

## جایگاه آموزش‌های گردشگری و هتلداری در نظام آموزش عالی ایران (مورد مطالعه: دانشجویان شاغل در صنعت گردشگری و هتلداری تهران)

علیرضا محمودی<sup>۱</sup>

محبوبه نعیمی مجد<sup>۲</sup>

دریافت مقاله: ۹۵/۱۰/۱۶

پذیرش نهایی: ۹۵/۱۱/۲۵

### چکیده

با توجه به این که گردشگری و هتلداری فعالیتی خدماتی است و افراد ارائه دهنده خدمت بخشی از محصول به شمار می آیند، توسعه منابع انسانی از ارکان توسعه مقاصد، رضایت گردشگران و به تبع آن حفظ و بقای عملکرد سیستم است؛ و آموزش مهم‌ترین نقش را در این راستا ایفا می‌کند. هدف پژوهش حاضر، شناخت جایگاه آموزش‌های نیروی انسانی در صنعت گردشگری و هتلداری در نظام آموزش عالی ایران می‌باشد. پژوهش حاضر، از نظر ماهیت توصیفی - پیمایشی به شمار می‌رود. همچنین از جنبه زمانی، مقطعی و از نگاه نوع داده‌ها، کمی به شمار می‌آید. جامعه آماری در این پژوهش از دانشجویان رشته مدیریت گردشگری و هتلداری و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تک مرحله‌ای می‌باشد. جمع‌آوری اطلاعات به وسیله ابزار پرسشنامه صورت پذیرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد، آموزش‌های تخصصی صنعت گردشگری و هتلداری موجب ارتقا نظام آموزش عالی، توانمندسازی پرسنل شاغل در این صنعت و نهایتاً رضایت شغلی این افراد، خواهد شد.

**واژه‌های کلیدی:** توانمندسازی نیروی انسانی، نظام آموزش گردشگری و هتلداری در ایران، دانشگاه،

رضایت شغلی.

<sup>۱</sup>. استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

<sup>۲</sup>. نویسنده مسؤؤل: دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران

(naeimi1987@gmail.com)

## مقدمه

گردشگری در اولین دهه از هزاره سوم میلادی یکی از صنایع در حال رشد می‌باشد که امروزه بعنوان یکی از انسانی‌ترین فعالیتهای اقتصادی و فرهنگی بشر شناخته شده است. بنابراین هر گام در توسعه‌ی پایدار این صنعت به جهانیان نوید زندگی بهتر بر مینای مهر و دوستی و ارتباط بین فرهنگهای جوامع مختلف را می‌دهد. به راستی امروزه وجود پتانسیلهای عظیم تاریخی و طبیعی، ایران را به یکی از جذاب‌ترین مناطق گردشگری جهان تبدیل نموده است و لیکن بهره برداری از این منابع جهت خدمت رسانی و کسب در آمد بستگی به برنامه ریزی اصولی و ثبات در ساختار گردشگری کشور دارد که یکی از اجزاء اصلی آن آموزش نیروی انسانی متخصص است (Sherman and et al, 1996: 239). گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از راهکارهای علمی، رهایی از اقتصاد تک محصولی و متنوع سازی منابع ارزی باشد. این درحالی است که کشورمان همچنان به درآمد بی ثبات نفت وابستگی شدیدی دارد. از این رو، بهره گیری از ظرفیت های بالقوه ی گردشگری و سرمایه گذاری های کلان کشور در این بخش و توجه به این صنعت به عنوان ابزاری مناسب می‌تواند در ادامه ی روند توسعه و رشد اقتصادی ایران عامل مهمی محسوب شود. با توجه به این که گردشگری و هتلداری فعالیتی خدماتی است و افراد ارائه دهنده خدمت بخشی از محصول به شمار می آیند، توسعه منابع انسانی از ارکان توسعه مقاصد، رضایت گردشگران و به تبع آن حفظ و بقای عملکرد سیستم است؛ بنابراین تدوین و اجرای راهبرد توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری و هتلداری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آموزش مهم‌ترین نقش را در این راستا ایفا می‌کند. در اوایل قرن بیستم، با توجه به درآمدهای کلان، سالانه بالغ بر ۵۵۰ میلیارد ریال و اشتغال‌زایی سالانه بالغ بر ۷۵۰۰۰۰ شغل، گردشگری به یکی از مؤلفه‌های مهم تجارت بین‌المللی مبدل شده بود. شاید نکته مثبتی که بتوان در برنامه‌ریزی های کلان برای گسترش صنعت گردشگری ترسیم کرد، توجه ویژه به ارتقاء سطح علمی شاغلان در این صنعت و پرورش نیروهای متخصص برای تقویت بنیه اجرایی مدیریت گردشگری در کشور باشد که با تأسیس رشته‌های مختلف مدیریت جهانگردی و هتلداری در مراکز دانشگاهی، سعی در تحقق آن شده است. به طوری که از ابتدای دهه ۸۰ شمسی، شاهد شتاب فزاینده این طرح و افزایش رشته‌های دانشگاهی در زمینه گردشگری و هتلداری هستیم که نه تنها آینده روشنی را برای این صنعت در ایران تداعی خواهد کرد، بلکه موقعیت جهانی ما را نیز در بازار وسیع و بدون حد و مرز جهانگردی بهبود خواهد بخشید. اگر در دهه ۷۰ دانشگاههایی با ظرفیت محدود در زمینه پذیرش و آموزش نیروهای متخصص در دو رشته مدیریت جهانگردی و هتلداری فعالیت داشتند، هم اکنون

شاهد برگزاری دوره‌های متعدد کاردانی، کارشناسی هتلداری و حتی کارشناسی ارشد و دکتری مدیریت جهانگردی در دانشگاه‌های متعدد کشورمان هستیم که آینده روشنی را برای این صنعت رقم می‌زند (ابطحی، ۱۳۸۳).

