآخرين، كما ناقشها مور ومورتون سابقاً (٢٠١٧). تتمتع مهارات الاتصال غير اللفظي (العامل ٥) بأعلى موثوقية مركبة وتم حذف متغير واحد فقط.

يهدف هذا البحث إلى تحليل العوامل المحددة المتعلقة بالمهارات الموجودة، ومع ذلك لم يتم بحثه بالكامل وتنفيذه على نطاق شامل. وفقاً للبنيات الخمسة المقترحة، يجمع هذا البحث معلومات جديدة ويوفر فهماً أفضل لحجم مهارات الاتصال. على هذا النحو، تساعد هذه الدراسة على توفير أساس لأبحاث الاتصال المستقبلية من خلال تحديد عوامل جديدة لمجموعات مهارات الاتصال وتحديث النظريات السابقة.

تكمن قوة هذا العمل في النطاق الواسع متعدد الأبعاد الذي يمتد القياسات السابقة مع متغيرات مهارات الاستماع، ومهارات الاتصال غير اللفظي، والمهارات الرقمية. تبحث هذه الدراسة في مهارات الاتصال باستخدام مجموعة واسعة من الخصائص بدلاً من قياسها بمجموعة محدودة أو مجموعة من العناصر، كما هو الحال في دراسات أخرى مماثلة.

على الرغم من الجهود المبذولة لتحليل الأدبيات المختارة بشكل غير متحيز في مجال مهارات الاتصال وتطبيق المنهجية المختارة، فإن هذه الدراسة لها قيود تشير إلى اتجاهات للبحث المستقبلي. أولاً، كانت العينة المستخدمة في البحث فقط طلاب المرحلة الجامعية في مجال اقتصاديات السياحة، ويمكن أن تشمل الدراسات المستقبلية مستجيبين محتملين آخرين مثل طلاب المدارس الثانوية والعاملين في مجال السياحة. وينبغي إجراء المزيد من الأبحاث مع أصحاب العمل في مجال السياحة وكذلك مع السياح لفهم مدى أهمية أبعاد التواصل هذه. وبما أن هذه الدراسة أجريت على عينة من الطلاب، فيجب مقارنة نتائج الدراسات المستقبلية مع الجماهير الأخرى التي تعتبر مهارات الاتصال بالنسبة لها أمراً بالغ الأهمية

للتوظيف والتطوير الوظيفي. إن قدرة المستجيبين على الإجابة بشكل مستقل اعتماداً على فهمهم لمعنى جميع العناصر المقترحة تحتاج أيضاً إلى مزيد من البحث.

قائمة المصادر

- Baird, A. M., & Parayitam, S. (2019). Employers' ratings of importance of skills and competencies college graduates need to get hired: Evidence from the New England region of USA. *Education Training*, 61(5), 622–634. <https://doi.org/10.1108/ET-12-2018-0250>
- Bisen, V. & Priya. (2009). *Business communication*. New Age International.
- Brownell, J. (2009). Fostering service excellence through listening: What hospitality managers need to know. *Cornell Hospitality Report*, 9(6), 6–18.
- Carlisle, S., Ivanov, S., & Dijkmans, C. (2021). The digital skills divide: Evidence from the European tourism industry. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2020-0114>
- Clokie, T. L., & Fourie, E. (2016). Graduate employability and communication competence: Are undergraduates taught relevant skills? *Business and Professional Communication Quarterly*, 79(4), 442–463. <https://doi.org/10.1177/2329490616657635>
- Conrad, D., & Newberry, R. (2012). Identification and instruction of important business communication skills for graduate business education. *Journal of Education for Business*, 87(2), 112–120. <https://doi.org/10.1080/08832323.2011.576280>
- Cuic Tankovic, A. (2020). Importance of communication skills for tourism students. *Proceedings of the International Conference on Global Economy in Business, Management, Social Science and Humanity Perspective (GEMSH-20)*, IIRST Explore. 52–56.
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93–160.
- Goby, V. P. (2007). Business communication needs: A multicultural perspective. *Journal of Business and Technical Communication*, 21(4), 425–437. <https://doi.org/10.1177/1050651907304029>
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2010). *Business communication process & product*. (7th ed.).
- Cengage Learning.

