



ارزیابی شایستگی فرهنگی راهنمایان تور از دیدگاه گردشگران داخلی (مطالعه تطبیقی تورهای گروهی ماسوله و ایبانه)

سعیده اسماعیلی^{۱*}

هومان نامبی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۶/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۵/۱

چکیده:

شایستگی فرهنگی راهنمایان تور بر عملکرد شغلی شان و میزان رضایت گردشگران از خدمات آنها تأثیر قابل توجهی دارد و لازم است که در تحقیقات گردشگری توجه بیشتری به آن شود. هدف از این مطالعه، ارزیابی شایستگی فرهنگی راهنمایان تور در مقصدهای تاریخی ماسوله و ایبانه است. جامعه آماری این پژوهش گردشگران داخلی هستند که از طریق تورهای گروهی، به ماسوله و ایبانه سفر کرده‌اند. ابعاد و مؤلفه‌های شایستگی فرهنگی راهنمایان با استفاده از پرسشنامه نیمه‌باز مورد بررسی قرار گرفت و از طریق مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل تجزیه و تحلیل گردید. نتایج پژوهش نشان داد از میان ده شاخص شایستگی فرهنگی راهنمایان تور ایبانه و ماسوله، درک فرهنگ محلی (ایبانه)، درک محیط محلی سفر (هر دو)، میانجی‌گری فرهنگی (هر دو)، توانایی زبان (ایبانه)، ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی (هر دو) و همدلی فرهنگی (ماسوله) مؤلفه‌هایی هستند که باید بیش از سایر مؤلفه‌ها در راهنمایان تور این دو مقصد ارتقا یابند تا در نهایت منجر به افزایش رضایت گردشگران و وفاداری آنها به دفاتر خدمات مسافرتی شوند. بر این اساس، مدیران مؤسسات آموزشی و انجمن‌های صنفی می‌توانند علاوه بر برگزاری دوره‌های آموزشی راهنمایی تور، دانش و مهارت‌های مرتبط با شایستگی فرهنگی را به‌طور کاربردی و در حین اجرای تور به راهنمایان گردشگری آموزش دهند.

واژگان کلیدی: شایستگی فرهنگی، راهنمایان تور، تورهای گروهی، ماسوله، ایبانه

* Saeideh.esmaili89@gmail.com

۱ و ۲. دانشجوی دکتری گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

صنعت گردشگری یکی از پر رشدترین صنایع در جهان است که به‌عنوان یک پدیده اجتماعی شامل مجموعه‌ای از فرایندها، فعالیت‌ها و نتایجی است که از تعاملات میان گردشگران، تورگردان‌ها، دفاتر خدمات مسافرتی، دولت‌ها، جوامع محلی و محیط پیرامونی در مقصد حاصل می‌شود (Lin, Fan, Tsaur, & Tsai, 2021: 1). در این میان، گردشگری به‌عنوان یک پدیده فرهنگی، فرصت کافی برای تعامل و تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان را به‌وجود می‌آورد و با انسان‌ها، انگیزه‌ها، خواسته‌ها، نیازها و آرزوهای آنها که منبعث از فرهنگ جامعه می‌باشد، در ارتباط است (جهانبانیان و نادعلی پور، ۱۳۸۸: ۲۰). بر این اساس، گردشگران و مردم محلی می‌توانند یکدیگر را بهتر درک کرده و به فرهنگ هم بیشتر احترام بگذارند. در طی مسافرت، از همان برخورد اول، تعاملات فرهنگی میهمانان و میزبانان آغاز می‌شود و دو طرف دارای ارزش‌ها و الگوهای متفاوت هستند و مسئله تماس و تأثیرات فرهنگی و اجتماعی آن‌ها بر یکدیگر دارای اهمیت ویژه‌ای است. تفاوت رفتاری، اجتماعی و فرهنگی بین گردشگر و مردم محلی بازخوردهای متفاوتی را به همراه داشته و شالوده و اساس دوستی و صفا بین گردشگران و افراد محلی را پایه‌ریزی می‌کند و منجر به همبستگی‌های قومی می‌شود (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۳: ۸۹). مبادلات فرهنگی حاصل از گردشگری موجب وسیع‌تر شدن افق اندیشه طرفین، کاهش پیش‌داوری‌ها و نزدیک‌تر شدن انسان‌ها به یکدیگر می‌شود که این امر می‌تواند توسط راهنمایان تور در هنگام اجرای تور قوت یابد چرا که این افراد واسطه‌های فرهنگی میان گردشگران و جامعه محلی محسوب می‌شوند (رحیمی‌اقدم، صنوبر، حق وردیزاده، ۱۳۹۷).

تور در لغت به معنای گشت و سیاحت است و در اصطلاح صنعت گردشگری شامل مجموعه‌ای از عناصر سفر مانند: اقامت، حمل و نقل، تغذیه، گشت و ... که از سوی یک بنگاه برنامه ریزی سفر (که آن را تورگردان می‌خوانند) برای فرد یا گروهی از گردشگران در قالب یک بسته سفر عرضه می‌شود (زنجبریان و زاهدی، ۱۳۹۴: ۸). تورهای گروهی^۱ معمولاً دارای یک راهنمای تور هستند که هدایت و ارائه خدمات به گردشگران را برعهده دارد. راهنمایان تور واسطه‌های اصلی بین گردشگران و میزبانان محلی هستند و عملکردشان بر رضایت، وفاداری و تجربه نهایی سفر گردشگران تأثیر دارد (Mak, Wong, & Chang, 2011: 1450). بنابراین، راهنمایان تور نقش بسیار مهمی در تورهای گروهی ایفا می‌کنند. استفاده از راهنما در تورهایی مانند تورهای ورودی به ایران به دلیل فاصله فرهنگی زیاد بین گردشگر و جامعه میزبان بسیار متداول است و میل به کسب

1. Group package tours (GPTs)

تجربه‌های بین‌فرهنگی جدید و کاهش مشکلات ارتباطی در سرزمین‌های بیگانه، معمولاً انگیزه اصلی استفاده گردشگران از این‌گونه تورها است (کروبی، امیری، محمودزاده، ۱۳۹۶: ۴۲).

بر اساس تئوری یادگیری اجتماعی^۱ (Bandura, 1997)، راهنمایان تور درباره دانش میان فرهنگی آموزش می‌بینند تا بتوانند در محیط‌های فرهنگی جدید با جامعه میزبان تعامل داشته باشند و اعضای گروه تورشان را هدایت کنند تا با توجه به فرهنگ جامعه محلی، رفتار مناسبی داشته باشند. عملکرد راهنمایی تور به‌طور مثبت بر رضایت گردشگری (Bowie & Chang, 2005: 311) و هم‌چنین بر تجارب میان فرهنگی سفر گردشگران تاثیر می‌گذارد. راهنمایان تور دارای ظرفیتی هستند که می‌توانند خود را با محیط‌های فرهنگی متفاوت تطبیق دهند تا به‌طور اثربخش، گروه تورشان را مدیریت و هدایت کنند. این موضوع نشان می‌دهد که راهنمایان تور به قابلیت‌های شایستگی فرهنگی متفاوتی از سایر مشاغل نیاز دارند.

به زعم محققان، شایستگی فرهنگی به پتانسیل فرد برای عملکرد مؤثر در موقعیت‌های بین‌فرهنگی اشاره دارد (Ang, Ng, & Rockstuhl, 2020). شرل و نونمن^۲ (۲۰۰۸) نیز شایستگی فرهنگی را به‌عنوان فرایندی می‌دانند که افراد به‌طور مستمر می‌آموزند، مشاهده می‌کنند و براساس موقعیت‌های فرهنگی مختلف، رفتارهای متفاوتی دارند. بنابراین، افرادی که دارای شایستگی فرهنگی هستند احتمال بیشتری دارد که دیگر فرهنگ‌ها را بپذیرند، به آداب و رسوم دیگر جوامع پایبند باشند، به‌طور مؤثر با مردمی با پیشینه فرهنگی متفاوت تعامل کنند (Wilson, Ward, & Fischer, 2013: 911) و از دانش فرهنگی‌شان برای تنظیم رفتارهای خود بر اساس فرهنگ‌های متفاوت استفاده کنند (Triandis, 2006: 25). تعاملات مکرر با گروه‌های مختلف، به افراد کمک می‌کند که درباره فرهنگ‌های محلی یاد بگیرند و همین امر باعث می‌شود که عملکرد شغلی‌شان بهبود یابد. بنابراین از آنجا که راهنمایان تور با گردشگران و جوامع محلی که دارای فرهنگ‌های متفاوتی هستند در تعامل‌اند، داشتن این دانش برای آنها از اهمیت بسیاری برخوردار است.

در ایران، مطالعات معدودی در خصوص شایستگی‌های راهنمایان تور انجام شده است که به بررسی بخشی از شایستگی‌ها و مهارت‌های راهنمایان تور از جمله شایستگی‌های محوری و اخلاقی آنها پرداخته‌اند (رحیمی‌اقدم و همکاران، ۱۳۹۷؛ رحیمی‌اقدم، رحیمی‌کلور، حق‌وردیزاده، ۱۳۹۸) و یا به عوامل مؤثر بر عملکرد راهنمایان تور (کروبی و همکاران، ۱۳۹۷؛ ضیایی و فرمانی، ۱۳۹۰) اشاره کرده‌اند. بنابراین، از آنجا که توجه چندانی به ویژگی‌های راهنمایان تور از جمله شایستگی‌ها

1. Social Learning Theory
2. Scherle and Nonnenmann

و مهارت‌های فرهنگی آنها در پژوهش‌های گردشگری نشده است و همچنین، راهنمایان به دانش فرهنگی گسترده‌ای نیاز دارند که پیش نیاز حرفه آنها است، لذا هدف از این مطالعه، بررسی شایستگی فرهنگی راهنمایان تور از دیدگاه گردشگران داخلی است که به مقصدهای تاریخی و روستایی با پیشینه فرهنگی غنی سفر کرده‌اند.

امروزه یکی از مکان‌های اصلی قرارگیری جاذبه‌های فرهنگی، بومی، سنتی، تاریخی و مذهبی در مناطق روستایی است؛ لذا مناطق روستایی با توجه به در اختیار داشتن میراث و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی به عنوان هدف اصلی گردشگران در دهه‌های اخیر برای تفریح و تمدد اعصاب و فرار از زندگی صنعتی و لذت از جاذبه‌های فرهنگ بومی و سنتی می‌باشند (پارسیان و اعرابی، ۱۳۸۵: ۱۵۷). به همین دلیل در این پژوهش دو مقصد تاریخی ماسوله و ابیانه که به لحاظ بافت معماری و همچنین بافت تاریخی و فرهنگی سنتی و بومی‌شان انتخاب شده‌اند تا با مطالعه تطبیقی این دو مقصد مشخص شود که میزان شایستگی فرهنگی راهنمایان تور در برخورد با تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و مردم محلی در این مناطق به چه صورت است. شهرک تاریخی ماسوله در استان گیلان از مناطق دبدنی شهرستان فومن است که به خاطر بافت معماری ویژه‌اش که به صورت پلکانی است و همچنین وجود آداب و رسوم خاص و مردم محلی مهمان‌نواز، صنایع دستی و بناهای تاریخی و جاذبه‌های طبیعی، وجود چندین موزه (حیاط وحش، میراث فرهنگی و ...)، زیارتگاه‌ها، بازار ماسوله و محوطه باستانی ماسوله یا کهنه ماسوله، آن را به عنوان یکی از مهم‌ترین مقصدهای گردشگری تاریخی، فرهنگی و طبیعی شمال کشور قرار داده است. روستای ابیانه نیز به لحاظ فرهنگی و پیشینه تاریخی، دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که آن را از روستاهای تاریخی ایران متمایز می‌سازد. آئین‌ها و مراسم‌ها، معماری آن که به صورت پلکانی است، اسطوره و زبان و دیگر صورت‌های مادی و فرهنگی و داشتن شرایط اقلیمی و طبیعی کوهستانی آن و همچنین فاصله دور این روستا از مراکز پرجمعیت اطراف که باعث شده است مردم این روستا آداب و رسوم و پوشش سنتی و فرهنگ بومی خود را حفظ کنند (نظری داشلی، ۱۳۸۴: ۳۲۶)، از جمله معیارهای گزینش این روستا جهت تحقیق است.

در کنار اثرات مثبت گردشگری همچون تعامل‌های فرهنگی و اجتماعی میان گردشگران و ساکنان محلی، تجارب جدید فرهنگی، افزایش سطح فرهنگ روستائیان و بهبود ارتباطات، کاهش مهاجرت و افزایش جمعیت، افزایش روحیه مشارکت در بین روستائیان و درک جامعه محلی نسبت به گردشگران، اثراتی مانند تغییر در پوشش و وضع ظاهری جوانان، تهدید تغییر فرهنگ بومی (مانند پوشش، گویش، آداب و سنن)، تضاد و تنش بین ساکنان محلی روستا و گردشگران، انزجار ساکنان محلی از رفتار نامناسب گردشگران، از بین رفتن آسایش و آرامش مردم بومی، ازدحام و

شلوغی، افزایش جرم و جنایت و مسائل اجتماعی، از جمله تأثیرات منفی ورود گردشگران به این مقصدها است که می‌تواند تحت‌تأثیر شایستگی‌های فرهنگی راهنمایان تور قرار بگیرد به طوری که راهنمایان تور با استفاده از دانش فرهنگی خود می‌توانند گروه تور خود را طوری هدایت نمایند که فرصت‌های مناسبی برای برقراری تعاملات میان اعضای تور و جامعه محلی ایجاد شود و تنش و تعارضات فرهنگی میان این دو گروه کاهش یابد. در این صورت میزان وفاداری و رضایت گردشگران نسبت به خدمات ارائه‌شده افزایش می‌یابد و همچنین مردم بومی این مقصدها نیز از حضور گردشگران در بافت سنتی و تاریخی جامعه خود رضایت داشته و از آنها استقبال خواهند کرد.

مبانی نظری

نقش‌های راهنمایان تور

راهنمای تور، توسط فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری^۱ به‌عنوان فردی تعریف شده است که گردشگران را به زبانی که ویژه آن‌هاست در زمینه‌های مختلف گردشگری راهنمایی می‌کند و دارای تسلط و اطلاعات کامل درباره میراث طبیعی و فرهنگی هر منطقه است و قادر است این اطلاعات را به زبان قابل درک برای گردشگران توضیح دهد (کروبی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۳).

