



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال پنجم، شماره‌ی ۱۷، تابستان ۱۳۹۵
صفحات ۹۶-۸۲

توسعه صنعت گردشگری با تاکید بر رویکرد منابع انسانی (مورد مطالعه: استان سمنان)

داود فیض^۱

سید رضی نبوی چاشمی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۶/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۹/۱۶

چکیده

استان سمنان با قرار گرفتن در کریدور غرب به شرق و شمال به جنوب کشور از یک سو و برخوردار بودن انواع جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، جغرافیایی و تنوع اقلیمی و ظرفیت‌های اقتصادی از سوی دیگر، مکانی مناسب برای جذب گردشگران است. اغلب تحقیقات بر بررسی تاثیر توسعه صنعت گردشگری بر منابع انسانی متمرکز بوده‌اند اما در تحقیق حاضر، محققین تاثیر مدیریت منابع انسانی بر توسعه صنعت گردشگری را مورد بررسی قرار داده‌اند. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان سازمان‌های مرتبط با صنعت گردشگری و مراکز اقامتی و دفاتر خدمات مسافرتی در استان سمنان بوده است که ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه با روش تصادفی انتخاب شدند. پژوهش حاضر از نظر روش، یک تحقیق توصیفی و از نوع مطالعه همبستگی می‌باشد. داده‌ها با استفاده از روش پرسشنامه محقق ساخته جمع آوری شد. همچنین، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های (t-test)، تحلیل واریانس (Anova) و رگرسیون دو متغیره استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که اثر مدیریت منابع انسانی بر توسعه صنعت گردشگری استان سمنان معنادار بوده است. همچنین ضریب تعیین ۵۳٪ می‌باشد که میزان تغییرپذیری در توسعه صنعت گردشگری با تاکید بر رویکرد منابع انسانی در استان سمنان را نشان می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: صنعت گردشگری، منابع انسانی، استان سمنان.

^۱ دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه سمنان

^۲ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه سمنان (srazinabavi@semnan.ac.ir)

مقدمه

صنعت گردشگری یکی از مهمترین فعالیتهای اقتصادی جهان معاصر به شمار می‌رود هر ساله در سراسر جهان ۱/۷ میلیارد نفر جابه‌جایی جهانگرد وجود دارد که درآمد حاصل از آن نزدیک به ۶۰۰ میلیارد دلار است (حسین‌زاده و حیدری، ۱۳۸۳: ۲۳). در سال ۲۰۱۳ چیزی در حدود ۱/۰۸۷ میلیارد گردشگر به کشورهای مختلف سفر کرده‌اند. این تعداد در مقایسه با سال ۲۰۱۲ معادل ۵ درصد رشد داشته است (سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل^۱، ۲۰۱۳). بنا به آمار جهانی گردشگری تعداد گردشگر به مقصد ایران طی سال ۲۰۱۱ معادل ۳۳۵۴۰۰۰ نفر بود که در سال ۲۰۱۲ به ۳۸۳۴۰۰۰ نفر افزایش یافته است. صنعتی شدن در عصر حاضر و ماشینی شدن زندگی انسان آن چنان میان انسان و طبیعت فاصله انداخته و او را فرسوده ساخته که نیاز به گذران وقت در دامن طبیعت، موزه‌ها، زیارتگاه‌ها و... روزبه روز بیشتر احساس می‌شود. سرگردانی در اوقات فراغت، انسان را دل‌مرده و بی‌حوصله می‌کند، استعدادها را به زوال می‌کشاند و روح ابتکار را از بین می‌برد (سرفرازی و معمارزاده، ۱۳۹۰).

رشد و توسعه صنعت گردشگری و در کنار آن ایجاد عوامل مساعد دیگر، می‌تواند دریچه‌های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته باشد (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۸-۱۰۵). سفر علاوه بر اسباب تفریح و سرگرمی، به تدریج به ابزار شناخت و آگاهی از زندگی مردمان، شناخت جهان پیرامون و غنای بینش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی تبدیل شده است (شجاعی و نوری، ۱۳۸۶: ۶۴).

گردشگری به علت ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد، مفهوم صنعت را توسعه داده و فناوری خاص خود را مطرح کرده است. به بیان ساده‌تر، صنعت گردشگری، به مثابه یک مجموعه صنعت، نیروی محرکه‌ای را فراهم می‌سازد که با تکیه بر آن، چرخ‌های صنایع حیاتی با شتاب بیشتری حرکت کنند و راه توسعه محلی و ملی هموار شود. منافع اقتصادی حاصل از سرمایه‌گذاری کالا در عرصه صنعت گردشگری در صورت اتخاذ خط‌مشی‌های واقع‌بینانه می‌تواند آثار مثبتی را به بار آورد. براین اساس صنعت گردشگری یکی از کلان‌ترین عرصه‌های فعالیت اقتصادی است که نه تنها در کشورهای گردشگرپذیر اروپا مانند فرانسه، اتریش، ایتالیا و اسپانیا بلکه در بعضی کشورهای در حال توسعه مانند مصر نیز یکی از اصلی‌ترین منابع درآمد این کشورها را تشکیل می‌دهد (کارولین^۲، ۲۰۰۹). در بین انواع مختلف سفر و مسافرت، گردشگری و به ویژه گردشگری فرهنگی^۳، دریچه‌های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۱). این امر موجب شده است تا امروزه، صنعت گردشگری (صالحی فرد، ۱۳۸۶: ۶۶)، به عنوان نیروی محرکه در توسعه‌ی جهانی (فرهودی و شورجه، ۱۳۸۳: ۳۰). همه‌ی ارکان وجودی

