

## عوامل مؤثر در انتخاب شغل در صنعت گردشگری

مجید یآوری

کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی

majidyavari@rocketmail.com

این مقاله واقعیت‌های موجود در جنبه‌های مختلف اشتغال در صنعت جهانگردی و عوامل مؤثر در انتخاب شغل در صنعت گردشگری و رابطه آنها با تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری را از دیدگاه دانشجویان مدیریت جهانگردی دوره کارشناسی دانشگاه‌های منتخب ایران مورد بررسی قرار می‌دهد. روش پژوهش توصیفی و پیمایشی است و تکنیک جمع‌آوری اطلاعات به صورت پرسشنامه است. در این تحقیق بر اساس ۲۶۳ پرسشنامه تکمیل شده به وسیله جامعه نمونه که شامل دانشجویان مشغول به تحصیل در سال ۱۳۹۱ دوره کارشناسی رشته مدیریت جهانگردی دانشگاه‌های سمنان، علامه طباطبایی تهران، پیام‌نور مهریز یزد، پیام‌نور تفت و پیام‌نور خمینی شهر اصفهان بودند با استفاده از آزمون‌های آماری پیرسون و تحلیل رگرسیون مشخص شد. بین عوامل موقعیت اجتماعی، پرداخت، مزایا، متغیر وابسته تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری رابطه معناداری وجود ندارد. با این وجود، در مجموع بین متغیر وابسته تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری با ماهیت شغل، شرایط فیزیکی شغل، فرصت‌های ارتقای شغل، ویژگی‌های همکاران و مدیران رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد، به این معنا که با افزایش آنها تعهد افزایش یافته و با کاهش آنها تعهد کاهش می‌یابد، همچنین عامل سازگاری شغل و فرد با تعهد به صنعت رابطه معنادار معکوس و منفی نشان داده است، به این معنا که با افزایش یکی از آنها دیگری کاهش می‌یابد و برعکس.

واژه‌های کلیدی: صنعت جهانگردی، شغل، دانشجویان کارشناسی، انتخاب شغل، تعهد.

### ۱. مقدمه

صنعت جهانگردی یک صنعت خدماتی است. یکی از فواید مستقیم اقتصادی جهانگردی در کنار درآمدهای حاصل از خرید و فروش و درآمدهای ناشی از خدمات ارائه شده اقامتی اشتغال‌زایی است (رضایی، ۱۳۷۱). گردشگری یکی از عمده‌ترین صنایع جهان است و فعالیت‌های مربوط به آن ۱۱ درصد GDP جهان را تشکیل می‌دهد. به علاوه، صادرات این صنعت ۶-۷ درصد کل صادرات کالا و خدمات جهان را شامل می‌شود که از این لحاظ بالاتر از صنایع نفت و خودرو قرار می‌گیرد (زندى، ۱۳۸۹). ارتباط تنگاتنگی میان صنعت گردشگری و ایجاد اشتغال وجود دارد، زیرا بسیاری از فعالیت‌های این صنعت بسیار کاربر هستند و متکی به نیروی کار است. این صنعت به عنوان یک منبع اشتغال‌زا مطرح است و به اقتصادهای ملی، منطقه‌ای و محلی و همچنین توزیع جغرافیایی اشتغال کمک می‌کند (لی، ۱۳۷۸).

یکی از مهم‌ترین معضلات این سال‌ها در صنعت جهانگردی ایران احساس گردیده است، مشخص نبودن اهداف و سیاست‌های جهانگردی است. دستیابی به اهداف توسعه در این صنعت مستلزم برنامه‌ریزی، آرامش و امنیت و سرمایه‌گذاری وسیع در زمینه‌های مختلفی نظیر آموزش، حمل و نقل و بازاریابی است (رضایی، ۱۳۷۱). صنعت جهانگردی به‌عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد (زندى، ۱۳۸۹)، اما یکی از مشکلاتی که این صنعت در سطح جهانی با آن مواجه است جذب و حفظ نیروهای کیفی، ماهر و دانش‌آموخته در این زمینه است.

با توجه به اینکه مزیت رقابتی در صنعت جهانگردی از طریق نیروی کار حاصل می‌شود، بنابراین میزان تحصیلات، مهارت‌ها، آموزش‌ها، تعهد و نگرش مثبت آنها نسبت به شغلشان از اهمیت فراوانی برخوردار است (کوسلووان، ۲۰۰۰). به‌منظور استخدام و حفظ نیروی کار دلخواه در بازار امروز نیروی کار، درک نیازها و خواسته‌های آنها از اهمیت بسزایی برخوردار است (چن، چو و وو، ۲۰۰۰).

دانستن اهداف و انتظارات شغلی دانشجویان موجب می‌شود صنعت موردنظر تصویر واضح و درستی از خواسته‌ها و ترجیحات نیروی‌های کار بالقوه خود داشته باشد و کارفرمایان و کارآفرینان بتوانند با پی بردن به علایق، توانایی‌ها، ارزش‌های شغلی و نیازهای افراد جویای کار به مزیت رقابتی دست یافته و راهکارهای منابع انسانی موفق‌تری اتخاذ کنند (بائوم، ۱۳۸۵). رشد و پیشرفت این صنعت در گرو آن است که نیروی کار آموزش‌دیده و ماهر و نیز متعهد به شغل خود باشد و در ضمن با نگرش مثبت وارد صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی شده باشد (آکیش‌رونی و اوزتین، ۲۰۰۷). با این وجود، به‌نظر می‌رسد صنعت گردشگری مسیر شغلی مناسبی برای فارغ‌التحصیلان این رشته ارائه نمی‌کند (لیونز، ۲۰۱۰). لیونز معتقد است ارتباط میان نیروی کار حرفه‌ای آینده و واقعیت‌های صنعت گردشگری قطع شده است.

گزارش‌ها حاکی از آن است که فارغ‌التحصیلان مدیریت جهانگردی به‌دلیل رضایت شغلی پایین، شرایط نامناسب استخدام و نبود عوامل انگیزه‌دهنده جذب صنعت گردشگری نمی‌شوند (ریچاردسون، ۲۰۰۸). از آنجا که بیشتر تعاملات بین مشتریان و ارائه‌دهندگان خدمات در این صنعت به‌صورت رو به رو انجام می‌شود و خدمت در یک زمان ارائه، خریداری و مصرف می‌گردد (ریچاردسون، ۲۰۰۸). رفتار و عملکرد کارمند عامل کلیدی کیفیت خدمات است و رابطه مستقیمی با رضایت و وفاداری مشتری دارد (هسکت و همکاران، ۱۹۹۴). تعهد یک کارمند به یک صنعت توسط برداشت و نگرش وی نسبت به کار کردن در آن و مشاغل موجود در صنعت موردنظر تعیین می‌گردد (ریچاردسون، ۲۰۰۸).

دومونت و وادن (۱۹۸۷) شش عامل تأثیرگذار بر انتخاب شغل توسط دانشجویان رشته گردشگری و مهمان‌نوازی در این صنعت را مشخص کرده‌اند که این عوامل به‌ترتیب عبارتند از شغل جذاب، پتانسیل

پیشرفت، امنیت شغل در آینده، دستمزد خوب، امکان ارائه خدمت به جامعه و شأن اجتماعی. بلامن فلد و همکاران (۱۹۸۷) نیز ۱۰ عامل مهم در پذیرش یک شغل را چنین رتبه‌بندی کرده‌اند:

- نوع کار
- فرصت پیشرفت
- شهرت شرکت
- حقوق
- امنیت شغل
- ساعات کار
- مزایا
- شرایط کاری
- طبیعت همکاران
- طبیعت ناظران شغل

چاک کنونگ و وونگ و جینگ لیو (۲۰۱۰) در پژوهشی تأثیر والدین بر انتخاب شغل دانشجویان رشته مدیریت گردشگری و مهمان‌نوازی چین را بررسی کردند. هدف آنها این بود که دریابند برداشت‌های دانشجویان دوره کارشناسی رشته مدیریت گردشگری و مهمان‌نوازی چین چگونه تحت تأثیر والدین آنها قرار می‌گیرد. نتایج کار آنها نشان داد که سه عامل حمایت ادراک شده والدین از صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی، دغدغه‌های والدین نسبت به رفاه و پرستیژ شغل آینده فرزندان و موانع درک شده انتخاب شغل توسط والدین مهم‌ترین نقش را در انتخاب شغل دانشجویان دوره کارشناسی رشته مدیریت گردشگری و مهمان‌نوازی چین دارد.

چلن و نونکو (۲۰۱۰) در تحقیقی که در مورد تعهد دانشجویان کارشناسی رشته گردشگری و مهمان‌نوازی نسبت به اشتغال در این صنعت در جزیره موریس به بررسی تعهد دانشجویان نسبت به صنعت گردشگری در جزیره موریس پرداختند، آنها بر عواملی تمرکز کردند که به صورت مستقیم بر میزان تعهد نسبت به گردشگری تأثیر دارند. این عوامل شامل ماهیت شغل، موقعیت اجتماعی، سازگاری شغل و فرد، روابط میان همکاران، نقش و حمایت مدیران، میزان حقوق و مزایا بودند. آنها بر اساس تحقیقات انجام شده قبل و پرسش‌های مطرح شده در پژوهش خود به شش فرضیه رسیدند. این فرضیه‌ها بر این استوار بودند که ماهیت، موقعیت اجتماعی، چشم‌انداز، حقوق و مزایا، فرصت‌های پیشرفت و ارتقا و همچنین شرایط فیزیکی شغل با تعهد دانشجویان نسبت به صنعت جهانگردی رابطه مثبت و مستقیمی دارند. نتایج پژوهش آنها تنها بر دو فرضیه تأیید کرد. یافته‌ها نشان دادند که رابطه مثبت و مستقیمی

بین موقعیت اجتماعی و تعهد دانشجویان نسبت به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد. به علاوه، این فرضیه که رابطه مثبت و مستقیم میان چشم‌انداز شغل و تعهد دانشجویان نسبت به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد نیز تأیید گردید. بنا بر نتایج این پژوهش مشخص گردید که موقعیت اجتماعی و چشم‌اندازهای شغل دو عامل تعیین‌کننده قوی برای تعهد نسبت به مشاغل صنعت گردشگری هستند. چهار فرضیه ارائه شده توسط این دو محقق رد شد.

چوانگ و دلمان - جنکینز (۲۰۱۰) در تحقیق دیگری فرایند تصمیم‌گیری شغلی دانشجویان کارشناسی رشته مهمان‌نوازی دانشگاه سوت وسترن آمریکا را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که دانشجویان رشته مهمان‌نوازی خود را مهم‌ترین عامل در تصمیم‌های شغلی می‌دانند، همچنین به نظر آنها پاداش و اجر ذاتی کار از پاداش‌ها و مشوق‌های خارجی ارزشمندتر است. به علاوه، تحلیل‌های این دو محقق نشان داد دانشجویانی که تجربه کاری در این صنعت را داشتند اهداف شغلی قوی‌تری دارند. از دیگر نتایج این پژوهش این بود که انتظارات دانشجویان می‌تواند اهداف و مقاصد شغلی آنها در صنعت مهمان‌نوازی را پیش‌بینی کند.

والش و تیلور (۲۰۰۷)، ۷۱۸ دانشجوی سابق دانشگاه کورنل را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه دست یافتند که می‌توان با داشتن و مدیریت مقتدر و کارآمد مشاغل چالش برانگیز را ایجاد نمود که فرصت‌های پیشرفت شغلی را ارائه می‌دهند و دستمزدهای عادلانه میزان تعهد شغلی را افزایش می‌دهد. فوی مون (۲۰۰۷) با بررسی عوامل مؤثر در انتخاب شغل دانشجویان کارشناسی چند دانشگاه مالزی به این نتیجه رسیدند که بیشتر آنها از شغلی اطمینان دارند که در سال آخر تحصیلات خود انتخاب خواهند کرد. تنها درصد کمی از آنها از شغل بلندمدت خود اطمینان نداشتند، اما اغلب آنها از شغلی که انتخاب خواهند کرد کاملاً مطمئن بودند. علاوه بر این، یافته‌های این پژوهش بیانگر آن بود که این دانشجویان پاداش‌های مادی را مهم‌ترین عامل انتخاب شغلی خود نمی‌دانند، بلکه به عقیده آنها شرایط کاری مناسب و امنیت شغلی دارای بیشترین اهمیت در انتخاب شغل آنها است.

## ۲. روش‌شناسی

این تحقیق از لحاظ هدف یا جهت‌گیری، کاربردی و از لحاظ اجرا یا استراتژی، تحقیق توصیفی و پیمایشی است. در این پژوهش، محقق برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده نموده است. این پرسشنامه از پرسشنامه‌های به‌کار گرفته شده توسط کوسلووان و کوسلووان (۲۰۰۰)، کریاکو و کولتارد (۲۰۰۰) و همچنین ریچاردسون (۲۰۰۸، ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰) استخراج شده است و با استفاده از نظرات برخی صاحب‌نظران امر بومی‌سازی شده است. جامعه آماری این پژوهش را تمام دانشجویان

مدیریت جهانگردی دوره کارشناسی مشغول به تحصیل در سال ۱۳۹۱ دانشگاه‌های ایران تشکیل می‌دادند. ابتدا کشور به پنج منطقه تقسیم گردید و به‌صورت تصادفی منطقه مرکزی ایران به‌عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب شده. در ادامه، از میان دانشگاه‌های ارائه‌دهنده رشته‌های مدیریت جهانگردی و هتلداری این منطقه ۵ دانشگاه سمنان، علامه طباطبایی تهران، پیام‌نور مهریز یزد، پیام‌نور تفت و پیام‌نور خمینی شهر اصفهان به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. تعداد کل جامعه ۶۹۰ نفر بود. برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری هدفمند و تصادفی با تخصیص متناسب استفاده گردید. بر اساس جدول مورگان حجم نمونه مورد بررسی برابر با ۲۴۸ نفر تعیین شد که با توجه به تعداد دانشجویان هر دانشگاه، ۸۹ پرسشنامه در دانشگاه سمنان، ۶۴ پرسشنامه در دانشگاه علامه طباطبایی و ۱۰۸ پرسشنامه در سایر دانشگاه‌ها و ۲ پرسشنامه که نام دانشگاه در آنها نامشخص بود و در مجموع ۲۶۳ پرسشنامه تکمیل شد. لازم به ذکر است در مجموع ۲۸۵ پرسشنامه توزیع گردید تا ۲۶۳ پرسشنامه تکمیل شود. به این ترتیب، نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها ۹۲/۲۸ درصد است.

به‌منظور سنجش پایایی تحقیق، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه تحقیق مورد سنجش قرار گرفت و از آنجایی که درصد ضریب به‌دست آمده که پس از تجزیه و تحلیل آماری از طریق نرم‌افزار SPSS بیش از ۷۰ درصد (۰/۹۸۷۶) محاسبه شد و به این ترتیب اعتبار پرسشنامه مورد پذیرش ارزیابی گردید. با وجود آنکه پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق توسط چند محقق صاحب‌نام در کشورهای مختلف تدوین گردید و در بسیاری از تحقیقات به کار گرفته شده بود، اعتبار محتوای آن مجدد توسط اساتید این رشته و برخی دیگر از صاحب‌نظران مورد تأیید قرار گرفت و تغییراتی جهت بومی کردن آن متناسب با فضا و شرایط ایران اعمال گردید.

### ۳. یافته‌ها

در کل، تعداد ۲۶۳ پاسخگو پرسشنامه را تکمیل نمودند که حدود ۸۰ درصد ایشان را خانم‌ها و کمتر از ۲۰ درصد را آقایان تشکیل داده‌اند، همچنین حدود ۲۴ درصد پاسخگویان در دانشگاه علامه طباطبایی و حدود ۳۴ درصد در دانشگاه سمنان مشغول به تحصیل بوده و مابقی در سایر دانشگاه‌ها در حال بودند. بیشترین فراوانی پاسخگویان مربوط به دانشجویان سال سوم با حدود ۴۲ درصد فراوانی بود. در میان پاسخگویان تنها ۲۴ نفر یا به عبارت دیگر کمتر از ۱۰ درصد آنها تجربه کار در این صنعت را داشتند. همچنین، حدود ۹۵ درصد دانشجویان در این صنعت فعال نبودند، همچنین تنها حدود ۲۳ درصد از دانشجویان در نخستین سال پس از فارغ‌التحصیلی اظهار تمایل قطعی به کار در این صنعت داشتند و حدود ۸/۴ درصد اظهار کردند در این بخش فعال نخواهند شد که تنها ۲۲ درصد ایشان تجربه کاری در این صنعت را دلیل تردید خود و ۲۶/۷ درصد آن را موجب تصمیم به عدم فعالیت در این صنعت عنوان کردند.

در ادامه، ۸ عوامل مؤثر بر انتخاب شغل در صنعت گردشگری به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفت، سپس رابطه آنها با تعهد به صنعت گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### ۳-۱. عامل ماهیت شغل

این عامل با استفاده از ۸ سؤال مورد بررسی قرار گرفته است. همانگونه که در جدول (۱) مشاهده می‌شود بیشترین دانشجویان با جذابیت مشاغل گردشگری موافق بودند، به طوری که ۲۵۱ نفر از آنها گزینه موافق یا گزینه کاملاً موافق را انتخاب نمودند. این سؤال بیشترین میانگین را میان سؤالات داشته است که نشان‌دهنده بیشترین حد توافق بوده است. پس از این سؤال، بیشترین موافقت با مشاغلی است که هر روز اطلاعات جدیدی در این صنعت وارد شود. کمترین میانگین مربوط به سؤال ۵ با مقدار ۱/۹۲ است که نشان‌دهنده این است که پاسخگویان بیشترین حد مخالفت را با تأثیر منفی ماهیت شغل بر زندگی خود داشتند.

جدول ۱. ماهیت شغل

ماهیت شغل	کاملاً مخالفم	مخالفم	موافقم	کاملاً موافقم	میانگین	انحراف معیار
مشاغل صنعت گردشگری جذاب هستند.	۳	۴	۱۶۴	۸۷	۴/۲۶	۰/۶۷
بیشتر مشاغل این صنعت نیازی به مهارت زیادی ندارند.	۵۹	۱۴۶	۴۸	۸	۲/۲۳	۱/۰۹
مشاغل این صنعت پراسترس هستند.	۲۹	۸۸	۱۰۵	۳۷	۳/۱۳	۱/۳۲
ساعت کاری مشاغل این صنعت بسیار زیاد است.	۱۵	۱۱۵	۹۸	۲۴	۳	۱/۲۱
ماهیت این مشاغل بر روی زندگی خانوادگی تأثیر منفی دارد.	۱۰۵	۱۲۰	۲۵	۱۱	۱/۹۲	۱/۰۸
در مشاغل این صنعت هر روز چیز تازه‌ای می‌آموزید.	۷	۱۶	۱۳۹	۹۴	۴/۱۵	۰/۹۲
ساعات کاری این صنعت برای یک زندگی معمولی مناسب نیست.	۲۶	۱۱۶	۱۰۰	۹	۲/۸۰	۱/۱۷
به دلیل فصلی بودن مشاغل صنعت گردشگری یافتن یک شغل ثابت در این صنعت بسیار دشوار است.	۷	۲	۱۰۷	۶۶	۳/۵۶	۱/۲۴

مأخذ: نتایج تحقیق.

### ۳-۲. عامل موقعیت اجتماعی

همانگونه که در جدول زیر قابل مشاهده می‌شود این عامل با استفاده از ۶ سؤال مورد بررسی قرار گرفته است. در این بخش، ۲۱۳ نفر از دانشجویان در مورد سؤال آخر با محتوای صحبت کردن با افتخار در مورد شغل

گردشگری با دوستان و آشنایان یکی از گزینه‌های موافق یا کاملاً موافق را انتخاب نموده‌اند. میانگین پاسخ به این سؤال ۴/۰۷ به دست آمد که این امر بیانگر آن است که دانشجویان بیشترین حد توافق را در مورد این سؤال داشتند. از سوی دیگر، اغلب دانشجویان (۱۵۸ نفر) با سؤال سوم مبنی بر اینکه باور اکثریت بر این است که افرادی که در این رشته تحصیل می‌کنند پیش خدمت می‌گردند مخالف یا کاملاً مخالف بودند.

جدول ۲. موقعیت اجتماعی

موقعیت اجتماعی	کاملاً مخالفم	مخالفم	موافقم	کاملاً موافقم	میانگین	انحراف معیار
خانواده من به شغل من در صنعت گردشگری افتخار می‌کند.	۲	۴۸	۱۴۲	۵۹	۳/۸۳	۱/۰۲
مشاغل این صنعت مورد احترام هستند.	۳	۴۴	۱۶۶	۴۸	۳/۸۱	۰/۹۶
باور اکثریت بر این است که افرادی که در این رشته تحصیل می‌کنند پیش خدمت می‌گردند.	۴۶	۱۱۲	۸۷	۱۵	۲/۶۷	۱/۲۶
کار در این صنعت یک خدمت مفید و مهم تلقی می‌شود.	۸	۴۱	۱۳۸	۷۳	۳/۸۷	۱/۰۸
من فکر می‌کنم جامعه برای افرادی که در این صنعت کار می‌کنند ارزش قائل نیست.	۲۱	۹۰	۹۲	۵۱	۳/۲۴	۱/۳۴
من با دوستان و آشنایان خود با افتخار در مورد شغلم در این صنعت صحبت می‌کنم.	۹	۳۴	۹۹	۱۱۴	۴/۰۷	۱/۱۴

مأخذ: نتایج تحقیق.

### ۳-۳. عامل پرداخت / مزایا

همانگونه که در جدول زیر مشاهده می‌شود تمام سؤالات این بخش از نوع معکوس است. در این بخش، بیشترین حد توافق دانشجویان در دو سؤال دوم و چهارم اتفاق افتاده است، به طوری که ۱۰۳ نفر از دانشجویان در این دو سؤال گزینه کاملاً موافق را انتخاب نمودند. میانگین پاسخ به این دو سؤال به ترتیب ۴/۳۴ و ۴/۲۴ بود. بیشترین مخالفت دانشجویان نیز با سؤال اول با میانگین ۳/۸۴ مبنی بر پایین بودن پرداختی‌های بیشتر مشاغل صنعت گردشگری صورت گرفته است.

جدول ۳. پرداخت / مزایا

انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافقم	موافقم	مخالقم	کاملاً مخالقم	پرداخت / مزایا
۱/۰۷	۳/۷۴	۵۰	۱۴۸	۴۸	۷	پرداختی‌های بیشتر مشاغل صنعت گردشگری پایین است. با توجه به ساعت کار طولانی و حجم کار مشاغل این صنعت دستمزدها باید بیشتر باشد.
۰/۶۶	۴/۳۴	۱۰۳	۱۴۸	۳	۳	میزان مزایا (غذاه، بن، پاداش، تعطیلات و غیره) مشاغل این صنعت کافی نیست.
۰/۸۴	۴/۰۶	۶۸	۱۵۶	۲۳	۲	کارفرمایان می‌بایست برای کار در ساعات نامتعارف پول بیشتری پرداخت کنند.
۰/۸۲	۴/۲۴	۱۰۳	۱۳۲	۲۱	۰	دادن غذا در محل کار بخش مهمی از بسته پاداش است.

مأخذ: نتایج تحقیق.

### ۳-۴. عامل سازگاری شغل و فرد

همانگونه که در جدول (۴) مشاهده می‌شود بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال آخر با محتوای احساس خوشحالی فرد از دیدن رضایت مشتری اتفاق افتاده است، به طوری که ۱۵۵ نفر از دانشجویان گزینه کاملاً موافق و ۸۵ نفر از آنها گزینه موافق را انتخاب نمودند. میانگین این سؤال برابر با ۴/۴۵ و بسیار نزدیک به حد بالای ۵ است. در این بخش سؤال سوم بار منفی دارد که با توجه به میانگین ۱/۸۶ پاسخها نشان‌دهنده این است که پاسخگویان در مورد احساس برده بودن در این صنعت بیشترین مخالفت را دارند.



جدول ۴. سازگاری شغل و فرد

انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافقم	موافقم	مخالقم	کاملاً مخالقم	سازگاری شغل و فرد
۱/۰۱	۳/۹۵	۷۵	۱۴۱	۳۶	۵	شخصیت من مناسب کار در این صنعت است.
۰/۹۰	۴/۰۹	۸۲	۱۴۹	۲۵	۳	من می توانم از قابلیت ها و مهارت هایم در این صنعت استفاده کنم.
۱	۱/۸۶	۷	۲۴	۱۲۲	۱۰۶	زمانی که در این صنعت کار می کنم احساس می کنم یک برده هستم.
۰/۹۸	۴/۱۳	۱۰۲	۱۲۵	۲۸	۴	از کار در این صنعت لذت می برم.
۰/۸۴	۴/۴۵	۱۵۵	۸۵	۱۸	۱	از دیدن رضایت مشتریان خوشحال می شوم.

مأخذ: نتایج تحقیق.

### ۳-۵. عامل شرایط فیزیکی شغل

همانگونه که مشاهده می گردد، بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال اول با محتوای خوب بودن شرایط فیزیکی مشاغل این صنعت اتفاق افتاده است. بیشترین مخالفت دانشجویان نیز با عدم تمیزی فضای کار در این صنعت صورت گرفته است.

جدول ۵. شرایط فیزیکی شغل

انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافقم	موافقم	مخالقم	کاملاً مخالقم	شرایط فیزیکی شغل
۱/۰۷	۳/۵۴	۳۱	۱۴۸	۶۶	۵	شرایط فیزیکی مشاغل این صنعت عموماً خوب هستند.
۱/۱۹	۲/۵۷	۱۵	۶۷	۱۳۵	۳۵	فضای کار در این صنعت بسیار تمیز نیست.
۱/۲۲	۳/۳۰	۳۴	۱۲۱	۸۳	۱۵	ریسک حادثه هنگام کار در این صنعت بالا است.
۱/۱۶	۳/۰۳	۲۳	۱۱۱	۱۰۲	۱۴	غذاخوری ها در بیشتر مشاغل این صنعت شرایط خوبی دارند.
۱/۲۲	۳/۱۳	۲۲	۱۱۹	۹۰	۲۰	محیط کاری مشاغل این صنعت بسیار پر سر و صدا است.

مأخذ: نتایج تحقیق.

### ۳-۶. عامل فرصت‌های ارتقای شغل

همانگونه که در جدول زیر مشاهده می‌شود بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال ۷ مبنی بر اینکه بیشتر ارتقای شغلی این صنعت بر اساس رابطه صورت می‌گیرد تا مهارت‌های کارکنان بارز شود، به طوری که ۹۲ نفر از دانشجویان گزینه کاملاً موافق ۱۱۶ نفر از آنها گزینه موافق را انتخاب نمودند. در مجموع سؤالات بیشترین مخالفت دانشجویان با سؤال اول صورت گرفته است.

جدول ۶. فرصت‌های ارتقای شغلی

انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافقم	موافقم	مخالقم	کاملاً مخالقم	فرصت‌های ارتقای شغلی
۱/۳۱	۲/۹۱	۲۳	۹۹	۹۱	۳۸	ارتقا در این صنعت بر اساس شایستگی انجام می‌شود.
۱/۱۳	۳/۴۲	۲۹	۱۴۱	۷۴	۹	فرصت‌های ارتقا شغلی رضایت‌بخشی در این صنعت وجود دارد.
۱/۱۳	۳/۵۲	۳۷	۱۳۵	۶۷	۷	ارتقا در این صنعت عادلانه انجام نمی‌گیرد.
۱/۰۸	۳/۶۹	۴۴	۱۴۸	۴۷	۹	فرصت‌های ارتقا به مدیریت محدود است.
۱/۱۱	۳/۳۸	۲۱	۱۱۲	۶۸	۴	سنوات خدمت در این صنعت در ارتقای شغلی منظور می‌گردد.
۱/۳۴	۳/۰۹	۳۷	۹۳	۸۹	۲۸	تحصیلات دانشگاهی در ارتقای شغلی مشاغل این صنعت منظور می‌گردد.
۱/۰۲	۴/۰۴	۹۲	۱۱۶	۴۱	۰	بیشتر ارتقای شغلی بر اساس رابطه صورت می‌گیرد تا مهارت‌های شما
۱/۰۳	۳/۸۳	۵۷	۱۳۸	۴۵	۳	ارتقای شغلی در این صنعت نظام‌مند نیست.
۱/۱۸	۳/۷۲	۶۱	۱۲۴	۴۵	۱۳	یک ساختار پیشرفت شغلی مشخص و مدونی در این صنعت وجود ندارد.

مأخذ: نتایج تحقیق.

### ۳-۷. عامل ویژگی‌های همکاران

همانگونه که در جدول (۷) مشاهده می‌گردد. بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال ۴ با محتوای به راحتی دوست شدن با افراد دیگر در این صنعت اتفاق افتاده است، به طوری که ۴۶ نفر از دانشجویان گزینه کاملاً موافق و ۱۴۴ نفر از آنها گزینه موافق را انتخاب نموده‌اند. سایر پرسش‌های این بخش بار منفی دارند که سؤال اول در این میان بیشترین میزان مخالفت را با مفهوم عدم وجود کارگروهی بین همکاران را به خود اختصاص داده است. با این وجود، بیشترین مخالفت دانشجویان با سؤال ۷ مبنی بر این که عموماً افرادی که دارای مدرک تحصیلی دانشگاهی هستند، در این صنعت مشغول به کار هستند صورت می‌پذیرد.

جدول ۷. ویژگی‌های همکاران

انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافقم	موافقم	مخالقم	کاملاً مخالفم	ویژگی‌های همکاران
۱/۱۲	۲/۶۱	۱۳	۶۶	۱۴۷	۲۱	در صنعت گردشگری روحیه کار گروهی بین همکاران وجود ندارد.
۱/۰۵	۳/۵۰	۲۰	۱۵۹	۶۰	۸	کارکنان صنعت گردشگری با یکدیگر همکاری می‌کنند.
۱/۳۲	۳/۱۴	۴۲	۸۹	۹۷	۲۱	کارکنان این صنعت عموماً تحصیل کرده نیستند.
۱/۱۳	۳/۶۷	۴۶	۱۴۴	۴۳	۱۴	من می‌توانم با افرادی که در این صنعت کار می‌کنند به راحتی دوست شوم.
۱/۱۷	۳/۳۲	۲۴	۱۳۳	۷۴	۱۴	اغلب افراد مشغول به کار در این صنعت بسیار بالنگیزه بوده و علاقه‌مند به کار در این صنعت هستند.
۱/۳۴	۳/۰۱	۳۹	۷۳	۱۰۰	۲۴	افرادی شاغل در این صنعت که مدرک دانشگاهی ندارند به افراد تحصیل کرده حسادت می‌کنند.
۱/۱۷	۲/۴۹	۱۱	۶۳	۱۳۱	۳۹	عموماً افرادی که دارای مدرک تحصیلی دانشگاهی هستند در این صنعت مشغول به کار هستند.

مأخذ: نتایج تحقیق.

### ۳-۸. عامل ویژگی‌های مدیران

همانگونه که در جدول (۸) مشاهده بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال ۹ با محتوای برخورد مناسب مدیران با کارکنان اتفاق افتاده است. از سوی دیگر، بیشترین مخالفت با سؤال‌های ۱ و ۵ با محتوای اختیار دادن مدیران به کارکنان برای انجام بهتر کار و حسادت مدیران به کارکنان تحصیل کرده رخ داده است.

جدول ۸. ویژگی‌های مدیران

انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافقم	موافقم	مخالقم	کاملاً مخالفم	ویژگی‌های مدیران
۱/۱۸	۲/۷۸	۶	۹۷	۱۰۴	۲۹	مدیران به کارکنان اختیار می‌دهند تا کار را بهتر انجام دهند.
۱/۲۹	۳/۴۹	۵۲	۱۱۲	۵۷	۲۰	اغلب مدیران این صنعت مدرک تحصیلی در این زمینه ندارند.
۱/۱۵	۳/۰۹	۱۲	۱۱۵	۹۳	۱۳	مدیران به کارمندانی پاداش نمی‌دهند که کار خود را به خوبی انجام می‌دهند.
۱	۳/۵۱	۱۸	۱۴۸	۶۳	۲	مدیران این صنعت با کارکنان خود با احترام رفتار می‌کنند.
۱/۲۳	۲/۷۲	۲۲	۶۰	۱۲۳	۲۲	مدیران به کارکنان تحصیل کرده حسادت می‌کنند.
۱/۱۴	۳/۲۳	۱۷	۱۱۹	۸۱	۱۰	مدیران کارکنان را در تصمیماتی دخالت می‌دهند که به آنها مربوط می‌شود.
۱/۰۷	۳/۳۶	۱۶	۱۳۴	۷۳	۵	روابط میان کارکنان و مدیران خوب است.
۱/۱۲	۳/۴۰	۲۱	۱۳۳	۶۴	۱۰	مدیران در صورت لزوم به کارکنان خود آموزش‌های شغلی ارائه می‌دهند.
۰/۹۶	۳/۵۶	۱۵	۱۵۸	۵۳	۳	مدیران برخورد مناسبی با کارکنان دارند.
۱/۲۲	۳/۲۱	۲۹	۱۰۲	۸۷	۱۲	مدیران تلاش کافی برای جلب رضایت کارکنان در مورد شغلشان انجام نمی‌دهند.

مأخذ: نتایج تحقیق.

### ۳-۹. عامل تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری

در این بخش بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال ۴ با محتوای علاقه به کار در این صنعت پس از فارغ‌التحصیلی اتفاق افتاده است، به طوری که ۱۱۰ نفر گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده و میانگین نیز برابر با ۴/۱۷ می‌باشد. از سوی دیگر، دانشجویان بیشترین میزان مخالفت را با سؤال ۶ نشان دادند.

عوامل مؤثر در انتخاب شغل در صنعت گردشگری ۱۰۱

جدول ۹. تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری

انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافقم	موافقم	مخالقم	کاملاً مخالقم	تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری
۱/۱۱	۲/۶۵	۱۱	۷۱	۱۴۵	۱۷	معایب کار در این صنعت از مزایای آن بیشتر است.
۱/۱۷	۳/۸۳	۷۵	۱۲۱	۴۰	۱۲	من از اینکه در رشته گردشگری تحصیل می‌کنم بسیار خوشحالم
۱/۳۰	۲/۶۰	۲۵	۶۰	۱۱۸	۴۵	من نمی‌خواهم فرزندم در این رشته تحصیل و یا کار کند.
۱/۰۵	۴/۱۷	۱۱۰	۱۰۸	۱۷	۱۱	من دوست دارم پس از اتمام تحصیل در این صنعت کار کنم.
۱/۳۵	۲/۷۶	۲۹	۶۹	۱۰۴	۴۱	من حاضرم پس از فارغ‌التحصیلی در این صنعت هر کاری انجام دهم.
۱/۰۶	۱/۷۵	۱۲	۱۴	۹۲	۱۲۶	من پس از تحصیل ابدأ در این صنعت کار نخواهم کرد.
۱/۰۳	۲/۱۱	۱۴	۲۱	۱۵۶	۵۷	پس از اتمام تحصیل فقط در صورتی که مدیر شوم در این صنعت کار می‌کنم.
۱/۲۳	۲/۱۳	۱۸	۳۱	۱۱۰	۸۴	انتخاب این رشته به عنوان یک انتخاب شغلی اشتباه بزرگی بود.
۱/۱۹	۳/۴۳	۳۴	۱۳۴	۶۳	۱۶	من به دوستان و آشنایان خود کار در این صنعت را پیشنهاد می‌کنم.
۱/۱۹	۲/۹۰	۱۸	۹۳	۱۲۰	۱۷	من فقط در مشاغلی از این صنعت کار می‌کنم که دستمزد بالایی داشته باشند.
۱/۲۷	۲/۴۰	۲۴	۳۹	۱۲۵	۵۴	من تصمیم دارم در صنعت دیگری مشغول به کار شوم.

مأخذ: نتایج تحقیق.

در ادامه، رابطه میان ماهیت شغل، پرداخت‌ها و مزایای شغل، شرایط فیزیکی شغل، موقعیت اجتماعی شغل، سازگاری فرد و شغل، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های همکاران و فرصت‌های ارتقای شغلی با تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری مورد بررسی قرار گرفت. برای بررسی رابطه عوامل مذکور با تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری از تکنیک رگرسیون چندگانه استفاده شده است.

در رگرسیون چندگانه، مقادیر یک متغیر (متغیر وابسته) که در اینجا میزان تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری است از روی مقادیر دو یا چند متغیر دیگر برآورد می‌شود. در این میان، ضرایب همبستگی چندگانه محاسبه می‌شوند که نشان‌دهنده ارتباط و شدت آن بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته است. در

اینجا متغیرهای مستقل عبارتند از ماهیت شغل، موقعیت اجتماعی، پرداخت/ مزایا، سازگاری شغل و فرد، شرایط فیزیکی شغل، فرصت‌های ارتقای شغلی، ویژگی‌های همکاران و مدیران.

جدول ۱۰. خروجی آنالیز واریانس

Sig	آماره F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	منابع تغییرات
		۱/۷۰۳	۸	۱۳/۶۲۸	بین گروهی
۰/۰۰۰	۱۲/۰۲۲	۰/۱۴۲	۲۲۸	۳۲/۳۰۷	درون گروهی
			۲۳۶	۴۵/۹۳۵	کل

مأخذ: نتایج تحقیق.

در واقع فرضیاتی که در این بخش مورد بررسی قرار گرفتند عبارتند از:

- رابطه مثبت و مستقیم میان ماهیت شغل و تعهد دانشجویان به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد.
- رابطه مثبت و مستقیم میان پرداخت‌ها و مزایای شغل و تعهد دانشجویان به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد.
- رابطه مثبت و مستقیم میان موقعیت اجتماعی شغل و تعهد دانشجویان به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد.
- رابطه مثبت و مستقیم میان شرایط فیزیکی شغل و تعهد دانشجویان به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد.
- رابطه مثبت و مستقیم میان سازگاری فرد و شغل و تعهد دانشجویان به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد.
- رابطه مثبت و مستقیم میان فرصت‌های ارتقای شغلی و تعهد دانشجویان به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد.
- رابطه مثبت و مستقیم میان ویژگی‌های همکاران و تعهد دانشجویان به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد.
- رابطه مثبت و مستقیم میان ویژگی‌های مدیران در این شغل و تعهد دانشجویان به کار کردن در صنعت گردشگری وجود دارد.

جدول ۱۱. ضرایب رگرسیون استاندارد شده و مقادیر معناداری آن

شرح	ضرایب استاندارد شده (Beta)	t	Sig.	نتیجه آزمون
ضریب ثابت	-	۳/۷۰۴	۰/۰۰۰	-
ماهیت شغل	۰/۱۴۴	۲/۳۵۵	۰/۰۱۹	وجود رابطه مثبت و مستقیم
موقعیت اجتماعی	-۰/۰۰۵	-۰/۰۸۵	۰/۹۳۳	عدم وجود رابطه
پرداخت/مزایا	-۰/۰۸۸	-۱/۴۵۹	۰/۱۴۶	عدم وجود رابطه
سازگاری شغل و فرد	-۰/۱۶۸	-۲/۵۶۲	۰/۰۱۱	وجود رابطه منفی و معکوس
شرایط فیزیکی شغل	۰/۱۴۲	۲/۳۳۰	۰/۰۲۱	وجود رابطه مثبت و مستقیم
فرصت‌های ارتقا شغلی	۰/۱۳۹	۲/۲۹۳	۰/۰۲۳	وجود رابطه مثبت و مستقیم
ویژگی‌های همکاران	۰/۳۵۶	۵/۱۵۴	۰/۰۰۰	وجود رابطه مثبت و مستقیم
ویژگی‌های مدیران	۰/۱۳۷	۲/۲۴۷	۰/۰۲۶	وجود رابطه مثبت و مستقیم

مأخذ: نتایج تحقیق.

با توجه به مقادیر P-Value می‌توان مشاهده کرد که با توجه به اینکه مقدار P-Value برای عوامل موقعیت اجتماعی و پرداخت و مزایا به ترتیب برابر با ۰/۹۳۳ و ۰/۱۴۶ می‌باشند که هر دو از مقدار آلفای ۰/۰۵ بزرگتر هستند، بنابراین فرض صفر مبنی بر استقلال هر یک از این دو عامل از متغیر وابسته (تعهد) رد نمی‌شود، در نتیجه مقدار بتای محاسبه‌شده برای این دو معنادار نیست. در مجموع، بین متغیر وابسته تعهد به صنعت گردشگری و همتلداری با ماهیت شغل، شرایط فیزیکی شغل، فرصت‌های ارتقای شغل، ویژگی‌های همکاران و مدیران رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد، به این معنا که با افزایش آنها، تعهد نیز افزایش یافته و با کاهش آنها تعهد نیز کاهش می‌یابد. با توجه به مقدار بتا برای عوامل مذکور بیشترین تأثیر را در میان این عامل ویژگی‌های همکاران با ضریب ۰/۳۵۶ داشته و پس از آن ماهیت شغل با ۰/۱۴۴ بتا قرار دارد. همچنین عامل سازگاری شغل و فرد با تعهد به صنعت رابطه معنادار معکوس و منفی نشان داده است، به این معنا که با افزایش یکی دیگری کاهش می‌یابد و برعکس.

#### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

در عامل ماهیت شغل بیشترین موافقت دانشجویان با جذابیت مشاغل گردشگری اتفاق افتاد. پس از آن، بیشترین موافقت با آموختن هر روز اتفاق تازه‌ای در مشاغل این صنعت صورت گرفت. در میان سؤالات معکوس، کمترین میانگین مربوط به سؤال ۵ با مقدار ۱/۹۲ بوده که نشان‌دهنده این بود که پاسخگویان بیشترین حد مخالفت را با تأثیر منفی ماهیت شغل بر زندگی خود داشتند. نتایج این

بخش نتایج پژوهش ریچاردسون (۲۰۱۱) را تأیید نمود. تحقیقات وی نشان داد دانشجویان رشته گردشگری و مهمان‌نوازی استرالیا نیز بیشترین میزان موافقت را با جذابیت مشاغل گردشگری داشته‌اند. به عقیده آنها نیز آموختن هر روز یک چیز تازه در مشاغل این صنعت دومین عاملی بود که بیشترین میزان توافق را داشت، اما به لحاظ مخالفت با وجود اینکه تأثیر منفی ماهیت شغل بر زندگی یکی از عواملی بود که بیشترین مخالفت با آن صورت گرفته بود، اما بیشترین میزان مخالفت با عدم نیاز بیشتر مشاغل این صنعت به مهارت زیاد رخ داده بود. به نظر می‌رسد با توجه به اینکه ماهیت مشاغل گردشگری در اغلب بخش‌ها در همه جای دنیا یکسان است این تشابه نتایج قابل توجیه باشد.

در عامل موقعیت اجتماعی بیشتر دانشجویان در مورد سؤال آخر با محتوای صحبت کردن با افتخار در مورد شغل گردشگری با دوستان و آشنایان یکی از گزینه‌های موافق یا کاملاً موافق را انتخاب نمودند. از سوی دیگر، اغلب دانشجویان با سؤال ۳ مبنی بر اینکه باور اکثریت بر این است که افرادی که در این رشته تحصیل می‌کنند پیش‌خدمت می‌گردند مخالف یا کاملاً مخالف بودند. نتایج حاصل در این بخش نیز نتایج پژوهش ریچاردسون (۲۰۱۱) را تأیید نمود. تحقیقات وی نشان داد دانشجویان رشته گردشگری و مهمان‌نوازی استرالیا نیز بیشترین میزان مخالفت را با عامل باور اکثریت بر این است که افرادی که در این رشته تحصیل می‌کنند پیش‌خدمت می‌گردند نشان دادند. این امر بیانگر آن است که پاسخگویان به این باور رسیده‌اند که رشته گردشگری تنها کار در رستوران و هتل نیست و حوزه گسترده‌تری را شامل می‌گردد.

در بخش عامل پرداخت و مزایا بیشترین حد توافق دانشجویان در مورد اینکه با توجه به ساعت کار طولانی و حجم کار مشاغل این صنعت دستمزدها باید بیشتر باشد اتفاق افتاد. پس از این سؤال دانشجویان بیشترین موافقت را با اینکه کارفرمایان می‌بایست برای کار در ساعات نامتعارف پول بیشتری پرداخت کنند اعلام کرده بودند. میانگین پاسخ به این دو سؤال به ترتیب ۴/۳۴ و ۴/۲۴ بود. بیشترین مخالفت دانشجویان نیز با سؤال اول با میانگین ۳/۷۴ مبنی بر پایین بودن پرداختی‌های بیشتر مشاغل صنعت گردشگری صورت گرفته است. نتیجه به دست آمده در مورد سؤال نخست این بخش مورد انتظار محقق نبود. به نظر می‌رسد بیشتر دانشجویان تصور می‌کنند مشاغل گردشگری درآمد بالایی نصیب آنها خواهد کرد. تصور محقق بر آن بود که پاسخگویان بیشترین مخالفت را با دادن غذا در محل کار بخش مهمی از بسته پاداش است ابراز دارند که اینگونه نبود و از این منظر نتایج به دست آمده در تحقیق ریچاردسون (۲۰۱۱) تأیید نگردید.

در عامل سازگاری شغل و فرد بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال آخر با محتوای احساس خوشحالی فرد از دیدن رضایت مشتری اتفاق افتاد. در این بخش سؤال سوم بار منفی داشت که با



توجه به میانگین ۱/۸۶ پاسخ‌ها نشان‌دهنده این است که پاسخگویان در مورد احساس برده بودن در این صنعت بیشترین مخالف را داشتند. نتایج این بخش تا حد زیادی نتایج به‌دست آمده توسط ریچاردسون (۲۰۱۱) را تأیید نمود. با این تفاوت که نتایج کار وی نشان داد با عامل من می‌توانم از قابلیت‌ها و مهارت‌هایم در این صنعت استفاده کنم بیشتر از سایر عوامل موافقت گردید.

در عامل شرایط فیزیکی شغل بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال اول با محتوای خوب بودن شرایط فیزیکی مشاغل این صنعت اتفاق افتاد. بیشترین مخالفت دانشجویان نیز با عدم تمیز فضای کار در این صنعت صورت گرفت. نتایج حاصل شده در این بخش کاملاً نتایج به‌دست آمده توسط ریچاردسون (۲۰۱۱) را تأیید نمود. به‌علاوه، این نتایج مطابق انتظارات محقق نیز بوده است.

در عامل فرصت‌های ارتقای شغل بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال ۷ مبنی بر اینکه بیشتر ارتقای شغلی این صنعت بر اساس پارتی‌بازی صورت می‌گیرد تا مهارت‌های کارکنان رخ داد. پس از این مورد، مورد ارتقای شغلی در این صنعت نظام‌مند نیست با بیشترین میزان موافقت مواجه شد. در مجموع، سؤالات بیشترین مخالفت دانشجویان با سؤال یک مبنی بر اینکه ارتقا در این صنعت بر اساس شایستگی انجام می‌شود صورت گرفت. نتایج این بخش در مورد رخ دادن بیشترین مخالفت با این آیتم که ارتقا در این صنعت بر اساس شایستگی انجام می‌شود نتایج پژوهش ریچاردسون (۲۰۱۱) را تأیید نمود، اما در تحقیق این محقق بیشترین میزان موافقت با آیتم سنوات خدمت در این صنعت در ارتقای شغلی منظور می‌گردد صورت گرفته است. می‌توان این تفاوت را با یکسان نبودن ساختارهای اداری و شغلی دو کشور ایران و استرالیا مربوط دانست. به نظر محقق باید ساختار و چارچوب مدون و مشخصی برای ارتقای شغلی تعریف و به کار گرفته شود، چراکه این امر تأثیر بسزایی در نوع نگرش نیروی کار به شغل و در مجموع کل صنعت گردشگری دارد.

در عامل ویژگی‌های همکاران بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال ۴ با محتوای به‌راحتی دوست شدن با افراد دیگر در این صنعت اتفاق افتاد. سایر سؤالات این بخش بار منفی داشته که سؤال ۱ در این میان بیشترین میزان مخالفت با مفهوم عدم وجود کار گروهی بین همکاران صورت گرفت. با این وجود، بیشترین مخالفت دانشجویان با سؤال ۷ مبنی بر اینکه عموماً افرادی که دارای مدرک تحصیلی دانشگاهی بوده در این صنعت مشغول به کار هستند صورت پذیرفت. نتایج این بخش نتایج پژوهش ریچاردسون (۲۰۱۱) را در کل تأیید نمود. البته در تحقیق وی بیشترین موافقت با آیتم کارکنان صنعت گردشگری با یکدیگر همکاری می‌کنند صورت گرفته است و بیشترین میزان مخالفت با آیتم در صنعت گردشگری روحیه کار گروهی بین همکاران وجود ندارد رخ داده است. نتایج به‌دست آمده در این بخش تأکید می‌کند دانشجویان ایرانی رشته گردشگری به توانایی

برقراری ارتباط با همکاران خود اعتماد کامل داشته و تصور می‌کنند افرادی که در مشاغل این صنعت کار می‌کنند به راحتی با آنها کنار خواهند آمد.

در عامل ویژگی‌های مدیران بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال ۹ با محتوای برخورد مناسب مدیران با کارکنان اتفاق افتاد. پس از این آیتم نیز مدیران این صنعت با کارکنان خود با احترام رفتار می‌کنند بیشترین موافقت دانشجویان را به خود جلب نمود. این امر حاکی از آن است که دانشجویان این رشته در ایران نگرش مثبتی به رفتار مدیران این صنعت نسبت به کارکنان دارند. از سوی دیگر، بیشترین مخالفت با سؤال‌های ۱ و ۵ با محتوای اختیار دادن مدیران به کارکنان برای انجام بهتر کار و حسادت مدیران به کارکنان تحصیل کرده رخ داده است که لین مورد آخر اصلاً مورد انتظار محقق نبود. نتایج این بخش با نتایج پژوهش ریچاردسون (۲۰۱۱) مغایرت داشت. نتایج پژوهش این محقق نشان می‌دهد بیشترین میزان موافقت در مورد این عامل با حسادت مدیران به کارکنان تحصیل کرده صورت گرفته و بیشترین میزان مخالفت در مورد این عامل با مدیران کارکنان را در تصمیماتی که به آنها مربوط می‌شود دخالت می‌دهند صورت پذیرفته است.

در تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری بیشترین حد توافق دانشجویان در سؤال ۴ با محتوای علاقه به کار در این صنعت پس از فارغ‌التحصیلی اتفاق افتاد. از سوی دیگر، دانشجویان بیشترین میزان مخالفت را با سؤال ۶ نشان دادند و اینکه من پس از تحصیل در این صنعت کار نخواهم کرد. با توجه به نتایج به دست آمده در این بخش می‌توان ادعا نمود دانشجویان رشته گردشگری دانشگاه‌های ایران نسبت به کار کردن در صنعت گردشگری و هتلداری متعهد هستند.

##### ۵. بررسی رابطه عوامل مؤثر در انتخاب شغل در صنعت گردشگری با تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری

با توجه به مقادیر P-Value فرض صفر مبنی بر استقلال هر یک از عوامل موقعیت اجتماعی و پرداخت و مزایا از متغیر وابسته (تعهد) رد نشد. البته نتیجه به دست آمده درباره این دو عامل کاملاً برخلاف پیش‌بینی‌های محقق بود. نتایج به دست آمده توسط چلن و نونکو (۲۰۱۰) هم وجود رابطه مثبت و مستقیم بین پرداخت و مزایا و تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری را رد کرد که نتایج تحقیق روبرو نیز آن را تأیید می‌کند، اما بر عکس نتایج حاصل از تحقیق پیش‌رو وجود رابطه مثبت و مستقیم بین موقعیت اجتماعی و تعهد دانشجویان به صنعت گردشگری و هتلداری که در پژوهش این دو محقق تأیید شده بود را نیز رد می‌کند. این امر نشان می‌دهد برای ایجاد تعهد در دانشجویان

عوامل مؤثر در انتخاب شغل در صنعت گردشگری ۱۰۷

رشته گردشگری دانشگاه‌های منتخب ایران نسبت به کار کردن در این صنعت نیازی به تأکید بر حقوق و مزایای بالا نیست.

در مجموع، بین متغیر وابسته تعهد به صنعت گردشگری و هتلداری با ماهیت شغل، شرایط فیزیکی شغل، فرصت‌های ارتقای شغل، ویژگی‌های همکاران و مدیران رابطه مثبت و مستقیم وجود داشت، به این معنا که با افزایش آنها تعهد نیز افزایش یافته و با کاهش آنها تعهد نیز کاهش می‌یابد. نتایج به‌دست آمده در مورد عوامل مذکور نتایج به‌دست آمده توسط چلن و نونکو (۲۰۱۰) را تأیید نکرد. این نتایج بیانگر آن هستند که ماهیت شغل، شرایط فیزیکی شغل، فرصت‌های ارتقای شغل، ویژگی‌های همکاران و مدیران عوامل تعیین‌کننده مهمی در ایجاد تعهد دانشجویان رشته گردشگری دانشگاه‌های منتخب ایران به‌عنوان نیروی کار بالقوه این صنعت نسبت به کار کردن در این صنعت هستند و از آنجا که با افزایش آنها تعهد نیز افزایش یافته و با کاهش آنها تعهد نیز کاهش می‌یابد می‌توان با ایجاد شرایط بهتر در این عوامل تعهد را بالا برده و در نتیجه کیفیت خدمات ارائه‌شده در این صنعت را افزایش داد. در عوامل مذکور بیشترین تأثیر را در میان این عامل ویژگی‌های همکاران با ضریب ۰/۳۵۶ داشته و پس از آن ماهیت شغل با ۰/۱۴۴ بتا قرار داشت. همچنین، عامل سازگاری شغل و فرد با تعهد به صنعت رابطه معنادار معکوس و منفی نشان داده است، به این معنا که با افزایش یکی دیگری کاهش می‌یابد و برعکس. مورد آخر به هیچ وجه مورد انتظار محقق نبود و محقق دلیل قانع‌کننده‌ای برای نتیجه به‌دست آمده پیدا نکرد.

## منابع

- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۳)، *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*، انتشارات سمت.
- دانایی‌فرد، حسن، الوانی، مهدی و عادل آذر (۱۳۸۳)، *روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*، انتشارات صفار اشراقی.
- رضایی، نسرين (۱۳۷۱)، *بررسی صنعت جهانگردی در ایران بعد از سال ۱۳۵۸*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.
- زندى، ابتهال (۱۳۸۹)، *تأثیر اشتغال بر فقر در دو بخش خدمات گردشگری و بیمارستانی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.
- لی، جان (۱۳۷۸)، *گردشگری و توسعه در جهان سوم*، ترجمه عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امین نشر شرکت چاپ و بازرگانی وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

- Akis Roney, Sevgin & Perin Öztin (2007), "Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey", *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, Vol. 6, No.1, PP. 4-17.
- Baum, T. (2006) *Human Resource Management for Tourism, Hospitality and Leisure: An International Perspective*, ThomsonLearning, London.
- Blumenfeld, W.S., W.E., Kent, P.J. Shock & L.F. Jourdan (1987), "Job Attributes Preferences of a Group of Potential Hospitality Industry Managers: What Makes a Job Good or Bad", *Hospitality Education and Research Journal*, Vol. 10, No. 2, PP. 79 - 93.
- Chak-keung Wong, Simon & Gloria Jing Liu (2010), "Will Parental Influences Affect Career Choice?: Evidence from Hospitality and Tourism Management Students in China", *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 22, No. 1, PP. 82 - 102.
- Chellen, H. & R. Nunkoo, "Understanding Students' Commitment to Employment in the Tourism and Hospitality Industry", Paper Presented at the International Research Symposium in Service Management, Mauritius.
- Chen, S. J., H., Chu, L. & W. C. Wu (2000), "Tourism Students' Perceptions of Work Values: A Case of Taiwanese Universities", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 12, No. 6, PP. 360 - 365.
- Chuang, Ning-Kuang & Mary Dellmann-Jenkins (2010), "Career Decision Making and Intention: A Study of Hospitality Undergraduate Students", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 34, PP. 512 – 530.
- Domonte, T. & A.G. Vaden (1987), "Career Decisions in Hospitality Management", *Hospitality Education and Research Journal*, Vol. 11, PP. 51 - 63.
- Fui Mun, Hew (2007), "Underlying Factors of Career Choice", *International Conference on Teaching and Learning*.
- Heskett, J.L., T.O., Jones, G.W., Loveman, W.E., Sasser J.R. & L.A. Schlesinger (1998), "Putting the Service-Profit Chain to Work", *Harvard Business Review*, Vol. 72 ,March - April, PP. 164 - 174.
- Kusluvan, Salih & Zeynep Kusluvan (2000), "Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism Industry in Turkey", *Tourism Management*, Vol. 21, PP. 251 - 269.
- Lee Bamford, Kirsten (2012), "Undergraduate Student Perceptions of a Career in the Tourism and Hospitality Industry in New Zealand", University of Otago, Dunedin, New Zealand, March.
- Lyons, K. (2010), "Room to Move? The Challenges of Career Mobility for Tourism Education", *Journal of Hospitality & Tourism Education*, Vol. 22, No. 2, PP. 51 – 55
- Richardson, Scott & Gareth Butler (2011), "Attitudes of Malaysian Tourism and Hospitality Students' Towards a Career in the Industry", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 10, PP. 1 -16.
- Richardson, Scott (2009), "Student Experiences Working in the Hospitality and Tourism Industry: Issues and Concerns", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 3, No. 1, PP. 62 - 74.
- Richardson, Scott (2009), "Undergraduates Perceptions of Tourism and Hospitality as a career Choice", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 28, PP. 382 - 388.
- Richardson, Scott (2010), "Tourism and Hospitality Students' Perceptions of a Career in the Industry: A Comparison of Domestic (Australian) Students and

International Students Studying in Australia", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 17, PP. 1-11.

Richardson, Scott (2008), "Undergraduate Tourism and Hospitality Students' Attitudes Toward a Career in the Industry: A Preliminary Investigation", *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, Vol. 8, No. 1, PP. 23 - 46.

Walsh, K. & M. S. Taylor (2007), "Developing In-House Careers and Retaining Management Talent: What Hospitality Professionals Want from Their Jobs?", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 48, PP. 163 - 182.

