



دور إدارة الجودة في رفع كفاءة الخريجين وملائمتهم لسوق العمل بمؤسسات التعليم السياحي العالي (دراسة حالة على معهد القاهرة العالي للسياحة والفنادق)

أ.م.د. علاء الدين أسامة عبد اللطيف

قسم الدراسات السياحية - معهد القاهرة العالي للسياحة والفنادق بالمقطم

المعلومات المقالة	الملخص
<p>الكلمات المفتاحية:</p> <p>إدارة الجودة، الخريجين، سوق العمل، التعليم السياحي العالي.</p> <p>(IJTHS), O6U</p> <p>المجلد 3، العدد 2، أكتوبر 2022 ص 163 - 190</p>	<p>التعليم السياحي العالي يشهد اهتماماً كبيراً في معظم دول العالم، لما له من أهمية كبيرة في تطور المجتمعات والنهوض بها، ويمثل التعليم السياحي أحد أنواع التعليم الذي اهتمت به مصر والعالم في الفترة الأخيرة، حيث أصبحت السياحة أحد المحركات الأساسية لاقتصاديات العديد من بلدان العالم، إلا أن مؤسسات التعليم السياحي العالي في مصر تواجه العديد من التحديات، الأمر الذي يستدعي تطبيق برامج شاملة للتطوير، ويبرز دور إدارة الجودة في تطوير تلك المؤسسات التعليمية، ومن ثم توفير الموارد البشرية المؤهلة لسوق العمل في المجال السياحي.</p> <p>ويهدف البحث إلى توضيح متطلبات إدارة الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي، وعلاقة الاعتماد الأكاديمي بمستوى الخريج، ثم تقديم مقترحات للمساهمة في تحقيق المواءمة بين مخرجات التعليم السياحي العالي، وسوق العمل السياحي.</p> <p>وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المناهج الدراسية التي يتم تدريسها بقسم الدراسات السياحية مناهج متطورة، غير أنها لا تتناسب مع التطورات في سوق العمل السياحي.</p> <p>وقد أوصى البحث بتصميم وتنفيذ برامج تدريبية بشكل مستمر وفقاً للمستجدات في سوق العمل لرفع كفاءة الطلبة والخريجين، وتأهيلهم لسوق العمل السياحي.</p>

مقدمة:

إن التغيرات السريعة والمتلاحقة في الدول العربية تحتم على التعليم أن يقوم بدوره الفعال في إعداد الخريجين أصحاب الكفاءات والمهارات، والقدرات العالية حتى تتواءم مع متطلبات سوق العمل، ولقد أصبحت ظاهرة المؤاممة بين مخرجات التعليم العالي، واحتياجات سوق العمل ظاهرة عامة، وهي تزداد خطورة واتساعاً، ولم تعد شأنًا فنياً يخص المعنيين بالتعليم وأسواق العمل، بل أصبحت موضع اهتمام الساسة لأنها تمثل أوجه خلل عديدة تضافرت لتولد آثاراً اقتصادية، واجتماعية، وبرزت هذه الآثار في بطالة متزايدة، وإنتاجية منخفضة، وتراجع في إمكانية المنافسة، ولقد أصبح سوق العمل، ومنذ سنوات عديدة يبحث عن القدرات المهارية والمعرفية، ودرجة الإتقان والإنجاز، فبالرغم من زيادة عدد المتعلمين إلا أننا نلاحظ تدهوراً في الإنتاجية بشكل ملحوظ، ويرجع ذلك إلى عدم الربط بين مخرجات التعليم العالي، وسوق العمل كماً ونوعاً (الغرابوي، 2018).

وقد زاد الاهتمام في السنوات الأخيرة بالجودة في التعليم العالي، حيث تعد الجودة أحد الأساليب والوسائل الهامة لتحسين نوعية التعليم، والارتقاء بمستوى أدائه في العصر الحالي (السامرائي، 2014). لذلك تبرز أهمية ضمان الجودة في مؤسسات التعليم السياحي بصفة عامة، ومعاهد السياحة والفنادق المصرية بصفة خاصة من خلال عمليات التقييم المستمر بالاعتماد على المعايير الموضوعية في هذا الشأن.

إن التعليم السياحي العالي له دوراً هاماً في إعداد وتأهيل قوة العمل علمياً، وفنياً وفق احتياجات مؤسسات سوق العمل السياحي في هذا المضمار، وأن هذا الدور يتحقق في إطار العلاقة بين التعليم السياحي العالي، وسوق العمل السياحي، وتعتمد هذه العلاقة على جودة مخرجات التعليم السياحي العالي لتلائم احتياجات سوق العمل السياحي (رفعت، 2016).

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في أنه على الرغم من التوسع الكمي في مؤسسات التعليم السياحي العالي في مصر إلا أن هناك تحديات فيما يتعلق بجودة الخريج والمواءمة مع سوق العمل من أهمها عدم وجود قاعدة بيانات متكاملة ومتجددة خاصة بسوق العمل السياحي واحتياجاته، وسرعة تغيير احتياجات سوق العمل ويطء استجابة التعليم لها، واقتصار العلاقة بين مؤسسات التعليم وسوق العمل على مسار أحادي الاتجاه من المؤسسات إلى سوق العمل، وأخيراً عدم الاهتمام بمواءمة مناهج التعليم السياحي العالي لتكون حساسة لاتجاهات التطوير الاقتصادي والمتطلبات التنموية (العضاضى، 2012).

أهمية البحث:

تنطلق أهمية البحث في ضرورة رفع مستوى الوعي لدى مؤسسات التعليم السياحي العالي بأهمية الاعتماد وضمان الجودة، لتحقيق جودة التعليم بهاء للبقاء والاستمرارية، والإشارة إلى احتياجات سوق العمل ومؤشراته، وأسباب ضعف مواءمة مخرجات التعليم العالي واحتياجات سوق العمل السياحي، بالإضافة إلى مدى تأثير تطبيق جودة التعليم على مستوى الخريجين بقسم الدراسات السياحية بمعهد القاهرة العالي للسياحة والفنادق، وتهيئتهم لسوق العمل.

أهداف البحث:

- 1- التعرف على أهداف التعليم السياحي العالي في مصر.
- 2- إبراز فوائد إدارة الجودة في مجال التعليم.
- 3- توضيح متطلبات إدارة الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي، وعلاقة الاعتماد الأكاديمي بمستوى الخريج.

- 4- تسليط الضوء على المؤسسات والمنظمات التي تشكل سوق العمل لخريجي قسم الدراسات السياحية.
- 5- التعرف على ملامح سوق العمل السياحي في ضوء التطورات الاقتصادية والتقدم التكنولوجي.
- 6- تقديم مقترحات للمساهمة في تحقيق المواءمة بين مخرجات التعليم السياحي العالي وسوق العمل.

منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي في هذا البحث عن طريق جمع البيانات عن الظاهرة وتحليلها، واستنباط الاستنتاجات منها بشأن المشكلة موضوع البحث. كما تم إختيار أحد أنواع هذا المنهج وهو الدراسة المسحية، التي تؤكد على دراسة المشكلة من جميع جوانبها، وإستخدام أسلوب التحليل الإحصائي كأداة من الأدوات، والتي يستخدمها المنهج الوصفي، وذلك لتحليل إستثمارات الاستبيان (المشهداني، 2018).

أما فيما يخص الدراسة الميدانية فقد تم توزيع (420) استمارة استبيان على عينة عشوائية من من خريجي قسم الدراسات السياحية بمعهد القاهرة العالي للسياحة والفنادق من دفعة 2016م حتى دفعة 2021م (كدراسة حالة) لبيان مدى تأثير تطبيق جودة التعليم على مستوى الخريجين وملائمتهم لسوق العمل، هذا ويبلغ عدد المجتمع الكلي لخريجي قسم الدراسات السياحية (784) خريج منذ نشأة وحدة ضمان الجودة بالمعهد في العام الجامعي 2015/2016م، وحتى العام الجامعي 2020/2021م، وقد بلغ عدد الاستثمارات المتحصل عليها والصالحة (316) استمارة، وبالتالي فإن معدل الاستجابة بلغ 75.2%. وقد اشتملت الاستمارة على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث، وقد تم توزيع الاستثمارات في الفترة من مايو حتى يونيو 2022م، وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخدام بعض الأساليب الإحصائية المتوفرة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

التعليم السياحي العالي في مصر:

يعتبر التعليم العالي المدخل الأساسي لإعداد الموارد البشرية، حيث يقاس مدى نجاح النظم التعليمية من خلال قدرتها على إعداد العناصر البشرية، وتنميتها، وتأهيلها، وإمدادها بالخبرات العملية والعلمية، بما يتماشى مع ما يحتاجه سوق العمل من كفاءات، وقد تزايد الاهتمام العالمي بجودة التعليم العالي عامة نتيجة الانتقادات المستمرة من انخفاض مستوى مخرجات التعليم في السنوات الأخيرة، وما صاحبه من ظهور تحديات جديدة ناتجة عن العولمة، وثورة الاتصالات والمعلومات، وفي ظل المتغيرات الطارئة على النشاط السياحي تصبح العلمية، والمهنية، والتخصصية، والقدرة الإدارية والقيادية صفات لازمة للتعليم السياحي، وهو ما يستوجب تفكيراً تحليلياً متكاملًا وشاملاً يترجم إلى مناهج دراسية هادفة لتحقيق الأهداف المرجوة (الكردي، 2020).

وتجدر الإشارة أن التعليم السياحي العالي قد بدأ في الولايات المتحدة وأوروبا، وشمل درجات البكالوريوس، والماجستير، والدكتوراه في الدراسات السياحية والفندقية، وهي دراسات ببنية ترتبط بالعديد من العلوم الأساسية، والتطبيقية، والإنسانية (الهيئة القومية للاعتماد والجودة، 2009).

وقد بدأت المدارس الفندقية في الظهور منذ منتصف القرن التاسع عشر في دول أوروبا، ثم تطورت إلى معاهد علمية قبل المستوى الجامعي لمدة سنة أو سنتين في بداية ومنتصف القرن العشرين، وكانت بداية ظهور المعاهد والكليات الفندقية العالمية في الولايات المتحدة، وكان ظهور أول معهد عالمي للسياحة في سنة 1960م في مدينة مدريد بأسبانيا، ثم انتشرت في مختلف أنحاء العالم (رفعت، 2016).

وفي مصر تدرج التعليم السياحي المنتظم منذ عام 1962م حتى عام 1967م، وتم إنشاء أول معهدين أحدهما للسياحة والآخر للفنادق عام 1968م، وتم دمجهم في عام 1975م، حيث تم إنشاء كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان، وقدمت ثلاثة برامج هي (الدراسات السياحية، وإدارة الفنادق، والإرشاد السياحي) (الهيئة القومية للاعتماد والجودة، 2009).

هذا وقد بلغ عدد معاهد السياحة والفنادق العليا (18) معهداً على مستوى الجمهورية وتقع في القاهرة، والجيزة، والإسكندرية، والإسماعيلية، والعريش بشمال سيناء، والأقصر، ودمياط، والغردقة، ورأس سدر بجنوب سيناء.

