

## مقاله پژوهشی

# طراحی الگوی توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری سواحل مکران با نظریه داده‌بنیاد

عبدالمالک خواره<sup>۱</sup>، حبیب‌الله سالارزهی<sup>۲\*</sup>، نورمحمد یعقوبی<sup>۳</sup>، عبدالباسط مرادزاده<sup>۴</sup>

۱. پژوهشگر دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زاهدان، ایران.

۲. دکتری مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۳. استاد گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

۴. عضو هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه ولایت ایرانشهر، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۳۰ تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۱

**چکیده** | از آنجا که گردشگری یک فعالیت خدماتی است و کارکنان آن را ارائه می‌کنند، توجه به آموزش و ارتقای دانش آنان یکی از رموز اصلی تضمین حیات این صنعت به شمار می‌رود. هدف اصلی این پژوهش، طراحی و تدوین الگوی توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری سواحل «مکران» است. این پژوهش بر مبنای دستاورد از نوع کاربردی، و بر مبنای هدف اکتشافی است. جامعه آماری شامل مدیران و کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه گردشگری به تعداد ۳۳ نفر هستند که به شیوه نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند. روش اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش تکنیک مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته است. در این پژوهش از روش استراوس در نظریه داده‌بنیاد برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. در فرایند تحلیل نظریه، از نرم‌افزار Maxqda 10 کمک گرفته شد و در مجموع ۱۳۶ مفهوم و ۲۵ مقوله اصلی مشخص شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که مقوله‌های توانمندسازی نیروی انسانی، ارتقای مهارت‌آموزی، افزایش سطح رضایت‌مندی، بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان، گسترش مبادلات فرهنگی بین گردشگران و افراد بومی و حفظ هویت فرهنگی و سنتی سواحل مکران، افزایش اشتغال و درآمد و دستیابی به توسعه پایدار گردشگری از پیامدهای استفاده راهبردهای طراحی الگوی توسعه منابع انسانی صنعت گردشگری در سواحل مکران است.

**واژگان کلیدی** | منابع انسانی، صنعت گردشگری، الگو، سواحل مکران، نظریه داده‌بنیاد.

عرض جلگه ساحلی آن متفاوت و از چند جهت دارای اهمیت است: نخست اینکه از نظر بندرگاهی، اقتصادی و نظامی در بهترین موقعیت استراتژیکی قرار دارد و دیگر اینکه ارزش صیدگاهی بالقوه عظیمی دارد که پایگاه‌های صیادی موجود قادر به استفاده کامل از آن نیستند و علاوه بر این به دلیل مساعدت‌های آب‌وهوایی زمین‌های کشاورزی موجود برای دوره‌های کشت متعدد استعداد قابل توجهی دارند (رهنمایی، ۱۳۸۹، ۱۰۹). در گذر زمان و در چند دهه اخیر با توسعه وسایل ارتباطی و گسترش روابط اجتماعی و اقتصادی به ویژه

**مقدمه** | صنعت گردشگری الگوی مشخصی است که با رشد اقتصادی، تجاری و پیشرفت در این زمینه همراه است و در این زمینه نیروی انسانی و توسعه و به‌کارگیری آن از اهمیت بالایی برخوردار است و توجه به چنین سازه‌ای امکان رشد و موفقیت پیرامون آن را موجب می‌شود. سواحل مکران چه از نظر سیاست ناحیه‌ای و چه از نظر بازرگانی خارجی اهمیت دارد. سواحل مکران که از بندر عباس تا گواتر است،

\* نویسنده مسئول: ۰۹۱۵۵۴۱۵۹۳۱ salarzehi@mgmt.usb.ac.ir

در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی دارد (Ying, Mursitama & Abbas, 2018) در چند دهه گذشته، توسعه قابل توجهی در صنعت گردشگری به ویژه گردشگری بین‌المللی صورت گرفته است (Lia, Jin & Shi, 2017, 1). به طوری که گردشگری یکی از مهم‌ترین صنایع دنیا بوده و نقشی اساسی در توسعه و رقابت‌پذیری بسیاری از مناطق ایفا می‌کند (Teixeira & João, 2018, 1). با این حال، گردشگری نه تنها منافع اقتصادی را ایجاد می‌کند بلکه دستاوردهای فرهنگی-اجتماعی را نیز به ارمغان می‌آورد (Hieu & Rasovska, 2017, 1) و عامل مهم رشد اقتصادی در سراسر جهان است (Henderson, Mark & Wai Hong, 2018, 167) به طور کلی، توسعه گردشگری بر فضای طبیعی، سبک زندگی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ساکنین محلی به طور مستقیم اثر گذارده و کیفیت زندگی ساکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (پرچکانی، رکن‌الدین افتخاری و هاشمی، ۱۳۹۹، ۱۵۸).

### منابع انسانی گردشگری

از آنجا که گردشگری یک فعالیت خدماتی است و کارکنان آن را ارائه می‌کنند، توجه به آموزش و ارتقای دانش آنان یکی از رموز اصلی تضمین حیات این صنعت به شمار می‌رود و به دلیل اینکه این صنعت بسیار متأثر از ارتباط دوسویه میزبان و مهمان بوده و بدون شک این ارتباط تجربه‌ای فراموش‌نشدنی است و منجر به تصمیم‌گیری در مورد تجربه مجدد و یا عدم تکرار آن می‌شود، نقش کارکنان در آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Griffin, Phillips & Gully, 2016, 1).

کلید دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در اختیارداشتن و توسعه منابع منحصربه‌فرد است که این منابع عمدتاً در سرمایه انسانی شرکت‌ها نهفته هستند که بر مبنای شایستگی کارکنان شرکت، از جمله مهارت‌ها، دانش، تخصص و ظرفیت‌های مختلف پایه‌ریزی شده است. سرمایه انسانی، زیرساخت‌های مورد نیاز را برای ایجاد منابع و ظرفیت‌های منحصربه‌فرد ارائه می‌دهند (الشانوبی و البانا، ۱۳۹۹، ۲).

سرمایه انسانی به مهارت‌ها و دانش مربوط می‌شود که مردم از طریق سرمایه‌گذاری در آموزش و آموزش شغلی به دست می‌آورند (Kallmuenzer et al., 2021).

سرمایه انسانی اغلب به عنوان جزیی از سرمایه فکری سازمان توصیف می‌شود که دانش متعلق به سازمان را به تصویر می‌کشد. این دانش شامل دانش ضمنی است که توسط روابط شبکه و دانش شخصی کارکنان ایجاد می‌شود (García-Villaverde, Elche & Martínez-Perez, 2020).

با توجه به این دیدگاه، دانش در زمینه سازمانی ممکن است در سه حوزه کلیدی وجود داشته باشد: سازمان، شبکه‌ها و افراد. اولی به عنوان سرمایه سازمانی شناخته می‌شود و

با ایجاد منطقه آزاد چابهار و در نتیجه آن جذب مهاجر و توسعه گردشگری، این منطقه از انزوای محیطی خارج و در مدار ادغام با جامعه ملی و بازار وسیع آن قرار گرفته است. به طور کلی منابع و جاذبه‌های متنوع و غنی طبیعی و فرهنگی در سواحل مکران وجود دارد که توسعه گردشگری این محدوده را بسیار بااهمیت و ضروری می‌کند (علیق‌لی زاده فیروزجانی، ۱۳۹۱، ۳).

