

نقش سرزندگی راهنمایان گردشگری در ایجاد رضایت شغلی با نقش تعدیلگر محیط راهنمایی

یاور بابائی^{۱*}، صمد رحیمی‌اقدام^۲، مژگان امیریان^۳

۱. استادیار، گروه مدیریت و اقتصاد، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

۲. دانشیار، گروه مدیریت و اقتصاد، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

۳. کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۰۱

Role of Playfulness in Creating Job Satisfaction with the Moderating Role of the Guiding Environment

Yavar Babaei^{*1}, Samad Rahimiaghdam², Mozhgan Amirian³

1. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

2. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

3. Master of Tourism Management, Farabi Campus of Tehran University, Qom, Iran.

Received: 2021/-/-

Accepted: 2022/-/-

Abstract

چکیده

سرزندگی راهنمایان گردشگری مفهوم جدیدی در گردشگری است که نقش مهمی در ایجاد ارتباطات عاطفی و مهمان‌نوازی دوستانه راهنمایان گردشگری ایفا می‌کند. این مفهوم می‌تواند در افزایش کیفیت کاری راهنمایان نیز موثر باشد. این مطالعه با هدف معرفی و مفهوم سازی سرزندگی در راهنمایان گردشگری و تاثیر آن بر رضایت شغلی راهنمایان و نقش تعدیلگر محیط راهنمایی انجام گرفته است. در این تحقیق از رویکرد کمی و با جهت گیری کاربردی به منظور سنجش مدل تحقیق و آزمون فرضیه های تحقیق استفاده شده است. جامعه هدف این تحقیق، راهنمایان گردشگری بود که تعداد ۲۶۰ نفر از آنها به صورت آنلاین به عنوان نمونه انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از معادلات ساختاری و با نرم افزار Amos انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان دهنده تایید مدل تحقیق از نظر شاخص‌های معادلات ساختاری و تحلیل عاملی بود. همچنین نتایج فرضیه‌های تحقیق نشان داد که ابعاد سرزندگی راهنمایان گردشگری شامل راهنمای سرزنده، راهنمای جذاب، راهنمای خلاقانه و راهنمای تعاملی با ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۶۳، ۰/۳۴، ۰/۳۰ و ۰/۸۵ و مقادیر معناداری به ترتیب ۴/۸۱، ۴/۲۶، ۴/۱۴ و ۸/۳۳ تاثیر مثبت و معناداری بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری دارند. مقدار ضریب تعیین نیز نشان داد که ابعاد سرزندگی راهنمایان در مجموع بیش از ۴۱ درصد از تغییرات رضایت شغلی را تبیین می‌کنند. بررسی نقش تعدیلگری محیط راهنمایان نیز نشان از تایید نقش آن در ارتباط بین سرزندگی راهنمایان گردشگری و رضایت شغلی دارد به طوری که در میان راهنمایان تورهایی بین‌المللی میزان تاثیرگذاری سرزندگی بر رضایت شغلی بیش از تورهایی داخلی است. یافته‌های حاصل از این مطالعه می‌تواند به توسعه مبانی نظری سرزندگی در گردشگری و نیز افزایش سطح ارائه خدمات و رضایت شغلی راهنمایان گردشگری منجر شود.

واژگان کلیدی

راهنمایان تور، سرزندگی، گردشگری، رضایت شغلی، شغل عاطفی

The playfulness of tourist guides is a new concept in tourism that plays an important role in creating emotional connections and friendly hospitality of tourist guides. This concept can be effective in increasing the work quality of the guides. This study was conducted with the aim of introducing and conceptualizing playfulness in tourist guidance and its effect on the job satisfaction of guides. In this research, a quantitative and applied approach has been used in order to measure the research model and test the research hypotheses. The target community of this research was tourist guides, 260 of whom were selected online as a sample. Data analysis was done using structural equation modeling technique and Amos software. The results of the research showed the confirmation of the research model in terms of structural equation indicators and factor analysis. Also, the results of research hypotheses showed that the dimensions of playfulness of tourist guides include playful guide, attractive guide, creative guide and interactive guide respectively with path coefficients of 0.63, 0.34, 0.30 and 0.85 and t-values respectively 6.81, 4/26, 4/14 and 8/33 have a positive and significant effect on the job satisfaction of tourist guides. The coefficient of determination also showed that the dimensions of playfulness of tour guides explain more than 41% of the changes in job satisfaction in total. The study of the moderating role of the tourist environment also confirms its role in the relationship between playfulness of tour guides and job satisfaction, so that among tour guides on international tours, the impact of playfulness on job satisfaction is greater than that of domestic tours. The findings of this study can lead to the development of the theoretical foundations of playfulness in tourism, as well as increasing the level of service quality and job satisfaction of tourist guides.

Keywords :Tour Guides, Playfulness, Tourism, Job Satisfaction, Emotional

E-mail: Babaei_yavar@tabrizu.ac.ir

*نویسنده مسئول: یاور بابائی

*Corresponding Author: Yavar Babaei

مقدمه

مسیر توسعه گردشگری جهانی از دهه ۱۹۵۰ به صورت متوالی در حال رشد و گسترش بوده است و بسیاری از برنامه‌ریزی‌ها و سرمایه‌گذاری‌های جهانی در حوزه گردشگری بوده است (کاظمیان و همکاران، ۱۴۰۱). به طوری که تعداد گردشگران بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ به بیش از دو برابر افزایش یافته است (Mandic et al, 2025) و بیش از ۱۰ درصد از تولید ناخالص جهانی و اشتغال در حوزه گردشگری می‌باشد (بابائی و فانی، ۱۴۰۰). گردشگری، صنعتی خدماتی و فرهنگی است که به تعامل بین گردشگران و جامعه محلی کمک می‌کند و انتقال فرهنگ‌ها را در بستری فرامرزی تسهیل می‌کند (Yeboah & Ashie, 2024). این صنعت در بستر محیط جغرافیایی صورت می‌گیرد که متشکل از محیط طبیعی، فرهنگی و اجتماعی است (کروبی و همکاران، ۱۳۹۹) و تعادل میان جنبه‌های محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که گردشگری پایدار را ایجاد می‌کند (ابراهیم‌پور و همکاران، ۱۳۹۶). صنعت گردشگری یکی از بهترین منابع کسب درآمد برای کشورها می‌باشد و باعث اشتغال‌زایی، رونق اقتصادی، تحصیل ارز، تبادل فرهنگ‌ها و نزدیکی ملل به یکدیگر می‌شود (فردوسی و همکاران، ۱۳۹۸). بسیاری از کشورها به این صنعت به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی توجه می‌کنند (Wang et al, 2024) و از راه گردشگری توانستند وضعیت، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود را ارتقا دهند (مودودی و نقیلو، ۱۴۰۲).

راهنمایان تور به اقتضای فعالیت خود، ارتباط و تعامل بسیاری با گردشگران دارند (Yetgin & Benligiray, 2019). نقش‌های راهنمای تور در گردشگری تنوع زیادی دارد. از جمله نقش‌های یک راهنمای تور، تامین امنیت، حفاظت و اطلاعات و همچنین ارتقا تعامل گروهی است و به عنوان یک والد جانشین، بلد راه، مشاور و سرگرم‌کننده ایفای نقش کرده و به ایجاد یک فضای سرگرم‌کننده کمک می‌نماید. همچنین، راهنمایان تور برای افزایش هماهنگی و فضای خوب در گروه، به یک حس شوخ‌طبعی یا گاهی رفتار طنز متکی هستند (Cheng et al., 2020). مانچینی^۱ (۲۰۰۱) بیان کرد که راهنمایان تور با نمایش انرژی و دوستی در تعامل با اعضای گروه تور و با به اشتراک گذاشتن حکایات سرگرم‌کننده و انجام فعالیت‌های مرتبط، نقشی تعاملی ایفا می‌کنند. براساس نظر بارت^۲ (۲۰۰۷) صفاتی چون طنز، شوخ‌طبعی، خودجوش، بانگیزه، فعال، پرماجرا، اهل معاشرت، بی‌پروا، مشتاق و خوشحال، افراد دارای تمایلات سرزندگی را مشخص می‌کند که تقریباً همه این صفات مربوط به نقش راهنمای تور می‌باشد. همه این موارد نشان می‌دهد که سرزندگی^۳ با کار راهنمای تور مطابقت دارد. مطالعات مربوط به بررسی سرزندگی و پیامدهای آن در یک محیط کار نشان داده است که سرزندگی در محل کار باعث کاهش خستگی، رهایی از تنش‌ها، جلوگیری از پرخاشگری، افزایش انسجام گروهی، بهبود کیفیت کار و عملکرد کلی می‌شود (Guitard et al., 2005). علاوه بر این، مهارت کلامی و غیرکلامی، کیفیت زندگی (Proyer & Rucuh, 2011)، مقابله با استرس (Qian & Yarnal, 2011) و نگرش مثبت نسبت به محیط کار (Yu et al., 2007) نیز از آثار مثبت سرزندگی به شمار می‌روند.

یکی از متغیرهایی که سرزندگی می‌تواند بر آن موثر باشد، رضایت شغلی است. رضایت شغلی یک وضعیت احساسی لذت‌بخش یا مثبت ناشی از شغل یا تجربیات شغلی است و با آرزوها و تجربیات کارمندان در ارتباط است (Glavel et al., 2019). با توجه به اینکه راهنمایان تور یکی از مهمترین عناصر خط مقدم در صنعت گردشگری هستند؛ لازم است که نسبت به شغل خود راضی باشند؛ چرا که رشد کسب و کارهای گردشگری تا حد زیادی وابسته به آنهاست (Andelković et al., 2017). رضایت شغلی در راهنمایان تور، به دلیل ماهیت خاص این شغل و نقش مستقیم آن بر گردشگران و فرایند راهنمایی از اهمیت بالایی برخوردار است (Rutledge, 2022). رضایت شغلی سبب می‌شود که راهنمایان تور، با انرژی بالا، در ایجاد تجربه بهتر برای گردشگران تلاش نمایند و تجربه‌ای شخصی‌سازی‌شده و ماندگار به گردشگران ارائه نمایند (Yang & Choi, 2023)، که در نهایت می‌تواند به تکرار سفر و تبلیغات شفاهی گردشگران منجر شود (Wang et al, 2017). برای راهنمایان تور نیز، رضایت شغلی می‌تواند به کاهش نرخ جابجایی، ارتقای مهارت و توسعه شغلی، محیط کاری مثبت و ارتقای کیفیت زندگی کاری راهنمایان شود (Alrawadieh et al, 2019) که پیامد مثبت این موارد، افزایش کیفیت راهنمایی در سفر است که می‌تواند در رضایت گردشگران منعکس شود. بنابراین می‌توان گفت که رضایت شغلی در راهنمایان تور می‌تواند اثرات مثبتی برای گردشگران، صنعت گردشگری و خود راهنمایان به ارمغان بیاورد و لازم است تا کسب و کارهای گردشگری به دنبال استراتژی‌هایی باشند که بتواند رضایت شغلی راهنمایان تور را افزایش دهد (Lillo-Bañuls et al, 2018).