¹ UNWTO

² Caroline

³ Cultural Tourism

یک جامعه را دربر بگیرد و به عنوان بخشی از ابعاد توسعه ی اجتماعی- فرهنگی، در کنار توجه به درآمد، اشتغال (محمدی و فیضی، ۱۳۸۷: ۲۳) و ویژگی‌های ساختاری-کارکردی خاص که توانسته است خود را در متن گردشگری جهان جای دهد (سانتوس^۱، ۲۰۰۴: ۸) از اهمیت زیادی برخوردار شود (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۱). گردشگری به‌عنوان یک پدیده‌ی مدرن و به‌صورت ماهوی- اساساً یک فعالیت اقتصادی (پاپلی یزدی سقایی، ۱۳۸۶: ۲۲)، با انگیزه‌هایی فردی و اجتماعی است که اثرات متفاوت مثبت و منفی زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی را در پی داشته است. گردشگری به خودی خود، متضمن نظام گسترده‌ای از روابط و تعاملات اجتماعی است و بهره‌مند از سازوکارهایی است که از طریق عرضه‌ی محصولات و خدمات می‌کوشد تا نیازهای مسافران را در مکان‌هایی غیر از محل سکونت‌شان پاسخ گوید، بنابراین از حیث سیستمی گردشگری، مجموعه‌ای از عناصر و بخش‌های مرتبط به هم است که به عنوان یک کل واحد در جهت تحقق اهدافی خاص حرکت می‌کند (کاظمی، ۱۳۸۵: ۳۳-۳۵). استان سمنان دارای ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های زیادی در بخش گردشگری است که می‌تواند به عنوان یکی از استان‌های توریستی مد نظر سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری قرار گیرد. با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد استان سمنان در جنبه‌های تاریخی، فرهنگی، بافت اجتماعی و مردم شناسی، اهمیت و ضرورت برنامه‌ریزی جهت نیروی انسانی بیش از پیش احساس می‌شود.

ادبیات موضوع

مبانی نظری

مدیریت منابع انسانی فرایندی شامل چهار وظیفه جذب، توسعه، ایجاد انگیزش و نگهداشت منابع انسانی است (دی سنزو و رابینز، ۱۹۸۸). بنابراین، مقصود از مدیریت منابع انسانی سیاست‌ها و اقدامات مورد نیاز برای اجرای بخشی از وظیفه مدیریت است که با جنبه‌هایی از فعالیت کارکنان بستگی دارد، به ویژه برای کارمندیابی، آموزش دادن به کارکنان، ارزیابی عملکرد، دادن پاداش و ایجاد محیطی سالم و منصفانه برای کارکنان سازمان حائز اهمیت است. پیشرفت‌های صورت گرفته در حوزه مدیریت منابع انسانی را امروزه می‌توان در ادبیات مدیریت به‌صورت مستند ملاحظه نمود (اسکالر^۲ و جکسون^۳، ۲۰۰۷؛ لگه^۴، ۱۹۹۵؛ سی^۵ و باکسل^۶، ۱۹۹۲؛ سی سان^۷ و استاری^۸، ۲۰۰۰؛ ۲۰۰۰؛ تارنیتان^۹ و همکاران، ۲۰۰۵). مدیریت منابع انسانی، می‌تواند به عنوان عامل موفقیت کسب

¹ Santos

² Schuler

³ Jackson

⁴ Legge

⁵ See

⁶ Boxall

⁷ Sisson

⁸ Storey

⁹ Torrington

کسب و کار محسوب شود و از این رو، امروزه مدیریت منابع انسانی، به‌عنوان بخش لاینفک استراتژی در کسب و کارهای مختلف مورد توجه مدیران و اندیشمندان و سایر ذینفعان قرار گرفته است (لنگنیک^۱ و هال^۲، ۱۹۸۸؛ بلوستر^۳ و لارسن^۴، ۱۹۹۲؛ بامبرگر^۵ و می‌شالام^۶، ۲۰۰۰؛ شولر^۷ و جکسون^۸، ۲۰۰۰). ظهور واژه مدیریت استراتژیک منابع انسانی، نیز تلاش‌هایی در همین راستا بوده است. این مفهوم به میزان بسیار زیادی با یکپارچه‌سازی و پیوستگی مدیریت منابع انسانی به استراتژی کسب و کار و سازگاری و تطبیق مدیریت منابع انسانی با کلیه سطوح سازمان مرتبط می‌شود (گاست^۹، ۱۹۸۷؛ شولر^{۱۰}، ۱۹۹۲).