بررسی‌ها نشان می‌دهد که با توجه به توانمندی‌های بالقوه و بالفعل در صنعت گردشگری استان سیستان و بلوچستان، جذب گردشگران خارجی، باید ده‌ها و بلکه صد برابر رقم موجود باشد؛ در حالی که آمارهای موجود، رقم سالیانه درخور توجه و قابل ملاحظه‌ای از گردشگر خارجی بازدیدکننده از آثار تاریخی و طبیعی استان را نشان نمی‌دهد، از این رو، با توجه به شکافی که بین وضع موجود و مطلوب در حوزه گردشگری استان وجود دارد، رمز موفقیت در گردشگری و بهره‌مندی از آن در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... می‌تواند وجود منابع انسانی شایسته و بهره‌برداری از آنان توصیف شود. در سال‌های اخیر یکی از مسائلی که در بحث گردشگری سواحل مکران به وجود آمده است بی‌توجهی به آموزش کارکنان و جذب نیروهای توانمند در این منطقه بوده که دلیل آن را می‌توان عدم تمایل سازمان گردشگری جهت پرداخت هزینه زیرساخت‌های آموزشی نیروی انسانی و عدم به‌کارگیری نیروهای شایسته دانست که باعث شده است تا گردشگران این منطقه نتوانند به درستی از خدمات سازمان گردشگری استفاده کرده و به نوعی باعث کاهش جذابیت این مناطق برای گردشگران شده است. بنابراین از آنجا که گردشگری یک فعالیت خدماتی است و کارکنان آن را ارائه می‌کنند، توجه به آموزش و ارتقای دانش آنان یکی از رموز اصلی تضمین حیات این صنعت به شمار می‌رود (محمدی نجف‌آبادی، اعتباریان خوراسگانی و ابراهیم‌زاده دستجردی، ۱۳۹۹، ۲۰۹).

در حال حاضر وضعیت موجود صنعت گردشگری سواحل مکران حاکی از نبود یک مدل جامع برای توسعه منابع انسانی است. بنابراین با توجه به اهمیت بحث منابع انسانی در توسعه صنعت گردشگری سواحل مکران، و خلأیی که در این زمینه وجود داشت پژوهشگران را بر آن داشت تا با طرح‌ریزی پژوهشی در این زمینه، خلأ موجود را تا حدودی بتوان کاهش داد. بنابراین هدف اصلی این پژوهش، تدوین و طراحی الگوی توسعه منابع انسانی در سواحل مکران است.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

#### • مفهوم گردشگری

امروزه از گردشگری به عنوان یکی از پرسودترین و کارآمدترین فعالیت‌های اقتصادی در سطح جهان یاد می‌شود که سهم بسزایی در توسعه پایدار یک سرزمین، منطقه و جهان

و تا مرز ایران و پاکستان در خلیج گواتر ادامه می‌یابد. این محدوده ساحلی بیش از ۵۰۰ کیلومتر طول دارد که حدود ۳۰۰ کیلومتر آن در جنوب استان سیستان و بلوچستان و در دو شهرستان چابهار و کنارک و حدود ۲۰۰ کیلومتر دیگر در استان هرمزگان و در شهرستان جاسک است. این سه شهرستان روی هم حدود ۳۰۰ کیلومتر مربع مساحت دارند که نزدیک به سه برابر کشور قطر است.

سواحل مکران در محدوده قلمرو اقلیم گرم و نسبتاً مرطوب و با ویژگی‌های اقلیمی موسمی و متأثر از شبه قاره هند است. ارتباط مستقیم به آب‌های آزاد دریای عمان به عنوان زیرحوزه‌ای از اقیانوس هند و نزدیکی به خلیج فارس و تنگه هرمز و شبه‌جزیره عربستان و همجواری شهرستان چابهار به کشور پاکستان و وجود مهم‌ترین بندر اقیانوسی ایران یعنی بندر چابهار در این منطقه از مهم‌ترین ویژگی‌های سواحل مکران است. این محدوده ساحلی قریب به ۳۵۰ هزار نفر جمعیت دارد که جزء مناطق نسبتاً کم‌تراکم است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).

### پیشینه تحقیق • پیشینه داخلی

محمدی نجف‌آبادی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله خود عنوان می‌کنند که مدل استخراج‌شده شامل نه شاخص است که مطابق با فرایند مدیریت دانش در چهار بُعد ایجاد دانش، حفظ و نگهداری دانش، تبدیل و انتقال دانش و به‌کارگیری دانش و در پنج سطح قرار گرفتند و روابط بین آنها مشخص شد. نتایج نشان داد در پایین‌ترین سطح بیشترین «طراحی نظام اطلاعات منابع انسانی» و «طراحی مدل شایستگی‌های مشاغل صنعت گردشگری» شاخص‌های تأثیر را بر دیگر شاخص‌ها دارند.

شفیعا و سید نقوی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای تحت عنوان «الگوی برندسازی درون‌سازمانی در بخش خدمات و گردشگری تهران» به این نتایج دست یافته‌اند که درونی‌سازی و هم‌راستاشدن کارکنان با برند، نه‌تنها موجب پیامدهای مطلوب کارکنان، بلکه موجب سوددهی‌های مالی، منافع ذینفعان و پیامدهای مطلوب معنوی خواهد شد؛ بنابراین برندسازی داخلی، اقدامی درونی برای توسعه تمامی بخش‌های گردشگری است.

پاکدل، قلی‌پور و حسینی (۱۳۹۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان «طراحی الگوی توسعه منابع انسانی ملی با رویکرد پویایی سیستم»، به این نتایج دست یافته‌اند که سیستم توسعه منابع انسانی ملی دارای زیرسیستم‌های اصلی تربیت و عرضه نیروی انسانی و بازار کار است.

تقی‌زاده جورشیری، دل‌افروز، شیگو منصف و سلیمی (۱۳۹۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان «برندسازی مقصد گردشگری با تأکید بر شناسایی ابعاد شخصیت برند مقصد در استان گیلان»، به

متشکل از روال‌های کاری شرکت، رویه‌ها و سیاست‌های همراه با انواع دیگر دانش است که توسط سازمان به جای پرسنل آن اداره می‌شود (الشانوبی و البانا، ۱۳۹۹، ۲).

دوم، سرمایه اجتماعی نامیده می‌شود و شامل شبکه‌ها و روابط با ذینفعان مختلف است که ایجاد و انتقال دانش را تسهیل می‌کنند (Maher & Elsharnouby, 2020).

سوم، سرمایه انسانی نامیده می‌شود که بر صلاحیت پرسنل استوار است. از جمله مهارت‌ها، دانش و قابلیت‌های آن نیز به عنوان ترکیبی از ویژگی‌ها تعریف می‌شود (Hilton, 2019).

بنابراین، توسعه منابع انسانی دربرگیرنده معرفی، حذف، اصلاح و تعدیل، جهت‌دهی و راهنمایی فرایندها به نحوی است که تمامی افراد و گروه‌ها را به کسب مهارت‌ها، دانش‌ها و شایستگی‌های ضروری و انجام وظایف کاری در حال و آینده توانا سازد (محمدی نجف‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۰۸).

### جایگاه منابع انسانی در صنعت گردشگری

توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری شامل برنامه‌ها، سیستم‌ها و فعالیت‌هایی است که برای بهبود عملکرد کارکنان و شاغلین این بخش اقتصادی طراحی می‌شود. مهم‌ترین هدف آن شامل حل مشکلات فعلی عملکرد، جلوگیری از مشکلات و چالش‌های آتی عملکرد و توسعه دانش کارکنان است. توسعه منابع انسانی یکی از فرایندها و مأموریت‌های اصلی و مهم در مدیریت منابع انسانی است (جزنی، طاهری و ابیلی، ۱۳۸۹).