يوضح الجدول رقم (1) عدد معاهد السياحة والفنادق العليا في مصر وأماكنها وتاريخ تأسيسها

أسم المؤسسة	سنة التأسيس	التصنيف	المكان
معهد القاهرة العالى للسياحة والفنادق	1995	خاص	المقطم - القاهرة
المعهد العالى للسياحة والفنادق	1990	خاص	6 أكتوبر - الجيزة
معهد الألسن العالى للسياحة والفنادق	1992	خاص	مدينة نصر - القاهرة
المعهد المصرى العالى للسياحة والفنادق	1992	خاص	مصر الجديدة - القاهرة
معهد سيناء العالى للسياحة والفنادق	1993	خاص	رأس سدر - جنوب سيناء
المعهد العالى للسياحة والفنادق	2001	خاص	السيوف - الإسكندرية
المعهد العالى للسياحة والفنادق	1996	خاص	كينج مريوط - الإسكندرية
المعهد العالى للسياحة والفنادق (إيجوث)	1999	قطاع أعمال	الإسكندرية
المعهد العالى للسياحة والفنادق (إيجوث)	1999	قطاع أعمال	الأقصر
المعهد العالى للسياحة والفنادق (إيجوث)	2006	قطاع أعمال	الإسماعيلية
معهد الفراغة العالى للسياحة والفنادق	2000	خاص	الهرم - الجيزة
المعهد العالى للسياحة والفنادق وترميم الآثار	2001	خاص	أبى قير - الإسكندرية
المعهد العالى للسياحة والفنادق	2000	خاص	الغردقة
المعهد العالى للدراسات الفندقية والسياحية	2016	خاص	دمياط الجديدة
المعهد العالى للدراسات النوعية	1975	خاص	مصر الجديدة - القاهرة
المعهد العالى للدراسات النوعية	1995	خاص	الهرم - الجيزة
معهد سيناء العالى للدراسات النوعية	2005	خاص	العريش - شمال سيناء
المعهد العالى للسياحة والفنادق	2019	خاص	مدينة بدر - القاهرة

المصدر: (وزارة التعليم العالى والبحث العلمى، 2022)

بالإضافة إلى (11) كلية حكومية وخاصة للسياحة والفنادق تتمثل في جامعات حلوان، والإسكندرية، والفيوم، وقناة السويس، والمنصورة، والسادات، والمنيا، والأقصر، ومطروح، و6 أكتوبر، وفاروس، والمؤسسات الأكاديمية سابقة الذكر تابعة للتعليم السياحي الجامعي في مصر (وزارة التعليم العالى والبحث العلمى، 2022).

وتتمثل أهمية التعليم السياحي العالى فى مصر فى تلبية الطلب على التعليم السياحي كما وكيفا، وضمان الجودة، والاستفادة القصوى من تقنية الاتصالات والمعلومات، والبحث العلمى الهادف، والدراسات العليا المتطورة فى المجال السياحي، والتنمية المستمرة لقدرات الهيئات الأكاديمية، والقيادات، وتأهيل طلاب مؤسسات التعليم السياحي العالى علمياً، وثقافياً، واجتماعياً فى ظل نظم ولوائح متطورة (مشروع ضمان الجودة، 2009).

أهداف التعليم السياحي العالى فى مصر:

يهدف التعليم العالى السياحي فى مصر إلى إعداد العناصر البشرية والمؤهلة فى مختلف عمليات وأنشطة السياحة والفنادق، وبناء القدرات والمهارات اللازمة التى تؤهلهم للمنافسة فى سوق العمل، والوفاء بمتطلبات وإحتياجات الصناعة، وتزويد الخريج بالأساسيات، والمفاهيم، والمنهجيات المرتبطة بمختلف الأنشطة فى السياحة والفنادق، وبناء المفاهيم الصحيحة، ورفع إدراك الخريجين لأهمية السياحة والفنادق فى الإقتصاديات المحلية والعالمية، والتقريب بين الشعوب، وإعداد وتزويد الخريج بأخلاقيات وآداب المهنة فى قطاعى السياحة والفنادق (حمزة، 2013).

إدارة الجودة فى مؤسسات التعليم السياحي العالى:

مفهوم الجودة:

تُعرف الجودة بأنها " مجموعة الخصائص والسمات الشاملة للمنتج أو الخدمة، والتي تكون مسئولة عن قدرة هذا المنتج/الخدمة على الوفاء بمتطلبات محددة، وإحتياجات محددة ترضى العملاء " (Borhandden, 2012, p:57). كما تُعرف الجودة على أنها "مدى ملائمة المنتج للإستعمال من خلال مطابقة المواصفات مع متطلبات العميل" (العزاوى، 2015، ص26).

على سبيل المثال: مطابقة خريجي معاهد السياحة والفنادق المصرية، لمتطلبات سوق العمل من شركات سياحة وطيوان، وغيرها من المؤسسات التى تؤهل الخريجين للعمل بها.

مفهوم إدارة الجودة فى مؤسسات التعليم السياحي العالى:

تُعرف إدارة الجودة الشاملة بأنها "مجموعة الخصائص والمعايير التى ينبغى أن تتوفر فى جميع عناصر العملية التعليمية فى مؤسسات التعليم السياحي العالى، سواء منها ما يتعلق بالمدخلات أو العمليات أو المخرجات، وكذلك التغذية المرتدة، التى تلبي إحتياجات الطلاب والخريجين، وسوق العمل والمجتمع، وكافة الجهات الداخلية، والخارجية المستفيدة، وتحقيق تلك المعايير من خلال الاستخدام الفعال لجميع العناصر البشرية، والمادية المتعلقة بالعملية التعليمية فى تلك المؤسسات التعليمية" (Villar, 2014, p:32).

إن الجودة يجب أن تشمل مختلف جوانب التعليم السياحي كالمناهج الدراسية، والبرامج التعليمية، والبحوث العلمية، والطلاب، وأعضاء هيئة التدريس، والمباني والتجهيزات، وتوفير الخدمات، فضلاً عن ضرورة تحديد معايير مقارنة للجودة معترف بها من قبل هيئات الاعتماد، الأمر الذى يؤدي حتماً إلى تحقيق رضا الطلاب، وزيادة ثقتهم، وتحسين مركز المؤسسات التعليمية السياحية محلياً، ودولياً، وزيادة نصيبها فى سوق العمل السياحي (عليما، 2014، ص67).

مفهوم ضمان الجودة:

تُعرف ضمان الجودة بأنها "تصميم وتنفيذ نظام يتضمن سياسات وإجراءات للتأكد من الوفاء بمتطلبات الجودة، التي تتضمنها الخصائص والمعايير التي تضعها منظمات الاعتماد" (الطيب، 2012، ص 134).

ويقصد بوحدة ضمان الجودة بأنها "الوحدة المسؤولة عن إدارة الجودة داخل المؤسسة، وتتوافر لديها كافة الوثائق، والأدلة الخاصة بالممارسات التطبيقية لإدارة الجودة في المؤسسة، ووجود هذه الوحدة يعتبر أمراً هاماً لتحقيق الاستراتيجية التي وضعتها المؤسسة التعليمية (Russell, 2011, p:18).

فوائد ومزايا تطبيق إدارة الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي:

إن من فوائد ومزايا تطبيق إدارة الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي من شأنه أن يعمل على تحقيق العديد من الفوائد والمزايا، والتي تتمثل في زيادة رضا العملاء الداخليين والخارجيين سواء من ناحية رضا طلاب قسم الدراسات السياحية عن مستوى الخدمة المقدمة إليهم أو من ناحية رضا سوق العمل (شركات السياحة وال الطيران، وغيرها من مؤسسات العمل السياحي) عن كفاءة الخريجين، وتحسين جودة خريجي قسم الدراسات السياحية، ومن ثم زيادة الطلب عليهم، وزيادة النصيب السوقي في سوق العمل الداخلي والخارجي، وبالتالي خفض معدلات البطالة بين خريجي قسم الدراسات السياحية (مجيدة، 2017).

متطلبات إدارة الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي:

إن من بين متطلبات تطبيق الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي دعم وتأييد الإدارة العليا لنظام إدارة الجودة، ونشر ثقافتها، وتنمية وتدريب الموارد البشرية، والتخطيط الإستراتيجي، والشمولية واستمرارية المتابعة، ومشاركة العاملين في اتخاذ القرارات وحل المشاكل، وعمليات التحسين المستمر، وتطوير المناهج الدراسية، وتبنى أساليب التقييم المتطورة، وتحديث الهياكل التنظيمية، وتوفير قاعدة بيانات ومعلومات يركز عليها نظام ضمان الجودة، وتساعد في عملية إتخاذ القرارات، بالإضافة إلى وضوح رسالة ورؤية المؤسسات التعليمية، والابتعاد عن الخوف من تطبيق ضمان الجودة كي تستطيع تلك المؤسسات تطبيق مفاهيم الجودة بصورة سليمة قابلة للتطبيق العملي، وليس مجرد مفاهيم نظرية بعيدة عن الواقع (عنانى، 2015).

ويرى الباحث أن هناك بعض المحاذير التي ينبغي أن تراعى في كل من يقرر الأخذ بأسلوب إدارة الجودة والتي تتمثل في إغفال أهمية المورد البشري في كل مراحل تطبيق إدارة الجودة، وعدم اتساق سلوكيات القادة مع أقوالهم أفعالهم، وعدم توافر معلومات صادقة عن صورة الواقع، والإنجازات المحققة.

معوقات وحدات ضمان الجودة بمؤسسات التعليم السياحي العالي:

تتمثل معوقات وحدات ضمان الجودة بمؤسسات التعليم السياحي في عدم اقتناع بعض الإدارات بفلسفة الجودة، وعدم تبنيتها لها لضعف قناعتها بجدوى التغيير، وقصور الدعم المادي والمعنوي، حيث أنه في كثير من الحالات لا يتم مكافأة العاملين بالوحدة مادياً لتحفيزهم على الاستمرار في أداء المهام الموكلة إليهم، وعدم وضوح معايير قياس الجودة لقياس

مدي التقدم والإنجاز، وعدم وجود معايير لاختيار مدير وأعضاء وحدة الجودة ممن لهم خبرة سابقة في هذا المجال، وعدم توافر الكوادر المؤهلة في مجال إدارة الجودة، وقصور ثقافة الجودة لدى العاملين بالمؤسسات التعليمية، وعدم عقد دورات تدريبية كافية بالمؤسسات التعليمية تشمل جميع العاملين، وذلك لنشر ثقافة الجودة، وضعف مخرجات التعليم العالي المرتبطة بسوق العمل، والتي لا تطابق المواصفات العالمية في مجال الجودة، بالإضافة إلى عدم شمول دليل الاعتماد لمؤسسات التعليم بمصر مهام وحدات ضمان الجودة بالمؤسسات التعليمية (العابد، 2016).