گردشگری یک نوع فعالیت خدماتی است. تردیدی نیست که کارکنان خدمات را ارائه می‌دهند و این موضوع یکی از رمزهای اصلی تضمین‌کننده صنعت گردشگری می‌باشد (گی، ۱۳۸۲: ۴۱۶). البته، اندیشمندان رشته‌های مختلف علوم اجتماعی (جغرافی دانان، جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان، محققین تاریخ و میراث بشری، اندیشمندان مدیریت و...)، به فراخور تخصص خود در زمینه‌ی برنامه‌ریزی گردشگری به اظهار نظر پرداخته و هریک در رو یک‌کرد خود، جنبه‌ای از گردشگری را مورد تاکید قرار داده‌اند. عناصر تشکیل‌دهنده‌ی نظام گردشگری و عوامل کلیدی مؤثر بر آن، مشتمل بر عوامل خارجی، داخلی و گروه‌های ذینفع به روشنی تبیین شده‌اند به گونه‌ای که اصول شناخت مناسب‌ترین شکل یا اشکال توسعه‌ی گردشگری میسر باشد (حیدری چیاپانه و ضرغام بروجنی، ۱۳۸۷). بنابراین، با توجه به اهمیت منابع انسانی در صنعت گردشگری، لازم است تحقیقات گسترده‌تری انجام شود تا بتوان تبیین دقیق‌تری از توسعه صنعت گردشگری با تاکید بر رویکرد منابع انسانی داشت.

پیشینه‌ی پژوهش

صمیمی و خیره (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای به بررسی اثر گردشگری بر توسعه منابع انسانی پرداختند، آنها بیان کردند که امروزه گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع در جهت ایجاد درآمد و ارتقاء رشد و توسعه‌ی اقتصادی بسیاری از کشورها تبدیل شده و رشد آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی زیادی را به دنبال داشته است. این مطالعه به بررسی اثر گردشگری بر توسعه انسانی در کشورهای منتخب ۵۶ کشور از جمله ایران، طی سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۱ میلادی و با استفاده از

¹ Lengnick

² Hall

³ Brewster

⁴ Larsen

⁵ Bamberger

⁶ Meshoulam

⁷ Schuler

⁸ Jackson

⁹ Guest

¹⁰ Schuller

مدل داده‌های تابلویی پرداخته است. البته در این پژوهش، جهت بررسی اثر گردشگری بر توسعه، از شاخص توسعه‌ی انسانی استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد تعداد ورود گردشگران خارجی اثر مثبت و معناداری بر توسعه انسانی کشورها دارد. از این رو توسعه این صنعت جهت دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی و انسانی برای هر کشوری ضروری به نظر می‌رسد.

خدایی و کلانتری (۱۳۹۱) در تحقیق خود به مطالعه توسعه گردشگری با تاکید بر نقش آموزش نیروی انسانی پرداختند. یافته‌ها نشان داد نظام آموزش جهانگردی و واحدهای آموزشی، امکانات و تجهیزات آموزش و از همه مهم تر، معیارها و ضوابط نظارتی و چگونگی اعمال آن‌ها باید به سرعت متحول شوند و ایجاد این تحولات مستلزم ارائه تسهیلات و معافیت‌های موسسات آموزشی، گسترش مبادلات بین المللی در امر آموزشی و تربیت مدرسان مورد نیاز است. همچنین، نتایج بیان می‌دارد که ارائه آموزش اثر بخش در یک سازمان مدرن مستلزم تفکر جدید، مدل‌های جدید، رویکرد جدید و ابزارها و سازوکارهای جدید است. از آنجا که آموزش به عنوان بخش زیربنایی مدیریت منابع انسانی و مدیریت کیفیت در صنعت گردشگری مطرح است، برای اصلاح نظام ساختاری صنعت گردشگری کشور می‌توان کار را از اصلاح نظام آموزشی آغاز کرد.

امیری (۱۳۹۰) به بررسی نقش گردشگری در توانمند سازی زنان روستایی پرداخت. این تحقیق با استفاده از چارچوب مفهومی توانمند سازی و با بهره گیری از روش پژوهش میدانی، به بررسی نقش گردشگری در توانمند سازی اقتصادی، اجتماعی و روانی زنان روستایی پرداخته است. تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها پیمایشی (مصاحبه، مشاهده میدانی و پرسشنامه ساختاریافته) بر اساس شیوه تحلیل داده‌ها از نوع توصیفی تحلیلی و از نظر زمان انجام تحقیق مقطعی است. نتایج تحقیق بیانگر اهمیت نقش گردشگری در توانمند سازی زنان روستای امام زاده بزم در استان فارس و روستای جواهرده در استان مازندران بوده است.