غفلت از ملاحظات منابع انسانی در برنامه‌ریزی جهانگردی می‌تواند عواقب مهمی داشته باشد (هیچکاک، ۱۹۹۳). و «لیو» و «وال» به مشکلات آمیخته توسعه جهانگردی در غیاب مهارت‌های مناسب در جزیره «کومودو اندونزی» اشاره می‌کنند، جایی که استخدام جهانگردی بخاطر کمی مهارت‌های مناسب و آموزش قادر به مشارکت در برنامه توسعه جدید نیستند. «اسیچایکول» و «باوم» (۱۹۹۸) به طور مشابهی اظهار می‌کنند که «تایلند عرضه نیروی انسانی وسیعی را دارد، اما با دشواری‌های تجربی و کمبود پرسنل تعلیم‌دیده برای احراز مشاغل با مهارت‌ها، ظرفیت‌ها و درجه حرفه‌ای بودن متفاوت مواجه است. لیو و وال کشورهای در حال توسعه را بررسی کرده‌اند که فقدان سرمایه‌های انسانی، ولو به قیمت مازاد نیروی کار، با درجه پایینی از مهارت و تخصص جهانگردی، مهم‌ترین مانع را در جهت عدم مشارکت جامعه میزبان در اشتغال جهانگردی دارد (Liu & Wall, 2006).

### معرفی قلمرو تحقیق: سواحل مکران

سواحل جنوب‌شرقی ایران که منطبق بر سواحل ایران در دریای عمان است به سواحل مکران معروف است. این محدوده جغرافیایی از رأس الکوه در غرب بندر جاسک شروع می‌شود

انسانی توانمند، در توسعه گردشگری با ضریب ۷۴۶٪ تأثیرات مثبت و مستقیمی دارد.

اشرافی بجستانی (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش مدیریت منابع انسانی در صنعت گردشگری»، بیان می‌دارد که پیش‌بینی نیروی انسانی مورد نیاز در صنعت گردشگری، تعیین نیازهای آموزشی و تدوین برنامه‌های مورد نیاز برای تعلیم و تربیت، شناسایی مشکلات و نیازهای بخش گردشگری، دعوت از متخصصان برای ارائه برنامه، دعوت از کارشناسان جهانگردی کشورهای گردشگری برای آشنایی با نظام گردشگری آنها، از راهبردهای ایران و اعزام کارشناسان گردشگری کشور به کشورهای گردشگری برای آشنایی با نظام گردشگری آنها، از راهبردهای پیشنهادی توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری است.

منشی و جان‌بابانژاد (۱۳۹۴) در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش و اهمیت برندسازی در برنامه‌ریزی گردشگری» بیان می‌کنند که برای ایجاد یک برند موفق و پرآوازه باید بین سه عامل چشم‌انداز مدیریت، ارزش‌های کارکنان و انگاره و ذهنیت مشتری ارتباط برقرار شود. لازمه تحقق برند ایجاد زیرساخت‌های گردشگری مناسب، ورود متخصصین امر به حوزه گردشگری، حمایت دولت از صنعت گردشگری و هتلداری، آموزش تخصصی کارکنان، پشتیبانی مردمی و جامعه میزبان از دولت و گردشگر است.

ضرغام بروجنی و بارزانی (۱۳۹۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان «آسیب‌شناسی برند گردشگری ایران»، به این نتایج دست یافته‌اند که هسته برند ایران (متشکل از شخصیت، موقعیت‌یابی و تعهد برند) دارای ضعف اساسی است و میزان اهتمام به فعالیت‌های برندسازی در کشور بسیار ضعیف بوده است. بر مبنای یافته‌های تحقیق الزامات و توصیه‌های مدیریتی و بازاریابی مورد بحث قرار گرفتند.

#### • پیشینه خارجی

وانگ و یوتسوموتو در پژوهشی با عنوان «نقش منابع انسانی در بهبود عملکرد توریسم در کشور چین» بیان داشتند که منابع انسانی باید ابتدا آموزش‌های لازم را در حوزه گردشگری دیده باشد تا بتواند تأثیرات مثبتی بر روی صنعت گردشگری داشته باشند. بنابراین توجه به توانمندسازی نقش مهمی در بهبود عملکرد سازمانی در گردشگری دارد (Wang & Yotsumoto, 2019).

گاماج در پژوهشی با عنوان توسعه منابع انسانی در بخش گردشگری کشور سریلانکا بیان داشت که یافته‌های پژوهش نشان داد که توجه به آموزش کارکنان با توجه به نیاز سنجی‌های مشتری‌مداری باعث خواهد شد تا سازمان‌های گردشگری طبق خواسته‌های مشتریان عمل کرده و این امر باعث بهبود عملکرد بخش گردشگری خواهد شد (Gamage, 2017).

این نتایج اشاره کرده است که با تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از ۴۶۸ گردشگر به شیوه تحلیل عاملی اکتشافی، سه بُعد بی‌نظیر، خونگرم و صاحب سبک شناسایی شد. این ابعاد و شانزده ویژگی شخصیتی زیرمجموعه آنها بار دیگر در تحلیل عاملی تأییدی و نرم‌افزار لیزرل به تأیید رسید.

ابراهیمی‌نژاد، دهقانی سلطانی، فارسی‌زاده و همتی (۱۳۹۶)، در مقاله‌ای تحت عنوان «تأثیر برندسازی داخلی بر عملکرد برند در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل‌های بین‌المللی لاله و پارسیان استقلال در شهر تهران)»، عنوان می‌کنند که برندسازی داخلی به صورتی مثبت جنبه‌های نگرشی و رفتاری کارکنان در تحویل و تحقق وعده‌های برند به مشتریان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. از آنجایی که تعهد کارکنان به برند، ارتباط معنا‌داری با عملکرد برند کارکنان دارد، به عنوان عامل میانجی مؤثر بر ارتباط بین برندسازی داخلی و عملکرد برند کارکنان تأیید شد. علاوه بر این، بر طبق نتایج این مطالعه، هویت برند پیشران و تعهد به برند زمینه‌ساز وفاداری کارکنان به برند است.

نصیری‌زاده و افتخاری (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان نقش آموزش در توسعه صنعت گردشگری بیان داشتند که این صنعت به اندازه‌های درآمدزا و پرسود است که بسیاری از کشورها به اندازه درآمد نفتی کشور ایران از این صنعت کم‌هزینه و پرسود درآمدزایی کرده‌اند.

حبیبی و محمدی (۱۳۹۶)، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر شاخص توسعه انسانی» عنوان می‌کند که امروزه گردشگری یکی از بزرگترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها به شمار می‌رود که دارای پتانسیل اثرگذاری بر روابط بین‌الملل و ابزاری برای ترویج صلح در جهان است.

ویسی (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی ظرفیت‌های توسعه گردشگری در سواحل مکران و تأثیر آن بر توسعه پایدار منطقه‌ای» عنوان می‌کند که نقاط قوت و فرصت‌های توسعه گردشگری سواحل مکران بسیار زیاد است و می‌تواند نقش مؤثری در توسعه پایدار سواحل جنوب شرقی ایران ایفا کند. فیض و نبوی چاشمی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان توسعه صنعت گردشگری با تأکید بر رویکرد منابع انسانی بیان داشتند اثر مدیریت منابع انسانی بر توسعه صنعت گردشگری استان سمنان معنا‌دار بوده است. همچنین ضریب تعیین ۵۳٪ است که میزان تغییرپذیری در توسعه صنعت گردشگری با تأکید بر رویکرد منابع انسانی در استان سمنان را نشان می‌دهد.