- Jackson, D. (2014). Business graduate performance in oral communication skills and strategies for improvement. *The International Journal of Management Education*, 12(1), 22–34. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2013.08.001>
- Johanson, M., Ghiselli, R., Shea, L. J., & Roberts, C. (2011). Changing competencies of hospitality leaders: A 25-year review. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 23(3), 43–47. <https://doi.org/10.1080/10963758.2011.10697012>
- Jones, C. G. (2011). Written and computer-mediated accounting communication skills: An employer perspective. *Business Communication Quarterly*, 74(3), 247–271. <https://doi.org/10.1177/1080569911413808>
- Kang, J., & Hyun, S. S. (2012). Effective communication styles for the customer-oriented service employee: Inducing dedicational behaviors in luxury restaurant patrons. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 772–785. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.09.014>
- Keyton, J., Caputo, J. M., Ford, E. A., Fu, R., Leibowitz, S. A., & Liu, T. (2013). Investigating verbal workplace communication behaviors. *Journal of Business Communication*, 50(2), 152–169.
- Kleckner, M. J., & Marshall, C. R. (2014). Critical communication skills: Developing course competencies to meet workforce needs. *The Journal of Research in Business Education*, 56(2), 59–81.
- Lamb-White, J. (2008). Communication skills for business: Three components for successful oral communication. Suite 101. Retrieved from For Business. <http://soft-skills-development.suite101.com/article.cfm/communicationskills>
- Lim, Y. M., Lee, T. H., Yap, C. S., & Ling, C. C. (2016). Employability skills, personal qualities, and early employment problems of entry-level auditors: Perspectives from employers, lecturers, auditors, and students. *Journal of Education for Business*, 91(4), 185–192. <https://doi.org/10.1080/08832323.2016.1153998>
- Limbu, Y. B., Jayachandran, C., Babin, B. J., & Peterson, R. T. (2016). Empathy, nonverbal immediacy, and salesperson performance: The mediating role of adaptive selling behavior. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(5), 654–667. <https://doi.org/10.1108/JBIM-03-2015-0048>
- Lolli, J. (2013a). Perceptions of the importance and preparedness of interpersonal communication skills of the entry-level hospitality leader: Implications for hospitality educators. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 13(4), 354–373. <https://doi.org/10.1080/15313220.2013.839302>
- MacDermott, C., & Ortiz, L. (2017). Beyond the business communication course: A historical perspective of the where, why, and how of soft skills development and job readiness for business graduates. *IUP Journal of Soft Skills*, 11(2), 7–24.

- Moore, T., & Morton, J. (2017). The myth of job readiness? Written communication, employ- ability and the “skills gap” in higher education. *Studies in Higher Education*, 42(3), 591–609. <https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1067602>
- Morgan, G. J. (1997). Communication skills required by accounting graduates: Practitioner and academic perceptions. *Accounting Education*, 6(2), 93–107. <https://doi.org/10.1080/ 096392897331514>
- Nikolich, M. A., & Sparks, B. A. (1995). The hospitality service encounter: The role of commu- nication. *Hospitality Research Journal*, 19(2), 43–56. <https://doi.org/10.1177/ 109634809501900205>
- Norton, R. (1978). Foundation of a communicator style construct. *Human Communication Research*, 4(2), 99–112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00600.x>
- Plant, K., & Slippers, J. (2015). Improving the business communication skills of postgraduate internal audit students: A South African teaching innovation. *Innovations in Education and Teaching International*, 52(3), 310–321. <https://doi.org/10.1080/14703297.2013.852480>
- Raybould, M., & Wilkins, H. (2006). Generic skills for hospitality management: A comparative study of management expectations and student perceptions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13(2), 177–188. <https://doi.org/10.1375/jhtm.13.2.177>
- Robles, M. M. (2012). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today’s work- place. *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453–465. <https://doi.org/10.1177/1080569912460400>
- Siddiq, F., Scherer, R., & Tondeur, J. (2016). Teachers’ emphasis on developing students’ digital information and communication skills (TEDDICS): A new construct in 21st century education. *Computers & Education*, 92–93, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.10. 006>
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A., & De Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577–588. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.010>
- Wesley, S. C., Jackson, V. P., & Lee, M. (2017). The perceived importance of core soft skills between retailing and tourism management students, faculty and businesses. *Employee Relations*, 39(1), 79–99. <https://doi.org/10.1108/ER-03-2016-0051>
- Zehrer, A., & Müssennechener, C. (2009). Key competencies of tourism graduates: The employ- ers’ point of view. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9(3-4), 266–287. <https://doi.org/ 10.1080/15313220903445215>.