غفاری و مستولی (۱۳۹۲) طی تحقیقی تحت عنوان نظام اداری - مدیریتی و توسعه اجتماعی - فرهنگی پایدار در بخش گردشگری ماسوله بیان نمودند که نقش نظام اداری - مدیریتی به عنوان عنصری مهم در فرآیند توسعه که نقش بنیادین در ایجاد پایداری یا ناپایداری در مقاصد گردشگری به خصوص در ابعاد اجتماعی - فرهنگی دارد. آنها پس از ارزیابی و تحلیل داده‌ها، پیشنهاداتی برای ارتقای عملکرد نظام اداری - مدیریتی در فرآیند توسعه پایدار گردشگری ماسوله ارائه نمودند.

باوم^۱ و سزیواس^۲ (۲۰۰۸) در مقاله ای به موضوع توسعه منابع انسانی در جهانگردی پرداختند. پرداختند. آنها بیان می‌دارند، برای کشورهایی که امروزه در جهانگردی نابالغ هستند، دولت باید توجه ویژه‌ای به توسعه منابع انسانی داشته باشد. باوم و سزیواس اعتقاد دارند که بخش جهانگردی در همه جا ارتباط نزدیکی با بازار نیروی کار و مهارت‌های تراوش شده از آنجا دارد و وابستگی بین

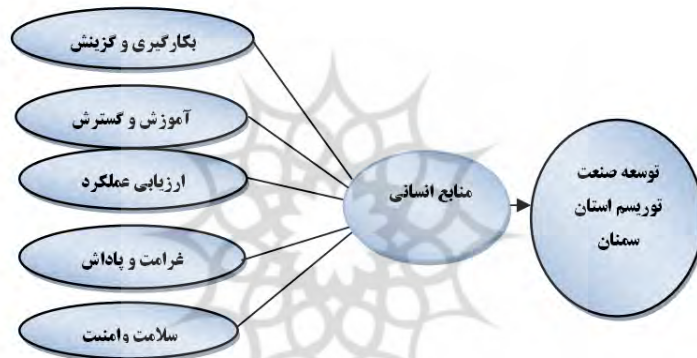
^۱ Baum

^۲ Sivas

نیروی کار و کیفیت محصول و استانداردسازی خدمات نقش بسیار مهمی در شکل دهی تجربه بازدیدکننده دارد. ارتباط بسیار تنگاتنگ و یکپارچه بخش آموزش با نیازهای بخش صنعت بازار نیروی کار را پر قدرت نگه می‌دارد. کارانی^۱ و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیق خود به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت^۲ (CSR) و استخدام کارمند در راستای مهمان نوازی و صنعت گردشگری، پرداختند. پژوهش آنها از طریق یک روش پژوهشی ابزاری انجام شد که برای اداره کردن در جهت استخدام مشاغل مدیریت منابع انسانی (HTM)، در پردیس اصلی دانشگاه پورود در سال ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰، میلادی، اجرا شد.

مدل مفهومی پژوهش

بر اساس مبانی نظری، مدل مفهومی پژوهش به شرح نمودار شماره (۱) تدوین و طراحی شده است.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

(منبع: نگارندگان بر اساس مبانی نظری تحقیق)

روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر طرح تحقیق توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کارشناسان ادارات میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان‌های سمنان، شاهرود، دامغان، گرمسار، ارادان، مهدی شهر، سرخه و میامی، آژانس‌های مسافرتی و هواپیمایی، شرکت‌های گردشگری، حفاظت از آثار باستانی، موزه‌ها، صنایع دستی، هتل‌ها، سازمان تاکسی رانی و پارک‌ها فضای سبز بوده است که بیش از ۴۰۰۰۰ نفر نیروی انسانی در آنها شاغل هستند. نمونه آماری پژوهش مطابق با فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر تعیین شد. به

^۱ Karani

^۲ Corporate Social Responsibility (CSR)

منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های (t-test)، و آنوا (Anova)، تحلیل واریانس و رگرسیون دو متغیره، استفاده شده است. همچنین، در مطالعه حاضر برای گردآوری داده‌ها از: ۱- پرسشنامه محقق ساخت مدیریت منابع انسانی (HRM)، ۲- پرسشنامه محقق ساخت توسعه صنعت گردشگری استفاده شده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری استنباطی استفاده شده است. جهت گردآوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و مطالعه منابع، پایان نامه‌ها و تحقیقات مرتبط با موضوع و استفاده از پایگاه‌های اینترنتی انجام شده است. داده‌های این پژوهش با استفاده از نرم افزار آماری (SPSS)^۱ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در این تحقیق برای تعیین روایی ابزار اندازه‌گیری از روایی محتوای استفاده شده است. البته از صاحب نظران در مورد پرسشنامه نظر سنجی شده و اصلاحات لازم در پرسشنامه انجام شد. علاوه بر این، از آنجایی که آلفای کرونباخ معمولاً شاخص کاملاً مناسبی برای سنجش قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری و هماهنگی درونی میان عناصر آن است، از ضریب آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد. و نتایج آزمون فوق نشان داد که کلیه ابعاد پرسشنامه‌های به کار رفته در تحقیق حاضر از پایایی لازم برخوردار بوده است.