شمس‌الدینی، درخشان و کریمی (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای تحت عنوان «ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد)»، به این نتایج دست یافته‌اند که متغیر نیروی

دارد. چرا که ظرفیت بالایی برای تفسیر پدیده‌های پیچیده داشته و پدیده‌ها را در موقعیت طبیعی آنها مورد بررسی قرار داده و توصیف می‌کند. در فرایند تحلیل نظریه، داده‌های مصاحبه‌ای و متنی کدبندی می‌شوند. کدبندی اطلاعات شامل سه مرحله است: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی یا انتخابی. در کدگذاری باز محقق با مرور و مطالعه خط به خط مصاحبه‌های انجام‌شده، مفاهیم و کدهای مشخص را استخراج کرده است. در مرحله اول طی کدگذاری باز، حدود ۱۳۶ مقوله شناسایی و در نهایت طی کدگذاری محوری در قالب ۲۵ مقوله اصلی دسته‌بندی شدند و مقوله‌های اصلی تحقیق مشخص شدند.

### یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از یافته‌های جمعیت‌شناسی حاکی از آن است که در مجموع ۳۲ نفر (۹۶٫۹ درصد) از پاسخگویان مرد و ۱ نفر (۳٫۰۳ درصد) زن بوده‌اند. همچنین ۱ نفر (۳ درصد) از پاسخگویان زیر ۳۰ سال، ۹ نفر (۲۷٫۲ درصد) بین ۳۰-۴۰ سال، ۱۷ نفر (۵۱٫۵ درصد) بین ۴۱-۵۰ سال و ۶ نفر (۱۸٫۱ درصد) بالای ۵۱ سال بوده‌اند. به لحاظ تحصیلات ۲ نفر (۶٫۰۶ درصد) از پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی و پایین‌تر، ۲۳ نفر (۶۹٫۶ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی و ۸ نفر (۲۴٫۲ درصد) دارای تحصیلات دکترا بوده‌اند. به لحاظ سابقه کار ۱ نفر (۳ درصد) دارای سابقه کاری کمتر از ۵ سال، ۱۰ نفر (۳۰٫۳ درصد) ۵-۱۵ سال، ۱۴ نفر (۴۲٫۴ درصد) ۱۵-۲۵ سال و ۸ نفر (۲۵٫۲ درصد) ۲۵ سال به بالا بوده‌اند. از نظر وضعیت پست سازمانی ۱۱ نفر (۳۳٫۳ درصد) کارشناس، ۱۳ نفر (۳۹٫۳ درصد) مدیران میانی و ۹ نفر (۲۷٫۲ درصد) مدیران ارشد بوده‌اند (جدول ۱).

### توصیف متغیرهای عناصر منابع انسانی در صنعت گردشگری سواحل مکران

تحلیل داده‌ها که مهم‌ترین و اصلی‌ترین فرایند در نظریه داده‌بنیاد است پس از گردآوری داده‌های مصاحبه‌ای و متنی، تحلیل و کدگذاری در سه گام کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی صورت می‌گیرد. گام اول، نخستین مرحله تحلیل داده‌ها، کدگذاری باز است که بعد از اولین مصاحبه شروع شد. داده‌ها تحلیل و پس از استخراج جملات اصلی، مفاهیم شناسایی و اجزای مشابه و معنی‌دار به صورت کدهایی ثبت شدند. کدگذاری این مرحله به دو روش انجام گرفت؛ کلمات و مفاهیم بیان‌شده توسط فرد مصاحبه‌شونده بدون تغییر استفاده شد و یا بر مبنای مفاهیم موجود در داده‌ها که توسط پژوهشگر ساخته شدند. کدگذاری باز به صورت دستی انجام گرفت به منظور حصول اطمینان از بررسی کامل

ریکالیتنوز در پژوهشی نشان داد که توسعه منابع انسانی استراتژیک بر ساخت عملکرد سازمانی تأثیر مستقیم دارد که هر پنج بعد عملکرد سازمانی شامل فرایندها، مشتری‌مداری، نیروی کار، رهبری و حکمرانی و مالی با توسعه منابع انسانی رابطه دارند (Rikalitnz, 2016).

کومالو به زمینه‌سازی توانمندسازی مدیران به بررسی افزایش عملکرد مدیران گردشگری مناطق حفاظت‌شده در قرن بیست‌ویکم پرداختند، که نتایج این پژوهش حاکی از این است که با توجه به نظریه توانمندسازی زنان در این زمینه نیز، مدیران زن و مرد به صورت همگام می‌توانند به روند در حال تغییر منابع طبیعی و چالش‌های موجود در زمینه گردشگری با ارائه یک چارچوب درست و اصولی برای افزایش آگاهی و قدرت مدیران در چهار بُعد پاسخ دهند (Khumalo, 2015).

در کلیه پژوهش‌های انجام‌گرفته فوق به نقش آموزش و منابع انسانی در صنعت گردشگری اشاره شده است. از جمله وجه اشتراک این تحقیق با پژوهش‌های انجام‌گرفته پرداختن به بحث نیروی انسانی و آموزش و نقش آن در توسعه صنعت گردشگری بوده است. وجه تمایز آن با سایر پژوهش‌ها نیز طراحی الگوی توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری با استفاده از روش داده‌بنیاد است که در سایر پژوهش‌ها به آن پرداخته نشده است.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر زمان تک‌مقطعی، به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش انجام پژوهش روش کیفی با رویکرد اکتشافی است. جامعه آماری شامل مدیران و کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه گردشگری به تعداد ۳۳ نفر هستند. با توجه به اینکه در این مطالعه، مبنای تحقیق براساس روش کیفی بوده و به طور خاص از راهبرد نظریه داده‌بنیاد استفاده شده، نمونه‌گیری نیز تابع قواعد همین روش بوده و به طور هدفمند و نظری انجام شده است. در این پژوهش نمونه‌گیری به روش گلوله‌برفی، انجام شد. به این صورت که در این روش، ابتدا با یکی از مدیران، اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران حوزه جهانگردی مصاحبه می‌شود و سپس از آن شخص خواسته خواهد شد که دوستان، آشنایان و یا افرادی که ممکن است برای محاسبه مناسب باشند را به ما معرفی کند. برای جمع‌آوری اطلاعات پژوهش از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد که پس از رسیدن به اشباع نظری در نهایت با انجام مصاحبه با ۳۳ نفر از صاحب‌نظران، اطلاعات لازم جمع‌آوری و تحلیل شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش نیز از روش داده‌بنیاد استفاده شده است. در میان روش‌های کیفی و تفسیری، نظریه‌پردازی داده‌بنیاد مزایای منحصر به فردی برای پژوهشگران به همراه

جدول ۱. مشخصات کلی شرکت کنندگان در مصاحبه. مأخذ: نگارندگان.

جنسیت	سن	تحصیلات	سابقه کار	وضعیت پست سازمانی
زن	زیر ۳۰ سال	کارشناسی و پایین تر	کمتر از ۵ سال	مدیران میانی
مرد	۳۰ تا ۴۰ سال	کارشناسی و پایین تر	۵ تا ۱۵ سال	مدیران ارشد
	۴۰ تا ۵۰ سال	کارشناسی و پایین تر	۱۵ تا ۲۵ سال	مدیران میانی
	۵۰ تا ۶۰ سال	کارشناسی و پایین تر	۲۵ سال	مدیران میانی
۳۲	۱	۲۳	۱۰	۱۳
۱	۹	۲	۱۴	۹
۱	۱۷	۶	۸	۱۱