با توجه به مطالب فوق و اهمیت ایجاد رضایت شغلی در گردشگری، لازم است عواملی را که می‌تواند رضایت شغلی کارکنان حوزه گردشگری و به ویژه راهنمایان گردشگری را تحت تاثیر قرار می‌دهد؛ مورد بررسی قرار گیرد. یکی از این عوامل، سرزندگی راهنمایان گردشگری است که می‌تواند نتایج ملموس‌تر و واقعی‌تر به واسطه بروز آن در حین کار و فعالیت، بر رضایت شغلی داشته باشد (Li et al, 2022). نقش راهنمایان تور چندوجهی است و تنها شامل انتقال اطلاعات و راهنمایی نیست؛ بلکه راهنمای تور می‌تواند یک تجربه لذت‌بخش و ماندگار در گردشگران ایجاد کند (Hansen & Mossberg, 2016). این کار با ایجاد محیطی طنزآمیز، خودجوش و سرگرم‌کننده می‌تواند هم رضایت گردشگر و هم رضایت شغلی راهنمایان را در پی داشته باشد. به طور خاص ایجاد تعاملات مثبت و آکنده از شوخ‌طبعی و انرژی می‌تواند به کاهش استرس راهنمایان شود و کار را به فعالیتی لذت‌بخش تبدیل کند، حس همبستگی بین گردشگر و راهنمای تور را بیشتر کند، تنش‌های درون‌گروهی را کاهش دهد و انتقال اطلاعات و فرایند راهنمایی را تسهیل نماید (Fu et al, 2023) که همه این موارد می‌تواند شغل راهنمایی تور را تبدیل به شغلی لذت‌بخش و سرگرم‌کننده تبدیل نماید. در این راستا، این مطالعه به دنبال آن است تا به نقش سرزندگی راهنمایان تور بر رضایت شغلی بپردازد و اثر محیط فعالیت داخلی یا خارجی راهنمایان تور را به عنوان متغیر تعدیل‌گر مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد. از آنجا که تحقیق و پژوهش در زمینه سرزندگی به ویژه در بستر گردشگری و تاثیر آن بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری مبحثی جدید است؛ به همین سبب پژوهش حاضر بر آن است تا به سنجش ویژگی سرزندگی راهنمایان و تاثیر این متغیر بر روی رضایت شغلی و نقش تعدیل‌گر محیط راهنمایی بپردازد.

مبانی نظری

راهنمای گردشگری

بنا به تعریف فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری^۱، «راهنمای گردشگری کسی است که گردشگران را به زبانی که ویژه آنها و به انتخاب آنهاست، در زمینه‌های مختلف گردشگری و آشنایی با مکان‌ها و آثار مختلف و استفاده از امکانات گردشگری، کمک و راهنمایی می‌کند»^۲. همچنین براساس تعریف اتحادیه راهنمایان تور اروپا «راهنما شخصی است که گروه یا افرادی از بازدیدکنندگان را خارج از خانه‌هایشان یا خارج از کشور، در اطراف یادمان‌ها، سایت‌ها یا مناطق شهری راهنمایی می‌کند و برای آنها به زبان خودشان و به شیوه‌ای مشتاق و مهیج، محیط طبیعی و فرهنگی را تشریح می‌کند (ضیایی و فرمانی، ۱۳۹۰). راهنمای گردشگری به عنوان یک شغل سرگرم‌کننده تلقی می‌شود که فرصت‌های زیادی مانند مسافرت، گشت و گذار، تفریح، ملاقات با افراد و مکان‌های جدید را ارائه می‌دهد. اما واقعیت این است که این حرفه مشکلات و مسئولیت‌های فراوانی دارد. آپ و وانگ^۳ (۲۰۰۱) تاکید می‌کنند که راهنمایان گردشگری بخش مهمی از رابطه بین جامعه میزبان و بازدیدکنندگان را فراهم می‌کنند؛ چرا که این کارکنان خط مقدم، مسئولیت تأثیر کلی و رضایت از خدمات تور ارائه‌شده به وسیله یک مقصد را به عهده دارند. پیش‌نیازهای اساسی راهنمایان گردشگری به عنوان سفیران غیررسمی کشور میزبان، ویژگی‌های مثبت شخصیتی، اخلاقی و رفتاری از جمله صداقت، فروتنی، وقار و امانت‌داری است. علاوه بر این، ویژگی‌های حرفه‌ای اساسی شامل توانایی برقراری ارتباط و ارائه واقعیت‌ها به زبان بازدیدکننده، توانایی هدایت و سازماندهی گروه‌ها، زبان بدن مناسب و ارتباط چشمی و توانایی روایت‌گری است (Sandaruwani & Gnanapala, 2016). در نهایت، راهنمایان تور با توجه به ارتباط مستقیم با گردشگران، نقش مهمی در ایجاد لحظات خاطره‌انگیز برای گردشگران دارند و می‌توانند در متمایزسازی خدمات گردشگری، ایجاد وفاداری و تبلیغات شفاهی موثر باشند (رحیمی‌اقدم و همکاران، ۱۳۹۸).

راهنمایان تور نقش‌های متنوعی دارند. تعامل با گردشگران، ارتباطات اجتماعی و برخورد مناسب با امور مختلف و شرایط اضطراری احتمالی در طول سفر، مراقبت از اعضای تور از جمله نقش‌های راهنمایان در برگزار تور می‌باشد (Cheng et al., 2020). طبق نظر کوهن (۱۹۸۵)، راهنمایان تور حداقل چهار نقش ابزاری، اجتماعی، تعاملی و ارتباطی را ایفا می‌کنند. مؤلفه ابزاری مربوط به توانایی راهنمایان تور برای مدیریت تور، مؤلفه اجتماعی نشان‌دهنده توانایی حفظ انسجام و روحیه در بین گردشگران، مؤلفه تعاملی مربوط به عملکرد آنها در ایجاد ارتباط بین گردشگران و جوامع محلی و مؤلفه ارتباطی، معیاری برای تعیین نمایندگی فرهنگی راهنماهای تور میان گردشگران و جاذبه‌ها می‌باشد (Banerjee & Chua, 2020). راهنمایان گردشگری نقش مهمی در علاقه‌مندی به سفر در یک تور ایفا

1. WFTGA

2. wftga.org, 2020

3. Ap & Wong

می‌کنند و می‌توانند تاثیر شگرفی بر تجربه گردشگران داشته باشند (رحیمی‌اقدم و همکاران، ۱۳۹۹)؛ باعث خوشحالی مسافران و ارائه خدمات رضایت‌بخش می‌شوند تا اعضای تور احساس مثبتی نسبت به سفر و مکان‌های مورد بازدید داشته باشند. به طور مشابه، راهنمایان تور در حین اجرای تور نقش ارتباط‌دهنده دارند. آنها با توجه به ترجیحات اعضای تور به معرفی جاذبه‌ها می‌پردازند؛ و با روشی فرح‌بخش، مشتاقانه با دیگران تعامل و ارتباط برقرار می‌کنند؛ بنابراین، می‌توان گفت که وظایف و مشخصه‌های شغلی راهنمای تور به طور طبیعی با یک راهنمای تور سرزنده به‌عنوان یک نوع نگرش و مهارت در کار مرتبط است.

سرزندگی راهنمایان تور

بازی در توسعه انسانی نقش مهمی ایفا می‌کند. شواهد حاکی از این است که برخی افراد استعداد بیشتری در تفریح و بازی نسبت به دیگران دارند که ریشه در شخصیت افراد دارد (Barnett, 2007). در حالی که بازی به جلوه‌های رفتاری اشاره می‌کند و ریشه در فرهنگ انسانی دارد، درباره چگونگی تعریف سرزندگی بزرگسالان به عنوان یک ویژگی شخصیتی، هیچ توافق کلی وجود ندارد (چراغیان و همکاران، ۱۳۹۵). سرزنده بودن با عملکرد روانشناختی مثبت همچون بهزیستی ذهنی، رضایت از رابطه و نگرش لذت‌بخش به زندگی، اعتمادبه‌نفس، و افزایش احساسات مثبت و کاهش احساسات منفی همراه است (Proyer & Brauer, 2018). سرزندگی تمایل به ساخت یا بازسازی یک موقعیت است؛ به‌گونه‌ای که فرد موجبات سرگرمی، شوخی و تفریح خود و احتمالاً دیگران را فراهم می‌آورد (Proyer, 2017). علاوه بر این، سرزندگی را به عنوان انگیزش فیزیکی، انگیزش اجتماعی، انگیزش شناختی و نیز جلوه‌ای از شادمانی و حس شوخ‌طبعی تعریف کرده‌اند (پرویر و جل، ۲۰۱۳). رفتار سرزنده به‌صورت شوخی، اذیت‌کردن، لودگی، اقدام احمقانه و شاد نشان داده می‌شود (Barnett, 2007). صفت سرزندگی به فرد این امکان را می‌دهد که کار را به‌عنوان فعالیتی لذت‌بخش؛ پرنرژی و مشتاقانه ببیند و با احساسات منفی و فشار کار سازگار شود (Cheng et al., 2020).

به طور کلی، تفاوت‌های فردی در سرزندگی بر بسیاری از جنبه‌های مهم زندگی بزرگسالان تأثیر دارد. شواهد محکمی وجود دارد که نشان می‌دهد سرزندگی برای درک فرایندهای بین فردی مهم است. به عنوان مثال، بازی و سرزندگی در روابط، تسهیل‌کننده صمیمیت است و می‌توان از آن برای تعدیل درگیری و تنش، ظهور احساسات مثبت و تقویت ارتباطات استفاده کرد (Proyer & Brauer, 2018). همین امر در مورد متغیرهای تأثیرگذار بر زندگی کاری نیز صادق است، زیرا افراد سرزنده دارای نگرش مثبت و ذاتی بیشتری هستند، رضایت شغلی بالاتر و کارایی و رفتار خلاقانه بهتری را نشان می‌دهند (Proyer & Brauer, 2018). مطالعات اخیر به کاربرد سرزندگی در فعالیت‌های کاری بزرگسالان پرداخته است. افراد دارای صفت سرزندگی می‌توانند به راحتی، راه‌هایی برای لذت بردن و سرمایه‌گذاری جدی در کار خود بیابند. چنین نگرشی باعث ایجاد احساسات مثبت می‌شود و برای آنها خوشبختی، بهره‌وری و اشتیاق به همراه دارد (Yu et al., 2007; Maxwell et al., 2005). از نظر گلین و وبستر (۱۹۹۲) نیروهای کار بسیار سرزنده قادرند وضعیت را به شکلی شکل دهند که دارای ویژگی سرگرم‌کننده، تحریک‌کننده فکر و یا جالب توجه باشد (Proyer, 2017).