جدول (۱): توزیع سوالات پرسشنامه

ردیف	نوع پرسشنامه	بعد پرسشنامه	سوالات مربوطه	ضریب آلفای کرونباخ
۱	پرسشنامه استاندارد مدیریت منابع انسانی (HRM)	به کارگیری و گزینش	سوالات (۱) الی (۳)	۰/۸۴۱
۲		آموزش و گسترش	سوالات (۳) الی (۵)	۰/۸۷۳
۳		ارزیابی عملکرد	سوالات (۶) الی (۸)	۰/۸۶۹
۴		گرامت و پاداش	سوالات (۹) الی (۱۱)	۰/۷۸۴
۵		سلامت و امنیت	سوالات (۱۱) الی (۱۴)	۰/۸۸۶
۶	پرسشنامه استاندارد توسعه صنعت گردشگری	توسعه صنعت گردشگری	۱-۲۰	۰/۸۱۴
۷	ارزیابی کلی پرسشنامه	کلیه ابعاد پرسشنامه	کلیه سوالات دو پرسشنامه	۰/۷۷۳

^۱ Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

تجزیه و تحلیل داده‌ها

توصیف متغیرهای تحقیق: در جدول شماره ۲ داده‌های توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق نشان داده شد.

جدول (۲): توصیف ویژگی‌های آماری متغیرهای تحقیق

انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	تعداد مشاهدات	متغیر	نوع متغیر
۶/۳۲	۳۰/۰۷	۴۶/۶۵	۸/۳۰	۳۸۴	توسعه صنعت گردشگری	وابسته
۱/۷۶۰۳۶	۱۹/۰۹۱۲	۳۱/۰۳	۵/۳۳	۳۸۴	به کارگیری و گزینش	مستقل انسانی (HRM) منابع انسانی
۲/۱۹۲۶۴	۱۹/۹۰۶۵	۲۸/۵۸	۸/۴۰	۳۸۴	آموزش و گسترش	
۲/۳۸۵۹۴	۱۹/۸۲۸۳	۲۸/۵۸	۶/۳۱	۳۸۴	ارزیابی عملکرد	
۱/۸۷۹۳۳	۲۰/۰۰۹۸	۲۳/۰۰	۱۱/۷۰	۳۸۴	غرامت و پاداش	
۱/۷۷۷۸۳	۲۰/۱۱۰۳	۲۷/۵۸	۱۱/۳۴	۳۸۴	سلامت و امنیت	

منبع: یافته‌های تحقیق.

آزمون کلموگروف-اسمیرنوف جهت سنجش نرمال بودن داده‌ها:

پس از جمع‌آوری داده‌ها نکته‌ای که قبل از اجرای آزمون‌ها می‌بایست به آن توجه داشت، ماهیت توزیع داده‌های کمی تحقیق از نظر نرمال بودن یا نبودن آن است. آزمون وضعیت داده‌ها از این حیث، پیش‌شرط استفاده از آزمون‌های پارامتری و ناپارامتری است. در این تحقیق با این پیش‌شرط، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف^۱ جهت شناسایی وضعیت نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به پرسشنامه تحقیق استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان داد، با توجه به مقدار آماره‌ی آزمون (sig)، در بین همه متغیرها همان‌طور که در جدول شماره (۳)، نشان داده شده است و همچنین با توجه به مقایسه انجام شده با مقدار بحرانی در سطح خطای (۵درصد)، مشاهده می‌شود که آماره‌ی آزمون در ناحیه‌ی رد (H_0)، قرار گرفته است. در نتیجه، می‌توان استدلال کرد که داده‌ها، از توزیع نرمال برخوردار هستند.

^۱ One-Spmples Kolmogorov-Smirnov

جدول (۳): نتایج نرمال بودن تحقیق (متغیرهای مستقل تحقیق)

نوع متغیر	متغیر	تعداد مشاهدات	سطح آزمون (Z)	سطح معناداری	وضعیت متغیر نرمال بودن	وضعیت فرض (H ₀)
مستقل اقدامات مدیریت منابع انسانی (HRM)	وابسته	توسعه صنعت گردشگری	۳۸۴	۲/۵۹۱	۰/۵۱۷	فرض (H ₀) تأیید می شود
		به کارگیری و گزینش	۳۸۴	۳/۳۲۲	۰/۶۲۳	فرض (H ₀) تأیید می شود
		آموزش و گسترش	۳۸۴	۲/۰۵۱	۰/۱۸۲	فرض (H ₀) تأیید می شود
		ارزیابی عملکرد	۳۸۴	۲/۲۴۶	۰/۷۴۰	فرض (H ₀) تأیید می شود
		گرامت و پاداش	۳۸۴	۱/۳۲۴	۰/۸۷۶	فرض (H ₀) تأیید می شود
		سلامت و امنیت	۳۸۴	۱/۰۹۴	۰/۱۸۲	فرض (H ₀) تأیید می شود

منبع: یافته های تحقیق.

