

درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل من وجهة نظر الخريجين وأرباب العمل

عليا عوده أبو هليل

أ.د. عبد المهدي الجراح*

تاريخ قبول البحث 2018/3/31

تاريخ استلام البحث 2018/2/5

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل من وجهة نظر الخريجين وأرباب العمل، وتكونت عينة الدراسة من خريجي الكليات السياحية من الجامعة الأردنية، وجامعة عمون، بالإضافة إلى مجموعة من أرباب العمل، وبلغت العينة (195) فردًا منهم (130) خريجًا، و(65) من أرباب العمل، واستخدام المنهج الوصفي المسحي، للتحقق من أهداف الدراسة، طوّرت استبانة، تكونت من (27) فقرة، موزعة على خمسة مجالات رئيسية، (مستوى الخريجين، وتطوير البرامج الأكاديمية "المناهج"، وبرامج تدريب الخريجين، والتواصل مع الخريجين، وخطط وبرامج الجامعة)، وتحققت من صدقها وثباتها، فعرضت على مجموعة من أصحاب الخبرة والاختصاص في القياس والتقييم، والمناهج والتدريس، من أساتذة الجامعات الأردنية، وتحققت من ثباتها بحساب ثبات الاتساق الداخلي للفقرات باستخدام معادلة كرونباخ فبلغ (0.89)، وأظهرت النتائج أن درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.66) وانحراف معياري (0.64)، وأن مجالات الاستبانة جاءت في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة.

الكلمات المفتاحية: درجة المواءمة، مخرجات برامج الكليات السياحية، حاجات سوق العمل.

* كلية العلوم التربوية/ الجامعة الأردنية.

Degree of Harmonization of Outputs of Programs of Tourist Colleges in Jordanian Universities to the Needs of the Labor Market from the Point of View of Graduates and Employers

Alia Oudeh Abuhlail
Prof. Abdelmuhamdi Aljarrah *

Abstract:

The present study aimed at identifying the degree of harmonization of the outputs of the tourist programs in Jordanian universities colleges to the needs of the labor market from the point of view of the graduates and employers. The study sample consisted of college graduates from the University of Jordan, the University of Ammon, in addition to a group of employers, with a total number of (195) individuals (130) graduates, and (65) of the employers. In order to achieve the goals of this study, a questionnaire was constructed consisting of (27) items, divided into five key areas: (the level of graduates, the development of academic programs, curricula and programs of postgraduate training, networking with alumni, universities programs and plans), and to investigate the sincerity and constancy, where it was presented to a group of people with expertise and competence in the instrument cluster, calendar, curriculum and teaching, professors of Jordanian universities. The results showed that the degree of harmonization of the outputs of the tourist programs in Jordanian universities colleges and the requirements of the labor market from the point of view of employers and the tourism colleges graduates in Jordanian universities in general was moderate, as the arithmetic average (3.66) and standard deviation (0.64), and that the areas of resolution came in the high and middle grades.

Keywords: Degree of harmonization, tourist colleges' outputs, and labour market needs.

المقدمة:

تحظى السياحة بأهمية متميزة لما لها من آثار على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للمجتمعات والدول، وتزايدت هذه الأهمية مع التطورات التي يشهدها العالم بسبب التطور التكنولوجي، والمعرفي، والعولمة، وتحرير التجارة الدولية، ولا سيما تجارة الخدمات التي تعد السياحة من أبرزها.

وتعد صناعة السياحة أحد الدعائم الرئيسة في الاقتصاد الوطني الأردني، إذ تسهم بنسبة (14.7%) في دعم الاقتصاد الوطني حسب التقرير الصادر عن البنك المركزي لعام 2016، وقد أشارت هيئة الأمم المتحدة على وجود ثلاثة قطاعات رئيسة تقود قاطرة الاقتصاد العالمي وهي: الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات، والسياحة، وتعد صناعة السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية في القرن الحادي والعشرين، إذ تسهم في تنمية المرافق الأساسية والبنى التحتية، وتحقيق الرواج الاقتصادي، وتحسين ميزان المدفوعات، تسويق بعض السلع، وزيادة الاستثمار الوطني والأجنبي، وتسهم في تحقيق السلام والتفاهم بين الشعوب، وتعد أساساً للتبادل الحضاري بينهم، فضلاً عن أنها تسهم في تشغيل أيدي عاملة كثيرة (Interview and Tahib,2000)، مما يشجع مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني أن الأردن يمتلك مقومات طبيعية، وحضارية، وبشرية ودينية جعلت منه بلداً سياحياً في جميع فصول السنة، ومصدر جذب للسياح من دول العالم كافة فتتوافر المشاتي، والمصايف، والمواقع الأثرية، والعلاجية، والدينية، والصحاري، والغابات، والشواطئ وتتمثل مقومات العرض السياحي، بكل ما تستطيع أن تقدمه منطقة ما للسياح الفعليين والمتوقعين والتي تترك الأثر في نفوس قاصديها لزيارتها والمكوث فيها مدة من الزمن دون غيرها، فكلما توافرت المقومات والمكونات السياحية، زاد العرض السياحي والعكس صحيح (Hamouri,2017).

وبما أن التعليم الجامعي في كل المجتمعات يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنظام الاقتصادي بالعمالة بشكل خاص، ويساعد سوق العمل إلى الوصول لحالة من التوازن؛ لذا فإن كفاية النظام الجامعي تتحقق بمعدلات مرتفعة في حالة تلبية حاجات المجتمع من الأيدي العاملة المؤهلة التي تتطلبها مواقع العمل والإنتاج، أما فقدان التوازن في سوق العمل سواء في العجز أم بالفائض فإن ذلك سيؤدي إلى علاقات مختلفة بين ما ينتجه النظام التعليمي، وما يعرضه من عمالة مدربة (AI-Mutairi,2014).

ويبقى التعليم الجامعي من الركائز الأساسية لتحقيق التنمية في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ورافداً مهماً للاستثمار في الموارد البشرية ومصدراً رئيساً لتلبية احتياجات سوق العمل، لذا لا بد من مواءمة مخرجاته لمتطلبات سوق العمل وتطلعاته (Otaibi,2010).

مشكلة الدراسة وسؤالها:

تستند النتائج التربوية العالمية في التعليم السياحي والفندقي على الدمج المباشر ما بين برامج وخطط كليات السياحة وأهل الاختصاص في الجامعات الأردنية بالتشاور المباشر مع أصحاب المنشآت السياحية والفندقية؛ لذلك تكشف هذه الدراسة عن درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية الأردنية لحاجات سوق العمل بالتعرف عن واقع التعليم السياحي في الأردن.

وقد أشارت العديد من الدراسات كدراسة (Badr,2007) على أن التوسع الكمي في أعداد الطلبة المقبولين في الجامعات الأردنية لم يرافقه الاهتمام بنوعية الخريجين، فظهرت آثار سلبية تتمثل في تدني مستوى المعرفة لدى هؤلاء الخريجين، بالإضافة إلى نقص المهارات المطلوبة في سوق العمل، كمهارات الاتصال والعمل بروح الفريق، والتفكير الإبداعي والابتكاري في أعمالهم بالإضافة إلى تدني في مهارات الخريجين في اللغات الأجنبية، والمهارات التطبيقية.

