

تبیین عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی

صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران

علی رحیم‌پور^۱

عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری و عضو هیات مدیره انجمن علمی گردشگری ایران

مسلم باقری

عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۱۱/۱۵

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۰۹/۰۲

چکیده

برخی از اندیشمندان قرن بیست و یکم را قرن گردشگری می‌دانند قرن صنعتی پاک و بی‌دود که نقش بسزایی را در توسعه کشورها بر عهده دارد. کشور ایران به دلیل دارا بودن جاذبه‌ها و مقاصد بی‌بدیل استعداد بسیار زیادی در استفاده از مزایا و منافع این صنعت را دارا می‌باشد. اما علیرغم برخورداری از این پتانسیل بالقوه، صنعت گردشگری کشور به صورت مطلوبی توسعه نیافته است که یکی از دلایل عمده آن از دید صاحب‌نظران و خبرگان صنعت، عدم وجود نیروهای مستعد و باکیفیت در صنعت می‌باشد که در واقع می‌بایست از طریق برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی به جذب آنها در صنعت اقدام نمود. برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی یک رویکرد جامع و ساختار یافته پیرامون فرآیند تحلیل تعداد و استعدادهای مورد نیاز سازمان و یا صنعت در راستای جهت‌گیری‌های استراتژیک فعلی و آتی آن می‌باشد که محققین در این مقاله سعی در شناسایی و تبیین عوامل موثر بر این برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری کشور نموده‌اند. این مقاله با این هدف و با استفاده از روش تحقیق آمیخته اکتشافی و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی در بخش کیفی و استفاده از روش پیمایشی و نرم‌افزارهای SPSS و LISREL در بخش کمی به بررسی این عوامل پرداخته و پس از دستیابی به کفایت نظری در مصاحبه با خبرگان و اجرای روش تحلیل محتوای کیفی بر روی مصاحبه‌ها، اقدام به توزیع پرسشنامه با استفاده از روش پیمایشی نموده و به ۴۸ عامل در ۴ دسته عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی در صنعت گردشگری کشور در بخش‌های دولتی صنعت، خصوصی صنعت، سطح ملی و سطح بین‌المللی صنعت دست یافته است.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری، سرمایه انسانی، برنامه‌ریزی استراتژیک، تحقیق آمیخته اکتشافی

مقدمه

امروزه توجه به گردشگری و تأثیرات مثبت آن بسیار افزایش یافته است (هال و لیو، ۲۰۰۹، ص ۱). و این صنعت نقش بسیار مهمی را در رفاه اجتماعی و اقتصادی جوامع میزبان ایفاء می‌کند (والکر و والکر، ۲۰۱۱، ص ۲۱). بر اساس اعلام شورای جهانی گردشگری و سفر، گردشگری در حال تبدیل شدن به بزرگ‌ترین صنعت جهانی بوده و این انتظار وجود دارد که مشارکت مالی آن در سال ۲۰۱۱ به بیش از ۶ تریلیون دلار و حدود ۹ درصد تولید ناخالص جهانی رسیده و بیش از ۲۶۰ میلیون شغل در سطح جهانی ایجاد کرده باشد که این به معنای ۸.۷ درصد از استخدام جهانی و یک شغل به ازای هر ۱۱.۵ شغل موجود در سراسر جهان می‌باشد (WTTC, 2011).

یکی از عناصر صنعت گردشگری که مورد اجماع همه اندیشمندان صنعت گردشگری بوده و با توجه به ماهیت خدماتی بودن این صنعت دارای اهمیت بسیار زیادی می‌باشد منابع انسانی صنعت گردشگری می‌باشد کوسلووان و همکارانش (۲۰۱۰) در زمینه اهمیت منابع انسانی در صنعت گردشگری بیان می‌کنند: تعداد کمی از افراد این گزاره که عنصر انسانی در سازمان‌های گردشگری در کیفیت خدمات، رضایت و وفاداری مشتریان، مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی دارای نقش حیاتی می‌باشند را رد می‌کنند. این اعتقاد به وسیله تئوری‌ها، مدل‌ها و مطالعات کاربردی مورد تأیید و پشتیبانی قرار گرفته و ادبیات مدیریت گردشگری بر نقش حیاتی منابع انسانی تأکید می‌ورزند (کوسلووان و همکارانش، ۲۰۱۰، ص ۱۷۲).

عدم توسعه صنعت گردشگری کشور یکی از مباحث مورد توجه پژوهشگران این حوزه در داخل کشور می‌باشد که بیشتر آن‌ها عدم وجود منابع انسانی کارآمد و متخصص و ضعف در این زمینه را یکی از علل عدم توسعه یافتگی این صنعت در کشور ذکر نموده‌اند (درخشانی نسب و ضربایی، ۱۳۸۸، شجاعی و نوری، ۱۳۸۶). از این رو محققین در این مقاله تلاش دارند با شناسایی و تبیین عوامل موثر بر جذب افراد مستعد در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری کشور زمینه‌سازی رشد و ارتقاء صنعت گردشگری کشور را فراهم سازند.

برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی

زولا (۲۰۰۸) برنامه‌ریزی سرمایه انسانی را شامل استخدام، انتخاب، تخصیص و نگهداشت استعدادهای انسانی (منابع دانشی و فکری) و همچنین در برگیرنده توسعه و آموزش آنها دانسته و بیان می‌کند که این برنامه‌ریزی با استراتژی‌ها، مقاصد و اهداف حیاتی سازمان مرتبط می‌باشد. او همچنین برنامه‌ریزی سرمایه انسانی را یک امر حیاتی در موفقیت تمامی سازمان‌ها و آن را تخصیص دارایی‌های ناملموس (به سازمان - افراد مستعد) می‌داند که برای دستیابی به استراتژی‌های کسب و کار و ایجاد مزیت رقابتی بسیار با اهمیت می‌باشد (زولا، ۲۰۰۸، ص ۸).

براش و ریوس (۲۰۰۵) برنامه‌ریزی سرمایه انسانی را به دلیل تأثیرات تحول‌گرایانه آن بر روی ارزشی که برای سازمان ایجاد می‌شود را یکی از فرآیندهای کلیدی کسب و کار تعریف می‌کنند. آنها بیان می‌کنند که برنامه‌ریزی سرمایه انسانی جهت شناسایی نیازهای سرمایه انسانی اهداف و مقاصد مرتبط با استراتژی کسب و کار به کار می‌رود. در واقع براش و ریوس مهمترین جزء برنامه‌ریزی سرمایه انسانی را برقراری ارتباط میان کسب و کار و وظایف حرفه‌ای منابع انسانی جهت تعیین ارتباط مستقیم و مشخص میان استراتژی‌های کسب و کار و سرمایه‌های

انسانی درگیر در آن استراتژی‌ها می‌دانند (براش و ریوس، ۲۰۰۵، ص ۵۱-۴۹). آنها اهداف و مقاصد مورد انتظار از برنامه‌ریزی سرمایه انسانی را به دو سطح کسب و کار و وظیفه‌ای منابع انسانی تقسیم کرده و جدول ذیل را ترسیم می‌نمایند:

جدول ۱: اهداف برنامه‌ریزی سرمایه انسانی (براش و ریوس، ۲۰۰۵، ص ۵۲)

اهداف برنامه‌ریزی سرمایه انسانی و پیامدهای مورد انتظار	
از دیدگاه کسب و کار	از دیدگاه کارکردهای منابع انسانی
<ul style="list-style-type: none"> • بهبود قابلیت‌های شرکت و بخش‌ها برای شناسایی کاربردهای مدیریت استعدادها در استراتژی شرکت، کسب و کار و بخش‌ها • توانمندسازی منابع انسانی و صف سازمان جهت تخمین دقیق تعداد، نوع و کیفیت استعدادهای مورد نیاز برای اجرای استراتژی‌ها • توانمندسازی صف و منابع انسانی جهت شناسایی شکاف‌های استعدادی اصلی سازمان و شناسایی و اولویت بندی اقدامات مورد نیاز برای پوشاندن این شکاف‌ها 	<ul style="list-style-type: none"> • فراهم سازی یک فرآیند برای آگاهی بهتر از استراتژی‌های وظیفه‌ای در ارتباط با: - بیشترین/ کمترین وظیفه حیاتی منابع انسانی که می بایست برای حمایت کامل از کسب و کار فراهم گردد. - مدل‌های تحویل خدمت که در ارائه این خدمات بیشترین تاثیر را دارند. - قابلیت‌هایی وظیفه ای که می بایست رشد و تقویت یافته تا از ارائه خدمات بی‌عیب اطمینان حاصل گردد. - مهمترین ساختار و اندازه وظیفه ای مناسب، که نیازمند خدمت رسانی به کسب و کار و دستیابی به اهداف تحول گرایانه منابع انسانی می باشند همانگونه که آنها با مقیاس پذیری، هزینه و اثربخشی جهانی مرتبط می‌باشند.

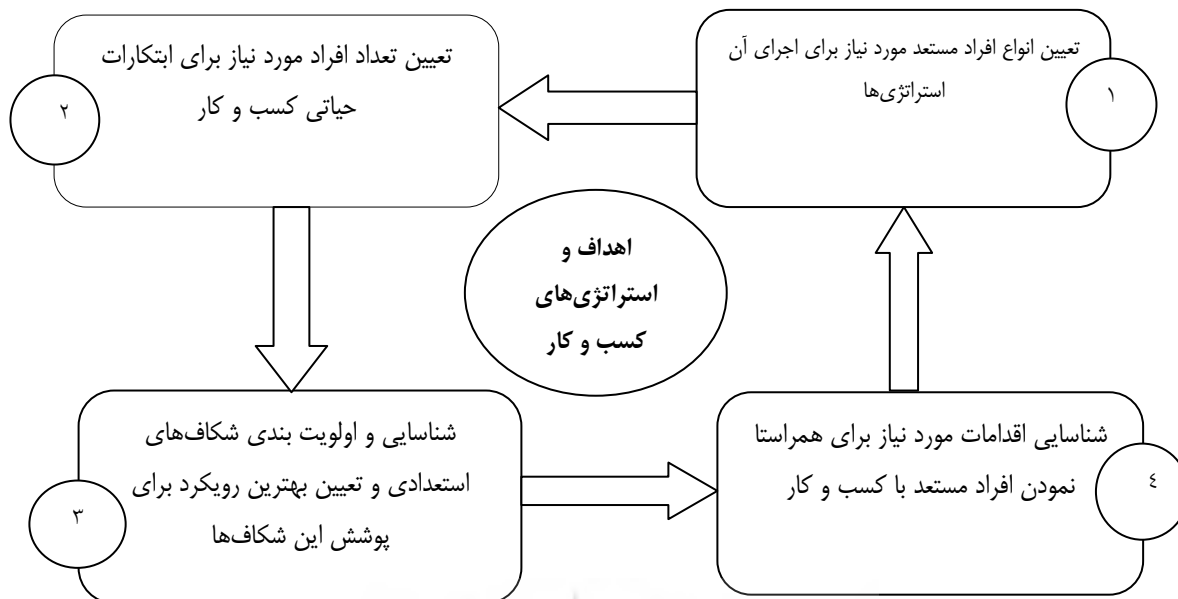
اداره مدیریت عملکرد دولت آمریکا برنامه‌ریزی سرمایه انسانی را به صورت ذیل تعریف می‌کند: یک چارچوب منسجم از سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات سرمایه انسانی جهت حمایت مستقیم از برنامه استراتژیک سازمان (بخش). در همین راستا موسسه رند برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی را به صورت یکی از عناصر برنامه‌ریزی استراتژیک سازمان تعریف می‌کند که بر روی شناسایی، اجرا و همراستاسازی سیاست‌ها، اقدامات، برنامه‌ها، فرآیندها و سیستم‌های مورد نیاز برای دستیابی به مقاصد استراتژیک سازمان متمرکز می‌شود (امریکس و همکارانش، ۲۰۰۴، ص ۱۸). تراهانت و همکارانش (۲۰۰۷) برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی را به صورت زیر تعریف می‌کنند:

برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی یک رویکرد جامع و ساختار یافته است که به ارزیابی وضعیت فعلی سازمان و نیازهای بلندمدت سرمایه انسانی آن پرداخته و برنامه‌ریزی‌های لازم در برای دستیابی به این نیازها را انجام می‌دهد (تراهانت و همکارانش، ۲۰۰۷، ص ۴۶). با توجه به تعاریف فوق می‌توان به این جمع‌بندی دست یافت که برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی یک رویکرد جامع و ساختار یافته پیرامون فرآیند تحلیل تعداد و استعدادهای مورد نیاز سازمان در راستای جهت‌گیری‌های استراتژیک فعلی و آتی سازمان می‌باشد.

به منظور ارتباط موفقیت‌آمیز میان فرآیندهای برنامه‌ریزی سرمایه انسانی با استراتژی کسب و کار براش و ریوس ۴ عنصر زیر را پیشنهاد می‌کنند:

۱. تعیین انواع افراد مستعد مورد نیاز برای اجرای آن استراتژی‌ها
۲. تعیین تعداد افراد مورد نیاز برای ابتکارات حیاتی کسب و کار
۳. شناسایی و اولویت بندی شکاف‌های استعدادی و تعیین بهترین رویکرد برای پوشش این شکاف‌ها
۴. شناسایی اقدامات مورد نیاز برای همراستا نمودن افراد مستعد با کسب و کار

شکل زیر مدل ارائه شده توسط آن‌ها را نشان می‌دهد:



شکل ۱: مدل برنامه‌ریزی سرمایه انسانی

منبع: براش و ریوس، ۲۰۰۵، ص ۵۲

با توجه به مباحث مطرح شده این مقاله با هدف تبیین عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی در صنعت گردشگری تعریف شده است.

سؤالات تحقیق

این پژوهش به دنبال پاسخگویی به سؤالات ذیل می‌باشد:

۱. عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی در صنعت گردشگری کشور کدامند؟

۲. دسته بندی عوامل شناسایی شده چگونه می‌باشد؟

روش تحقیق

روش پژوهش ما در این مقاله روش تحقیق آمیخته^۱ می‌باشد. پژوهش‌های آمیخته، پژوهش‌هایی هستند که با استفاده از ترکیب دو مجموعه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به انجام می‌رسند. معمولاً در انتخاب عنوان طرح‌های تحقیقی که با استفاده از روش‌های تحقیق آمیخته انجام می‌شود. از عبارات یا واژه‌هایی مانند: روش‌های پژوهش ترکیبی^۲، مدل آمیخته^۳، به هم تنیدگی^۴، روش چندگانه^۵، روش شناسی آمیخته^۶ استفاده می‌شود. همان طور که در این عبارات آشکار است، در روش‌های تحقیق آمیخته برای بررسی یک مسئله پژوهشی، پژوهشگر با به کار بردن مجموعه روش‌هایی که اساس آن‌ها پارادایم‌های گوناگون است، بررسی موقعیت نامعین را میسر کند و فرآیند آن را تسهیل می‌نماید (بازرگان، ۱۳۸۷، ۱۶۵-۱۶۲).

^۱. Mixed Method

^۲. integrated

^۳. mixed model

^۴. triangulation

^۵. multi - method

^۶. mixed methodology

با توجه به اینکه در این مقاله در ابتدا داده‌های کیفی بر اساس استراتژی پژوهش تحلیل محتوای کیفی گردآوری شده و سپس داده‌های کمی بر اساس استراتژی پژوهش پیمایشی جمع‌آوری می‌گردند لذا روش تحقیق این مقاله آمیخته اکتشافی می‌باشد.

تحلیل محتوای کیفی

تحلیل محتوا فرایندی هوشمند از دسته بندی داده‌های متنی کیفی در دسته‌های (گروه‌های) موجودیت‌های مشابه یا دسته‌های مفهومی برای شناسایی الگوهای همسان و روابط میان متغیرها یا تم‌های آنها می‌باشد. شانون و هسیه (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که تحلیل محتوای کیفی روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متن از طریق فرایند دسته بندی سیستماتیک کدگذاری و شناسایی تم‌ها و الگوهای آنها می‌باشد (شانون و هسیه، ۱۳۷۸، ۲۰۰۵). و میرینگ تحلیل محتوای کیفی را رویکرد تحلیلی کنترل شده، متدلوزیک و تجربی از متون با توجه به بافت ارتباطی آنها (متون) تعریف می‌کند که از قواعد و مدل خود گام به گام به دوراز هر گونه کمی شدن تبعیت می‌کند (میرینگ، ۲۰۰۰، ص ۲).

تحلیل محتوای کیفی روشی برای کاهش داده‌ها و حس گرفتن با آنها جهت استخراج معنی از آنها می‌باشد. این روش معمولاً برای تحلیل گروه وسیعی از داده‌های متنی شامل یادداشت‌های مصاحبه‌ها، مشاهدات ثبت شده، حکایت‌ها، پاسخ‌های داده شده به سوالات پرسشنامه باز، گفتگوها، نامه‌های الکترونیکی و رسانه همانند نقاشی‌ها، عکس‌ها و فیلم (ویدئو) می‌باشد.

تحلیل محتوا روشی مستقل از چارچوب و رویکردهای تئوریک همانند تئوری داده بنیاد و پدیدارشناسی بوده و در پاسخ به سوالات چه (what) و سوالات چرا (why) و تحلیل ادراکات مورد استفاده قرار می‌گیرد (گیون و همکاران، ۲۰۰۸، ص ۱۲۰).

بر اساس نظر الو و کینگاس^۱ (۲۰۰۸) پس از تعیین واحد تحلیل در تحلیل محتوای کیفی و ارتباط برقرار کردن با متن گام‌های تحلیل محتوای کیفی در زمانی که به صورت استقرایی انجام شده و فاقد فرضیه باشد به صورت ذیل می‌باشد:

۱. کدگذاری باز: کدگذاری باز به این معنی است که یادداشت‌ها و سرفصل‌ها در متن به هنگام خواندن آنها نوشته شده و سپس آنها مورد مطالعه مجدد قرار گرفته و عناوین ضروری و حیاتی در حاشیه یادداشت شده تا همه ابعاد محتوا را تشریح نمایند.

۲. لیست کردن کدها: در این گام عناوین یادداشت شده در حاشیه متون به یک صفحه مجزا انتقال یافته تا پس از آن تحلیل‌های جهت استخراج دسته‌ها بر روی آنها صورت پذیرد.

۳. گروه‌بندی کردن: پس از مرحله اول و دوم در این مرحله کدهای باز با یکدیگر تحت عناوین کلی‌تر گروه‌بندی می‌شوند. هدف از مرحله گروه‌بندی کاهش تعداد کدها به وسیله ادغام کدهای مشابه در کدهای کلی‌تر می‌باشد.

¹ Satu Elo & Helvi Kynga`s

۴. دسته بندی کردن: در این مرحله گروه‌های مشابه هم با یکدیگر ادغام شده و دسته‌ها به وجود می‌آیند نکته مهم اینکه می‌بایست گروه‌های ذیل هر دسته می‌بایست به آن تعلق داشته باشند و هدف از این مرحله فراهم سازی ابزاری برای توصیف پدیده برای افزایش فهم و همچنین تولید دانش می‌باشد.

۵. انتزاع: انتزاع به معنای فرموله کردن یک توصیف کلی از موضوع مورد تحقیق از طریق تولید دسته‌ها می‌باشد. زیر دسته‌های با رویدادهای مشابه با یکدیگر در جهت تشکیل دسته‌ها با هم ادغام شده و دسته‌ها در راستای تشکیل دسته اصلی با هم ادغام می‌شوند (الو و کینگاس، ۲۰۰۸، ص ۱۱۱-۱۰۹).

روش پیمایشی

در بخش دوم این پایان نامه نیز از استراتژی پژوهش کمی پیمایشی استفاده شده و برای آزمون نتایج کیفی حاصله از مرحله اول و استراتژی تحلیل محتوای کیفی در مرحله دوم از نرم افزارهای LISREL 8.5 و SPSS17 استفاده گردیده است.

جامعه آماری و نمونه‌گیری

در مرحله طراحی مدل جامعه آماری تحقیق مدیران، پژوهشگران و اساتید حوزه گردشگری و اساتید دانشگاهی آشنا با حوزه گردشگری کشور بوده است که بر این اساس با ۱۶ نفر از خبرگان این حوزه اقدام به مصاحبه شده و این مصاحبه‌ها تا مرحله دستیابی به کفایت نظری (اشباع) ادامه یافتند. اما در مرحله اخذ تائید راهکارهای کلان استخراج شده در بخش کیفی پژوهش، جامعه آماری تحقیق شامل صاحب‌نظران، متخصصین و کارشناسان صنعت گردشگری کشور نیز بودند. که بر اساس بررسی صورت گرفته تعداد این افراد ۳۲۰ نفر (با تاکید بر شهر تهران) بوده است که بر اساس جدول نمونه‌گیری مورگان حجم نمونه می‌بایست ۱۷۵ نفر باشد که با توجه به پراکندگی جغرافیایی افراد تعداد ۲۲۰ پرسشنامه توزیع گردید که در نهایت ۱۷۵ پرسشنامه جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

روش نمونه‌گیری: برای نمونه‌گیری در مرحله اول یعنی تعیین عوامل موثر بر برنامه‌ریزی سرمایه انسانی صنعت گردشگری کشور و پیامدهای آن از روش نمونه‌گیری زنجیره‌ای یا گلوله برفی (به معنای مشخص کردن افرادی که از نظر افراد انتخاب شده واجد شرایط بوده و دارای اطلاعات ذی‌قیمتی می‌باشند) استفاده خواهد شد. در مرحله آزمون مدل نیز از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده گردیده است.