پدیده محوری این پژوهش توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری سواحل مکران است. شرایط علی مقوله‌هایی هستند که بر پدیده محوری تأثیر می‌گذارند. در این پژوهش، مقوله‌های عناصر ساختاری، عناصر فرهنگی، عناصر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های دولتی عواملی هستند که از زیرساخت‌ها و ملزومات توسعه منابع انسانی گردشگری هستند و در شرایط علی کدبندی محوری شده‌اند. طراحی نظام به‌روزرسانی شایستگی‌های فعالین صنعت، طراحی نظام اطلاعات منابع انسانی، طراحی نظام ارزشیابی عملکرد و توسعه منابع انسانی، توسعه شایستگی‌های فردی، آموزش و آگاه‌سازی، توسعه زیرساخت‌های خدماتی، توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، مدیریت یکپارچه و توسعه بازاریابی هشت مقوله اصلی این پژوهش است که به‌عنوان راهبردهای اصلی توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری انتخاب شده‌اند. به عبارت دیگر جهت توسعه منابع انسانی باید این مقوله‌ها توسعه و بهبود یابد. قوانین و مقررات و مؤلفه‌های اقتصادی دو مقوله‌ای هستند که به‌عنوان مداخله‌گر بر راهبردها تأثیر می‌گذارند و امنیت، جاذبه‌های گردشگری و ارزیابی مداوم و مؤثر منابع انسانی به عنوان مقوله‌های زمینه‌ای توسعه منابع انسانی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. پیامدها، خروجی حاصل از استخدام راهبردهای مناسب در توسعه منابع انسانی گردشگری است. در این پژوهش مقوله‌های توانمندسازی نیروی انسانی، ارتقای مهارت‌آموزی، افزایش سطح رضایت‌مندی، بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان، گسترش مبادلات فرهنگی بین گردشگران و افراد بومی و حفظ هویت فرهنگی و سنتی منطقه، افزایش اشتغال و درآمد و دستیابی به توسعه پایدار گردشگری از پیامدهای استخدام راهبردهای مناسب در توسعه منابع انسانی صنعت گردشگری در سواحل مکران است. الگوی کدگذاری توسعه منابع انسانی سواحل مکران در نمودار زیر نشان داده شده است (تصویر ۲).

داده‌ها در فرایند کدگذاری از رهیافت تحلیل جزئی استفاده شد. متن و داده‌ها خط به خط تحلیل و براساس مصاحبه‌های انجام گرفته ۱۳۶ کد اولیه شناسایی شدند. کدگذاری محوری، روند ارتباط‌دادن خرده‌مقولات به یکدیگر است. در این مرحله داده‌هایی که در مرحله کدگذاری بازتحلیل شده‌اند با یکدیگر مقایسه و به صورت خوشه‌های دارای تناسب ساماندهی و کدهای مشابه در یک طبقه قرار گرفتند و ارتباط بین خرده‌طبقه‌ها مشخص شدند. در این مرحله، ۲۵ مقوله، به عنوان مقوله‌های اصلی تحقیق مشخص شدند. در این مرحله تلاش شده است تا مفاهیم مشابه و مشترک با مقوله واحد جایگزین شود و مقوله‌های اصلی تحقیق طی کدگذاری محوری مشخص شوند. مفاهیم فوق طی کدگذاری محوری به ۲۵ مقوله اصلی دسته‌بندی شدند که نتایج آن در جدول ۲ آمده است. در گام سوم، کدگذاری گزینشی یا انتخابی، یکی از مقوله‌ها به عنوان مقوله محوری در مرکز فرایند مورد کاوش قرار گرفته و سایر مقوله‌ها به طور نظری به آن ارتباط داده می‌شوند. این مرحله شامل ترسیم یک نمودار است که «الگوی کدگذاری» نامیده می‌شود. در این الگو، شش جعبه (یا مقوله) از اطلاعات وجود دارد: شرایط علی (علل ایجاد پدیده اصلی)، مقوله محوری (یک صورت ذهنی از پدیده‌ای که اساس فرایند است)، راهبردها (کنش یا کنش‌های متقابلی که برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده اصلی انجام می‌شوند)، زمینه (شرایط بسترساز مؤثر در راهبردها)، شرایط مداخله‌گر (شرایط بسترساز عام مؤثر در راهبردها)، و پیامدها (نتایج به‌کارستن راهبردها) (رضایی‌پندری و آذر، ۱۳۹۷، ۱۹). در این مرحله پژوهشگر، چارچوب مدل پارادایم را تحلیل و نظریه نهایی را به صورت ترسیمی نمایش داده است. حدود ۱۳۶ مقوله شناسایی و در قالب ۲۵ مقوله اصلی دسته‌بندی شدند و مقوله‌های اصلی تحقیق مشخص شدند (تصویر ۱). با توجه به موضوع اصلی مصاحبه و موضوع مورد مطالعه،

مفاهیم مرتبط	مقوله
گزینش نیروی انسانی مناسب، استخدام نیروهای ماهر و آموزش دیده، برنامه‌ریزی جهت فارغ التحصیلان دانشگاهی مرتبط با گردشگری، بهادادن به کارکنان آموزش دیده، جذب افراد دانشگاهی، آشناکردن مدیران با صنعت گردشگری، توجه به شایسته‌سالاری در گزینش افراد، توسعه شایستگی‌های کارکنان	طراحی نظام به‌روزرسانی شایستگی‌های فعالین صنعت
به‌کارگیری دانش‌های روز، وجود نظام مدیریت دانش، سیستم اطلاع‌رسانی، ارتقای زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، استفاده از تکنولوژی‌های روز، توسعه زیرساخت‌های الکترونیکی	طراحی نظام اطلاعات منابع انسانی
ارزیابی شغلی کارکنان، برگزاری نظام ارزیابی عملکرد، شناسایی، نظارت بر عملکرد بخش خصوصی و دولتی در حوزه توسعه منابع انسانی گردشگری، پایش و ارزیابی سطح استانداردهای لازم در حوزه گردشگری	طراحی نظام ارزشیابی عملکرد و توسعه منابع انسانی
شرح وظایف، فرایند صدور مجوزها	قوانین و مقررات
انتخاب و تقدیر از سازمان‌های برتر در حوزه آموزش و توسعه منابع انسانی، شناسایی، انتخاب و تقدیر از شاغلین سرآمد در صنعت گر، استفاده از سیستم تشویق و تنبیه	ارزیابی مؤثر و مداوم منابع انسانی
اجتماعی‌سازی، مشارکت، اخلاق و منشور اخلاقی، احترام، اعتماد، مسئولیت‌پذیری	توسعه شایستگی‌های فردی منابع انسانی
بازاریابی، تبلیغات، تورهای جهانگردی، آژانس‌های مسافرتی، راهنمایان مخصوص گردشگری، برگزاری سمینارها، انجمن‌های مردم نهاد، برگزاری نمایشگاه‌های صنایع دستی، برگزاری سمینارها	توسعه بازاریابی
سواد، آموزش صنوف مرتبط، برگزاری دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی جهت ساکنان بومی و جامعه محلی و توجیه آنان نسبت به کارکردهای گردشگری و شیوه برخورد با گردشگر، پرورش نیروها، ارتقای آگاهی عمومی، آموزش تخصصی، آموزش صنوف مرتبط، همگانی کردن آموزش، آگاهی به منطقه، شیوه برخورد کارکنان صنعت گردشگری، توجه به نهادهایی مثل آموزش، پرورش، دانشگاه، صدا و سیما و رسانه‌ها و گسترش همکاری با آنان در معرفی ظرفیت‌های گردشگری و ارائه آموزش‌های مورد نیاز، برگزاری دوره‌های آموزشی برای پرسنل نیروی پلیس، شهرداری، ترافیک و شهروندان، انتشار کتب و جزوات آموزشی در معرفی ظرفیت‌های منطقه، هدایت پایان‌نامه‌ها به سمت گردشگری، ایجاد رشته گردشگری در دانشگاه چابهار، دعوت از اساتید داخلی و خارجی، شیوه برخورد کارکنان شاغل در صنعت گردشگری و صنایع مرتبط با آن	آموزش و آگاه‌سازی
سرمایه‌گذاری دولت، تسهیلات و اعتبارات، خدمات بیمه‌ای، داشتن نگاه اقتصادی به صنعت، اختصاص بودجه مناسب	مؤلفه‌های اقتصادی
شناخت کامل و جامع از چشم‌اندازهای طبیعی منطقه، جذابیت و منحصربه‌فرد بودن منطقه، شناسایی منابع و ظرفیت‌های محیطی	شناخت جاذبه‌های گردشگری
کارآفرینی، خلاقیت، مشارکت زنان، توانمندسازی نیروی انسانی	توانمندسازی نیروی انسانی
مهارت‌های فنی، مهارت‌های ارتباطی کاری، مهارت‌های کلامی مؤثر، مهارت و تخصص شغلی، تمرکز بر آموزش‌های کیفی کاربردی و مهارتی نیروی انسانی	ارتقای مهارت‌آموزی
رضایت‌مندی کارکنان، رضایت‌مندی جامعه محلی، رضایت‌مندی گردشگران	افزایش سطح رضایت‌مندی
تسلط فعالین گردشگری به زبان، به‌کارگیری تجربیات موفق دیگر کشورها، ارتباط با کشورهای توسعه‌یافته در حوزه گردشگری و مقایسه با آنان، فرهنگ‌سازی در حوزه گردشگری	گسترش تبادلات فرهنگی بین گردشگران و افراد بومی و حفظ هویت فرهنگی و سنتی منطقه
اماکن اقامتی، احداث هتل‌ها و مهمان‌سراها، تسهیلات پذیرایی، امکان‌ات گردشگری درمانی، دسترسی به خدمات غذایی و نوشیدنی، تأمین زیرساخت‌های آب، برق، تلفن و گاز منطقه.	توسعه زیرساخت‌های خدماتی
ارتقای کیفیت خدمات، استانداردسازی ارائه خدمات	بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان
صنایع دستی، باورها و ارزش‌های محلی ساکنان، مهمان‌نوازی، آداب و رسوم، زبان و لهجه، پوشش محلی ساکنان، تنوع فرهنگی	عناصر فرهنگی
توسعه حمل‌ونقل زمینی، توسعه حمل‌ونقل هوایی، توسعه حمل‌ونقل دریایی(بندری)	زیرساخت‌های حمل‌ونقل