وتبقى قضية المواءمة بين مخرجات التعليم العالي وحاجات سوق العمل الفعلية من أهم المشكلات التي تواجه دول العالم الثالث، فتشكل هذه الظاهرة خطراً كبيراً على الاقتصاد الوطني لهذه الدول، ويؤدي عدم المواءمة بين مخرجات التعليم الجامعي ومتطلبات السوق إلى بروز ظواهر سلبية مثل ظاهرة البطالة، وغيرها من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والأمنية، مما قد يدفع بهذه الدول إلى الاستعانة بالخبرات الخارجية لتلبية حاجات سوق العمل الوطني ومقوماته؛ لذلك برزت حاجة تعرف إلى مدى استجابة برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل، لكون سوق العمل في القطاع السياحي الأردني في تنامي مضطرد، مما يحتم على مناهج برامج الكليات السياحية مراعاة هذا التنامي، والاستجابة لتغيرات العصر المتسارعة في المجال التكنولوجي والمعلوماتي، من أجل تنمية مقدرة الطلبة على الابتكار وتوظيف المعرفة لتزويد سوق العمل بالكفايات القادرة على حل المشكلات، والتواصل مع الآخرين، وتحقيق التنمية المستدامة في القطاع السياحي؛ ولذلك تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في التعرف إلى درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل. وحاولت الدراسة الحالية الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي:

ما درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية وأرباب العمل؟
هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أفراد الدراسة.

أهمية الدراسة:

نظراً لتطور قطاع السياحة في الأردن، إلا أن هناك نقصاً بالدراسات المختصة بالتعليم السياحي، ومن هذا المنطلق تكمن أهمية الدراسة في تناولها تقويم درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل، ودور هذه البرامج في إعداد الطلبة وتأهيلهم ليكونوا عاملين فاعلين في قطاع السياحة الأردني، مما ينعكس على المردودات الاقتصادية للأردن، وتبرز أهمية الدراسة الحالية في الآتي:

1. تساعد مخططي برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية على التعرف إلى مدى مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية لمتطلبات سوق العمل، في وضع الخطط اللازمة لتطويرها من أجل مواكبة متطلبات العصر وسوق العمل الأردني، من حيث المعارف والمهارات والخبرات التي يجب إكسابها للخريج كي يكونوا قادرين على التكيف مع المتطلبات الوظيفية التي سيشغلها في القطاع السياحي الأردني بعد تخرجه.

2. تزويد المكتبة العربية بمعلومات عن مدى ملاءمة البرامج الجامعية لمتطلبات سوق العمل، والوسائل الضرورية لتطويرها.

التعريفات الإجرائية:

تضمنت الدراسة التعريفات الإجرائية الآتية:

الكليات السياحية: الكليات التابعة للجامعات الأردنية، والتي تمنح طلبتها درجة البكالوريوس في مختلف التخصصات السياحية.

حاجات سوق العمل: الاحتياجات العديدة من الخريجين، والاحتياجات الكمية والنوعية من التخصصات السياحية للتعليم الجامعي في الأردن.

درجة مواءمة المخرجات: ارتباط حاجات سوق العمل بمخرجات برامج الكليات السياحية. وتتحدد بالدرجة التي يستجيب عليها أفراد الدراسة على أداة الدراسة التي أعدها الباحثة لهذا الغرض.

حدود الدراسة ومحدداتها: تضمنت الدراسة الحدود الآتية:

الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة الحالية على كلية السياحة في الجامعة الأردنية، وكلية الأردن الجامعية أكاديمية عمون.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على استقصاء درجة مواءمة برامج الكليات السياحية في الجامعة الأردنية، وكلية الأردن الجامعية أكاديمية عمون لمتطلبات سوق العمل.

الحدود البشرية: اقتصرت عينة الدراسة على أرباب العمل المباشرين والخريجين في كلية السياحة بالجامعة الأردنية، وكلية الأردن الجامعية أكاديمية عمون.

الحدود الزمانية: جُمعت البيانات المتعلقة بالدراسة في الفصل الأول، والفصل الثاني من العام الدراسي 2017/2018.

ويقتصر تعميم نتائج الدراسة على طبيعة أدوات الدراسة وخصائصها السيكمترية من صدق وثبات، وإجراءات التطبيق.

واقع التعليم السياحي في الجامعات الأردنية:

تشكل الجامعات قاعدة معرفية، ووسيلة أساسية في نشر المعرفة بما يمكن الدولة والمجتمع من التطور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وفي المجالات كافة، ويكون ذلك عبر مشاركة الجامعات في تنمية المجتمعات المحلية، وتمكينها من المشاركة في مكاسب التنمية لتحقيق العدالة الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية.

والسياحة من القطاعات المهمة في الأردن التي يمكن لجامعاتنا المشاركة في تنميتها عبر رفد القطاع بالقوى العاملة المتعلمة، والمتقنة، والقادرة على تفهم الخصوصية الثقافية والاجتماعية لهذا القطاع، خاصة أن قطاع السياحة من أكثر القطاعات قدرة على تشغيل القوى العاملة، والأكثر قدرة على امتصاص معدلات عالية من البطالة المنتشرة في صفوف الشباب الأردني، وتشير التوقعات إلى أن القطاع سوف يوفر أكثر من (25) ألف فرصة عمل مباشرة في السنوات القليلة المقبلة، ويمكن التحدي هنا في تعميق مفهوم الثقافة السياحية في صفوف طلبتنا في مراحل التعليم الأساسي والجامعي باعتماد التعليم السياحي والفندقي قاعدة أساسية في جامعاتنا للمشاركة في تلبية احتياجات القطاع السياحي (Ghunaim & Saad,2000).

إن التعليم السياحي في الأردن ما يزال دون المستوى المطلوب، حيث تغيب العلاقة بين أرباب العمل في قطاع السياحة مع الجامعات الأردنية (الشراكة)، ما يعني عدم توافق المخرجات التعليمية

نسبياً مع متطلبات سوق العمل السياحي والناجمة عن تركيز الكليات السياحية على الجانب النظري في التدريس وقلة الجانب العملي، وكذلك قلة الفرص المتاحة لطلبة تخصصات السياحة والضيافة في التدريب الميداني في الشركات السياحية، ما جعل الكثير من طلبتنا يعانون من نقص في المعلومات، والمهارات المطلوبة، وكذلك عدم وضوح المسارات الوظيفية في قطاع السياحة لدى الكثير من الطلبة الحاصلين على تخصصات في مجال السياحة والضيافة، فضلاً عن انتشار ثقافة العيب، وظروف العمل، والأجور غير التنافسية (Abu Rumman,2011).