نتایج حاصل از این آزمون نشان داد که مقدار سطح (Z)، در تمامی متغیرها در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ معنی دار نمی باشد. به عبارتی، توزیع داده ها در این متغیرها نرمال بوده، یکی از پیش فرض های رگرسیون خطی این است که توزیع داده های متغیر وابسته بایستی نرمال یا نزدیک به نرمال باشد، از آنجایی که با توجه به جدول شماره (۳)، متغیر وابسته از توزیع نرمال پیروی می کند، بنابراین برای اجرای رگرسیون از لگاریتم داده ها استفاده شده است. به منظور مطالعه بیشتر و بررسی رابطه میان مولفه های مدیریت منابع انسانی محقق با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون نوع و شدت رابطه میان این مولفه ها را مطالعه نمود.

جدول ۴: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون مدل تحقیق

		سلامت و امنیت و پاداش	گرامت و پاداش	ارزیابی عملکرد	آموزش و گسترش	بکارگیری و گزینش	عملکرد سازمانی	نتایج ضریب همبستگی پیرسون مدل	
Pearson's rho	عملکرد سازمانی	ضریب همبستگی	۱/۰۰۰						
		Sig. (دو طرفه)	۰						
		تعداد مشاهدات	۳۸۴						
	به کارگیری و گزینش	ضریب همبستگی	۰/۵۵۶**	۱/۰۰۰					
		Sig. (دو طرفه)	۰/۰۰۰	۰					
		تعداد مشاهدات	۳۸۴	۳۸۴					
	آموزش و گسترش	ضریب همبستگی	۰/۶۹۸**	۰/۵۸۲**	۱/۰۰۰				
		Sig. (دو طرفه)	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰				
		تعداد مشاهدات	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴				
	ارزیابی عملکرد	ضریب همبستگی	۰/۶۸۷**	۰/۵۸۲**	۰/۹۸۴**	۱/۰۰۰			
		Sig. (دو طرفه)	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰			
		تعداد مشاهدات	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴			
	گرامت و پاداش	ضریب همبستگی	۰/۷۱۳**	۰/۵۷۵**	۰/۹۱۹**	۰/۹۰۳**	۱/۰۰۰		
		Sig. (دو طرفه)	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰		
		تعداد مشاهدات	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴		
	سلامت و امنیت	ضریب همبستگی	۰/۶۸۰**	۰/۵۳۲**	۰/۹۱۹**	۰/۹۰۴**	۰/۹۴۷**	۱/۰۰۰	
		Sig. (دو طرفه)	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰	
		تعداد مشاهدات	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق.

با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان بیان نمود که تمامی سطوح معناداری بیانگر تأیید رابطه میان مولفه‌ها می‌باشند. تمامی ضرایب بدست آمده مثبت هستند، پس رابطه میان متغیرها مستقیم و مثبت می‌باشد. می‌توان نتایج حاصل از این آزمون را با اطمینان ۹۵ درصد، به کل جامعه آماری تحقیق حاضر یعنی صنعت گردشگری استان سمنان، تعمیم داد.

فرضیه تحقیق: اثر مدیریت منابع انسانی بر توسعه صنعت گردشگری استان سمنان معنادار می‌باشد.

با توجه به معناداری رابطه میان مدیریت منابع انسانی بر توسعه گردشگری با استفاده از تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) باید بررسی کرد که آیا ماهیت رابطه‌ی فوق رگرسیونی هست یا نه؟

جدول (۵): نتایج آزمون (ANOVA)، ضریب مقایسه میانگین ضرایب مدل تحقیق

مشخصات مدل	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	سطح معناداری (Sig.)
معادله خط رگرسیون بر آوردی تحقیق	8234/263	5	1646/853	۸۶/۷۸۷	0/000
خطا باقیمانده مدل	7172/824	378	18/976		
مجموع	15407/088	383			

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون $0/00 < f = 86/87$ می‌باشد پس می‌توان نتیجه گرفت که رابطه از نوع رگرسیونی بوده و مدیریت منابع انسانی قادر به پیش بینی توسعه در صنعت گردشگری می‌باشد.

جدول (۶): نتایج حاصله از آزمون رگرسیون فرضیه تحقیق

مدل تحقیق	متغیرهای وارد شده	متغیرهای حذف شده	روش
متغیرهای مستقل	مدیریت منابع انسانی (جذب و گزینش، آموزش و توسعه، ارزیابی عملکرد، بهداشت و امنیت، تنبیه و پاداش)	در مدل متغیرهای حذف شده نداشت.	ورودی
متغیر وابسته	توسعه صنعت گردشگری استان سمنان	در مدل متغیرهای حذف شده نداشت.	ورودی
متغیرهای پیش بینی شونده مدل: توسعه صنعت گردشگری استان سمنان.			