أساليب ضمان الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي:

هناك العديد من الأساليب المستخدمة لتحقيق ضمان الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي، ويذكر منها مايلي (Venkatraman, 2008, Philip, 2009):

أولاً: عملية التقييم: تقوم المؤسسة التعليمية بعملية التقييم لبرنامج معين، ويشارك في هذا التقييم كل من الإدارة، والهيئة التدريسية، والطلاب، ويهدف التقييم بشكل أساسي إلى جمع وتحليل البيانات من أجل تحديد نقاط القوة والضعف، ومن أنواع التقييم يوجد التقييم الفردي الذي يقوم به أحد منتسبي مؤسسة التعليم العالي، والتقييم الجماعي تقوم به مجموعة من منتسبي مؤسسة التعليم العالي من ذوي اختصاصات مختلفة، وتعتبر عملية التقييم أداة من الأدوات الفعالة لإرشاد القيادة الإدارية في المؤسسة التعليمية إلى كيفية استثمار مواردها بكفاءة لتحسين أدائها النوعي بالمقارنة مع معيار دولي من خلال تقييم تنفيذ خطتها السنوية مع سنة سابقة، وهذا الأسلوب يساعد على التوصل إلى حكم يتسم بالدقة المطلوبة حول كفاءة وفعالية المؤسسات التعليمية في استثمار مواردها البشرية والمادية، ويساعد أيضا على قياس مدى تقدم المؤسسة التعليمية لأهدافها.

ثانياً: الاعتماد الأكاديمي: الاعتماد هو مكانة أكاديمية أو وضع أكاديمي علمي يمنح للمؤسسة التعليمية أو البرنامج الأكاديمي مقابل استيفاء المؤسسة لمعايير جودة التعليم المقدم وفق ما يتفق عليه مع مؤسسات التقييم التربوية.

اعتماد مؤسسات التعليم السياحي العالي:

مفهوم الاعتماد:

يُعرف الاعتماد بأنه عبارة عن "نشاط مؤسسي علمي موجه نحو النهوض والارتقاء بمستوى مؤسسات التعليم العالي والبرامج التعليمية، وهو أداة فعالة لضمان جودة العملية التعليمية ومخرجاتها واستمرارية تطورها" (جاد، 2012، ص123).

كما يُعرف بأنه "الاعتراف أو قبول بالمستوى العلمي لمؤسسة ما والاعتراف بها من هيئة خارجية" (فالح، 2015، ص74).

بالإضافة إلى أن الاعتماد الأكاديمي يعتبر أحد أهم الإستراتيجيات لضمان واستمرارية الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي، فهو ليس هدفاً، ولكنه وسيلة لمجموعة من الأهداف التي تعكس الجودة والتميز، كما أن حاجة تلك المؤسسات التعليمية للاعتماد الأكاديمي ضرورية لتعزيز سمعة المؤسسة محلياً، وإقليمياً، وعالمياً فيما يتعلق بجودة تعليمها (خليل، 2011).

إدارة الجودة وسياساتها في مؤسسات التعليم السياحي العالى:

لابد أن يتوافر لدى مؤسسات التعليم السياحي العالى سياسات لإدارة الجودة، وتتمثل في وجود خطة استراتيجية للمؤسسات التعليمية، ومدى تطبيق سياسات ولوائح تلك المؤسسات، ومدى التفاعل مع المستفيدين من اجل اكتساب ثقة المجتمع، ومدى فعالية نظام المراجعة الداخلية لضمان الجودة، والإرتقاء بمستوى إعداد الخريجين، وتأهيلهم، وتدريبهم، والتنوع في البرامج المميزة استجابة لمطالب واحتياجات مختلف فئات وشرائح المجتمع، واحتياجات سوق العمل السياحي (مصطفى، 2013).

التخصصات والمهارات لربط التعليم السياحي العالى بسوق العمل:

يشكل تحديد التخصصات العلمية والتقنية، والاختيار المبنى والمنسق مع الاحتياجات الفعلية الحالية والمستقبلية لمؤسسات سوق العمل، وتضمين المهارات المتعلقة بممارسة المهن في البرامج والمناهج الدراسية العلمية والتطبيقية، والتركيز على إكسابها للمخرجات، واستخدامها معياراً للنجاح بالمؤسسات التعليمية، واعتبارها أساساً للاختيار والقبول في مؤسسات العمل، والارتباط والتوازن بين مخرجات التعليم العالى، واحتياجات سوق العمل، ولذلك فإن كفاءة مؤسسات التعليم العالى بشكل عام، ومؤسسات التعليم السياحي بشكل خاص تعتمد على حسن اختيار التخصصات المرتبطة بحاجات ومتطلبات سوق العمل، وهذا الاختيار يتطلب التخطيط الجيد الذى يتم عن طريقة القيام بالتنبؤ بالتغيرات والمستجدات المتوقعة بالبيئة الخارجية، وذلك لاتخاذ القرارات الخاصة بالتغيرات اللازمة في البيئة الداخلية لتوفير مخرجات تتواءم مع هذه التغيرات والمستجدات (منصور، 2014).

وتشكل المهارات أحد العناصر الأساسية في سلسلة النشاطات التي يمارسها الخريج في أداء أحد الواجبات المتعلقة بأحد مهام العمل، وتصنف إلى مهارات أدائية أو عقلية أو وجدانية، وإن الفجوة بين مخرجات التعليم العالى بأنواعه المختلفة، وبين الاحتياجات الفعلية لأسواق العمالة من تخصصات ومهارات نتيجة للتقدم المعرفى، وثورة التطور التكنولوجى، والتغيرات العالمية والمحلية تقام اتساعها مع نهايات القرن الماضى، وبدايات القرن الحادى والعشرين، وكان من نتائج ذلك وجود بطالة بين خريجي نوعيات هذا التعليم (إدريس، 2016).

الاعتماد الأكاديمى والمهارات اللازمة لخريجي طلاب التعليم السياحي العالى:

إن من ضمن متطلبات هيئات الاعتماد الأكاديمى المهارات اللازمة للخريج، والتي تتضمن نواتج التعلم المطلوبة في إطار خصائص ومعايير الاعتماد الأكاديمى، وتجدر الإشارة إلى أن نواتج التعلم المستهدفة لخريجي قسم الدراسات السياحية بمعاهد السياحة والفنادق المصرية، وذلك على النحو التالى (الهيئة القومية للاعتماد والجودة، 2009):

أولاً: المعرفة والفهم: يجب أن يكون الخريج قادراً على معرفة وفهم كل من:

1- نظريات وخصائص، وأسس وأبعاد صناعة السياحة أكاديمياً، وتطبيقياً.

2- المعارف والعلوم المختلفة المرتبطة والمتشابهة مع الأنشطة السياحية.

3- مكونات المنتج السياحي المصرى.

4- أسس وأساليب ومبادئ أعمال شركات ووكالات السفر والسياحة، وشركات الطيران، وكافة المنشآت السياحية المتعلقة بالعمل السياحي.

5- آداب وأخلاقيات المهنة، والتشريعات والقوانين، والضوابط البيئية الحاكمة للعمل في المجال السياحي.

6- المصطلحات المهنية باللغة العربية، والأجنبية.

7- أساسيات الحاسب الآلي.

وهي المهارات التي يعمل فيها الخريج ذهنه اعتماداً على المعارف، والمفاهيم، والمهارات المهنية التي اكتسبها أثناء الدراسة لتحقيق هدف معين.

ثانياً: المهارات الذهنية: يجب أن يكون الخريج قادراً على:

1- البحث في المجالات السياحية، والمجالات الأخرى المرتبطة والمختلفة.

2- تحليل البيانات والإحصاءات السياحية، وقياس مؤشرات الأداء.

3- استنتاج العلاقات المتشابكة بين أقسام المنشآت السياحية من ناحية، وموردى الخدمات السياحية من ناحية أخرى.

4- القدرة على الربط بين الجانب النظري، والجانب العملي.

ثالثاً: المهارات المهنية: يجب أن يكون الخريج قادراً على:

1- الممارسات المهنية في أعمال شركات ووكالات السفر والسياحة مثل: إعداد وتنظيم البرامج السياحية بأقسام السياحة (الداخلية، والخارجية، والدينية)، وقيادة الجولات السياحية، والتعامل مع طرق التسويق والتنشيط، وبيع البرامج والخدمات السياحية.

2- تحديد الأساليب الملائمة لتخطيط، وتنظيم، وإدارة الأنشطة السياحية، والمقاصد السياحية.

3- تحديد الأساليب لتنظيم وإدارة الأحداث الخاصة، والمؤتمرات بالمؤسسات السياحية.

4- صياغة وكتابة التقارير، والمراسلات المهنية.

5- التعامل مع الأزمات، وإدارة المخاطر في بيئة العمل السياحية.

6- التعامل مع أنظمة الحجز المختلفة في مجالات النقل الجوي المعمول بها، والقيام بأعمال الحجز وبيع تذاكر الطيران، والشحن الجوي وفق قواعد وتقسيمات المنظمات المتخصصة.

7- فهم وإدراك أصول الدعاية، والإعلام السياحي.

8- التمهييد للتعاقدات والتفاوض مع الوكلاء السياحيين، وموردى الخدمات السياحية

9- ممارسة تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في مجال العمل السياحي.

رابعاً: المهارات العامة: يجب أن يكون الخريج قادراً على:

1- إدارة الوقت والتعامل مع ضغوط العمل.

2- استخدام التكنولوجيا الحديثة الملائمة لمجال العمل.

3- ممارسة مهارات الاتصال والعرض.

4- التفاعل والعمل الجماعي مع الفريق.

5- القدرة على حل المشكلات في بيئة العمل بطريقة ابتكارية.

6- إنجاز الأعمال المكلف بها في الإطار الزمني المحدد.

7- ممارسة البروتوكول والمراسم العامة المتعلقة بالمجال.

8- القدرة على التكيف مع التغيرات التكنولوجية وسوق العمل والوظيفة.

9- فهم البيئة التنظيمية للعمل.

10- إقامة شبكات رسمية وغير رسمية مع الأفراد في سوق العمل.

إن المنتبج لاحتياجات سوق العمل المتغيرة يرى بأن الناحية الأكاديمية وحدها باتت غير كافية، لذلك أصبح لزاماً على فئة الطلاب السعى لتعزير مجموعة من المهارات، والتي تتمثل بشكل رئيسى بالإتصال، والمهارات التكنولوجية، والمبادرة، والإبداع، واللغات الأجنبية، ولهذا فإن قضية تحديث وتطوير هذا التعليم، وإعادة النظر فى شعبه وتخصصاته الحالية، وتحديد مجموعة المهارات المتعددة، وما تتطلبه من سمات تكسبها القيمة والمعنى تعتبر مطلباً ضرورياً وملحاً للارتقاء بالمستوى الكيفى له، ليصبح تعليماً قادراً على تزويد الخريجين بالمهارات المطلوبة بما يتيح لها فرصاً أفضل للتوظيف، وأداء دور فعال فى تحقيق التنمية المجتمعية المنشودة (Axelrod, 2015).

يتضح مما سبق أن العديد من الدول المتقدمة تهتم بالربط بين التعليم العالى بأنواعه، وسوق العمل لتزويد قوة العمل بالمهارات الجديدة التى يتطلبها سوق العمل، ولمواجهة البطالة بين الشباب، ولتحقيق التكامل الاجتماعى بين أفراد المجتمع، وفى ضوء ذلك يحتاج المجتمع المصرى على وجه الخصوص إلى الاستفاد من تجارب هذه الدول، وبخاصةً التركيز على الربط بين التعليم العالى الفنى والأكاديمى، وسوق العمل.