ويكون على عاتق الكليات السياحية بناء الخبرات التعليمية، وتعزيزها بالأنشطة والبرامج التعليمية، والتربوية، والإسهام، في إيجاد ثقافة سياحية قيمة ومستدامة بالبرامج التعليمية والتربوية وتحقيق التكامل والشراكة بين الأنشطة السياحية، التعليم في الجامعات وتنمية حس إيجابي في أذهان المدرسين في الكليات السياحية والطلبة بأهمية القطاع السياحي وتحفيز رغبات الطلبة للعمل في القطاع السياحي، وخاصة الإناث منهم، بتعميق مفهوم الإرشاد المهني والوظيفي في الجامعات والذي يسهم في وضع الأنشطة السياحية في أولويات الطلبة عند اختيارهم لمهنتهم السياحي، وتعزيز مفهوم السياحة المحلية عن الخارجية من خلال إبراز أهمية المنتجات السياحية الأردنية ووصفها مقصداً سياحياً بديلاً عن المقاصد الخارجية (Luqman,2007).

ويجب ألا يقتصر دور الكليات السياحية على إعداد الخبراء السياحين فقط، بل عليها أن تقوم بإعداد مواطنين مثقفين سياحياً بتعريف الطلاب بأهمية السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني تأكيد ضرورة النهوض بالقطاع، وتنمي الثقافة السياحية لدى الطلاب بالجامعة بإعداد برامج خاصة أو بإدراجها ضمن المقررات، وبالنذوات، والمحاضرات، والمؤتمرات، والجمعيات، وتعمل الثقافة السياحية السليمة على تجنب التصادم والصراع الفكري بين الشعوب القيم والمبادئ الدينية والأخلاقية بين أفراد المجتمع والشباب خاصة، وللكليات السياحية دور مهم وكبير في تنمية الثقافة السياحية بتنمية اتجاهات وقيم إيجابية عند الطلاب، مما له فائدة على الفرد والمجتمع، وللكليات السياحية دور تربوي بإكساب الأفراد كيفية التعامل مع السائحين، وحسن استقبالهم وعدم الانصهار في ثقافتهم، وتنمية السلوك الحضاري بالمحافظة على المكتسبات السياحية البيئية (Ashour,2005).

ويشير (Obeidi,2006) إلى أن التعليم الجامعي في الدول العربية يعاني من تدني نوعية مخرجاته وعدم مواكبتها لاحتياجات سوق العمل، وخطط التنمية في معظم البلدان العربية كافة، وأن كثيراً من تخصصات وبرامج هذه الجامعات لم تعد تشكل ذات أولوية لحاجة المجتمع وأصبح سوق

العمل المحلي مشبعًا منها، وتعاني مخرجاتها من البطالة، وخاصة تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وأصبحت بعض الأنظمة العربية مثقلة بتوظيف مخرجات هذه التخصصات في المؤسسات، والهيئات، والوزارات، لحل مشكلة البطالة السافرة لمثل هذه المخرجات، إلا أن القطاع الخاص يشترط لتوظيف هذه المخرجات توفر المهارات الإضافية الأخرى مثل اللغات الأجنبية، والقدرة على استخدام الحاسب الآلي، إضافة إلى بعض المهارات والقدرات الشخصية الأخرى.

ويرجع (Sweilem,2005)، و(Otaibi,2010) ضعف المواءمة ما بين مخرجات التعليم

السياحي في الكليات السياحية، واحتياجات سوق العمل والمجتمع إلى الأسباب الآتية:

1. انخفاض الكفاية الداخلية النوعية لتعليم السياحي التي من مؤشراتنا تدني التحصيل المعرفي والتأهيل التخصصي، وضعف القدرات التحليلية والابتكارية والتطبيقية، والقصور في تعليم القيم والاتجاهات الإنتاجية.
 2. انخفاض الكفاية الخارجية الكمية والنوعية، ويتمثل ذلك في تخريج أعداد من الخريجين في تخصصات لا يحتاجها سوق العمل مع وجود عجز وطلب في تخصصات أخرى.
 3. عدم إشراك قطاع العمل في تحديد سياسة القبول، وعدم تطوير المناهج حسب حاجة سوق العمل.
 4. غلبة الجانب النظري في التعليم، وعدم الاهتمام بالمهارات التطبيقية والعملية للتدريس بأسلوب علمي حديث.
- ويؤكد (Boubtana,2001) أن الانقسام شبه الكامل بين مؤسسات التعليم العالي والقطاع الخاص في كثير من الدول النامية أدى إلى تراكم أعداد هائلة من الخريجين العاطلين عن العمل الذين يرفضهم القطاع الخاص، نظراً لانخفاض نوعياتهم، وعدم ملاءمة قدراتهم وكفائتهم لمتطلبات العمل في هذا القطاع، وتقلص دور الحكومات، لأن جهات موظفة لمخرجات التعليم العالي، وأن ما يزيد من تقادم هذه المشكلة ترسخ التوجه نحو العولمة التي تؤكد حرية التجارة، وحرية حركة رأس المال البشري، مما يقود إلى حدة المنافسة على الوظائف المتوفرة في سوق العمل، فيكون التنافس مفتوحاً للأخريين من خارج حدود المستويات الوطنية؛ ولذلك أصبح هناك حاجة إلى توطيد العلاقة والشراكة بين مؤسسات التعليم العالي والقطاع الخاص في العديد من المجالات المشتركة مثل التعليم التعاوني.

لذا فإن التعاون الإيجابي والترابط العضوي بين مؤسسة التعليم، ومؤسسات الدولة الأخرى يسمح بتحديث مهارات أفراد طلبتها، ويسمح بإيجاد الحلول لتمويل الجامعات، وتمكينها من تجهيزها بالتكنولوجيا الحديثة التي تتماشى مع حاجات سوق العمل الذي ينعكس إيجاباً على المجتمع بكليته، لتضعها في تصرف طلابها الذين سيصبحون هم أنفسهم في الغد القريب الموارد البشرية التي ستتولى تطوير الإمكانيات، والقدرات وتحقيق التنمية على الصعد كافة.

الدراسات السابقة:

اطلع الباحثان على الدراسات المتعلقة بموضوع مدى استجابة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل، نظرت في الأدب النظري والملخصات العلمية والرسائل الجامعية، وتبين أن هناك عدداً من الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وفيما يأتي عرض لبعض منها حسب تسلسل حدوثها من الأقدم إلى الأحدث:

أجرى (Ashour,2005) دراسة هدفت إلى تعرّف مخرجات التعليم الجامعي، ومدى ملاءمتها لاحتياجات سوق العمل في الأردن من الكوادر البشرية المؤهلة، وقد أظهرت النتائج وجود زيادة مستمرة في أعداد الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية، نتيجة الزيادة المتنامية في عدد السكان، وإلى تدهور الأوضاع الاقتصادية على الصعيدين: العربي والمحلي، وما صاحب ذلك من ازدياد في نسبة البطالة في سوق العمل الأردني، وذلك يدعو إلى إعادة النظر في مخرجات برامج التعليم الجامعي الأردني لتكون موازنة لاحتياجات سوق العمل الأردني.