منبع: یافته‌های تحقیق.

در مدل رگرسیونی تحقیق مدیریت منابع انسانی به عنوان متغیر پیش بین یا مستقل و توسعه صنعت گردشگری به عنوان پیش گو یا وابسته به کار گرفته شده است.

با توجه به وضعیت متغیرها که در جدول ۸ مشخص شده‌اند و معناداری رابطه و مدل رگرسیونی، محقق به تخمین مدل رگرسیونی پرداخته و نتایج آن را در جدول ۷ گزارش داده است:

جدول (۷): ضرایب مدل رگرسیونی نهایی مدل تحقیق

مدل تحقیق	ضرایب بتا استاندارد نشده ^۱		ضرایب بتا استاندارد شده ^۲	(t)	سطح معنادار (ی) (Sig.)
	(B)	انحراف معیار	(Beta)		
عرض از مبدأ تابع رگرسیون	-۲۸/۳۴۲	۳/۰۵۹		-۹/۲۶۵	۰/۰۰۰
جذب و گزینش	۱/۲۸۲	۰/۱۵۳	۰/۳۵۸	۸/۳۶۴	۰/۰۰۰
آموزش و توسعه	۰/۴۲۸	۰/۳۱۶	۰/۱۴۹	۱/۳۵۵	۰/۰۰۰
ارزیابی عملکرد	۰/۱۶۲	۰/۲۵۰	-۰/۰۶۱	-۰/۶۴۶	۰/۰۰۰
بهداشت و امنیت	۱/۱۶۸	۰/۲۴۸	۰/۳۴۶	۴/۷۰۳	۰/۰۰۰
تنبیه و پاداش	۰/۲۶۲	۰/۲۶۶	۰/۰۷۴	۰/۹۸۴	۰/۰۰۰
متغیرهای پیش بینی شونده مدل: میزان توسعه صنعت گردشگری استان سمنان.					

منبع: یافته‌های تحقیق.

جدول (۷)، بیانگر نتایج به دست آمده حاصله از آزمون رگرسیون مربوط به فرضیه تحقیق، می‌باشد. با توجه به این که سطح معناداری برای تمامی مولفه‌های مدیریت منابع انسانی از سطح خطا کوچک‌تر است، لذا می‌توان نتیجه گرفت که وجود تمامی مولفه‌های مدیریت منابع انسانی به منظور پیش بینی توسعه صنعت گردشگری ضروری می‌باشد. از میان مولفه‌های مدیریت منابع انسانی بیشترین تاثیر را مولفه‌های جذب و گزینش، بهداشت و امنیت بر توسعه گردشگری دارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

فعالیت‌های اصلی مدیریت منابع انسانی، شامل انتخاب، استخدام، آموزش و توسعه، ارزیابی عملکرد، امنیت، سلامت و جبران خدمات می‌باشد که برای سازمان‌های مختلف این منبع ارزشمند و حیاتی است. زیرا این عامل باعث افزایش توان فکری و رقابتی سازمان و در نهایت موجب نیل به اهداف نهایی سازمان در چارچوب ارزش‌های مشترک و قابل قبول سازمان می‌شود. صنعت گردشگری هم از این قضیه مستثنی نبوده است، از این رو نتایج تحقیق حاضر نشان داد که عامل منابع انسانی با ضریب همبستگی (۷۳/۱۰) درصد و ضریب تعیین ۵۳ درصد بر توسعه صنعت گردشگری استان سمنان موثر بوده است. بررسی پیشینه تحقیق نشان داد، اغلب تحقیقات در این حوزه به بررسی تاثیر صنعت گردشگری بر توسعه منابع انسانی متمرکز شده‌اند. تحقیقات صمیمی و