پایایی و روایی ابزار تحقیق: به منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد (پایایی)، با استفاده از روش آلفای کرونباخ یک نمونه اولیه شامل ۳۵ پرسشنامه پیش‌آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS17 میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ برای این ابزار محاسبه شد، که عدد ۰.۹۰۶ بدست آمده نشان از پایایی پرسشنامه تحقیق داشته است.

روایی^۱ پرسشنامه: برای تعیین روایی ابزار تحقیق هم از نظر سنجی از خبرگان استفاده شده است به این معنی که پس از تدوین آن اساتید مجرب در این زمینه روایی آن را تائید نموده اند و هم اینکه با سنجش روایی سازه ابعاد

^۱. Validity

پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی تائیدی به وسیله مدل معادلات ساختاری و نرم افزار LISREL 8.5 مورد ارزیابی قرار گرفته و تائید شده است.

تجزیه و تحلیل اطلاعات

با توجه به روش تحقیق این مقاله و استفاده از دو روش تحلیل محتوای کیفی و پیمایشی نتایج حاصل از این دو روش به شرح ذیل می‌باشد:

الف) نتایج حاصل از بخش کیفی پژوهش و روش تحلیل محتوای کیفی

در گام اول پژوهش تمامی مصاحبه‌ها، تحلیل و مفاهیم موجود در آن‌ها استخراج گردید. سپس در مرحله دوم تمامی این مفاهیم در یکجا لیست شده و در مرحله سوم اقدام به گروه بندی مفاهیم مشابه گردید. جدول ۲ خروجی‌های حاصله از گام اول تا سوم پژوهش را ارائه می‌نماید. که در آن از ۱۸۲ مفهوم استخراج شده در مرحله اول و دوم ۴۸ گروه در مرحله سوم بدست آمده است.

جدول ۲: استخراج (کد گذاری باز)، گروه‌بندی عوامل موثر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی

ردیف	کد	مفاهیم	گروه
۱	۱.۱	انجام نقش سایستگذاری خود	طرحریزی برنامه‌استراتژیک و جامع صنعت گردشگری
۲	۲.۱	برنامه‌ریزی روی فارغ التحصیلان مرتبط دانشگاهی	فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت
۳	۳.۱	برگزاری دوره‌های آموزشی	طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت
۴	۴.۱	استفاده از نیروهای متخصص	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی
۵	۵.۱	توجه به استعدادهای مورد نیاز صنعت	طراحی نظام مدیریت استعدادهای صنعت
۶	۶.۱	فراهم سازی زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت مثل راه و...	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۷	۷.۱	میزان خصوصی سازی در سطح کشور و صنعت	توانمندسازی بخش خصوصی در کشور
۸	۸.۱	ایجاد امنیت برای گردشگران	ایجاد امنیت برای گردشگران
۹	۹.۱	سرمایه گذاری در این صنعت توسط بانک‌ها و...	افزایش سرمایه گذاری در صنعت
۱۰	۱۰.۱	توسعه ارتباطات در کشور	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۱۱	۱۱.۱	تبلیغات بین المللی توسط دولت	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۲	۱۲.۱	تصویر ایجاد شده از کشور در سطح جهانی	تصویر کشور در سطح بین الملل
۱۳	۱.۲	توجه به استانداردهای روز دنیا	رعایت استانداردهای جهانی در صنعت
۱۴	۲.۲	برگزاری آموزش‌های ضمن خدمت	طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت
۱۵	۳.۲	انجام تجزیه و تحلیل مشاغل صنعت گردشگری و تدوین معیارهای جذب	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی
۱۶	۴.۲	قوی شدن بخش خصوصی	توانمندسازی بخش خصوصی در کشور
۱۷	۵.۲	رقابت بین بخش خصوصی	وجود رقابت در بخش خصوصی صنعت
۱۸	۶.۲	بکارگیری شیوه‌های گردشگری علمی و نه سنتی	رعایت استانداردهای جهانی در صنعت
۱۹	۷.۲	مدیریت قوی در بخش خصوصی	کیفیت مدیریت در بخش خصوصی صنعت
۲۰	۸.۲	امنیت کشور	ایجاد امنیت برای گردشگران
۲۱	۹.۲	توجه به بخش خصوصی و توانمند نمودن آن	توانمندسازی بخش خصوصی در کشور
۲۲	۱۰.۲	فراهم نمودن زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۲۳	۱۱.۲	جنگ در کشورهای همسایه	وضعیت سیاسی کشورهای همسایه (جنگ و...)
۲۴	۱.۳	دعوت از اساتید داخلی و خارجی عالم به صنعت	استفاده از اساتید تخصصی در صنعت
۲۵	۲.۳	ارتباطات بین المللی بخش خصوصی با صنعت گردشگری دیگر کشورها	افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان
۲۶	۳.۳	توجه دولت به صنعت و اولویت دادن به آن	جدی گرفتن صنعت توسط دولت
۲۷	۴.۳	توجه به بخش خصوصی و توانمند نمودن آن	توانمندسازی بخش خصوصی در کشور

۲۸	۵.۳	وضعیت اقتصادی کشور	وضعیت اقتصادی کشور
۲۹	۶.۳	نظام آموزش عالی	وضعیت نظام آموزش عالی گردشگری در کشور
۳۰	۷.۳	روابط کشور با دیگر کشورها	کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها
۳۱	۱.۴	انتصابات سیاسی	میزان انتصابات سیاسی در صنعت
۳۲	۲.۴	حقوق و مزایای سازمان	وضعیت نگهداشت منابع انسانی
۳۳	۳.۴	تکنولوژی سازمان	تکنولوژی سازمان
۳۴	۴.۴	توانمندی در ورود گردشگر به داخل کشور	افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان
۳۵	۵.۴	فعال شدن شعب در خارج کشور	افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان
۳۶	۶.۴	بالا بودن هزینه تمام شده خدمات صنعت	میزان هزینه‌های گردشگری کشور
۳۷	۷.۴	قانون کار و محدودیت‌های آن	قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن
۳۸	۱.۵	شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی	انجام بازاریابی بین‌المللی برای صنعت
۳۹	۲.۵	استخدام بر اساس شایستگی	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی
۴۰	۳.۵	تألیف فضا برای کار در گردشگری	ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور
۴۱	۴.۵	اهمیت دادن به توسعه صنعت گردشگری	جدی گرفتن صنعت توسط دولت
۴۲	۵.۵	مسائل سیاسی کشور	وضعیت سیاسی کشور
۴۳	۶.۵	امنیت	ایجاد امنیت برای گردشگران
۴۴	۷.۵	تبلیغات منفی علیه ایران	تصویر کشور در سطح بین‌الملل
۴۵	۸.۵	تأثیرات جنگ‌های عراق و افغانستان بر گردشگری ایران	وضعیت سیاسی کشورهای همسایه (جنگ و...)
۴۶	۹.۵	تحریم‌های بین‌المللی	تحریم‌های بین‌المللی
۴۷	۱.۶	واگذاری امور اجرایی به بخش خصوصی	توانمندسازی بخش خصوصی در کشور
۴۸	۲.۶	تجدید نظر در مشاغل گردشگری و به روز رسانی آنها	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی
۴۹	۳.۶	توجه به مهارت‌ها و دانش‌های مورد نیاز صنعت	نگاه تخصصی به صنعت
۵۰	۴.۶	جذب دانش آموخته‌های گردشگری توسط بخش خصوصی	اولویت دادن به فارغ‌التحصیلان گردشگری در بخش خصوصی
۵۱	۵.۶	توجه به گردشگری به عنوان نیاز	افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری
۵۲	۶.۶	سرمایه‌گذاری در گردشگری	افزایش سرمایه‌گذاری در صنعت
۵۳	۷.۶	نگاه به گردشگری به عنوان حق مردم	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۵۴	۸.۶	زمینه‌سازی برای رشد گردشگری	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۵۵	۹.۶	قانونگذاری مورد نیاز صنعت	تدوین قانون جامع گردشگری کشور
۵۶	۱۰.۶	بها دادن به بخش خصوصی	توانمندسازی بخش خصوصی در کشور
۵۷	۱۱.۶	امنیت	ایجاد امنیت برای گردشگران
۵۸	۱.۷	آموزش نیروهای خاص	طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت
۵۹	۲.۷	آموزش تخصصی نیرو متناسب با بخش خود	طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت
۶۰	۳.۷	ارتقاء سطح دانش کارکنان	طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت
۶۱	۴.۷	نظام آموزش عالی	وضعیت نظام آموزش عالی گردشگری در کشور
۶۲	۵.۷	اشتغال	میزان اشتغال سطح کشور
۶۳	۶.۷	فراهم سازی زیرساخت‌های صنعت	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۶۴	۷.۷	امنیت	ایجاد امنیت برای گردشگران
۶۵	۸.۷	بهداشت	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۶۶	۹.۷	سیاست و ارتباط با دیگر کشورها	کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها
۶۷	۱۰.۷	تصویر ارائه شده از کشور	تصویر کشور در سطح بین‌الملل
۶۸	۱.۸	استفاده از تجربیات دیگر کشورها	بکارگیری تجربیات موفق دیگر کشورها
۶۹	۲.۸	واگذاری امور اجرایی به بخش خصوصی	توانمندسازی بخش خصوصی صنعت
۷۰	۳.۸	تلاش در جهت اتصال حلقه‌های اصلی درگیر در گردشگری کشور	هماهنگی سازمان‌های درگیر در گردشگری کشور