أجرى (Abu Hamada,2006) دراسة هدفت إلى معرفة مدى موازنة خريجي مؤسسات التعليم العالي لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر الشركات السعودية بمنطقة القصيم، وكذلك تنمية الوعي لدى الخريجين بالمعوقات التي تواجههم في سوق العمل. وتكون مجتمع الدراسة من جميع مسؤولي التوظيف بالشركات الحكومية والخاصة بمنطقة القصيم، ولقد تألفت العينة من 384 مسؤول توظيف، ومثلت 88% من المجتمع الكلي. وأظهرت نتائج الدراسة عدم ملاءمة خريجي مؤسسات التعليم العالي لمتطلبات سوق العمل السعودي، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مدى موازنة خريجي مؤسسات التعليم العالي لمتطلبات سوق العمل السعودي، وتفعيل توجه المملكة نحو السعودية.

أعد (Goldberg & Smith 2007)، دراسة، هدفت إلى تعرّف التأثير الذي تتركه نوعية التعليم سواء المدرسي أم الجامعي على مخرجات سوق العمل في الولايات المتحدة الأمريكية؛

ولتحقيق هدف الدراسة اتبعا منهجية البحث النوعي من خلال تحليل الوثائق فجمعا (6) دراسات أجريت عن الموضوع وتحليل الأدب النظري الأمريكي في المجال نفسه، وبعد تحليل الوثائق خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أن الدراسات والبحوث الأمريكية عن الموضوع أثبتت جميعها أن التعليم التخصصي الذي يتوافق مع حاجات السوق هو الذي يقدم لسوق العمل موارد بشرية قادرة على التعامل مع السوق ومستجداته بمهنية وحرفية، وأن لكل مرحلة دراسية دوراً مهماً في اتخاذ الطالب قراره المهني ونوعية المهنة التي سيلتحق بها مسبقاً.

وأجرى (Blschoff & Koeing- Lewis, 2008) دراسة هدفت إلى تعرّف دور طلبة الجامعات في جذب الأصدقاء لزيارة المناطق السياحية المحلية، والتعرف إلى أثر المناهج والمساقات الدراسية في تنمية وعي هؤلاء الطلبة السياحي عبر المفاهيم السياحية التي يمتلكونها، وتكونت عينة الدراسة من (600) طالب جامعي في المملكة المتحدة، وطُبِّقَت استبانة على عينة الدراسة، وقد أظهرت النتائج أن معظم الطلبة ينجحون في جذب أقاربهم وأصدقائهم لزيارة المناطق المحلية، يدفعهم إلى ذلك وعيهم بأهمية السياحة في التنشيط الاقتصادي للمناطق المحلية الداخلية. أما دراسة (Hennemann & Liefner, 2010) فقد هدفت إلى معرفة العلاقة بين التعليم الجامعي ومتطلبات سوق العمل، وتألفت عينة الدراسة من 257 خريجاً من قسم الجغرافيا بجامعة يوسس ليش Jusus Liebig University الألمانية، ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحثان الاستبانة، التي تكونت من ثلاثة محاور هي: التحول إلى أول الوظيفة، ومواصفات الوظيفة، والمتطلبات الحالية في سوق العمل، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن التدريس التقليدي لا يُعد الخريجين لسوق العمل، وهناك قصور في الكفايات المطلوبة في سوق العمل، وقصور في مهارات الانتقال نحو أول وظيفة.

أما دراسة (Otaibi, 2010) فقد هدفت إلى وصف مشكلة عدم المواءمة وتحليلها وتشخيصها أو التوافق بين مخرجات التعليم العالي بالمملكة السعودية واحتياجات سوق العمل، والتعرف إلى متطلبات قطاع الأعمال من مؤسسات التعليم العالي، واتباع المنهج الوصفي التحليلي للبيانات والمعلومات التي من كل من الدراسات المكتبية والدراسات الميدانية، وتعرض إلى مجموعة من الإحصاءات والبيانات والمعلومات المنشورة عن التخصصات المتاحة بالجامعات، وأعداد المستجدين والمقيدين والمتخرجين منها طبقاً لمستوى التعليم العالي المتحقق، ومن أهم النتائج التي تمّ حصل عليها ضرورة توفير الحوافز للتخصصات التي تقابل احتياجات سوق العمل، وضرورة الاهتمام

بالجودة النوعية للطلاب بتخريج كوادر ذوي قدرات ومهارات مناسبة، وضرورة إعادة النظر ومشاركة القطاع الخاص في تحديد المناهج الحالية في الجامعات.

ويتبين مما سبق أن هذه الدراسات اختلفت عن الدراسات السابقة من حيث الأهداف التي سعت إلى تحقيقها، واختلاف البيئات التي تمت فيها، فمن هذه الدراسات ما سعى إلى تعرّف مدى تضمين المفاهيم السياحية في المناهج الجامعية كدراسة بلاسكوف وكوينج- لويس (Blschoff & Koeing- Lewis, 2008)، ومن الدراسات ما سعى إلى بيان مدى مواءمة تخصصات البرنامج الجامعية مع متطلبات سوق العمل كدراسة (Ashour,2005)، ودراسة (Goldberg & Smith, 2007)، في ما هدفت دراسة بلاسكوف وكوينج- لويس (Blschoff & Koeing- Lewis, 2008) للتعرف إلى أثر المناهج والمساقات الدراسية في تنمية وعي الطلبة السياحي.

وتميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة كونها تهدف إلى الكشف عن درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق، ولم تجد الباحثة أي دراسة عربية أو أجنبية تناولت جميع متغيرات الدراسة، وتختلف عن الدراسات السابقة في عينة الدراسة ومكان تطبيقها.

الطريقة والإجراءات:

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي.

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع خريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية، ومن أرباب العمل في المجال السياحي في الأردن.

عينة الدراسة: اشتملت عينة الدراسة على (130) فرداً من خريجي الكليات السياحية، إضافة إلى (65) فرداً من أرباب العمل، ونظراً لكثرة أفراد الدراسة وانتشارهم الجغرافي الواسع، فإنه اختيرت عينة قصدية مكونة من الجامعة الأردنية، وكلية الأردن الجامعية أكاديمية عمون، وأرباب عمل. ويوضح الجدول (1) ذلك.

الجدول (1) الجامعة، وخريجو الكليات السياحية في سوق العمل، وأرباب العمل

المجال	الجامعة الأردنية	جامعة عمون	أرباب العمل
الخريجين العاملون في سوق العمل	90	40	65
المجموع	90	40	65
المجموع الكلي	195		

أداة الدراسة:

أولاً: الاستبانة: صورت الباحثة استبانة، تكونت من خمسة مجالات رئيسية، (مستوى الخريجين، وتطوير البرامج الأكاديمية (المناهج)، وبرامج تدريب الخريجين، والتواصل مع الخريجين، وخطط وبرامج الجامعة)، وتكون كل مجال من عدة فقرات فرعية: مجال مستوى الخريجين تكون من (5) فقرات، مجال تطوير البرامج الأكاديمية (المناهج) تكون من (7) فقرات، ومجال برامج تدريب الخريجين تكون من (5) فقرات، ومجال التواصل مع الخريجين تكون من (5) فقرات، ومجال خطط وبرامج الجامعة تكون من (6) فقرات، واحتوت الاستبانة بصورتها النهائية على (27) فقرةً موجهةً إلى جميع أفراد الدراسة.

واستناداً إلى الأدب السابق، نُظِمَ سلم الاستجابة لكل فقرة من خمسة تقديرات، مرتبةً تصاعدياً، موافق بشدة (5)، موافق (4)، محايد (3) غير موافق (2)، غير موافق بشدة (1)، والتي حددت نقاط الحكم على متوسطات التقديرات لوحدات التدرج لتقدير درجة المواعمة كالاتي:

1. إذا كان المتوسط الحسابي يتراوح بين (1-2.33) درجة مواعمة منخفضة.

2. إذا كان المتوسط الحسابي يتراوح بين (2.34-3.67) درجة مواعمة متوسطة.

3. إذا كان المتوسط الحسابي يتراوح بين (3.68-5) درجة مواعمة مرتفعة.

صدق أداة الدراسة (الاستبانة):

تحققت الباحثة من صدق الاستبانة باستخدام صدق المحتوى فرضتها على مجموعة من عشرة أفراد من الخبراء والمختصين من حملة الدكتوراه في القياس والتقويم والمناهج والتدريس، من الجامعات الأردنية، للتأكد من صدق محتوى الاستبانة، ومدى ملاءمتها لأهداف ومتغيرات الدراسة، والتحقق من سلامة العبارات، وحكمت الأدوات من حيث: الدقة اللغوية، وأهمية كل فقرة، ومدى انتماء الفقرات لكل مجال في الاستبانة، وإضافة أي تعديلات أو فقرات يرونها مناسبة، وأخذت بآراء المحكمين، وأجرت التعديلات من حذف وتعديل وإضافة وإعادة النظر في بعض الفقرات.

ثبات أداة الدراسة (الاستبانة):

حسبت ثبات الاتساق الداخلي للفقرات باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، وقد بلغ معامل الثبات المحسوب لأداة الدراسة (0.89)، ويمكن القول إن معاملات الصدق، والثبات المحسوبة جاءت مناسبة لأغراض هذه الدراسة. والجدول (2) يبين ذلك

جدول (2) معامل الارتباط بيرسون، ومعامل الاتساق الداخلي كرونباخ الفا لمجالات الدراسة والأداة ككل

معامل الارتباط بيرسون	الاتساق الداخلي	محاور الدراسة
0.84	0.86	مستوى الخريجين
0.82	0.84	تطوير البرامج الأكاديمية " المناهج"
0.88	0.85	برامج تدريب الخريجين
0.87	0.90	التواصل مع الخريجين
0.86	0.88	خطط وبرامج الجامعة
0.87	0.89	الأداة ككل

إجراءات الدراسة: سارت هذه الدراسة وفق الإجراءات الآتية:

1. الاطلاع على الأدب السابق المتعلق بمتغيرات الدراسة، للإحاطة بما تناولته الدراسات السابقة عن متغيرات الدراسة، والنتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات، للإفادة منها في بناء أدوات الدراسة، ومشكلة الدراسة، والأساليب الإحصائية للإجابة عن سؤال الدراسة.
2. اختيار أفراد الدراسة المتمثل بأرباب العمل، والطلبة الخريجين من الكلية السياحية في الجامعة الأردنية، وكلية الأردن الجامعية أكاديمية عمون.
3. تطوير أداة لقياس درجة موافقة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعة الأردنية، وكلية الأردن الجامعية أكاديمية عمون، والتأكد من دلالات صدقها وثباتها.
4. توزيع الاستبانات على أفراد الدراسة للإجابة عنها.
5. جمع البيانات، وتصنيفها، وتصحيحها، وإدخالها البرنامج الإحصائي (SPSS)، وتحليلها إحصائياً، واستخراج النتائج.
6. مناقشة النتائج ووضع التوصيات.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

ما درجة موافقة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية؟
للإجابة عن هذا السؤال تم حسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لدرجة موافقة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية، ولكل مجال من مجالات أداة الدراسة، ويظهر الجدول (3) ذلك.

الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب ودرجة موازنة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية مرتبة تنازلياً

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموازنة
1	مستوى الخريجين	3.79	0.78	1	مرتفعة
2	تطوير البرامج	3.67	0.70	2	متوسطة
3	تدريب الخريجين	3.66	0.74	3	متوسطة
5	خطط وبرامج الجامعة	3.57	0.78	4	متوسطة
4	التواصل مع الخريجين	3.54	0.77	5	متوسطة
	المقياس ككل	3.66	0.64		متوسطة

يلاحظ من الجدول (3) أن درجة موازنة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.66) وانحراف معياري (0.64)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Ashour,2005) والتي أظهرت وجود زيادة مستمرة في أعداد الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية، نتيجة الزيادة المتنامية في عدد السكان، وإلى تدهور الأوضاع الاقتصادية على الصعيدين: العربي والمحلي، وما صاحب ذلك من ازدياد في نسبة البطالة في سوق العمل الأردني، وذلك يدعو إلى إعادة النظر في مخرجات برامج التعليم الجامعي الأردني لتكون موازنة لاحتياجات سوق العمل الأردني، ودراسة (Goldberg & Smith,2007) التي أظهرت أن التعليم التخصصي والذي يتوافق مع حاجات السوق هو الذي يقدم لسوق العمل موارد بشرية قادرة على التعامل مع السوق ومستجداته بمهنية وحرفية، كما أن لكل مرحلة دراسية دوراً مهماً في اتخاذ الطالب قراره المهني ونوعية المهنة التي سيلحق بها مسبقاً، مما يترك نتائج إيجابية على المخرجات النهائية لسوق العمل، وأن هناك تأثير لسنوات الدراسة الجامعية على سوق العمل، ودراسة (Abu Hamada,2006) وأظهرت نتائج الدراسة عدم ملاءمة خريجي مؤسسات التعليم العالي لمتطلبات سوق العمل، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مدى موازنة خريجي مؤسسات التعليم العالي لمتطلبات سوق العمل.

وقد تعزى هذه النتيجة إلى وجود فجوة بين قدمته في كليات السياحة وبين ما يريده أرباب العمل من تلك الكليات من حيث جودة مخرجاتها، وأن معظم التخصصات في الكليات السياحية في الجامعات الأردنية غير مرتبطة بسوق العمل ولا بحاجات الطلبة أنفسهم، إضافة إلى تركيز التعليم الجامعي على تزويد الطلبة بالمعارف المتعلقة بتخصصه فقط، والتركيز على التعليم النظري،

والاقتصار على أسلوب المحاضرات، مما يقلل من إمكانية زيادة مهاراتهم ومعارفهم المختلفة، ولهذا نجد اتجاهات الطلبة نحو التعليم الجامعي، ونحو سوق العمل ليست ضمن المستوى المرغوب فيه، و أن مخرجات التعليم العالي الأردني يغلب عليها التخصصات النظرية والتربوية في حين إن احتياجات سوق العمل الأردني من القوى البشرية تتطلب التخصصات الفنية والتقنية، والتخصصات التطبيقية.