مفاهیم مرتبط	مقوله
ثبات مدیران صنعت، هماهنگی سازمان‌های دخیل در امر گردشگری، داشتن نگاه سیستمی به صنعت، داشتن نگاه تخصصی به صنعت	مدیریت یکپارچه
دانش سازمانی، ساختار سازمانی، رعایت ساختار سلسله‌مراتبی، ایجاد ساختار پایگاه پژوهشی و خدماتی سواحل مکران	عناصر ساختاری
حفظ امنیت، ایمنی، بهداشت و سلامت	امنیت
عوامل اقلیمی و زیست‌محیطی، زیبایی محیطی، حفظ محیط طبیعی، در نظر گرفتن و حفظ منابع محیطی برای نسل‌های آینده، استفاده صحیح و بهینه از منابع و امکانات	دستیابی به توسعه پایدار گردشگری
برنامه‌ریزی اقتصادی، برنامه‌ریزی نیروی انسانی، برنامه‌ریزی تسهیلات، تدوین برنامه‌ها و طرح‌ها متناسب با امکانات و ویژگی‌های فرهنگی منطقه، هدفمند بودن میران خدمات ارائه شده به گردشگران، هدفمند بودن برنامه‌ها	عناصر برنامه‌ریزی
وجود نیروهای جوان و مشتاق به فعالیت در حوزه گردشگری، اشتغال‌زایی، درآمدزایی	افزایش اشتغال و درآمد
تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری، حمایت جدی از بخش خصوصی، حمایت مادی، حمایت معنوی، تلفیق بخش خصوصی و دولتی در جهت توسعه گردشگری منطقه	سیاست‌گذاری‌های دولتی



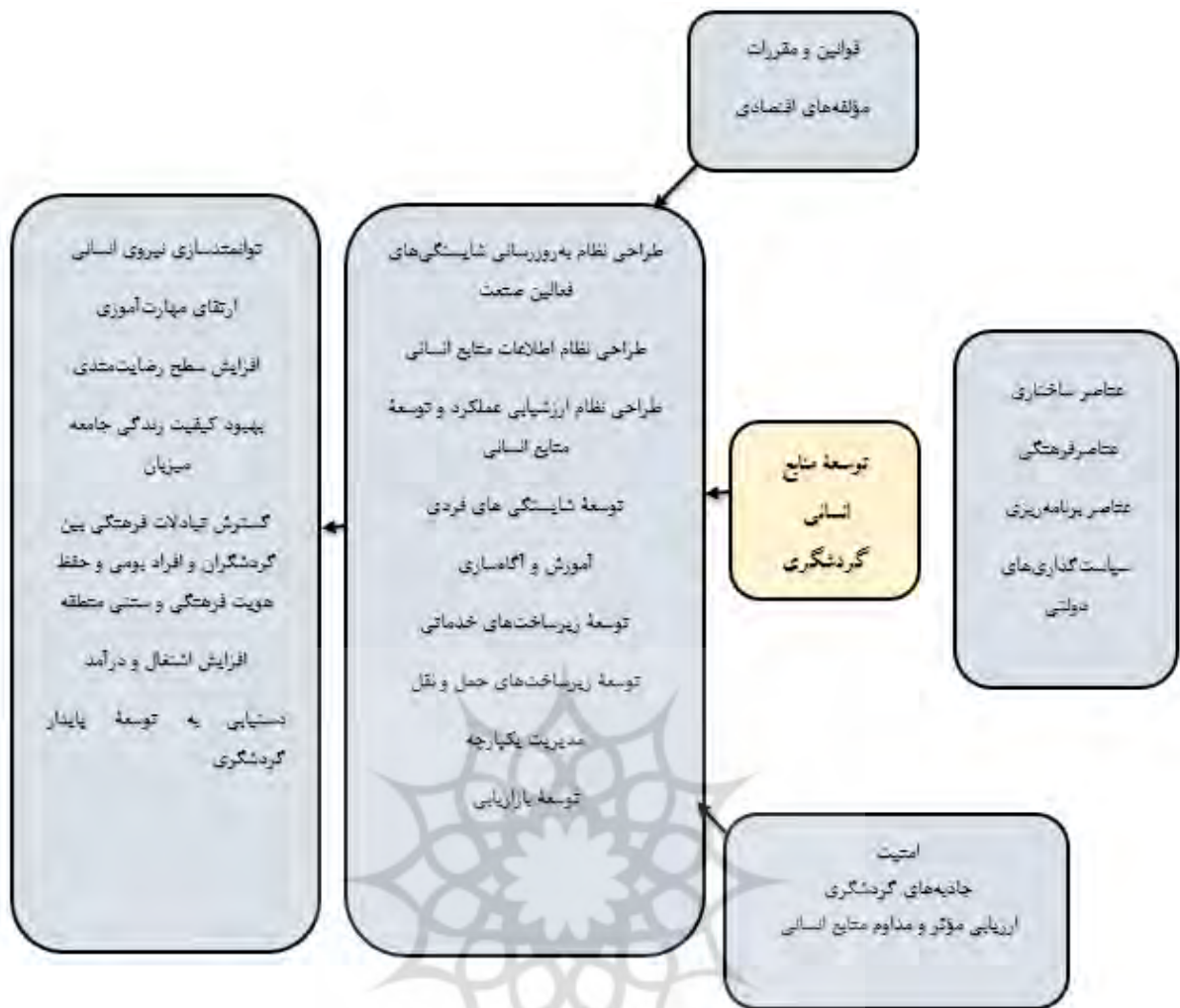
تصویر ۱. مقوله‌های اصلی تحقیق. مأخذ: نگارندگان.