تجربة مصر كنموذج فى توكيد الجودة والاعتماد:

لقد أصبحت مؤسسات التعليم العالى نواة للتطور الاقتصادى، والحضارى، والنهوض بالوطن، ونظراً للزيادة فى مؤسسات التعليم العالى، والمنافسة الشديدة بين مؤسسات القطاع الخاص والعام، ومؤسسات التعليم المفتوح، ونتيجة للتغيرات السريعة فى العلم والتكنولوجيا، وانعكاسها على احتياجات سوق العمل، وتزايد الطلب للالتحاق فى مؤسسات التعليم العالى، ما أدى إلى التركيز على القوى العاملة ذات المهارة العالية والمميّزة، وقاد العديد من دول العالم إلى اعتماد سياسات واستراتيجيات للارتقاء بنوعية مخرجات التعليم العالى، لتحقيق الموازنة بين التعليم العالى، ومؤسسات سوق العمل حتى تمكنها من المنافسة فى السوق المحلية، والعالمية، وهناك بعض التجارب فى الدول العربية، والأجنبية التى عملت على تعديل وتطوير برامجها التعليمية لمواجهة التحديات المعاصرة ومن ضمنها مصر (جبريل، 2013).

وقد أقر المؤتمر القومى لتطوير التعليم العالى فى فبراير عام 2000م الخطة الإستراتيجية لتطوير التعليم العالى، والتى ترجمت إلى 25 مشروعاً يتم تنفيذها على ثلاث مراحل، حيث تتفق كل مرحلة مع الخطة الخمسية للدولة اعتباراً من 2002م وحتى 2017م، وتم إنشاء وحدات لتقويم الأداء الجامعى، وضمان جودة التعليم العالى فى المعاهد والجامعات المصرية (صالح، 2015).

وأطلقت مصر فى عام 2002م مشروع تطوير التعليم العالى بقرض من البنك الدولى، بالإضافة إلى تمويل جزئى من الحكومة المصرية، وبعض المصادر الأخرى، ويشمل هذا المشروع 6 مشروعات فرعية لعل من أبرزها مشروع (توكيد الجودة والاعتماد)، والذى يهتم بضمان جودة التعليم، والتحسين المستمر، ورفع كفاءة أداء مؤسسات التعليم العالى بمصر من خلال إنشاء نظام داخلى للجودة (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونيسكو"، 2009).

وقد صدر قرار بإنشاء " الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد " كهيئة مستقلة تتبع رئيس الوزراء فى عام 2006م وفقاً للقانون رقم 82 لسنة 2016م، ومقرها القاهرة، وهى المسئولة عن اعتماد المؤسسات التعليمية فى مصر وفقاً لـ 16 معيار تتعلق بمحورى القدرة المؤسسية، والفاعلية التعليمية (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونسكو"، 2009).

فاعلية مردود تطبيق برامج الجودة والاعتماد فى مصر:

بالرغم من تزايد مجهودات إصلاح التعليم العالى والجامعى المصرى، فإنها لم تحقق النجاح المتوقع منها، ربما لضعف ثقافة الجودة، وكثرة معوقات تطبيقها، فضلاً عن اقتصار مشروع ضمان الجودة والاعتماد فى كثير من الأحيان على بعض الإجراءات التنظيمية والورقية، والتي لا تؤثر مباشرة فى فعالية العملية التعليمية بمؤسسات التعليم العالى والجامعى (فوزى، 2017).

المواءمة بين مخرجات التعليم السياحى العالى وسوق العمل السياحى:**السوق السياحى:**

يُعرف السوق السياحى بأنه "نقطة التقاء مجموعة من رغبات وحاجات السائحين (الداخليين والخارجيين) مقرونة بقدراتهم الشرائية مع المنظمات السياحية للحصول على المنتجات السياحية اللازمة لإشباع تلك الحاجات فى إطار مستوى معين من المعلومات" (رفعت، 2016).

احتياجات سوق العمل السياحى:

يجب أن تعمل مؤسسات التعليم السياحى العالى على رصد احتياجات سوق العمل الذى تعمل فيه بهدف تخطيط وتنفيذ البرامج التدريبية، والخطط التعليمية التى تتناسب وتتلائم مع احتياجات ذلك السوق، وتجدر الإشارة إلى المؤسسات والمنظمات التى تشكل سوق العمل لخريجى قسم الدراسات السياحية بمعاهد وكليات السياحة والفنادق، يذكر منها ما يلى (الهيئة القومية للاعتماد والجودة، 2009):-

1- شركات ووكالات السياحة والسفر:

- البرامج السياحية: إعداد وتنظيم وبيع البرامج والخدمات السياحية بأقسام السياحة الخارجية والداخلية، وتخطيط وتنظيم الأجازات، وبرامج الرحلات الشاملة، وحجز أماكن الإقامة بمختلف أنواعها، والأغذية والمشروبات، وتسهيلات النقل، وخدمات الترفيه، وتسعير البرامج السياحية.

- الأنشطة التشغيلية: وتشمل بيع وحجز التناكر الخاصة بوسائل النقل البرى، والبحرى، والجوى، وقيادة الجولات السياحية.

- التسويق والترويج: تنظيم الحملات الدعائية للأنشطة والخدمات السياحية، وتشيط وبيع الرحلات الشاملة، وتنمية المبيعات السياحية.

2- شركات الطيران: بيع وحجز تذاكر الطيران، وتسويق خدمات الطيران، وخدمة العملاء.

3- المطارات: العمل بفروع شركات السياحة والطيران، والعمل فى مجال العلاقات العامة.

4- المؤسسات والمنظمات السياحية: العمل فى مجال العلاقات العامة، وخدمة العملاء، ومستشارين السياحة والسفر، وإدارة الدعاية والإعلام السياحى.

5- مراكز المعارض والمؤتمرات: تنظيم وإدارة المعارض المؤتمرات، والأحداث الخاصة، والتعليم والتدريب.

ملاح سوق العمل السياحي في ضوء التطورات الاقتصادية والتقدم التكنولوجي:

توجد تغيرات جذرية في ملاح سوق العمل السياحي، وذلك من خلال زيادة معدل الوظائف في القطاع الخاص، وإنخفاض معدل الوظائف الحكومية، وفقدان بعض الوظائف القديمة، واستحداث وظائف جديدة، والعبور من التعليم السياحي إلى أسواق العمل أصبح أكثر تعقيداً، ويحتاج إلى عمليات تدريب وتأهيل، ومؤهلات إضافية تفرضها طبيعة الوظائف الجديدة، وعدم وجود آليات لمتابعة حاجات سوق العمل السياحي المحلي والأجنبي (نصر، 2013).

ضعف المواءمة بين مخرجات التعليم السياحي العالي واحتياجات سوق العمل:

يرجع ضعف المواءمة بين مخرجات التعليم العالي، واحتياجات سوق العمل بصفة عامة، ومنها القطاع السياحي إلى انخفاض المستوى العلمي للطلاب الملتحقين بمؤسسات التعليم السياحي العالي خاصة في السنوات العشر الأخيرة، وتخرج أعداد من الطلاب بمهارات لا يحتاجها سوق العمل مع وجود عجز وطلب في مهارات أخرى، وسوء تنظيم سوق العمل السياحي، حيث مزاوله المهن دون ضابط لتراخيص مزاولتها، وعدم وجود قاعدة بيانات متكاملة ومتجددة خاصة بسوق العمل السياحي واحتياجاته، وسرعة تغيير احتياجات سوق العمل، وبطء استجابة التعليم لها، واقتصار العلاقة بين مؤسسات التعليم وسوق العمل على مسار أحادي الاتجاه من المؤسسات إلى سوق العمل، وعدم الاهتمام بمواءمة مناهج التعليم السياحي العالي لتكون حساسة لاتجاهات التطوير الاقتصادي والمتطلبات التنموية، وقلة الاهتمام بتطوير التعليم المستمر للجوانب الفنية وإعادة التأهيل، وغيرها من الحلقات الضرورية والمكملة لمساعدة الخريجين على الانخراط في سوق العمل السياحي (الطيب، 2016).

بالإضافة إلى عدم التكامل والتفاعل بين مؤسسات التعليم العالي، والقطاع الخاص، مما يستوجب على الجامعات والمعاهد نفسها، ومؤسسات التدريب، وضمن خطة مبرمجة إعادة تأهيل الطلاب الخريجين، حيث يوجد فائض كبير يعانى من البطالة المقنعة في بعض التخصصات التي تقدمها مؤسسات التعليم العالي، في الوقت الذي يوجد فيه نقص واضح في مجالات أخرى تحتاج إليها مؤسسات المجتمع بفرعها العام والخاص.

والجدير بالذكر أن عدم المواءمة بين مخرجات التعليم والتدريب، واحتياجات سوق العمل يمثل هدراً في موارد التعليم والتدريب، وهدراً في طاقات الشباب، وصعوبة لدى أصحاب الأعمال في الحصول على المهارات المناسبة لهم (أبو راضي، 2015).

يتضح مما سبق أن تأسيس نظام تعليمي متطور يلبي حاجة سوق العمل، ويساعد على النمو الاقتصادي، وجذب الاستثمارات، ويوفر فرص عمل للطلاب الخريجين، لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال التعاون الحقيقي مع سوق العمل.

التعاون بين مؤسسات التعليم السياحي وسوق العمل:

يرى الباحث أن لتحقيق الترابط والتعاون بين مؤسسات التعليم السياحي، وسوق العمل لا بد من اعتماد منهجية من خلال إدخال أنماط تعليمية وتدريبية حديثة تسمح بالجمع بين العمل، والتعليم السياحي كبرامج التعليم التبادلي مثل برنامج إدارة وتشغيل المطاعم الذى تقدمه كلية السياحة والفنادق بجامعة حلوان منذ العام الجامعى (2013/2012)، وكلية السياحة والفنادق بجامعة الإسكندرية منذ العام الجامعى (2022/2021)، وكلية السياحة والفنادق بجامعة الفيوم فى العام الجامعى (2023/2022) بالتعاون مع الشركة المصرية للمشروعات السياحية العالمية أمريكانا - مصر، وتفعيل مشاركة سوق

العمل في تطوير مناهج وبرامج التعليم السياحي، واستثمار التسهيلات والتجهيزات، والخدمات المتوفرة في مؤسسات سوق العمل السياحي في تدريب الطلاب، واستقدام محاضرين ومدربين من مؤسسات سوق العمل السياحي للمشاركة في إلقاء المحاضرات والتدريبات العملية للطلاب، وتطوير سياسات العمل في مؤسسات العمل السياحي، وتوجيهها نحو الترابط والتنسيق مع المؤسسات التعليمية، وقيام مؤسسات سوق العمل بتوفير التنبؤات والتوقعات المرتبطة باحتياجات سوق العمل المستقبلية، وتزويد مؤسسات التعليم بها، بالإضافة إلى تسليط الضوء على مدى تأثير تطبيق جودة التعليم على مستوى الخريجين بالتطبيق على خريجي قسم الدراسات السياحية بمعهد القاهرة العالي للسياحة والفنادق.