وجاءت مجالات الأداة في الدرجتين: المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.79- 3.54)، وجاء في الرتبة الأولى مجال "مستوى الخريجين"، بمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.78) وبدرجة مرتفعة، ويمكن أن تكون مستويات الخريجين من الناحية الأكاديمية عالية، ولذلك جاءت النتيجة بشكل مرتفع، وأن المواد المتضمنة بالخطة الدراسية لطلبة تكسبهم مهارات التعامل مع سوق العمل، ومهارات التواصل والعمل ضمن الفريق، ومهارة القيادة والإدارة والإشراف، وتحمل المسؤولية، واتخاذ القرار، وتحمل الضغوط، ولدى الكلية آلية لمتابعة مستويات أداء الخريجين في سوق العمل لتأكد من جودة مخرجاتها.

وفي الرتبة الثانية جاء مجال "تطوير البرامج" بمتوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (0.70) وبدرجة متوسطة، وجاء في الرتبة قبل الأخيرة مجال "خطط وبرامج الجامعة" بمتوسط حسابي (3.57) وانحراف معياري (0.78) وبدرجة متوسطة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن البرامج والخطط تحتاج إلى مراجعة بحيث ليشترك في إعدادها جميع من لهم علاقة بالسياحة، و أن الكليات السياحية لا تستقطب خبراء من مؤسسات سوق العمل لإلقاء محاضرات في جوانب عملية أو لتثقيف الطلاب بما يتطلبه سوق العمل، وعدم مشاركتهم في وضع الخطط والبرامج وتبادل الخبرات وتقييم مخرجات التعليم التقني، وقصور في الأجهزة الإعلامية والترويجية لدى الكليات السياحية مما يؤدي إلى عدم معرفة أطراف سوق العمل بالبرامج التدريبية وجهود الجامعة في هذا المجال.

وجاء في الرتبة الأخيرة مجال "التواصل مع الخريجين" بمتوسط حسابي (3.54) وانحراف معياري (0.77) وبدرجة متوسطة، ويعود ذلك لعدم وجود قاعدة بيانات لمتابعة الخريجين من تلك الكليات مما يجعل التواصل معهم متوسطاً، وليس له فاعلية عالية، أما بالنسبة لفقرات كل مجال فكان النتائج على النحو الآتي:

1. مجال مستوى الخريجين: حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من

وجهة أرباب العمل وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (2) يوضح ذلك.

الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة موازنة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية لمجال مستوى الخريجين مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموازنة
3	تقدم الكليات السياحية معارف ومهارات للخريجين تؤهلهم للالتحاق بسوق العمل	3.94	1.03	1	مرتفعة
4	يملك خريج الكليات السياحية مهارات العمل بروح الفريق الواحد	3.91	0.98	2	مرتفعة
6	تعمل الكليات السياحية على تفعيل العلاقة بين الطلبة ومؤسسات المجتمع المحلي قبل الخروج إلى سوق العمل: التدريب العملي والزيارات)	3.87	0.98	3	مرتفعة
7	تزود الكليات السياحية خريجها بمهارات الاتصال بما يخدم سوق العمل.	3.75	0.99	4	مرتفعة
1	تتابع الكليات السياحية أداء خريجها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط القوة ومعالجتها	3.74	1.20	5	مرتفعة
2	تتابع الكليات السياحية أداء خريجها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط الضعف ومعالجتها	3.68	1.22	6	مرتفعة
5	توائم مخرجات التعليم احتياجات سوق العمل	3.67	0.89	7	متوسطة
	مستوى الخريجين	3.79	0.78		مرتفعة

يلاحظ من الجدول (4) أن درجة موازنة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية لمجال مستوى الخريجين كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.79) وانحراف معياري (0.78)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين: المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.94 - 3.67)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (3) التي تنص على "تقدم الكليات السياحية معارف ومهارات للخريجين تؤهلهم للالتحاق بسوق العمل"، بمتوسط حسابي (3.94) وانحراف معياري (1.03) وبدرجة مرتفعة، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (4) التي تنص على "يملك خريج الكليات السياحية مهارات العمل بروح الفريق الواحد" بمتوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (0.98) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (2) التي تنص على "تتابع الكليات السياحية أداء خريجها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط الضعف ومعالجتها" بمتوسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (1.22)، وبدرجة

مرتفعة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (5) التي تنص على "توائم مخرجات التعليم احتياجات سوق العمل" بمتوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (0.89) وبدرجة متوسطة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى تركيز كليات السياحة على تقديم الجانب النظري الخاصة بالسياحة من حيث الأماكن السياحية ووجودها في الأردن وتاريخها أكثر من تركيزها على المهارات العملية اللازمة لخريج كليات السياحة، بالإضافة إلى تقديم المهارات الأساسية الخاصة بالخريج الذي سيعمل في المجال السياحي مثل مهارات الاتصال والتواصل، وتحديد نقاط القوة والضعف لديهم في مهارات متعددة ومحاولة تعزيز تلك المهارات لديهم.

2. مجال تطوير البرامج:

حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة موافقة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل وخريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (5) يوضح ذلك.

الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة موافقة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمجال تطوير البرامج مرتبة تنازلياً

الرقم	الفرقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
11	تعمل الكليات السياحية على مراجعة برامجها السياحية في ضوء متطلبات سوق العمل.	3.90	1.05	1	مرتفعة
13	تعمل الكليات السياحية على تطوير برامجها بشكل مستمر بما يتناسب مع المتغيرات المتسارعة في سوق العمل	3.79	1.02	2	مرتفعة
8	تواكب برامج الكليات السياحية التغيرات والتطورات التكنولوجية في سوق العمل	3.73	0.99	3	مرتفعة
12	تربط الكليات السياحية مشاريع تخرج الطلبة بمؤسسات سوق العمل	3.68	0.93	4	مرتفعة
9	تستعين الكليات السياحية بذوي الخبرة من العاملين بالمؤسسات في وضع الخطط والبرامج التدريسية.	3.50	1.04	5	متوسطة
10	تستعين الكليات السياحية بالمتخصصين والفنيين العاملين في المؤسسات السياحية وسوق العمل يكونوا محاضرين في بعض الجوانب التطبيقية	3.45	1.01	6	متوسطة
	تطوير البرامج	3.67	0.70		متوسطة

يلاحظ من الجدول (5) أن درجة موافقة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحية في

الجامعات الأردنية لمجال تطوير البرامج كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.67) وانحراف معياري (0.70)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين: المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.90 - 3.45)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (11) التي تنص على "تعمل الكليات السياحية على مراجعة برامجها السياحية في ضوء متطلبات سوق العمل"، بمتوسط حسابي (3.90) وانحراف معياري (1.05) وبدرجة مرتفعة، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (13) التي تنص على "تعمل الكليات السياحية على تطوير برامجها بشكل مستمر بما يتناسب مع المتغيرات المتسارعة في سوق العمل" بمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (1.02) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (9) التي تنص على "تستعين الكليات السياحية بذوي الخبرة من العاملين بالمؤسسات في وضع الخطط والبرامج التدريسية". بمتوسط حسابي (3.50) وانحراف معياري (1.04)، وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (10) التي تنص على "تستعين الكليات السياحية بالمتخصصين والفنيين العاملين في المؤسسات السياحية و سوق العمل ليكونوا محاضرين في بعض الجوانب التطبيقية" بمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (1.01) وبدرجة متوسطة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن كليات السياحة تستعين في بعض الأحيان بالخبراء وأرباب العمل المتعلق بالسياحة من أجل تطوير البرامج الخاصة بهذا الشأن وتراجع تلك البرامج في ضوء حاجات سوق العمل إلا أن تطوير تلك البرامج ومراجعتها لا تتم بشكل آني؛ لأن الكليات تلتزم بنظام الفصول الدراسية التي لا تسمح بتعديل وتطوير البرامج وتطويرها إلا في بداية كل عام دراسي أو كل عدة سنوات.

3. مجال تدريب الخريجين:

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (6) يوضح ذلك. الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية لمجال تدريب الخريجين مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المواءمة
14	يتلقى خريجو الكليات السياحية تدريباً كافياً في سوق العمل قبل تخرجهم	3.72	1.05	1	مرتفعة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المواءمة
17	تقدم الكليات السياحية خدمات التدريب وفقاً لاحتياجات سوق العمل بالشراكة مع القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني.	3.70	1.01	2	مرتفعة
16	تنمي برامج الكليات السياحية المهارات التي تمكن الخريجين من التعامل مع سوق العمل باحترافية	3.68	1.02	3	مرتفعة
18	توفر الكليات السياحية دورات تدريبية للطلبة تسهل اندماجهم بسوق العمل.	3.60	1.06	4	متوسطة
15	تنوع الكليات السياحية برامج التدريب لتفي بحاجة سوق العمل المحلي والاقليمي والدولي	3.58	0.97	5	متوسطة
	تدريب الخريجين	3.66	0.74		متوسطة

يلاحظ من الجدول (6) أن درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية لمجال تدريب الخريجين كانت متوسطة ، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.66) وانحراف معياري (0.74)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين: المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.72 - 3.58)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (14) التي تنص على " يتلقى خريجو الكليات السياحية تدريباً كافياً في سوق العمل قبل تخرجهم"، بمتوسط حسابي (3.72) وانحراف معياري (1.05) وبدرجة مرتفعة ، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (17) التي تنص على " تقدم الكليات السياحية خدمات التدريب وفقاً لاحتياجات سوق العمل بالشراكة مع القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني " بمتوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (1.01) وبدرجة مرتفعة وجاءت في الرتبة قبل الاخيرة الفقرة (18) التي تنص على " توفر الكليات السياحية دورات تدريبية للطلبة تسهل اندماجهم بسوق العمل. " بمتوسط حسابي (3.60) وانحراف معياري (1.06)، وبدرجة متوسطة ، وجاءت في الرتبة الاخيرة الفقرة (15) التي تنص على " تنوع الكليات السياحية برامج التدريب لتفي بحاجة سوق العمل المحلي والاقليمي والدولي " بمتوسط حسابي (3.58) وانحراف معياري (0.97) وبدرجة متوسطة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى وجود عدة صعوبات وعقبات أمام تدريب الخريجين منها عدم وجود الشريك من أرباب العمل الذي يقدم التدريب الاحترافي لمهارات السياحة الواجب امتلاكها من قبل الخريج، و عملية التواصل مع المراكز المحددة للتدريب الفعلي الواقعي أحيانا تكون ضعيفة مما يؤثر سلباً خدمات التدريب وفقاً لاحتياجات سوق العمل.

4. مجال التواصل مع الخريجين:

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (7) يوضح ذلك.

الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية لمجال التواصل مع الخريجين مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المواءمة
21	تتواصل الكليات السياحية مع النقابات المهنية في مجال تطوير مهارات الخريج لتناسب سوق العمل	3.87	1.07	1	مرتفعة
22	تتواصل الكليات السياحية مع الخريجين وإعلامهم بالأنشطة عن طريق موقع الكلية ومواقع التواصل الاجتماعي	3.73	0.94	2	مرتفعة
23	تتوافق مخرجات برامج الكليات السياحية مع متطلبات سوق العمل.	3.70	1.00	3	مرتفعة
20	تجري الكليات السياحية دراسات ميدانية متخصصة عن أوضاع السياحة المحلية بالتعاون مع الخريجين	3.34	1.06	4	متوسطة
19	توفر الكليات السياحية قاعدة بيانات متكاملة عن الخريجين تشمل مجالات تخصصهم ومجالات عملهم	3.23	1.18	5	متوسطة
	التواصل مع الخريجين	3.54	0.77		متوسطة

يلاحظ من الجدول (7) أن درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية لمجال التواصل مع الخريجين كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.54) وانحراف معياري (0.77)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين: المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.87 - 3.23)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (21) التي تنص على "تتواصل الكليات السياحية مع النقابات المهنية في مجال تطوير مهارات الخريج لتناسب سوق العمل"، بمتوسط حسابي (3.87) وانحراف معياري (1.07) وبدرجة مرتفعة، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (22) التي تنص على "تتواصل الكليات السياحية مع الخريجين وإعلامهم بالأنشطة عن طريق موقع الكلية ومواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (0.94) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (20) التي تنص على "تجري الكليات السياحية دراسات ميدانية

متخصصة عن أوضاع السياحة المحلية بالتعاون مع الخريجين " بمتوسط حسابي (3.34) وانحراف معياري (1.06)، وبدرجة متوسطة ، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (19) التي تنص على " توفر الكليات السياحية قاعدة بيانات متكاملة عن الخريجين تشمل مجالات تخصصهم ومجالات عملهم" بمتوسط حسابي (3.23) وانحراف معياري (1.18) وبدرجة متوسطة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن الكليات لم تعد قاعدة بيانات فاعلة ومكتملة عن الخريجين، ولم تعد دراسات متخصصة عن أوضاع السياحة في سوق العمل ومواءمة ذلك مع مهارات الخريجين.

5. مجال خطط وبرامج الجامعة:

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية، ل فقرات هذا المجال، والجدول (8) يوضح ذلك.

الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمجال خطط وبرامج الجامعة مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المواءمة
27	توفر الكليات السياحية تخصصات تتلاءم مع حاجات سوق العمل.	3.65	0.98	1	متوسطة
24	تستعين الكليات السياحية بالمعنيين من مؤسسات المجتمع المحلي في اجراء الدراسات التطبيقية ذات الأهداف المشتركة.	3.61	1.06	2	متوسطة
25	تحديث الكليات السياحية خططها الأكاديمية بناء على متطلبات سوق العمل	3.61	1.12	2	متوسطة
26	تلائم نوعية البرامج المطروحة في الكليات السياحية حاجة سوق العمل	3.58	1.00	4	متوسطة
28	سياسة القبول في الكليات السياحية توائم بين الطلبة الملتحقين في التخصصات المختلفة وحاجة سوق العمل كما ونوعاً.	3.47	1.02	5	متوسطة
29	تتميز برامج الكليات السياحية بالمرونة في الاستجابة لمتطلبات وحاجات سوق العمل	3.35	1.03	6	متوسطة
	خطط وبرامج الجامعة	3.57	0.78		متوسطة

يلاحظ من الجدول (8) أن درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل، وخريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمجال خطط وبرامج الجامعة كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.57)

وانحراف معياري (0.78)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجة المتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.65 - 3.35)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (27) التي تنص على " توفر الكليات السياحية تخصصات تتلاءم مع حاجات سوق العمل"، بمتوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.98) وبدرجة متوسطة، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرتان (24)، (25) على التوالي، واللتان تتصان على " تستعين الكليات السياحية بالمعنيين من مؤسسات المجتمع المحلي في إجراء الدراسات التطبيقية ذات الأهداف المشتركة "، " تحدث الكليات السياحية خططها الأكاديمية بناء على متطلبات سوق العمل" بمتوسط حسابي (3.61) لكل منهما، وانحراف معياري (1.06)، (1.12) وبدرجة متوسطة ، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (28) التي تنص على " سياسة القبول في الكليات السياحية توائم بين الطلبة الملتحقين في التخصصات المختلفة وحاجة سوق العمل كماً ونوعاً" بمتوسط حسابي (3.47) وانحراف معياري (1.02)، وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (29) التي تنص على " تتميز برامج الكليات السياحية بالمرونة في الاستجابة لمتطلبات وحاجات سوق العمل " بمتوسط حسابي (3.35) وانحراف معياري (1.03) وبدرجة متوسطة. وقد تعزى هذه النتيجة إلى عدم وجود برامج وتخصصات سياحية تتفق ما يحتاجه سوق العمل خاصة وأن الكليات إذا ما أرادت استحداث بعض التخصصات، فإنها لا بد أن تأخذ موافقة وزارة التعليم العالي وهيئة الاعتماد وهذه العملية تأخذ وقتاً طويلاً بالإضافة إلى عدم وجود أعضاء هيئات تدريس متخصصين في الاختصاصات السياحية كافة بدليل أن خريجي كليات الآداب قسم الجغرافيا يدرسون أكثر من المواد المطروحة في كليات السياحة.

التوصيات:

في ضوء النتائج خرجت الدراسة بالتوصيات الآتية:

1. مراجعة برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية، ومناهجها، وتحسينها، وتطويرها وإعادة هيكلتها لتصبح أكثر التصاقاً بحاجات الطلبة، واحتياجات المجتمع، ولتسهم في تنمية مهاراتهم، وقدراتهم، وثقتهم بأنفسهم، وإعدادهم للعمل المنتج.
2. تركيز الكليات السياحية على مواءمة مخرجات برامجها مع احتياجات ومتطلبات سوق العمل ومتطلباته لسد تلك الاحتياجات من جهة، ولضمان حصول الخريجين على فرص العمل المناسبة لتخصصاتهم.

3. تأسيس قاعدة بيانات عن الوظائف المطلوبة والمهارات التي يحتاجها سوق العمل الأردني حاضراً ومستقبلاً.

4. إجراء دراسات عن تعزيز المواءمة بين مخرجات التعليم الجامعي ومتطلبات سوق العمل.

References

- Abu Hamada, Abdelmuqid Abdullah (2006). The relevance of graduates of higher education institutions to the requirements of the labor market from the point of view of Saudi companies in Qassim region. **New Horizons Magazine**, 1) 18- 2), 171-136.
- Abu Rumman, Ahmed (2011) **The role of universities in the dissemination of tourism culture**. Website: [www. Alghad.com/articles](http://www.Alghad.com/articles), published on Thursday 28 July 2011.
- Badr, equity. (2007). **The perceptions of workers in Jordanian companies to enhance the alignment between outputs Higher Education and Labor Market Requirements**, unpublished doctoral dissertation, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
- Boubtana, Abdullah (2001). **To activate cooperation between higher education and the business sector**. Riyadh: Press Arab Bureau of Education for the Gulf States.
- Hamouri, Abdel Nasser (2017). **Tourism Industry "Jordan Model"**, Safa Publishing House, Amman Jordan.
- Al-Hawri, Muthanna and Al-Dabbagh, Muhammad (2001) **Principles of Travel and Tourism**, Amman: Al-Warraaq Publishing and Distribution Foundation.
- Rayami, Ahmed. (2009). **The effectiveness of a program based on tourism concepts in developing tourism awareness among students of social studies at the Faculty of Applied Sciences in Rastaq**, Sultanate of Oman, unpublished master thesis, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
- Zinedine, Salah (2016) study of the opportunities and challenges of sustainable tourism development in Egypt, **the Third International Conference, Faculty of Law**, Tanta University, 26 - 27 April, 2016.
- Sweilem, Abdel Majid. (2005) Problems of Harmonization of VET Outputs and the requirements of the Palestinian labor market. **A paper presented to the workshop on ways to activate the consensus document. Prince Abdullah bin Abdul Aziz on Higher Education** 30/1 to 1/2/2005.

- Shiyad, Faisal (2014), **Inter-Arab Tourism Development: Obstacles and Solutions**. Faculty of Economics and Science , University of Setif, Algeria.
- Ashour, Mohamed. (2005). **The role of Jordanian universities in preparing qualified human cadres to face Requirements and Needs of the Labor Market, a working paper presented to the Sixth Faculty of Education Conference Educational and Psychological Sciences: Future Developments and Applications** 22-24 November: University Yarmouk, Irbid, Jordan.
- Obeidi, Ceylon Jubran (2006). **Higher Education and Social Work in the Republic of Yemen**. For a symposium on the achievements of Yemeni Unity, University of Hodeidah, Yemen.
- Otaibi, Mounir. (2010). The relevance of the outputs of higher education to the needs of the Saudi labor market. **Studies of the Educational Journal**, 24 (94), 251-288.
- Ghunaim, Osman and Saad, Benita (2000). **Tourism planning**. Dar Safa for Publishing Amman, Jordan.
- Luqman, Ahmed Mohamed (2007). Bridging the gap between human resource development and labor market needs: The view of the Arab Labor Organization, **paper presented to the first knowledge conference under the supervision of the Foundation Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum**, during the period from 28 to 29 October 2007, Dubai Arab Emirates.
- Al-Mutairi, Badr. (2014). **The role of Saudi universities in developing human resources and providing job opportunities for their graduates**. Dissertated Dissertation, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
- Interview, Khaled and Tahib, Faisal. (2000). **Tourism Industry in Jordan**, Amman: Dar Wael.
- Blschoff, E. & Koeing- Lewis, N. (2008). **School of Business And Tourism Awareness Economics**, Singleton Park: School of Business And Economics.
- Goldberg, J. & Smith, J.(2007). Effects of education on labor outcomes. **Higher Education Journal, Revision Edition**. 8(3), 1-48.
- Hennemann, S. & Liefner, I. (2010). Employability of German Geography Graduates: The Mismatch between Knowledge Acquired and Competences Required. **Journal of Geography in Higher Education**, 34(2),215-230.