## بحث و نتیجه‌گیری

می‌توان گفت منابع انسانی نمایان‌گر ذخیره دانش یک سازمان است که توسط کارکنان سازمان تجلی می‌شود. از این‌رو ارزشمندترین و راهبردی‌ترین منابع در بخش گردشگری، نیروی انسانی شاغل در این بخش است. بخش گردشگری در تأمین منابع انسانی‌اش ناگزیر بایستی به توسعه و ارتقای نیروهای داخلی و بیرونی به شکل جدی بیندیشد به لحاظ جاذبه‌های گردشگری، سواحل مکران جاذبه‌های متنوع و متفاوتی دارد. بدین ترتیب

یکی از منابع بسیار ارزشمند در هر سازمان و صنعتی، نیروی انسانی آن است. توجه به توسعه نیروی انسانی کلید توسعه در سایر بخش‌های آن سازمان و صنعت محسوب می‌شود. منابع انسانی شامل توانایی‌ها، دانش، مهارت و تجربه فردی کارکنان و مدیران سازمان است که آنها از طریق وظایف محوله در سازمان و همچنین اندوخته‌های فردی خود کسب کرده‌اند. در تعریفی دیگر





تصویر ۲. الگوی توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری سواحل مکران. مأخذ: نگارندگان.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

همچنین نتایج تحقیق نشان داد که طراحی مدل توسعه منابع انسانی یکی از مهم‌ترین استراتژی‌ها در توسعه صنعت گردشگری سواحل مکران محسوب می‌شود. صنعت گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های اقتصادی مبتنی بر خدمات اتکای بسیار بر منابع انسانی و دانش، مهارت‌ها و قابلیت‌های آنان داشته و دستیابی به موفقیت و اهداف کلان تعیین شده در این صنعت بدون برخورداری از منابع و سرمایه‌های انسانی واجد شرایط ممکن نخواهد بود. از این‌رو صنعت گردشگری به مانند هر صنعت دیگری می‌بایست الگوی توسعه منابع انسانی مخصوص خود را در هر منطقه طراحی کرده، از این طریق موجبات توسعه صنعت گردشگری و دستیابی به اهداف تعیین‌شده فراهم می‌شود.

برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی به ویژه توسعه انواع گردشگری، (ژئوتوریسم، گردشگری تاریخی، گردشگری روستایی، آگروتوریسم و...) تبدیل آن به قطب بین‌المللی گردشگری دنیا در راستای ایجاد اشتغال و درآمد بیشتر و زدودن چهره فقر ضرورت دارد. با توجه به یافته‌های تحقیق و تحلیل آنها، نتیجه‌گیری می‌شود که توسعه گردشگری منطقه به لحاظ اقتصادی منجر به کاهش بیکاری و ایجاد شغل، به لحاظ اجتماعی و فرهنگی منجر به کاهش مهاجرت از منطقه و بالارفتن نرخ شاخص‌های توسعه انسانی و بازنمایی مثبت استان در کشور خواهد شد که از جمله پیامدهای آن، توسعه زیرساخت‌ها و ترویج آگاهی عمومی خواهد بود.

- مطالعه پژوهش‌های گذشته مانند وانگ و بوتسوموتو (2019)، گاماج (2017) و نیز مطالعات داخلی انجام گرفته همانند پژوهش‌های محمدی نجف آبادی و همکاران (۱۳۹۹)، اشرفی بجستانی (۱۳۹۴) و خدایی کلانتری خلیل آباد (۱۳۹۱)، بیانگر اهمیت پرداختن به مقوله آموزش و توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری بوده است.
- برقراری یک نظام ارزیابی عملکرد سازمان یافته متناسب با هریک از بخش‌های صنعت گردشگری؛
- **پیشنهادات برای تحقیقات آتی**
- پیشنهاد می‌شود در تحقیقات بعدی به پیاده‌سازی الگوی ارائه شده پرداخته شود.
- پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات بعدی فرایند توسعه منابع انسانی در سازمان‌های دیگر مورد پیگیری و بررسی قرار گیرد.

## پیشنهادات

### • پیشنهادات کاربردی

- برنامه‌ریزی برای تبلیغات از طریق رسانه‌های گروهی و اینترنت در سطح ملی و فراملی.
  - برپایی سمینارهای تخصصی جهت استفاده از نظرات افراد متخصص در زمینه گردشگری توسط مسئولان ذیربط؛
  - اولویت‌دادن به ساکنان و مردم محلی از طریق مشارکت همه‌جانبه برای توسعه گردشگری منطقه و توزیع درآمدهای ناشی از آن در بین ساکنان محلی؛
  - ارتقای کمی و کیفی نیروهای شاغل در بخش گردشگری منطقه مکران و توسعه آموزش در این بخش؛
  - توسعه و تجهیز امکانات گردشگری در سواحل مکران به عنوان یکی از مهم‌ترین نقاط جاذب گردشگر در منطقه و استان؛
  - ایجاد زمینه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری سرمایه‌داران در زمینه‌های مختلف گردشگری منطقه؛
  - آموزش و اطلاع‌رسانی به ساکنان (به ویژه در مکان‌های گردشگرپذیر) به منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم؛
  - سرمایه‌گذاری در جهت توسعه و تجهیز امکانات مورد نیاز گردشگران (مراکز اقامتی و پذیرایی، راه و ...)
  - توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی صنعت گردشگری سواحل مکران؛
- عمده‌ترین موانع در فرایند این تحقیق عبارتند از:
- محدودیت در پیشینه نظری و پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه طراحی الگوی توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری هم در داخل کشور و هم در خارج از کشور، نخستین محدودیتی است که پژوهش با آن روبه‌رو بوده است.
  - بر خلاف پژوهش حاضر، تاکنون پژوهشی در مورد بررسی عوامل و شرایط علی، مداخله‌گر و بستر در توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری مطالعات چندانی صورت نگرفته است. از این رو می‌توان در پژوهش‌های آتی، منحصراً این شرایط و عوامل را مورد بررسی و شناسایی قرار داد و بر دانش موجود در این حوزه افزود. محدودیت بعدی مرتبط با رویکرد کیفی و روش تحقیق این پژوهش است. نخست با توجه به اینکه در نظریه‌پردازی زمینه‌ای، نظریه حاصل براساس داده‌های جمع‌آوری شده پژوهشگر با افرادی خاص و در زمینه به‌خصوص (گردشگری سواحل مکران) ارائه شده است، از این‌رو امکان تعمیم این نظریه به سایر سازمان‌ها وجود ندارد. از سویی دیگر نتایج این پژوهش متکی بر داده‌هایی است که در فرایند انجام مصاحبه با تعداد محدودی از مدیران و کارکنان سازمان گردشگری سواحل مکران به دست آمد. از این‌رو نتایج تا حد زیادی وابسته به پارادایم‌های ذهنی این مدیران و کارکنان دارد. بنابراین نتایج آن قابل تعمیم نیستند.

## فهرست منابع

- ابراهیمی نژاد، مهدی؛ دهقانی سلطانی، مهدی؛ فارسی زاده، حسین و همتی، امین. (۱۳۹۶). تأثیر برندسازی داخلی بر عملکرد برند در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل‌های بین‌المللی لاله و پارسیان استقلال در شهر تهران)، گردشگری و توسعه، ۳(۳)، ۸۰-۹۹.
- اشرافی بجستانی، سمانه. (۱۳۹۴). نقش مدیریت منابع انسانی در صنعت گردشگری، اولین همایش بین‌المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها، پژوهشکده گردشگری تهران، ایران.
- پاکدل، رحمت‌الله؛ قلی‌پور، آری و حسینی، سیدحسین. (۱۳۹۷). طراحی الگوی توسعه منابع انسانی ملی با رویکرد پویایی سیستم. فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی، ۵(۱۶)، ۵۱-۷۷.
- پرچکانی، پروانه؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و هاشمی، سید سعید. (۱۳۹۹). آینده‌نگاری برندسازی پایدار مقصدهای گردشگری ساحلی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۰)، ۱۵۷-۱۹۵.
- تقی‌زاده جورشری، محمدرضا؛ دل‌افروز، نرگس؛ شیگو منصف، سید محمود و سلیمی، سعیدباقر. (۱۳۹۷). برندسازی مقصد گردشگری با تأکید بر شناسایی ابعاد شخصیت برند مقصد در استان گیلان. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۳(۳)، ۲۱۹-۲۳۴.
- حبیبی، فاتح و محمدی، سمیرا. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر شاخص توسعه انسانی (HDI)، اولین همایش بین‌المللی برنامه‌ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن منطقه‌ای، رویکردها و کاربردها، دانشگاه کردستان، ایران.
- خدایی، زهرا و کلانتری خلیل آبادی، حسین. (۱۳۹۱). توسعه گردشگری با تأکید بر نقش آموزش نیروی انسانی. فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، ۴(۴)، ۴۹-۵۹.
- جزنی، نسرين؛ طاهری، نادر و ایلی، خدایار. (۱۳۸۹). تدوین راهبردهای توسعه منابع انسانی با رویکرد توسعه دانش کارکنان. مطالعات مدیریت راهبردی، ۲(۲)، ۱۵-۲۹.
- شفیع، سعید و سیدنقوی، میرعلی. (۱۳۹۸). الگوی برندسازی درون سازمانی در بخش خدمات و گردشگری تهران. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۴(۴۶)، ۸۲-۱۰۰.
- شمس‌الدینی، علی؛ درخشان، الهام و کریمی، برباز. (۱۳۹۵). ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد)، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۶(۲۴)، ۸۹-۱۰۰.
- رضایی پندری، عباس و آذر، عادل. (۱۳۹۷). طراحی مدل مدیریت زنجیره تأمین خدمات با رویکرد نظریه داده بنیاد، پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۳۹(۳)، ۹-۲۳.
- رهنمایی، محمدتقی. (۱۳۸۹). توان‌های محیطی ایران. تهران: انتشارات دانایی توانایی.
- زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۸۵). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار. تهران: انتشارات علامه طباطبایی.
- ضرغامی بروجنی، حمید و بارزانی، هلیا. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی برند گردشگری ایران، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، ۳(۱)، ۶۳-۸۰.
- فیض، داود و نبوی چاشمی، سیدرضی. (۱۳۹۵). توسعه صنعت گردشگری با تأکید بر رویکرد منابع انسانی (مورد مطالعه: استان سمنان)، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۵(۱۷)، ۸۲-۹۶.
- علیقلی‌زاده فیروزجانی، ناصر. (۱۳۹۱). ضرورت و اهمیت توسعه گردشگری در سواحل مکران (مطالعه موردی: شهرستان چابهار). اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار، منطقه سوم نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران.
- محمدی نجف‌آبادی، عبدالمجید؛ اعتباریان خوراسگانی، اکبر و ابراهیم‌زاده دستجردی، رضا. (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه منابع انسانی صنعت گردشگری اصفهان مبتنی بر فرایند مدیریت دانش. مدیریت راهبردی دانش سازمانی، ۳(۸)، ۲۰۷-۲۴۰.
- محمدی، مصطفی و حبیبی، لیلا. (۱۳۹۵). توسعه منابع انسانی صنعت هتلداری با رویکرد مدیریت استعداد کارکنان. مطالعات هتلداری و میزبانی، شماره ۱(۲)، ۴۵-۵۶.
- منشی، مهسا و جان بابانژاد، محمدحسین. (۱۳۹۴). نقش و اهمیت برندسازی در برنامه‌ریزی گردشگری، کنفرانس بین‌المللی توسعه با محوریت کشاورزی، محیط زیست و گردشگری، تبریز، ایران.
- نصیری‌زاده، حمیدرضا و افتخاری، مریم. (۱۳۹۶). نقش آموزش در توسعه صنعت گردشگری. دومین همایش ملی گردشگری. جغرافیا و محیط زیست پایدار. تهران، ایران.
- ویسی، هادی. (۱۳۹۵). بررسی ظرفیت‌های توسعه گردشگری در سواحل مکران و تأثیر آن بر توسعه پایدار منطقه‌ای. مجموعه مقالات همایش فراوری پتانسیل‌های ژئوپلیتیکی توسعه در کرانه‌های اقیانوسی جنوب شرق کشور، تهران، وزارت کشور، ایران.
- Kallmuenzer, A., Baptista, R., Kraus, S., Ribeiro, A., Cheng, C. & Westhead, P. (2021). Entrepreneurs' human capital resources and tourism firm sales growth: A fuzzy-set qualitative comparative analysis. *Tourism Management Perspectives*, (38), 100-801.
- Hieu, V. M. & Rasovska, I. (2017). Craft villages and tourism development, a case study in Phu Quoc island of Vietnam. *Management*, 21(1), 223-236.
- Henderson, I. L., Mark, A. & Wai Hong, K. T. (2018). Testing discontinuous innovations in the tourism industry: The case of scenic airship services, *Tourism Management*, (66), 167-179.
- Hilton, W. (2019). Retrieve from <http://news.hiltonworldwide.com/ConnectPlus/tips/?cid%7f11&pn%43>.
- Gamage, A. (2017). The Role of Human Resource Management in Developing Tourism Industry in Sri Lanka: A proposed conceptual framework. *Sri Lankan Journal of Human Resource Management*, 6(1), 1-11.
- García-Villaverde, P., Elche, D. & Martínez-Perez, A. (2020). Understanding pioneering orientation in tourism clusters: Market dynamism and social capital. *Tourism Management*, 6(20), 21- 76.
- Griffin, R. W., Phillips, J. M. & Gully, S. M. (2016). *Organizational behavior: Managing people and organizations: Nelson Education*. Retrieve from:// amazon.com.
- Khumalo, H. (2015). Human Resources Empowerment and Its Role in the Sustainable Tourism. *Asian Social Science*, 8(1), 23-45.
- Lia, K. X., Jin, M. & Shi, W. (2017). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*, (13), 135-142.
- Liu, A. & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Journal of Tourism Management*, 27(1), 159-170.
- Maher, A. A. & Elsharnouby, T. H. (2020). Foreigner service orientation: Does the perception of other consumers matter? *Journal of Consumer Marketing*, (82), 104-184.
- Rikalitz, S. (2016). Holistic Human Resource Development: Balancing the Equation through the Inclusion of Spiritual Quotient. *Journal of Human Values*, 22(3), 165-179.

- Teixeira, S. & João, J. M. F. (2018). Entrepreneurial artisan products as regional tourism competitiveness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 1-12.
- Wang, L. & Yotsumoto, Y. (2019). Conflict in tourism development in rural China. *Tourism Management*, 70(21), 188-200.
- Ying, Y., Mursitama, T. N. & Abbas, B. S. (2018). *Innovation of human resources development by mlearning to support cross-border tourism event in Natuna*, ACM International Conference Proceeding Series, 16-21.



#### COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



#### نحوه ارجاع به این مقاله

خواره، عبدالملک؛ سالارزهی، حبیبالله؛ یعقوبی، نورمحمد و مرادزاده، عبدالباسط. (۱۴۰۰). طراحی الگوی توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری سواحل مکران با نظریه داده بنیاد. گردشگری فرهنگ، ۲(۵)، ۳۷-۴۸.



DOI: 10.22034/toc.2021.264810.1036

URL: [http://www.toc-sj.com/article\\_134110.html](http://www.toc-sj.com/article_134110.html)