تحقیقات نشان داده‌اند که سرزندگی یک ساختار متشکل از چند عامل است. پرویر و براور (۲۰۱۸) براساس رویکرد روش‌شناختی چندگانه، مدلی را برای سرزندگی بزرگسالان ارائه می‌دهد که بین چهار وجه تمایز ایجاد می‌کند: ۱) دیگرهدایتی: استفاده از سرزندگی برای تشویق دیگران یا برطرف کردن تنش اجتماعی؛ تعامل سرزنده با دیگران. ۲) بانشاط: دیدن زندگی به عنوان یک زمین بازی تا یک میدان نبرد؛ مانند بداهه‌گری و عدم نگرانی زیاد در مورد عواقب رفتار خود شخص. ۳) خردمندانه: جنبه‌های شناختی سرزنده بودن؛ ترجیح پیچیدگی بر سادگی؛ تمایل به دیدن مشکلات از زوایا و دیدگاه‌های مختلف؛ تمایل به بازی با ایده‌ها و اعداد/کلمات. ۴) عجیب و غریب: پیدا کردن جنبه‌های سرگرم‌کننده در موقعیت‌های روزمره و تعامل و همچنین دوست‌داشتن چیزها یا فعالیت‌های عجیب. لیبرمن^۲ (۱۹۷۷) سه بعد شادی آشکار، ناگهانی بودن (فیزیکی، اجتماعی و شناختی) و حس شوخ‌طبعی را برای سرزندگی تعیین کرده است. مقیاس سرزندگی شفر و گرینبرگ^۳ (۱۹۹۷) برای بزرگسالان شامل چهار عامل سرگرم‌کننده بودن، شوخ‌طبعی، بی‌حوصلگی و عجیب بودن است (Van Vleet et al., 2015). گلین و وبستر^۴ (۱۹۹۲) نیز سرزندگی بزرگسالان را شامل خودانگیزش، بیانگری، سرگرم‌کننده بودن، خلاق بودن و

1. Proyer & Jehle
2. Liberman
3. Schaefer & Greenberg
4. Glynn & Webster

گرافه‌گویی می‌دانند. در نهایت، چنگ و همکاران (۲۰۲۰) چهار عامل برای سرزندگی در راهنمای تور ارائه کرده است که شامل موارد زیر است:

- راهنمایی سرزنده^۱: به معنای استفاده از مهارت‌های ارائه سرگرمی، سبک راهنمایی شوخ و خنده‌دار، حس شوخ‌طبعی و زبان بدن قوی در فرایند کار راهنمای تور به منظور برانگیختن علاقه سفر اعضای تور است.
- راهنمایی مشتاق^۲: به درجه ثبات عاطفی، اعتماد به نفس، صمیمیت، گرمی، شادابی، شوخ‌طبعی و مهارت‌های ارتباطی که راهنما در جریان کار از خود نشان می‌دهد اشاره دارد.
- راهنمایی خلاق^۳: به معنی استفاده از ایده‌های خلاقانه توسط راهنما با هدف ایجاد شگفتی‌های خوشایند برای اعضای تور است.
- راهنمایی تعاملی^۴: به راهنمایان کاملاً متعهد اشاره دارد که از کار راهنما بودن لذت می‌برد.

رضایت شغلی

رضایت شغلی یکی از بنیادی‌ترین مفاهیمی است که در تمامی سطوح مدیریت منابع انسانی دارای اهمیت فراوان بوده و در رسیدن به اهداف سازمانی می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. رضایت شغلی شامل احساس‌ها و نگرش‌هایی است که هر فردی نسبت به شغل خود دارد (Robbins, 2005). رضایت شغلی به عنوان یک واکنش روانشناختی دلپذیر و مثبت فرد که ناشی از ارزیابی مسئولیت‌ها یا تجربیات وی در محیط کار است، توصیف شده است (Glavel et al., 2019). بیتنداج و وایت^۵ (۲۰۰۵) اظهار نمودند که رضایت شغلی به دیدگاه‌ها و ارزیابی‌های افراد از شغل برمی‌گردد و این دیدگاه با توجه به نیازها، ارزش‌ها و انتظارات قابل تغییر است. رضایت شغلی ترکیبی از ویژگی‌های روانشناختی، فیزیولوژیکی و محیطی است که باعث می‌شود شخص اظهار نماید که «من از شغل خود رضایت دارم». اهمیت رضایت شغلی از آنجا ناشی می‌شود که بیشتر افراد تقریباً نیمی از ساعات بیداری خود را در محیط کاری می‌گذرانند. وقتی یک شخص می‌گوید دارای رضایت شغلی بالایی است، به معنای این است که او واقعاً شغلش را دوست دارد، احساسات خوبی درباره کارش دارد و برای شغلش ارزش زیادی قائل است. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که کارکنان با رضایت شغلی بالاتر، از نظر فیزیکی و توانایی ذهنی در وضعیت خوبی قرار دارند (Judge & Kammeyer-Mueller, 2012).

پیشینه تحقیق

گویتارد و همکاران^۶ (۲۰۰۵) در مقاله خود با عنوان «به سوی درک بهتر سرزندگی بزرگسالان» پی بردند از آنجا که سرزندگی بر نحوه درک موقعیت‌ها تأثیر می‌گذارد، به نظر می‌رسد بر حس و معنای مشاغل روزمره تأثیر بگذارد و در نتیجه ممکن است یک ابزار مهم در کاردرمانی به منظور رشد و تقویت توانایی بزرگسالان در انجام مشاغل باشد.

هارن^۷ (۲۰۰۶) در مقاله «تأثیر مدیریت شوخ‌طبع بر رضایت شغلی معلمان»، به مطالعه تأثیر شوخ‌طبعی مدیران بر رضایت شغلی معلمان پرداخت. نتایج این مطالعه از این ایده حمایت می‌کند که مدیرانی که در محیط کار شوخ‌طبعی دارند، معلمان با رضایت شغلی بالاتری نسبت به آن دسته از مدیرانی که شوخ‌طبعی بسیار کمی دارند یا اصلاً شوخ‌طبع نیستند را دارا می‌باشند. پلستر و هاتچایسون^۸ (۲۰۱۶) در مطالعه خود با عنوان «زمان تفریح: رابطه بین سرگرمی و تعامل در محل کار»، نتیجه گرفتند که برخی از اشکال تفریح در محل کار، به کارمندان یک وقفه تازه می‌بخشد که تأثیرات مثبتی ایجاد می‌کند.

یو و همکاران (۲۰۰۷) نیز در پژوهش خود با عنوان «آیا سرزندگی برای کار مفید است؟» به بحث در مورد ساختارهای سرزندگی و ارتباط آن با کار پرداختند و به این نتیجه رسیدند که سرزندگی با نتایج عاطفی (رضایت شغلی) و رفتاری (رفتار خلاقانه و عملکرد شغلی) رابطه مثبت دارد.

1. Playful guiding
2. Enthusiastic guiding
3. Creative guiding
4. Engaged guiding
5. Buitendach & Witte
6. Guitard et al.
7. Hurren
8. Plester & Hutchison

پکدمیر و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله خود با هدف بررسی روابط بین نگرش به سرگرمی در محل کار، سرگرمی تجربه‌شده، رضایت شغلی و قصد ترک شغل؛ نشان دادند که نگرش به سرگرمی در محل کار به‌طور مستقیم بر قصد ترک شغل تأثیر می‌گذارد و رضایت شغلی نقش میانجی در این تأثیر دارد.

ژوو و همکاران^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان «آیا جو سرزندگی در دانشگاه اهمیت دارد؟» نشان دادند هنگامی که سرگرمی و شوخی در یک محیط کاری یا آموزشی برقرار است، خلاقیت و مشارکت کارکنان افزایش می‌یابد.

لین و همکاران^۲ (۲۰۱۹) در مقاله‌ای تحت عنوان «جنسیت، سرزندگی و خلاقیت» به مطالعه تفاوت بین کارمندان زن و مرد در خلاقیت خلاقیت فردی و سرزندگی پرداختند. یافته‌های این مطالعه نشان داد که سرزندگی شخصی کارمندان مرد بیشتر از کارمندان زن است، در حالی که زنان شاغلی که تحصیلات عالی داشته و از همسرشان حمایت بیشتری دریافت می‌کنند، سطح بالاتری از سرزندگی و خلاقیت شخصی را نشان می‌دهند. علاوه بر این، سرزندگی می‌تواند خلاقیت کارمندان را افزایش دهد و این افزایش بین کارمندان زن و مرد متفاوت است.

فنگ و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان «رهبری پدرسالارانه و رفتار پایدار کارکنان: چشم‌انداز سرزندگی» با هدف بحث و تبادل نظر درباره رفتار پایدار کارکنان از طریق فضای سازمانی درک‌شده، نشان دادند که سرزندگی درک‌شده توسط کارکنان می‌تواند قصد ترک شغل را در زمان رهبری پدرسالارانه کاهش دهد.

چنگ و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله‌ای تحت عنوان «سرزندگی راهنمای تور: مفهوم‌سازی و توسعه مقیاس» با هدف مفهوم‌سازی ساختار سرزندگی راهنمای تور (TCP) و ایجاد مجموعه‌ای از مقیاس معتبر برای سنجش سرزندگی راهنمای تور انجام شد و چهار عامل راهنمایی سرزنده، راهنمایی مشتاق، راهنمایی خلاق و راهنمایی تعاملی شناسایی و اعتبارسنجی شدند.

چنگ و همکاران (۲۰۲۳) همچنین در مطالعه دیگری با عنوان «تأثیر سرزندگی راهنما بر درک اصالت و وابستگی مکانی گردشگران: یک تحلیل چندسطحی از گردشگری بومی Tsou در تایوان» نتیجه گرفتند که راهنمایان تور با سطح سرزندگی بالاتر به گردشگران امکان دادند تا درک اصالت و وابستگی مکانی بیشتری داشته باشند. همچنین گردشگرانی که درک اصالت بالایی داشتند، تمایل به داشتن وابستگی مکانی بالا داشتند، که نشان می‌دهد سرزندگی راهنمایان تور، تجربه گردشگران را افزایش می‌دهد. چراغیان و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای تحت عنوان «رابطه بین خلاقیت و راهبردهای مقابله با استرس با سرزندگی دانشجویان» رابطه میان خلاقیت، راهبردهای مقابله با استرس و سرزندگی ۳۱۰ نفر از دانشجویان دانشگاه اصفهان را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که افرادی که اهل تفریح و سرزندگی هستند، کمتر احتمال دارد استرس را تجربه کنند و خلاق‌تر نیز می‌باشند.

جمع‌بندی ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که در مطالعات مختلفی به ارتباط سرزندگی با متغیرهای مختلف از قبیل سرزندگی، خلاقیت و جنسیت کارمندان (Lin et al, 2019)، مفهوم‌سازی و توسعه مقیاس سرزندگی راهنمایان تور (Cheng et al, 2020)، رهبری پدرسالارانه و سرزندگی در فضای سازمانی (Fange et al, 2019)، سرزندگی و آموزش (Zhou et al, 2019)، نگرش به سرگرمی، رضایت شغلی و ترک شغلی در محیط کار (Pekdemir et al, 2018)، سرگرمی و تعامل در محیط کار (Plester & Hutchison, 2016)، سرزندگی و رضایت شغلی و رفتار خلاقانه (Yu et al, 2007) و ... انجام شده است. با این حال در حوزه گردشگری مفهوم سرزندگی در مطالعات محدودی مورد بررسی قرار گرفته است. این مطالعه از جنبه‌های مختلف نسبت به مطالعات پیشین دارای نوآوری است. از جمله اینکه اگرچه در سایر حوزه‌ها و صنایع، تأثیر سرزندگی بر رضایت شغلی سنجیده شده اما در حوزه گردشگری و راهنمای تور، مطالعه‌ای به تأثیر سرزندگی بر رضایت شغلی نپرداخته است. مضاف بر این، در ایران نیز هیچ مطالعه‌ای به کاربرد سرزندگی در گردشگری و راهنمای تور نپرداخته است. همچنین این مطالعه محیط فعالیت راهنمایان (راهنمای داخلی یا راهنمای بین‌المللی) را به عنوان متغیر تعدیل‌گر در ارتباط علی بین سرزندگی راهنمای تور و رضایت شغلی مورد بررسی قرار می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت که مطالعه حاضر از جنبه نوآورانه و گسترش دانش در حوزه گردشگری برخوردار است.

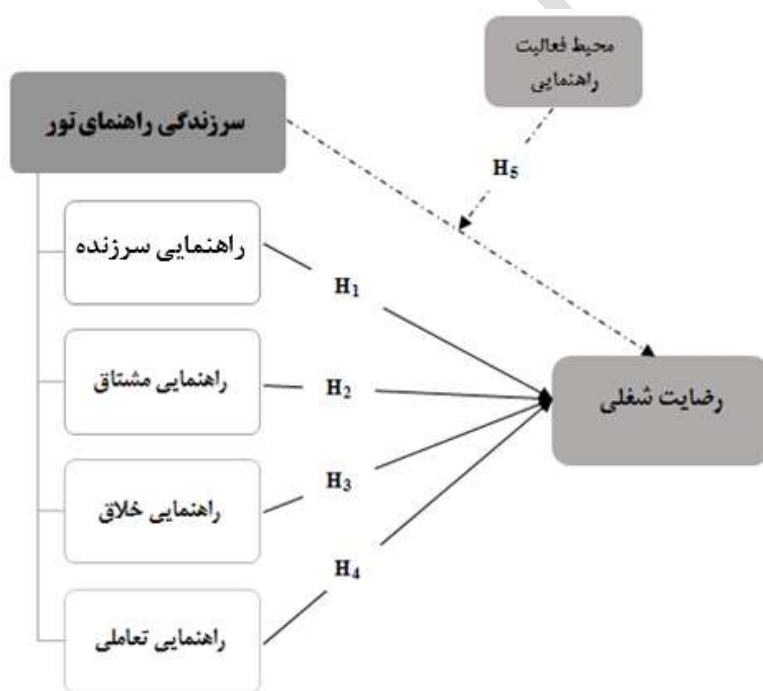
مدل مفهومی و فرضیه‌های تحقیق

این مطالعه بر صنعت گردشگری و نقش راهنمایان تور تأکید می‌کند. به طور خاص این مطالعه در تلاش است تا سرزندگی راهنمایان تور را

1. Zhou et al.

2. Lin et al.

در جهت افزایش رضایت شغلی آنها مورد بررسی قرار دهد. بررسی چارچوب نظری مبتنی بر سرزندگی و رضایت شغلی نشان می‌دهد که سرزنده بودن بخش مهمی از زندگی کاری بزرگسالان است. افرادی که از سطح سرزندگی بالایی برخوردارند قادر به تبدیل زندگی روزمره یا کار به یک بازی جالب هستند و برای افزایش رضایت شغلی و خلاقیت؛ انگیزه ذاتی قوی و ماندگاری را به وجود می‌آورند (Yu et al., 2007). بررسی چارچوب نظری تحقیق نشان می‌دهد که چندین مطالعه ارتباط بین بازی، سرزندگی، کار عاطفی، سرگرمی در محیط کار با رضایت شغلی را مورد بررسی قرار داده‌اند که از جمله می‌توان به مطالعه فنگ و همکاران^۱ (۲۰۱۹)، یو و همکاران^۲ (۲۰۰۷) و پکدمیر و همکاران^۳ (۲۰۱۸) اشاره کرد. با جمع‌بندی چارچوب نظری و پیشینه پژوهش تحقیق و در راستای اهداف پژوهش، مدل مفهومی تحقیق در شکل (۱) و فرضیه‌های پژوهش و منابع مورد استفاده از این فرضیه در جدول (۱) نشان داده شده است. در این تحقیق به تاثیر ابعاد سرزندگی راهنمایان گردشگری براساس مدل چنگ و همکاران (۲۰۲۰) شامل ۴ بعد راهنمایی سرزنده، راهنمایی مشتاق، راهنمایی خلاق و راهنمایی تعاملی بر رضایت شغلی پرداخته شده است. همچنین در این مطالعه محیط فعالیت راهنما (راهنمای بین‌المللی، راهنمای داخلی) به عنوان متغیر تعدیل‌گر در رابطه علی بین ابعاد سرزندگی راهنمای تور و رضایت شغلی مورد بررسی قرار گرفته است. محیط فعالیت راهنما به موقعیتی که در آن فعالیت می‌کند، اشاره دارد. این محیط می‌تواند بین‌المللی (راهنمایان تورهای بین‌المللی) یا داخلی (مانند راهنمایان تورهای داخلی) باشد. محیط فعالیت می‌تواند با نقش تعدیل‌گری رابطه بین سرزندگی و رضایت شغلی را تحت تاثیر قرار دهد. محیط فعالیت می‌تواند تاثیر قابل توجهی بر تجربه کاری او داشته باشد. راهنمایان بین‌المللی با چالش‌هایی مانند تفاوت‌های فرهنگی، موانع زبانی و انتظارات متنوع گردشگران مواجه هستند. در مقابل ممکن است راهنمایان داخلی ممکن است درک بهتری از فرهنگ محلی داشته و با موانع کمتری روبرو باشند. این تفاوت‌ها می‌توانند در ارتباط سرزندگی و رضایت شغلی راهنمایان موثر باشند. بنابراین در این مطالعه محیط راهنما با دو وجه راهنمایی داخلی و راهنمایی بین‌المللی به عنوان نقش تعدیل‌گر در رابطه بین سرزندگی راهنمایان و رضایت شغلی مورد بررسی قرار می‌گیرد (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

جدول ۱. فرضیه های تحقیق

منابع	فرضیه
Fange et al (2019)	فرضیه ۱: راهنمایی سرزنده بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری تاثیر دارد.
Pekdemir et al (2019)	فرضیه ۲: راهنمایی مشتاق بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری تاثیر دارد.
Yu et al (2007)	فرضیه ۳: راهنمایی خلاق بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری تاثیر دارد.
Plester & Hutchison (2016)	فرضیه ۴: راهنمایی تعاملی بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری تاثیر دارد.
	فرضیه ۵: محیط راهنمایی، رابطه علی سرزندگی راهنمای تور و رضایت شغلی را تعدیل می‌کند.

روش انجام پژوهش

پژوهش حاضر، کاربردی و توصیفی-همبستگی از نوع تحلیل مسیر می‌باشد. جامعه آماری آن راهنمایان گردشگری ایران بود که نمونه‌گیری به‌صورت اینترنتی و از طریق ارسال پرسشنامه در بین راهنمایان گردشگری سراسر کشور انجام گرفت. به منظور تعیین حجم نمونه از رابطه $(5Q < n < 15Q)$ استفاده شده است که در آن Q تعداد متغیرهای مشاهده پذیر یا تعداد سوالات و n حجم نمونه است (هومن، ۱۳۸۴). با توجه به اینکه تعداد سوالات پرسشنامه تحقیق حاضر، ۲۶ عدد است، بنابراین حجم نمونه باید حداقل ۱۳۰ و حداکثر ۳۹۰ باشد. بر این اساس، تعداد نمونه در این تحقیق ۲۶۰ نفر می‌باشد. ابزار مورد استفاده برای سنجش سرزندگی، پرسشنامه سرزندگی راهنماهای گردشگری چنگ و همکاران (۲۰۲۰) است که شامل ۴ بعد راهنمایی سرزنده (۵ مورد)، راهنمایی مشتاق (۶ مورد)، راهنمایی خلاق (۵ مورد) و راهنمایی تعاملی (۶ مورد) می‌باشد. همچنین، ابزار سنجش متغیر رضایت شغلی برگرفته از مطالعه چنگ و او-یانگ (۲۰۱۸) است که شامل ۴ سوال می‌باشد، کلیه سوالات پرسشنامه در طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق طراحی شد. جدول (۲) گویه‌ها و منابع پرسشنامه را نشان می‌دهد. جهت بررسی پایایی تحقیق از آلفای کرونباخ (حد مجاز آن بزرگ‌تر از ۰/۷) و پایایی ترکیبی (حد مجاز آن بزرگ‌تر از ۰/۷) استفاده شد. به منظور بررسی روایی تحقیق ابتدا از روایی محتوا و از طریق نظرخواهی از خبرگان و مطلعین مرتبط با موضوع تحقیق بهره گرفته شد و سپس برای روایی همگرا از مقیاس میانگین واریانس‌های استخراجی که حد مجاز آن بزرگ‌تر از ۰/۵ است و روایی واگرا که در آن مقادیر ماتریس همبستگی باید کوچک‌تر از مجذور واریانس‌های استخراجی نظیر خود باشند (فورنل و لارکر) استفاده شد (جدول ۲). در نهایت، برای تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی^۱ (OLS) با کمک نرم‌افزار Amos استفاده شده است.