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

#### آموزش و اهمیت آن

آموزش یک عامل کلیدی برای پیشرفت و توسعه منابع انسانی است (McDonald and Hopkins, 2003:157) و جریانی است که طی آن افراد، داناییها، مهارتها، طرز برخوردها و گرایشهای مناسب را جهت ایفای نقش خاصی می‌آموزد. طی این جریان آگاهیهای جدیدی به ذهن فرد وارد می‌شود و زمینه ایجاد تغییراتی را در رفتار و نگرش فرد فراهم می‌آورد. آموزش، یک نوع سرمایه گذاری ضروری برای سازمان است. بدست آوردن رضایت کارکنان، به سرمایه گذاری در امر آموزش بر می‌گردد یعنی فعالیتهای آموزشی با کل فعالیتهای کسب و کار در ارتباط است. باید حمایت مدیران عالی سازمان را جهت آموزش بدست آورد و بدون حمایت آنان مهم نیست که چقدر برنامه آموزشی خوب انجام شده است و احتمال دارد که نتیجه مطلوبی نداشته باشد. لازم است به مدیران عالی توضیح داده شود که چطور آموزش برای سازمان و کارمندان آن مفید خواهد بود و چطور با اهداف کسب و کار در ارتباط است (Jerris, 1999). هدف اساسی آموزش، کمک به سازمان جهت نیل به مقاصدش می‌باشد. آموزش بدنبال توسعه صلاحیت ها و شایستگی کارکنان و بهبود عملکرد آنها می‌باشد و فلسفه آموزش در یک سازمان بیانگر میزان اهمیت آموزش در سازمان است (حاجی کریمی و رنگریز، ۱۳۷۹: ۲۷۰). از جمله مزایای آموزش برای کارکنان؛ افزایش رضایت شغلی، کمک به بهداشت و ایمنی فردی، کمک به کارمندان تا سریعتر به استاندارد های یک کارمند ماهر نزدیک شوند و افزایش انعطاف پذیری کارکنان می‌باشد. همچنین آموزش برای کارفرما نیز مزایایی از جمله: افزایش سود، افزایش استانداردهای عملکرد، استفاده بهینه از منابع، کاهش اتلاف منابع، کاهش شکایات، کمک به استخدام کارکنان، چرخش شغلی، کمک به برنامه ریزی طرح جانشین و بهبود رضایت مشتری را به همراه دارد (Jerris, 1999).

#### آموزش در صنعت گردشگری

دانش و مهارت‌های شغلی به مثابه یکی از ارکان توسعه منابع انسانی، یکی از حلقه‌های اصلی همپیوندی عملکرد نظام گردشگری محسوب می‌شود و عامل مهمی در جلب رضایت گردشگران و به تبع آن پایداری جریان گردشگری به مقصد است. لذا با توجه به اهمیت نیروی انسانی در این صنعت،

مدیریت منابع انسانی از اهمیت به‌سزایی برخوردار خواهد بود. از آن‌جا که صنعت گردشگری اساساً فعالیتی خدماتی است، عرضه‌کنندگان آن نقش مهمی در کیفیت محصول و رضایت مشتری دارند و در ادبیات گردشگری و هتلداری، فرد ارائه‌دهنده خدمات خود بخشی از فرآیند عرضه به‌شمار می‌آید. بنابراین، تدوین و اجرای راهبرد توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آموزش مهم‌ترین نقش را در این راستا ایفا می‌کند (ضیایی، ۱۳۸۳: ۲۱). ارائه آموزش اثربخش در یک سازمان مدرن، مستلزم تفکر جدید، مدل‌های جدید، رویکرد جدید و ابزارها و ساز و کارهای جدید است (عباس‌زادگان و ترک‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۷). هر گاه از لفظ آموزش در صنعت گردشگری و هتلداری سخن به‌میان می‌آید دو ویژگی عمده در ذهن متبادر می‌شود (الف) همگی محققین گردشگری بر این نکته اعتقاد دارند که در قالب صنعت گردشگری انسان نیاز فطری خود را مبنی بر آموختن برآورده می‌سازد و همچنین در حین مبادرت به سفر نیز برای بهره‌برداری هر چه بهتر از سفر نیاز به آموزش دارد. (ب) بدون شک این نکته مبرهن است که جهت توسعه در صنعت گردشگری، توسعه منابع انسانی نقطه آغازین طرح‌های توسعه می‌باشد. بنابراین بدون وجود نیروی کار کارآمد و آموزش دیده نمی‌توان پیشرفت و توسعه‌ای در زمینه خدمت‌رسانی مشاهده نمود. با در نظر گرفتن این دو نکته بنظر می‌رسد تمامی دست‌اندرکاران توسعه صنعت گردشگری و حفظ موارث کهن فرهنگی و طبیعی جهت انتقال آن‌ها به نسل‌های بعدی باید از یک سو توسعه منابع انسانی زیر ساخت‌های این صنعت و از دگر سو اشاعه فرهنگ حفظ و نگهداری از آثار تاریخی و جاذبه‌های طبیعی را مد نظر داشته باشند. در امر سیاستگذاری آموزشی، نهادهای متولی و سیاستگذار در این صنعت نقش مهمی ایفا می‌کنند. لذا پیوند میان نهادهای آموزشی و بخش خصوصی یک عامل مهم به‌شمار می‌رود که در بسیاری موارد همکاری و هماهنگی به خصوص در برگزاری دوره‌های ضمن خدمت کارکنان زیر ساخت‌ها از خط مشی روشنی پیروی نمی‌نماید (امیری، ۱۳۸۴: ۲۲). دولتها برای توسعه منابع انسانی مورد نیاز گردشگری به صورتی فعال اقدام نموده‌اند و به سازمان‌های مربوطه یا کارفرمایان کمک می‌کنند تا نیازهای مهارتی را شناسایی کنند. اجرا کنندگان برنامه‌های آموزشی هم در این حرکت مشارکت نموده و به بررسی مشاغل و شرح وظایف پرداخته‌اند تا مهارت‌های مورد نیاز را مشخص کنند و برای این مهارتها، استانداردها و برنامه‌های درسی تعیین نمایند و پس از آموزش، مدرک لازم بدهند. برای ارائه این مهارتها یا آموزشها برنامه‌های درسی زیادی ارائه شده است و سالهاست که مهارت‌های اصولی را آموزش می‌دهند و مدیرانی را تربیت می‌کنند. ارائه‌کنندگان برنامه‌های آموزشی را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد: آن‌ها که دوره‌های رسمی آموزشی مانند