راهنمایی تور همکاری میان همه بازیگران در یک فعالیت گردشگری معین محسوب می‌شود. هماهنگی گروه و موفقیت یک شرکت گردشگری به مهارت‌های ارتباطی راهنمای تور بستگی دارد. در طول یک سفر، عملکرد راهنمای تور بر رضایت گردشگر، روحیه گردشگر، ارزیابی انتظارات گردشگران، برداشت از مکان‌های مورد بازدید، شهرت شرکت و کیفیت خدمات تأثیر می‌گذارد (Tsaour & Teng, 2017: 440, Tsaour & Lin 2014: 29). بنابراین از آنجا که راهنمایان تور با گردشگران فرهنگ‌های مختلف خود را تطبیق می‌دهند، تعامل بین گردشگران و راهنمایان تور بر موفقیت و عدم موفقیت تجربه گردشگری بسیار مهم است و نقش‌های مختلفی که راهنمایان در این حوزه ایفا می‌کنند در موفقیت یک تور اهمیت بسزایی دارد (Leclerc & Martin, 2004: 183).

پوند^۲ (۱۹۹۳) نقش‌های راهنمایان تور را بدین صورت طبقه‌بندی نموده است: الف) راهنمایی که قادر است مسئولیت تور را به عهده بگیرد؛ ب) به عنوان یک تحصیل‌کرده به مهمانان کمک می‌کند تا بتوانند درک کافی از مکان‌های مورد بازدید داشته باشند؛ پ) به عنوان یک سفیر، با مهمان‌نوازی و ارائه مقصد به گردشگران، آن‌ها را برای بازگشت مجدد به مقصد ترغیب می‌کند؛ ت)

1. WFTGA (World Federation of Tourist Guide Associations)

2. Pond

به عنوان یک میزبان، محیط راحتی را برای میهمانان فراهم می‌کند؛ ث) به عنوان یک تسهیل‌کننده، می‌داند که چطور و چه زمانی چهار نقش قبلی را به خوبی ایفا کند.

در ادبیات تحقیق نیز، راهنمایان تور با این نقش‌ها شناخته می‌شوند: مربی، ارتباط‌گر، فروشنده، راهنما، ارائه‌دهنده اطلاعات، سازمان‌دهنده، انگیزه‌دهنده، روح‌دهنده، مشاور، کارآفرین، رابط فرهنگی، سرگرم‌کننده، میانجی‌گر، سخنران، سفیر، مترجم، سازمان‌دهنده تور، مسیریاب، هماهنگ‌کننده و نماینده دفتر خدمات مسافرتی (ضیایی و فرمانی، ۱۳۹۰؛ کروی و همکاران، ۱۳۹۷؛ رحیمی اقدام و همکاران، ۱۳۹۸؛ Tsaur & Teng, 2017؛ Louh & Tsaur, 2013؛ Cohen, 1985؛ Leclerc & Martin, 2000).

علاوه بر این، کوهن (۱۹۸۵) یکی از کامل‌ترین دسته‌بندی‌ها را برای نقش‌هایی که راهنمایان تور برعهده دارند ارائه داده است که شامل چهار نقش ابزاری، اجتماعی، تعاملی و ارتباطی است. نقش ابزاری شامل حفظ برنامه‌های از پیش تنظیم شده و تحقیق در مورد اطلاعات سفر محلی و اطلاعات جاده‌هاست. این نقش عبارت است از: جهت‌یابی مسیر تور و نظارت بر عملکرد و امنیت گروه تور. نقش اجتماعی شامل تعامل با اعضای گروه تور با پیش‌زمینه‌های فرهنگی متفاوت و حفظ حالات و خلق و خوی هماهنگ در میان گروه است. در این نقش، یک راهنمای تور در ایجاد روحیه همبستگی و یکدستی در بین گروه به خوبی عمل می‌کند. سومین نقش یک راهنمای تور، نقش تعاملی است که شامل نقش واسطه‌ای میان گروه تور، مقصد، تامین‌کنندگان تور و جوامع محلی است (Scherle & Nonnenmann, 2008: 125). راهنمای تور به اعضای تور کمک می‌کند تا آداب و رسوم فرهنگ محلی را درک کنند و بپذیرند و رفتارهای مناسبی در جهت احترام به هنجارهای محلی داشته باشند (Yu, Weiler, & Ham, 2002: 77). در این نقش، راهنمای تور به عنوان واسطه بین بازدیدکنندگان و جامعه محلی، سایت‌ها، موسسات و بنگاه‌های گردشگری عمل کرده و دو وظیفه دارد: به عنوان معرف، به معرفی محیط و فرهنگ جامعه میزبان می‌پردازد و به عنوان سازمان‌دهنده، مسئول فراهم نمودن و ارائه خدمات و تسهیلات گردشگری است. در نهایت، راهنمای تور در نقش ارتباطی مسئول معرفی محیط محلی (Tsaur & Lin, 2014: 36) خواهد بود و بر اساس دانش محلی و مهارت‌های ارتباطی عمل نموده تا بتواند تجربه گردشگری به یاد ماندنی برای اعضای تور ایجاد کند. از نظر اشمیت (۱۹۷۹) این بُعد باید در آموزش‌های رسمی راهنمایان مورد توجه جدی قرار بگیرد و اجزای آن عبارتند از: انتخاب موضوع‌های جالب برای ارائه در تور، ارائه اطلاعات دقیق در مورد جاذبه‌ها، فرهنگ‌ها و محیط مقصد و تفسیر میراث فرهنگی و محیط مقصد که منجر به بالا رفتن سطح کیفیت تجربه گردشگر می‌شود. همچنین، انطباق با تفاوت‌های فرهنگی، مهارت‌ها، ایجاد تشابه، حفظ روابط مناسب، و حل تعارضات (Huang, 2011: 147)، از مهم‌ترین نقش‌های راهنمایان تور محسوب می‌شوند که در انجام وظایف شغلی‌شان به

آنها کمک می‌کند تا عملکرد مطلوبی در جهت ارائه خدمات با کیفیت به اعضای تور داشته باشند. آنها باید توانایی تطبیق سریع با موقعیت‌های فرهنگی متنوع و حل مسائلی را داشته باشند که در هنگام هدایت گروه تورشان ممکن است ظهور کند، همچنین باید عملکردهای متنوعی را در جهت کسب رضایت گردشگر داشته باشند که همه این ویژگی‌ها در رابطه با نقش شایستگی فرهنگی در اجرای راهنمایی یک تور می‌باشد.

راهنمایان تور نه تنها میانجی‌گر کلیدی میان گروه تور و میزبانان محلی هستند، بلکه به عنوان خط مقدم محسوب می‌شوند که به طور مستقیم بر تصور و رضایت کلی گردشگر تاثیر دارند (رحیمی اقدام و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۸). علاوه بر این، آنها نقش مهمی در هماهنگی بین تامین‌کنندگان تور (هتل‌ها، رستوران‌ها و جاذبه‌های گردشگری) ایفا می‌کنند و عملکردشان بر تصویر شرکت، وفاداری گردشگران و تبلیغات شفاهی مثبت تاثیر دارد. علاوه بر نقش ارتباط‌گر، راهنمایان تور، به عنوان مفسران محیطی، ارائه‌دهندگان اطلاعات و سفیران فرهنگی برای گروه عمل می‌کنند (Al Jahwari, Sirakaya-Turk, & Altintas, 2016: 214).

تورهای فرهنگی بر راهنمایان تور به عنوان «میانجی‌گران»^۱ فرهنگ محلی نیز تاکید دارند که دانش دقیقی از فرهنگ محلی دارند و به گردشگران انتقال می‌دهند و دارای مهارت تفسیر حرفه‌ای هستند. همچنین، ادراک و تفسیر گردشگران نسبت به فرهنگ جوامع محلی، به شدت از عملکرد راهنمایان تور، متاثر است. به طور مثال، در برخی روستاهای ایران، خانه‌هایی وجود دارد که به صورت دو طبقه ساخته شده و طبقه زیرین محل نگهداری احشام است که نقش گرمایش از کف را ایفا می‌کند. لذا ممکن است برخی راهنمایان تور آگاه، با ارائه چنین تفسیری، فرهنگ آن جامعه محلی را نزد گردشگران با ارزش و هوشمندانه ارائه دهند و راهنمای تور ناآگاه، با تمسخر این اقدام (ساخت آغل و طولیله زیر منزل مسکونی و نقش گرمایشی آن) نگاه گردشگران را صرفاً به جاذبه‌های بصری روستا معطوف دارند. در نهایت، اعضای تور به راهنمای تور خود برای ترجمه زبان وابسته هستند، راهنمایان تور تعامل گروه با جوامع میزبان و روابط اجتماعی را هدایت می‌کنند و یک تعادل بین فرهنگ جامعه میزبان و گردشگران ایجاد می‌کنند (Yu et al, 2002: 82). بنابراین، آنها یک عامل کلیدی در اجرای موفقیت‌آمیز برنامه سفر هستند و عملکرد خدماتی‌شان بر کیفیت ادراکی گردشگر از سفر و ارزیابی گردشگران از دفتر خدمات مسافرتی تاثیرگذار است.

1. Mediators

شایستگی فرهنگی

فرهنگ شکل دهندهٔ باورها، ارزش‌ها، عقاید، نگرش‌ها، احساسات، رفتارها و شیوه زندگی است و این عناصر را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Lin et al, 2021: 2). فرهنگ به‌عنوان یک نرم‌افزار ذهنی، یک جامعه را از سایر جوامع متمایز می‌کند و ادراکات، نگرش‌ها و رفتارهای گروه خاصی از افراد جامعه را تعیین می‌کند. ارزش‌ها عنصر اصلی یک فرهنگ هستند که علائق گروهی از افراد را بر سایر افراد ترجیح می‌دهند. بنابراین، شناخت و مقایسه فرهنگ‌ها به معنای شناخت و مقایسه ارزش‌هاست. همچنین، طبق تعریف بویاتزیس^۱ (۱۹۸۲) شایستگی‌ها، ویژگی‌های اساسی هستند که منجر به عملکرد برتر یا اثربخش شخص در یک شغل می‌شوند و به عنوان توانایی یا مجموعه رفتارهای ماهرانه در انجام وظایف شغلی تعریف می‌شوند. همچنین، شایستگی فرهنگی به توانایی فرد در یادگیری سریع فرهنگ‌های متفاوت و تبدیل این دانش به عمل اشاره دارد تا دانش فرهنگی خود را شکل داده و بتواند به طور موثر با مردم فرهنگ‌های متفاوت تعامل برقرار کند (Selmeski, 2007: 14). در تعریف دیگر، شایستگی بین‌فرهنگی توانایی تعامل موثر و مناسب در موقعیت‌های میان‌فرهنگی، بر اساس نگرش‌های خاص، دانش، مهارت و پاسخ بین‌فرهنگی است (Tsaour & Tu, 2019: 10).

مفاهیم مختلف شایستگی فرهنگی را می‌توان بدین ترتیب طبقه‌بندی کرد: صفات بین‌فرهنگی (ویژگی‌های شخصی پایدار توصیف‌کننده آنچه شخص معمولاً در موقعیت‌های بین‌فرهنگی انجام می‌دهد)، نگرش‌ها (درک و ارزیابی فرهنگ‌های دیگر) و قابلیت‌ها (کاری که فرد می‌تواند انجام دهد تا در زمینه‌های بین‌فرهنگی عملکرد مؤثر داشته باشد) (Ang et al, 2020) محققان شایستگی‌های بین‌فرهنگی را با عبارات مختلف از جمله؛ سازگاری میان‌فرهنگی، حساسیت بین‌فرهنگی، شایستگی چندفرهنگی، شایستگی فرافرهنگی، شایستگی جهانی، اثربخشی بین‌فرهنگی، شایستگی بین‌المللی، سواد جهانی، شهروندی جهانی، شایستگی فرهنگی و تعدیل بین‌فرهنگی تعریف کرده‌اند. افرادی که دارای شایستگی فرهنگی هستند قادرند اصالت فرهنگی را درک کنند و تفاوت بین فرهنگ‌های مختلف را تشخیص دهند (Scherle & Coles, 2008: 131).

مطالعات گذشته نشان می‌دهد که افراد به شایستگی‌های فرهنگی مختلفی در مشاغل و محیط‌های کاری خاص نیاز دارند، چرا که این مهارت از الزامات نقش و وظایف شغلی و حرفه‌ای آنان می‌باشد. از جمله افرادی که به این مهارت نیاز دارند می‌توان پرستاران (بسطامی و همکاران، ۱۳۹۵؛ محمودی و همکاران، ۲۰۱۷؛ Almutairi, McCarthy, & Gardner, 2015؛ Perng & Watson, 2012)، متخصصان بهداشت

1. Boyatzis

(Johnson, Lenartowicz, & مهاجران, Kumas-Tan, Beagan, & Loppie, 2007)
 Apud, 2006)، نوجوانان (Briones et al, 2009)، دانشجویان پزشکی و پرستاری (خانبابایی گول
 و همکاران، ۱۳۹۶)، دانش‌آموزان و دانشجویان بین‌المللی (Luka, Vinklere, & , 2010)
 و راهنمایان تور (محمدخانی، ۱۳۸۷؛ کروبوی و همکاران،
 ۱۳۹۶؛ رحیمی اقدم و همکاران، ۱۳۹۷) اشاره نمود.

شایستگی فرهنگی راهنمای تور

بررسی مطالعات گذشته در مورد راهنمایان تور نشان داده است که در موقعیت‌های میان‌فرهنگی، معمولاً یک شکاف فرهنگی بین اعضای تور و میزبانان محلی ایجاد می‌شود. راهنمایان تور یک واسطه و میانجی بین اعضای تور و میزبانان محلی بوده و وجود شایستگی فرهنگی مرتبط با فرهنگ‌های مختلف از الزامات شغلی آنها می‌باشند (Yu et al, 2002: 81). با این حال، اگرچه راهنمایان تور اغلب سعی می‌کنند که شایستگی‌های فرهنگی خود را تقویت کنند، اما مطالعات کمی در رابطه با جزئیات این کوشش‌ها جهت افزایش شایستگی فرهنگی راهنمایان تور انجام شده است. در این مطالعه، شایستگی فرهنگی راهنمایان تور به عنوان توانایی آنان در درک پیشینه‌های فرهنگی متفاوت و تبدیل اثربخش این دانش فرهنگی به عمل در هنگام هدایت گروه تور، تعریف می‌شود.

دانش فرهنگی که یکی از مهم‌ترین اجزای شایستگی فرهنگی است، شامل ارزش‌های فرهنگی، زبان و آداب و رسوم است. به همین دلیل، جاکوبسن و رابلز^۱ (۱۹۹۲) نشان دادند که درک فرهنگ میزبان، تاریخ و محیط مقصد، موضوع مهمی در برنامه‌های آموزش راهنمایان تور است. در واقع، راهنمایان تور کسانی هستند که درک کافی از فرهنگ‌های محلی دارند و قادرند مقاصد را با جزئیات به گردشگران معرفی کرده و آن‌ها را هدایت کنند تا به درک بهتری از فرهنگ‌های محلی دست یابند. در مقایسه با این راهنمایان، راهنمایان توری که دانش فرهنگی ندارند قادر نخواهند بود که به درستی تاریخ، فرهنگ‌های محلی و آداب و رسوم محلی را به گردشگران نشان دهند که این امر رضایت گردشگر را کاهش می‌دهد (Bowie, & Chang, 2005: 310). برای مثال، راهنمای توری که یک گروه تور را در ایران هدایت می‌کند باید به طور کامل از تاریخ و آداب و رسوم موجود در کشور آگاه باشد و بنابراین باید دانش فرهنگی کامل نسبت به مقصد مورد بازدید داشته باشد، تا بتواند گردشگران را در درک فرهنگ‌های محلی راهنمایی کرده و در نهایت منجر به

1. Jacobson and Robles

افزایش رضایت گردشگر گردد و این امر از وظایف یک راهنمای تور در ارائه خدمات به گردشگران می‌باشد.

راهنمای تور باید به مقررات اداری و شرایط حاکم بر سرزمین مورد بازدید اشراف کامل داشته باشد. از فرهنگ محلی، قوانین و مقررات مربوط به اسکان، تردد، پوشش و معامله سررشته داشته تا مسافران او در این خصوص دچار مشکل نشوند. آگاهی نسبتاً کامل در مورد مجموعه وسیعی از موضوعات مختلف از جمله: تاریخ، جغرافیا، انواع معماری، مردم‌شناسی، آگاهی از آداب معاشرت، سنن و اعیاد، محصولات کشاورزی و صنعتی، نقشه خوانی، آب و هوا و جاذبه‌های طبیعی و توریستی هر منطقه، امری ضروری است.

توانایی در جذب مسافران، شناخت منطقه، دانستن زبان‌های محلی، دانستن حداقل یک زبان بین‌المللی، تحصیلات و دانش کافی تاریخی، فرهنگی و طبیعی به تناسب منطقه و محل برگزاری تور، همچنین هوشمندی، کارآمدگی و تجربه، کسب مهارت‌های به ظاهر جزئی؛ همانند مهارت در کمک‌های اولیه پزشکی، شناسایی مسیرها و راه‌ها، سلامت و قدرت جسمانی کافی، به علاوه بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی و مهارت‌های فردی از مهم‌ترین لوازم و ضروریات کسب موفقیت در این حرفه برای یک راهنمای گردشگری است که باید توسط مؤسسات آموزشی و اساتید مجرب به راهنمایان گردشگری آموزش داده شوند (حسینی، ۱۳۹۳: ۱۱۹-۱۱۸).

پیشینه پژوهش

شایستگی فرهنگی یکی از انواع شایستگی‌هایی است که افراد باید برای موفقیت در حرفه خود داشته باشند. در این راستا، تحقیقاتی توسط محققان صورت گرفته است.

محمدخانی (۱۳۸۷) در پژوهش خود به نقش راهنمایان تور در رضایتمندی گردشگران فرهنگی با تأکید بر هوش عاطفی آنها پرداخته است و با تأکید بر ویژگی‌های اختصاصی حرفه راهنمایان همچون؛ عدم قطعیت بالا و غیرقابل پیش‌بینی بودن وقایع تور، در معرض قضاوت قرار گرفتن راهنما از سوی گردشگران، وجود مشتریانی از دیگر فرهنگ‌ها و دهها ویژگی دیگر، بیان می‌کنند که از جمله ویژگی‌های راهنمایان تور می‌توان انعطاف‌پذیری، ابتکار عمل، خودرهبری، ارتباطات، اصالت اخلاقی و همدلی را نام برد.

ضیایی و فرمانی (۱۳۹۰) عملکرد راهنمایان تور در ایران را بر اساس نظر گردشگران اروپایی ارزیابی نمودند. در این تحقیق با استفاده از مدل ارزیابی اهمیت - عملکرد، ۳۱ ویژگی فردی و حرفه‌ای راهنمایان تور ایرانی در تورهای ورودی از نظر گردشگران اروپایی مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که گردشگران اروپایی عملکرد راهنمایان در ویژگی‌هایی مثل

رفتار مودبانه، صداقت، همکاری با دیگر کارکنان خدماتی، رضایت شغلی، رسیدگی به شکایات مشتریان، ارائه خدمات، برخوردی از دانش کافی از مقصد و نگرش مثبت و احترام به مشتریان را خوب ارزیابی کرده‌اند. اما ضروری است تا دانش عمومی جامع از مقصد، توانایی حل مسائل غیرمنتظره، قدرت بیان، آشنایی با مسیرهای تور، زبان تخصصی و انعطاف پذیری را ارتقا دهند.

کروبی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی و اولویت‌بندی ویژگی‌های مؤثر بر عملکرد راهنمایان تور در تهران پرداختند و با استفاده از نظر ۳۲۸ گردشگر خارجی در تورهای ورودی به ایران، به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های حرفه‌ای و تخصصی مؤثر بر عملکرد راهنمایان بیشتر از ویژگی‌های فردی و رفتاری آنها مؤثر است.

رحیمی‌ا قدم و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به شناسایی شایستگی‌های اخلاقی راهنمایان تور بین‌المللی پرداخته‌اند و معتقدند که شایستگی‌های اخلاقی نقش کلیدی در تأمین رضایت گردشگران بین‌المللی دارد و به منظور توسعه صنعت گردشگری لازم است ترویج الگوهای اخلاقی در جامعه راهنمایان تور بین‌المللی در اولویت قرار بگیرد. شایستگی‌های اخلاقی بر اساس نظر خبرگان شامل ۱۷ مؤلفه نگرش مثبت و جلب اعتماد گردشگران، رازداری، تعهد کاری و عدم کم‌کاری در ارائه خدمات تور، احساس مسئولیت نسبت به گردشگران و جامعه، رفتار منصفانه، صداقت، ارائه اطلاعات، پذیرش اشتباهات، دادن حق انتخاب به گردشگران، احترام به خواسته‌هایشان، بخشش خطاهای گردشگران، رعایت حریم خصوصی و تکریم حقوق انسانی گردشگران.

رحیمی‌ا قدم و همکاران (۱۳۹۸) شایستگی‌های محوری راهنمایان تور بین‌المللی را بر اساس نظر ۲۸ خبره شناسایی کردند که شامل؛ مدیریت و رهبری، اخلاق حرفه‌ای، سلامت جسمی و آراستگی ظاهری، ویژگی‌های شخصیتی، تسلط بر قوانین ملی و بین‌المللی، دانش فنی، آشنایی با فرهنگ‌های ملی و بین‌المللی، ارتباطات موثر، مهارت‌های روان‌شناسی و مهارت‌های پزشکی.

یو و همکاران (۲۰۰۲) به بررسی شایستگی فرهنگی راهنمایان تور چینی پرداختند. این مقاله به بررسی تئوری‌های مرتبط با ارتباطات میان فرهنگی و میانجیگری جهت توسعه یک چارچوب مفهومی و رویکرد تحقیقی برای آزمون شایستگی میان فرهنگی راهنمایان تور چینی و ارتباط شایستگی فرهنگی راهنمایان با تجربیات گردشگران چینی پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیدند که یکی از نقش‌های مهم راهنمایان تور، مدیریت تعاملات بین فرهنگی است و همچنین، راهنمایان تور برای داشتن عملکرد و رهبری حرفه‌ای، به مهارت‌ها و شایستگی‌های متنوعی نیاز دارند. برای مثال، راهنمایان تور به عنوان میانجی‌گر میان گردشگران و مردم

محلی، به عنوان مفسر، برطرف کننده نیازهای گردشگران و حل کننده مسائل، عمل می کنند و محیط امنی را برای گردشگران فراهم می آورند.

لکلرک و مارتین (۲۰۰۴) در تحقیق خود به بررسی شایستگی ارتباطی راهنمایان تور پرداختند. در این مطالعه، گردشگران فرانسوی، آلمانی و آمریکایی که به جنوب غربی آمریکا سفر کردند مورد بررسی قرار گرفتند و ادراک آنها نسبت به ابعاد غیر کلامی (قابلیت دسترسی، تواضع و توجه) و ابعاد کلامی (سازگاری زبانی، جرات ورزی، مهارت بین فردی) شایستگی بین فرهنگی راهنمایان تور اندازه گیری شد. نتایج نشان داد که تفاوت مهمی در ادراک گردشگران از سه ملیت مختلف نسبت به شایستگی ارتباطی راهنمایان تور وجود دارد و در نهایت به این نتیجه رسیدند که راهنمایان به عنوان مفسران فرهنگی و یا کارگزاران فرهنگی^۱ بین گردشگران و جامعه محلی هستند که شایستگی های فرهنگی آن ها نقش مهمی در این حوزه ایفا می کند و راهنمایان تور باید شایستگی های فرهنگی خود را بر اساس ملیت های مختلف گردشگران افزایش دهند.

باوو و چانگ (۲۰۰۵) در تحقیقی به بررسی متغیرهایی که مرتبط با رضایت گردشگران در خلال تورهای گروهی بین المللی پرداختند. متغیرهای انتظارات، نگرش مشتریان در حین سفر با تور و رفتار و برابری ادراک شده به عنوان عوامل اثرگذار بر رضایت مشتریان شناسایی شدند. دو دلیل اصلی نارضایتی گردشگران نیز شامل برنامه ریزی سفر تور، انتخاب هتل و شایستگی راهنمایان تور است. یافته ها نشان داد که راهنمای یک تور، عامل تعیین کننده روانشناختی، معنوی و عملی در اثرگذاری بر موفقیت تور است و رضایت گردشگر به نقش راهنمای تور و عملکرد خدمات تور در حین سفر بستگی دارد و شایستگی فرهنگی راهنمایان تور به طور مثبت بر عملکردشان در راهنمایی تور و رضایت گردشگران تاثیر دارد. این امر نشان دهنده اهمیت شایستگی فرهنگی راهنمایان تور در تورهای گروهی است.

شرل و نونمن (۲۰۰۸) به مفهوم سازی نقش میانجگری و جهان وطنی راهنمایان تور پرداختند. آنها بیان کردند که راهنمایان تور نقشی اساسی در پیوند دادن تورگردانان، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگران دارند. این افراد بیشتر از سایر شاغلین در کسب و کارهای گردشگری در فرهنگ های بومی و خارجی مشارکت دارند و به عنوان میانجیگران فرهنگی عمل می کنند؛ بدین معنی که هموارکنندگان مسیر و مربیانی هستند که مقاصد نا آشنا را به مهمانانشان با توجه به شرایط فرهنگی هر مقصد معرفی می کنند. این افراد چه در زندگی حرفه ای و چه شخصی خود پیوسته در فرهنگ های مختلف غوطه ور می شوند و یک سبک

زندگی جهان‌وطنی^۱ دارند. به عبارتی دیگر، از آنجا که راهنمایان تور به دلیل هویت ویژه‌ای خود در بین فرهنگ‌های مختلف غوطه‌ور هستند، مناسب‌ترین واژه برای شناخت ماهیت نقش آنها، استفاده از مفهوم پیچیده جهان‌وطنی است. به عنوان نتیجه، راهنمایان تور دارای سبک منعطفی در حوزه کاری و زندگی شخصی خود هستند، در برخورد با افراد بومی و خارجی، دیدگاه‌هایشان را به طور پیوسته تغییر می‌دهند و بر اساس بینش جهان‌وطنی خود با فرهنگ‌های مختلف در سراسر دنیا برخورد می‌کنند.

لوکا و همکاران (۲۰۱۰) به بررسی دروس آموزشی در رابطه با ارتقای شایستگی فرهنگی دانشجویان رشته گردشگری پرداختند. در این تحقیق بیان کردند که امروزه در سیستم آموزشی، دروس و دوره‌هایی جهت توانمندسازی دانشجویان در مواجهه با شرایط اقتصادی پیچیده، توجه به تنوع فرهنگی ملیت‌های مختلف و گروه‌های قومیتی ارائه نشده است. لذا در این تحقیق سعی شده است تا با تحقیق بر روی دانشجویان رشته گردشگری، مهم‌ترین دوره‌ها جهت افزایش شایستگی فرهنگی معرفی گردد. داده‌های تحقیق نیز با استفاده از نرم افزار SPSS و AQUAD مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی دوم، روانشناسی ارتباطات، ارتباطات فرهنگی، جغرافیای گردشگری، قوانین و مقررات کسب و کار و ارتباطات بیشترین تاثیر را در توسعه شایستگی بین فرهنگی داشته‌اند. این تحقیق نشان داد که ایجاد یک محیط آموزشی چندفرهنگی باعث می‌شود که دانشجویان به طور مستقیم در معرض آموزش قرار گرفته و یک فضای دوستانه ایجاد می‌شود و اعتماد متقابل را فراهم کرده و دانشجویان را برای کار در زمینه‌های مختلف فرهنگی - اجتماعی آماده می‌سازد و آموزش ضمن خدمت در خارج از کشور نیز یکی از مؤلفه‌های مهم برنامه درسی گردشگری است و دانش جغرافیایی دانشجویان را افزایش می‌دهد.

گرابلنا^۲ (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی چالش‌های بین فرهنگی صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی پرداخت. مسله تحقیق یافتن پاسخ به این سوال است که چگونه چالش‌هایی که از تعاملات بین فرهنگی ایجاد می‌شود به یک منبعی از رقابت‌پذیری هتل تبدیل می‌شود و چگونه فرایند آموزشی منجر به توسعه شایستگی بین فرهنگی کارکنان می‌شود و آنها را قادر می‌سازد تا در محیط چندفرهنگی مهمان‌نوازی فعالیت کنند. احترام به تنوع فرهنگی و شناخت تفاوت‌های فرهنگی نقطه شروع مدیریت اثربخش کارمندان متنوع و ارائه خدمات عالی به

1. Cosmopolitanism:

کوزموپولیتیسیم به معنای مکتب «جهان‌وطنی» است که معتقدند همه مردم جهان باید خود را هموطن یکدیگر و تمام‌جای دنیا را وطن خود بدانند.

2. Grobelna

میهمانان متنوع است. اما سازمان‌های مهمان‌نوازی باید بدانند که در ارائه خدمات به میهمانان باید متناسب با نیازهای میهمانان از پیشینه‌های فرهنگی متفاوت عمل کنند. چنین رویکرد فرهنگ‌محوری ممکن است یک منبع مزیت رقابتی محسوب شود. همانطور که گروه ماریوت نیز تاکید می‌کنند: پذیرفتن تفاوت‌ها بخشی از روش انجام تجارت در سراسر جهان است و برای موفقیت ما ضروری است.

سور و توو (۲۰۱۹) در پژوهشی به ارائه یک مقیاس جهت اندازه‌گیری شایستگی فرهنگی راهنمایان تور پرداختند. در این تحقیق با استفاده از مصاحبه‌های عمیق و تحلیل عامل اکتشافی، ده شاخص و ۳۴ زیرشاخص شایستگی فرهنگی راهنمایان را شناسایی کردند که عبارتند از: درک فرهنگ محلی، درک محیط محلی سفر، میانجیگری فرهنگی، همدلی فرهنگی، همبستگی فرهنگی، سازگاری فرهنگی، ارتباطات میان فرهنگی، توانایی زبان، درک پیشینه فرهنگی اعضای تور و درک عادت زندگی محلی.

لین و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی شایستگی فرهنگی گردشگران آسیایی پرداختند. آنها بیان کردند که گردشگران نقش حیاتی در ایجاد تجربیات بین فرهنگی و درک فرهنگی شایسته ایفا می‌کنند و به همین دلیل در پژوهش خود به بررسی تجربه‌های گردشگران در تعاملات بین فرهنگی شان پرداختند. با استفاده از نظریه داده بنیاد، عناصر شایستگی فرهنگی گردشگران را شناسایی کردند که شامل: گشودگی فرهنگی، درک، هشیاری، و مشارکت است که منجر به رفتار فرهنگی مثبت می‌شود.

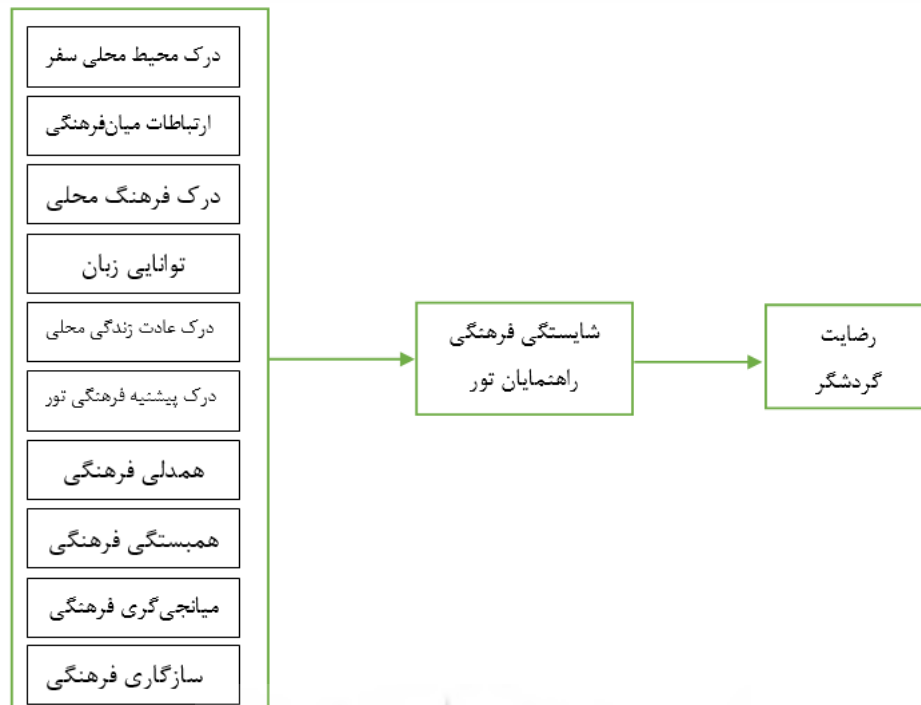
با مرور پیشینه‌های پژوهش، می‌توان دریافت که یک خلاء مطالعاتی در رابطه با بررسی شایستگی فرهنگی راهنمایان تور در ایران وجود دارد و به همین علت در این تحقیق سعی شده است که به ارزیابی شایستگی فرهنگی راهنمایان تورهای ورودی به ایبانه و ماسوله پرداخته شود تا بتوان بر اساس نتایج آن سه شکاف عمده در ادبیات را پر کرد. اول، ابعاد شایستگی فرهنگی به راهنمایان تور کمک می‌کند تا یادگیری و توانایی‌های فرهنگی خود را ارزیابی کنند. همچنین، به گردشگران کمک می‌کند تا شایستگی فرهنگی راهنمایان تورشان را بررسی نمایند. دوم، این مطالعه به دفاتر خدمات مسافرتی مدلی را پیشنهاد می‌کند تا بتوانند بر اساس آن راهنمایان تور مناسب را انتخاب کنند و در نهایت رضایت گردشگران داخلی^۱ از خدمات تور افزایش یابد. علاوه بر این، به‌عنوان یک مرجع برای مؤسسات آموزش گردشگری عمل می‌کند تا برنامه‌های آموزشی میان

1. Internal tourists:

شامل گردشگران بومی (مسافرت‌هایی که ساکنان یک کشور در همان کشور انجام می‌دهند) و گردشگران ورودی (مسافرت‌هایی که مردم غیرساکن یک کشور در آن کشور انجام می‌دهند) است (حیدری، ۹۶؛ ۲۶)

فرهنگی را در دوره‌های راهنمایی تور قرار دهند. در نهایت، این مدل می‌تواند در جهت اندازه‌گیری شایستگی فرهنگی راهنمایان تور و بهبود توانایی‌های فرهنگی آنها مورد استفاده قرار بگیرد. سوال اصلی این تحقیق بررسی ابعاد و مؤلفه‌های شایستگی فرهنگی راهنمایان تورهای داخلی است و بر همین اساس، با توجه به هدف تحقیق و همچنین مدل مفهومی پژوهش (شکل ۱)، فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر می‌باشد.

۱. فرضیه اول: درک محیط محلی سفر بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۲. فرضیه دوم: ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۳. فرضیه سوم: درک فرهنگ محلی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۴. فرضیه چهارم: توانایی زبانی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۵. فرضیه پنجم: درک عادت زندگی محلی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۶. فرضیه ششم: درک پیشینه فرهنگی اعضای تور بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۷. فرضیه هفتم: همدلی فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۸. فرضیه هشتم: همبستگی فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۹. فرضیه نهم: میانجی‌گری فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۱۰. فرضیه دهم: سازگاری فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (ماسوله/ ایبانه) تأثیر مثبت دارد.
۱۱. فرضیه یازدهم: شایستگی فرهنگی راهنمایان تور بر رضایت گردشگر تأثیر مثبت دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (منبع: نویسندگان، ۱۴۰۰)

روش پژوهش

با توجه به اهداف تحقیق و مؤلفه‌های مورد بررسی، نوع پژوهش حاضر، کاربردی و روش بررسی آن توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل گردشگران داخلی هستند که با استفاده از تورهای دفاتر خدمات مسافرتی و به همراه راهنما به ماسوله و ابیان سفر کرده‌اند. از میان تورهایی که در طول سال به این مقصدها سفر کرده‌اند به طور متوسط ۱۰ تور به عنوان نمونه انتخاب شد و از میان ۴۰۰ گردشگر داخلی که در این تورها شرکت کرده‌اند، بر اساس فرمول کوکران، ۱۹۶ گردشگر به عنوان نمونه برای روستای ابیان و همچنین ۱۹۶ گردشگر برای شهرک تاریخی ماسوله انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش، با استفاده از اسناد و مدارک (روش کتابخانه‌ای) و پیمایشی (پرسشنامه) و میدانی (مصاحبه) است. پرسشنامه نیمه‌باز چند گزینه‌ای در قالب مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت تدوین و به هر یک از شاخص‌ها ارزش عددی ۱ تا ۵ (۱: کاملاً مخالف تا ۵: کاملاً موافق) اختصاص داده شد و سوالاتی نیز به صورت تشریحی در انتهای پرسشنامه قرار گرفت.

همچنین برای تبیین بهتر موضوع با برخی گردشگران علاقمند نیز مصاحبه انجام شد تا اطلاعات تکمیلی در تحلیل داده‌ها مورد بررسی قرار بگیرد. متغیر مستقل تحقیق، شایستگی فرهنگی است که بر اساس ۱۰ شاخص (سور و توو، ۲۰۱۹) مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین متغیر وابسته رضایت گردشگران از شرکت در این تورها است که بر اساس میزان رضایت آنها از عملکرد راهنمایان در اجرای تورهای گروهی سنجیده می‌شود. شاخص‌های مورد بررسی در اندازه‌گیری رضایت گردشگر نیز وفاداری به برند (دفتر خدمات مسافرتی)، تبلیغات شفاهی و ایجاد تصویر مثبت از برند دفتر خدمات مسافرتی است. ۱۰ شاخص شایستگی فرهنگی با استفاده از ۳۴ گویه در پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفت که در جدول شماره یک بیان شده است.

همچنین سه متغیر توانایی برگزاری تور، ویژگی‌های فردی و فنی برگزاری تور و توانایی مدیریت سفر، متغیرهایی هستند که به طور مستقیم شایستگی‌های فرهنگی راهنمایان را می‌سنجند. داده‌های حاصل از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها نیز با استفاده از مدل معادلات ساختاری و در نرم‌افزار لیزرل^۱ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. معادلات ساختاری به‌عنوان یک الگوی آماری به بررسی روابط بین متغیرهای پنهان و آشکار (مشاهده شده) می‌پردازد. از طریق معادلات ساختاری می‌توان ساختارهای فرضی کلی یا الگوهای علی را با داده‌های غیر آزمایشی تایید کرد. معادلات ساختاری، چارچوب منسجمی را برای برآورد قدرت روابط بین همه متغیرهای یک الگوی نظری فراهم می‌آورد. نظریه‌ها محور اساسی در این الگو هستند و بدون آنها نمی‌توان توصیف مناسبی از روابط درونی متغیرها داشت. معادله ساختاری یک تکنیک تحلیل چند متغیری از خانواده رگرسیون چندمتغیره است که امکان آزمون همزمان مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را فراهم می‌کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۱- شاخص‌های شایستگی فرهنگی راهنمایان تور (سور و توو، ۲۰۱۹)

شاخص‌ها	گویه‌ها
درک محیط محلی سفر	راهنمای تور تاریخ جامعه محلی را می‌شناسد. راهنمای تور هنجارهای قانونی جامعه محلی را می‌شناسد. راهنمای تور منابع گردشگری محلی (برای مثال تاریخی و فرهنگی) را می‌شناسد. راهنمای تور سیستم‌های عرضه‌کننده سفر را می‌شناسد. راهنمای تور آب و هوای محلی و محیط زیست آن را می‌شناسد.
ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی	راهنمای تور از باورهای مذهبی محلی آگاهی دارد. راهنمای تور آداب و رسوم محلی را می‌شناسد. راهنمای تور ارزش‌های محلی را می‌شناسد. راهنمای تور می‌تواند نمونه‌هایی از تفاوت‌های فرهنگی حاصل از تجارب راهنمایی تور را ارائه دهد.
توانایی زبان	راهنمای تور قادر به درک زبان و لهجه محلی است. راهنمای تور در حین تعاملات میان فرهنگی، سبک گفتار خود (به عنوان مثال، لهجه یا تن) را با شرایط محلی تطبیق می‌دهد. راهنمای تور دارای مهارت ترجمه و تفسیر زبان به میزان کافی است. راهنمای تور از کلمات مناسب برای برقراری ارتباط با افراد با زمینه‌های مختلف فرهنگی استفاده می‌کند.
درک عادات زندگی محلی	راهنمای تور عادات‌های غذایی محلی را می‌شناسد. راهنمای تور ویژگی‌های لباس‌های محلی را می‌شناسد. راهنمای تور عادات‌های مصرفی جامعه محلی را می‌شناسد.
درک پیشینه‌های فرهنگی اعضای تور	راهنمای تور اعتقادات مذهبی اعضای تور با پیشینه‌های فرهنگی مختلف را می‌شناسد. راهنمای تور آداب و رسوم و تابوهای اعضای تور با پیشینه‌های مختلف را می‌شناسد. راهنمای تور عادات‌های غذایی اعضای تور با پیشینه‌های مختلف را می‌شناسد.
همدلی فرهنگی	راهنمای تور قادر است فرهنگ‌های محلی بپذیرد. راهنمای تور قادر است به فرهنگ‌های محلی احترام بگذارد. راهنمای تور به ارزش‌های فرهنگ‌های مختلف احترام می‌گذارد.
همبستگی فرهنگی	راهنمای تور از ارتباط با فرهنگ‌های مختلف لذت می‌برد. راهنمای تور از تعامل با مردم از فرهنگ‌های مختلف لذت می‌برد. راهنمای تور علاقه دارد در فعالیت‌های فرهنگی مختلف شرکت کند.
میانجی‌گری فرهنگی	راهنمای تور در زمینه‌های فرهنگی مختلف، می‌تواند اعضای تور خود را راهنمایی کند تا رفتار مناسب داشته باشند. راهنمای تور می‌تواند اعضای تور خود را تشویق کند که با فرهنگ و شیوه‌های زندگی محلی از نزدیک آشنا شوند. راهنمای تور سعی می‌کند ارزش‌های اعضای تور خود را با فرهنگ‌های محلی تطبیق دهد.
سازگاری فرهنگی	راهنمای تور هنگامی که گروه تور را به یک موقعیت فرهنگی جدید هدایت می‌کند، می‌تواند با استرس‌های مربوط به فرهنگی که برای وی جدید است، مقابله کند. راهنمای تور از منابع فرهنگ محلی در طول راهنمایی سفر استفاده می‌کند (به عنوان مثال، داستان‌های تاریخی و فولکلور محلی). راهنمای تور به سرعت می‌تواند با محیط فرهنگی متفاوت سازگار شود.

معرفی محدوده مورد مطالعه

روستای تاریخی ابیانه از توابع بخش مرکزی شهرستان نطنز در استان اصفهان است. این روستا در ۳۸ کیلومتری شمال غربی نطنز در دامنه کوه کرکس و یکی از بلندترین نقاط مسکونی در ایران است و دارای آب و هوای سرد و معتدل است. این روستا به دلیل معماری بومی و بناهای تاریخی متنوع، از روستاهای مشهور ایران است که در تاریخ ۳۰ مرداد ۱۳۵۴ به عنوان یکی از آثار ملی ایران به ثبت رسیده است. روستای ابیانه به سبب کوهستانی بودن منطقه و دور بودن محل جغرافیایی آن از مراکز پرجمعیت و راه‌های ارتباطی، قرن‌ها در انزوا بوده و در نتیجه بسیاری از آداب و رسوم قومی و سنتی و زبان و لهجه مردم محلی آن حفظ شده است. زبان مردم ابیانه، فارسی با لهجه خاص ابیانه‌ای است که با لهجه‌های متداول در مکان‌های دیگر تفاوت اساسی دارد. لباس سنتی آنها، هنوز هم در میان مردم بومی رواج دارد و در حفظ آن تأکید و تعصب زیادی وجود دارد. بافت ساختاری روستا به صورت پلکانی می‌باشد و خانه‌های روستا به صورتی بنا شده است که پشت‌بام مسطح خانه‌های پایین‌دست، حیاط خانه‌های بالادست را به وجود آورده است و هیچ دیواری هم آن‌ها را محصور نمی‌سازد و پوشش خانه‌ها نیز از خاک سرخ رنگ است و قدمت روستا به سه دوره سلجوقیه، صفویه و قاجاریه برمی‌گردد که از هر دوره آثار تاریخی، فرهنگی و مذهبی با اهمیتی جهت توسعه گردشگری روستا باقی مانده است (زیاری، بشارتی و شعبانی کوچصفهانی، ۱۳۹۷: ۳۲).

مشابه با ساختار معماری روستای ابیانه، شهرک تاریخی ماسوله نیز در جنوب غربی استان گیلان در بخش سردار جنگل فومن قرار دارد. همچنین این مقصد نیز در سال ۱۳۵۴ به عنوان یک شهر تاریخی زنده در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده است و همین موضوع باعث شده است که مجموعه تاریخی ماسوله تقریباً به همان صورت قدیمی و تاریخی مورد حفاظت قرار بگیرد. زبان مردم ماسوله، تالشی است که به زبان اوستایی و زبان تاتی بسیار نزدیک است. کالبد روستای تاریخی ماسوله نیز به تبعیت از ویژگی‌های کوهستانی، فرهنگی و تمدن ویژه آن به صورت پلکانی بنا شده است. این وضعیت باعث شده است که خانه‌های ماسوله همانند ابیانه، بدون حیاط احداث شوند و سقف خانه زیرین به عنوان حیاط خانه بالایی محسوب شود. این روستا با وسعت صد هزار هکتار تحت حفاظت میراث فرهنگی و منابع طبیعی قرار دارد و با وجود کوهستان‌های مرتفع، جنگل، ییلاقات و آثار تاریخی و فرهنگی بومی خود یکی از مهم‌ترین مناطق شمالی ایران در صنعت گردشگری محسوب می‌شود (رضائی، صفا و رنجبران، ۱۳۹۴: ۳۹).

یافته‌های پژوهش

پس از دریافت داده‌ها، تجزیه و تحلیل آماری در دو بخش توصیفی و استنباطی به اجرا در آمد. در قسمت آمار توصیفی جمع‌آوری شده از هر دو نمونه آماری ابیانه و ماسوله از منظر جنسیت، سن، وضعیت تاهل و تحصیلات مورد بررسی قرار گرفت. همانطور که در جدول شماره ۲ قابل مشاهده است، ۴۱/۴ از حجم نمونه را زنان و ۵۹/۶ را مردان تشکیل داده‌اند. بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان از نظر سنی ۲۶-۳۵ سال بوده است با فراوانی ۳۸/۵، پس از آن به ترتیب گروه سنی ۱۸-۲۵ سال، ۳۰.۵ از حجم نمونه را تشکیل دادند، همچنین ۲۵/۸ رده سنی ۳۶-۴۵ سال و ۵/۲ نیز ۴۵ سال به بالا بودند. ۱۰.۶ از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک پایین‌تر از دیپلم، ۲۷.۲ آنان دیپلم و فوق‌دیپلم، ۴۹.۸ لیسانس و ۱۲.۴ فوق لیسانس و بالاتر بودند. وضعیت تاهل شرکت‌کنندگان، ۴۶.۹ مجرد و ۴۷.۱ نیز متاهل بودند.

جدول ۲- نتایج بخش آمار توصیفی

فراوانی				شاخص
مرد		زن		جنسیت
۵۹.۶		۴۱.۴		
۴۵ و بالاتر		۳۶-۴۵	۲۶-۳۵	۱۸-۲۵
۵.۲		۲۵.۸	۳۸.۵	۳۰.۵
فوق لیسانس و بالاتر		لیسانس	دیپلم و فوق دیپلم	پایین‌تر از دیپلم
۱۲.۴		۴۹.۸	۲۷.۲	۱۰.۶
سایر		متاهل	مجرد	وضعیت تاهل
۵.۹		۴۷.۱	۴۶.۹	

در این پژوهش برای محاسبه پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ که برای سؤالات چند مقیاسی کاربرد دارد، استفاده شده است. برای تأیید پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ باید متغیرهای تحقیق دارای ضریب آلفای ۰/۷ به بالا باشند. مقدار این آماره‌ها که در جدول ۳ نمایش داده شده است، بیانگر آن است که متغیرهای تحقیق از نظر هر دو نمونه مورد مطالعاتی ابیانه و ماسوله دارای پایایی قابل قبولی هستند.

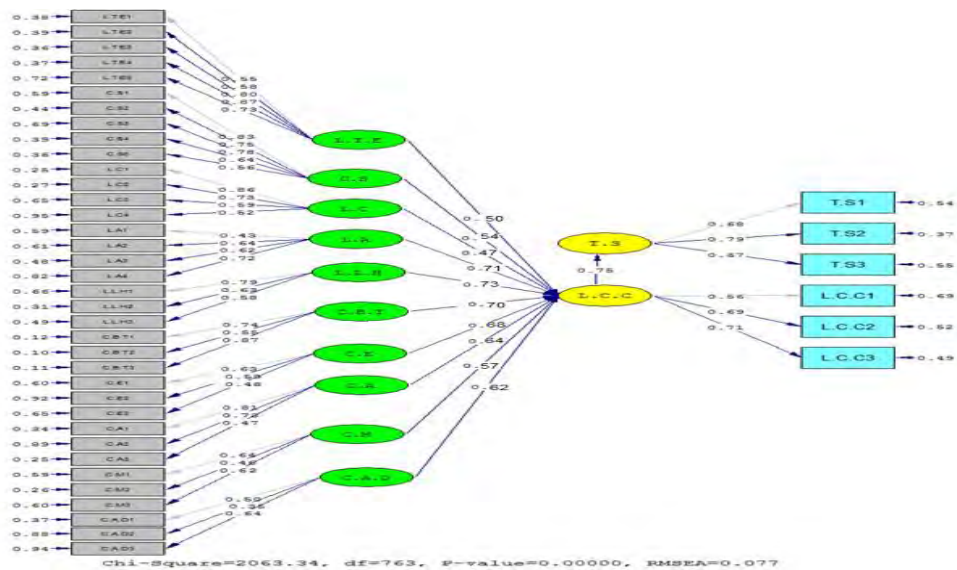
پرتال جامع علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

جدول ۳- آلفای کرونباخ

ردیف	متغیر	علامت اختصاری	تعداد سوال	ماسوله	آیانه
۱	درک محیط محلی سفر	L.T.E	۵	۰/۸۱۵	۰/۷۹۸
۲	ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی	C.S	۵	۰/۷۷۷	۰/۷۴۳
۳	درک فرهنگ محلی	L.S	۴	۰/۸۵۸	۰/۸۲۴
۴	توانایی زبانی	L.A	۴	۰/۹۶۳	۰/۹۶۷
۵	درک عادت زندگی محلی	L.L.H	۳	۰/۹۴۰	۰/۸۸۳
۶	درک پیشینه فرهنگی اعضای تور	C.B.T	۳	۰/۹۷۷	۰/۷۴۴
۷	همدلی فرهنگی	C.E	۳	۰/۷۵۲	۰/۷۳۱
۸	همبستگی فرهنگی	C.A	۳	۰/۸۴۳	۰/۸۴۹
۹	میانجی‌گری فرهنگی	C.M	۳	۰/۹۰۱	۰/۷۵۶
۱۰	سازگاری فرهنگی	C.A.D	۳	۰/۸۶۶	۰/۹۸۲
۱۱	رضایت گردشگر	T.S	۳	۰/۷۵۹	۰/۸۱۰

مدل ساختاری تحقیق برای نمونه مطالعاتی ماسوله

شکل ۲ مدل ساختاری تحقیق در حالت تخمین ضرایب برای نمونه مطالعاتی ماسوله را نشان می‌دهد. شرط لازم برای پذیرش ضرایب شاخص‌های تحقیق آن است که کلیه شاخص‌ها بزرگ‌تر از ۰/۴ باشند. همانطور که در شکل ۲ مشخص است کلیه ضرایب بزرگتر از ۰/۴ بوده بنابراین مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب مورد تایید می‌باشد. همچنین شکل ۳ مدل تحقیق را در حالت معناداری ضرایب نشان می‌دهد. به منظور تأیید معناداری شاخص‌های تحقیق مقادیر آنها باید خارج از بازه بحرانی (۱/۹۶-، ۱/۹۶) باشد که نتایج تحقیق نشان دهنده تایید این موضوع است. بنابراین مدل تحقیق از نظر مقادیر معناداری مورد تایید می‌باشد.



شکل ۲- مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب برای نمونه ماسوله

همانطور که از یافته‌های مدل معادلات ساختاری در نمونه ماسوله مشخص شده است، بر اساس نتایج تحلیل عاملی تأییدی، مؤلفه‌های شایستگی فرهنگی با بارهای عاملی مختلف بر روی شایستگی فرهنگی و در نهایت رضایت گردشگر از دفتر خدمات مسافرتی تأثیر دارد. از میان ده شاخص شایستگی فرهنگی، راهنمایان تور شهرک تاریخی ماسوله، به ترتیب کمترین توانمندی‌ها را در ابعاد درک فرهنگ محلی با بار عاملی ۰.۴۷، درک محیط محلی سفر با بار عاملی ۰.۵۰، ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی با ضریب ۰.۵۴ و شاخص میانجی‌گری فرهنگی با ضریب ۰.۵۷ دارند.

بر اساس یافته‌های حاصل از مطالعه میدانی در ماسوله، راهنمایان گردشگری در درک فرهنگ سنتی و بومی ضعیف عمل می‌کنند. نتایج نشان داد که راهنمایان تور به دلیل اینکه عمیقاً دانش بومی در رابطه با آداب و رسوم، ارزش‌های بومی ماسوله و اطلاعات عمومی و تخصصی مناسبی نسبت به تاریخ محلی ندارند، نمی‌توانند اتصال عمیقی با فرهنگ محلی ماسوله برقرار کنند اما با این حال، از آنجا که مردم ماسوله روحیه مهمان‌نوازی بالایی دارند و پذیرای گردشگران از فرهنگ‌های مختلف هستند و همچنین از حضور گردشگران در ماسوله رضایت دارند و از گردشگری منفعت اقتصادی نیز به دست می‌آورند، سعی می‌کنند عدم توجه گردشگران و راهنمایان به فرهنگ محلی شان را با دیده اغماض بنگرند. برای مثال، مردم محلی از اینکه

گردشگران در هنگام شب پیاده بر روی پشت بام منازلشان راه می‌روند و یا سر و صدا ایجاد می‌کنند شکایت دارند و یا اینکه بدون اجازه وارد حریم خصوصی آنها می‌شوند و از خودشان و یا سبک زندگیشان عکس می‌گیرند و به ارزش‌های فرهنگی آنها احترام نمی‌گذارند گله‌مند هستند اما با وجود این از آنجا که این شهر تاریخی از دیرباز با گردشگران متفاوت مواجه بوده است و منطقه‌ای با فرهنگ باز می‌باشد که پذیرای فرهنگ‌های متنوع است، در برابر بی‌توجه بودن راهنمایان به حفظ این سنن فرهنگی و تاریخی واکنش منفی نشان نمی‌دهند.

همچنین، در رابطه با مؤلفه درک محیط محلی سفر نتایج نشان داد که راهنمایان تور به خوبی از منابع طبیعی و فرهنگی و تاریخی ماسوله آشنایی ندارند و فقط صرفاً به معرفی ساختار معماری ماسوله می‌پردازند در صورتی که جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بسیاری از جمله کهنه ماسوله وجود دارد که قبل از حضور مردم محلی در ماسوله کنونی، افراد بومی ماسوله در این منطقه که در ده کیلومتری ماسوله قرار دارند زندگی می‌کردند و حتی یک آبشار زیبا در نزدیکی شهرک قرار دارد که فقط مردم محلی و گردشگرانی که اطلاعات گردشگری خوبی دارند به این مناطق سفر می‌کنند. بنابراین در این حوزه نیز راهنمایان دانش فرهنگی، تاریخی و طبیعی در رابطه با منابع گردشگری محلی ندارند. در صورتی که آگاهی از جاذبه‌های مختلف ماسوله باعث می‌شود که گردشگران از همه انواع جاذبه‌های این مقصد بازدید می‌کنند و سطح رضایتشان افزایش می‌یابد. همچنین راهنمایان تور به سیستم‌های عرضه‌ای که در منطقه هستند شناخت کافی ندارند. برای مثال راهنمایان توری که توانایی فرهنگی و اجتماعی بالایی دارند، به طور دقیق می‌دانند که در مسیر رفتن به مقصد چه رستوران‌ها و فروشگاه‌های با کیفیتی وجود دارد و یا در مقصد چه فروشگاه‌های صنایع دستی با کیفیتی موجود هست و همکاری با این سیستم‌های عرضه‌کننده محصولات و خدمات در ماسوله باعث می‌شود که جامعه محلی با اعضای تور روابط دوستانه برقرار کنند و یک تصویر ذهنی مثبت در ذهن هر دو گروه باقی بماند. علاوه بر این، این راهنمایان شناخت کافی از شرایط اقلیمی و آب و هوایی منطقه ندارند و به حساسیت‌های زیست‌بوم جانوری و گیاهی روستا آگاهی ندارند و همین امر باعث شده است که اعضای تورشان بدون اطلاع از ساختار پوشش گیاهی و جانوری منطقه، به آن آسیب برسانند. شناخت اکوسیستم طبیعی منطقه بر روی توسعه پایدار اکولوژیکی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روستا تاثیر مستقیم دارد و با بی‌توجهی راهنمایان تور در اطلاع‌رسانی اعضای تو در حوزه حفظ محیط زیست منجر به از بین رفتن آن می‌شوند.

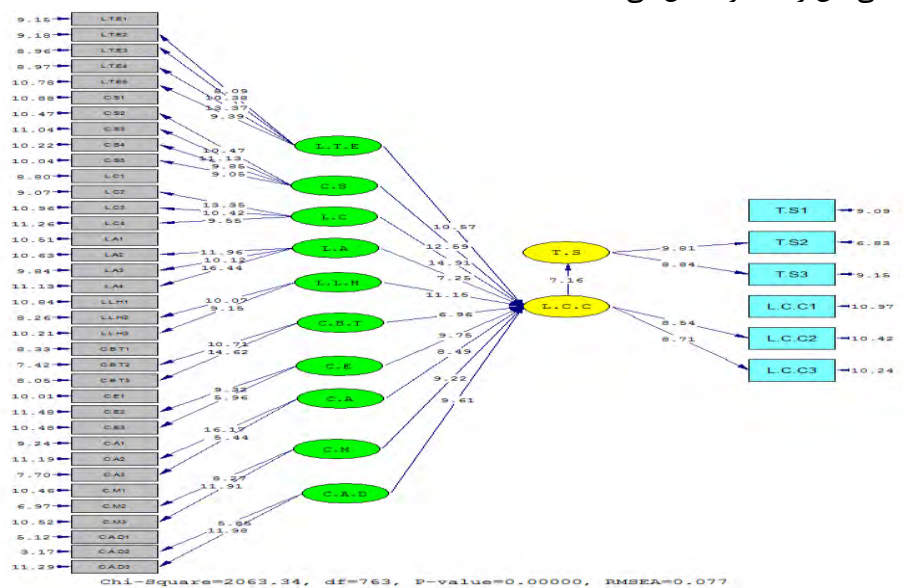
در رابطه با مؤلفه ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی نیز می‌توان گفت که راهنمایان توری که به ماسوله سفر می‌کنند از آنجا که مردم محلی ماسوله از ورود گردشگران خوشحال می‌شوند و صنعت گردشگری در اولویت اول توسعه اقتصادی این شهر قرار دارد و اکثراً افراد محلی

از این راه کسب درآمد می‌کنند، در نتیجه ارتباط خوب و مثبتی با گردشگران و همچنین راهنمایان تور برقرار می‌کنند و متقابلاً راهنمایان نیز می‌توانند با مردم محلی روابط صمیمانه برقرار کنند، اما با این حال، از آنجا که راهنمایان از دانش بومی در حوزه برخوردهای کلامی و زبان بدن در بافت سنتی شهر آگاه نیستند، باز هم مشاهده می‌شود که راهنمایان توری که به خوبی در این حوزه آموزش ندیده‌اند، نمی‌توانند با استفاده از ارتباطات کلامی و علم زبان بدن به هدایت گردشگران در ماسوله بپردازند و تضاد فرهنگی میان گردشگران و مردم محلی را کاهش بدهند.

در نهایت، در حوزه میانجی‌گری فرهنگی راهنمایان که رتبه پایینی در مدل دارد، می‌توان بیان کرد که بر اساس بررسی‌های میدانی صورت گرفته در ماسوله، راهنمایان تور اغلب اعضای تور را در شهرک تاریخی ماسوله همراهی نمی‌کنند و فقط در ساعت مشخصی به اعضای تور گفته می‌شود که برای بازگشت آماده شوند.

این موضوع باعث شده است که برخی راهنمایان تور بدون توجه به اختلافات فرهنگی که میان گردشگران و جامعه محلی وجود دارد آنها را در شهرک رها می‌کنند و برخی از این افراد به تخریب بناها و یا انجام رفتارهای غیرمناسب می‌پردازند که در تعارض با فرهنگ محلی منطقه است. علاوه بر این، بسیاری از صنایع دستی که تولید می‌شود از قبیل چموش‌دوزی و بافت عروسک‌های محلی از جمله فعالیت‌های جذابی است که منحصر به این مقصد می‌باشد، اما راهنمایان به خوبی نتوانستند گردشگران را غرق در این فرهنگ محلی نمایند و به مشارکت در ساخت این صنایع دستی و برقراری تعامل بیشتر با جامعه محلی تشویق نمایند. از آنجا که مناطق شمالی کشور یکی از مهم‌ترین مقصدهای گردشگران داخلی هستند و هر ساله حجم عظیمی از گردشگران از نقاط مختلف کشور به سمت این استان‌ها روانه می‌شوند و ماسوله نیز یکی از مهم‌ترین نقاط هدف سفر برای گردشگران محسوب می‌شود، لذا بیشترین تأثیر را نیز از این صنعت گرفته است. برای مثال در ماسوله صنایع مختلفی از قبیل آهنگری، نان‌پزی، چموش‌دوزی، نعل اسب‌سازی، چاقوسازی، آرد فروشی، برنج فروشی و ... دایر بوده است که به مرور زمان از بین رفته است و با ورود گردشگران به این شهرک نیز بسیاری از مردم شغل‌های پدری خود را رها کرده‌اند و به اجاره اقامتگاه به این گردشگران و ارائه خدمات غذا و نوشیدنی به گردشگران می‌پردازند. این تغییرات فرهنگی باعث شده است که بسیاری از آداب و سنن فرهنگی ماسوله فراموش شوند و ورود گردشگران بیشتر به این منطقه به سرعت روند تغییر این فرهنگ شتاب بخشیده است. با این حال، همانطور که در ابتدای تحلیل نیز اشاره شد، مردم محلی ماسوله به دلیل اینکه سابقه طولانی در پذیرایی از گردشگران داشته‌اند و از گذشته با انواع متنوعی از فرهنگ‌های مختلف مواجه بوده‌اند و همچنین به دلیل اینکه اکثر مردم از طریق فروش صنایع دستی، غذا و ارائه اقامتگاه به گردشگران کسب

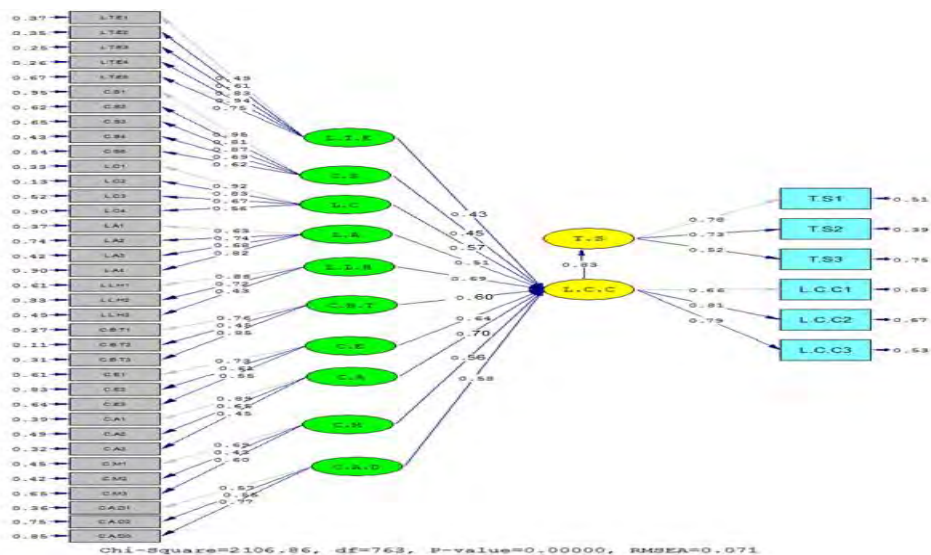
درآمد می‌کنند، این ناهنجاری‌ها و کوتاهی راهنمایان تور در ارتباط با فرهنگ بومی و محیط زیست طبیعی‌شان را بیشتر تحمل می‌کنند.



شکل ۳- مدل تحقیق در حالت معناداری ضرایب برای نمونه ماسوله

مدل ساختاری تحقیق برای نمونه مطالعاتی ایبانه

شکل شماره ۴ مدل ساختاری تحقیق در حالت تخمین ضرایب برای نمونه مطالعاتی ایبانه را نشان می‌دهد. همانطور که در شکل ۴ مشخص است کلیه ضرایب بزرگتر از ۰/۴ بوده بنابراین مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب برای نمونه مطالعاتی ایبانه مورد تأیید می‌باشد. همچنین شکل شماره ۵ مدل تحقیق را در حالت معناداری ضرایب برای نمونه ایبانه را نشان می‌دهد که براساس نتایج بدست آمده، کلیه مقادیر معناداری (t) باید خارج از بازه بحرانی (۱/۹۶-، ۱/۹۶) باشد که نتایج تحقیق نشان‌دهنده تأیید این موضوع است. بنابراین مدل تحقیق از نظر مقادیر معناداری مورد تأیید می‌باشد.



شکل ۴- مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب برای نمونه ابیانه

در رابطه با تحلیل یافته‌های حاصل از مطالعه روستای ابیانه نیز مدل معادلات ساختاری نشان داد که هر یک از مؤلفه‌های تحقیق با شایستگی فرهنگی و همچنین رضایت گردشگران رابطه مثبت دارند اما وزن هر یک از آنها در میزان اثرگذاری بر شایستگی فرهنگی و رضایت گردشگران متفاوت است. در روستای تاریخی ابیانه، تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش نشان داد که راهنمایان تور از میان ده مؤلفه شایستگی فرهنگی کمترین امتیاز را در مؤلفه‌های درک محیط محلی سفر با بار عامی ۰.۴۳، ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی با بار عامی ۰.۴۵، میانجی‌گری فرهنگی با ضریب ۰.۵۶ و توانایی زبان با بار عامی ۰.۵۷ داشته‌اند و بیشترین توانایی فرهنگی آنها نیز در حوزه همبستگی فرهنگی با ضریب ۰.۷۰ می‌باشد.

بر اساس مطالعات میدانی پژوهش، در رابطه با مؤلفه درک محیط محلی سفر نیز نتایج پژوهش نشان می‌دهد، راهنمایان تور به طور عمیق در مورد تاریخ و فرهنگ محلی روستا آموزش ندیده‌اند و بسیاری از آنها نیز علاقه‌ای به یادگیری و شناخت محیط تاریخی و طبیعی روستا ندارند. همچنین هنجارهای قانونی روستا را نیز رعایت نمی‌کنند و به گردشگران در خصوص این هنجارها تذکر نمی‌دهند. برای مثال، بسیاری از مردم محلی بیان نمودند که به گردشگران اجازه داده‌اند که از میوه‌های باغات آنها میل کنند اما آنها میوه‌ها را می‌چینند و با خود می‌برند و یا به دیوارها و خانه‌های روستا آسیب می‌زنند، برگ‌ها و شاخه‌های درختان را می‌سوزانند و روی درختان

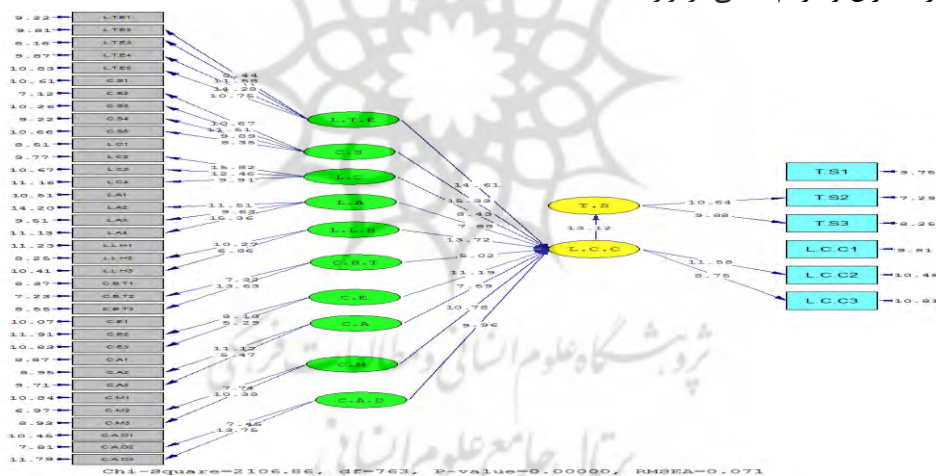
یادگاری می‌نویسند که همه رفتارهای نادرست ریشه در عدم توجه راهنمایان به محیط محلی روستا دارد. از آنجایی که شایستگی فرهنگی راهنمایان با توسعه پایدار در مقصدها ارتباط دارد، عدم توجه به مسائل زیست‌محیطی و از بین بردن منابع طبیعی روستا و همچنین تخریب بناهای تاریخی به پایداری روستا آسیب می‌رساند.

در رابطه با مؤلفه ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی راهنمایان تور می‌توان بیان نمود که روستای تاریخی ایبانه به دلیل موقعیت جغرافیایی خاصی که دارد و در یک ناحیه کوهستانی و ایزوله قرار دارد و در یک انزوای جغرافیایی نسبت به سایر مناطق است، و همچنین نوع اقلیم و آب و هوای این منطقه بر روی خلق و خوی ساکنان محلی تأثیرگذار بوده است و اکثر آن‌ها با آغوش باز پذیرای گردشگران نیستند. آنها سعی کرده‌اند فرهنگ و آداب و رسوم سنتی خود را کاملاً حفظ کنند و با وجود این که جذابیت‌های چشم‌گیر و معماری پلکانی خاصی که این روستا دارد و گردشگران بسیاری به این منطقه سفر می‌کنند، اما هنوز اکثر مردم محلی این روستا درون‌گرا هستند و کمتر ارتباطات و تعامل صمیمانه با اعضای تور و راهنمایان تور برقرار می‌کنند. به همین دلیل، گردشگران در این روستا به دلیل اینکه ارتباطات و تعاملات زیادی با مردم برقرار نمی‌کنند و بیشتر به بازدید از زیبایی‌های بصری و معماری روستا می‌پردازند، فرهنگ و تاریخ بومی روستا را به خوبی لمس نمی‌کنند. علاوه بر این نکته، بسیاری از راهنمایان تور نیز در هنگام ورود به این روستا، اعضای تور خود را در محل رها می‌کنند و به آنها از فرهنگ و سنن ویژه این روستا اطلاعات دقیقی داده نمی‌شود. همچنین، این گردشگران بدون اجازه وارد حریم منازل خصوصی مردم محلی می‌شوند و یا بدون اجازه از آنها عکس می‌گیرند، که این امر موجب نارضایتی مردم محلی از ورود گردشگران به روستا شده است. البته طبق مصاحبه‌های صورت گرفته در منطقه مورد مطالعه، برخی مردم محلی نیز با گرفتن هزینه از گردشگران به آنها اجازه گرفتن عکس را می‌دهند و یا در صورت خرید از محصولاتشان به گردشگران اجازه می‌دهند که از آنها عکس بگیرند. این اتفاقات به دلیل رخ می‌دهد که بسیاری از راهنمایان تور به خوبی این روابط و تعاملات میان فرهنگی را بین گردشگران و مردم محلی مدیریت نمی‌کنند. در حالی که برقراری تعاملات و ارتباطات کلامی میان راهنمایان تور و مردم محلی زمینه‌ساز دوستی و صمیمیت میان مردم بومی و گردشگران خواهد شد و سطح رضایت هر دو گروه را افزایش خواهد داد و نقش آنها به‌عنوان ضربه‌گیران و سفیران فرهنگی در ایجاد روابط میان آنها در روستا بسیار حیاتی است.

در خصوص مؤلفه میانجی‌گری فرهنگی نیز که یکی از عناصر مهم شایستگی فرهنگی راهنمایان است، می‌توان گفت که در ایبانه حتی اگر راهنمایی بخواهد از نظر فرهنگی میان مردم محلی و گردشگران واسطه‌گری کند و ارتباطات نزدیک بین این دو گروه برقرار کند و بر خلاف

بسیاری از روستاها که مردم محلی اجازه وارد شدن گردشگران به منزل‌های خود را می‌دهند و اما در ایبانه این موضوع صادق نیست و گردشگران درکی از زندگی روستایی سنتی در ایبانه را بدست نمی‌آورند و این خود از جذابیت روستا به شدت می‌کاهد چرا که بخشی از تجربه گردشگر در مقصد منوط به برقراری ارتباطات فرهنگی و تعاملات مثبت میان جامعه محلی و گردشگران است که توسط راهنمایان تور صورت می‌گیرد. علاوه بر این، راهنمایان تور نیز به دلیل اینکه توجه زیادی به نوع رفتارهای گردشگران در مقصد ندارند و تضادهای فرهنگی که میان گردشگران و جامعه محلی وجود دارد و توسط راهنمایان تور مدیریت نمی‌شود، منجر به رنجش و نارضایتی مردم بومی شده است.

توانایی زبان نیز دیگر مؤلفه‌ای است که شایستگی فرهنگی راهنمایان را نشان می‌دهند اما در روستای ایبانه مشخص شد که راهنمایان تور قادر نیستند به درستی با زبان و لهجه مردم محلی ارتباط برقرار کنند و سعی کنند با یادگیری رایج‌ترین اصطلاحات و لهجه بومی به برقراری ارتباطات و تعاملات با جامعه محلی بپردازند. از آنجایی که مردم ایبانه به زبان پهلوی اشکانی صحبت می‌کنند و به واسطه فاصله جغرافیایی و فرهنگی زیادی که با سایر مناطق دارند، و همچنین راهنمایان تور نیز با گویش و لهجه آنها آشنایی زیادی ندارند، همین موضوع بر عدم برقراری ارتباطات فرهنگی نیز تأثیر گذاشته است. در صورتی که یکی از توانایی‌های اصلی راهنمایان تور در این است که باید سعی کنند برای ایجاد تعاملات میان فرهنگی، زبان‌ها و لهجه‌های متفاوت را یاد بگیرند تا بتوانند با ایجاد روابط صمیمانه و گرم با مردم محلی، ارتباطات صمیمانه‌ای میان گردشگران و مردم محلی برقرار کنند.



شکل ۵- مدل تحقیق در حالت معناداری ضرایب برای نمونه ایبانه

شاخص‌های برازش

در مدل‌یابی معادلات ساختاری با نرم‌افزار لیزرل تعدادی از شاخص‌های برازندگی وجود دارد. برخی از مهم‌ترین این شاخص‌ها عبارت‌اند از: CFI، NNFI، NFI، AGFI، GFI، RMR. پس از ترسیم مدل، برازش از طریق این شاخص‌ها بررسی می‌شود که در جدول ۴ دامنه پذیرش هر شاخص و همچنین مقدار به دست آمده برای هر دو منطقه مورد مطالعه بیان شده است. از نتایج به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت که همه ابزارهای پژوهش برای مدل معادلات ساختاری فرضیه‌های تحقیق، برازش قابل قبول دارند.

جدول ۴- نتایج برازش مدل تحقیق

شاخص برازش	دامنه پذیرش	مورد مطالعه	مقدار به دست آمده	نتیجه‌گیری
CFI	بالاتر از ۰/۹	ماسوله	۰/۹۳	مطلوب
		ایبانه	۰/۹۱	مطلوب
NNFI	بالاتر از ۰/۹	ماسوله	۰/۹۳	مطلوب
		ایبانه	۰/۹۲	مطلوب
NFI	بالاتر از ۰/۹	ماسوله	۰/۹۱	مطلوب
		ایبانه	۰/۹۴	مطلوب
AGFI	بالاتر از ۰/۹	ماسوله	۰/۹۳	مطلوب
		ایبانه	۰/۹۱	مطلوب
GFI	بالاتر از ۰/۹	ماسوله	۰/۹۴	مطلوب
		ایبانه	۰/۹۳	مطلوب
RMR	هر چه کوچک‌تر و نزدیک به صفر	ماسوله	۰/۰۲۸	مطلوب
		ایبانه	۰/۰۳۴	مطلوب
RMSEA	کمتر از ۰/۰۸	ماسوله	۰/۰۷۷	مطلوب
		ایبانه	۰/۰۷۱	مطلوب
$\frac{\text{chi} - \text{square}}{\text{df}}$	کمتر از ۳	ماسوله	۲/۷۰	مطلوب
		ایبانه	۲/۷۶	مطلوب

نتایج فرضیه‌های تحقیق

این تحقیق شامل ۱۱ فرضیه است که نتایج فرضیه‌های تحقیق به تفکیک نمونه مطالعاتی ایبانه و ماسوله در جدول ۵ نشان داده شده است. با توجه به اینکه مقادیر معناداری (t) برای تمام

فرضیه‌های تحقیق خارج از بازه (۱/۹۶-، ۱/۹۶) می‌باشد. بنابراین کلیه فرضیه‌های تحقیق در سطح اطمینان ۹۹ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد. شدت و جهت رابطه نیز براساس ضریب مسیر مشخص می‌شود. با توجه به اینکه کلیه ضرایب بدست آمده برای فرضیه‌های تحقیق دارای علامت مثبت است، بنابراین جهت فرضیه‌های تحقیق مستقیم می‌باشد. همچنین، از نظر شدت ضرایب مسیر که نشان‌دهنده شدت تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته است، با بررسی و مقایسه نتایج به دست آمده در گروه مطالعاتی ماسوله و ابیانه می‌توان گفت که به طور کلی شدت تاثیر متغیرها در نمونه مطالعاتی ماسوله بیش از نمونه مطالعاتی ابیانه می‌باشد و از شدت بالاتری برخوردار هستند (جدول ۵)

جدول ۵- نتایج فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	مورد مطالعه	ضریب مسیر	مقدار t	نتیجه
شایستگی فرهنگی راهنمایان تور بر رضایت گردشگر تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۸۳	۱۳/۱۲	تأیید
درک محیط محلی سفر بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۷۲	۱۴/۶۱	تأیید
ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۷۷	۱۵/۳۳	تأیید
درک فرهنگ محلی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۵۴	۸/۴۳	تأیید
توانایی زبان بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۵۱	۷/۸۸	تأیید
درک عادت زندگی محلی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۶۹	۱۳/۷۲	تأیید
درک پیشینه فرهنگی اعضای تور بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۳۹	۵/۰۲	تأیید
همدلی فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۶۴	۱۱/۱۹	تأیید
همبستگی فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۴۳	۷/۵۹	تأیید
میانجیگری فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۵۳	۹/۲۲	تأیید
سازگاری فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور تاثیر مثبت دارد.	ماسوله	۰/۵۸	۹/۹۶	تأیید

نتیجه‌گیری

شایستگی فرهنگی راهنمایان تور از این جهت با اهمیت است که در جوامع محلی کوچک که دارای آیین‌ها، آداب و رسوم و سنت‌هایی هستند که ممکن است با دیدگاه‌ها و رفتارهای گردشگران در تضاد باشد، راهنمایان تور با وجود دانش و توانایی فرهنگی می‌توانند ارتباطات فرهنگی مناسبی میان این دو گروه برقرار نمایند. در نتیجه، وجود این شایستگی در راهنمایان تور هم منجر به وفاداری و تجربه مثبت سفر گردشگران می‌شود و هم جوامع محلی از حضور این تورها در منطقه خود رضایت خواهند داشت. مطالعات قبلی نیز این یافته‌ها را تایید می‌کنند (به عنوان مثال، رحیمی اقدم و همکاران، ۱۳۹۸؛ کروبوی و همکاران، ۱۳۹۶؛ ضیایی و فرمانی، ۱۳۹۰؛ Jacobsen, 1992؛ Tsaur & Lin, 2005؛ Bowie, & Chang, 2002؛ Yu et al, 2002؛ Robles, 2014؛ Tsaur & Tu, 2019). همچنین از آنجایی که بحث شایستگی فرهنگی مرتبط با توسعه پایدار است و راهنمایان باید در برگزاری تورهایشان به ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی توجه نمایند، لذا پرداختن به توسعه شایستگی فرهنگی راهنمایان در نهایت منجر به توسعه پایدار گردشگری در مقصد خواهد شد. راهنمای تور باید سطح بالایی از مهارت‌های حرفه‌ای و دانش صمیمانه فرهنگ‌های محلی را از خود نشان دهند و درک هوشیارانه‌ای از آداب و رسوم محلی، ادیان، ارزش‌های فرهنگی و تفاوت‌های فرهنگی داشته باشند. به همین منظور در این پژوهش با بررسی ۱۰ شاخص شایستگی فرهنگی در دو مقصد تاریخی ماسوله و ابیان که هر دو دارای ساختار معماری مشابه هستند اما از نظر مکان جغرافیایی و همچنین بافت فرهنگی و اجتماعی متفاوت از همدیگر هستند مورد بررسی قرار گرفت.

بر اساس یافته‌های حاصل از پژوهش، با وجود اینکه راهنمایان تور در هر دو مقصد عملکردی مشابه در رابطه با توانایی‌های فرهنگی دارند و در هر دو منطقه مشخص شد که راهنمایان تور به خوبی نتوانسته‌اند اعضای تور خود را در جوامع محلی هدایت کنند، اما از آنجا که شهرک تاریخی ماسوله اشتیاق بیشتری نسبت به دیدار و پذیرش گردشگران دارد، با روی گشوده‌تری نسبت به روستای ابیان با گردشگران برخورد می‌کند. در نتیجه، سطح شایستگی فرهنگی راهنمایان در ماسوله کمتر مورد انتقاد و نارضایتی میزبانان قرار گرفته است. بر خلاف آن، میزبانان در روستای ابیان ارتباطات فرهنگی اندکی با افراد خارج از روستا برقرار می‌کنند و در نتیجه راهنمایان تور به ندرت می‌توانند بین گردشگران و مردم محلی ارتباط و اتصال فرهنگی ایجاد کنند. با این حال، راهنمایان گردشگری به دلیل اینکه در دوره‌های آموزشی بیشتر به صورت نظری به شناخت تاریخ و فرهنگ جوامع می‌پردازند و به طور عملی تحت نظر یک راهنمای مجرب به تورهای مختلف سفر نمی‌کنند، هنگام برگزاری تور با چالش‌های مختلفی در خصوص تفاوت‌های فرهنگی و تاریخی مواجه می‌شوند. علاوه بر این، تورهای بدون مجوز و راهنماهای بدون کارت نیز از جمله مسائلی

است که منجر به آسیب‌های بسیاری در مقصدها شده است و برنامه‌هایی را اجرا می‌کنند که با فرهنگ و سنت‌ها و تاریخ و محیط زیست جامعه محلی مغایرت دارد. لذا در این تحقیق و بر اساس نتایج فرضیه‌های تحقیق، راهنمایان تور در ماسوله و ابیان، در شاخص‌های درک فرهنگ محلی (ماسوله)، میانجی‌گری فرهنگی (هر دو)، درک محیط محلی سفر (هر دو)، ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی (هر دو) و توانایی زبان (ابیان) دارای ضعف هستند نسبت به سایر مؤلفه‌های شایستگی فرهنگی و جهت افزایش رضایت گردشگران نیاز است که در همه شاخص‌ها به‌ویژه در خصوص مؤلفه‌هایی که در آن نمره پایینی کسب کرده‌اند، به دانش و توانمندی فرهنگی و زبانی خود بپردازند. این نتایج همراستا با پژوهش‌های محمدخانی (۱۳۸۷)، شرل و نونمن (۲۰۰۸)، لکرک و مارتین (۲۰۰۴) و سور و توو (۲۰۱۹) است که هر کدام به جنبه‌هایی از ابعاد شایستگی فرهنگی اشاره کردند. لذا بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهادهای زیر را جهت افزایش مهارت‌های فرهنگی راهنمایان تور ارائه می‌شود:

- راهنمایان در هر دو مقصد از بعد درک محیط محلی سفر دارای توانمندی پایینی هستند و در برگزاری تورهایشان به بسیاری از هنجارهای محلی از قبیل رعایت کدهای اخلاقی و فرهنگی بومی و محلی و یا نوع پوشش مورد قبول در جامعه محلی را برای اعضای تور خود در این دو مقصد نادیده می‌گیرند و همچنین دانش کافی در خصوص تاریخ محلی روستا ندارند و اطلاعات دقیقی به گردشگران ارائه نمی‌دهند. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود که هنگام حضور تورهای گروهی در این روستاها، از بلدهای محلی استفاده شود چرا که این راهنمایان محلی به بافت تاریخی و فرهنگی محلی کاملاً مسلط هستند و به عنوان دروازه‌بانان محلی و سفیران فرهنگی جامعه محلی عمل می‌کنند. این راهنمایان به دلیل پیوستگی و اتصال عمیق فرهنگی که با جامعه محلی خود دارند، به حساسیت‌های فرهنگی، آیین‌ها، رسومات و تاریخ و منابع گردشگری خود شناخت دارند و سعی می‌کنند آسیبی از جانب اعضای تور به آنها وارد نشود. این راهنمایان به دلیل توجه و اهمیت دادن به محیط زیست محلی نیز باعث می‌شوند که آسیب‌های اکولوژیکی نیز به حداقل برسد.

- نتیجه حاصل از بررسی تاثیر میانجی‌گری فرهنگی بر شایستگی فرهنگی راهنمایان تور نیز نشان داد که در هر دو مقصد، راهنمایان به خوبی نتوانسته‌اند به عنوان اتصال‌دهنده فرهنگ‌های مختلف، میان مردم محلی و اعضای تور نقش میانجی فرهنگی را داشته باشند. برای مثال نه هیچ کدام از روستاها راهنمایان تور سعی نداشته‌اند تا گردشگران را غرق در فرهنگ محلی روستاها نمایند و آنها را در فعالیت‌های محلی و سنتی روستا مانند شرکت در ساخت صنایع دستی نمایند. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود که با توجه به بافت سنتی و

تاریخی این دو مقصد، علاوه بر اینکه مؤسسات آموزشی و انجمن‌های صنفی یک سری دوره‌های عملی برای راهنمایان تور برگزار نمایند و مهارت‌های نرم را به طور عملی و در حین اجرای تور در دوره‌های آموزشی، به آنها آموزش دهند. محتوای آموزشی، روش‌های آموزشی و نحوه برگزاری دوره‌های راهنمایان تور تقریباً طی چندین سال گذشته یکسان بوده است و تغییراتی جزئی در برنامه‌های آموزشی رخ داده است و با توجه به مشکلاتی که به‌ویژه در سال‌های اخیر در برگزاری تورها رخ داده است باید علاوه بر آموزش در حوزه اطلاعات تاریخی و جغرافیایی، نحوه میانجی‌گری میان گروه تور، مقصد، تأمین‌کنندگان تور و جوامع محلی را آموزش ببینند.

- ارتباطات میان فرهنگی و مهارت‌های تعاملی از جمله مهم‌ترین توانمندی‌هایی است که هر راهنمای توری باید به آن مسلط باشد و بررسی در این دو مقصد نشان داد که راهنمایان در این مهارت نیز باید ارتقا یابند. چرا که این راهنمایان در ایبانه و ماسوله ارتباطات کلامی موثری با توجه به بافت‌های فرهنگی متفاوت مردم محلی و گردشگران برقرار نکرده‌اند و همین امر منجر به رنجش مردم محلی و نارضایتی اعضای تور از برگزاری تور شده است. داشتن حس صمیمیت با مردم بومی و استفاده از زبان بدن در موقعیت‌های فرهنگی مختلف در این مقصدها باعث می‌شود که زمینه‌ای برای اعتماد متقابل میان هر دو گروه ایجاد شود و در نهایت رضایت گردشگران و تصویر ذهنی مثبتی از برخورد با مردم محلی برایشان شکل خواهد گرفت.
- در نهایت با توجه به نتایج پژوهش، شایستگی فرهنگی راهنمایان تور در هر دو مقصد تأثیری بسیاری بر استفاده مجدد از خدمات تور دفتر خدمات مسافرتی خواهد داشت، لذا به دفاتر خدمات مسافرتی پیشنهاد می‌شود که با ارتقا سطح دانش و مهارت‌های راهنمایان تور خود و همچنین استفاده از راهنمایان کارت‌دار در برگزاری تورها، سطح رضایت گردشگران و وفاداری آنها به برند خود را افزایش دهند.

منابع

- بسطامی، محمدرضا؛ کیانیان، تکتیم؛ برجی، میلاد؛ امیرخانی، مهدی و سامان، صابر (۱۳۹۵). ارزیابی شایستگی فرهنگی در پرستاران. *مجله اخلاق پزشکی*، ۱۰(۳۶): ۶۵-۷۲.
- پاپلی یزدی، محمد حسین؛ و سقایی، مهدی (۱۳۸۵). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*. چاپ نهم، تهران: انتشارات سمت.
- جهانبان، منوچهر؛ و نادعلی پور، زهرا. (۱۳۸۸). *مدیریت گردشگری (تعاریف، ماهیت و اجزا)*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

حسینی، سید صادق (۱۳۹۳). ارزیابی وضعیت آموزش راهنمایان گردشگری در ایران با رویکرد ارایه الگوی آموزشی در سطح دانشگاهی، *فصلنامه علمی — پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*، ۹ (۲۸): ص ۴۴-۱۱۵.

حیدری، رحیم (۱۳۹۶). *مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری*. انتشارات سمت، تهران.
 خانبایبی گول، مهدی؛ جبارزاده، فرانک؛ و زمان‌زاده، وحید (۱۳۹۶). شایستگی فرهنگی دانشجویان ترم آخر کارشناسی پرستاری دانشگاه‌های علوم پزشکی شمال غرب ایران. *مجله دانشکده پرستاری و مامایی / رومیه*، ۱۵ (۸): ص ۶۱۹-۶۱۲.

رحیمی اقدم، صمد؛ صنوبر، ناصر؛ و حق وردیزاده، ابوالفضل (۱۳۹۷). شناسایی شایستگی های اخلاقی راهنمایان تور بین‌المللی، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۵ (۳): ص ۵۸-۶۴.
 رحیمی اقدم، صمد؛ رحیمی کلور، حسین؛ و حق وردیزاده، ابوالفضل (۱۳۹۸). شناسایی شایستگی های محوری راهنمایان تور بین‌المللی، *فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه*، ۹ (۴): ص ۸۱-۶۳.
 رضائی، روح‌اله؛ صفا، لیلا؛ و رنجبران، پریسا (۱۳۹۴). شناخت و واکاوری مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان اصفهان (مطالعه موردی؛ روستای ابیانه)، *فضای جغرافیایی*، ۱۵ (۴۹): ص ۵۶-۳۷.

رنجبران، بهرام؛ و زاهدی، محمد (۱۳۹۴). *برنامه‌ریزی و سرپرستی گشت‌ها*، اصفهان: انتشارات چهار باغ.
 زبیری، کرامت‌الله؛ بشارتی، نیما؛ و شعبانی کوچصفهانی، مرتضی (۱۳۹۷). پیامدهای اجتماعی و فرهنگی ناشی از توسعه گردشگری (نمونه موردی محور فومن - ماسوله)، *فصلنامه علمی تخصصی مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی*، ۱ (۱): ص ۴۱-۳۱.

ضیایی، محمود؛ و فرمانی، لیلا (۱۳۹۰). ارزیابی گردشگران اروپایی از عملکرد راهنمایان تور در ایران، *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*، ۷ (۱۵): ص ۵۲-۲۹.

کروبی، مهدی؛ امیری، زینب؛ و محمودزاده، سید مرتضی (۱۳۹۷). شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های موثر بر عملکرد راهنمایان تورهای ورودی از منظر گردشگران خارجی (مورد مطالعه: راهنمایان تورهای ورودی فرهنگی شهر تهران)، *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۳ (۴۱): ص ۵۵-۴۱.
 محمدخانی، کامران (۱۳۸۷). نقش راهنمایان تور در رضایتمندی گردشگران فرهنگی: مدل راهنمایان هوشمند عاطفی، *مجله مدیریت فرهنگی*، ۲ (۲): ص ۱۲۴-۱۱۳.

محمودی، اعظم؛ خانی، لطفعلی؛ و غفاری، مظفر (۲۰۱۷). بررسی ارتباط شایستگی فرهنگی و مسئولیت‌پذیری با نگرش پرستاران نسبت به رعایت حقوق بیماران: نقش میانجی باورهای اخلاقی. *اخلاق و تاریخ پزشکی*، ۹ (۵): ص ۵۱-۳۹.

نظری داشلی برون، زلیخا (۱۳۸۴). *مردم‌شناسی ابیانه*. انتشارات میراث.
 پارساییان، علی؛ و اعرابی، سید محمد (۱۳۸۵). *جهانگردی در چشم‌اندازی جامع (نوشته چاک وای‌گی)*، تهران: انتشارات مرکز پژوهش‌های فرهنگی.

- Almutairi, A. F., McCarthy, A., & Gardner, G. E. (2015). Understanding cultural competence in a multicultural nursing workforce: Registered nurses' experience in Saudi Arabia. *Journal of Transcultural Nursing*, 26(1), 16–23.
- Al Jahwari SD, Sirakaya-Turk, E., & Altintas, V. (2016). Evaluating communication competency of tour guides using a modified importance- performance analysis (MIPA). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*; 28(1): 195 – 218.
- Ang, S., Ng, K. Y., & Rockstuhl, T. (2020). *Cultural Competence*. In Oxford Research Encyclopedia of Psychology.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Briones, E., Taberner, C., Tramontano, C., Caprara, G. V., & Arenas, A. (2009). Development of a cultural self-efficacy scale for adolescents (CSES-A). *International Journal of Intercultural Relations*, 33(4), 301–312.
- Bowie, D., & Chang, J. C. (2005). Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour. *Journal of Vacation Marketing*, 11(4), 303–322.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5–29.
- Huang, Y. (2011). Chinese tour guides' strategies in intercultural communication - implications for language teaching and tourism education. *Journal of Language Teaching and Research*, 2(1), 146–150.
- Grobelna, A. (2015). Intercultural Challenges Facing the Hospitality Industry. Implications for Education and Hospitality Management. *Journal of Intercultural Management* 7(3)
- Johnson, J. P., Lenartowicz, T., & Apud, S. (2006). Cross-cultural competence in international business: Toward a definition and a model. *Journal of International Business Studies*, 37(4), 525–543.
- Jacobson, S. K., & Robles, R. (1992). Ecotourism, sustainable development, and conservation education: Development of a tour guide training program in Tortuguero, Costa Rica. *Environmental Management*, 16(6), 701–713.
- Kumas-Tan, Z., Beagan, B., Loppie, C., MacLeod, A., & Frank, B. (2007). Measures of cultural competence: Examining hidden assumptions. *Academic Medicine*, 82(6), 548–557.
- Lin, J., Fan, D., Tsaur, S., & Tsai, Y. (2021). Tourists' cultural competence: A cosmopolitan perspective among Asian tourists, *Tourism Management*, 83, 1-12
- Luka, In., Vinklere, D., & Vaidesvarans, S, (2010). Promoting students' intercultural competence in tourism studies, *XI International Scientific Conference, Individuals, Society, State in Changing Economic Circumstances, Riga: School of Business Administration Turiba*.
- Lewthwaite, M. (1996). A study of international students' perspectives on cross-cultural adaptation. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 19(2), 167–185.
- Leclerc, D., & Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3), 181–200.

- Luoh, H. F., & Tsaur, S. H. (2014). The effects of age stereotypes on tour leader roles. *Journal of Travel Research*, 53(1), 111–123.
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., & Chang, R. C. Y. (2011). Critical issues affecting the service quality and professionalism of the tour guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32(6), 1442–1452.
- Peng, S. J., & Watson, R. (2012). Construct validation of the nurse cultural competence scale: A hierarchy of abilities. *Journal of Clinical Nursing*, 21(11-12), 1678–1684.
- Scherle, N., & Nonnenmann, A. (2008). Swimming in cultural flows: Conceptualising tourguides as intercultural mediators and cosmopolitans. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(2), 120–137.
- Selmeski, B. R. (2007). Military cross-cultural competence: Core concepts and individual development. Royal military college of Canada centre for security, *Armed forces & society occasional paper series*, 1.
- Scherle, N., & Coles, T. (2008). International business networks and intercultural communications in the production of tourism. In T. Coles, & C. M. Hall (Eds.). *International business and tourism: Global issues, contemporary interactions* (pp. 124–142). London: Routledge.
- Tsaur, S. H., & Lin, W. R. (2014). Hassles of tour leaders. *Tourism Management*, 45, 28–38.
- Tsaur, S. H., & Teng, H. Y. (2017). Exploring tour guiding styles: The perspective of tourleader roles. *Tourism Management*, 59, 438–448.
- Tsaur, S. H., & Tu, J. H. (2019). Cultural competence for tour leaders: Scale development and validation. *Tourism Management*, 71, 9–17.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., Chou, S. H., & Lin, Y. S. (2007). GPTCCC: An instrument for measuring group package tour service. *Tourism Management*, 28(2), 361–376.
- Weiler, B., & Yu, X. (2007). Dimensions of cultural mediation in guiding Chinese tour groups: Implications for interpretation. *Tourism Recreation Research*, 32(3), 13–22.
- Wilson, J., Ward, C., & Fischer, R. (2013). Beyond culture learning theory what can personality tell us about cultural competence? *Journal of Cross-cultural Psychology*, 44(6), 900–927.
- World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA) (2003). What is a tourist guide? Retrieved from <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> .
- Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2002). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8(1), 75–87.