جدول ۲: شاخص‌های روایی و پایایی

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	واریانس استخراجی	فورنل-لارکر	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)
(۱) راهنمایی سرزنده	۰/۸۰۱	۰/۸۶۰	۰/۵۵۹	۰/۷۴۷					
(۲) راهنمایی مشتاق	۰/۷۱۹	۰/۸۰۳	۰/۵۲۳	۰/۴۸۴	۰/۷۲۳				
(۳) راهنمایی خلاق	۰/۷۷۱	۰/۸۴۲	۰/۵۱۳	۰/۵۱۷	۰/۵۲۲	۰/۷۱۶			
(۴) راهنمایی تعاملی	۰/۷۵۰	۰/۸۳۶	۰/۵۷۰	۰/۴۶۸	۰/۶۱۹	۰/۵۴۷	۰/۷۵۵		
(۵) رضایت شغلی	۰/۸۴۵	۰/۷۶۸	۰/۵۸۱	۰/۷۴۱	۰/۵۱۳	۰/۵۶۹	۰/۶۵۶	۰/۷۶۲	

یافته‌ها

مطابق جدول (۳) از نظر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، بیشتر اعضای نمونه مورد مطالعه از نظر تحصیلی لیسانس (۴۸/۵٪)، دارای رشته تحصیلی گردشگری (۳۱/۲٪)، مدت فعالیت کمتر از ۲ سال در زمینه راهنمایی گردشگری (۳۸/۱٪)، هستند. از نظر جنسیت تقریباً مردان و زنان درصد مساوی دارند؛ همچنین، از نظر عضویت، بیشتر مشارکت‌کنندگان (۷۲/۷٪) در یک یا چند تشکل انجمن استانی، کانون یا جامعه راهنمایان گردشگران، عضویت دارند و از نظر محیط فعالیت، ۵۱/۹ درصد به عنوان راهنمای داخلی و ۴۸/۱ درصد به عنوان راهنمای

بین‌المللی (۴۶/۹٪) فعالیت می‌کنند. این در حالی است که از نظر وضعیت شغلی، راهنمایی گردشگری، شغل اصلی تنها ۴۰ درصد مشارکت‌کنندگان بود و ۶۰ درصد مابقی از راهنمایی گردشگری به عنوان شغل مکمل استفاده می‌کنند.

جدول ۳: اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

جنسیت	متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	ویژگی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۳۱	۵۰/۳	زمینه	گردشگری	۸۱	۳۱/۲
	زن	۱۲۹	۴۹/۷	تحصیلی	علوم انسانی	۵۶	۲۱/۵
سن	۲۱-۳۰ سال	۸۱	۳۱/۲	مدت	زبان انگلیسی	۴۸	۱۸/۵
	۳۱-۴۰ سال	۱۳۱	۵۰/۴		علوم پایه	۲۰	۷/۶
	۴۱-۵۰ سال	۳۶	۱۲/۸		فنی و مهندسی	۵۵	۲۱/۲
	۵۱-۶۰ سال	۹	۳/۵		کمتر از ۲ سال	۹۹	۳۸/۱
تحصیلات	بیش از ۶۰ سال	۳	۱/۲	فعالیت	۲-۵ سال	۷۸	۳۰/۰
	فوق دیپلم	۱۱	۴/۲		۶-۱۰ سال	۵۴	۲۰/۷
	لیسانس	۱۲۶	۴۸/۵		۱۱-۲۰ سال	۲۶	۱۰/۰
	فوق لیسانس	۱۱۰	۴۲/۳		بیش از ۲۰ سال	۳	۱/۲
عضویت	دکتری	۱۳	۵/۰	محیط راهنمایی	داخلی	۱۳۵	۵۱/۹
	انجمن استانی / کانون / یا جامعه راهنمایان	۱۸۹	۷۲/۷		بین‌المللی	۱۲۵	۴۸/۱
وضعیت شغلی	عدم عضویت	۷۱	۲۷/۳				
	شغل اصلی	۱۰۴	۴۰/۰				
	شغل مکمل	۱۵۶	۶۰/۰				

جدول (۴) نتایج مربوط به میانگین پاسخ‌ها، بارهای عاملی و معناداری متغیرهای آشکار (سؤالات) را نشان می‌دهد. در معادلات ساختاری و در تحلیل عاملی، به منظور تأیید حضور متغیرهای آشکار در مدل ساختاری تحقیق، باید ضرایب بار عاملی برای هر سؤال باید بزرگ‌تر از ۰/۴ بوده و ضرایب معناداری نیز خارج از بازه بحرانی (۱/۹۶ - ، ۱/۹۶) باشد. نتایج جدول (۴) نشان‌دهنده تأیید مقادیر بارهای عاملی و ضرایب معناداری است؛ بنابراین مدل تحقیق از نظر تحلیل عاملی، مورد تأیید است.

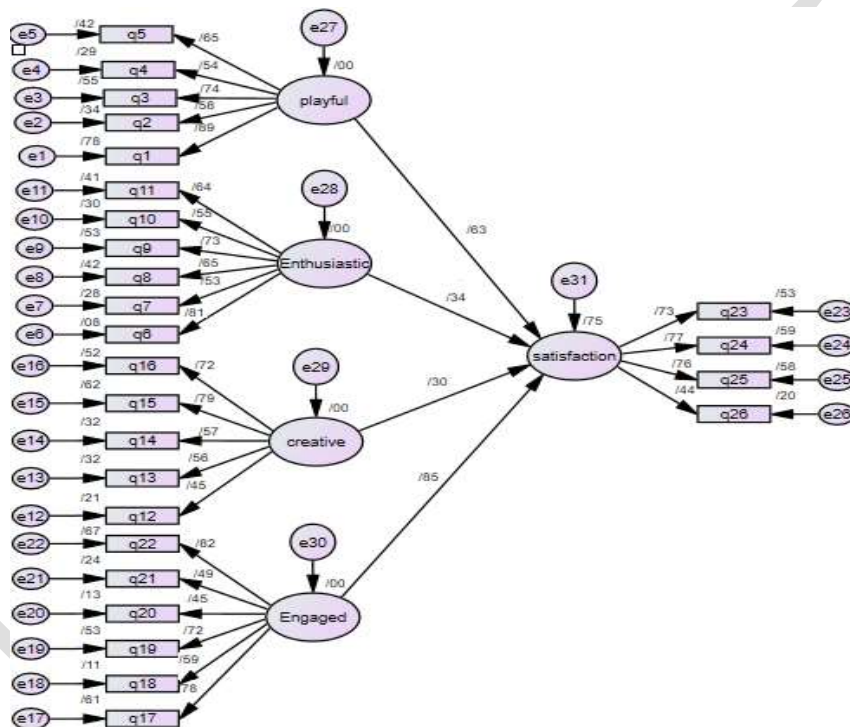
جدول ۴: نتایج میانگین، بارهای عاملی و ضریب معناداری متغیرهای آشکار

متغیر راهنمایی سرزده	کد گویه	گویه	میانگین	انحراف معیار	بار عاملی	معناداری
راهنمایی مشتاق	q1	در ارائه‌ها و توضیحات به اعضای تور از شوخ‌طبعی استفاده می‌کنم تا نسبت به موضوع علاقه‌مند شوند.	۳/۸۳۲	۰/۸۵۰	۰/۸۸۵	-
	q2	هنگام راهنمایی، شوق مسافرت را در اعضای تور برمی‌انگیزانم.	۴/۲۴	۰/۷۶۲	۰/۵۸۰	۳/۶۳۹
	q3	برای بالابردن اشتیاق سفر اعضای تور، از زبان بدن استفاده می‌کنم.	۴/۰۲	۰/۷۷۴	۰/۷۴۰	۱۰/۰۰
	q4	هنگام راهنمایی، تعامل مناسبی در بین اعضای تور ایجاد می‌کنم.	۴/۴۱	۰/۶۴۶	۰/۵۲۸	۷/۰۰
	q5	هنگام راهنمایی، باشوخی کردن، سعی می‌کنم اعضای تور را بخندانم.	۳/۵۷	۰/۹۳۲	۰/۶۵۰	۸/۶۸
	q6	هنگام راهنمایی، روحیه من همیشه ثابت است و تفاوتی در کیفیت راهنمایی من در طول روز وجود ندارد.	۳/۴۵	۱/۱۳۸	۰/۸۱۰	-
	q7	هنگام راهنمایی، همیشه با دیگران صمیمی و بی‌ریا هستم.	۴/۰۲	۰/۸۹۵	۰/۵۳۳	۳/۱۰
	q8	هنگام راهنمایی، ارتباط خوبی با اعضا برقرار می‌کنم.	۴/۵۴	۰/۵۸۵	۰/۶۴۸	۳/۲۳
	q9	هنگام راهنمایی، همیشه هوشیار و زنگ هستم.	۴/۲۵	۰/۶۸۵	۰/۷۲۶	۳/۲۸
	q10	هنگام راهنمایی، همیشه خون‌گرم و شاد هستم.	۴/۳۴	۰/۶۷۷	۰/۵۴۵	۳/۱۲
	q11	هنگام راهنمایی، همیشه مطمئن و دارای اعتمادبه‌نفس هستم.	۴/۲۹	۰/۷۳۹	۰/۶۴۳	۳/۲۲
	q12	همیشه ایده‌های جالبی برای خلق شگفتی‌های خوشایند برای اعضای تور (مانند سورپرایز تولد) دارم.	۳/۹۳	۰/۸۹۳	۰/۴۵۴	-
راهنمایی خلاق	q13	از خلاقیت برای ایجاد سبک راهنمایی خود استفاده می‌کنم.	۴/۲۱	۰/۷۰۳	۰/۵۶۵	۴/۶۹
	q14	از طراحی خلاقانه (برای مثال، در مدل مو، لباس و لوازم جانبی) استفاده می‌کنم تا اعضای تور را شگفت‌زده کنم.	۳/۴۵	۱/۰۲۵	۰/۵۶۷	۴/۷۰
	q15	دوست دارم چیزهای جدید را امتحان کنم.	۴/۲۷	۰/۶۸۴	۰/۷۸۷	۵/۲۸
	q16	حس کنجکاوی قوی‌ای دارم.	۴/۳۵	۰/۷۲۲	۰/۷۲۲	۵/۱۸

q17	هنگام راهنمایی، از کار لذت می‌برم و آن را مانند یک کار عادی و روزمره نمی‌بینم.	۴/۴۶	۰/۶۸۶	۰/۷۷۹	-
q18	هنگام راهنمایی، من اغلب احساس سستی و دلزدگی می‌کنم.*	۴/۱۲	۰/۹۴۹	۰/۷۸	۴/۱۵
q19	من با خوشحالی مشغول کار راهنمایی هستم.	۴/۲۶	۰/۷۹۷	۰/۷۴۵	۹/۴۴
q20	هنگام راهنمایی، از خوشحالی خودم را گم می‌کنم و غرق در کار می‌شوم.	۳/۲۹	۱/۱۰۳	۰/۴۵	۴/۵۴
q21	هنگام راهنمایی، تشویق من باعث می‌شود دیگران احساس شادی کنند.	۳/۹۵	۰/۶۷۱	۰/۴۹۳	۶/۲۲
q22	من مجذوب کار راهنمایی بوده و کاملاً متعهد به آن هستم.	۴/۳۱	۰/۷۱۱	۰/۸۱۷	۱۰/۶۹
q23	در شغل خود، احساس می‌کنم کاری ارزشمند انجام می‌دهم.	۴/۴۶	۰/۷۰۳	۰/۷۲۶	-
q24	احساس می‌کنم شغل من جالب است.	۴/۵۶	۰/۶۲۲	۰/۷۷۰	۹/۱۵
q25	احساس می‌کنم شغل من رضایت‌بخش است	۴/۱۸	۰/۷۷۷	۰/۷۶۳	۹/۰۸
q26	اگر مجبور نبودم دوباره این کار را انجام دهم، کار دیگری را انتخاب می‌کردم.*	۳/۸۲	۱/۱۰۷	۰/۴۴۴	۵/۲۷

* سوال معکوس

شکل (۲) مدل ساختاری تحقیق را نشان می‌دهد. نتایج این شکل نشان‌دهنده تأیید مدل ساختاری است (تمامی ضرایب عاملی بزرگ‌تر از ۰/۴ می‌باشد؛ بنابراین مدل ساختاری تحقیق مورد تأیید بوده و می‌توان به آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخت.



شکل ۲: مدل ساختاری تحقیق

جدول (۵) شاخص‌های مربوط به برازش تحقیق را نشان می‌دهد که شامل شاخص‌های کای دو به درجه آزادی، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)، شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)، شاخص برازش تطبیقی مقتصد (PCFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI) و شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد، از نظر همه شاخص‌ها، برازش مدل مورد تأیید است؛ بنابراین براساس این نتایج، می‌توان گفت که داده‌های مدل تحقیق با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق همخوانی دارد و این امر به معنای تأیید مدل تحقیق است.

جدول ۵. شاخص‌های برازش

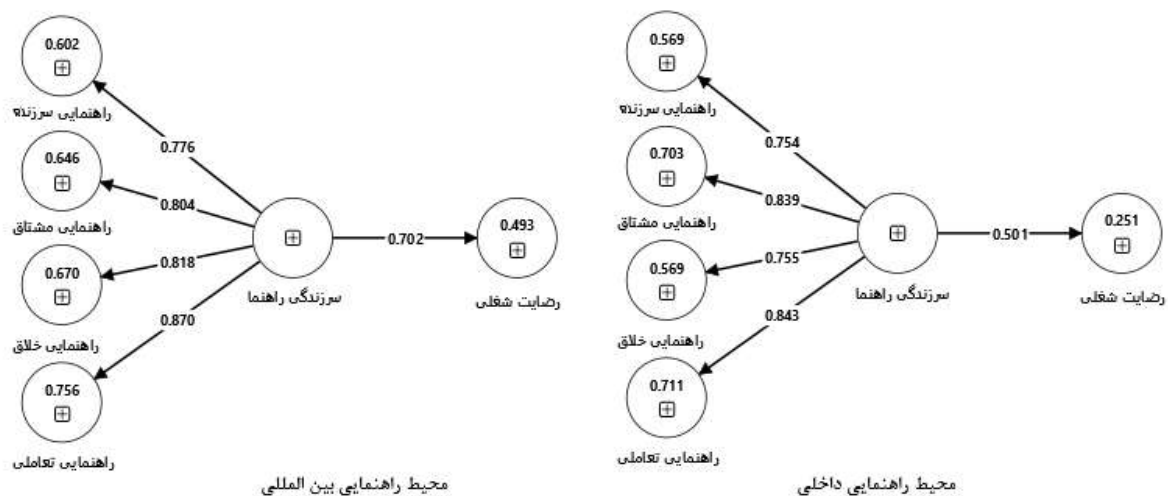
شاخص	χ^2/df	RMSA	PCFI	GFI	AGFI	NFI	CFI	IFI
حد مجاز	> 5	> 0.08	< 0.5	< 0.9	< 0.8	< 0.9	< 0.9	< 0.9
مقدار به دست آمده	۲/۴۹	۰/۰۸۳	۰/۶۶۲	۰/۹۳	۰/۸۶	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۹۳

جدول (۶) ضرایب مسیر (بتا)، آماره t ، ضریب تعیین و نتیجه فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج به دست آمده از مقادیر ضرایب مسیر و آماره t ، تأثیر راهنمایی سرزنده بر رضایت شغلی با ضریب مسیر ۰/۶۳ و ضریب معناداری ۶/۸۱۰ مورد تأیید قرار می‌گیرد. فرضیه دوم تأثیر راهنمایی مشتاق بر رضایت شغلی است که ضریب مسیر آن ۰/۳۴ و ضریب معناداری آن ۴/۲۶۸ است که نشان‌دهنده تأیید در سطح اطمینان ۹۹ درصد است. فرضیه سوم تأثیر راهنمایی خلاق بر رضایت شغلی است که ضریب مسیر به دست آمده برای آن ۰/۳۰ و ضریب معناداری ۴/۱۴۱ می‌باشد؛ بنابراین، این فرضیه نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. در نهایت، راهنمایی تعاملی با ضریب ۰/۸۵ و ضریب معناداری ۸/۳۳۱ تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری دارد. ضریب تعیین (R^2) که نشان‌دهنده میزان پیش‌بینی‌کنندگی متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل است؛ در این تحقیق ۰/۴۱۲ است. بنابراین متغیرهای راهنمایی سرزنده، راهنمایی مشتاق، راهنمایی خلاق و راهنمایی تعاملی در مجموع بیش از ۴۱ درصد از تغییرات متغیر رضایت شغل را پیش‌بینی می‌کنند.

جدول ۶: ضرایب مسیر (بتا)، آماره t ، ضریب تعیین و نتایج فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌های تحقیق	ضریب مسیر (Beta)	معناداری ضرایب (t-value)	ضریب تعیین (R^2)	وضعیت
راهنمایی سرزنده $\rightarrow$ رضایت شغلی	۰/۶۳	۶/۸۱۰	۰/۴۱۲	تایید
راهنمایی مشتاق $\rightarrow$ رضایت شغلی	۰/۳۴	۴/۲۶۸		تایید
راهنمایی خلاق $\rightarrow$ رضایت شغلی	۰/۳۰	۴/۱۴۱		تایید
راهنمایی تعاملی $\rightarrow$ رضایت شغلی	۰/۸۵	۸/۳۳۱		تایید

در ادامه و به منظور بررسی فرضیه پنجم تحقیق مبنی بر نقش تعدیل‌گر محیط راهنمایی در ارتباط علی بین سرزندگی راهنما و رضایت شغلی، مدل تحقیق در نرم‌افزار SmartPLS4 به صورت تحلیل چندگروهی (MGA) بر مبنای نقش تعدیل‌گر محیط راهنمایی در دو گروه راهنمایان داخلی و راهنمایان بین‌المللی اجرا گردید که نتایج آن در شکل (۳) و جدول (۷) نشان داده شده است. بر مبنای نتایج تحقیق، با توجه به مقدار معناداری تعدیلگر ($P\text{-value} < 0/05$) می‌توان گفت که نقش تعدیل‌گری محیط راهنمایی در ارتباط بین سرزندگی راهنما و رضایت شغلی، در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. همچنین با توجه به مقادیر ضریب مسیر به دست آمده برای دو گروه راهنمایان داخلی ($\beta = 0/501$) و راهنمایان بین‌المللی ($\beta = 0/702$) می‌توان گفت که تأثیر سرزندگی راهنمایان تور بر رضایت شغلی در تورهای بین‌المللی بیش از تورهای داخلی می‌باشد.



شکل ۳: بررسی نقش تعدیل گر محیط راهنمایی به تفکیک دو گروه راهنمای داخلی و بین‌المللی

جدول ۷: بررسی نقش تعدیل گر محیط راهنمایی به تفکیک دو گروه راهنمای داخلی و بین‌المللی

وضعیت تعدیلگری	معناداری تعدیلگری (P-value)	تفاوت (داخلی-بین‌المللی)	معناداری (t-value)	ضریب مسیر (Beta)	گروه	فرضیه
تایید	۰/۰۳۳	-۰/۲۰۱	۵/۹۲۶	۰/۵۰۱	محیط راهنمای داخلی	سرزندگی راهنما × محیط
			۱۴/۶۹۴	۰/۷۰۲	محیط راهنمای بین‌المللی	راهنمای ← رضایت شغلی

بحث و نتیجه‌گیری

مشاغل موجود در صنعت گردشگری به ویژه شغل راهنمایان گردشگری مستعد شرایط کار عاطفی^۱ هستند و در آنها از افراد انتظار می‌رود ضمن انجام کار، حتی در شرایطی که با واکنش‌های عاطفی نامطلوبی مواجه می‌شوند، رفتارهای دوستانه و نگرش مثبت خود را حفظ نمایند (Pizam, 2004). مضاف بر این، انتظارات گردشگران و ذینفعان گردشگری به خاطر بازارهای در حال گسترش گردشگری، افزایش یافته است. رضایت‌مندی گردشگران می‌تواند به موفقیت بیشتر این صنعت کمک کند به طوری که از یک طرف امکان بازگشت مجدد گردشگر به مقصد را فراهم می‌کند و از طرف دیگر، سهم مهمی در تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای مقصد ایفا می‌کند (فردوسی و بابائی، ۱۴۰۲). یکی از عوامل موثر بر رضایت گردشگران، عملکرد راهنمایان گردشگری است که با افزایش رقابت بین مقصدهای مختلف، توجه به عملکرد راهنمایان گردشگری نیز اهمیتی بیش‌ازپیش یافته است. داشتن کار عاطفی و هیجانی برای بهبود عملکرد راهنمایان گردشگری و افزایش رضایت گردشگران اهمیت دارد. سرزندگی راهنمایان گردشگری یکی از روش‌های گسترش کار هیجانی است. افرادی که از سطح سرزندگی بالایی برخوردارند قادر به تبدیل زندگی روزمره یا کار به یک بازی جالب هستند و برای افزایش رضایت شغلی و خلاقیت؛ انگیزه ذاتی قوی و ماندگاری را به وجود می‌آورند (Yu et al., 2007). در این راستا، این مطالعه به تحلیل و بررسی سرزندگی راهنمایان گردشگری و نقش آن در ایجاد رضایت شغلی راهنمایان و تاثیر محیط فعالیت راهنمایان بر این رابطه می‌پردازد. برای این منظور، ۵ فرضیه طرح شد که در آن تاثیر ابعاد سرزندگی شامل راهنمایی سرزنده، راهنمایی مشتاق، راهنمایی خلاق و راهنمایی تعاملی بر رضایت شغلی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. نتیجه فرضیه اول نشان از تاثیر مثبت و معنادار راهنمایی سرزنده بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که داشتن ویژگی‌های سرزندگی نظیر شوخ‌طبعی، استفاده از زبان بدن، شوخ‌طبعی در ارائه راهنمایی و ایجاد تعامل مناسب بین

اعضای تور می‌تواند علاوه بر ایجاد سرزندگی و طراوت در فرایند برگزاری تور، به رضایت شغلی راهنمایان گردشگری نیز منجر شود. نتیجه فرضیه دوم نشان از تأیید تأثیر مثبت و معنادار راهنمایی مشتاق بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری دارد. این یافته نشان می‌دهد که لازمه داشتن یک راهنمایی مناسب و همراه با ویژگی‌های سرگرم‌کننده و جذاب، داشتن راهنماهایی است که برون‌گرا باشند، از ارتباط با گردشگران لذت ببرند و خون‌گرم و صمیمی و دارای اعتمادبه‌نفس باشند. داشتن این ویژگی‌ها در وهله اول به رضایت از شغل و رضایت از گذران اوقات راهنماها در کنار گردشگران می‌انجامد که حاصل این کار گردشگران راضی و داشتن تورهایی مفرح و جذاب است. بنابراین راهنمایی مشتاقانه می‌تواند رضایت شغلی راهنمایان گردشگری و رضایت گردشگران را به همراه داشته باشد. نتایج فرضیه سوم تحقیق نشان داد که راهنمایی خلاق تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری دارد. به طوری که داشتن ایده‌های جالب و خلاقانه برای اعضای تور در طول سفر، ارائه مطالب به صورت خلاقانه، ایجاد حس کنجکاوی در بین گردشگران، استفاده خلاقانه از لوازم سفر، لباس و ... در سفر می‌تواند به رضایت شغلی و راهنمایی با کیفیت راهنمایان گردشگری کمک کند. نتایج فرضیه چهارم تحقیق، نشان از تأیید تأثیر راهنمایی تعاملی بر رضایت شغلی راهنمایان دارد. به گونه‌ای که، راهنمایی تعاملی تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری دارد. داشتن تعاملات و ارتباطات دوجانبه و چندجانبه مناسب با گردشگران، لذت و نشاط از کار راهنمایی، تلاش برای ایجاد شادی و نشاط در بین سایر اعضا و متعهد بودن نسبت به کار می‌تواند به رضایت شغلی راهنمایان گردشگری منجر شود. پیش‌شرط و لازمه ایجاد سرزندگی در راهنمایی با ویژگی‌های سرزنده، خلاقانه، مشتاقانه و تعاملی در این است که راهنمایان متعهد به کار بوده و دارای مسئولیت‌پذیری، داشتن شخصیت برون‌گرا و اجتماعی و شوخ‌طبعی باشند که همه این ویژگی‌ها باعث می‌گردد که آنها هم در ارائه مسئولیت‌های خود موفق بوده و هم از شغل خود رضایت کافی را کسب نمایند. مقایسه نتایج تحقیق با مطالعات پیشین نشان می‌دهد که یافته‌های این تحقیق همراستا با ادبیات تحقیق بوده و با مطالعات چنگ و همکاران (۲۰۲۰)، فنگ و همکاران (۲۰۱۹)، پکدیر و همکاران (۲۰۱۸) و یو و همکاران (۲۰۰۷) همراستا می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که سرزندگی به عنوان یکی از مفاهیم جدید در حوزه گردشگری می‌تواند به افزایش رضایت شغلی راهنمایان گردشگری کمک نماید. در نهایت در فرضیه پنجم، نتایج نشان داد که محیط راهنمایی نقش تعدیل‌کننده در ارتباط بین سرزندگی راهنمایان و رضایت شغلی ایفا نماید. به این صورت که بر حسب اینکه راهنمای گردشگری در سطح تورهایی داخلی یا تورهایی بین‌المللی (راهنمای گردشگران ورودی) فعالیت می‌کند افراد از سطح سرزندگی متفاوتی برخوردار هستند. نتایج نشان داد که میزان تأثیرگذاری سرزندگی راهنمایان گردشگری فعال در محیط بین‌المللی بر رضایت شغلی بیش از مقدار آن در بین راهنمایان گردشگری فعال در محیط داخلی می‌باشد. طبق نتایج، سرزندگی راهنمایان تور تأثیر قوی‌تری بر رضایت شغلی راهنمایان بین‌المللی دارد. زیرا به آنها کمک می‌کند تا با ارتباطات گسترده به صورت بین فرهنگی تطابق ایجاد کنند. بنابراین می‌توان گفت که محیط فعالیت راهنمایان می‌تواند نقش فعالی در میزان رضایت شغلی آنها براساس سرزندگی باشد و راهنمایانی که در سطح بین‌المللی (گردشگران ورودی به ایران) فعالیت می‌کنند نقش سرزنده، مشتاقانه، تعاملی و خلاقانه در شغل خود دارند و این موارد در رضایت شغلی بیشتر آنها منعکس می‌گردد.

این مطالعه اثر سرزندگی راهنمایان با در نظر گرفتن محیط فعالیت راهنمایان بر رضایت شغلی را مورد بررسی قرار داد. پیشنهاد به مطالعات آتی این است که در مطالعات آتی می‌توان به بررسی عوامل موثر بر سرزندگی راهنمایان تور پرداخت. همچنین می‌توان مدل تحقیق را در بین راهنمایان طبیعت‌گردی، شهری، تاریخی، فرهنگی و راهنمایان تورهایی تخصصی مورد بررسی قرار داد. همچنین، در مطالعات آتی می‌توان مفهوم سرزندگی را در سایر حوزه‌های فعالیتی گردشگری نظیر کارکنان بخش اقامت، بخش حمل و نقل، بخش رستوران و نیز در بین گردشگران مورد ارزیابی و سنجش قرار داد.

راهکارها

سرزندگی راهنمایان تور یکی از مفاهیم جدید در حوزه گردشگری و مهمان‌نوازی است که نقش زیادی در بهبود عملکرد و انگیزه کارکنان ایفا می‌کند و بر رضایت و خشنودی و نشاط اعضای تور در طول سفر می‌افزاید براساس نتایج تحقیق، موارد زیر در جهت افزایش رضایت و نشاط گردشگران و راهنمایان پیشنهاد می‌گیرد:

- تنظیم برنامه‌های آموزشی به وسیله مجریان تور به منظور آشنایی با مفهوم سرزندگی و نحوه بکارگیری آن در فرایند سفر توسط راهنمایان گردشگری.

- شناسایی و تدارک برنامه‌هایی که می‌تواند به ایجاد سرزندگی در تور کمک کند نظیر سورپرایز تولد، ایده‌های جدید و اضافه کردن بخش‌های مهیج خارج از برنامه تور

- قرار دادن معیارهای ارزیابی سطح سرزندگی در فرایند جذب راهنماها.

- ارزیابی سطح سرزندگی راهنمایان تور پس از برگزاری تور با استفاده از نظرات گردشگران.

- ایجاد محیط‌های خلاق و سرگرم‌کننده جهت افزایش سطح رضایت شغلی راهنمایان و بهبود تجربه سفر گردشگران

- تقویت فعالیت‌های تیمی راهنمایان تور و تقویت روحیه همکاری آنها به منظور ایجاد محیط صمیمی و همکارانه در فرایند برگزاری تور

- ایجاد فضای حمایتی و عاطفی برای راهنمایان در جهت مدیریت استرس و تقویت حس ارزشمندی حمایت‌گری در بین راهنمایان تور.

- استفاده از رویکرد سرزندگی در ارائه تورها نظیر بکارگیری استراتژی‌های تعاملی و بازی‌محور در تورها

سپاسگزاری

پژوهشگران این مطالعه از همه راهنمایان گردشگری که در انجام این پژوهش همکاری لازم را انجام دادند، قدردانی می‌نمایند.

منابع

Alrawadieh, Z., Cetin, G., & Dincer F.I., G. (2019). The impact of emotional dissonance on quality of work life and life satisfaction of tour guides. *Service Industries Journal*, 40(4), 1-15. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1590554>

Anđelković, Ž., Dragin, A., Božić, S., & Košić, K. (2017). Emotional exhaustion and job satisfaction of tour guides in rural areas. *Economics of Agriculture*, 64(1), 11-26. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj1701011A>.

Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00013-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9)

Babaei Y., & Fani M., (2022), The Effect of Green Human Resource Management on Environmental Citizenship Behavior and Environmentally-Friendly Behaviors of Hotel Staff, *Journal of Tourism Management Studies*, 16(56), 211-249. (In Persian) <https://doi.org/10.22054/tms.2021.50812.2286>

Banerjee, S., & Chua, A. Y. (2020). How alluring is the online profile of tour guides? *Annals of Tourism Research*, 81, 102887. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102887>.

Barnett, L. A. (2007). The nature of playfulness in young adults. *Personality and Individual Differences*, 43(4), 949-958. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.02.018>.

Bozionelos, N., & Bozionelos, G. (1999). Playfulness: Its relationship with instrumental and expressive traits. *Personality and Individual Differences*, 26(4), 749-760. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(98\)00207-4](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(98)00207-4)

Buitendach, J. H., & De Witte, H. (2005). Job insecurity, extrinsic and intrinsic job satisfaction and affective organisational commitment of maintenance workers in a parastatal. *South African Journal of Business Management*, 36(2), 27-37. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v36i2.625>

- Cheng, J.-C., & O-Yang, Y. (2018). Hotel employee job crafting, burnout, and satisfaction: The moderating role of perceived organizational support. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 78–85. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.005>
- Cheng, T. M., Chen, M. T., & Wu, C. H. (2020). Tour conductor playfulness: Conceptualizing and scale development. *Journal of Travel Research*, 60(1), 197-207. <https://doi.org/10.1177/0047287519888284>
- Cheng, T.-M., Chen, T.-Y., & Chang, S.-F. (2023). Effect of guide playfulness on the authenticity perception and place attachment of tourists: A cross-level analysis of indigenous tourism of Tsou in Taiwan. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101170. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101170>
- Cheraghian, H., Heidari, N., Aria, N., & Amraie, A. (2016). The relationship of creativity and stress coping strategies with playfulness in university students. *Journal of Psychological Science*, 12(3), 39-58. (In Persian) <https://doi.org/10.22051/jontoe.2016.2545>
- Ebrahimpour H., Babaei Y., & Sokhandan E., (2017), Examining the Role of Social Capital on the Participation of Host Communities in the Sustainable Tourism Development with the Mediator Role of Tourism Effects (Case Study: Sareyn), *Journal of Tourism Planning and Development*, 22(6), 118-143. (In Persian) <https://doi.org/10.22080/jtpd.2017.1712>
- Fang, C. H., Fang, C. L., Chao, R. F., & Lin, S. P. (2019). Paternalistic leadership and employees' sustained work behavior: A perspective of playfulness. *Sustainability*, 11(23), 6650. <https://doi.org/10.3390/su11236650>
- Ferdowsi, S., & Babaei, Y. (2024). Requirements of tourists' satisfaction from urban facilities and services, case study: Shahrud City. *Urban Ecological Research*, 14(4), 15-32. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/grup.2023.35635.1983>
- Ferdowsi, S., Aghandeh, M. A., & Babaei, Y. (2020). Analytical study on risks and hazards of tourism destinations: Case study of Bandar Anzali. *Journal of Urban Ecology Researches*, 10(2), 13-26. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/grup.2020.7075>
- Fu, T., Li, S., Xu, J., Liu, M., & Chen, G. (2023). Examining tour guide humor as a driver of tourists' positive word of mouth: A comprehensive mediation model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(5), 1824-1843. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2022-0587>
- Glaveli, N., Grigoroudis, E., & Manolitzas, P. (2019). Practical application of MSQ and MUSA methodology in determining critical job satisfaction factors of seasonal employees in summer destination luxury resorts. *Tourism Management*, 74, 426-437. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.020>
- Glynn, M. A., & Webster, J. (1992). The adult playfulness scale: An initial assessment. *Psychological Reports*, 71(1), 83-103. <https://doi.org/10.2466/pr0.1992.71.1.83>
- Guitard, P., Ferland, F., & Dutil, E. (2005). Toward a better understanding of playfulness in adults. *OTJR: Occupation, Participation and Health*, 25(1), 9-22. <https://doi.org/10.1177/153944920502500103>
- Hansen, A. H., & Mossberg, L. (2016). 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. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1162347>
- Hooman, H. A. (2005). *Structural equation modeling using LISREL software*. Samat Publications.
- Hurren, B. L. (2006). The effects of principals' humor on teachers' job satisfaction. *Educational Studies*, 32(4), 373-385. <https://doi.org/10.1080/03055690600850421>
- Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2012). Job attitudes. *Annual Review of Psychology*, 63, 341-367. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120710-100511>

Karoubi, M., Babaei, Y., Sheikhhasani, N., & Aghande, M. (2020). Study of the relationship between tourism industry and improving the quality of life of the host society (Case study: Sarein City). *Journal of Urban Tourism*, 14(4), 63-88. (In Persian) <https://doi.org/10.22055/qjsd.2020.27156.1789>.

Kazemian G., Ziaee M., Yavari GoharF., & Babaei Y., (2022), Presenting a model of tourism complementary development with a hybrid approach, *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(40), 103-132. (In Persian) <https://doi.org/10.22080/JTPD.2022.21272.3524>

Li, H., Chen, G., Liu, M., Xu, J., Cao, J., & Yang, J. (2022). How does tour guide humor influence tourist citizenship behavior? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 108-118. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.005>

Lillo-Bañuls, A., Casado-Díaz, J. M., & Simón, H. (2018). Examining the determinants of job satisfaction among tourism workers. *Tourism Economics*, 24(8), 980-997. <https://doi.org/10.1177/1354816618785541>.

Lin, L. H., Ho, Y. L., Lee, T. Y., & Lin, W. H. E. (2019). Gender, playfulness, and creativity: A perspective of human resource development. *International Journal of Happiness and Development*, 5(4), 328-341. <https://doi.org/10.1504/IJHD.2019.104379>

Mancini, M. (2001). *Conducting tours* (3rd ed.). Delmar Thomson Learning.

Mandić, A., Petrić, L., & Pivčević, S. (2025). Harmonizing sustainability and resilience in post-crisis cultural tourism: Stakeholder insights from the Split metropolitan area living lab. *Tourism Management Perspectives*, 55, 101331. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.101331>

Maxwell, S., Reed, G., Saker, J., & Story, V. (2005). The two faces of playfulness: A new tool to select potentially successful sales reps. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 25(3), 215-229. <https://doi.org/10.1080/08853134.2005.10749060>

Mododi Arkhudi, M., & Naghiloo, H. (2023). Explaining effective factors on tourism demand in Zanjan City. *Urban Ecological Research*, 14(3), 165-184. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/grup.2020.45070.2313>

Pekdemir, I. M., Yeke, S., & Yaşhoğlu, M. (2018). An investigation of attitudes of employees from different age groups (Generations) towards fun at work, experienced fun at workplace, job satisfaction, and turnover intention. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(4), 213-230. <https://doi.org/10.18037/ausbd.552716>

Pizam, A. (2004). Are hospitality employees equipped to hide their feelings? *International Journal of Hospitality Management*, 23(4), 315-316. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.09.001>

Plester, B., & Hutchison, A. (2016). Fun times: The relationship between fun and workplace engagement. *Employee Relations*, 38(3), 332-350. <https://doi.org/10.1108/ER-03-2014-0027>

Proyer, R. T. (2017). A new structural model for the study of adult playfulness: Assessment and exploration of an understudied individual differences variable. *Personality and Individual Differences*, 108, 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.12.011>

Proyer, R. T., & Brauer, K. (2018). Exploring adult playfulness: Examining the accuracy of personality judgments at zero-acquaintance and an LIWC analysis of textual information. *Journal of Research in Personality*, 73, 12-20. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.10.002>

Proyer, R. T., & Jehle, N. (2013). The basic components of adult playfulness and their relation with personality: The hierarchical factor structure of seventeen instruments. *Personality and Individual Differences*, 55(7), 811-816. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.07.010>

Proyer, R. T., & Ruch, W. (2011). The virtuousness of adult playfulness: The relation of playfulness with strengths of character. *Psychology of Well-Being: Theory, Research and Practice*, 1(1), 4. <https://doi.org/10.1186/2211-1522-1-4>

- Qian, X. L., & Yarnal, C. (2011). The role of playfulness in the leisure stress-coping process among emerging adults: An SEM analysis. *Leisure/Loisir*, 35(2), 191-209. <https://doi.org/10.1080/14927713.2011.578398>
- Rahimiaghdam S., Faryabi M., & Haqverdizadeh A., (2019), Communication Skills of International Tour Leaders, *Journal of International Business Administration*, 2(6), 163-183. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/jiba.2019.9580>
- Rahimiaghdam, S., Senobar N., & Haqverdizadeh A., (2020). Identifying the ethical competencies of international tour guides, *Ethics in Science and Technology*, 15(3), 58-64. (In Persian) <http://doi.org/20.1001.1.22517634.1399.15.3.9.9>
- Robbins, S.P. (2005) *Essentials of Organizational Behavior*. 8th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Rutledge, E. (2022). The tour guide role in the United Arab Emirates: Emiratisation, satisfaction and retention. *Tourism and Hospitality Research*, 23(4), 610-623. <https://doi.org/10.1177/14673584221122488>
- Sandaruwani, J. R. C., & Gnanapala, W. A. C. (2016). The role of tourist guides and their impacts on sustainable tourism development: A critique on Sri Lanka. *Tourism, Leisure and Global Change*, 3, 62-73.
- Schaefer, C., & Greenberg, R. (1997). Measurement of playfulness: A neglected therapist variable. *International Journal of Play Therapy*, 6(2), 21-31. <https://doi.org/10.1037/h0089406>
- Van Vleet, M., & Feeney, B. C. (2015). Play behavior and playfulness in adulthood. *Social and Personality Psychology Compass*, 9(11), 630-643. <https://doi.org/10.1111/spc3.12205>
- Wang, S., Tian, Q., Chen, X., Zhang, Q., Deng, F., & Arif, M. (2024). Study of the evolving relationship between tourism development and cultural heritage landmarks in the eight Chengyang scenic villages in China. *Ecological Indicators*, 167, 112702. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2024.112702>
- Wang, T.-L., Tran P.T.K., & Vinh T., (2017). Destination perceived quality, tourist satisfaction and word-of-mouth. *Tourism Review*, 72(3), 392-410. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2017-0103>
- Yang, S.-H., & Choi, J.-W. (2023). A study on the impact positive psychological capital of tour guides on job satisfaction and organizational commitment, *Institute of Management and Economy Research*, 14(2), 167-185. <https://doi.org/10.32599/apjb.14.2.202306.167>
- Yeboah, R., & Ashie, D. (2024). Promotion of local food as tourism product in the Cape Coast Metropolis: An explorative research. *Heliyon*, 10, e40950. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40950>
- Yetgin, D., & Benligiray, S. (2019). The effect of economic anxiety and occupational burnout levels of tour guides on their occupational commitment. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(4), 333-347. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1564681>
- Yu, P., Wu, J. J., Chen, I. H., & Lin, Y. T. (2007). Is playfulness a benefit to work? Empirical evidence of professionals in Taiwan. *International Journal of Technology Management*, 39(3-4), 412-429. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2007.013503>
- Zhou, F., Wang, N., & Wu, Y. J. (2019). Does university playfulness climate matter? A testing of the mediation model of emotional labour. *Innovations in Education and Teaching International*, 56(2), 239-250. <https://doi.org/10.1080/14703297.2018.1453854>
- Ziaee, M., & Farmani, L. (2011). European tourists' evaluation of Iranian tour guides' performance. *Journal of Tourism Studies*, 6(15), 29-52. (In Persian) <https://doi.org/10.22054/tms.2011.5083>

Copyrights

© 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)



آماده به انتشار