۷۱	۴.۸	تشکیل اتحادیه جامع گردشگری و واگذاری آن به بخش خصوصی مثل تورسب ترکیه	توانمندسازی بخش خصوصی صنعت
۷۲	۵.۸	تاکید بر ظرفیت‌های کشور مثل گردشگری مذهبی	شناسایی انواع گردشگری متناسب با کشور
۷۳	۶.۸	انتقال تجربیات بین بخش خصوصی	وجود نظام مدیریت دانش در صنعت
۷۴	۷.۸	شرکت در سمینارهای بین المللی	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۷۵	۸.۸	داشتن ارتباطات بین المللی	افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان
۷۶	۹.۸	داشتن نگاه علمی به صنعت داشتن (و نه فقط سودآوری)	نگاه تخصصی به صنعت
۷۷	۱۰.۸	کار به صورت تخصصی	نگاه تخصصی به صنعت
۷۸	۱۱.۸	رعایت استانداردهای جهانی	رعایت استانداردهای جهانی در صنعت
۷۹	۱۲.۸	استفاده از تجربیات کشورهای دنیا	یکارگیری تجربیات موفق دیگر کشورها
۸۰	۱۳.۸	فعال کردن سفرا در کشورهای دنیا	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۸۱	۱۴.۸	فراهم سازی زیرساخت‌ها مثل فرودگاه‌ها	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۸۲	۱۵.۸	امنیت کشور	ایجاد امنیت برای گردشگران
۸۳	۱۶.۸	ایجاد امنیت برای سرمایه گذاران	ایجاد امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت
۸۴	۱۷.۸	روابط سیاسی کشور با دنیا	کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها
۸۵	۱۸.۸	استفاده و دعوت از ایرانیان سرمایه گذار ساکن در کشورهای خارجی	ایجاد امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت
۸۶	۱۹.۸	انجام تبلیغات خوب از کشور	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۸۷	۲۰.۸	تبلیغ در بین متخصصان گردشگری	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۸۸	۲۱.۸	شناساندن کشور به دنیا	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۸۹	۲۲.۸	تصویر ایجاد شده از کشور	تصویر کشور در سطح بین الملل
۹۰	۲۳.۸	تبلیغ کشور توسط رسانه‌های بین المللی	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۹۱	۲۴.۸	میزان تعاملات با کشورها و مردم دنیا	کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها
۹۲	۱.۹	نشان دادن بازده‌های گردشگری به مردم	افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری
۹۳	۲.۹	تلاش در راستای دستیابی به فرهنگ گردشگری	ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور
۹۴	۳.۹	توجه به ظرفیت‌های محلی مثل سوغات‌های محلی	توجه به ظرفیت‌های محلی متناسب با صنعت گردشگری کشور
۹۵	۴.۹	برنامه‌ریزی جهت جذب ممتازین و فارغ التحصیلان دانشگاهی (مثل ممتازین نفت اما هدفمند)	فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت
۹۶	۵.۹	ایجاد مانعیت از توسعه گردشگری انبوه	شناسایی انواع گردشگری متناسب با کشور
۹۷	۶.۹	توجه به ماهیت صنعت و نیازهای آن در جذب نیروهای سازمان	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی
۹۸	۷.۹	برقراری ارتباط با مراکز تربیت کننده نیروی خود مثل دانشگاه‌ها	تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور
۹۹	۸.۹	شناسایی مزایای رقابتی خود	شناسایی انواع گردشگری متناسب با کشور
۱۰۰	۹.۹	روابط کشور با دیگر کشورها	کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها
۱۰۱	۱۰.۹	تحریم‌ها	تحریم‌های بین المللی
۱۰۲	۱۱.۹	عدم ورود هواپیماهای بین المللی به کشور	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۱۰۳	۱۲.۹	تصویر ایجاد شده از کشور	تصویر کشور در سطح بین الملل
۱۰۴	۱.۱۰	رقابتی شدن صنعت	وجود رقابت در بخش خصوصی صنعت
۱۰۵	۲.۱۰	نگاه اقتصادی به صنعت گردشگری	نگاه اقتصادی به صنعت گردشگری
۱۰۶	۱.۱۱	واگذاری امور اجرایی به بخش خصوصی	توانمندسازی بخش خصوصی صنعت
۱۰۷	۲.۱۱	لحاظ معیارهای شایستگی در جذب افراد	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی
۱۰۸	۳.۱۱	استفاده از فرصت‌های آموزشی در سطح بین المللی برای افراد ذیصلاح (سازمان جهانی گردشگری، یونسکو، اکو و...)	استفاده از فرصت‌های آموزشی بین المللی جهت پرورش منابع انسانی
۱۰۹	۴.۱۱	داشتن مدیران عملگرا و فرهیخته	مدیریت مناسب صنعت
۱۱۰	۵.۱۱	گسترش همکاری با مراکز دانشگاهی	تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور

نگاه تخصصی به صنعت	توجه به معیارهای جذب و ماهیت صنعت در جذب نیرو	۶.۱۱	۱۱۱
به روز بودن منابع انسانی صنعت	استفاده از تکنولوژی‌های روز	۷.۱۱	۱۱۲
به روز بودن منابع انسانی صنعت	استفاده از دانش‌های روز	۸.۱۱	۱۱۳
کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها	روابط سیاسی با دیگر کشورها	۹.۱۱	۱۱۴
جدی گرفتن صنعت توسط دولت	توجه به گردشگری به عنوان یک بازوی اقتصاد	۱۰.۱۱	۱۱۵
ایجاد تعامل نظام آموزشی گردشگری کشور با دانشگاه‌های پیشرو جهانی	تحکیم روابط و تعامل مراکز دانشگاهی با دانشگاه‌های پیشرو دنیا	۱۱.۱۱	۱۱۶
قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن	وضع قوانین و مقررات جهت استفاده بهینه از منابع انسانی (وضع قوانینی که فارغ التحصیل هر رشته در سازمان مرتبط مشغول شود). و تعهد به اجرای قوانین	۱۲.۱۱	۱۱۷
ایجاد امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت	ایجاد امنیت سرمایه گذاری	۱۳.۱۱	۱۱۸
تحریم‌های بین المللی	تحریم‌ها	۱۴.۱۱	۱۱۹
طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت	فراهم سازی بسترهای آموزش توسط بخش دولتی	۱.۱۲	۱۲۰
توانمندسازی بخش خصوصی صنعت	حمایت جدی از بخش خصوصی	۲.۱۲	۱۲۱
قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن	توجه به مشکلات منابع انسانی صنعت (بیمه، وام‌های مختلف و...)	۳.۱۲	۱۲۲
طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی	استخدام بر اساس شایستگی و تخصص	۴.۱۲	۱۲۳
اولویت دادن به جذب فارغ التحصیلان گردشگری در بخش خصوصی	جذب افراد دانشگاهی و یا آموزش دیده	۵.۱۲	۱۲۴
وضعیت اقتصادی	قرار گرفتن سفر در سبد خانوارها	۶.۱۲	۱۲۵
کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها	روابط سیاسی دولت‌ها	۷.۱۲	۱۲۶
وضعیت اقتصادی	وضعیت اقتصادی مردم	۸.۱۲	۱۲۷
وضعیت اقتصادی کشور	نرخ تورم	۹.۱۲	۱۲۸
ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت	فراهم سازی زیرساخت‌ها	۱۰.۱۲	۱۲۹
تصویر کشور در سطح بین الملل	تبلیغات منفی درباره کشور	۱۱.۱۲	۱۳۰
قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن	تدوین بخشنامه مجوز برای استفاده از منابع انسانی با مهارت	۱.۱۳	۱۳۱
ثبات مدیران صنعت	ثبات مدیران	۲.۱۳	۱۳۲
تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور	ارتباط با انجمن‌ها	۳.۱۳	۱۳۳
رعایت استانداردهای جهانی در صنعت	استانداردسازی ارائه خدمات	۴.۱۳	۱۳۴
طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت	سفت گرفتن دادن مدارک آموزشی	۵.۱۳	۱۳۵
تعامل مناسب بخش خصوصی با بخش دولتی صنعت	همکاری با سازمان	۶.۱۳	۱۳۶
انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت	شرکت در نمایشگاه‌های بین المللی	۷.۱۳	۱۳۷
وضعیت اقتصادی	اقتصاد	۸.۱۳	۱۳۸
وضعیت نظام آموزش عالی گردشگری در کشور	اصلاح نظام آموزش گردشگری در کشور	۹.۱۳	۱۳۹
تصویر کشور در سطح بین الملل	تبلیغات منفی	۱۰.۱۳	۱۴۰
تحریم‌های بین المللی	تحریم	۱۱.۱۳	۱۴۱
انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت	نداشتن برند خاصی از کشورمان در زمینه گردشگری	۱۲.۱۳	۱۴۲
انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت	شرکت در نمایشگاه‌های بین المللی	۱۳.۱۳	۱۴۳
طراحی نظام مدیریت استعدادها صنعت	داشتن برنامه برای استفاده از استعدادها	۱.۱۴	۱۴۴
جدی گرفتن صنعت توسط دولت	داشتن برنامه برای توسعه گردشگری	۲.۱۴	۱۴۵
ثبات مدیران صنعت	ثبات مدیران	۳.۱۴	۱۴۶
نگاه تخصصی به صنعت	بها دادن به کارکنان آموزش دیده	۴.۱۴	۱۴۷
اولویت دادن به جذب فارغ التحصیلان گردشگری در بخش خصوصی	به کارگیری افراد با تحصیلات مرتبط	۵.۱۴	۱۴۸
وضعیت اقتصادی	وضعیت اقتصادی کشور	۶.۱۴	۱۴۹
انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت	تبلیغات مناسب	۷.۱۴	۱۵۰
افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری	ایجاد انگیزش‌های لازم در مردم	۸.۱۴	۱۵۱