برنامه‌های هنرستان صنعتی و دانشگاهی را ارائه می‌کنند و دسته دوم سازمان‌هایی هستند که به هزینه کارفرما به مدیران آموزشهای لازم را می‌دهند و در این زمینه برنامه‌هایی را به اجرا در می‌آورند. سازمان جهانی جهانگردی در گردهمایی خود همواره بر این نکته تأکید کرده است که صنعت گردشگری نیازمند افراد شایسته و دارای مهارت‌های لازم می‌باشد. مسأله آموزش و پرورش نیروهای مورد نیاز، دستمزدها و هم چنین فعالیتهای انگیزشی و تشویق کننده و اعمال نظارت های جدی، از جمله مواردی است که در برنامه‌ریزی توسعه منابع انسانی حائز اهمیت است. در این برنامه‌ریزی برآورد نیروی انسانی مورد نیاز و شناسایی نیازها و پیچیدگی های مربوط به این بخش و تدوین برنامه‌های آموزشی از ارکان اصلی می‌باشد که خود تحت تأثیر عرضه و تقاضا در این صنعت بوده است. استراتژی‌های گردشگری که در کشورهای در حال توسعه در حال اجراست، ذاتاً توسعه‌ای تحت امر دولت‌ها بوده و به شدت سیاسی است تا بتواند برنامه‌های اجتماعی و اقتصادی خودشان را تحقق بخشد. مطالعات منابع انسانی گردشگری (یا صرفاً ارزیابی اثرات استخدام در گردشگری)، عموماً بازتاب تجلی گردشگری به عنوان محرکی برای رشد اقتصادی می‌باشد. تحقیق در منابع انسانی گردشگری عموماً از دو منظر مورد بررسی قرار می‌گیرد: الزامات منابع انسانی (نیازهای کارمندیابی صنعت) و مطالعات اثرات استخدام. اثرات استخدامی توسعه گردشگری به این دلیل مورد مطالعه قرار می‌گیرد که این اطلاعات برای کسب حمایت‌های مالی از آژانس‌های دولتی و تقاضای حمایت از جوامع محلی و ساکنان جهت توسعه بیشتر گردشگری مفید واقع می‌شود (گی، ۱۳۸۲: ۴۲۸).

### روش‌های آموزش در صنعت گردشگری

عرضه دوره‌های آموزش گردشگری بطور قابل ملاحظه ای از سه دهه قبل رشد کرده است و رشد آن از طریق توسعه سریع صنعت و تشخیص حکومتها از اینکه گردشگری بطور چشمگیری باعث توسعه اقتصاد ملی و محلی می‌شود، بوده است (Dale and Robinson, 2001). روش‌های آموزش و توسعه را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد: ۱) روش‌هایی که اساساً "ماهیت اطلاعاتی یا انتقالی دارند، به این معنا که از ارتباط یک طرفه استفاده می‌شود که اطلاعات را به یادگیرندگان منتقل می‌کند و ۲) روش‌هایی که اساساً "ماهیت تجربی دارند بدین معنا که یادگیرنده با مربی یا کامپیوتر یا سایر آموزش گیران مهارت مورد نظر را اجرا و تمرین می‌کند. مسأله آموزش گردشگری و هتلداری به دو بخش مجزا از هم تقسیم می‌شود: ۱- آموزش همگانی: که تمام مردم یک کشور را شامل می‌شود و به عهده نظام آموزشی کشور می‌باشد. در این بخش دولت‌ها باید کوشش کنند که آموزشهای لازم مبتنی بر شناخت واقعیتها را، به دانش آموزان از سطح دبستان گرفته تا کارشناسی ارشد منتقل نمایند. در این سطوح

مسائلی چون تاریخ و جغرافیای جهانگردی، روحیات ملل، آداب و رسوم ملتها و باید ها و نبایدها، اخلاق حرفه‌ای، تشریفات مطرح است که برای هر شهروند ضروری به نظر می‌رسد. ۲- آموزش تخصصی: مخصوص کارکنان سازمان‌های گردشگری مانند کارکنان دفاتر خدمات گردشگری هتلها، پایانه ها و... این آموزشها مانند کلاسهای تخصصی زبانهای خارجی، شرکت در نمایشگاهها و سمینارها و جلسات تخصص و اعزام کارکنان به سفرهای خارجی و موارد مشابه به آن می‌باشد. در این بخش کارکنان باید بیاموزند که مدیر کیست؟ مالک کدام است؟ مصرف کننده چه کسی است؟ گردشگر کیست؟ خدمتگزار یا تولید کننده چه کسی است؟ و با این مفاهیم به درستی آشنا شوند و نحوه برخورد با آن‌ها را بیاموزند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۹۳). آموزشهای تخصصی به دو نوع رسمی (دانشگاهی) و غیر رسمی تقسیم می‌شود که آموزشهای تخصصی رسمی بصورت دوره‌های دانشگاهی مختلف در مقاطع کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری در رشته گردشگری در سطح جهان اجرا می‌شود و استاندارد بی‌عنوان آموزش کیفی جهانگردی (Tourism Education Quality (TEDQUAL از سوی سازمان جهانی جهانگردی ارائه شده است و آموزشهای تخصصی غیر رسمی که بصورت آموزشهای ضمن خدمت، آموزش مکاتبه‌ای (از راه دور)، دوره‌های تخصص کوتاه مدت، گردشهای علمی یک یا چند برنامه علمی در سطح مدارس فنی و حرفه‌ای و یا دانشگاهی می‌توان اشاره کرد.

### توسعه و توانمند سازی نیروی انسانی

نیروی انسانی امروزه، به عنوان یک سرمایه ارزشمند و بالنده مطرح می‌شود که قدرت باز تولید دارد. در حقیقت کیفیت کار نیروی انسانی، در تمام کشورهای پیشرفته و در حال توسعه سیستم تجهیز و بهسازی نیروی انسانی و حفظ و نگهداری آن به صورت جامع و پویا عمل می‌شود. والتون منابع انسانی را به منزله "مجموعه فعالیت‌های سازمانی که در مدت زمان معینی صورت می‌گیرد و برای ایجاد تغییرات رفتاری در کارکنان طراحی می‌شود"، تعریف می‌کند. در مفهوم جدید توسعه منابع انسانی، انسان‌های سازمانی باید به کیفیت‌هایی مجهز شوند که هیچ گونه تعارضی با سازمان نداشته باشند و با دلسوزی، تعهد و بینشی علمی، تمام توانمندی‌ها، انرژی، تخصص و فکر خود را در راستای تحقق مأموریت‌های قرار دهند و دائماً برای سازمان ارزش‌های فکری و کیفی جدیدی تولید کنند. به طور کلی توسعه منابع انسانی در بخش خدمات دارای مؤلفه‌هایی است: \* ایجاد آگاهی علمی و ارتقای دانش کارکنان. \* تولید رفتارهای علمی متعادل در کارکنان. \* ایجاد ارزش افزوده به عنوان کیفیت در کارکنان. \* ارتقای قابلیت‌های کارکنان. \* توسعه مهارت‌های انجام کار. \* به روز کردن

اطلاعات کارکنان. \* توانایی حل مسائل به شکل علمی. \* درست انجام دادن کارها(صائبی، ۱۳۸۲: ۱۳۶). توسعه انسانی مفهومی است که می‌کوشد تا انسان را در بطن توسعه قرار دهد و به عبارت دیگر توسعه انسانی در نهایت فرآیندی است که گسترش گزینه‌های مردم را در کانون توجه قرار می‌دهد. یکی از دستاوردهای مهم توانمندسازی پرسنل، تأمین رضایت مشتری است. در واقع با تأمین رضایت مشتری در بخش‌های دولتی و خصوصی(بازارها، خدمات عمومی، هتل‌ها و رستوران‌ها) می‌توان در بخش‌های مهم دولتی و خصوصی به موفقیت پایدار رسید. با توجه به رسالت سازمان‌ها، گردشگری در رشد و توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال مولد و سالم، با توانمندسازی پرسنل اماکن گردشگری و ارائه خدمات مطلوب به مشتری و کسب رضایت مشتری می‌توان از این طریق کسب درآمد نموده و با افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری به رشد و توسعه منطقه و ایجاد اشتغال مولد کمک کرد. در بیشتر هتل‌های زنجیره‌ای موفق دنیا، هر عضوی از خدمه هتل هر روز عصر از مسافران اتاق‌ها می‌پرسد آیا به کمک نیاز دارند و این که آیا تمام امور در جهت تأمین رضایت آنان بوده است. توانمند بودن مدیران و پرسنل اماکن گردشگری نیز باعث ارائه کیفیت خدمات بالا و قیمت مناسب به گردشگران خواهد شد. شرکت‌های خدمات جهانگردی و هتلداری به منظور موفقیت باید به آموزش کارکنان توجه کرده و خدماتی را با استانداردهای شناخته شده ارائه کنند.

### رضایت شغلی

رضایت شغلی، مجموعه‌ای از احساسات و باورهاست که افراد در مورد مشاغل کنونی خود دارند. رضایت شغلی یکی از عوامل مهم در موفقیت شغلی است؛ عاملی که موجب افزایش کارایی و نیز احساس رضایت فردی می‌گردد. رضایت شغلی یعنی دوست داشتن شرایط و لوازم یک شغل، شرایطی که در آن کار انجام می‌گیرد و پاداشی که برای آن دریافت می‌شود. فیشر<sup>۱</sup> و هانا<sup>۲</sup>، رضایت شغلی را عاملی درونی می‌دانند و آن را نوعی سازگاری عاطفی با شغل و شرایط اشتغال می‌انگارند؛ یعنی اگر شغل مورد نظر، لذت مطلوب را برای فرد تأمین کند، او از شغلش راضی است. در مقابل، چنانچه شغل مورد نظر رضایت و لذت مطلوب را به فرد ندهد، در این حالت، او از کار خود مذمت می‌نماید و درصدد تغییر آن برمی‌آید(شفیع آبادی، ۱۳۷۶). به نظر هاپاک<sup>۳</sup>، رضایت شغلی، مفهومی پیچیده و چندبعدی است و با عوامل روانی، جسمانی و اجتماعی ارتباط دارد. تنها یک عامل موجب رضایت شغلی نمی‌شود، بلکه ترکیب معینی از مجموعه عوامل گوناگون سبب می‌گردد که شاغل در لحظه معینی از زمان، از

۱. Fisher

۲. Hanna

۳. Hoppock

شغلهای احساس رضایت کند و به خود بگوید که از شغلهای راضی است و از آن لذت می‌برد (شفیع آبادی، ۱۳۷۰).

### دانشگاه

دانشگاه مرکز گردآمدن انسان‌های مشتاق دانش و فن، جایگاه پرورش سرمایه انسانی، عامل نوسازی مناسبات اجتماعی و انتقال تکنولوژی، مغز متفکر جامعه و در یک کلام، دانشگاه مهد نوسازی اجتماعی و توسعه به طور کلی است. اساسی‌ترین عامل برقرار نمودن ارتباط میان نظام آموزش عالی (دانشگاه) با جامعه، تربیت و آماده ساختن نیروی انسانی کارآمد، شایسته و دارای مهارت، به منظور پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه در زمینه‌های مختلف می‌باشد. هم‌چنین تولید و ارائه دانش بومی برای حل مسائل جاری و حیاتی جوامعی که دانشگاه‌ها در آن قرار دارند، از عمده‌ترین نقش‌های نظام آموزش عالی به شمار می‌آید. دوره‌های دانشگاهی برای آموزش و تربیت نیروی کارشناسی تخصصی جهت تصدی مسؤولیت‌های مدیریتی در سطوح میانی و عالی طراحی شده و به اجرا گذاشته می‌شوند. در این دوره‌ها بر آموزش اصول نظری و مبانی علم گردشگری بیشتر تأکید می‌شود تا بدین ترتیب دانشجویان، دانش و ابزار لازم را کسب نمایند و برای اعمال مدیریت کارآمد و مؤثر آماده شوند. در ایران، دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی گردشگری و به طور محدود برخی موسسات عمومی که مجوز دریافت نموده‌اند و تحت نظارت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری هستند، دوره‌های بلندمدت دانشگاهی را برگزار می‌کنند.

### چالش‌ها و راهکارهای نظام آموزش گردشگری در ایران

در بررسی چالش‌های پیش روی ایجاد یک نظام کارآمد در بخش گردشگری ابتدا لازم است میان مشکلات ناشی از کمبود منابع یا ضعف برنامه‌ریزی در نظام مدیریتی تفکیک قائل شویم. باید توجه داشت که مشکلات روش شناختی قابل ملاحظه‌ای در تعیین نیازهای آموزشی صنعت گردشگری وجود دارد عواملی که ممکن است مانع بازده آموزش گردشگری در تحقق تقاضاهای فعلی و آتی شود. این عوامل عبارتند از: \* چند رشته‌ای بودن گردشگری و پیچیدگی ساختاری آن. \* فقدان هماهنگی‌های لازم بین بخش‌های مختلف درگیر در صنعت. \* کمبود مدرسین متخصص و با تجربه. \* کمبود آموزش‌های عملیاتی و کارگاهی. \* کاهش شرکت کارکنان در کلاسهای آموزشی به دلایل مختلف. \* کمبود سرمایه‌گذاری کارفرمایان در بخش آموزش و نگاه سنتی به این حوزه. \* استفاده از نیروهای فصلی و کاهش رغبت کارفرما به منظور ارائه آموزش به آنها. \* عدم انطباق برون داده‌های آموزشی با انتظارات کارفرمایان. به منظور فائق آمدن بر این موانع، نیازمند اتخاذ رویکرد سیستماتیک



و بررسی هرچه بیشتر خرده نظام‌های تشکیل دهنده سیستم گردشگری هستیم. عدم آموزش کارکنان به این معناست که کارکنان از طریق آزمون و خطا اقدام به یادگیری مهارت‌های شغلی می‌نمایند (ابطحی، ۱۳۸۳). لذا بنگاه‌های بخش گردشگری مایلند تا از نیروهای ماهر (علیرغم هزینه بالاتر آن‌ها) بهره گیرند. با توجه به چالش‌های فوق، راهکارهای اصلاحی پیشنهاد می‌گردد: \* دعوت از متخصصان و مجریان موفق در عرصه گردشگری و هتلداری جهت تنظیم قانون و برنامه‌ها. \* بررسی و ارزیابی میزان به کارگیری نیروی انسانی در بخش گردشگری و شناسایی مشکلات و نیازهای موجود. \* پیش بینی نیروی انسانی مورد نیاز آینده. \* تعیین نیازهای آموزشی و تدوین برنامه‌های تعلیم و تربیت. \* برگزاری کلاسهای آموزشی به صورت کارگاهی و حین عملیات. \* دعوت از اساتید دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته در حوزه گردشگری و هتلداری. \* تأسیس مدرسه هتلداری. یکی از مهم‌ترین گام‌ها و اقدامات، تعیین نیازهای آموزشی است که اگر به درستی طرح ریزی و انجام شود تمهیدی مناسب و اساسی جهت اثربخشی کارکرد آموزش و بهسازی و به تبع آن اثربخشی نظام آموزشی خواهد بود. بدین منظور، انواع و محتوای دوره‌ها، تعداد آموزش دیدگان و تعداد افراد کادر آموزشی باید مورد بررسی قرار گرفته و کمبودها و شکاف‌های موجود میان نظام‌ها و مدل‌های آموزشی شناسایی شود. مقاله حاضر با هدف تبیین جایگاه آموزش‌های دانشگاهی رشته‌های مدیریت گردشگری و هتلداری و تعیین تأثیر آموزش‌های فوق بر توانمندسازی و توسعه نیروی انسانی در این صنعت می‌پردازد. با توجه به اهمیت نظام آموزش عالی در صنعت گردشگری و هتلداری، به بررسی علمی و موردکاوی آموزش عالی در گردشگری پرداخته خواهد شد. سؤال اصلی پژوهش حاضر، آیا آموزش‌های صنعت گردشگری و هتلداری در نظام آموزش عالی، دارای جایگاه تخصصی می‌باشد؟ با توجه به ادبیات فوق و سؤال اصلی پژوهش، سؤالات فرعی ذیل مورد بررسی قرار خواهند گرفت:

سؤال ۱: آیا دانشگاه (آموزش عالی) بر غنای رشته‌های مدیریت گردشگری و هتلداری تأثیر گذار است؟

سؤال ۲: آیا صنعت گردشگری و هتلداری بر توسعه تخصصی دانشگاه نقش دارد؟

سؤال ۳: آیا آموزش‌های دانشگاهی رشته گردشگری و هتلداری بر توانمندسازی شاغلان صنعت، تأثیر دارد؟

سؤال ۴: آیا نیروی انسانی آموزش دیده و توسعه یافته، در نهایت به رضایت شغلی دست خواهند یافت؟

### روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر ماهیت توصیفی-پیمایشی به شمار می‌رود؛ زیرا اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. همچنین از جنبه زمانی، مقطعی و از نگاه نوع داده‌ها، کمی به شمار می‌آید. جامعه آماری در این پژوهش از دانشجویان رشته مدیریت گردشگری و هتلداری، روش نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری خوشه‌ای تک مرحله‌ای می‌باشد. تعداد ۴۰۰ پرسشنامه در میان دانشجویان توزیع شد، که تعداد ۳۸۵ پرسشنامه مخدوش نشده جمع‌آوری گردید، به عنوان نمونه نهایی انتخاب گردیدند. روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش را می‌توان به دو دسته کتابخانه‌ای و میدانی تقسیم نمود. در خصوص جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق از روش‌های کتابخانه‌ای و در زمینه جمع‌آوری اطلاعات برای تأیید یا رد سؤالات پژوهش از روش میدانی استفاده شده است؛ یعنی در روش گردآوری اطلاعات به صورت میدانی از ابزار پرسشنامه و در روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای از فیش برداری استفاده شده است. پرسشنامه، یکی از معروف‌ترین روش‌های جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات گردشگری و هتلداری است. در این روش، پژوهشگران از مجموعه سؤالات از پیش تعیین شده و ساخت یافته جهت کسب اطلاعات از نمونه‌ها استفاده می‌کنند (صالحی، ۱۳۹۴).

### یافته‌ها

در این تحقیق، برای پاسخ به فرضیات تحقیق از تکنیک‌های تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با کمک نرم افزار لیزرل نسخه ۸/۷۳ استفاده شده است. قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات و مدل مفهومی تحقیق، اطمینان یافتن از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای برون‌زا و درون‌زا ضروری می‌باشد. این کار از طریق تحلیل عاملی مرتبه تأییدی دو مرتبه‌ای صورت گرفته است. تحلیل عاملی تأییدی یکی از قدیمی‌ترین روش‌های آماری است که برای بررسی ارتباط بین متغیرهای مکنون (عامل‌های بدست آمده) و متغیرهای مشاهده شده (سؤالات) به کار برده می‌شود و بیانگر مدل اندازه‌گیری است. این تکنیک که به برآورد پارامترها و آزمون فرضیه‌ها با توجه به تعداد عامل‌های زیربنایی میان نشانگرها می‌پردازد، مبتنی بر یک شالوده تجربی و نظری قوی است و مشخص می‌کند که کدام متغیرها با کدام عامل و همچنین کدام عامل با کدامیک از عامل‌ها همبسته است. به منظور تحلیل ساختار پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل دهنده هر سازه از بارهای عاملی استفاده شده است. نتایج بارهای عاملی متغیرهای تحقیق در جدول ۱ نشان داده شده‌اند. تمامی مقادیر بارهای عاملی از ۰/۵ بیشتر شده‌اند و هم‌چنین مقادیر محاسبه شده  $t$

برای هر یک از بارهای عاملی بالای ۱/۹۶ است. جدول ۲ شاخص‌های اعتبار همگرا<sup>۱</sup>، سازگاری درونی (آلفای کرونباخ (CA))، میانگین پاسخ‌ها را نشان می‌دهد. آلفای کرونباخ میزان بارگیری همزمان متغیرهای مکنون یا سازه را در زمان افزایش یک متغیر آشکار اندازه‌گیری می‌کند. مقدار این شاخص از ۰ تا ۱ می‌باشد. مقدار این شاخص نباید کمتر از ۰/۷ باشد (چین، ۱۹۹۸<sup>۲</sup>). تمامی مقادیر آلفای کرونباخ از مقدار ۰/۷ بزرگتر شده‌اند و نشان از پایایی بالای پرسشنامه می‌باشد. روایی همگرا<sup>۳</sup> در تحقیق حاضر نیز استفاده شده است، به این معنا که نشانگرهای هر سازه در نهایت تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسب به سازه‌های دیگر مدل فراهم آورند. به عبارت ساده‌تر هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری کند و ترکیب آن‌ها به گونه‌ای باشد که تمام سازه‌های به خوبی از یکدیگر تفکیک شوند. با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE<sup>۴</sup>) مشخص شد که تمام سازه‌های مورد مطالعه دارای میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۵ هستند. جدول ۲ ماتریس همبستگی بین متغیرهای تحقیق و شاخص روایی واگرا<sup>۵</sup> را نیز نشان می‌دهد. ستون آخر این ماتریس ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده (AVE) را نشان می‌دهد. طبق این شاخص واریانس هر متغیر مکنون باید برای شاخص‌های مربوط به خودش بیشتر از سایر شاخص‌ها باشد. برای تشخیص این امر ابتدا جذر AVE متغیر مکنون محاسبه و سپس حاصل را با مقادیر همبستگی‌ای که این متغیر مکنون با سایر متغیرهای مکنون داشته مقایسه می‌شود. در نهایت لازم است حاصل جذر AVE از مقادیر سایر همبستگی‌ها بیشتر باشد. اینکار برای سایر متغیرهای مکنون تکرار می‌شود. لازمه تأیید روایی منفک بیشتر بودن مقدار ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده از تمامی ضرایب همبستگی متغیر مربوط با باقی متغیرها است (شاخص فورنل و لارکر، ۱۹۸۱<sup>۶</sup>). پایین قطر اصلی ضرایب همبستگی پیرسون نشان داده شده‌اند. ضریب مثبت نشان دهنده رابطه مثبت و مستقیم و ضریب منفی نشان دهنده رابطه منفی و معکوس بین دو متغیر می‌باشد. تمامی ضرایب همبستگی در سطح خطای کمتر از ۰/۵ مثبت و معنادار هستند. نمودار ۱ مدل معادلات ساختاری را در حالت تخمین ضرایب استاندارد و معناداری نشان می‌دهد. متغیرهای آموزش عالی و آموزش صنعت هتلداری و گردشگری برونزا (مستقل)، متغیر توانمندسازی نیروی انسانی (میانجی) و رضایت شغلی (وابسته) درونزا می‌باشند. در این نمودار اعداد و

۱. Average Variance Extracted

۲. Chin

۳. Convergent Validity

۴. Average Variance Extracted

۵. Discriminated Validity

۶. Fornell-Larcker Criterion

یا ضرایب به سه دسته تقسیم می‌شوند. دسته‌ی اول تحت عنوان ضرایب همبستگی هستند که برای رابطه بین دو متغیر مستقل استفاده شده‌اند (در این مدل با فلش دو طرفه نشان داده شده‌اند). دسته‌ی دوم ضرایب مستقیم هستند (در این مدل با فلش یک طرفه نشان داده شده‌اند) و دسته سوم ضرایب غیر مستقیم هستند که اثر متغیرهای مستقل بر وابسته را از طریق متغیر میانجی بررسی می‌کنند (در این مدل با فلش یک طرفه نقطه چین نشان داده شده‌اند). تمامی این ضرایب با استفاده از آماره تی آزمون می‌شوند. اعداد درون پرانتز آماره تی می‌باشند. بر طبق این مدل، ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشد اگر قدرمطلق آماره‌ی  $t$  از ۱/۹۶ بیشتر باشد. در این مدل شاخص‌های برازش مدل نیز نشان داده شده‌اند. در این تحقیق برای ارزیابی مدل تحلیل عاملی تأییدی از شاخص‌های کای دو، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص برازندگی تعدیل یافته (AGFI)، شاخص برازندگی تطبیقی (مقایسه‌ای) (CFI) و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) استفاده شده است. در صورت تأیید مدل توسط شاخص‌های برازندگی، از آن می‌توان برای آزمون فرضیات روابط علی بین متغیرهای موجود استفاده کرد. در مورد نسبت مجذور کای دو  $\chi^2$  به درجه آزادی قطعیت وجود ندارد و در منابع مقدار زیر ۳ قابل قبول است کلانتری (۱۳۸۸) که در مدل این مقدار ۱/۷۵۳ بوده است، و نشان از برازش مناسب مدل دارد. مقدار GFI گزارش شده برای مدل ۰/۹۴ بوده است، مقدار RMSEA برای این مدل (۰/۰۴۴) محاسبه شده است و نشان از تبیین مناسب کوواریانس‌ها دارد. در نتیجه همان‌طور که مشخصه‌های برازندگی نوشته شده در مدل ۱ نشان می‌دهد، داده‌های مدل تحقیق با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است. و در نتیجه می‌توان گفت مدل تحقیق مورد تأیید واقع می‌گردد.

جدول ۱: روایی شاخص (بارهای عاملی و مقادیر آماره تی)

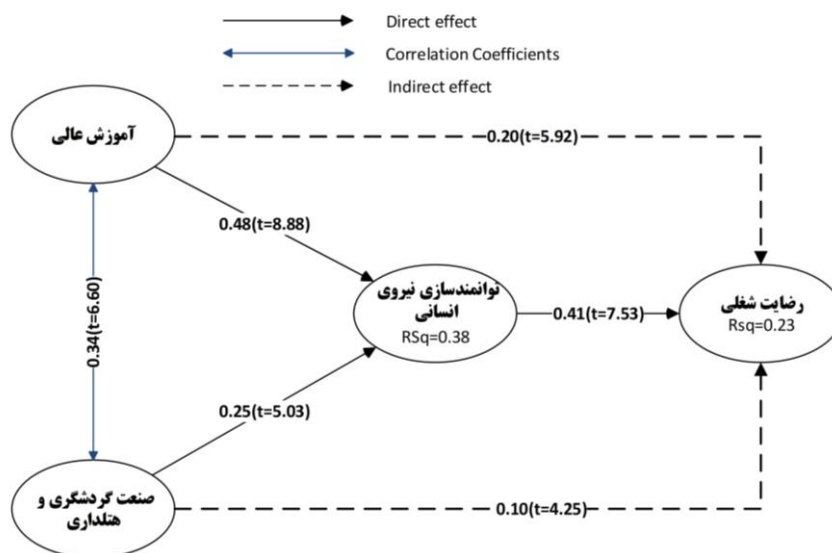
متغیرهای پنهان	گویه‌ها	بارعاملی	مقادیر تی	سطح معناداری
آموزش عالی	A1	0.92	19.64	<0.01
	A2	0.96	19.94	<0.01
	A3	0.96	18.73	<0.01
صفت گردشگری و هتلداری	B1	0.88	19.18	<0.01
	B2	0.93	19.72	<0.01
	B4	0.95	20.33	<0.01
	B5	0.97	20.78	<0.01

<0.01	-	0.99	C1	توانمندسازی نیروی انسانی
<0.01	21.88	1	C2	
<0.01	21.67	0.97	C3	
<0.01	21.05	0.96	C4	
<0.01	21.42	0.98	C5	
<0.01	-	0.90	D1	رضایت شغلی
<0.01	18.08	0.88	D2	
<0.01	17.51	0.86	D3	
<0.01	18.18	0.92	D4	
<0.01	18.15	0.90	D5	

جدول ۲: ماتریس همبستگی و شاخص‌های روایی و پایایی

$\sqrt{AVE}$	آلفای میانگین		AVE	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	متغیرهای پنهان
	پاسخ‌ها	کرونباخ						
0.881	3.134	0.794	0.776				1	(۱) توانمندسازی نیروی انسانی
0.873	3.552	0.768	0.762			1	0.41	(۲) رضایت شغلی
0.883	3.211	0.712	0.779		1	0.23	0.56	(۳) آموزش عالی
0.890	3.191	0.855	0.792	1	0.34	0.17	0.42	(۴) صنعت گردشگری و هتلداری

\*تمامی ضرایب همبستگی در سطح خطای کمتر از ۵٪ معنادار هستند.



Goodness of fit Statistics:  
 Chi-square=201.63, df=115, RMSEA=0.044, GFI=0.94, AGFI=0.92, CFI=0.99

نمودار ۱: مدل در حالت تخمین ضرایب استاندارد و معناداری

نتایج معادلات ساختاری (فرضیه‌های تحقیق)

جدول ۳: ضرایب مسیر (بتا)، آماره  $t$ ، ضریب تعیین و نتیجه فرضیه‌های تحقیق

جهت	وضعیت	R <sup>2</sup>	همبستگی		اثر غیر مستقیم		اثرات مستقیم		فرضیات تحقیق
			T	R	T	بتا	T	بتا	
+	تأیید	-	6.60	0.34	-	-	-	-	آموزش عالی ↔ صنعت هتلداری و گردشگری
+	تأیید	0.38	-	-	-	-	8.88	0.48	آموزش عالی ← توانمندسازی نیروی انسانی
+	تأیید		-	-	-	-	5.03	0.25	صنعت هتلداری و گردشگری ← توانمندسازی نیروی انسانی
+	تأیید	0.17	-	-	-	-	7.53	0.41	توانمندسازی نیروی انسانی ← رضایت شغلی
+	تأیید	0.063	-	-	5.92	0.20	-	-	آموزش عالی ← رضایت شغلی
+	تأیید		-	-	4.25	0.10	-	-	صنعت هتلداری و گردشگری ← رضایت شغلی

$|t| > 1.96$  Significant at  $P < 0.05$ ,  $|t| > 2.58$  Significant at  $P < 0.01$ ,

بحث و نتیجه‌گیری

آموزش نوعی سرمایه‌گذاری مفید و یک عامل کلیدی در توسعه محسوب می‌شود و چنانچه به درستی و شایستگی برنامه‌ریزی و اجرا شود، می‌تواند بازده اقتصادی قابل ملاحظه‌ای داشته باشد. نقش برجسته منابع انسانی در توسعه صنعت گردشگری و هتلداری که ناشی از امر آموزش است، می‌تواند با رشد مهارت‌ها و دانش کارکنان شاغل موجب رشد اقتصادی در سطح ملی گردد. این در حالی است که به باور عمومی گردشگری به عنوان یک بخش سبز اقتصادی با آسیب‌های محیطی کمتری همراه می‌باشد و نقش بسیاری در رشد فعالیت‌های اقتصادی دارد که خود وابسته به تکنولوژی ساده بوده و گرایش به سمت بهره‌وری از نیروی انسانی که این خود در روندی از پردازش بنیان‌های آموزشی به سطوحی بهینه در ایفای نقش توسعه‌ای پایدار در متن‌های فضایی می‌انجامد. داشتن نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده در صنعت گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است زیرا گردشگران به طور مداوم با این افراد در ارتباط هستند. در صورتی که این افراد بتوانند خدمات و تسهیلات مناسبی به گردشگران ارائه دهند، خاطره‌ای خوش و فراموش‌نشده با خود می‌برند اما اگر کوتاهی و قصور در ارائه خدمات صورت گیرد، خسارات جبران‌ناپذیری به صنعت گردشگری وارد خواهد شد. با توجه به یافته‌های این پژوهش، نمی‌توان به طور قطع اعلام نمود که محتوای دوره‌ها و امکانات آموزشی موجود پاسخگوی نیازهای آموزشی نیروی انسانی در صنعت گردشگری و هتلداری می‌باشد، لذا پیشنهاد می‌گردد که با بررسی موشکافانه و دقیق‌تر محتوای دوره‌های آموزشی از یک طرف و انجام نیازسنجی جهت تعیین میزان کمبود نیروی انسانی آموزش دیده و متخصص در صنعت گردشگری و هتلداری از طرف دیگر، بررسی جامع‌تری صورت گیرد. البته واضح است که رعایت استانداردهای آموزشی بین‌المللی و تعاملات گسترده با دانشگاه‌های مطرح در صنعت گردشگری و هتلداری در دنیا، می‌تواند به افزایش کارایی نظام آموزشی گردشگری و هتلداری کشور کمک نمود. هم‌چنین، متأسفانه آمار و اطلاعات دقیق و کاملی از تعداد دانشجویان شاغل در صنعت گردشگری و هتلداری به تفکیک در اکثر دانشگاه‌های شهر تهران وجود ندارد، که در این مورد نیز پیشنهاد می‌گردد، سیستمی در کلیه دانشگاه‌ها جهت تعیین تعداد دانشجویان شاغل در هر صنعت، خصوصاً صنعت گردشگری و هتلداری به تفکیک به هنگام ثبت نام دانشجویان، به کار گرفته شود.

### منابع

- ابطحی، سید محمد (۱۳۸۳)، "آموزش و بهسازی سرمایه‌های انسانی"، تهران: موسسه فرهنگی کتاب لانیز.

- امیری، شهرام (۱۳۸۴)، "نگاهی گذرا به گردشگری ایران از دو منظر ارتباطات و تبلیغات"، **دو ماهنامه مسافران**، شماره ۳۱، صص ۲۲-۲۳.
- حاجی کریمی، عباسعلی و رنگریز، حسن (۱۳۷۹)، "مدیریت منابع انسانی"، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول.
- ضیائی، محمود. سعیدی، علی و تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۱)، "جایگاه گردشگری در نظام آموزش عالی"، **مطالعات مدیریت گردشگری**، شماره ۱۷.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹)، "برنامه ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای"، ترجمه رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد، اصفهان: جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- شفیع آبادی، عبدالله (۱۳۷۰)، "راهنمایی تحصیلی و شغلی"، تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور.
- صائبی، محمد (۱۳۸۲)، "توسعه منابع انسانی با رویکرد راهبردی"، **مجله مطالعات مدیریت**، شماره ۳۷.
- عباس زادگان، محمد و ترک زاده، جعفر (۱۳۸۳)، "نیازسنجی آموزشی در سازمان‌ها"، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- گی، چاک (۱۳۸۲)، "جهانگردی در چشم انداز جامع"، ترجمه اعرابی، سید محمد و پارساییان، علی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- لونت، آلتینی و پاراسکواس، الکساندروس (۱۳۹۴)، "روش تحقیق در گردشگری و هتل داری"، ترجمه صادق صالحی و همکاران، تهران، انتشارات مهکامه.
- Chin, W.W., & Newsted, P.R.(1999), "**Structural Equation Modeling Analysis With Small Samples Using PLS**, in Rick Hoyle(ed), **Statistical Strategies for Small Samples Research**", Sage Publications: 307-341.
- Dale, Crispin & Robinson, Neil(2001), "The Theming of tourism education: a Three – domain approach", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, No. 13, vol. 1, pp. 30-34.
- Jerris, Linda A(1999), "**Human Resource Management for hospitality**", United States of America: prentice Hall, inc.
- McDonald, Michele. L & Hopkin, Royston. O(2005), "The future of Hospitality education in Grenada", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, No. 15 , vol. 3, pp 156- 160.
- Sherman, Arthur & Bohlander & Snell, Scott(1996), **Managing Human Resources**, South – Western college Publishing, Ed. 10.