¹ Unstandardized Coefficients

² Standardized Coefficients

خبره (۱۳۹۲) نشان داد تعداد ورود گردشگران خارجی اثر مثبت و معناداری بر توسعه منابع انسانی کشورها دارد. نتایج تحقیق امیری (۱۳۹۰) بیانگر اهمیت نقش گردشگری در توانمند سازی زنان روستایی بوده است. متقابلاً تحقیقات کمتری تاثیر مدیریت منابع انسانی بر توسعه صنعت گردشگری را مورد بررسی قرار داده‌اند. تحقیقات خدایی و کلانتری (۱۳۹۱) از جمله این تحقیقات هستند که نتایج تحقیق آنها نشان داد، برای اصلاح نظام ساختاری صنعت گردشگری کشور می‌توان کار را از اصلاح نظام آموزشی آغاز کرد. همچنین باوم و سزیواس (۲۰۰۸) بیان می‌دارند، برای کشورهایی که امروزه در جهانگردی نابالغ هستند، دولت باید توجه ویژه‌ای به توسعه منابع انسانی داشته باشد. نتایج تحقیقات خدایی و کلانتری (۱۳۹۱) و باوم و سزیواس (۲۰۰۸) بانتهای تحقیق حاضر هم خوانی دارند. به طور کلی نتایج این دسته از تحقیقات نشان می‌دهد که اثر مدیریت منابع انسانی بر توسعه صنعت گردشگری معنادار است. نقش برجسته منابع انسانی در توسعه صنعت گردشگری که ناشی از آموزش، به کارگیری و گزینش، ارزیابی عملکرد، گرامت و پاداش، امنیت و سلامت نیروی انسانی می‌باشد، از اهمیت بالایی برخوردار است. چنان چه به درستی و شایستگی به آن توجه شود، می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی، بازده اقتصادی قابل ملاحظه‌ای به همراه داشته باشد. لذا توصیه می‌شود که با آموزش مستمر، به توانمندسازی مدیران و کارکنان شاغل در صنعت گردشگری استان سمنان پرداخته شده و در جذب و به کارگیری نیروهای متخصص و متعهد در مراکز مختلف از جمله حفاظت از آثار باستانی، توسعه شرکتهای گردشگری، صنایع دستی، موزه‌ها، هتل‌ها و آژانس‌های مسافرتی، اقدام گردد.

منابع

۱. امیری، شهرام (۱۳۸۴). نگاهی گذرا به گردشگری ایران از دو منظر ارتباطات و تبلیغات، دو ماهنامه مسافران، شماره ۳۱: ۲۳-۲۲.
۲. پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت.
۳. پوراحمد، احمد؛ مهدی، علی؛ مهدیان بهنمیری، معصومه؛ میرزایی کوتنایی، زهرا و محمدی، آرزو (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل نقش موزه‌ها در توسعه گردشگری فرهنگی (مطالعه موردی: موزه‌های شرق استان مازندران)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۱، شماره ۱: ۱۰۵-۱۲۸.
۴. جعفری صمیمی، احمد و خبره، شیما (۱۳۹۲). اثر گردشگری بر توسعه منابع انسانی، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۱، شماره ۱: ۲۴-۱۱.
۵. حیدری چپانه، رحیم و ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۸۷). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.
۶. خدایی، زهرا و کلاتتری خلیل آبادی، حسین (۱۳۹۱). توسعه گردشگری با تاکید بر نقش آموزش نیروی انسانی، مطالعات مدیریت، سال ۴، شماره ۱۲: ۴۷-۵۹.
۷. رایینز، استیفن (۱۳۷۸). رفتار سازمانی، مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها، مترجمان: علی پارسائیان، سید محمد اعرابی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی تهران.
۸. فرهودی، رحمت الله و شورجه، محمود (۱۳۸۳). برآورد برد گردشگری معبد آناهیتا، شهرکنگاور، فصلنامه‌ی مطالعات گردشگری، شماره ۷: ۴۵-۱۹.
۹. کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.
۱۰. غفاری، غلامرضا و مستولی، سید علی (۱۳۹۲). نظام اداری - مدیریتی و توسعه اجتماعی - فرهنگی پایدار در بخش گردشگری ماسوله، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۲، شماره ۷: ۱۲۵-۱۰۶.
۱۱. گی، چاک. وای (۱۳۸۲). جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه سید محمد اعرابی و علی پارسایان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۲. محمدی، رسول و فیضی، وحید (۱۳۸۷). مطالعه‌ی شرایط اقلیمی اصفهان به منظور توسعه‌ی گردشگری با استفاده از روش TCI، اولین همایش علمی سراسری دانشجویی جغرافیا، دانشگاه تهران، صص: ۲۶-۲۳.
13. Baum, T. and Sivas, E. (2008). The human resources development in tourism: A role for government?, **Journal of Tourism Management**, 29:783-794.
14. Caroline, W. (2009). Tourism, social, memory and the Great War, **Annals of Tourism Research**, 36(4): 607-626.
15. Gough, S. and Scott, W. (1999). Education and training for sustainable tourism: Problems, possibilities and cautious first steps, **Canadian Journal of Environmental Education**, (4): 193-212.
16. Karani, A.P., and Jonathon, D.G. (2011). Corporate social responsibility and employee recruiting in the hospitality and tourism industry,

http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1248&context=gradconf_hospitality, (13/76/2016).

17. Lengnick-Hall, C.A. and Lengnick-Hall, M.L. (1988). Strategic Human Resources Management: A review of the literature and a proposed typology, **Academy of Management Review**, 13: 454-470.

18. Torrington, D., Hall, L. and Taylor, S. (2005). **Human Resource Management**, Harlow: Financial Times.

19. UNWTO. (2013). World Tourism Organization, Annual Report.

20. World Tourist organization, (1999). **Tourism Highlights 1999** WTO Publications Unit, World Tourism Organization, Madrid.