الدراسة الميدانية

الصورة المبدئية للإستبيان:

تم استخدام المنهج الوصفي في هذا البحث " نمط الدراسة المسحية " حيث تم توزيع (420) استمارة استبيان على عينة عشوائية من من خريجي قسم الدراسات السياحية بمعهد القاهرة العالي للسياحة والفنادق من دفعة 2016م حتى دفعة 2021م (كدراسة حالة) لبيان مدى تأثير تطبيق جودة التعليم على مستوى الخريجين وملائمتهم لسوق العمل، هذا ويبلغ عدد المجتمع الكلي لخريجي قسم الدراسات السياحية (784) خريج منذ نشأة وحدة ضمان الجودة بالمعهد في العام الجامعي 2015/2016م، وحتى العام الجامعي 2020/2021م، وقد بلغ عدد الاستثمارات المتحصل عليها والصالحة (316) استمارة، وبالتالي فإن معدل الاستجابة بلغ 75.2% وقد اشتملت الاستمارة على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث، وقد تم توزيع الاستثمارات في الفترة من مايو حتى يونيو 2022م، وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخدام بعض الأساليب الإحصائية المتوفرة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

تحليل استمارات الاستبيان:

جدول رقم (2): عينة الدراسة وفقاً للنوع.

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	110	34.8
أنثى	206	65.2
الإجمالي	316	100%

أظهرت نتائج الجدول رقم (2) بأن نسبة 65.2% من عينة الخريجين من الإناث في مقابل نسبة 34.8% من الذكور، حيث غالباً ما يلاحظ أن إقبال الإناث على قسم الدراسات السياحية أكثر من الذكور الذين يقبلون أكثر على الوظائف الفندقية، بينما يميل الإناث أكثر إلى الوظائف المكتبية كحجز تذاكر الطيران، وتنظيم البرامج السياحية، والتي تتميز بثبات نسبي في مواعيد العمل.

جدول رقم (3): سنة التخرج لعينة الدراسة.

المتوسط	النسبة %	التكرار	سنة التخرج لعينة الدراسة
3.78	5.7	18	دفعة 2016
	13.3	42	دفعة 2017
	24	76	دفعة 2018
	32.9	104	دفعة 2019
	3.8	12	دفعة 2020
	20.3	64	دفعة 2021
	%100	316	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (3) أن سنة التخرج لعينة الدراسة جاءت بمتوسط 3.78، ويميل في اتجاه دفعة (2019)، حيث بلغت نسبة مفردات العينة خريجي عام (2019) 32.9%، يليهم خريجي عام (2018) بنسبة 24%، ثم عام (2021) بنسبة 20.3%.

جدول رقم (4): موقف عينة الدراسة من العمل.

المتوسط	النسبة %	التكرار	موقف عينة الدراسة من العمل
1.76	44.3	140	أعمل في مجال السياحة
	35.4	112	أعمل ولكن ليس في مجال السياحة
	20.3	64	لا أعمل مطلقاً
	%100	316	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول رقم (4) أن موقف عينة الدراسة من الحصول على فرصة عمل بعد التخرج، جاء بمتوسط 1.76 في اتجاه الحصول على فرصة عمل، ولكن في غير مجال السياحة، حيث يعمل في مجال السياحة نسبة 44.3% من مفردات العينة، ويعمل خارج مجال السياحة نسبة 35.4%، بينما لم يحصل بنسبة 20.3% من مفردات العينة على فرصة عمل بعد.

جدول رقم (5): جهة عمل عينة الدراسة.

الترتيب	النسبة %	التكرار	جهة عمل عينة الدراسة
2	34.1	86	شركات سياحية
4	4.7	12	شركات طيران
7	1.5	4	مراكز مؤتمرات
6	2.3	6	مطارات
5	3.9	10	العمل الأكاديمي
3	8.7	22	التدريس في المدارس الثانوية السياحية والفندقية
1	44.4	112	أخرى
-	%79.7	316	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (5) أن نسبة 44.4% من عينة الدراسة من الخريجين يعملون في وظائف متنوعة كإدارة المطاعم، والصحافة، وشركات البتروكيماويات، والإستيراد والتصدير، والمقاولات، وبعض الوظائف الحكومية، ونسبة 34.1% يعملون في شركات السياحة، ونسبة 12.6% يعملون في مجال التدريس والعمل الأكاديمي، ونسبة 8.5% يعملون في شركات الطيران، والمطارات، وتنظيم المؤتمرات.

جدول رقم (6): طبيعة عمل عينة الدراسة.

الترتيب	النسبة %	التكرار	طبيعة عمل عينة الدراسة
1	27	68	حجز تذاكر طيران
6	7.2	18	إعداد برامج سياحية
8	3.2	8	مرافق مجموعات سياحية
7	3.9	10	السياحة الدينية
10	1.6	4	منظم مؤتمرات
3	14.3	36	علاقات عامة
5	11.9	30	خدمة العملاء
2	15	38	التسويق
4	13.5	34	التعليم والتدريب السياحي
9	2.4	6	أخرى

أظهرت نتائج الجدول رقم (6) أن طبيعة العمل لخريجي قسم الدراسات السياحية، والتي تمثلت في حجز تذاكر الطيران جاءت بنسبة 27% من مفردات العينة، ثم بنسبة 15% في مجال التسويق سواء في القطاع السياحي أو غيره من القطاعات الأخرى، ثم بنسبة 14.3% في مجال العلاقات العامة في مختلف الجهات الحكومية والخاصة، ثم بنسبة 13.5% في مجال التعليم والتدريب السياحي سواء من خلال العمل الأكاديمي أو من خلال التدريس في المدارس الثانوية للسياحة والفنادق، ثم مجال خدمة العملاء بنسبة 11.9%، ثم تنظيم البرامج السياحية والسياحة الدينية بنسبة 11.1%، وأخيراً مرافقة المجموعات السياحية، وتنظيم المؤتمرات بنسبة 4.8%، هذا ويلاحظ أن هذا الوظائف مذكورة ضمن الوظائف التي يؤهل لها قسم الدراسات السياحية، والواردة في دليل المعايير الأكاديمية الصادر عن الهيئة القومية لضمان الجودة والاعتماد.

جدول رقم (7): سبب عدم عمل عينة الدراسة في المجال السياحي.

الترتيب	النسبة %	التكرار	سبب عدم عمل عينة الدراسة في المجال السياحي
1	57.1	64	الأزمة التي يمر بها قطاع السياحة حالياً
3	14.3	16	شركات السياحة والطيران تفضل خريجي أقسام اللغات
4	7.1	8	المعهد لم يؤهلني بشكل كافي
5	3.6	4	ليس لدى خبرة عملية
2	17.9	20	لا أرغب في العمل في مجال السياحة

تشير نتائج الجدول رقم (7) أن سبب عدم عمل عينة الدراسة من خريجي قسم الدراسات السياحية في مجال السياحة، يرجع إلى الأزمة التي يمر بها القطاع السياحي، والتي بدأت عام 2015م متمثلة في حادثي صحراء الواحات، وسقوط الطائرة الروسية، ووباء فيروس كورونا في بداية عام 2020م، وذلك من وجهة نظر 57.1% من مفردات العينة، ثم عدم رغبة 17.9% من عينة الخريجين العمل في مجال السياحة، وتفضيلهم لمجالات أخرى أكثر استقراراً من وجهة نظرهم.

جدول رقم (8): التواصل بين الخريجين والمعهد بعد التخرج.

النسبة %	التكرار	التواصل بين الخريج والمعهد بعد التخرج
39.8	126	يوجد تواصل
60.2	190	لا يوجد تواصل
%100	316	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول رقم (8) بأن غالبية مفردات عينة الدراسة أكدوا على أن لا يوجد أى تواصل بينهم وبين المعهد بعد تخرجهم بنسبة 60.2%، بينما ظل نسبة 39.8% من عينة الخريجين على تواصل مع المعهد.

جدول رقم (9): سبب تواصل عينة الدراسة مع المعهد بعد التخرج.

الترتيب	النسبة %	التكرار	سبب تواصل عينة الدراسة مع المعهد بعد التخرج
2	5.6	18	أعمل بالمعهد
1	30.3	96	دورات تدريبية
3	3.7	12	يساعدنى المعهد على الحصول على فرصة عمل

تشير نتائج الجدول رقم (9) بأن النسبة الأكبر من عينة الدراسة التي تتواصل مع المعهد بعد تخرجهم بسبب الدورات التدريبية التي يقدمها، وذلك بنسبة 30.3%، ولم يساعد المعهد الطلاب الخريجين إلا بنسبة 3.7% فقط في الحصول على فرصة عمل.

جدول رقم (10): مدى معرفة الخريجين بوجود وحدة لضمان الجودة داخل المعهد.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	مدى معرفة الخريجين بوجود وحدة لضمان الجودة
25.5	2.11	20.2	64	نعم ولها تأثير مباشر على الطلبة والخريجين
		70.3	222	نعم ولكن ليس لها تأثير على الطلبة والخريجين
		1.2	4	لا يوجد
		8.3	26	لا أعلم
		%100	316	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول رقم (10) بأن معرفة خريجي قسم الدراسات السياحية بوجود وحدة لضمان الجودة داخل المعهد يأتى بمتوسط 2.11 في اتجاه علمهم بوجودها، ولكنها ليس لها أى تأثير عليهم سواء كطلبة، أو بعد تخرجهم، وذلك بمعامل اختلاف 25.5%، حيث أشار إلى ذلك نسبة 70.3% من مفردات العينة، بينما أكد بنسبة 20.2% من مفردات العينة علمهم بوجود الوحدة، وأن لها تأثير على الطلبة والخريجين.

جدول رقم (11): مدى تفعيل دور وحدة ضمان الجودة بالمعهد.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	مدى تفعيل دور وحدة ضمان الجودة
39.36	1.89	22.1	70	مفعلة ولها تأثير مباشر على الطلبة والخريجين
		44.3	140	مفعلة ولكن دون جدوى
		33.6	106	لا أعلم
		%100	316	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (11) بأن آراء عينة الدراسة من خريجي قسم الدراسات السياحية فيما يتعلق بتفعيل وحدة ضمان الجودة بمعهد القاهرة للسياحة والفنادق، يأتي بمتوسط 1.89 في اتجاه أنها مفعلة غير أنها ليس لها أي تأثير عليهم، ولم تؤدي إلى تحسين الخدمات المقدمة لهم، ولا رفع كفاءتهم وتأهيلهم لسوق العمل، حيث أشار إلى ذلك نسبة 44.3% من مفردات العينة، بينما أشار بنسبة 33.6% من حجم العينة بعدم عملهم بكون وحدة ضمان الجودة بالمعهد مفعلة من عدمه، وعلى الجانب الآخر أشار بنسبة 22.1% من مفردات العينة بأن وحدة ضمان الجودة بالمعهد مفعلة، ولها تأثير على جودة الخدمات المقدمة للطلاب والخريجين.

جدول رقم (12): التواصل بين وحدة ضمان الجودة وبين طلبة وخريجي المعهد.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	التواصل بين وحدة ضمان الجودة وبين الطلبة والخريجين
43.53	1.37	14.5	46	يوجد تواصل وله تأثير مباشر على الطلبة والخريجين
		36.8	116	يوجد تواصل ولكن دون جدوى
		48.7	154	لا يوجد تواصل
		100%	316	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول رقم (12) بأن مدى التواصل بين وحدة ضمان الجودة بالمعهد وبين طلبة وخريجي قسم الدراسات السياحية يأتي بمتوسط 1.37% في اتجاه عدم وجود تواصل، وذلك بمعامل اختلاف 43.53%، حيث أشار إلى ذلك بنسبة 48.7% من مفردات العينة، بينما أكدت بنسبة 36.8% من مفردات العينة بوجود تواصل بين الوحدة وطلبة وخريجي المعهد، لكن دون جدوى، وغالباً ما يتم في حالة قدوم لجنة المراجعة لقطاع السياحة من قبل وزارة التعليم العالي، هذا وقد أشار بنسبة 14.5% من خريجي قسم الدراسات السياحية بوجود تواصل بينهم وبين وحدة ضمان الجودة بالمعهد، وأن لها تأثير إيجابي عليهم، من حيث التعرف على المشكلات التي يتعرضون لها أثناء دراستهم في المعهد ومساعدتهم والعمل على تلافى تلك المشكلات وإيجاد حلول لها.

جدول رقم (13): للمعهد رسالة ورؤية وأهداف معلنة ومعلومة لدى جميع الخريجين.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	للمعهد رسالة ورؤية وأهداف معلنة ومعلومة لدى الجميع
36.67	2.19	33.6	106	توجد وتتبعكس بوضوح في كافة الأعمال داخل المعهد
		42.4	134	توجد ولكن دون جدوى
		24	76	لا أعلم
		100%	316	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (13) بأن دراية خريجي قسم الدراسات السياحية، والذي ارتكزت عليهم الدراسة الميدانية، برؤية ورسالة وأهداف المعهد يأتي بمتوسط 2.19 في اتجاه دريبتهم بها، وأنها معلنة في مختلف أرجاء المعهد ولكن دون جدوى، ولا يشعرون بأى تأثير لتواجدها عليهم كطلبة ولا كخريجين، حيث أشار إلى ذلك بنسبة 42.4% من مفردات العينة، وقد أفاد بنسبة 33.6% من مفردات العينة إلى علمهم بها، وأنها تتعكس بوضوح في كافة الأعمال والخدمات المقدمة لهم، بينما أشار بنسبة 24% من مفردات العينة، عدم معرفتهم برؤية ورسالة وأهداف المعهد.

جدول رقم (14): تعقد ندوات ومحاضرات دورية لتأكيد مفهوم الجودة بالمعهد.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	تعقد ندوات ومحاضرات دورية لتأكيد مفهوم الجودة
45.63	1.81	25.9	82	تعقد ولها تأثير مباشر على الطلبة والخريجين
		29.8	94	تعقد ولكن دون جدوى
		44.3	140	لا تعقد
		%100	316	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول رقم (14) بأن نسبة 44.3% من عينة خريجي قسم الدراسات السياحية الذي شملتهم الدراسة الميدانية أكدوا أن المعهد لا يعقد ندوات ومحاضرات دورية لتأكيد مفهوم الجودة، بينما أشار بنسبة 29.9% إلى عقد المعهد العديد من الندوات والمحاضرات في هذا الشأن غير أنها لم يكن لها أي مردود على كفاءتهم وتأهيلهم لسوق العمل أو كفاءة ما يقدم لهم من خدمات.

جدول رقم (15): الإتصال والتنسيق مع سوق العمل للتعرف على احتياجاته كماً ونوعاً.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	الإتصال والتنسيق مع سوق العمل
41.8	1.78	18.3	58	يوجد وله تأثير مباشر على الطلبة والخريجين
		41.1	130	يوجد ولكن دون جدوى
		40.6	128	لا يوجد
		%100	316	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (15) بأن نسبة 40.6% من خريجي قسم الدراسات السياحية الذين ارتكزت عليهم الدراسة الميدانية، لم يلاحظوا أي تواصل بين المعهد وسوق العمل للتنسيق والتعرف على احتياجاته كماً ونوعاً، بينما أكد بنسبة 41.1% وجود تواصل، ولكن ليس له تأثير عليهم كطلبة أو خريجين فعلى سبيل المثال، يتم التواصل مع طلاب المعهد لتوزيعهم على شركات السياحة لتدريبهم، ويتم استلام خطابات تدريب من المعهد، غير أن كثير من الشركات ترفض تدريبهم، وبالتالي يكون التواصل دون جدوى، وقد أفاد بنسبة 18.3% من مفردات العينة إلى وجود تواصل وتنسيق مع سوق العمل، ووجود تأثير إيجابي على طلبة المعهد وخريجيه، وذلك بمتوسط 1.78، ومعامل اختلاف 41.8%.

جدول رقم (16): تطوير المناهج التي يتم تدريسها بقسم الدراسات السياحية.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	تطوير المناهج التي يتم تدريسها بالقسم
37.3	1.98	25.9	82	مناهج متطورة وتتناسب مع احتياجات سوق العمل
		46.2	146	مناهج متطورة لكن لا تتناسب مع التطور في سوق العمل
		27.9	88	مناهج غير متطورة
		%100	316	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول رقم (16) بأن آراء مفردات عينة الدراسة في المناهج الدراسية التي يتم تدريسها بقسم الدراسات السياحية يأتي بمتوسط 1.98 في اتجاه أنها مناهج متطورة غير أنها لا تتناسب مع التطورات في سوق العمل السياحي، وذلك بمعامل اختلاف 37.3%، حيث أشار إلى ذلك نسبة 46.2% من مفردات العينة، بينما أكد نسبة 27.9% من مفردات العينة أن المناهج التي يتم تدريسها لهم غير متطورة، ولا تتناسب مع متطلبات سوق العمل، وقد أفاد بنسبة 25.9% من عينة الخريجين أن المناهج التي تلقوها في القسم متطورة وتتناسب مع احتياجات سوق العمل السياحي.

جدول رقم (17): مدى ملائمة خريج قسم الدراسات السياحية بالمعهد لسوق العمل.

مدى ملائمة خريج القسم لسوق العمل	التكرار	النسبة %	المتوسط	معامل الاختلاف
أتفق تماماً	30	9.4	2.91	41.30
أتفق	82	26		
محايد	76	24		
لا أتفق	88	27.9		
لا أتفق تماماً	40	12.7		
الإجمالي	316	%100		

تشير نتائج الجدول رقم (17) بأن آراء مفردات عينة الدراسة في ملائمة خريجي قسم الدراسات السياحية بمعهد القاهرة لمتطلبات سوق العمل يأتي بمتوسط 2.91 في الاتجاه المحايد، وبمعامل اختلاف 41.30%، حيث أشار إلى ذلك نسبة 24% من مفردات العينة، بينما أكد 27.9% من عينة الخريجين بعدم ملاءمتهم لسوق العمل، وقد أفاد 26% من مفردات العينة إلى أنهم مؤهلين لسوق العمل.

جدول رقم (18): مدى اختلاف الدراسة الأكاديمية عن الواقع العملي.

اختلاف الدراسة الأكاديمية عن الواقع العملي	التكرار	النسبة %	المتوسط	معامل الاختلاف
أتفق تماماً	122	38.7	3.85	30.02
أتفق	76	24		
محايد	76	24		
لا أتفق	30	9.5		
لا أتفق تماماً	12	3.8		
الإجمالي	316	%100		

أظهرت نتائج الجدول رقم (18) بأن آراء مفردات عينة الدراسة من الخريجين في مدى اختلاف ما قاموا بدراسته من الناحية الأكاديمية عن الواقع العملي يأتي بمتوسط 3.85 في اتجاه الاتفاق على ذلك بمعامل اختلاف 30.02%، حيث أشار نسبة 38.7% من عينة الخريجين إلى إتفاقهم تماماً مع اختلاف ما قاموا بدراسته في المعهد عن الواقع العملي، وأشار 24% من مفردات العينة إلى اتفاقهم مع ذلك، ونفس النسبة أشارت إلى الاتجاه المحايد، بينما لم يشير إلى عدم الاتفاق مع اختلاف ما تم دراسته عن الواقع العملي سوى نسبة 13.3% فقط من خريجي قسم الدراسات السياحية الذين شملتهم الدراسة الميدانية بالمعهد.

جدول رقم (19): إقبال شركات السياحة والطيران على توظيف خريجي القسم نابع من كفاءتهم العالية.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	إقبال شركات السياحة والطيران على توظيف خريجي القسم نابع من كفاءتهم العالية
40.93	3.02	25.3	80	أتفق تماماً
		12.7	40	أتفق
		12.7	40	محايد
		39.2	124	لا أتفق
		10.1	32	لا أتفق تماماً
		%100	316	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (19) بأن نسبة 39.2% من مفردات عينة الدراسة من خريجي قسم الدراسات السياحية الذين شملتهم الدراسة الميدانية لا يتفقون مع أن شركات السياحة والطيران تقبل على تشغيل خريجي القسم نظراً لكفاءتهم العالية، بينما أشار نسبة 25.3% من مفردات العينة إلى اتفاقهم تماماً مع ذلك، وبنسبة 12.7% من مفردات العينة اتفقوا مع ذلك، ونفس النسبة أشارت إلى الاتجاه المحايد، وذلك بمتوسط 3.02، وبمعامل اختلاف 40.39%.

جدول رقم (20): سياسة المعهد لاستحداث تخصصات علمية تتلائم مع التطور في احتياجات سوق العمل.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	سياسة المعهد لاستحداث تخصصات علمية تتلائم مع التطور في احتياجات سوق العمل
35.64	2.8	0.0	-	أتفق تماماً
		27.9	88	أتفق
		36.8	116	محايد
		22.1	70	لا أتفق
		13.2	42	لا أتفق تماماً
		%100	316	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول رقم (20) بأن آراء مفردات عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى ملائمة سياسة المعهد لاستحداث تخصصات تتلائم مع التطور في احتياجات سوق العمل يأتي بمتوسط 2.8 في اتجاه الرأي المحايد، وبمعامل اختلاف 33.64%، حيث أشار إلى ذلك بنسبة 36.8% من مفردات العينة، وقد أشار نسبة 27.9% من مفردات العينة إلى الاتفاق مع ذلك، بينما أشار إلى عدم الاتفاق نسبة 22.1% من مفردات العينة، وقد أشار إلى عدم الاتفاق التام نسبة 13.2% من مفردات عينة الدراسة.

جدول رقم (21): يصمم المعهد وينفذ برامج تدريبية بشكل مستمر وفقاً لمستجدات العمل السياحي.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	يصمم المعهد وينفذ برامج تدريبية بشكل مستمر وفقاً لمستجدات العمل السياحي
40.9	2.65	3.8	12	أتفق تماماً
		18.9	60	أتفق
		33.6	106	محايد
		27.8	88	لا أتفق
		15.9	50	لا أتفق تماماً
		100%	316	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (21) بأن آراء مفردات عينة الدراسة من الخريجين فيما يخص قيام المعهد بتصميم وتنفيذ برامج تدريبية بشكل مستمر وفقاً للمستجدات في سوق العمل السياحي يأتي بمتوسط 2.65 في الاتجاه المحايد، وأنه أحياناً ما يتم ذلك بمعامل اختلاف 40.9%، حيث أشار إلى ذلك نسبة 33.6% من مفردات العينة، بينما أشار نسبة 18.9% من العينة على اتفاقهم على قيام المعهد بمتابعة المستجدات في سوق العمل السياحي، وتنظيم برامج تدريبية لطلابها وخريجياتها لرفع كفاءتهم، بينما أفاد نسبة 27.8% على عدم الاتفاق على ذلك، وقد أشار إلى عدم الاتفاق التام نسبة 15.9% من مفردات عينة الدراسة.

جدول رقم (22): يقوم مركز الاستشارات بالمعهد بتلبية حاجات الخريجين الاستشارية والتدريبية.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	يقوم مركز الاستشارات بالمعهد بتلبية حاجات الخريجين الاستشارية والتدريبية
42.31	2.46	3.8	12	أتفق تماماً
		9.4	30	أتفق
		36.8	116	محايد
		29.8	94	لا أتفق
		20.2	64	لا أتفق تماماً
		100%	316	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول رقم (22) بأن آراء مفردات عينة الدراسة من خريجي قسم الدراسات السياحية الذي شملتهم الدراسة الميدانية فيما يتعلق بوجود دور لمركز الاستشارات بالمعهد في تلبية حاجات الخريجين الاستشارية والتدريبية يأتي بمتوسط 2.46 في اتجاه عدم الإتفاق، وقد أشار بنسبة 36.8% من مفردات العينة إلى الحيادية، بينما أشار إلى عدم الاتفاق نسبة 29.8% من مفردات العينة، وإلى عدم الاتفاق التام بنسبة 20.2% من مفردات عينة الدراسة.

جدول رقم (23): جودة العملية التعليمية بالمعهد بصفة عامة.

معامل الاختلاف	المتوسط	النسبة %	التكرار	جودة العملية التعليمية بالمعهد بصفة عامة
27.6	3.55	14.6	46	ممتاز
		13.2	42	جيد جداً
		42.4	134	جيد
		27.9	88	مقبول
		1.9	6	ضعيف
		100%	316	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (23) بأن آراء مفردات عينة الدراسة من خريجي قسم الدراسات السياحية في جودة العملية التعليمية بالمعهد يأتي بمتوسط 3.55 في اتجاه المستوى الجيد، وبمعامل اختلاف 27.6%، حيث أشار إلى ذلك نسبة 42.4% من مفردات العينة، وقد أفاد نسبة 27.9% من مفردات العينة أنها في المستوى المقبول.

النتائج العامة للدراسة:

- 1- تُعد إدارة الجودة أحد الوسائل والأساليب المهمة لتحسين نوعية التعليم والارتقاء بمستوى أدائه في العصر الحالي.
- 2- تتضح أهمية ضمان الجودة في مؤسسات التعليم السياحي بصفة عامة، ومعاهد السياحة والفنادق المصرية بصفة خاصة من خلال عمليات التقييم المستمر بالاعتماد على المعايير الموضوعية في هذا الشأن.
- 3- للتعليم السياحي العالي دوراً مهماً في إعداد وتأهيل العناصر البشرية علمياً، وفنياً وفق احتياجات مؤسسات سوق العمل السياحي.
- 4- تتمثل متطلبات تطبيق الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي في دعم وتأييد الإدارة العليا، ونشر ثقافة الجودة، وشمولية واستمرارية المتابعة، وإشراك العاملين في اتخاذ القرارات، وحل المشكلات، وعمليات التحسين المستمر، فضلاً عن تطوير المناهج الدراسية، وتبني أساليب التقييم المتطورة، وتحديث الهياكل التنظيمية، وتوفير قاعدة بيانات ومعلومات يركز عليها نظام ضمان الجودة، وتساعد في عملية اتخاذ القرارات، وكذلك الابتعاد عن الخوف من تطبيق ضمان الجودة.
- 5- تتمثل التحديات التي تواجه وحدات ضمان الجودة في قصور الدعم المادي والمعنوي، وعدم وجود معايير لاختيار مدير وأعضاء وحدة ضمان الجودة، وقصور الثقافة لدى العاملين بالمؤسسات التعليمية.
- 6- تتمثل طرق ضمان الجودة داخل مؤسسات التعليم السياحي العالي في التقييم والاعتماد.
- 7- الاعتماد الأكاديمي أحد أهم الإستراتيجيات لضمان واستمرارية الجودة في مؤسسات التعليم السياحي العالي، فهو ليس هدفاً بحد ذاته، ولكن وسيلة لمجموعة من الأهداف التي تعكس التميز والجودة.
- 8- من ضمن متطلبات هيئات التقييم والاعتماد مواصفات الخريج، والتي لا بد أن تتضمن نواتج التعلم المطلوبة في إطار معايير الاعتماد الأكاديمي.
- 9- جميع معاهد السياحة والفنادق في مصر تضم وحدات لضمان الجودة.
- 10- بالرغم من تزايد مجهودات إصلاح التعليم العالي المصري، فإنها لم تحقق النجاح المتوقع منها، واقتصر مشروع ضمان الجودة والاعتماد في كثير من الأحيان على بعض الإجراءات التنظيمية والورقية التي لا تؤثر مباشرة في فعالية العملية التعليمية.
- 11- ضعف الموازنة بين مخرجات التعليم السياحي العالي، واحتياجات سوق العمل.

نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- أظهرت النتائج أن عينة الخريجين من الإناث تفوق بكثير نسبة الذكور، حيث غالباً ما يلاحظ أن إقبال الإناث على قسم الدراسات السياحية أكثر من الذكور الذين يقبلون أكثر على الوظائف الفندقية، بينما يميل الإناث أكثر إلى الوظائف المكتبية كحجز تذاكر الطيران، وتنظيم البرامج السياحية، والتي تتميز بثبات نسبي في مواعيد العمل.
- 2- موقف عينة الدراسة من الحصول على فرصة عمل بعد التخرج، جاء في اتجاه الحصول على فرصة عمل، ولكن في غير مجال السياحة، حيث يعمل في مجال السياحة نسبة 44.3% من مفردات العينة، ويعمل خارج مجال السياحة نسبة 35.4%، بينما لم يحصل بنسبة 20.3% من مفردات العينة على فرصة عمل بعد.
- 3- يعمل خارج مجال السياحة من مفردات عينة الدراسة من الخريجين بنسبة 35.4% في وظائف متنوعة كإدارة المطاعم، والصحافة، وشركات البتروكيماويات، والإستيراد والتصدير، والمقاولات، وبعض الوظائف الحكومية، وقد أرجع الخريجين سبب عدم عملهم في مجال السياحة في المقام الأول للأزمة التي يمر بها القطاع السياحي، والتي بدأت عام 2015م متمثلة في حادثي صحراء الواحات، وسقوط الطائرة الروسية، ووباء فيروس كورونا في بداية عام 2020م، بالإضافة إلى عدم رغبتهم في العمل في مجال السياحة، وتفضيلهم لمجالات أخرى أكثر استقراراً من وجهة نظرهم.
- 4- تمثلت طبيعة العمل لخريجي قسم الدراسات السياحية في حجز تذاكر الطيران، وإعداد وتنظيم البرامج السياحية، والسياحة الدينية، ومرافقة المجموعات السياحية، وتنظيم المؤتمرات، والتسويق، والعلاقات العامة، وخدمة العملاء، والتعليم والتدريب السياحي سواء من خلال العمل الأكاديمي أو من خلال التدريس في المدارس الثانوية للسياحة والفنادق، ويلاحظ أن هذا الوظائف المذكورة ضمن الوظائف التي يؤهل لها قسم الدراسات السياحية، والواردة في دليل المعايير الأكاديمية الصادر عن الهيئة القومية لضمان الجودة والاعتماد.
- 5- الغالبية الأكبر من عينة الخريجين لا يوجد أي تواصل بينهم وبين المعهد بعد تخرجهم، بينما ظل نسبة 39.8% من عينة الخريجين على تواصل مع المعهد بشكل أساسي بسبب الدورات التدريبية التي يقدمها، أي يسعى من الخريجين أنفسهم، وأن المعهد لم يساعد إلا بنسبة 3.7% فقط في الحصول على فرصة عمل.
- 6- معرفة خريجي قسم الدراسات السياحية بوجود وحدة لضمان الجودة داخل المعهد، وأنها مفعلة ولكنها ليس لها أي تأثير عليهم سواء كطلبة أو بعد تخرجهم، ولم تؤدي إلى تحسين الخدمات المقدمة لهم، ولأرفع كفاءتهم وتأهيلهم لسوق العمل.
- 7- التواصل بين وحدة ضمان الجودة بالمعهد، وبين طلبة وخريجي قسم الدراسات السياحية يأتي في اتجاه عدم وجود تواصل، وأن التواصل يتم فقط حال قدوم لجنة المراجعة لقطاع السياحة من قبل وزارة التعليم العالي.
- 8- دراية خريجي قسم الدراسات السياحية برؤية ورسالة وأهداف المعهد، وأنها معلنه في مختلف أرجاء المعهد ولكن دون جدوى، ولا يشعرون بأي تأثير لتواجدها عليهم كطلبة ولا كخريجين.
- 9- المعهد نادراً ما يعقد ندوات أو محاضرات دورية لتأكيد مفهوم الجودة، وأن الندوات والمحاضرات التي تم تنظيمها في هذا الشأن لم يكن لها مردود على كفاءتهم وتأهيلهم لسوق العمل، أو كفاءة ما يقدم لهم من خدمات.
- 10- ضعف التواصل بين خريجي قسم الدراسات السياحية بالمعهد، وسوق العمل للتسويق والتعرف على احتياجاته كماً ونوعاً، وأنه ليس له تأثير عليهم كطلبة أو كخريجين فعلى سبيل المثال: يتم التواصل مع طلاب المعهد لتوزيعهم على شركات السياحة لتدريبهم، ويتم استلام خطابات التدريب من المعهد، غير أن كثير من الشركات ترفض تدريبهم، وبالتالي يكون التواصل دون جدوى.

- 11- المناهج الدراسية التي يتم تدريسها بقسم الدراسات السياحية مناهج متطورة، غير أنها لا تتناسب مع التطورات في سوق العمل السياحي.
- 12- خريجي قسم الدراسات السياحية بمعهد القاهرة العالى للسياحة والفنادق ملائم إلى حد ما لمتطلبات سوق العمل، وأن شركات السياحة والطيران تقبل توظيفهم، نظراً لتأهيلهم لحد ما لسوق العمل السياحي.
- 13- اتفاق معظم عينة الخريجين على اختلاف ما يتم دراسته أكاديمياً عن الواقع العملي، وأن المعهد إلى حد ما يحاول استحداث تخصصات تتلائم مع التطور في احتياجات سوق العمل، وإلى حد ما يقوم بتنفيذ برامج ودورات تدريبية بشكل مستمر لطلابه وخريجيه لرفع كفاءتهم وفقاً للمستجدات في سوق العمل السياحي.
- 14- عدم اتفاق معظم عينة الخريجين على قيام مركز الاستشارات بالمعهد بدوره في تلبية حاجات الخريجين الاستشارية والتدريبية.
- 15- آراء مفردات عينة الدراسة لخريجي قسم الدراسات السياحية في جودة العملية التعليمية بالمعهد يأتي في اتجاه المستوى الجيد.

التوصيات:

- تم التوصل إلى عدد من التوصيات المقترحة التي يمكن أن تسهم في تحقيق المواءمة بين مخرجات التعليم السياحي العالى، وسوق العمل السياحي على مستوى مركز ضمان الجودة بمعهد القاهرة العالى للسياحة والفنادق وفقاً لإدارة برنامج التطوير المستمر والتأهيل للاعتماد من خلال التالي:-
- ضرورة أن يكون هناك سعى أكثر من قبل المعهد للتواصل مع خريجيه، وعمل قاعدة بيانات لهم، وأن يسعى لتقديم برامج تدريبية لهم لتأهيلهم أكثر للحصول على فرصة عمل، وأن يسعى لدى أصحاب الأعمال لتسويق خريجيه.
 - عمل ملتقى توظيف سنوي، وزيادة العلاقة مع مؤسسات سوق العمل السياحي، ويأتي ذلك ضمن متطلبات استيفاء معايير الاعتماد ضمن معيار المشاركة المجتمعية وتنمية البيئة.
 - المراجعة الدورية والتحديث المستمر لمحتوى المقررات الدراسية بما يتوافق مع متطلبات الخريج وأن تتوافق مع أحداث المستجدات في سوق العمل فيما يخص مرحلة البكالوريوس.
 - تفعيل دور مركز الخدمة العامة للاستشارات السياحية والفندقية بالمعهد في منح دورات تدريبية في اللغات والحاسب الآلي، وكل ما يخص تأهيل الخريج لسوق العمل كي يتواءم ذلك مع الخريجين.
 - تفعيل دور وحدة ضمان الجودة بالمعهد في التأثير على كفاءة الطلبة والخريجين، وألا يكون دورها ورقياً فقط، بل لابد من التنفيذ الفعلي لنظم الجودة بشكل يسهم في رفع كفاءة ومهارات الطلاب، وتهيئتهم لسوق العمل السياحي، وإنتاج خريج مؤهل له.
 - ضرورة قيام المعهد في رصد احتياجات سوق العمل الذي يعمل فيه وقراءة مؤشراتته، بهدف العمل على تخطيط وتنفيذ برامج تدريبية وخطط تعليمية تتناسب وتتلائم مع احتياجات ذلك السوق.
 - تأكيد اتساق العمل داخل المعهد مع رؤيته ورسالته وأهدافه المعلنة.
 - عقد ندوات أو محاضرات دورية بالمعهد لتأكيد مفهوم الجودة، والتأكد من مردودها على رفع كفاءة الطلبة والخريجين، وكفاءة ما يقدم لهم من خدمات.

- تصميم وتنفيذ برامج تدريبية بشكل مستمر وفقاً للمستجدات في سوق العمل السياحي لرفع كفاءة الطلبة والخريجين بالمعهد، وتأهيلهم لسوق العمل.
- العمل على وجود آلية لتفعيل التواصل بين المعهد وسوق العمل للتنسيق والتعرف على احتياجاته كماً ونوعاً، واستحداث تخصصات تتلاءم مع التطور في احتياجات سوق العمل.
- استحداث برامج مشتركة بالتعاون مع الجامعات المتميزة.
- توفير جوائز تنافسية لأعضاء هيئة التدريس للنشر العلمي الدولي، بما يضمن رفع قدرات النشر العلمي على المستوى الدولي.
- توفير المتطلبات المادية والبشرية لمواصلة عمليات التطوير من خلال خطة العمل من قبل الإدارة العليا.
- متابعة إعداد الدراسات والتقارير السنوية وخطط العمل التطويرية بالمعهد ومتابعة التنفيذ.
- الإسراع في التقدم بطلب الاعتماد إلى الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- 1- السامرائي، مهدي (2014): تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي، الذاكرة للنشر والتوزيع، بغداد، ص 34.
- 2- الطيب، عبد السلام (2012): إدارة الجودة في التعليم العالي كأهم مدخل لتحسين العملية التعليمية خبرات وتجارب بعض الدول في مجال الجودة التعليمية - المؤتمر الدولي الثالث، تكامل مخرجات التعليم مع سوق العمل في القطاع العام والخاص، جامعة البلقاء التطبيقية بالتعاون مع أكاديمية حلوان للتدريب والدراسات، عمان، الأردن، 28 أبريل - 1 مايو، ص 134-135.
- 3- العابد، مكيد (2016): العوامل المؤثرة في إمكانية تبنى إدارة الجودة الشاملة في الجامعات، المجلة العربية لضمان جودة التعليم، المجلد السابع، العدد (18)، ص 92-93.
- 4- العزاوي، محمد (2015): إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ص 26.
- 5- العضاضى، سعيد على (2012): معوقات إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي (دراسة ميدانية)، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد الخامس، العدد (9)، صنعاء، اليمن، ص 71.
- 6- الغريباوي، شهدان عادل (2018): إدارة الجودة الشاملة وفقاً للمعايير الدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص 52.
- 7- الكردي، أحمد حسين (2020): البرامج التدريبية والتأهيلية لتنمية الموارد البشرية في القطاع السياحي، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ص 57-58.
- 8- المشهداني، سعد سلمان (2018): منهجية البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، العراق، ص 36.
- 9- أبو راضى، سحر محمد (2015): تصور مقترح لضمان جودة التعليم الجامعي المصري في ضوء مدخل الإدارة الإستراتيجية، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد الثامن، العدد (19)، مركز تطوير التفوق، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، ص 121-122.

- 10- إدريس، جعفر (2016): إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة على خدمات التعليم العالي من أجل التحسين المستمر وضمان جودة المخرجات والحصول على الاعتمادية "دراسة حالة"، جامعة الطائف، مجلة أماراباك، المجلد الثالث، العدد (7)، ص39-40.
- 11- جاد، محمد حسين (2012): ضمان جودة مؤسسات التعليم العالي في ضوء معايير هيئات الاعتماد الدولية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، ص123.
- 12- جبريل، محمد (2013): التعليم العالي المصري بين القطاع العام والخاص، دار الهدى للطبع والنشر، القاهرة، ص62-63.
- 13- حمزة، محمد صالح (2013): واقع العلاقة بين مؤسسات التعليم السياحي وسوق العمل، المؤسسة العربية الحديثة للطبع والنشر، القاهرة، ص19.
- 14- خليل، نادية (2011): إدارة الجودة الشاملة والاعتماد الأكاديمي في المؤسسات التربوية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص141.
- 15- رفعت، سامح أحمد (2016): تطبيق معايير الجودة الشاملة في التعليم السياحي الجامعي، دار شتات للنشر والبرمجيات، القاهرة، ص12.
- 16- صالح، محمد مصطفى (2015): نموذج استراتيجي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي المصرية "المجلة العلمية، التجارة والتمويل، الملحق الأول، كلية التجارة، جامعة طنطا العدد الأول، ص188.
- 17- عليمات، صالح (2014): إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات التعليمية ومقترحات التطوير، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ص67.
- 18- فالح، حيدر حاتم (2015): الاعتماد الأكاديمي في التعليم العالي، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص74.
- 19- فوزي، نبيل هاشم (2017): إدارة التعليم الجامعي - مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع، القاهرة، ص102.
- 20- عناني، مجاهد (2015): استراتيجيات الجودة في التعليم، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ص102.
- 21- مجيدة، سوسن شاكر (2017): الجودة في المؤسسات والبرامج الجامعية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص45.
- 22- مصطفى، عزة جلال (2013): التخطيط الاستراتيجي الناجح لمؤسسات التعليم العالي - دليل عملي، دار النشر للجامعات، القاهرة، ص167.
- 23- منصور، محمد سالم (2014): مواءمة مخرجات التعليم العالي لاحتياجات سوق العمل: دراسة تطبيقية تحليلية، المؤتمر الدولي الثالث: تكامل مخرجات التعليم مع سوق العمل في القطاع العام والخاص، جامعة البلقاء التطبيقية بالتعاون مع أكاديمية حلوان للتدريب والدراسات، عمان الأردن، 28 أبريل - 1 مايو، ص153-154.
- 24- نصر، نوال (2013): التجارب الأجنبية في تحسين الأداء المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر السنوي العربي الخامس "الاتجاهات الحديثة في تطور الأداء المؤسسي والأكاديمي في مؤسسات التعليم العالي، مصر، وزارة التعليم العالي، ص178-179.

ثانياً: المنشورات والدوريات والتقارير:

- 1- الهيئة القومية للاعتماد والجودة، المعايير الأكاديمية القطاع السياحة والفنادق، مصر، 2009.
- 2- معهد القاهرة العالى للسياحة والفنادق، إحصائية أعداد الخريجين، قسم شئون الطلاب، وكالة المعهد لشئون التعليم والطلاب، القاهرة، 2022.
- 3- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم واليونسكو، التقرير الإقليمي: إنجازات التعليم العالى فى البلدان العربية وتحدياته (1998-2009)، المؤتمر الإقليمي العربى حول التعليم العالى بالقاهرة (نحو فضاء عربى للتعليم العالى)، التحديات العالمية والمسئوليات المجتمعية من 31 مايو - 2 يونيو، مكتب اليونسكو الإقليمي للتربية فى الدول العربية، بيروت، 2009.
- 4- وزارة التعليم العالى والبحث العلمى، قطاع الكليات التكنولوجية والمعاهد الخاصة، 2022.

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

- 1- Axelrod, P. (2015): Universities, Liberal Education, and the Labor Market: Trends and Prospects, Centre for Research on Work and Society, York University, Toronto, Canada.
- 2- Borhandden, M. (2012): Investigation of Malaysian Higher Education Quality Culture and workforce performance, Quality Assurance in Education: An international perspective, Volume 20, Issue 3, International Islamic University, Malaysia, p:57.
- 3- Philip, G. (2009): Trends in global higher education: Tracking an academic revolution, a report prepared for the UNESCO 2009 world conference on higher education, UNESCO.
- 4- Russell, F. (2011): Academic Staff perceptions of Administrative Quality at Universities. Journal of Education Administration, Volume 40, Issue 2, Wuhan, China, p:18.
- 5- Venkatraman, S. (2008): A framework for implementing TQM in Higher Education Programs, Quality Assurance in Education, Volume 15, Issue 1, Medical College, University Ave, Florida, USA.
- 6- Villar, E. (2014): The match between University education and graduate labor market outcomes (education - Job match), an analysis of three graduate cohorts in Catalonia, AQU Catalunya, p:32.

The role of quality management in raising the efficiency of graduates and their suitability for the labor market in institutions of higher tourism education

(A case study on Cairo Higher Institute for Tourism and Hotels)

Abstract:

Higher tourism education is witnessing great interest in most countries of the world, because of its great importance in the development and advancement of societies. However, the institutions of higher tourism education in Egypt face many challenges, which call for the application of comprehensive development programs, highlight the role of quality management in developing these educational institutions, and then provide qualified human resources for the labor market in the tourism field.

The research aims to clarify the requirements of quality management in institutions of higher tourism education, and the relationship of academic accreditation to the level of the graduate, then present proposals to contribute to achieving alignment between the outputs of higher tourism education and the tourism labor market.

The results of the study showed that the curriculum taught in the Department of Tourism Studies is advanced curricula, but they are not commensurate with developments in the tourism labor market.

The research recommendations are the design and implementation of training programs on an ongoing basis by developments in the labor market to raise the efficiency of students and graduates and qualify them for the tourism labor market.

Keywords: Quality management, graduates, labor market, higher tourism education