۱۵۲	۹.۱۴	افزایش زندگی شهرنشینی	ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور
۱۵۳	۱۰.۱۴	تصویر ایجاد شده از کشور	تصویر کشور در سطح بین الملل
۱۵۴	۱۱.۱۴	تبلیغات مثبت ما در خارج	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۵۵	۱۲.۱۴	شرکت در نمایشگاه‌های بین المللی	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۵۶	۱.۱۵	ایجاد نگاه سیستمی و تخصصی به صنعت	نگاه تخصصی به صنعت
۱۵۷	۲.۱۵	تلاش در جهت جذب گردشگر خروجی	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۵۸	۳.۱۵	استفاده از دانش به روز	به روز بودن منابع انسانی صنعت
۱۵۹	۴.۱۵	تسلط بر زبان تخصصی توسط بخش خصوصی	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی
۱۶۰	۵.۱۵	درآمد مردم	وضعیت اقتصادی
۱۶۱	۶.۱۵	آگاهی مردم از تاریخ کشور و حوزه‌های گردشگری آن	افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری
۱۶۲	۷.۱۵	قرار دادن سفر در سبد خانوارها	ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور
۱۶۳	۸.۱۵	تصویر ایجاد شده از کشور	تصویر کشور در سطح بین الملل
۱۶۴	۹.۱۵	وجود ارده برای جذب توریست بین المللی	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۶۵	۱۰.۱۵	تبلیغات کافی در سطح جهانی و رسانه‌های بین المللی	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۶۶	۱۱.۱۵	آگاه نمودن مردم جهان از ایران	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۶۷	۱۲.۱۵	فعال نمودن سفارتخانه‌ها در جذب توریست	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۶۸	۱.۱۶	آشنایی مدیران با صنعت	افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری
۱۶۹	۲.۱۶	داشتن نگاه تخصصی به صنعت	نگاه تخصصی به صنعت
۱۷۰	۳.۱۶	وجود برنامه‌های جامع و بلندمدت در سازمان	طرح‌ریزی برنامه استراتژیک و جامع صنعت گردشگری
۱۷۱	۴.۱۶	اختصاص بودجه کافی به آموزش	طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت
۱۷۲	۵.۱۶	ایجاد مرکزی برای جذب نخبگان مثل پژوهشگاه	فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت
۱۷۳	۶.۱۶	ارتباط با دانشگاه‌ها و مراکز علمی	تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور
۱۷۴	۷.۱۶	پیشنهاد نیاز و موضوع به دانشگاه‌ها	تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور
۱۷۵	۸.۱۶	تخصصی بودن بخش خصوصی	نگاه تخصصی به صنعت
۱۷۶	۹.۱۶	بکارگیری دانش‌های روز	به روز بودن منابع انسانی صنعت
۱۷۷	۱۰.۱۶	شرکت هدفمند در نمایشگاه‌های بین المللی	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت
۱۷۸	۱۱.۱۶	فرهنگ سازی بین مردم	ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور
۱۷۹	۱۲.۱۶	اقتصاد	وضعیت اقتصادی
۱۸۰	۱۳.۱۶	توزیع مستقیم منافع گردشگری	افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری
۱۸۱	۱۴.۱۶	زیرساخت‌ها	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت
۱۸۲	۱۵.۱۶	امنیت	ایجاد امنیت برای گردشگران

پس از شناسایی گروه‌های مختلف موجود در بین مفاهیم در مرحله چهارم اقدام به دسته بندی هر یک از گروه‌ها در دو دسته فرعی و اصلی شده است که نتایج این مرحله در جدول ۲ ارائه شده است نکته قابل ذکر اینکه در مرحله قبل سعی شده بود با افراد در سطوح مختلف مرتبط با صنعت مصاحبه گردد از این رو در دسته‌بندی نیز بر این مینا عمل شده است.:

جدول ۳: عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری کشور

ردیف	گروه	دسته فرعی	دسته اصلی
۱	طرح‌ریزی برنامه‌استراتژیک و جامع صنعت گردشگری	بخش دولتی	درون صنعت
۲	فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۳	طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۴	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی	بخش خصوصی	درون صنعت
۵	طراحی نظام مدیریت استعداد‌های صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۶	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت	سطح ملی	برون صنعت
۷	توانمندسازی بخش خصوصی در کشور	سطح ملی	برون صنعت
۸	ایجاد امنیت برای گردشگران	سطح ملی	برون صنعت
۹	افزایش سرمایه گذاری در صنعت	سطح ملی	برون صنعت
۱۰	انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت	سطح بین المللی	برون صنعت
۱۱	تصویر کشور در سطح بین الملل	سطح بین المللی	برون صنعت
۱۲	رعایت استانداردهای جهانی در صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۱۳	وجود رقابت در بخش خصوصی صنعت	بخش خصوصی	درون صنعت
۱۴	کیفیت مدیریت در بخش خصوصی صنعت	بخش خصوصی	درون صنعت
۱۵	وضعیت سیاسی کشورهای همسایه(جنگ و...)	سطح بین المللی	برون صنعت
۱۶	استفاده از اساتید تخصصی در صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۱۷	افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان	بخش خصوصی	درون صنعت
۱۸	جدی گرفتن صنعت توسط دولت	سطح ملی	برون صنعت
۱۹	وضعیت اقتصادی کشور	سطح ملی	برون صنعت
۲۰	وضعیت نظام آموزش عالی گردشگری در کشور	سطح ملی	برون صنعت
۲۱	کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها	سطح ملی	برون صنعت
۲۲	میزان انتصابات سیاسی در صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۲۳	وضعیت نگهداشت منابع انسانی	بخش خصوصی	درون صنعت
۲۴	تکنولوژی سازمان	بخش دولتی	درون صنعت
۲۵	میزان هزینه‌های گردشگری کشور	سطح ملی	برون صنعت
۲۶	قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن	بخش دولتی	درون صنعت
۲۷	ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور	سطح ملی	برون صنعت
۲۸	وضعیت سیاسی کشور	سطح ملی	برون صنعت
۲۹	تحریم‌های بین المللی	سطح بین المللی	برون صنعت
۳۰	نگاه تخصصی به صنعت	بخش خصوصی	درون صنعت
۳۱	اولویت دادن به فارغ التحصیلان گردشگری در بخش خصوصی	بخش خصوصی	درون صنعت
۳۲	افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری	سطح ملی	برون صنعت
۳۳	تدوین قانون جامع گردشگری کشور	بخش دولتی	درون صنعت
۳۴	میزان اشتغال سطح کشور	سطح ملی	برون صنعت
۳۵	بکارگیری تجربیات موفق دیگر کشورها	بخش دولتی	درون صنعت
۳۶	هماهنگی سازمان‌های درگیر در گردشگری کشور	سطح ملی	برون صنعت
۳۷	شناختن انواع گردشگری متناسب با کشور	بخش دولتی	درون صنعت
۳۸	وجود نظام مدیریت دانش در صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۳۹	ایجاد امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت	سطح ملی	برون صنعت
۴۰	توجه به ظرفیت‌های محلی متناسب با صنعت گردشگری کشور	بخش دولتی	درون صنعت
۴۱	فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۴۲	تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور	بخش دولتی	درون صنعت
۴۳	نگاه اقتصادی به صنعت گردشگری	سطح ملی	برون صنعت

۴۴	استفاده از فرصت‌های آموزشی بین المللی جهت پرورش منابع انسانی	بخش دولتی	درون صنعت
۴۵	به روز بودن منابع انسانی صنعت	بخش خصوصی	درون صنعت
۴۶	ایجاد تعامل نظام آموزشی گردشگری کشور با دانشگاه‌های پیشرو جهانی	سطح ملی	برون صنعت
۴۷	ثبات مدیران صنعت	بخش دولتی	درون صنعت
۴۸	تعامل مناسب بخش خصوصی با بخش دولتی صنعت	بخش دولتی	درون صنعت

در مرحله پنجم و پایانی پژوهش نتایج حاصله از پژوهش به صورت مدل زیر ترسیم گردیده است:

جدول ۴: مدل تبیینی عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری کشور

ردیف			
۱	طرح‌ریزی برنامه‌استراتژیک و جامع صنعت گردشگری	بخش دولتی	درون صنعت
۲	فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت		
۳	طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت		
۴	طراحی نظام مدیریت استعدادهاى صنعت		
۵	رعایت استانداردهای جهانی در صنعت		
۶	استفاده از اساتید تخصصی در صنعت		
۷	میزان انتصابات سیاسی در صنعت		
۸	تکنولوژی سازمان		
۹	قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن		
۱۰	تدوین قانون جامع گردشگری کشور		
۱۱	بکارگیری تجربیات موفق دیگر کشورها		
۱۲	شناسایی انواع گردشگری متناسب با کشور		
۱۳	وجود نظام مدیریت دانش در صنعت		
۱۴	توجه به ظرفیت‌های محلی متناسب با صنعت گردشگری کشور	بخش خصوصی	درون صنعت
۱۵	فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت		
۱۶	تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور		
۱۷	استفاده از فرصت‌های آموزشی بین المللی جهت پرورش منابع انسانی		
۱۸	ثبات مدیران صنعت		
۱۹	تعامل مناسب بخش خصوصی با بخش دولتی صنعت		
۲۰	طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی		
۲۱	وجود رقابت در بخش خصوصی صنعت		
۲۲	کیفیت مدیریت در بخش خصوصی صنعت		
۲۳	وضعیت نگهداشت منابع انسانی		
۲۴	نگاه تخصصی به صنعت		
۲۵	اولویت دادن به فارغ التحصیلان گردشگری در بخش خصوصی		
۲۶	به روز بودن منابع انسانی صنعت		
۲۷	افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان	سطح ملی	برون صنعت
۲۸	وضعیت سیاسی کشور		
۲۹	میزان هزینه‌های گردشگری کشور		
۳۰	افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری		
۳۱	میزان اشتغال سطح کشور		
۳۲	هماهنگی سازمان‌های درگیر در گردشگری کشور		
۳۳	ایجاد امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت		
۳۴	نگاه اقتصادی به صنعت گردشگری		
۳۵	ایجاد تعامل نظام آموزشی گردشگری کشور با دانشگاه‌های پیشرو جهانی		
۳۶	ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور		
۳۷	کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها		

جدی گرفتن صنعت توسط دولت				۳۸
وضعیت اقتصادی کشور				۳۹
وضعیت نظام آموزش عالی گردشگری در کشور				۴۰
ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت				۴۱
توانمندسازی بخش خصوصی در کشور				۴۲
ایجاد امنیت برای گردشگران				۴۳
افزایش سرمایه گذاری در صنعت				۴۴
انجام بازاریابی بین المللی برای صنعت				۴۵
تصویر کشور در سطح بین الملل	بین	سطح		۴۶
وضعیت سیاسی کشورهای همسایه(جنگ و...)	المللی			۴۷
تحریم‌های بین المللی				۴۸

بخش دوم: نتایج کمی بر اساس روش پیمایشی

در بخش دوم پژوهش از طریق روش پیمایشی اقدام به بررسی نتایج حاصله از تحلیل محتوای صورت گرفته در مرحله اول شده است اما قبل از انجام آزمون‌های مرتبط درخصوص معتبر بودن عوامل‌های ارائه شده برای صنعت گردشگری کشور، به بررسی روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و نشان دادن نحوه توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف پرداخته شده است.

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه گیری؛ مدل اندازه گیری مناسبی برای بررسی عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری ایران است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

$$\chi^2 = 3090 \text{ و } df = 1268 \text{ و } p - \text{Value} = 0.000$$

$$\text{Goodness of Fit Index (GFI)} = 0.98$$

$$\text{Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)} = 0.95$$

با نگاهی با نتایج خروجی لیزرل متوجه می شویم که مدل اندازه گیری عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری ایران مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو به DF کوچکتر از ۳ بوده و مقدار GFI و AGFI بالای ۹۰ درصد است. با توجه به خروجی مدل در حالت معنی داری و با توجه به بار عاملی تمام سوالات که بزرگتر از ۰.۳ می‌باشد بنابراین از تمام سوالات در آزمون فرضیات استفاده می‌شود.

آزمون نرمال بودن (کولموگروف اسمیرنوف) برای عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری ایران

برای این آزمون هر یک از فرضیات ما به شرح ذیل می‌باشند:

H0: داده‌ها نرمال است (داده‌ها از جامعه نرمال آمده اند)

H1: داده‌ها نرمال نیست (داده‌ها از جامعه نرمال نیامده اند)

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا (۰.۰۵) باشد فرض صفر را نتیجه می‌گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا (۰.۰۵) باشد فرض یک را نتیجه می‌گیریم.

جدول ۵: نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری ایران

متغیر	سطح معنی داری	مقدار خطا	تایید فرضیه	نتیجه گیری
عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری ایران	.207	۰.۰۵	Ho	نرمال است

چون مقدار سطح معنی داری برابر ۲۰۷ و بزرگتر از مقدار خطا (۰.۰۵) می‌باشد پس فرض صفر را نتیجه می‌گیریم یعنی مدل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری ایران نرمال می‌باشد. تجزیه و تحلیل معنی‌داری عامل مورد نظر از عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری ایران

برای این آزمون هر یک از فرضیات ما به شرح ذیل می‌باشند:

عامل مورد نظر از عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری نمی‌باشد: H_0

عامل مورد نظر از عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری می‌باشد: H_1

جدول ۶: میانگین و انحراف معیار عامل مورد نظر از عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری کشور

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت	175	4.1829	.76620	.05792
قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن	175	3.9486	.68873	.05206
طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت	175	4.2057	.70546	.05333
طراحی نظام مدیریت استعداد های صنعت	175	4.2914	.64388	.04867
رعایت استانداردهای جهانی در صنعت	175	4.3600	.67942	.05136
استفاده از اساتید تخصصی در صنعت	175	4.3371	.79910	.06041
میزان انتصابات سیاسی در صنعت	175	3.8057	1.17296	.08867
تکنولوژی سازمان (استفاده از فناوری اطلاعات و...)	175	4.1314	.78043	.05899
طرح‌ریزی برنامه‌استراتژیک و جامع صنعت گردشگری	175	4.1543	.73043	.05522
تدوین قانون جامع گردشگری کشور	175	4.2229	.77426	.05853
به‌کارگیری تجربیات موفق دیگر کشورها	175	4.4514	.70848	.05356
شناسایی انواع گردشگری متناسب با کشور	175	4.4114	.63598	.04808
وجود نظام مدیریت دانش در صنعت	175	4.0171	.73088	.05525
توجه به ظرفیت‌های محلی متناسب با صنعت گردشگری کشور	175	4.3714	.69007	.05216
فراهم سازی امکان جذب نخبگان صنعت‌های مرتبط در صنعت گردشگری	175	4.1086	.74640	.05642
تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور	175	4.0914	.71333	.05392
استفاده از فرصت‌های آموزشی بین‌المللی جهت پرورش منابع انسانی	175	4.3886	.65027	.04916
ثبات مدیران صنعت	175	4.2857	.91512	.06918
تعامل مناسب بخش خصوصی با بخش دولتی صنعت	175	4.1543	.83334	.06299
میزان توافق با دسته بندی ۱۹ عامل فوق در ذیل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی مرتبط با بخش دولتی صنعت	175	4.0629	.68778	.05199
طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی	175	4.2514	.62024	.04689
وجود رقابت در بخش خصوصی صنعت	175	4.1886	.64673	.04889
کیفیت مدیریت در بخش خصوصی صنعت	175	4.1943	.70871	.05357
وضعیت نگهداشت منابع انسانی	175	4.1543	.67311	.05088

نگاه تخصصی به صنعت	175	4.3029	.65631	.04961
اولویت دادن به فارغ‌التحصیلان گردشگری در بخش خصوصی	175	4.3312	.67964	.05373
به روز بودن منابع انسانی صنعت	۱۷۵	4.1875	.68394	.05407
افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان	۱۷۵	4.2188	.76620	.06057
میزان توافق با دسته بندی ۸ عامل فوق در ذیل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی مرتبط با بخش خصوصی صنعت	175	4.0114	.67797	.05125
وضعیت سیاسی کشور	175	4.1829	1.00043	.07563
میزان هزینه‌های گردشگری کشور	175	3.9486	.87276	.06597
افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری	175	4.2743	.68159	.05152
میزان اشتغال سطح کشور	175	4.2743	.59129	.04470
هماهنگی سازمان‌های درگیر در گردشگری کشور	175	4.1600	.71727	.05422
ایجاد امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت	175	4.4857	.69363	.05243
نگاه اقتصادی به صنعت گردشگری	175	4.2914	.70359	.05319
ایجاد تعامل نظام آموزشی گردشگری کشور با دانشگاه‌های پیشرو جهانی	175	4.2286	.71461	.05402
ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور	175	4.2514	.74640	.05642
کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها	175	4.4571	.67564	.05107
جدی گرفتن صنعت توسط دولت	175	4.6000	.56731	.04288
وضعیت اقتصادی کشور	175	4.3257	.80385	.06077
وضعیت نظام آموزش عالی گردشگری در کشور	175	4.0571	.89516	.06767
ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت	175	4.2171	.73402	.05549
توانمندسازی بخش خصوصی در کشور	175	4.2914	.79560	.06014
ایجاد امنیت برای گردشگران	175	4.4457	.79233	.05989
افزایش سرمایه گذاری در صنعت	175	4.4914	.56598	.04278
میزان توافق با دسته بندی ۱۷ عامل فوق در ذیل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی مرتبط با سطح ملی	175	4.1600	.68447	.05174
انجام بازاریابی بین‌المللی برای صنعت	175	4.5029	.57610	.04355
تصویر کشور در سطح بین‌الملل	175	4.4800	.65073	.04919
وضعیت سیاسی کشورهای همسایه (جنگ و...)	175	4.2514	.72293	.05465
تحریم‌های بین‌المللی	175	4.3143	.74938	.05665
میزان توافق با دسته بندی ۴ عامل فوق در ذیل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی مرتبط با سطح بین‌المللی	175	4.2629	.65174	.04927

جدول ۷: نتایج آزمون T

One-Sample Test						
	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت	20.423	174	.000	1.18286	1.0685	1.2972
قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن	18.220	174	.000	.94857	.8458	1.0513
طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت	22.610	174	.000	1.20571	1.1005	1.3110
طراحی نظام مدیریت استعدادهای صنعت	26.533	174	.000	1.29143	1.1954	1.3875
رعایت استانداردهای جهانی در صنعت	26.480	174	.000	1.36000	1.2586	1.4614
استفاده از اساتید تخصصی در صنعت	22.136	174	.000	1.33714	1.2179	1.4564
میزان انتصابات سیاسی در صنعت	9.087	174	.000	.80571	.6307	.9807
تکنولوژی سازمان(استفاده از فناوری اطلاعات و...)	19.179	174	.000	1.13143	1.0150	1.2479
طرح‌ریزی برنامه استراتژیک و جامع صنعت گردشگری	20.905	174	.000	1.15429	1.0453	1.2633
تدوین قانون جامع گردشگری کشور	20.893	174	.000	1.22286	1.1073	1.3384
به‌کارگیری تجربیات موفق دیگر کشورها	27.101	174	.000	1.45143	1.3457	1.5571
شناسایی انواع گردشگری متناسب با کشور	29.359	174	.000	1.41143	1.3165	1.5063
وجود نظام مدیریت دانش در صنعت	18.410	174	.000	1.01714	.9081	1.1262
توجه به ظرفیت‌های محلی متناسب با صنعت گردشگری کشور	26.291	174	.000	1.37143	1.2685	1.4744
فراهم سازی امکان جذب نخبگان صنعت‌های مرتبط در صنعت گردشگری	19.648	174	.000	1.10857	.9972	1.2199
تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور	20.241	174	.000	1.09143	.9850	1.1979
استفاده از فرصت‌های آموزشی بین‌المللی جهت پرورش منابع انسانی	28.248	174	.000	1.38857	1.2916	1.4856
ثبات مدیران صنعت	18.586	174	.000	1.28571	1.1492	1.4222
تعامل مناسب بخش خصوصی با بخش دولتی صنعت	18.324	174	.000	1.15429	1.0300	1.2786
میزان توافق با دسته بندی ۱۹عامل فوق در ذیل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی مرتبط با بخش دولتی صنعت	20.443	174	.000	1.06286	.9602	1.1655
طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی	26.691	174	.000	1.25143	1.1589	1.3440
وجود رقابت در بخش خصوصی صنعت	24.312	174	.000	1.18857	1.0921	1.2851
کیفیت مدیریت در بخش خصوصی صنعت	22.293	174	.000	1.19429	1.0885	1.3000
وضعیت نگهداشت منابع انسانی	22.686	174	.000	1.15429	1.0539	1.2547
نگاه تخصصی به صنعت	26.261	174	.000	1.30286	1.2049	1.4008
اولویت دادن به فارغ‌التحصیلان گردشگری در بخش خصوصی	24.777	۱۷۴	.000	1.33125	1.2251	1.4374
به روز بودن منابع انسانی صنعت	21.962	۱۷۴	.000	1.18750	1.0807	1.2943

افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان	20.120	۱۷۴	.000	1.21875	1.0991	1.3384
میزان توافق با دسته بندی ۸ عامل فوق در ذیل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی مرتبط با بخش خصوصی صنعت	19.735	174	.000	1.01143	.9103	1.1126
وضعیت سیاسی کشور	15.641	174	.000	1.18286	1.0336	1.3321
میزان هزینه‌های گردشگری کشور	14.378	174	.000	.94857	.8184	1.0788
افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری	24.732	174	.000	1.27429	1.1726	1.3760
میزان اشتغال سطح کشور	28.509	174	.000	1.27429	1.1861	1.3625
هماهنگی سازمان‌های درگیر در گردشگری کشور	21.394	174	.000	1.16000	1.0530	1.2670
ایجاد امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت	28.335	174	.000	1.48571	1.3822	1.5892
نگاه اقتصادی به صنعت گردشگری	24.281	174	.000	1.29143	1.1865	1.3964
ایجاد تعامل نظام آموزشی گردشگری کشور با دانشگاه‌های پیشرو جهانی	22.743	174	.000	1.22857	1.1220	1.3352
ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور	22.180	174	.000	1.25143	1.1401	1.3628
کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها	28.530	174	.000	1.45714	1.3563	1.5579
جدی گرفتن صنعت توسط دولت	37.310	174	.000	1.60000	1.5154	1.6846
وضعیت اقتصادی کشور	21.817	174	.000	1.32571	1.2058	1.4456
وضعیت نظام آموزش عالی گردشگری در کشور	15.623	174	.000	1.05714	.9236	1.1907
ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت	21.936	174	.000	1.21714	1.1076	1.3267
توانمندسازی بخش خصوصی در کشور	21.473	174	.000	1.29143	1.1727	1.4101
ایجاد امنیت برای گردشگران	24.138	174	.000	1.44571	1.3275	1.5639
افزایش سرمایه گذاری در صنعت	34.860	174	.000	1.49143	1.4070	1.5759
میزان توافق با دسته بندی ۱۷ عامل فوق در ذیل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی مرتبط با سطح ملی	22.419	174	.000	1.16000	1.0579	1.2621
انجام بازاریابی بین‌المللی برای صنعت	34.510	174	.000	1.50286	1.4169	1.5888
تصویر کشور در سطح بین‌الملل	30.087	174	.000	1.48000	1.3829	1.5771
وضعیت سیاسی کشورهای همسایه (جنگ و...)	22.900	174	.000	1.25143	1.1436	1.3593
تحریم‌های بین‌المللی	23.201	174	.000	1.31429	1.2025	1.4261
میزان توافق با دسته بندی ۴ عامل فوق در ذیل عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی مرتبط با سطح بین‌المللی	25.633	174	.000	1.26286	1.1656	1.3601

با توجه به دو جدول بالا سطح معنی داری همه شاخص‌ها (۰/۰۰۰) کوچکتر از میزان خطا ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرض صفر برای تمام شاخص‌ها رد شده و فرض مقابل تایید می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تمامی شاخص‌های ذکر شده در مدل باقی می‌مانند.

با توجه به نتایج به دست آمده مدل زیر را به عنوان مدل عامل مورد نظر از عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری کشور ارائه نمود.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه مدل استخراجی می‌توان هر یک از عوامل بدست آمده را می‌توان به شرح ذیل تبیین نمود:

الف) بخش دولتی صنعت

در بخش دولتی صنعت عوامل ذیل احصاء گردیده است:

طرحریزی برنامه‌استراتژیک و جامع صنعت گردشگری: طرحریزی برنامه‌ریزی استراتژیک و جامع صنعت موجب حرکت هدفمند صنعت در راستای دستیابی به اهداف خود در افق ۱۴۰۴ و همچنین رونق صنعت گردیده که این امر موجب ارتقاء جایگاه صنعت در جامعه و در نتیجه توجه و جذب بیشتر نخبگان و افراد مستعد جامعه به این صنعت خواهد گردید.

فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی در صنعت: فراهم سازی امکان جذب ممتازین دانشگاهی از طریق ایجاد فرصت‌های آموزشی، جذاب نمودن حقوق و مزایای صنعت و... اگر همراه با برگزاری آموزش‌های کاربردی برای آنان شود برای صنعت بسیار سودمند بوده و موجب افزایش تعداد افراد مستعد موجود در صنعت خواهد گردید.

طراحی نظام آموزشی مناسب برای صنعت: برخورداری صنعت از نظام آموزشی مطلوب هم می‌تواند در گسترش مهارت‌های مورد نیاز صنعت در سطح جامعه و ارتقاء سطح کارکنان صنعت گردیده و آنها را به سمت مستعد شدن در صنعت یاری کرده و هم می‌تواند در جذب افراد مستعد بالقوه به صنعت و بالفعل شدن استعداد آنها مفید باشد.

طراحی نظام مدیریت استعدادهای صنعت: طراحی نظام مدیریت استعدادهای مهم‌ترین عاملی است که می‌تواند بر روی جذب و حفظ افراد مستعد در صنعت و بخش دولتی آن تاثیر گذار باشد. چرا که در نظام مدیریت استعداد افراد دارای استعداد بالقوه شناسایی شده و فرایندهای توسعه‌ای مناسب بر روی آنها انجام و نظام نگهداشت مناسب جهت حفظ و انگیزش این افراد در صنعت طراحی می‌گردد.

رعایت استانداردهای جهانی در صنعت: رعایت استانداردها در صنعت موجب افزایش کیفیت منابع انسانی صنعت و حرکت آنها به سمت تبدیل به افراد مستعد می‌گردد.

استفاده از اساتید تخصصی در صنعت: استفاده از اساتید تخصصی و دارای تحصیلات کاملاً مرتبط در صنعت موجب ارتقاء وضعیت آموزشی و پژوهشی صنعت و گسترش سطح دانش در دانشگاه‌ها و فعالان صنعت گردیده و موجبات جذب افراد دانشی‌تر به صنعت را فراهم می‌سازد.

میزان انتصابات سیاسی در صنعت: هر چه که انتصابات سیاسی در صنعت و به ویژه بخش دولتی آن بیشتر باشد این امر موجب نارضایتی افراد مستعد از صنعت و عدم رعایت نظام شایسته‌سالاری در آن گردیده و انگیزه ورود افراد مستعد به صنعت را نیز کاهش می‌دهد.

تکنولوژی سازمان: هر چه که سطح تکنولوژی مورد استفاده بخش دولتی صنعت بالاتر باشد به تبع موجب جذب افراد کیفی‌تر به این بخش و یا ارتقاء سطح کیفی کارکنان آن می‌گردد.

قوانین حاکم بر صنعت و منابع انسانی آن: چنانچه قوانین حاکم بر صنعت و به ویژه بخش دولتی آن تناسب بیشتری با جذب افراد مستعد (به طور مثال اعطاء تسهیلات به این افراد و...) داشته باشد طبیعتاً جذب افراد مستعد در صنعت افزایش خواهد یافت.

تدوین قانون جامع گردشگری کشور: تدوین قانون جامع گردشگری موجب عدم تداخل وظایف سازمان‌های درگیر در صنعت، افزایش هماهنگی بین آنها و برطرف شدن بسیاری از موانع توسعه صنعت و در نتیجه رشد و توسعه صنعت می‌گردد که این امر موجبات جذب سرمایه و افراد کیفی و مستعد در صنعت را فراهم می‌سازد.

بکارگیری تجربیات موفق دیگر کشورها: استفاده از تجربیات موفق دیگر کشورها پیرامون راهکارهای توسعه صنعت و همچنین شیوه جذب افراد مستعد به صنعت می‌تواند در جذب این افراد در داخل کشور به صنعت نیز مفید باشد.

شناسایی انواع گردشگری متناسب با کشور: شناسایی دقیق گردشگری متناسب با کشور و سرمایه گذاری کافی بر روی آن موجب رشد و توسعه صنعت و تخصصی شدن نگاه به صنعت گردیده که این امر می‌تواند در جذب افراد مستعد به صنعت مثمرتر باشد.

وجود نظام مدیریت دانش در صنعت: وجود نظام مدیریت دانش در صنعت موجب خلق و ترویج دانش و در نتیجه رشد و ارتقاء سطح کیفی منابع انسانی صنعت و تبدیل آنها به افراد مستعد می‌گردد.

توجه به ظرفیت‌های محلی متناسب با صنعت گردشگری کشور: توجه به ظرفیت‌های محلی موجب رشد و توسعه هر چه بیشتر صنعت در کشور و در نتیجه جذب افراد مستعد به صنعت می‌گردد.

تعامل مناسب صنعت با مراکز آموزشی کشور: تعامل مطلوب صنعت با مراکز آموزشی کشور موجب رشد و ارتقاء دانش منابع انسانی آن و کیفی تر شدن آنها و در نتیجه تبدیل آنها به افراد مستعد می‌گردد.

استفاده از فرصت‌های آموزشی بین المللی جهت پرورش منابع انسانی: استفاده از فرصت‌های آموزشی بین المللی موجب رشد و ارتقاء منابع انسانی صنعت و اخذ دانش و تجربیات روز دنیا گردیده که این امر می‌تواند در ارتقاء این منابع انسانی و تبدیل آنها به استعداد بسیار مفید باشد.

ثبات مدیران صنعت: ثبات مدیران موجب حرکت آنها به سمت و سوی کارهای زیربنایی و در نتیجه رشد و توسعه صنعت و همچنین موجبات جذب افراد مستعد به صنعت را فراهم می‌سازد.

تعامل مناسب بخش خصوصی با بخش دولتی صنعت: تعامل این دو بخش هم می‌تواند موجب رشد و توسعه صنعت و هم می‌تواند افزایش دهنده انگیزه ورود به صنعت در افراد مستعد جامعه گردد.

ب) بخش خصوصی صنعت

در بخش خصوصی صنعت عوامل ذیل احصاء گردیده است:

طراحی نظام جذب مناسب در بخش خصوصی: طراحی نظام جذب مطلوب و منطبق بر معیارهای متناسب با صنعت و همچنین وجود نظام شایسته سالارانه موجب جذب افراد کیفی تر و مستعدتر در صنعت می‌گردد.

وجود رقابت در بخش خصوصی صنعت: رقابت در صنعت موجب ارتقاء سطح کیفیت خدمات ارائه شده و به تبع آن رفایش کیفیت منابع انسانی صنعت و تبدیل آنها به افراد مستعد می‌گردد.

کیفیت مدیریت در بخش خصوصی صنعت: هر چه که کیفیت مدیریت مطلوبتر باشد این امر موجب سرمایه گذاری بیشتر بر روی منابع انسانی و ارتقاء سطح منابع انسانی صنعت می‌گردد.

وضعیت نگهداشت منابع انسانی: هر چه که وضعیت نگهداشت منابع انسانی از حیث حقوق و دستمزد، مزایا و... مطلوبتر باشد تمایل افراد مستعد به جذب در صنعت افزایش می‌یابد.

نگاه تخصصی به صنعت: وجود نگاه تخصصی به صنعت هم از سوی مدیران کشور و هم از سوی فعالان آن موجب خواهد گردید که افراد متخصص و دارای مهارت و تحصیلات مرتبط جذب صنعت گردند که این امر موجب افزایش نیروهای مستعد در صنعت خواهد گردید.

اولویت دادن به فارغ التحصیلان گردشگری در بخش خصوصی: اولویت دادن به دادن به فارغ التحصیلان رشته‌های گردشگری در واقع اولویت دادن به جذب افراد با دانش در صنعت است که اگر در کنار برگزاری آموزش‌های کاربردی برای آنها قرار گیرد در افزایش تعداد افراد مستعد حاضر در صنعت بسیار مفید خواهد بود.

به روز بودن منابع انسانی صنعت: به روز بودن منابع انسانی موجب ارتقای دانش و مهارت‌های آنان و در واقع تبدیل آنها به نیروهای کیفی و مستعد می‌گردد.

افزایش تعاملات بخش خصوصی با صنعت گردشگری جهان: هر چه که این تعامل بیشتر باشد در واقع مهارت و دانش منابع انسانی افزایش یافته و احتمال تبدیل آنها به نیروهای مستعد و با کیفیت افزایش می‌یابد.

ج) بخش ملی برون صنعتی

در بخش ملی عوامل ذیل احصاء گردیده است:

وضعیت سیاسی کشور و کیفیت روابط کشور با دیگر کشورها: هر چه وضعیت سیاسی کشور دارای ثبات بیشتری بوده و روابط کشور با دیگر کشورها در وضعیت مطلوبتری قرار داشته باشد گردشگری کشور رونق بیشتری یافته و در نتیجه افراد مستعد بیشتری جذب صنعت می‌گردند.

میزان هزینه‌های گردشگری کشور: کاهش هزینه‌های گردشگری موجب رونق بیشتر صنعت و در نتیجه جذب افراد مستعد بیشتری به صنعت می‌گردد.

ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت گردشگری در کشور و افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری: ایجاد فرهنگ مورد نیاز صنعت در کشور و افزایش آگاهی جامعه از کارکردهای صنعت گردشگری موجب رشد تمایل افراد جامعه به جذب در صنعت و همچنین رونق صنعت و در نتیجه ورود افراد مستعد به صنعت می‌گردد.

میزان اشتغال سطح کشور: هر چه میزان اشتغال در کشور بالاتر باشد تمایل افراد جامعه و نیروی کار آن به جذب در صنعت‌هایی همانند گردشگری که هنوز از جایگاه مناسبی در کشور برخوردار نیست کاهش یافته و در نتیجه افراد مستعد کمتر جذب این صنعت می‌گردند و بالعکس

هماهنگی سازمان‌های درگیر در گردشگری کشور: هماهنگی سازمان‌های درگیر در صنعت موجب هم افزایی آنها و در نتیجه رونق صنعت و توجه و جذب بیشتر افراد مستعد جامعه و دانشگاهی به صنعت می‌گردد.

ایجاد امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت و افزایش سرمایه گذاری در صنعت: هر چه که امنیت سرمایه گذاری در کشور و صنعت بالاتر باشد موجب افزایش سرمایه گذاری در صنعت گردیده و در نتیجه رشد و سودآوری صنعت افزایش یافته که در نتیجه این امر افراد مستعد بیشتری جذب صنعت می‌گردند.

نگاه اقتصادی به صنعت گردشگری: وجود نگاه اقتصادی به گردشگری در کشور موجب رعایت قواعد حاکم بر بنگاه‌های اقتصادی و در نتیجه رشد سریع صنعت و در نتیجه اصلاح نظام اداره صنعت و جذب افراد کیفی و ارزش آفرین به صنعت می‌گردد.

ایجاد تعامل نظام آموزشی گردشگری کشور با دانشگاه‌های پیشرو جهانی: ایجاد این تعامل موجب افزایش و به روز شدن دانش گردشگری در کشور و در نتیجه ارتقاء کیفیت منابع انسانی صنعت و تبدیل آنها به افراد مستعد می‌گردد.

جدی گرفتن صنعت توسط دولت و ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت: هر چه که صنعت با توجه بیشتری از سوی دولت مواجه شده و به آن به عنوان یک صنعت دارای ارزش اقتصادی زیاد نگریسته شده و زیر ساخت‌های مورد نیاز آن اعم از سیستم حمل و نقل و... ایجاد گردد صنعت در کشور از رونق بیشتری برخوردار گردیده و در نتیجه تمایل افراد مستعد برای جذب در صنعت افزایش می‌یابد.

وضعیت اقتصادی کشور: هر چه که وضعیت اقتصادی کشور مطلوبتر باشد در نتیجه صنعت گردشگری کشور (به ویژه در بخش داخلی) رونق بیشتری یافته (به دلیل تمایل بیشتر افراد به سفر و...) و در نتیجه تمایل افراد مستعد برای جذب در صنعت افزایش می‌یابد.

وضعیت نظام آموزش عالی گردشگری در کشور: وجود این نظام به ویژه در سطح دکتری موجب افزایش و ارتقاء دانش گردشگری در کشور گردیده و کیفیت دانشی و مهارتی منابع انسانی افزایش یافته که این امر زمینه تبدیل این منابع انسانی به افراد مستعد را فراهم می‌سازد.

توانمندسازی بخش خصوصی در کشور: هر چه که بخش خصوصی کشور و در نتیجه بخش خصوصی صنعت گردشگری کشور توانمندتر باشد رقابت درون صنعتی افزایش یافته و در نتیجه جهت ارائه خدمات مطلوبتر تلاش در جهت جذب و تربیت افراد مستعد در صنعت افزایش می‌یابد.

ایجاد امنیت برای گردشگران: ایجاد این امنیت برای گردشگران موجب افزایش گردشگران خارجی و داخلی کشور می‌گردد که این امر موجبات رشد و توسعه صنعت و در نتیجه جذب افراد مستعد به صنعت را فراهم می‌سازد.

د) بخش بین‌المللی برون صنعت

در بخش بین‌المللی عوامل ذیل احصاء گردیده است:

انجام بازاریابی بین‌المللی برای صنعت: انجام این بازاریابی موجب رشد میزان ورود گردشگران خارجی به صنعت و به تبع میزان نیاز به افراد مستعد در صنعت جهت تعامل با این افراد در صنعت می‌گردد. همچنین انجام خود این بازاریابی نیز به افراد مستعد نیازمند است.

تصویر کشور در سطح بین‌الملل: هر چه تصویری که از کشور در سطح بین‌المللی ارائه می‌گردد نامطلوب‌تر باشد میزان ورود گردشگران خارجی به کشور کاهش و در نتیجه عدم توسعه صنعت و عدم نیاز به افراد مستعد در آن افزایش می‌باشد و بالعکس

وضعیت سیاسی کشورهای همسایه (جنگ و...): ورود گردشگران خارجی و به تبع آن افزایش میزان نیاز صنعت به افراد مستعد تا حد بسیار زیادی به وضعیت سیاسی منطقه و کشورهای همسایه داشته و در صورت نابسامانی و جنگ در این کشورها گردشگران خارجی کمتری نیز به کشور ما سفر خواهند کرد.

تحریم‌های بین‌المللی: تحریم‌های بین‌المللی نیز بر میزان ورود گردشگران خارجی اثر منفی داشته و در نتیجه نیاز صنعت به افراد مستعد را کاهش می‌دهد.

همانطور که بیان گردید صنعت گردشگری کشور علیرغم دارا بودن پتانسیل بسیار زیاد برای توسعه و به تبع آن افزایش درآمد ارزی و میزان اشتغال کشور (با توجه به اینکه کشور ما از لحاظ دارای بودن ابنیه و آثار تاریخی جزو ۹ کشور نخست دنیا و از لحاظ جاذبه‌های اکو توریستی در میان ۱۰ کشور برتر دنیا قرار دارد). (ارمغان، ۱۳۸۶، ص ۲۳۶)) از رشد و توسعه مناسبی برخوردار نبوده که یکی از این عوامل عدم توسعه از دید صاحب‌نظران و خبرگان صنعت، عدم وجود منابع انسانی مستعد در صنعت می‌باشد که در این مقاله محققان، سعی در شناسایی و تبیین عوامل موثر بر جذب آنها در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی نمودند و امید است با توجه به این عوامل و اتخاذ تصمیمات متناسب با آنها از سوی مراجع ذیصلاح شاهد ارتقاء هر چه بیشتر منابع انسانی صنعت و در نتیجه توسعه صنعت باشیم.

منابع

ارمغان، سیمین (۱۳۸۶). گردشگری و نقش آن در جغرافیا، اسلام شهر، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی اسلام شهر
بازرگان، عباس (۱۳۷۸). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته؛ رویکردهای متداول در علوم رفتاری، تهران، چاپ اول، ناشر: دیدار.

درخشانی نسب، حمیدرضا و ضرابی، امیر (۱۳۸۸). چالش‌ها و فرصت‌های اکوتوریسم در ایران، مجله فضای جغرافیایی، شماره ۲۸، ص ۵۵-۴۱

کارگر، بهمن (۱۳۸۶). توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران (از مفهوم تا راه کار)، تهران، چاپ اول، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح

شجاعی، منوچهر و نوری نورالدین (۱۳۸۶). بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی پایدار توسعه صنعت گردشگری، دانش مدیریت، سال ۲۰، شماره ۷۸، ص ۹۰-۶۳

محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در ایران: چالش‌ها و راهکارها، مجله فضای جغرافیایی، شماره ۲۸، ص ۱۷۱-

Brush, M, C & Ruse, D. H. (2005): Driving strategic success through human capital planning: How Corning links business and HR strategy to improve the value and impact of its HR function, Human Resource Planning, 28, 49-60

ELO S. & KYNGA S. H. (2008) The qualitative content analysis process. Journal of Advanced Nursing 62(1), 107-115

- Given, L. M. (2008). The Sage encyclopedia of qualitative research methods. Los Angeles ; London, SAGE.
- Hall Michael and Lew Alan.(2009): Understanding and managing tourism impacts: an integrated approach;Routledge
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S.E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis.*Qualitative Health Research, 15*(9), 1277-1288.
- Ingram, H. (1997), "Clusters and gaps in hospitality and tourism research", in Teare, R. and Bowen, J. (Eds), *New Direction in Hospitality and Tourism: An Essential Resource*, Cassell, London
- Kusluvan Salih, Kusluvan Zeynep, Ilhan Ibrahim and Buyruk Lutfi (2010): The Human Dimension : A Review of Human Resources Management Issues in the Tourism and Hospitality Industry; *Cornell Hospitality Quarterly*,p171-214
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research, 1*(2). Retrieved July 28, 2011, from <http://217.160.35.246/fqs-texte/2-00/2-00mayring-e.pdf>.
- Trahant Bill; Steckler Fred; Sonnesyn Chris(2007): Elements of Successful Strategic Human Capital Planning, *Public Manager*; Summer 2007; 36, 2, pg. 45-50
- Zulu, K. (2007). The development and initial assessment of an instrument for human capital planning. United States -- Pennsylvania, the Pennsylvania State University. Ph.D.: 131.
- Walker John , Walker Josielyn(2011): *tourism concepts and practices*; Prentice Hall
- WTTC:Travel&Tourism(2011);http://wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf

