



انجمن جهانی گردشگری ایران

ارزیابی راهنمایان تور از دیدگاه گردشگران خارجی در استان یزد

قاسم دهقانی زاده^۱، سلاله شهوازیان^۲

چکیده

لازمه توسعه گردشگری به منزله صنعتی جهانی، شناخت نقاط قوت و ضعف، تقویت نقاط قوت و رفع نقاط ضعف عوامل تشکیل دهنده آن است. راهنمایان مهم ترین عوامل در تعامل مستقیم با گردشگران اند. راهنمایان تور به مثابه نمایندگان فرهنگ کشور مقصد می توانند با ادای درست و اصولی وظایف خود، گام مهمی در کسب رضایت گردشگران بردارند. با وجود اهمیت کار راهنمایان تور، ارزیابی های بسیاری درباره وضعیت حرفه ای و رضایت گردشگران از عملکرد آن ها گزارش نشده است. مناسب ترین راه ارزیابی عملکرد راهنمایان تورهای ورودی، گردشگران خارجی همراه آن ها هستند. در این تحقیق، با توجه به جایگاه راهنمایان در ارائه خدمات به گردشگران و کمبود پیشینه تحقیق در ادبیات مربوط به راهنمایان، عملکرد راهنمایان ایرانی در ۲۴ ویژگی مهارت های حرفه ای، اخلاقی و ظاهری از دید آن دسته از گردشگران خارجی که در شهر یومرماه ۱۳۹۸ به یزد سفر کرده اند ارزیابی خواهد شد. به کمک منابع مکتوب داخلی و خارجی و مصاحبه با خبرگان، ۲۴ ویژگی راهنمایان تور انتخاب شده است. داده های به دست آمده از ۱۲۰ گردشگر خارجی که با روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند، به روش تحلیل اهمیت - عملکرد جمع آوری و با استفاده از نرم افزار اسپاس تحلیل شد. نتایج حاکی از این بود که از بین اولویت های مهم گردشگران خارجی، راهنمایان از لحاظ ویژگی های حرفه ای ضعف بیشتری به نسبت ویژگی های اخلاقی و ظاهری دارند. ویژگی های تلفظ صحیح کلمات و قدرت بیان عالی، حل مشکلات پیش آمده در تور و معرفی فروشگاه های مورد اعتماد، از نظر گردشگران خارجی اهمیت بسیاری داشته و راهنمایان در این ویژگی ها عملکرد ضعیفی داشته اند. همچنین ویژگی های معرفی فرهنگ میزبان و سطح دانش راهنما درباره مقصد، رفتار دوستانه، صداقت، بردباری و تسلط بر زبان بین المللی و زبان های محلی، از نظر گردشگران خارجی اهمیت داشته و راهنمایان عملکرد خوبی در این ویژگی ها داشته اند.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۹/۱۳
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۰۲

واژه های کلیدی:

راهنمای تور، گردشگران خارجی، ارزیابی اهمیت - عملکرد، گردشگران استان یزد

مقدمه

فقط ۱ درصد این گردش مالی بسیار عظیم را به خود اختصاص دهد، رقمی بالغ بر ۸۸ میلیارد دلار می شود که برای اقتصاد ایران، رقمی درخور توجه است و مهم ترین منبع کسب درآمد ارزی خواهد شد. رشد و توسعه صنعت گردشگری در ایران، به منزله یکی از راهکارهای عملی رهایی از اقتصاد تک محصولی و متنوع سازی منابع

امروزه گردشگری، به منزله صنعتی جهانی، رشد سریعی در اقتصاد جهان دارد. طبق اعلام شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC)^۱، صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۸ با رشد ۳/۹ درصدی، سهم ۸/۸ تریلیون دلاری در اقتصاد جهانی داشته است.^۲ اگر در این فرایند، ایران بتواند

۱. کارشناسی ارشد مدیریت کار آفرینی گرایش گردشگری، مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد
۲. استادیار مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد (نویسنده مسئول)؛ s.shahvazian@gmail.com



در آمدی کشور، باید بیش از پیش مورد توجه برنامه ریزان کشور قرار گیرد (سنگ سفیدی، ۱۳۹۶). از سوی دیگر، یزد از جمله استان های تاریخی و منحصر به فرد ایران و زیباترین شهر خشتی جهان است که با داشتن جاذبه های زیبا و کم نظیر، همه ساله گردشگران بسیاری را به خود جلب می کند. یزد گنجینه ای از هنر و فرهنگ را در خود دارد که از آن جمله می توان به بناهای مذهبی، مساجد، حسینیه ها، زیارتگاه های زرتشتیان، خانه های تاریخی، آب انبارها، باغ های تاریخی، بادگیرها و بازارچه ها اشاره کرد. با توجه به مصوبه کمیته میراث جهانی یونسکو در ۱۸ تیر ۱۳۹۶ در چهل و یکمین نشست خود در کراکوف لهستان - که با اجماع، شهر تاریخی یزد را در فهرست میراث جهانی ثبت کرد - اهمیت تاریخی شهر یزد در نگاه جهانیان بیش از پیش شده است. همچنین آمارها حاکی از افزایش ۲۹ درصدی ورود گردشگران خارجی از کشورهای نظیر فرانسه، آلمان، لهستان، اسپانیا، ایتالیا، روسیه، استرالیا، سوئیس، چین، کانادا و استرالیا در سه ماهه نخست سال ۱۳۹۸ (تعداد ۴۶ هزار و ۳۲۰ توریست خارجی) به نسبت زمان مشابه سال قبل است.^۱ همچنین براساس آیین نامه راهنمایان تور، که در سال ۹۵ در هیئت دولت مصوب شد، در هر توری که برنامه آن را دفتر خدمات مسافرتی تنظیم کرده، حضور راهنمای دارنده کارت رسمی از سازمان میراث فرهنگی و گردشگری الزامی است.^۲ راهنمایان یکی از ارکان توسعه و پویایی گردشگری و تعامل مستقیم و پیوسته با گردشگران در حین سفر و یکی از عوامل انسانی تأثیرگذار در ارائه خدمات گردشگری و خلق تصویر مثبت از مقصد بازدید شده هستند. راهنمایان کارآمد، به مثابه مزیتی رقابتی، در متمم ساختن خدمات دفاتر گردشگری در مقایسه با سایر رقبا، ایجاد وفاداری در مشتریان و تبلیغات دهان به دهان بسیار تأثیرگذارند (Rudmi & Sandaruwani, 2016). عملکرد صحیح راهنمایان تور تأثیر فراوانی در تجربه و درک گردشگران از فرهنگ مقصد دارد. ویژگی های راهنماست که بازدید گردشگران را از گشتی ساده به تجربه ای به یادماندنی تبدیل می کند، موجب تجربه لذت بخش گردشگر می شود و خاطره دوست داشتنی از سفر به مقصد در ذهن گردشگر برجای می گذارد. با افزایش انتظارات گردشگران در مورد کیفیت خدماتی که راهنمایان ارائه کرده اند، نقش راهنما به منزله عامل کلیدی در تسهیل کیفیت تجربه گردشگران برجسته تر شده است (Kuo et al., 2018). برای

بهبود عملکرد و ارتقای سطح خدماتی که راهنمایان به گردشگران خارجی ارائه می دهند، ارزیابی علمی راهنمایان بسیار ضروری است تا بتوان از نقاط قوت، ضعف و ویژگی های راهنمایان تور از دیدگاه گردشگران خارجی آگاه شد؛ بنابراین ارائه تحقیقی با هدف ارزیابی گردشگران خارجی از عملکرد و ویژگی های راهنمایان تور حائز اهمیت است. مروری بر سابقه تحقیق شامل مقالات، پایان نامه ها و تحقیقات ارائه شده در سازمان ها، پایگاه اطلاعاتی پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران (ایرانداک)، جست و جو در وب سایت ها و گفت و گو با خبرگان صنعت گردشگری استان نشان می دهد که تاکنون در استان یزد مطالعه ای با هدف ارزیابی عملکرد راهنمایان تور صورت نگرفته است و با توجه به اهمیت و ویژگی های یزد، می توان به موضوع ارزیابی عملکرد راهنمایان تور از دیدگاه گردشگران خارجی بازدیدکننده از استان یزد پرداخت. تحقیقات مشابه در شهرهای تهران (فرمانی، ۱۳۸۹؛ کروبوی و همکاران، ۱۳۹۷)، مشهد (بیگه، ۱۳۹۱)، اصفهان (بیاتی، ۱۳۹۳) و همچنین در کشورهایی مانند تایوان (Kuo et al., 2018)، تایلند (Butsakorn, 2017)، ویتنام (Nguyen, 2015) انجام شده که در مورد برخی از ویژگی های راهنمایان تور (زبان، دانش، تجربه، توانایی حل مشکل و...) از گردشگران خارجی نظر سنجی شده است. این موضوع نشان دهنده اهمیت ویژگی های راهنمایان تور از دیدگاه گردشگران خارجی است. در این مقاله تلاش شده به کمک معیارهای جامعی از ویژگی های راهنمایان تور به ارزیابی عملکرد آن ها پرداخته شود؛ همچنین به سؤالات زیر پاسخ داده شود:

۱. ارزیابی عملکرد راهنمایان تور از دیدگاه گردشگران خارجی (ویژگی های فردی و تخصصی) چگونه است؟
۲. گردشگران خارجی عملکرد راهنمایان تور (ویژگی های فردی و تخصصی) را چگونه ارزیابی می کنند؟
۳. عملکرد راهنمایان تور در مورد ویژگی های راهنمایان از دیدگاه گردشگران خارجی چگونه است؟

مبانی نظری

از دیرباز، راهنمایان در سفرها همراه مسافران بوده اند. با این حال به موضوع راهنمایان تور در ادبیات گردشگری توجه چندانی نشده است. ۸۵ سال پیش (۱۳۱۴)، اولین نهاد رسمی دولتی در حوزه گردشگری در ایران، یعنی اداره جلب سیاحان خارجی و تبلیغات، افتتاح شد و در سال ۱۳۸۷ انجمن صنفی راهنمایان گردشگری استان تهران تأسیس شد. این اختلاف ۷۳ ساله نشان می دهد تا زمان تأسیس انجمن صنفی راهنمایان گردشگری

۱. اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان یزد (yazdcity.ir)

۱۳۹۸/۰۷/۲۵

۲. خبرگزاری ایسنا (ISNA.ir) ۱۳۹۵/۱۰/۲۶



بیشتر تور اپراتورها برای ارزیابی راهنمایان، از شاخص رضایت گردشگران استفاده می‌کنند. این شیوه ارزیابی، ویژگی‌های راهنمایان تور را در کنار سایر خدمات ارائه شده در بسته سفر ارزیابی می‌کنند. گفتنی است این شیوه جامعیت لازم را ندارد و نمی‌تواند برای شناسایی نقاط قوت و ضعف و تقویت نقاط قوت و رفع نقاط ضعف راهنمایان تور استفاده شود.

حرفه‌ای بودن خدمات برای گردشگران به موضوع مهمی تبدیل شده است. گردشگران خدمات حرفه‌ای راهنمایان را ارزیابی و نقاط قوت و ضعف آن‌ها را شناسایی می‌کنند. باین حال، مطالعات انگشت‌شماری درباره ارزیابی راهنمایان تور در ادبیات ایران و جهان گزارش شده است و این پژوهش یکی از اولین تلاش‌ها برای انجام این کار است.

پیشینه تحقیق داخلی

کروبی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های مؤثر بر عملکرد راهنمایان تورهای ورودی از منظر گردشگران خارجی» ویژگی‌های مؤثر در عملکرد راهنمایان تورهای ورودی از منظر گردشگران خارجی در شهر تهران را شناسایی و اولویت‌بندی کردند. نتایج نشان داد که اولویت ویژگی‌های حرفه‌ای و تخصصی مؤثر در عملکرد راهنمایان تورهای ورودی از منظر گردشگران خارجی، بیشتر از ویژگی‌های فردی و رفتاری است.

بیاتی (۱۳۹۳)، در تحقیقی با عنوان «بررسی رضایت‌مندی گردشگران خارجی بازدیدکننده از شهر اصفهان از خدمات راهنمایان تور»، عوامل مؤثر در رضایت گردشگران از خدمات ارائه‌شده راهنما را بررسی کرد. نتایج نشان می‌دهد که شیوه خدمت‌رسانی راهنما برای احساس رضایت در اعضای تور کافی بوده است. همچنین از دیدگاه گردشگران نقش‌های اطلاع‌دهنده و واسطه فرهنگی از نقش‌های اساسی راهنما بوده و مهم‌ترین دغدغه گردشگران در حوزه تور برنامه سفر بوده است.

فرمانی (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان «ارزیابی گردشگران اروپایی از عملکرد راهنمایان تور در ایران»، میزان رضایت ۱۴۲ نفر از گردشگران اروپایی از عملکرد راهنمایان تورهایشان را در پایان سفر در شهر تهران بررسی کرد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن بود که گردشگران اروپایی عملکرد راهنمایان تور ایرانی در ویژگی‌هایی مثل رفتار مؤدبانه، صداقت، همکاری با دیگر کارکنان خدماتی، رضایت شغلی، رسیدگی به شکایات مشتریان، ارائه خدماتی که در برنامه سفر وعده داده شده، بهره‌مندی از

استان تهران، ضرورت سازمان‌دهی حرفه‌ای راهنمایان تور احساس نمی‌شد و با وجود اهمیت راهنمایان تور در ارتباط با گردشگران خارجی و جامعه محلی، معرفی تاریخ و تمدن ایران به جهانیان و ایجاد تفاهم بین ملت‌ها هنوز هم در تحقیقات ارائه‌شده، مطالعات مربوط به راهنمایان تور سهم اندکی را به خود اختصاص داده است؛ بنابراین اهمیت پرداختن به بحث ارزیابی، عملکرد راهنمایان تور را دوچندان می‌کند. با توجه به این مهم، ابتدا واژه راهنمای تور تعریف می‌شود؛ سپس مفهوم ارزیابی عملکرد تبیین می‌شود.

درباره راهنمای تور تعاریف متفاوتی ارائه شده که کامل‌ترین آن‌ها برگزیده می‌شود. براساس تعریف انجمن راهنمایان تور اروپا، راهنمای تور «فردی است که گروه‌ها یا بازدیدکنندگان داخلی یا خارجی را در سایت‌های تاریخی، موزه‌ها یا بناهای یادبود شهر یا منطقه‌ای راهنمایی می‌کند و تفسیری الهام‌بخش و سرگرم‌کننده از میراث فرهنگی و طبیعی و محیط‌زیست، به زبان مورد انتخاب بازدیدکننده ارائه می‌دهد» (Hansen & Mossberg, 2017: 11). به عبارتی راهنمای تور شخصی است که مسافر از لحظه ورود به مقصد با او در ارتباط است و تمامی اطلاعات لازم در سفر را از او دریافت می‌کند. در تعریف جامعه راهنمای میراث فرهنگی بریتانیا^۱ «راهنمایی»^۲ عبارت است از فرایند توضیح و توجیه اهمیت مکان یا چیزی که افراد برای دیدن آن می‌آیند تا آن‌ها از این بازدید لذت بیشتری ببرند، محیط و میراث را بهتر بشناسند و انگیزه حفظ و حراست از آنان را به دست آورند. راهنمایی عبارت است از هر نوع فعالیتی که گردشگر را از مکان بازدیدشده آگاه سازد. راهنمایی موجب بهبود کیفیت تجربه‌هایی است که جهانگرد یا مسافر به دست می‌آورد، رفتار او را تغییر می‌دهد تا از آثار منفی فرهنگی، اجتماعی پرهیز کند (Kumar, 2018).

ارزیابی عملکرد عبارت است از سنجش نسبی عملکرد انسانی درباره نحوه انجام کار مشخص در یک دوره زمانی معین، در مقایسه با استاندارد انجام کار. این ارزیابی با هدف تعیین استعداد و ظرفیت‌های بالقوه فرد، به منظور برنامه‌ریزی برای به‌فعولیت در آوردن آن‌ها استفاده می‌شود. اولین مرحله در فرایند ارزیابی عملکرد، تعریف استانداردها برای مقایسه عملکرد واقعی نیروهاست. استانداردها باید شفاف، فهمیدنی، قابل محاسبه و اندازه‌گیری باشند (Cagno et al., 2019).

1. European Federation Tourist Guide Association (EFTGA)
2. Britain Cultural Heritage Guide Society
3. Guidance



دانش کافی درباره تاریخ و فرهنگ مقصد و نگرش مثبت و احترام به مشتریان را خوب ارزیابی کرده‌اند. اما همین یافته‌ها بر ضرورت ارتقا و بهبود عملکرد راهنمایان در مورد بهره‌مندی از دانش عمومی جامع از مقصد، توانایی حل مسائل غیرمنتظره در تور، قدرت بیان و توانایی ارائه مطالب، آشنایی با مسیرهای تور، زبان تخصصی، انعطاف‌پذیری و نقش فعال‌تر در ارتباط بین جامعه محلی و بازدیدکنندگان تأکید دارند.

پیشینه تحقیق خارجی

کوو همکاران (۲۰۱۸)، در تحقیقی با عنوان «اثر نامتقارن کیفیت خدمات راهنمای تور در رضایت گردشگر»، که در تایوان انجام شد، بر تأثیر کیفیت خدمات راهنمای تور در رضایت گردشگران تمرکز کردند. نتایج نشان داد که نمره راهنمای تور در دانش و توانایی حل مسئله تأثیرات منفی نامتقارن در رضایت گردشگر خواهد گذاشت. همچنین هنگامی که راهنمای تور در ارتباطات بین فردی و شایستگی حرفه‌ای است، تأثیرات مثبت نامتقارن در رضایت گردشگر می‌گذارد.

بوستاکرن (۲۰۱۷)، در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر در عملکرد راهنمایان تور در تایلند»، به ارزیابی عملکرد راهنمایان تور در تایلند و تأثیر آن‌ها در تجربه گردشگران پرداخت. نتایج تحلیل اطلاعات نشان داد که عوامل گوناگونی مانند قابلیت اعتماد، ویژگی‌های شخصیتی، همدلی، اطلاعات بالا، حرفه‌ای بودن، نگرش، توانایی اعتمادسازی و هم‌سوایی فکری راهنمای تور با گردشگر در اثربخشی عملکرد راهنمایان تور مؤثر است.

چین و همکاران (۲۰۱۷)، در تحقیقی با عنوان «چگونگی تأثیر شایستگی حرفه‌ای راهنمایان تور بر کیفیت خدمات راهنمایی تور و رضایت گردشگر: یک تحقیق اکتشافی در تایوان»، به ارزیابی ۳۵ ویژگی فردی و تخصصی راهنمایان تور در تایوان از دیدگاه گردشگران انگلیسی‌زبان پرداخت. برخی از این ویژگی‌ها عبارت‌اند از سازمان‌دهی فعالیت‌های مربوط به تور، رسیدگی به شکایات مشتریان، تمایل به کمک، آشنایی با فرهنگ گردشگران، توجه به نیازهای روان‌شناختی گردشگران، مدیریت زمان، تفسیر بین گردشگران و جامعه محلی و همکاری با دیگر کارکنان خدماتی. نتایج این تحقیق وابستگی بیش از حد راهنمایان تایوانی به دریافت کمیسیون و در نتیجه معرفی مغازه‌های نامطمئن را نشان داد. شوخ‌طبعی زبان مورد نیاز ویژگی دیگری بود که راهنمایان تور در تایوان باید عملکرد خود را در ارتباط با آن بهبود بخشند.

هانسن و مسبرگ (۲۰۱۷)، در تحقیقی با عنوان «عملکرد راهنمایان تور و غوطه‌وری گردشگران: تسهیل غوطه‌وری مصرف‌کننده به وسیله عملکرد نقش مثبت راهنما» در کشورهای ترکیه، بلغارستان، سریلانکا و جزیره‌ای در یونان، به ارزیابی برخورد‌های خدماتی با تأکید بر تعامل بین گردشگران و راهنمایان تور در تورهای گروهی پرداختند. هشت ویژگی در ارتباط با عملکرد راهنمایان تور بررسی شد که عبارت‌اند از: اعتمادداشتن به راهنما، رسیدگی به شکایات مشتریان، تمایل به سهیم‌شدن در فعالیت‌ها در هر زمان، در دسترس بودن، ارائه اطلاعات در مورد رفتارها و آداب و رسوم، توانایی حل مسائل، آگاهی در مورد سایت‌ها و داشتن شخصیت دوست‌داشتنی و کمک‌کننده. این تحقیق نشان داد که عملکرد راهنمای تور در ادراکات گردشگران از خدمات تور تأثیر دارد.

ساندارووانی و گاناپالا (۲۰۱۶)، در تحقیقی با عنوان «نقش راهنمایان گردشگری و تأثیر آن‌ها در توسعه مقبول گردشگری: یک مقاله انتقادی در سریلانکا»، به ارزیابی راهنمایان تور از دیدگاه گردشگران چینی در سریلانکا پرداختند. با توجه به ادبیات موضوع و مصاحبه با خبرگان بیست و ویژگی انتخاب و سپس پرسش‌نامه‌ای با طیف لیکرت پنج‌تایی به گردشگران چینی داده شد و با استفاده از مدل تحلیل اهمیت-عملکرد^۲ به تحلیل این ویژگی‌ها پرداخته شد. ویژگی‌ها عبارت بود از: وقت‌شناسی، توانایی حل مسئله، دانش از مقصد، صداقت، ارائه اطلاعات ایمنی، ارائه خدماتی که وعده داده شده، ادب، توانایی ارائه مناسب مطالب، آموزش دیده‌بودن، عمل و اجرای برنامه روزانه سفر، احترام به مشتریان، تسلط به زبان تخصصی لازم در تور، ارتباط با گردشگران، رفتار دوستانه، ایجاد فضای دوستانه، ظاهر مناسب و پاکیزه، در دسترس بودن، توجه به جزئیات، ارائه اطلاعات در مورد فرهنگ مقصد، معرفی مغازه‌های معتمد، و شوخ‌طبعی. نتایج تحقیق نشان داد که راهنمایان تور در سریلانکا در ارائه خدماتی که در برنامه وعده داده شده عملکرد بسیار خوبی داشتند و استانداردهای حرفه‌ای را به‌ویژه در وقت‌شناسی، دانش از مقصد و ادب رعایت کردند. همچنین ویژگی توانایی حل مسئله راهنمایان تور بیانگر عملکرد پایین راهنمایان بود.

لی آن‌گوین (۲۰۱۵)، در تحقیقی با عنوان «تأثیر عملکرد راهنمایان تور در رضایت‌مندی و بازدید مجدد از مقصد در ویتنام»، تأثیر راهنمایان تور در رضایت گردشگران را

1. Sandaruwani & Gnanapala
2. API



ویژگی‌های راهنمایان تور

در تحقیق حاضر، با مطالعه منابع مکتوب داخلی و خارجی (مقالات و پایان‌نامه‌ها) تمامی ویژگی‌های ذکرشده راهنمایان تور، شامل ۳۶۲ مورد، استخراج و ویژگی‌های مشترک در ۵۶ دسته طبقه‌بندی شد. در ادامه به‌منظور کامل‌تر شدن، ویژگی‌ها در شش دسته زبان، دانش و هنر ارائه مطلوب آن، ویژگی‌های اخلاقی راهنما، ویژگی‌های ظاهری و جسمانی راهنما، مهارت‌های حرفه‌ای، و رهبری تور طبقه‌بندی شد. در پایان، ویژگی‌ها به سه دسته مهارت‌های حرفه‌ای (تسلط به زبان بین‌المللی و آشنایی با زبان‌های محلی، برخورداری از دانش و هنر ارائه مطلوب آن، رهبری تور)، ویژگی‌های اخلاقی، و ویژگی‌های ظاهری و جسمانی به همراه زیرگروه‌های آن‌ها در ۳۳ دسته طبقه‌بندی شد که در جدول ۱ مشاهده می‌شود.

جدول ۱: دسته‌بندی ویژگی‌های راهنمایان تور

مهارت‌های حرفه‌ای	
مرجع	دسته‌بندی ویژگی‌ها
Kumar, 2018; 1391; بیگه، 1397; همکاران، 1396; کروبی و همکاران، 1393; حسین، 1389; فرمانی، 1389; Reisinger & Waryszak, 1994; Weiler & Black, 2014; Zhang & Chow, 2004; Çetinkaya & Öter, 2014; Weiler & Walker, 2014; Butsakorn, 2017; Nguyen, 2015	زبان بین‌المللی
(حسینی، ۱۳۹۳; زاهدی و بلالی، ۱۳۸۸AATEC, ۱۹۹۳)	زبان‌های محلی
ATEC, 1993; Haghz, 1991; Rabotic, 2010; Zhang; 1389; همکاران، 1397; فرمانی، 1397; Zhou, 2004; Ap & Wong, 2001; Kumar, 2018; Weiler & Black, 2014; Hansen & Mossberg, 2017; (Weiler & Walker, 2014; Çetinkaya & Öter, 2014; Weiler & Black, 2014	قدرت بیان و مهارت‌های کلامی
Nguyen, 2015; Ap & Wong, 2001; Huang, 2009; Çetinkaya & Öter, 1389; فرمانی، 1391; بیگه، 1391; ATEC, 1993; Kumar, 2018	معرفی کامل
(بیگه، 1391; فرمانی، 1389; Weiler & Walker, 2014; Nguyen, 2015)	پاسخ‌گویی به سؤالات گردشگران
Moscardo, 2003; Mossberg, 2007; Kumar, 2018; Weiler & Black, 2014; Walker, 2014	توضیح رفتارهای قابل قبول در مکان‌های بازدیدشده
(Çetinkaya & Öter, 2014)- (Nguyen, 2015)- (Butsakorn, 2017) (1391)	معرفی فرهنگ میزبان
Ap & Wong, 2011; Reisinger & Black, 1397; همکاران، 1393; کروبی و همکاران، 1393; حسین، 1389; فرمانی، 1391; Waryszak, 1994; Hansen & Mossberg, 2017; Hounnakklang, 2004; Cohen, 2002; Weiler & Walker, 2014; Weiler & Black, 2014; Moscardo, 2003; Mossberg, 2007; Zhang & Chow, 2004; Kumar, 2018; Nguyen, 2015	سطح دانش راهنما درباره مقصد
Hansen & Mossberg, 2017; Butsakorn, 2017; Nguyen, 2015; Weiler & Black, 1393; حسین، 1389; فرمانی، 1389; (Walker, 2014; Rabotic, 2010; Çetinkaya & Öter, 2014	مسیریابی
Zhang & Chow, 2004; Nguyen, 2015; Kumar, 2018; Weiler et al., 2014; 1389; حسین، 1389; فرمانی، 1391; (Butsakorn, 2017; Weiler & Black, 2014; Çetinkaya & Öter, 2014; Hansen & Mossberg, 2017	اطلاعات و تجهیزات ایمنی
Nguyen, 2015; Butsakorn, 2017; Huang, 2009; Reisinger & Black, 1397; همکاران، 1393; کروبی و همکاران، 1393; Waryszak, 1994; Weiler et al., 2014; Çetinkaya & Öter, 2014	آشنایی با تاریخ و فرهنگ گردشگران
(Butsakorn, 2017; Hounnakklang, 2004; 1391)	اشتیاق برای ارائه اطلاعات
Hansen & Mossberg, 2017; Nguyen, 2015; Butsakorn, 2017; Zhang & Chow, 2004	معرفی فروشگاه‌های قابل اعتماد
(بیگه، 1391; حسین، 1391; سنگ سفیدی، 1396; Cohen, 2002)	واسطه فرهنگی و اجتماعی

1. ANOVA



مرجع	دسته‌بندی ویژگی‌ها	
Butsakorn, 2017; 1397; 1387؛ کروی و همکاران، 1397؛ Zhang & Chow, 2004; Reisinger & aryszak, 1994; Rabotic, 2010; Nguyen, 2015; (Schmidt, 1979; Hansen & Mossberg, 2017; Huang, 2009; Çetinkaya & Öter, 2014)	توانایی حل مسائل تور و گردشگران	رهبری تور
Huang, 2009; 1393؛ حسینی، 1397؛ همکاران، 1387؛ کروی و همکاران، 1387؛ محمدخانی، 1389؛ فرمانی، 1391؛ Rabotic, 2010; Çetinkaya & Öter, 2014; Kumar, 2018; Hounnakklang, 2004; Wong & Wang, 2009; Butsakorn, 2017; Rudmi & (Athula, 2016; Weiler & Walker. 2014)	مدیریت و رهبری	
Schmidt, 1979; Çetinkaya & Öter, 2014; Huang, 2009; 1389؛ فرمانی، 1391؛ (Nguyen, 2015; Weiler & Walker. 2014; Butsakorn, 2017; Mossberg, 1995)	جلوگیری از ایجاد تعارض و حل مشکلات	
Zhang & Chow, 2004; Nguyen, 2015; Khornjammong, 2017; Huang, 2009; Geva & (Goldman, 1991)	مدیریت زمان	
(فرمانی، 1389؛ Wong & Wang, 2009; Huang, 2009؛ Khornjammong, 2017; Nguyen, 2015;)	همکاری با دیگر کارکنان تور	
(بیگه، 1391؛ Weiler & Walker. 2014)	پیروی از قوانین و مقررات	
Nguyen, 2015; Rudmi & Athula, 2016; Hansen & Mossberg, 2017; 1389؛ (Butsakorn, 2017; Zhang & Chow, 2004)	خدمات وعده داده شده و کیفیت خدمات	
Weiler & Davis, 2005; Çetinkaya & Öter, 2014; 1396؛ سنگ سفیدی، 1396؛ (Nguyen, 2015; Butsakorn, 2017)	حفظ منابع طبیعی	
(ویژگی‌های اخلاقی)		
Zhang & Chow, 2004; 1397؛ همکاران، 1389؛ کروی و همکاران، 1397؛ Geva & Goldman, 1991; Wong & Wang, 2009; Hansen & Mossberg, 2017; Butsakorn, 2017; Çetinkaya & Öter, 2014; Nguyen, 2015; Weiler & Walker. 2014; Hounnakklang, 2004; Reisinger & Waryszak, 1994; Hansen & Mossberg, 2017; Zhang & Chow, 2004; Weiler & Walker. 2014; Le (Nguyen, 2015)	رفتار دوستانه	
Zhang & Chow, 2004; Hounnakklang, 2004; 1389؛ فرمانی، 1391؛ (Hansen & Mossberg, 2017; Butsakorn, 2017; Nguyen, 2015)	صداقت	
(Hounnakklang, 2004؛ 1391؛ بیگه)	صبر و بردباری	
(بیگه، 1391)	احترام به ارزش‌های قومی و فرهنگی مقصد	
Hansen & Mossberg, 1389؛ فرمانی، 1397؛ همکاران، 1389؛ کروی و همکاران، 1397؛ Huang, 2009; Butsakorn, 2017; Nguyen, 2015; Rabotic, 2010; Çetinkaya & Öter, 2014; Weiler & Walker. 2014; Reisinger & Waryszak, (1994; Zhang & Chow, 2004; Mossberg, 2007; Huang, 2009)	کمک به گردشگران	
Zhang & 1389؛ فرمانی، 1397؛ همکاران، 1387؛ کروی و همکاران، 1387؛ محمدخانی، 1391؛ (Chow, 2004; Le Nguyen, 2015; Reisinger & Waryszak, 1994)	احترام به گردشگران	
(Mossberg, 2007)	قابل اعتماد بودن	
Zhang & Chow, 2004; Butsakorn, 2017; Nguyen, 2015; 1389؛ (فرمانی، 1389؛ Hansen & Mossberg, 2017)	علاقه به کار و رضایت شغلی	
(Wong & Wang, 2009; Mossberg, 2007; Nguyen, 2015؛ 1387؛)	شخصیت دوست‌داشتنی	
(Weiler & Walker. 2014؛ بیگه، 1391؛)	پیروی از قوانین و مقررات	
(ویژگی‌های ظاهری و جسمانی)		
Çetinkaya & Öter, 2014; Rabotic, 2010; 1387؛ محمدخانی، 1389؛ فرمانی، 1391؛ (Zhang & Chow, 2004; Nguyen, 2015; Butsakorn, 2017)	ظاهر راهنما	
Çetinkaya & Öter, 2014; Nguyen, 2015؛ 1393؛ حسینی، 1389؛ (فرمانی، 1389؛ Butsakorn, 2017)	توانایی جسمی	

از نظریات دو نفر از راهنمایان مجرب تور، یک استاد آموزش زبان انگلیسی و یک گردشگر خارجی مسلط به زبان انگلیسی استفاده شد. خبرگان و استادان مجرب روایی پرسش نامه را تأیید کردند. برای بررسی پایایی پرسش نامه از شاخص مرسوم سازگاری درونی، یعنی آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ کل سوالات ۰/۹۰ به دست آمد که گویای پایایی مناسب پرسش نامه است. جدول ۲ جملات استفاده شده در پرسش نامه را نشان می دهد.

سپس با شش نفر از راهنمایان برجسته تور استان یزد در مقام خبرگان به صورت حضوری مصاحبه و نظرشان جمع آوری شد. از نظر آن ها، ویژگی های خلاقیت، توانایی کار با نرم افزارهای ویژه مسافرت مانند تریپ ادوایزر^۱، بوکینگ^۲، علی بابا^۳ و انعطاف پذیری نیز جزو ویژگی های ضروری راهنمایان به شمار می رود. در ادامه با نظر خبرگان، عبارت ها ادغام شد و ۲۴ عبارت و جمله کوتاه و مجزا برای پرسش نامه اهمیت - عملکرد استخراج شد. در ادامه برای اطمینان از ترجمه صحیح عبارات،

جدول ۲: جملات استفاده شده در پرسش نامه تحلیل اهمیت - عملکرد

SENTENCES	
1	The tour guide knows a foreign language and the local language of the destination.
2	The tour guide is creative.
3	The tour guide respects the environment and culture of the tourist destination and follows its rules.
4	The tour guide pronounces the words correctly and has an excellent power of speech.
5	The tour guide has intimate and friendly behavior and shows patience and tolerance in dealing with the problems of tourists .
6	The tour guide is able to solve unexpected problems on the tour.
7	The tour guide is polite. Respects tourists and helps them when needed.
8	The tour guide knows enough safety information and has enough safety equipment.
9	The tour guide is familiar with traveling softwares (Booking - Trip advisor and etc.).
10	The tour guide is interested in his/her job.
11	The tour guide introduces trusted stores to tourists and don't receives commission in return.
12	The tour guide is sensitive to protect the natural resources.
13	The tour guide shows interest in giving information to the tourists.
14	The tour guide provides the tourist the most interesting materials at the shortest time and manage the tour's plan well.
15	The tour guide has good looks and is healthy and full of energy.
16	The tour guide is flexible about the problems happened in the tour.
17	The tour guide cooperates with the other service providing staff at the other tourist section(driver-hotel staff and etc.).
18	The tour guide runs all the promised events on the tour with the best quality.
19	The tour guide has comprehensive information about all aspects of the destination (customs, way of life, habits and ritual ceremonie and etc.) in order to guide the tourists completly.
20	The tour guide explains Acceptable behaviors (Hejab - respect to religious ceremonies and etc.) related to the tourism destination to tourists.
21	The tour guide knows about the tourist's culture.
22	The tour guide's behavior is very trusted and trustworthy for foreign tourists.
23	The tour guide knows suitable ways to reach the destination and has enough navigating skills.
24	The tour guide responds to all the tourists' questions and guides them in variety of areas(cultural- social and etc.).

1. Tripadviser
2. Booking.com
3. Alibaba





روش تحقیق

روش پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی بوده که به شکل میدانی اجرا شده و به لحاظ هدف از نوع مطالعات کاربردی است. جامعه آماری پژوهش را گردشگران خارجی ورودی به استان یزد در قالب تور در شهریورماه ۱۳۹۸ تشکیل می دهند. انتخاب نمونه به روش نمونه گیری در دسترس انجام شد. برای تعیین تعداد نمونه، با توجه به نامحدود بودن حجم جامعه، از فرمول معادلات ساختاری استفاده شد. از آنجاکه روش شناسی مدل یابی معادلات ساختاری تا حدود زیادی به برخی از جنبه های رگرسیون چندمتغیری شباهت دارد، می توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چندمتغیری برای تعیین حجم نمونه استفاده کرد. در تحلیل رگرسیون چند متغیری نسبت تعداد نمونه به متغیرهای مستقل نباید کمتر از ۵ باشد. در غیر این صورت، نتایج حاصل از معادله رگرسیون چندان تعمیم پذیر نخواهد بود. نسبت محافظه کارانه تر ۱۰ مشاهده به ازای هر متغیر مستقل را هالینسکی و فلورت (۱۹۷۰) و میلر و کانس (۱۹۷۳) پیشنهاد کردند. از دیدگاه جیمز استیونس، حتی در نظر گرفتن ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر پیش بین در تحلیل رگرسیون چندگانه با روش معمولی کمترین مجذورات استاندارد، قاعده سرانگشتی خوبی به شمار می آید. پس به طور کلی در روش شناسی مدل یابی معادلات ساختاری، تعیین حجم نمونه می تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه گیری شده تعیین شود (هومن، ۱۳۸۴). پرسش نامه این تحقیق شامل ۲۴ سؤال است. حجم نمونه ۱۲۰ نفر گردشگر خارجی است که در قالب تور و داشتن راهنما در شهریورماه ۹۸ به یزد مسافرت کرده اند. در پرسش نامه براساس طیف پنج ارزشی لیکرت، دو سؤال کلی زیر از گردشگران پرسیده شد و از آن ها خواسته شد عدد مدنظر خود را انتخاب کنند.

(۱) ویژگی های راهنمایان تور از دیدگاه شما چقدر با اهمیت اند؟
(۲) عملکرد راهنمای تور شما در این ویژگی ها چگونه است؟

معرفی تحلیل اهمیت - عملکرد

در روش تحلیل اهمیت - عملکرد یکسری از ویژگی ها یا خصوصیات خدمت/ محصول از طریق بررسی پیشینه یا روش های تحقیق کیفی مانند گروه های

مرجع و مصاحبه انتخاب می شوند. سپس نمونه ها به پرسش نامه ای دوبعدی براساس طیف لیکرت پنج تایی برمبنای متغیرهای مدنظر محقق پاسخ می دهند. این سؤالات عبارت اند از:

(۱) ویژگی های مطرح شده محصول/ خدمت در پرسش نامه از نظر آن ها از چه میزان اهمیت برخوردار است؟
(۲) عملکرد ارائه کننده خدمت/ محصول در ویژگی های مطرح شده در پرسش نامه چگونه بوده است؟ (طاهریور کلانتری و همکاران، ۱۳۹۶).
با این سؤالات، روش تحلیل اهمیت - عملکرد امکان مقایسه همزمان اهمیت ویژگی های خدمت/ محصول و عملکرد مربوط به آن ویژگی ها را فراهم می آورد. اطلاعات مورد نیاز روش تحلیل اهمیت - عملکرد از پرسش نامه ها استخراج شده و میانگین یا میانه امتیازات اهمیت و عملکرد هر ویژگی محاسبه می شود و در نهایت این مقادیر به منزله مختصات برای ترسیم ویژگی های جداگانه بر روی یک ماتریس دوبعدی به نام ماتریس اهمیت - عملکرد استفاده می شود (اصفی و همکاران، ۱۳۹۶).

شرکت کنندگان

۱۲۰ پرسش نامه بین گردشگران توزیع و سپس تمامی آن ها جمع آوری شد. این نکته بیانگر نرخ پاسخ گویی ۱۰۰ درصد بود که با نرخ پاسخ گویی ۱۰۰ درصد در تحقیق بوستاکن برابر بود. همچنین نرخ پاسخ گویی در تحقیق چین و همکاران (۲۰۱۷) ۹۵/۸۳ درصد بود. ویژگی های شرکت کنندگان در پژوهش در جدول ۳ مشاهده می شود.

جدول ۳: مشخصات شرکت کنندگان در پژوهش

فرآوانی نسبی	فرآوانی		
۶۰/۸۳	۷۳	مرد	جنسیت
۳۹/۱۷	۴۷	زن	
۱/۶۷	۲	زیر ۱۸ سال	سن
۱۸/۳۳	۲۲	۱۹-۲۹	
۱۹/۱۶	۲۳	۳۰-۳۹	
۲۸/۳۳	۳۴	۴۰-۴۹	
۲۴/۱۷	۲۹	۵۰-۵۹	
۸/۳۴	۱۰	بیشتر از ۶۰ سال	



فراوانی نسبی	فراوانی		
۳۴/۱۶	۴۱	یک روز	مدت اقامت
۵۷/۵	۶۹	دو روز	
۶/۶۷	۸	سه روز	
۱/۶۷	۲	بیشتر از سه روز	
۳۲/۵	۳۹	اروپا	ملیت
۲۵	۳۰	امریکا	
۳۸/۳۳	۴۶	آسیا	
۲/۵	۳	افریقا	
۱/۶۷	۲	اقیانوسیه	
جمع کل گردشگران حاضر در تحقیق ۱۲۰ نفر			

فراوانی نسبی	فراوانی		
۶۹/۱۷	۸۳	بار اول	تعداد سفر
۲۷/۵	۳۳	بار دوم	
۲/۵	۳	بار سوم	
۰/۸۳	۱	بیشتر از سه مرتبه	
۵۲/۵	۶۳	دیپلم	مدرک تحصیلی
۳۵/۸۳	۴۳	لیسانس	
۶/۶۷	۸	فوق لیسانس	
		دکتر	
۵	۶	دکتر	

یافته‌های تحقیق

رتبه‌بندی اهمیت ویژگی‌ها از نظر گردشگران

با استفاده از آزمون فریدمن^۱، اهمیت ویژگی‌های راهنمایان تور از نظر گردشگران اولویت‌بندی شد. در بررسی شده مشاهده می‌شود. تخصصی راهنمایان تور براساس اهمیت آن‌ها از نظر نمونه این آزمون به مقایسه چند گروه از نظر میانگین رتبه‌های آن‌ها پرداخته می‌شود. در جدول ۴، ویژگی‌های فردی و تخصصی راهنمایان تور براساس اهمیت آن‌ها از نظر نمونه بررسی شده مشاهده می‌شود.

جدول ۴: نتیجه آزمون رتبه‌بندی فریدمن برای اهمیت ویژگی‌های راهنمایان تور

رتبه	ویژگی	میانگین رتبه
۱	راهنمای تور یک زبان خارجی و زبان محلی مقصد را می‌داند.	۶۲/۲۰
۲	راهنمای تور می‌تواند مشکلات پیش آمده در تور را حل کند.	۵۱/۱۸
۳	راهنمای تور کلمات را به‌طور صحیح تلفظ می‌کند و قدرت بیان عالی دارد.	۷۰/۱۷
۴	راهنمای تور فروشگاه‌های مورد اعتماد و مناسب را به گردشگران معرفی می‌کند و خود از فروشگاه کمیسیون دریافت نمی‌کند.	۸۵/۱۶
۵	راهنمای تور از تمام جوانب مقصد (آداب و رسوم، نحوه زندگی، عادات و مراسم آئینی و...) اطلاعات کامل دارد تا بتواند گردشگر را به‌صورت کامل راهنمایی کند.	۴۴/۱۶
۶	راهنمای تور رفتار صمیمی و دوستانه دارد و در مقابله با مشکلات گردشگران و تور از خود صبر و تحمل نشان می‌دهد.	۴۰/۱۳
۷	راهنمای تور اطلاعات ایمنی دارد و تجهیزات ایمنی به همراه دارد.	۲۸/۱۳
۸	راهنمای تور به حفظ منابع طبیعی حساس است.	۲۵/۱۳
۹	راهنمای تور به تمام سؤالات گردشگران پاسخ می‌دهد و آن‌ها را در حوزه‌های گوناگون (فرهنگی، اجتماعی و...) راهنمایی می‌کند.	۱۴/۱۳
۱۰	راهنمای تور مسیر مناسب برای رسیدن به مقصد را می‌داند و از جهت یابی اطلاع کافی دارد.	۸۰/۱۲
۱۱	راهنمای تور در مورد مسائل تور انعطاف پذیر است.	۵۰/۱۲
۱۲	راهنمای تور خلاق است.	۳۱/۱۲
۱۳	راهنمای تور در حداقل زمان، حداکثر مطالب مورد علاقه گردشگران را ارائه می‌کند و می‌تواند برنامه تور را به خوبی مدیریت کند.	۲۷/۱۲
۱۴	رفتار راهنمای تور از نظر گردشگران خارجی کاملاً قابل اعتماد و دوست‌داشتنی است.	۸۱/۱۱
۱۵	راهنمای تور تمام برنامه‌های وعده داده شده در تور را با بهترین کیفیت اجرا می‌کند.	۷۲/۱۱
۱۶	راهنمای تور به گردشگران رفتارهای مقبول (حجاب، احترام به مراسم مذهبی و...) در مقصد گردشگری را کاملاً توضیح می‌دهد.	۵۱/۱۱
۱۷	راهنمای تور با نرم افزارهای سفر (بوکینگ، تریپ ادوایزر و...) آشنا است.	۵۲/۱۰
۱۸	راهنمای تور ظاهر مناسب و مرتب دارد و از سلامتی و انرژی خوبی برخوردار است.	۴۲/۰
۱۹	راهنمای تور به محیط مقصد مورد بازدید و فرهنگ آن احترام می‌گذارد و از قوانین و مقررات مقصد مورد بازدید پیروی می‌کند.	۹۴/۹
۲۰	راهنمای تور مؤدب است. به اعضای تور احترام می‌گذارد و در هنگام نیاز به آنها کمک می‌کند.	۷۶/۸
۲۱	راهنمای تور با کارکنان خدماتی (راننده، کارکنان هتل و...) در بخش‌های دیگر گردشگری همکاری دارد.	۵۳/۸
۲۲	راهنمای تور از فرهنگ گردشگران همراه خود مطلع است.	۳۸/۸
۲۳	راهنمای تور به شغل خود علاقه مند است.	۳۵/۸
۲۴	راهنمای تور در ارائه اطلاعات به گردشگران از خود علاقه و اشتیاق نشان می‌دهد.	۰۱/۷
شاخص‌های آزمون رتبه‌بندی فریدمن		
تعداد	آماره مربع خی دو	سطح معنی داری
۱۲۰	۸۳۹/۷۲۴	۰۰۰/۰



با توجه به جدول آزمون فریدمن و مقدار آماره^۲ خی دو (۷۲۴/۸۴) و از آنجاکه سطح معناداری (۰/۰۰۰) کوچک تر از ۰/۰۵ است پس فرض صفر رد می شود و می توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین میانگین رتبه اهمیت ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور تفاوت معنی داری وجود دارد و با عنایت به جدول ۴، میانگین رتبه ابعاد مشخص می شود: اهمیت ویژگی «راهنمای تور یک زبان خارجی و زبان محلی مقصد را می داند» بیشترین رتبه و «راهنمای تور در ارائه اطلاعات به گردشگران از خود علاقه و اشتیاق نشان می دهد»

رتبه بندی عملکرد راهنمایان تور در ویژگی ها از نظر گردشگران

عملکرد راهنمایان تور در هر یک از ویژگی های فردی و تخصصی از نظر گردشگران نیز با استفاده از آزمون فریدمن اولویت بندی شد. جدول ۵ رتبه بندی عملکرد راهنمایان تور در ویژگی های فردی و تخصصی را در این تحقیق نشان می دهد.

جدول ۵: نتیجه آزمون رتبه بندی فریدمن برای عملکرد راهنمایان تور ایرانی

رتبه	ویژگی	میانگین رتبه
۱	راهنمای تور مؤدب است. به اعضای تور احترام می گذارد و در هنگام نیاز به آن ها کمک می کند.	۱۶/۸۲
۲	راهنمای تور با نرم افزارهای سفر (بوکینگ، تریپ ادوایزر و...) آشناست.	۱۶/۲۳
۳	راهنمای تور در ارائه اطلاعات به گردشگران از خود علاقه و اشتیاق نشان می دهد.	۱۵/۱۶
۴	راهنمای تور مسیر مناسب برای رسیدن به مقصد را می داند و از جهت یابی اطلاعات کافی دارد.	۸۸/۱۵
۵	راهنمای تور رفتار صمیمی و دوستانه دارد و در مقابله با مشکلات گردشگران و تور از خود صبر و تحمل نشان می دهد.	۷۶/۱۵
۶	رفتار راهنمای تور از نظر گردشگران خارجی کاملاً قابل اعتماد و دوست داشتنی است.	۳۳/۱۵
۷	راهنمای تور تمام برنامه های وعده داده شده در تور را با بهترین کیفیت اجرا می کند.	۲۶/۱۵
۸	راهنمای تور یک زبان خارجی و زبان محلی مقصد را می داند.	۴۰/۱۴
۹	راهنمای تور به شغل خود علاقه مند است.	۳۰/۱۴
۱۰	راهنمای تور به گردشگران رفتارهای مقبول (حجاب، احترام به مراسم مذهبی و...) در مقصد گردشگری را کاملاً توضیح می دهد.	۱۲/۱۴
۱۱	راهنمای تور به محیط مقصد بازدید شده و فرهنگ آن احترام می گذارد و از قوانین و مقررات مقصد بازدید شد پیروی می کند.	۷۷/۱۳
۱۲	راهنمای تور به تمام سؤالات گردشگران پاسخ می دهد و آن ها را در حوزه های گوناگون (فرهنگی، اجتماعی و...) راهنمایی می کند.	۲۹/۱۳
۱۳	راهنمای تور از تمام جوانب مقصد (آداب و رسوم، نحوه زندگی، عادت ها و مراسم آئینی و...) اطلاعات کامل دارد تا بتواند گردشگر را به صورت کامل راهنمایی کند.	۱۸/۱۳
۱۴	راهنمای تور ظاهر مناسب و مرتب دارد و از سلامتی و انرژی خوبی برخوردار است.	۶۰/۱۲
۱۵	راهنمای تور به حفظ منابع طبیعی حساس است.	۵۷/۱۱
۱۶	راهنمای تور خلاق است.	۲۵/۱۱
۱۷	راهنمای تور فروشگاه های مورد اعتماد و مناسب را به گردشگران معرفی می کند و خود کمیسیون از فروشگاه دریافت نمی کند.	۳۹/۱۰
۱۸	راهنمای تور می تواند مشکلات پیش آمده در تور را حل کند.	۸۱/۹
۱۹	راهنمای تور با کارکنان خدماتی (راننده، کارکنان هتل و...) در بخش های دیگر گردشگری همکاری دارد.	۹۷۸/۹
۲۰	راهنمای تور در حداقل زمان، حداکثر مطالب مورد علاقه گردشگران را ارائه می کند و می تواند برنامه تور را به خوبی مدیریت کند.	۴۰/۹
۲۱	راهنمای تور اطلاعات ایمنی دارد و تجهیزات ایمنی به همراه دارد.	۷۶/۸
۲۲	راهنمای تور کلمات را به طور صحیح تلفظ می کند و قدرت بیان عالی دارد.	۶۱/۸
۲۳	راهنمای تور در مورد مسائل تور انعطاف پذیر است.	۴۹/۷
۲۴	راهنمای تور از فرهنگ گردشگران همراه خود مطلع است.	۸۸/۵
شاخص های آزمون رتبه بندی فریدمن		
تعداد	آماره مربع خی دو	درجه آزادی
۱۲۰	۶۰۰/۴۸	۲۳
سطح معنی داری	۰/۰۰۰	



با توجه به جدول آزمون فریدمن (جدول ۵) و مقدار آماره^۲ خی دو (۶۰۰/۴۸) و از آنجاکه سطح معناداری (۰/۰۰۰) کوچک تر از ۰/۰۵ است، پس فرض صفر رد می شود و می توان گفت در سطح اطمینان ۹۵٪ بین میانگین رتبه عملکرد ویژگی های راهنمایان تور تفاوت معناداری وجود دارد و با عنایت به جدول، میانگین رتبه ابعاد مشخص می شود: عملکرد ویژگی «راهنمای تور مؤدب است»، «به اعضای تور احترام می گذارد» و «در هنگام نیاز به آن ها کمک می کند»، بیشترین رتبه و «راهنمای تور از فرهنگ گردشگران همراه خود مطلع است» کمترین رتبه را از نظر پاسخ گویان دارد.

جدول ۶: میانگین و انحراف معیار اهمیت ویژگی های سه گانه راهنمایان تور از نظر گردشگران

ویژگی	میانگین	انحراف معیار
راهنمای تور یک زبان خارجی و زبان محلی مقصد را می داند.	۴/۸۵	۰/۳۶
راهنمای تور می تواند مشکلات پیش آمده در تور را حل کند.	۴/۵۱	۰/۶۹
راهنمای تور کلمات را به طور صحیح تلفظ می کند و قدرت بیان عالی دارد.	۴/۳۹	۰/۶۶
راهنمای تور فروشگاه های مورد اعتماد و مناسب را به گردشگران معرفی می کند و خود کمیسیون از فروشگاه دریافت نمی کند.	۴/۲۵	۰/۸۱
راهنمای تور از تمام جوانب مقصد (آداب و رسوم، نحوه زندگی، عادت ها و مراسم آئینی و ...) اطلاعات کامل دارد تا بتواند گردشگر را به صورت کامل راهنمایی کند.	۴/۲۳	۰/۸۵
راهنمای تور رفتار صمیمی و دوستانه دارد و در مقابله با مشکلات گردشگران و تور از خود صبر و تحمل نشان می دهد.	۳/۷۸	۰/۸۲
راهنمای تور به حفظ منابع طبیعی حساس است.	۳/۷۰	۰/۹۷
راهنمای تور به تمام سوالات گردشگران پاسخ می دهد و آن ها را در حوزه های گوناگون (فرهنگی، اجتماعی و ...) راهنمایی می کند.	۳/۶۸	۰/۹۲
راهنمای تور اطلاعات ایمنی دارد و تجهیزات ایمنی به همراه دارد.	۳/۶۸	۰/۸۰
راهنمای تور در مورد مسائل تور انعطاف پذیر است.	۳/۶۰	۱/۰۷
راهنمای تور خلاق است.	۳/۵۶	۰/۹۱
راهنمای تور در حداقل زمان، حداکثر مطالب مورد علاقه گردشگران را ارائه می کند و می تواند برنامه تور را به خوبی مدیریت کند.	۳/۵۶	۰/۸۷
راهنمای تور مسیر مناسب برای رسیدن به مقصد را می داند و از جهت یابی اطلاعات کافی دارد.	۳/۵۵	۱/۲۶
رفتار راهنمای تور از نظر گردشگران خارجی کاملاً قابل اعتماد و دوست داشتنی است.	۳/۴۵	۰/۹۳
راهنمای تور تمام برنامه های وعده داده شده در تور را با بهترین کیفیت اجرا می کند.	۳/۴۱	۱/۱۳
راهنمای تور به گردشگران رفتارهای مقبول (حجاب، احترام به مراسم مذهبی و ...) در مقصد گردشگری را کاملاً توضیح می دهد.	۳/۳۳	۱/۱۸
راهنمای تور با نرم افزارهای سفر (بوکینگ، تریپ ادوایزر و ...) آشناست.	۳/۲۸	۱/۰۷
راهنمای تور ظاهر مناسب و مرتب دارد و از سلامتی و انرژی خوبی برخوردار است.	۳/۲۷	۱/۰۴
راهنمای تور به محیط مقصد بازدید شده و فرهنگ آن احترام می گذارد و از قوانین و مقررات مقصد بازدید شده پیروی می کند.	۳/۱۴	۱/۰۳
راهنمای تور با کارکنان خدماتی (راننده، کارکنان هتل و ...) در بخش های دیگر گردشگری همکاری دارد.	۲/۹۸	۱/۰۰
راهنمای تور مؤدب است. به اعضای تور احترام می گذارد و در هنگام نیاز به آن ها کمک می کند.	۲/۹۵	۱/۰۴
راهنمای تور از فرهنگ گردشگران همراه خود مطلع است.	۲/۹۳	۱/۰۲
راهنمای تور به شغل خود علاقه مند است.	۲/۸۰	۱/۲۴
راهنمای تور در ارائه اطلاعات به گردشگران از خود علاقه و اشتیاق نشان می دهد.	۲/۵۸	۱/۰۹

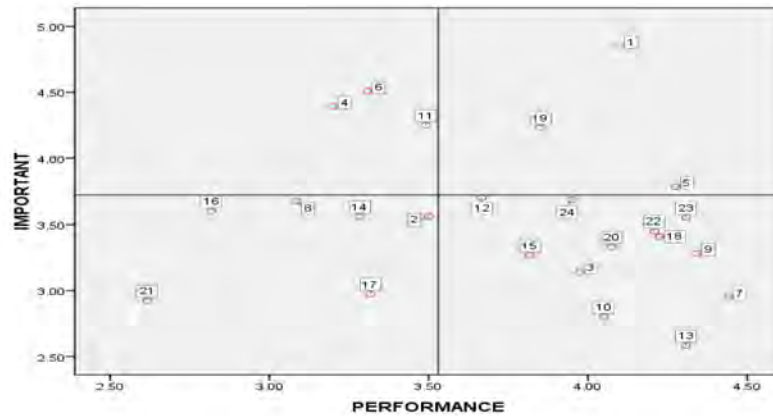
جدول ۷: میانگین و انحراف معیار عملکرد راهنمایان تور ایرانی در ویژگی‌های سه گانه از نظر گردشگران

انحراف معیار	میانگین	ویژگی
۰/۷۰	۴/۴۴	راهنمای تور مؤدب است. به اعضای تور احترام می‌گذارد و در هنگام نیاز به آن‌ها کمک می‌کند.
۰/۸۶	۴/۳۴	راهنمای تور با نرم‌افزارهای سفر (بوکینگ، تریپ ادوایزر و ...) آشناست.
۰/۹۲	۴/۳۱	راهنمای تور در ارائه اطلاعات به گردشگران از خود علاقه و اشتیاق نشان می‌دهد.
۰/۷۹	۴/۳۱	راهنمای تور مسیر مناسب برای رسیدن به مقصد را می‌داند و از جهت‌یابی اطلاعات کافی دارد.
۰/۸۲	۴/۲۸	راهنمای تور رفتار صمیمی و دوستانه دارد و در مقابله با مشکلات گردشگران و تور از خود صبر و تحمل نشان می‌دهد.
۰/۷۸	۴/۲۳	راهنمای تور تمام برنامه‌های وعده داده شده در تور را با بهترین کیفیت اجرا می‌کند.
۰/۸۸	۴/۲۱	رفتار راهنمای تور از نظر گردشگران خارجی کاملاً قابل اعتماد و دوست‌داشتنی است.
۰/۷۵	۴/۱۰	راهنمای تور یک زبان خارجی و زبان محلی مقصد را می‌داند.
۰/۸۸	۴/۰۸	راهنمای تور به گردشگران رفتارهای مقبول (حجاب، احترام به مراسم مذهبی و ...) در مقصد گردشگری را کاملاً توضیح می‌دهد.
۰/۸۸	۴/۰۵	راهنمای تور به شغل خود علاقه‌مند است.
۱/۰۱	۳/۹۸	راهنمای تور به محیط مقصد بازدید شده و فرهنگ آن احترام می‌گذارد و از قوانین و مقررات مقصد بازدید شده پیروی می‌کند.
۰/۷۷	۳/۹۵	راهنمای تور به تمام سؤالات گردشگران پاسخ می‌دهد و آن‌ها را در حوزه‌های گوناگون (فرهنگی، اجتماعی و ...) راهنمایی می‌کند.
۰/۹۶	۳/۸۵	راهنمای تور از تمام جوانب مقصد (آداب و رسوم، نحوه زندگی، عادات و مراسم آئینی و ...) اطلاعات کامل دارد تا بتواند گردشگر را به صورت کامل راهنمایی کند.
۰/۷۴	۳/۸۲	راهنمای تور ظاهر مناسب و مرتب دارد و از سلامتی و انرژی خوبی برخوردار است.
۰/۹۸	۳/۶۷	راهنمای تور به حفظ منابع طبیعی حساس است.
۱/۲۳	۳/۵۰	راهنمای تور خلاق است.
۰/۸۳	۳/۴۹	راهنمای تور فروشگاه‌های مورد اعتماد و مناسب را به گردشگران معرفی می‌کند و خود کمیسیون از فروشگاه دریافت نمی‌کند.
۱/۱۳	۳/۳۲	راهنمای تور با کارکنان خدماتی (راننده، کارکنان هتل و ...) در بخش‌های دیگر گردشگری همکاری دارد.
۱/۱۸	۳/۳۱	راهنمای تور می‌تواند مشکلات پیش آمده در تور را حل کند.
۱/۰۱	۳/۲۸	راهنمای تور در حداقل زمان، حداکثر مطالب مورد علاقه گردشگران را ارائه می‌کند و می‌تواند برنامه تور را به خوبی مدیریت کند.
۱/۰۴	۳/۲۰	راهنمای تور کلمات را به طور صحیح تلفظ می‌کند و قدرت بیان عالی دارد.
۱/۱۶	۳/۰۸	راهنمای تور اطلاعات ایمنی دارد و تجهیزات ایمنی به همراه دارد.
۱/۲۰	۲/۸۲	راهنمای تور در مورد مسائل تور انعطاف پذیر است.
۰/۹۹	۲/۶۲	راهنمای تور از فرهنگ گردشگران همراه خود مطلع است.





در ادامه، با استفاده از میانگین اهمیت و میانگین عملکرد و ویژگی‌ها، ماتریس اهمیت-عملکرد ترسیم شد.



شکل ۱: ماتریس اهمیت-عملکرد ویژگی‌های سه‌گانه راهنمایان تور ایرانی از نظر گردشگران خارجی

شد. پس از پیاده‌سازی یافته‌های تحقیق در ماتریس اهمیت-عملکرد هر یک از ویژگی‌ها در یکی از چهار ربع این ماتریس قرار گرفتند که در جدول ۹ مشاهده می‌شوند.

پاسخ به سؤال اول
گردشگران خارجی عملکرد راهنمایان تور (ویژگی‌های فردی و تخصصی) را چگونه ارزیابی می‌کنند؟
برای پاسخ به این سؤال از ماتریس اهمیت-عملکرد استفاده

جدول ۹: شماره ویژگی‌ها در ماتریس اهمیت-عملکرد

قدرت بیان و مهارت‌های کلامی	ویژگی ۴	اهمیت بالا از نظر گردشگران خارجی و عملکرد پایین راهنمایان تور ایرانی	ربع کانون توجه
توانایی حل مسائل تور و گردشگران و جلوگیری از ایجاد تعارض	ویژگی ۶		
معرفی فروشگاه‌های قابل اعتماد	ویژگی ۱۱		
تسلط بر زبان بین‌المللی و زبان‌های محلی	ویژگی ۱	اهمیت بالا از نظر گردشگران خارجی و عملکرد خوب راهنمایان تور ایرانی	ربع حفظ
رفتار دوستانه، صداقت و صبر و بردباری	ویژگی ۵		
معرفی فرهنگ میزبان و سطح دانش راهنما درباره مقصد	ویژگی ۱۹		
انعطاف‌پذیری	ویژگی ۱۶	اهمیت کمتر از نظر گردشگران خارجی و عملکرد پائین راهنمایان تور ایرانی	ربع اولویت پائین
اطلاعات و تجهیزات ایمنی	ویژگی ۸		
مدیریت زمان	ویژگی ۱۴		
خلایقیت	ویژگی ۲		
آشنایی با تاریخ و فرهنگ گردشگران	ویژگی ۲۱		
همکاری با دیگر کارکنان تور	ویژگی شماره ۱۷	اهمیت کمتر از نظر گردشگران خارجی و عملکرد خوب راهنمایان تور ایرانی	ربع تمرکز
حفظ منابع طبیعی	ویژگی ۱۲		
معرفی کامل و پاسخ‌گوئی به سؤالات گردشگران	ویژگی ۲۴		
مسیریابی	ویژگی ۲۳		
قابل اعتماد بودن و شخصیت دوست‌داشتنی	ویژگی ۲۲		
توانایی ظاهری و جسمی راهنما	ویژگی ۱۵		
توضیح رفتارهای قابل قبول در مکان‌های بازدید شده	ویژگی ۲۰		
خدمات وعده داده شده و کیفیت خدمات	ویژگی ۱۸		
آشنایی با نرم‌افزارهای سفر (بوکینگ، تریپ ادوایزر و...)	ویژگی ۹		
احترام به ارزش‌های قومی و فرهنگی مقصد و پیروی از قوانین و مقررات	ویژگی ۳		
کمک به گردشگران و احترام به گردشگران	ویژگی ۷		
علاقه به کار و رضایت شغلی	ویژگی ۱۰		
اشتیاق برای ارائه اطلاعات	ویژگی ۱۳		



پاسخ به سؤال فرعی دوم

عملکرد راهنمایان تور در مورد ویژگی‌های راهنمایان از دیدگاه گردشگران خارجی چگونه است؟ با توجه به جدول ۶، میانگین و انحراف معیار اهمیت ویژگی‌های سه‌گانه راهنمایان تور از نظر گردشگران، پنج مورد از این ویژگی‌ها میانگینی بالاتر از ۴ دارند؛ یعنی گردشگران اهمیت این ویژگی‌ها را مهم یا بسیار مهم ارزیابی کرده‌اند. این ویژگی‌ها در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود.

جدول ۱۰: ویژگی‌های مهم راهنمایان از نظر گردشگران خارجی

میانگین	ویژگی	
۴/۸۵	تسلط بر زبان بین‌المللی و زبان‌های محلی	اهمیت این ویژگی‌ها از نظر گردشگران مهم یا بسیار مهم
۴/۵۱	توانایی حل مسائل تور و گردشگران و جلوگیری از ایجاد تعارض	
۴/۳۹	قدرت بیان و مهارت‌های کلامی	
۴/۲۵	معرفی فروشگاه‌های قابل اعتماد	
۴/۲۳	معرفی فرهنگ میزبان و سطح دانش راهنما درباره مقصد	

نتیجه‌گیری

راهنمایان تور به علت این که به صورت چهره‌به‌چهره با مشتری کار می‌کنند، عملکرد بسیار مهمی در صنعت گردشگری دارند. این تحقیق با توجه به اهمیت، نقش و جایگاه راهنمایان تور در ارائه خدمات به گردشگران و کمبود پیشینه تحقیق در ادبیات مربوط به راهنمایان تور به ارزیابی عملکرد ویژگی‌های راهنمایان تور ایرانی در ۲۴ ویژگی مهارت‌های حرفه‌ای، ویژگی‌های اخلاقی و ویژگی‌های ظاهری از دید گردشگران خارجی با استفاده از روش ماتریس اهمیت - عملکرد پرداخته است. همه ویژگی‌های راهنمایان تور از ادبیات موضوع و تحقیق‌های پیشین استخراج شد و همچنین به کمک مصاحبه با خبرگان صنعت گردشگری چند ویژگی دیگر (خلاقیت، انعطاف‌پذیری، توانایی کار با نرم‌افزارهای ویژه مسافرت، مانند تریپ ادوایزر - بوکینگ و علی‌بابا) نیز به آن اضافه شد. سپس از دیدگاه گردشگران خارجی، اهمیت هر ویژگی و عملکرد راهنمایان تور ایرانی ارزیابی شد. جامع بودن معیارهای ارزیابی یکی از وجوه تمایز این تحقیق در مقایسه با سوابق است. خلاصه نتایج این تحقیق را می‌توان در جدول ۱۱ مشاهده کرد.

جدول ۱۱: نتیجه‌گیری تحقیق

اهمیت - عملکرد	ویژگی	ردیف
از نظر گردشگران خارجی اهمیت زیاد دارد و راهنمایان تور عملکرد پایینی دارند.	ویژگی «تلفظ صحیح کلمات و قدرت بیان عالی»	۱
	حل مشکلات پیش آمده در تور	
	معرفی فروشگاه‌های مورد اعتماد و مناسب	
از نظر گردشگران خارجی اهمیت دارد و راهنمایان تور عملکرد خوب دارند.	معرفی فرهنگ میزبان و سطح دانش راهنما درباره مقصد	۲
	رفتار دوستانه، صداقت و صبر و بردباری	
	تسلط بر زبان بین‌المللی و زبان‌های محلی	



تحقیق به آن‌ها پرداخته نشده است. می‌توان ارزیابی عملکرد راهنمایان محلی را به‌منزله موضوع تحقیق‌های آتی پیشنهاد داد.

به‌علاوه ارزیابی عملکرد راهنمایان انواع توره‌های گردشگری نظیر اکوتوریسم، گردشگری فرهنگی، ورزشی، صنعتی هم برای تحقیق‌های آتی پیشنهاد می‌شود.

منابع

آصفی، احمدعلی، دهقان، آرزو و سلیمانی، محبوبه (۱۳۹۶). «تحلیل اهمیت عملکرد عوامل مؤثر بر تصمیم تماشای یک مسابقه فوتبال». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۴۲، ص ۹۳-۱۱۲.

بیاتی، نیلوفر (۱۳۹۳). «بررسی رضایتمندی گردشگران خارجی بازدیدکننده از شهر اصفهان از خدمات راهنمایان تور». فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال پنجم. شماره نهم.

بیگه، زینب (۱۳۹۱). شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای نقش راهنمایان تور در توسعه پایدار گردشگری، مطالعه موردی: شهر مشهد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی، دانشگاه علامه طباطبائی. دانشکده حسابداری و مدیریت.

حسینی، سیدصادق (۱۳۹۳). «ارزیابی وضعیت آموزش راهنمایان گردشگری در ایران با رویکرد ارائه الگوی آموزشی در سطح دانشگاهی». فصل‌نامه علمی، پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری. دوره ۹، شماره ۲۸، ص ۱۱۵-۱۴۴.

زاهدی، محمد و بلالی، ارسلان (۱۳۸۸). فن‌رهنمائی گشت. اصفهان: انتشارات چهارباغ.

سنگ‌سفیدی، مصطفی (۱۳۹۶). ارزیابی نقش راهنمایان تور در توسعه پایدار گردشگری مطالعه موردی: جامعه راهنمایان گردشگر ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته اکوتوریسم. دانشگاه کاشان. دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین. گروه جغرافیا و اکوتوریسم.

طاهرپور کلانتری، حبیب‌اله، فرجادی، غلامعلی، معمارزاده طهرانی، غلامرضا و نوده‌فراهانی، سارا (۱۳۹۶). «تحلیل اهمیت عملکرد عوامل مؤثر بر دانشی بودن سازمان». فصل‌نامه علمی، پژوهشی مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی. دوره ۱، شماره ۴، ص ۸۷-۱۰۳.

فرمانی، لیلا (۱۳۸۹). ارزیابی گردشگران اروپایی از عملکرد راهنمایان تور در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی. دانشگاه علامه طباطبائی. دانشکده حسابداری و مدیریت.

از بین اولویت‌های مهم گردشگران (ویژگی‌های حرفه‌ای، ظاهری و اخلاقی) راهنمایان تور از لحاظ ویژگی‌های حرفه‌ای ضعف بیشتری به‌نسبت ویژگی‌های اخلاقی و ظاهری دارند. درحالی‌که براساس تحقیق کروی و همکاران (۱۳۹۷)، اولویت ویژگی‌های حرفه‌ای و تخصصی مؤثر در عملکرد راهنمایان توره‌های ورودی از منظر گردشگران خارجی، بیشتر از ویژگی‌های فردی و رفتاری است. مهارت برقراری ارتباط مؤثر و مهارت حل مسئله دو مهارت مهم رهبر است که با نظریه‌های سازمان و مدیریت در خصوص رهبری تحول‌گرا، رهبری اخلاقی^۲ و رهبری تعاملی^۳ تطابق دارد (Blankenship, 2010). البته مهارت حل مسئله، به‌منزله یکی از مهارت‌های رهبر، تقریباً در اکثر مطالعات، ویژگی مهم راهنمای تور به‌شمار رفته است. مقایسه نتایج این تحقیق و سوابق پیشین بیانگر این مطلب است که با وجود اهمیت ویژگی‌هایی چون مدیریت و رهبری تور، همچنین معرفی فروشگاه‌های مورد اعتماد و مناسب از دید گردشگران، راهنمایان ایرانی عملکرد پایینی دارند. نتایج در این دو ویژگی از راهنمایان تور با نتایج تحقیق فرمانی (۱۳۸۹) و چین و همکاران (۲۰۱۷) همسواست؛ بنابراین با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهاد می‌شود در فصولی که تعداد توره‌های ورودی کاهش یافته و وقت آزاد راهنمایان تور بیشتر است، آژانس‌ها و جامعه راهنمایان تور یا حتی خود راهنمایان تور به تشکیل کلاس‌های فن بیان و ارتقای مهارت حل مسئله مبادرت ورزند.

با عنایت به این مهم که ویژگی رفتار صمیمی، دوستانه و صبر و تحمل در مقابله با مشکلات گردشگران از نظر گردشگران بالا بود و راهنمایان نیز در این ویژگی‌ها عملکرد خوبی داشتند، پیشنهاد می‌شود از این‌گونه راهنمایان به‌نحو مقتضی تقدیر به عمل آید. با توجه به این‌که ویژگی اطلاعات کامل راهنمای تور از تمامی جوانب مقصد (آداب و رسوم، نحوه زندگی، عادت‌ها و مراسم آئینی و ...) از نظر گردشگران بالا بود و عملکرد راهنمایان نیز در این ویژگی‌ها خوب بود پیشنهاد می‌شود آژانس‌ها و جامعه راهنمایان تور جلسات منظمی (ماهانه یا فصلی) برای به‌روز نگه داشتن اطلاعات راهنمایان تور برگزار کنند.

این تحقیق با محدودیت‌هایی مواجه بوده است؛ از جمله این‌که راهنمایان تور محلی نیز نقش پررنگی در هدایت گردشگران در سطح منطقه بازدید شده دارند که در این

1. Transformational Leadership.
2. Ethical Leadership
3. Interactive Leadership
4. Low Season

Chien, Y. L., Lin, M. A., & Chen, Y. (2017). "How Tour Guides' Professional Competencies Influence on Service Quality of Tour Guiding and Tourist Satisfaction: An Exploratory Research". *International Journal of Human Resource Studies*. 2017, 7(1), 355-374.

Cohen, E. H., Maurice, I., & Cohen, E. (2002). A New Paradigm in Guiding the Madrich as a Model. *Annals of Tourism Research*. 29(4), 919-932.

Geva, A., & Goldman, A. (1991). "Satisfaction Measurement in Guidede Tourist". *Annals of Tourist Research*, 18, 177-185.

Hansen, A.H., & Mossberg, L. (2017). "Tour guides' performance and tourists' immersion: facilitating consumer immersion by performing a guide plus role." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(3), 259-278.

Halinski, M. L., & flourt, S. (1970). "Partnering and relationships within an international network context". *International Marketing Review*, 21(2), 142-57.

Hounnaklang, S. (2004) "Profiles and Roles of Tour Guides: A Comparative Study between Thailand and the UK". The 2nd Asia-Pacific CHRIE (Apac CHRIE) Conference & the 6th Biennial Conference on Tourism in Asia Proceedings. May 27-29, 2004, Phuket, Thailand.

Huang, S. (2009). "An Application of Revised Importance-Performance Analysis in Tour Guide Performance Evaluation". 7th Asia-pacific Council on Hotel Resturant and International Education Coference in Singapore. 150-160.

Kumar, J. M. (2018). *Tour Guidance*. Englewood Cliffs. New Jersey: Regents/ Prentice Hall.

khornjamnong. B. (2017). "Factors influencing the performance of tour guides in Thailand". University of Bedfordshire.

Kuo, N., Cheng, Y., & Chuang, L. (2018). "The Asymmetric Effect of Tour Guide Service quality on Tourist Satisfaction". *Tourism, Leisure and Global Change*. 3, 62.

کروبی، مهدی، امیری، زینب و محمودزاده، سیدمجتبی (۱۳۹۷). «شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های مؤثر بر عملکرد راهنمایان تورهای ورودی از منظر گردشگران خارجی (مورد مطالعه: راهنمایان تورهای ورودی فرهنگی شهر تهران)». *مطالعات مدیریت گردشگری*. دوره ۱۳. شماره ۴۱، ص ۴۱-۵۶.

محمدخانی، کامران (۱۳۸۷). «نقش راهنمایان تور در رضایت‌مندی گردشگران فرهنگی: مدل راهنمایان هوشمند عاطفی». *مجله مدیریت فرهنگی*. دوره ۲، شماره ۲، ص ۱۱۳-۱۲۴.

هومن، حیدر علی (۱۳۸۴). *مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل*. تهران: سمت.

Ap, J., & Wong, K. F. (2001). "Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems". *Tourism Management*, 22(1) 551-563.

ATEC 91 Direction for the Future and Europe in 1993. *Trid.trb.org*.

Blankenship, S. (2010). The consequences of transformational leadership and/or transactional leadership in relationship to job satisfaction and organizational commitment for active duty women serving in the Air Force Medical Service. United States, Florida: Nova Southeastern University.

Butsakorn, k. (2017). Factors influencing the performance of tour guides in Thailand. University of Bedfordshire. A thesis submitted to the University of Bedfordshire in partial fulfilment of the requirments for the degree of Doctor of Philosophy.

Cagno, E. Neri, A. Howard, M. Brenna, G., & Trianni, A. (2019). Industrial sustainability performance measurement systems: A novel framework. *Journal of Cleaner Production*, 230, 1354-1375.

Çetinkaya, M. Y., & Öter, Z. (2014). "Role of tour guides on tourist satisfaction level in guided tours and impact on re-visiting Intention: a research in Istanbul". *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(1), 40-54.



- Reisinger, Y., & Waryszak, R. (1994). "Japanese tourist perception of their tour guides: Australian experience". *Journal of Vacation Marketing*, 1(1), 28-40.
- Steevens, J. (2004). "Toward a contingency theory of supply chains". *Management Decision*, 42 (9), 131-144.
- Schmidt, C. J. (1979). "The Guided Tour: Insulated Adventure". *Urban Life*, 7(4). 441-467.
- Weiler, B., & Walker, K. (2014). "Enhancing the visitor experience: reconceptualising the tour guide's Communicative role". *Journal of Hospitality & Tourism Management*, Southern Cross University. 21, 90-99.
- Wong, J. Y., & Wang, C. H. (2009). "Emotional Labor of the Tour Leaders: an Exploratory Study". *Tourism Management*, 30, 249-259.
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2013). "Application of Importance-Performance Model in Your Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong". *Tourism Management*, 25(1), 81-91.
- Miller, W., & Kanse, F. (1973). "Effective buyer-supplier interaction patterns in ongoing service exchange". *International Journal of Operations & Production Management*, 29 (8), 807-833.
- Mossberg, L. (2007). "A Marketing Approach to the Tourist Experience". *Scandinavia Journal of Hospitality and Tourist*, 7(1), 59-74.
- Moscardo, G. (2003). "Mindful Visitors, Heritage & Tourism". *Annals of Tourism Research*, 23(2), 376-397.
- Nguyen, H. L. (2015). *The Impacts of Tour Guide Performance on Foreign Tourist Satisfaction and Destination Loyalty in Vietnam. A thesis submitted in satisfaction of the 31) requirements for the degree of Doctor of Business Administration. University of Western Sydney.*
- Rabotic, B. (2010). "Tourist Guides in Contemporary Tourism". *International Conference on Tourism and Environment. Sarajevo*, (pp. 353-364).
- Rudmi, J.A., & Sandaruwani, C. (2016). "The Role of Tourist Guides and Their Impacts on Sustainable Tourism Development: a Critique on Srilanka". *Tourism, Leisure and Global Change*, 3, 62-73.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی