

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی

ارزیابی گردشگران اروپایی از عملکرد راهنمایان تور در ایران

نگارش:

لیلا فرمانی

استاد راهنما :

دکتر محمود ضیائی

استاد مشاور :

دکتر محمد حسین ایمانی خوشخو

استاد داور :

دکتر زهره دهدشتی شاهرخ

زمستان ۱۳۸۹

تقدیم بہ پدر و مادر و ہمسر عزیزم

تقدیر و سپاس از استاد ارجمند جناب آقای دکتر محمود ضیائی که بهره مندی از تجارب ایشان در طول این پایان نامه برایم فرصتی مغتنم بوده است و بارانمایی های ارزنده شان صبورانه مرا در اجرای این تحقیق یاری نمودند.

با تشکر از استاد مشاور ارجمند، جناب آقای دکتر محمد حسین ایمانی خوشخو، که با نظرات پربارشان مرا در تصحیح و ارائه بهتر کار یاری نمودند.

با تشکر از استاد عزیز و گرامی سرکار خانم دکتر زهره دهدشتی شاهرخ که داوری این پایان نامه را برعهده داشتند.

و تمامی دوستان و عزیزانی که مرا در تهیه این پایان نامه صمیمانه یاری نموده اند، بویژه خانم ها ابتهال زندی ، نیلوفر عباسپور، و آقایان جلایر خلیل زاده و رسول محمد علی پور.

چکیده

سفرهای گروهی و استفاده از خدمات تور یکی از شیوه‌های متداول سفر می‌باشد. یکی از مهمترین ویژگی‌های این گونه سفرها همراهی فردی به عنوان راهنمای تور به همراه گردشگران در حین سفر است. راهنمایان تور به عنوان کارکنان صف، نقش مهمی در ارائه خدمات و شکل‌گیری تجربه گردشگران دارند. با وجود اهمیت عملکرد راهنمایان تور بر تصویرمشتریان از خدمات شرکت، وفاداری مشتریان و ایجاد انگاره مثبت از مقاصد از جمله مقصد ایران، متأسفانه تاکنون هیچگونه ارزیابی نظامند و علمی از راهنمایان تور در ایران و میزان انطباق دانش و مهارت‌های فردی و تخصصی آنها با انتظارات گردشگران و صنعت جهانگردی به عمل نیامده است. در سایر کشورها نیز، تحقیقاتی که به ارزیابی راهنمایان تور پرداخته اند بسیار اندک و معمولاً عملکرد راهنمایان در کنار سایر خدمات گردشگری به صورت کلی ارزیابی می‌شود. بنابراین این تحقیق به ارزیابی گردشگران اروپایی از راهنمایان تور در ایران می‌پردازد.

در این تحقیق با استفاده از ادبیات موضوع، ابتدا ویژگی‌های فردی و تخصصی مورد نیاز راهنمایان در تورهای ورودی شناسایی و سپس با مصاحبه با خبرگان ۳۱ ویژگی از بین آنها انتخاب شد. در مرحله بعد، از گردشگران اروپایی خواسته شد تا در انتهای سفرشان در شهر تهران، اهمیت هر ویژگی و عملکرد راهنمایان تور ایرانی را در هر یک از این ویژگی‌ها در پرسشنامه‌ای با طیف لیکرت ۵ تایی ارزیابی کنند. نمونه مورد بررسی در این تحقیق ۱۴۲ نفر و با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. برای تحلیل داده‌ها و شناخت نقاط ضعف و قدرت راهنمایان تور از ماتریس تحلیل اهمیت - عملکرد استفاده شد.

یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که گردشگران اروپایی عملکرد راهنمایان تور ایرانی در ویژگی‌هایی مثل رفتارمودبانه، صداقت، همکاری با دیگر کارکنان خدماتی، رضایت شغلی، رسیدگی به شکایات مشتریان، ارائه خدماتی که در برنامه سفر وعده داده شده، برخورداری از دانش کافی از تاریخ و فرهنگ مقصد و نگرش مثبت و احترام به مشتریان خوب ارزیابی کرده‌اند. اما همین یافته‌ها بر ضرورت ارتقاء و بهبود عملکرد راهنمایان در برخورداری 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 فعال تر در ارتباط بین جامعه محلی و بازدیدکنندگان تأکید دارند.

کلید واژه‌ها : راهنمای تور؛ تحلیل اهمیت- عملکرد؛ تورهای ورودی؛ ایران

Key words: Tour guide, Importance- performance analysis, Package tour, Iran

فهرست مطالب:

فصل ۱: طرح کلیات تحقیق	
۱-۱ مقدمه	۲
۲-۱ بیان مساله	۲
۳-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق	۵
۴-۱ اهداف تحقیق	۶
۵-۱ سئوالات تحقیق	۷
۶-۱ مدل نظری تحقیق	۷
۷-۱ روش شناسی تحقیق	۸
۱-۷-۱ نوع و روش تحقیق	۸
۲-۷-۱ جامعه آماری	۸
۳-۷-۱ روش نمونه گیری	۸
۴-۷-۱ حجم نمونه	۹
۵-۷-۱ روش گردآوری داده ها	۹
۶-۷-۱ قلمرو تحقیق	۹
۸-۱ فرآیند تحقیق	۱۰
۹-۱ محدودیت های تحقیق	۱۰
۱۰-۱ تعریف مفاهیم و واژگان تخصصی تحقیق	۱۱
فصل ۲: مبانی نظری و پیشینه تحقیق	
مقدمه	۱۴
۱-۲ مبانی نظری	۱۵
۱-۱-۲ تعریف تور	۱۵

۱۶	۲-۱-۲ مزایای سفر با تور.....
۱۹	۳-۱-۲ انواع تور.....
۲۲	۴-۱-۲ تعریف تورگردان.....
۲۴	۵-۱-۲ تعریف راهنمای تور.....
۲۴	۶-۱-۲ تاریخچه راهنمایان تور.....
۲۸	۷-۱-۲ گونه شناسی راهنمایان تور.....
۳۵	۸-۱-۲ جایگاه راهنمایان تور در صنعت گردشگری.....
۳۸	۹-۱-۲ لحظات سرنوشت ساز و اهمیت راهنمایان تور.....
۴۱	۱۰-۱-۲ نقش ها و وظایف راهنمایان تور.....
۵۴	۱۱-۱-۲ ویژگی های راهنمایان تور.....
۵۴	۱-۱۱-۱-۲ ویژگی های فردی راهنمایان تور.....
۵۹	۲-۱۱-۱-۲ ویژگی های تخصصی راهنمایان تور.....
۶۵	۱۲-۱-۲ مدل های ارزیابی و سنجش رضایت مشتری.....
۷۰	۲-۲ پیشینه تحقیق.....
۷۷	۳-۲ مدل نظری تحقیق.....
	فصل ۳: روش شناسی تحقیق.....
۸۰	۳-۱ مقدمه.....
۸۰	۲-۳ روش تحقیق.....
۸۱	۳-۳ جامعه آماری.....
۸۱	۴-۳ روش نمونه گیری.....
۸۱	۵-۳ حجم نمونه.....
۸۲	۶-۳ قلمرو تحقیق.....

۷-۳	روش گردآوری اطلاعات	۸۲
۸-۳	پرسشنامه.....	۸۳
۱-۸-۳	آزمون روایی (اعتبار) پرسشنامه	۸۵
۲-۸-۳	آزمون پایایی پرسشنامه	۸۵
۹-۳	روش تجزیه و تحلیل داده ها	۸۶
۱۰-۳	مشکلات و تنگناهای تحقیق	۸۷
فصل ۴: نتایج و یافته های تحقیق		
۱-۴	مقدمه	۸۹
۲-۴	آمار توصیفی	۸۹
۱-۲-۴	توزیع جنسیتی دیدارکنندگان	۸۹
۲-۲-۴	توزیع سنی دیدار کنندگان	۹۰
۳-۲-۴	دفعات سفر دیدارکنندگان	۹۲
۴-۲-۴	تحصیلات دیدارکنندگان	۹۳
۵-۲-۴	مدت اقامت دیدارکنندگان	۹۴
۶-۲-۴	ملیت دیدارکنندگان	۹۵
۷-۲-۴	هدف دیدارکنندگان از سفر	۹۶
۳-۴	آمار استنباطی	۹۷
۱-۳-۴	اهمیت ویژگی ها از نظر گردشگران اروپایی	۹۷
۲-۳-۴	عملکرد راهنمایان تور از نظر گردشگران اروپایی	۹۸
۳-۳-۴	ارزیابی گردشگران اروپایی از راهنمایان تور در ایران	۹۹
فصل ۵: نتیجه گیری		
۱-۵	مقدمه	۱۰۷

- ۲-۵ تحلیل نتایج و پاسخ به سئوالات تحقیق ۱۰۷
- ۱-۲-۵ پاسخ به سؤال اول ۱۰۷
- ۲-۲-۵ پاسخ به سؤال دوم ۱۱۵
- ۳-۲-۵ پاسخ به سؤال سوم ۱۱۶
- ۳-۵ نتیجه گیری ۱۱۶
- ۴-۵ پیشنهادات ۱۱۸
- ۱-۴-۵ پیشنهادات کاربردی ۱۱۸
- ۲-۴-۵ پیشنهادات تحقیقات آتی ۱۱۹
- منابع و مأخذ ۱۲۲

پیوست ها:

پیوست الف: پرسشنامه تحقیق

پیوست ب: نتایج حاصل از آزمون آلفای کرونباخ پاسخ نامه های نهایی

پیوست پ: نتایج حاصل از آزمون فریدمن مربوط به سئوالات اهمیت و عملکرد

پیوستت: دوره های آموزشی راهنمایان تور

پیوست ث: جامعه تخصصی تورگردانان ایران

پیوست ج: انجمن صنفی راهنمایان گردشگری استان تهران

پیوست چ: جامعه راهنمایان ایرانگردی و جهانگردی

پیوست ح : نمونه فرم ارزیابی دفاتر خدماتی و مسافرتی (اقتباس از حیدری، ۱۳۸۹:۲۲۷)

خلاصه انگلیسی

فهرست شکل ها:

- شکل ۱-۱: فرآیند انجام تحقیق..... ۱۰
- شکل ۱-۲: جایگاه تورگردان ها در بازار صنعت گردشگری ۲۳
- شکل ۲-۲: پیوستار عناوین حرفه راهنمایی (پوینتر)..... ۳۰
- شکل ۳-۲: جایگاه راهنمایان تور در مدل سیستم گردشگری گان ۳۶
- شکل ۴-۲: نقش راهنمایان تور در سیستم گردشگری ۳۷
- شکل ۵-۲: چرخه خدمات گردشگران در اولین روز تور ۴۰
- شکل ۶-۲: نقش های راهنمایان تور ۴۳
- شکل ۷-۲: اجزاء اصلی نقش های راهنمایان تور (کوهن، ۱۹۸۵)..... ۵۲
- شکل ۸-۲: ماتریس اهمیت - عملکرد (مارتیلا و جیمز، ۱۹۷۷)..... ۶۹
- شکل ۱-۴: ماتریس اهمیت-عملکرد ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور ایرانی از نظر گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران (۱۳۸۹)..... ۱۰۴
- شکل ۱-۵: نتایج ماتریس اهمیت - عملکرد گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران (۱۳۸۹)..... ۱۰۸

فهرست نمودارها:

- نمودار ۱-۴: نمودار توزیع جنسیتی گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران (۱۳۸۹)..... ۹۰
- نمودار ۲-۴: نمودار توزیع سنی گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران (۱۳۸۹)..... ۹۱
- نمودار ۳-۴: نمودار توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران به تفکیک دفعات سفر (۱۳۸۹)..... ۹۲
- نمودار ۴-۴: نمودار توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران به تفکیک میزان تحصیلات (۱۳۸۹)..... ۹۳
- نمودار ۵-۴: نمودار توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران به تفکیک تعداد مدت اقامت (۱۳۸۹)..... ۹۴
- نمودار ۶-۴: نمودار توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران به تفکیک ملیت (۱۳۸۹)..... ۹۵

فهرست جداول:

- جدول ۱-۲: برخی نقش های راهنمایان تور از دیدگاه محققین مختلف.....۵۳
- جدول ۲-۲: ویژگی های فردی و تخصصی مورد بررسی در تحقیق۷۸
- جدول ۱-۳: ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور۸۴
- جدول ۲-۳: سنجش پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ۸۶
- جدول ۱-۴: توزیع جنسیتی گردشگران اروپایی دیدارکننده از ایران۹۰
- جدول ۲-۴: توزیع سنی گردشگران اروپایی دیدارکننده از ایران۹۱
- جدول ۳-۴: توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران به تفکیک دفعات سفر۹۲
- جدول ۴-۴: توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران به تفکیک میزان تحصیلات۹۳
- جدول ۵-۴: توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران به تفکیک تعداد مدت اقامت۹۴
- جدول ۶-۴: توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران به تفکیک ملیت۹۵
- جدول ۷-۴: توزیع گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران با توجه به هدف سفر۹۶
- جدول ۸-۴: رتبه بندی اهمیت ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور از نظر گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران۹۷
- جدول ۹-۴: رتبه بندی عملکرد راهنمایان تور از نظر دیدارکنندگان اروپایی۹۸
- جدول ۱۰-۴: میانگین و انحراف معیار اهمیت ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور از نظر گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران۱۰۰
- جدول ۱۱-۴: میانگین و انحراف معیار عملکرد راهنمایان تور ایرانی در ویژگی های فردی و تخصصی از نظر گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران۱۰۱
- جدول ۱۲-۴: مقایسه بین میانگین اهمیت و عملکرد ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور از نظر گردشگران اروپایی دیدار کننده از ایران۱۰۳
- جدول ۱۳-۴: شماره ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور در ماتریس اهمیت و عملکرد۱۰۴

فصل ۱: طرح و کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

پوند^۱ (۱۹۹۳) در مقدمه کتاب خود "راهنمای حرفه ای" ادعا کرد، در قرن بیست و یکم که صنعت گردشگری به یکی از بزرگترین و پویاترین صنایع در جهان تبدیل می شود، راهنمایان تور که مدت‌ها همچون یتیمان این صنعت بوده اند فرصتی خواهند یافت تا در کانون توجه این صنعت قرار گیرند، اما متأسفانه هنوز هم آن گونه که شایسته است، اهمیت و نقش راهنمایان تور در نظام گردشگری مقاصد درک نشده است و در مطالعات و تحقیقات گردشگری نیز کمتر به آن پرداخته شده است. این تحقیق به ارزیابی عملکرد "ویژگی های فردی و تخصصی" راهنمایان تور ایرانی از نظر گردشگران اروپایی می پردازد.

۱-۲ بیان مساله

قرن بیست و یکم، سده بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به ویژه گردشگری است. پیش بینی می شود که گردش مالی صنعت گردشگری در سطح جهان در این سده از گردش مالی بخش صنعت نیز فراتر خواهد رفت و در چند سال آینده دست کم به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید. در این فرآیند، چنانچه کشورهای مثل ایران بتوانند تنها یک درصد ارزش این گردش مالی را به خود اختصاص دهند رقمی بالغ به ۲۰ میلیارد دلار می شود که برای اقتصادهایی نظیر اقتصاد ایران، رقمی قابل توجه است و می تواند تمامی فعالیتهای اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد (نویخت

^۱ Pond

ودیگران، ۱۳۸۷: ۸). بدیهی است که مقاصد گردشگری برای بهره‌مندی از منافع گردشگری در رقابتی جدی با سایر مقاصد قرار دارند و برای رسیدن به موفقیت در این بازار رقابتی به ناچار باید امتیازات رقابتی خود را تقویت کنند.

از آنجا که صنعت گردشگری ماهیتی خدماتی دارد، نقش و اهمیت عوامل انسانی در کمیت و کیفیت خدمات ارائه شده نقش اساسی دارد. راهنمایان تور به دلیل تعامل مستقیم و پیوسته با گردشگران در حین سفر یکی از عوامل انسانی تاثیرگذار در ارائه خدمات گردشگری و ایجاد انگاره^۱ مثبت از مقصد مورد بازدید هستند. "راهنمایان کارآمد به عنوان یک مزیت رقابتی می‌توانند نقش مهمی در متمایز ساختن خدمات دفاتر گردشگری در مقایسه با سایر رقبا، ایجاد وفاداری در مشتریان و تبلیغات دهان به دهان ایفا کنند" (مسبرگ^۲ ۱۹۹۵: ۴۳۷).

اپ و ونگ^۳ (۲۰۰۱، ۵۵۴) معتقدند که راهنمای تور به عنوان مفسر تاثیر زیادی بر تجربه و درک گردشگران از فرهنگ مقصد دارد. راهنمای تور با ویژگی‌های ارتباطی خود قادر است که بازدید گردشگران را از یک گشت ساده به یک تجربه به یاد ماندنی تبدیل کند، موجب بهبود تجربه‌های گردشگر شده و با تغییر رفتار گردشگران از اثرات منفی فرهنگی اجتماعی گردشگری بکاهد (چاک وای^۴، ۱۳۷۷: ۳۴۵).

با توجه به اهمیت نقش راهنمایان تور در میزان رضایت گردشگران و توسعه گردشگری پایدار و ایجاد تصویر مثبت از مقاصد گردشگری، برخی کشورها به تدوین استراتژی‌هایی برای نظارت، آموزش، ارزیابی و استانداردسازی فعالیت راهنمایان تور پرداخته‌اند. "آموزش، ارزیابی و نظارت بر راهنمایان تور می‌تواند نتایج بسیار خوبی نه تنها برای گردشگران و راهنمایان بلکه برای مقاصد و کشورها به بار آورد" (پوند، ۱۹۹۳).

¹ Image

² Mossberg

³ Ap & Wong

⁴ Chuch Y

در سالهای اخیر در راستای آموزش نیروی انسانی مورد نیاز در صنعت گردشگری کشور، دوره های آموزشی بسیاری در زمینه های مختلف از جمله آموزش راهنمایان تور برگزار شده است. "در حال حاضر بیش از ۵۰۰۰ راهنمای تور دارای کارت مجوز فعالیت راهنمایان تور، در ایران وجود دارد که کمتر از ۵۰۰ نفر از این تعداد به حرفه راهنمایی تور مشغولند" (خبرگزاری میراث فرهنگی، اسفند ۸۸، کد خبر ۱۰۱۹۶۶). اما متأسفانه تاکنون هیچگونه ارزیابی نظامند و علمی از این راهنمایان و میزان رضایت گردشگران از راهنمایان تور در ایران به عمل نیامده است.

اغلب آژانس های گردشگری برای ارزیابی راهنمایان تور، از شاخص رضایت گردشگران به عنوان شاخصی هم برای ارزیابی کیفیت تور و هم عملکرد راهنما استفاده می کنند (جوا و گلد من^۱، ۱۹۹۱:۱۷۹). متأسفانه این شیوه معمول ارزیابی در آژانس ها، ویژگی ها و توانایی های راهنمایان تور را به صورت کلی و در کنار سایر خدمات ارائه شده در بسته سفر ارزیابی کرده و لذا از جامعیت لازم برخوردار نیست و به همین دلیل اطلاعات مورد نیاز برنامه ریزان را در شناسایی ویژگی هایی که باید در آموزش و بهبود عملکرد راهنمایان تور مورد توجه قرار گیرد، فراهم نمی کند. با استفاده از این شیوه ارزیابی، برنامه ریزان و سیاستگذاران وحتى دفاتر خدماتی که راهنمایان تور را با این شیوه ارزیابی می کنند، نمی توانند به این سئوالات پاسخ دهند که راهنمایان تور ایرانی تا چه حد پاسخگوی انتظارات گردشگران خارجی بوده اند؟ چه ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان توریستانی از نظر این گردشگران باید بهبود یابد؟

برای بهبود عملکرد و ارتقاء سطح خدمات ارائه شده توسط راهنمایان تور، تدوین روش و تکنیک ارزیابی کارا ضروری است تا ارزیابی دقیقی از توانایی ها و ویژگی های آنها داشت و نقاط ضعف احتمالی آنها را در ارائه خدمات باکیفیت و مورد انتظار گردشگران شناسایی کرد. لذا این تحقیق به ارزیابی ویژگی های فردی و تخصصی (عملکرد) راهنمایان تور ایرانی از دید گردشگران اروپایی می پردازد.

¹ Geva & Godlman

۱-۳ اهمیت و ضرورت تحقیق

با اینکه راهنمایان از زمانی که انسان ها به سفر پرداخته اند آنها را در سفرها همراهی کرده اند متأسفانه موضوع راهنمایان تور در ادبیات گردشگری توجه کمی را به خود اختصاص داده است. به عنوان مثال، در کتاب پیرس^۱ در سال ۱۹۹۸ با عنوان "گردشگری: پلی بین قاره ها"^۲ نویسنده شرح و تفسیر جامعی از تمام ابعاد صنعت گردشگری بین المللی ارائه می کند بدون اینکه حتی جمله ای را به نقش راهنمایان تور در صنعت گردشگری اختصاص دهد (به نقل از مک دانل^۳، ۲۰۰۱).

جعفری در سال ۱۹۸۵ به این نکته اشاره کرد که "در تحقیقات گردشگری موضوعات مربوط به راهنمایان تور خیلی کم مورد توجه قرار گرفته است". سالهاست که از این گفته می گذرد و هنوز هم در تحقیقات صورت گرفته در حوزه گردشگری، بخصوص در ایران، مطالعات مربوط به راهنمایان تور سهم ناچیز و اندکی را به خود اختصاص می دهد.

علی رغم گذشت بیش از هفتاد سال از تاسیس اولین نهاد رسمی دولتی در زمینه گردشگری در ایران تنها در سال ۱۳۸۷ بود که نهادی تحت عنوان انجمن صنفی راهنمایان گردشگری استان تهران رسمیت یافت. این امر نشانگر آن است که تا آن زمان نیاز و ضرورتی به تشکیل راهنمایان در یک سازمان حرفه ای احساس نمی شد.

نظر به اینکه در بررسی های محقق که شامل بررسی مقالات، کتب، پایان نامه ها و تحقیقات صورت گرفته در سازمانها، دانشگاه علامه طباطبایی، پایگاه اطلاعاتی پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران، جستجو در وب سایت دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، مراجعه به کتابخانه میراث فرهنگی تهران، مصاحبه با برخی تورگردان ها و مراجعه به انجمن صنفی و جامعه راهنمایان تور در تهران بود، هیچ تحقیقی در مورد ارزیابی ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور ایرانی یافت نشد. در راستای پر

¹ Pearce

² Tourism :Bridges Across Continents

³ McDonnell

کردن این شکاف این تحقیق به ارزیابی گردشگران اروپایی از ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور در ایران با استفاده از مدل ارزیابی اهمیت- عملکرد^۱ می پردازد. برنامه ریزان در زمینه آموزش، توسعه و بهبود عملکرد راهنمایان تور با ارزیابی و شناخت نقاط ضعف راهنمایان تور از نظر گردشگران، می توانند نقاط ضعف فعلی در عملکرد راهنمایان تور را برطرف نموده، عملکرد راهنمایانی را که در حال حاضر فعالیت می کنند بهبود بخشیده و در عین حال درآینده راهنمایانی تربیت کنند که به بهترین شکل ممکن پاسخگوی نیازهای صنعت گردشگری در بخش راهنمایان تور باشند.

۴-۱ اهداف تحقیق

هدف اصلی

- هدف اصلی این پژوهش ارزیابی میزان رضایت گردشگران اروپایی از عملکرد (ویژگی های فردی و تخصصی) راهنمایان تور ایرانی می باشد.

اهداف اختصاصی

- تعیین اهمیت هریک از ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور در ایران از دید گردشگران اروپایی.
- تعیین چگونگی عملکرد راهنمایان تور ایرانی در هر یک از ویژگی های فردی و تخصصی از دیدگاه گردشگران اروپایی.

هدف کاربردی

این پژوهش با شناسایی نقاط ضعف و قدرت راهنمایان تور در ایران، اطلاعاتی در مورد ویژگی های فردی و تخصصی که در بهبود عملکرد راهنمایان تور و همچنین آموزش و گزینش راهنمایان تور در آینده باید مورد توجه بیشتری قرار گیرد، فراهم می کند.

^۱ IPA

۵-۱ سئوالات تحقیق

سئوال اصلی

ارزیابی گردشگران اروپایی از عملکرد (ویژگی های فردی و تخصصی) راهنمایان تور در

ایران چیست؟

سئوالات اختصاصی

از نظر گردشگران اروپایی ویژگی های فردی و تخصصی راهنمایان تور از چه میزان اهمیت

برخوردار است؟

از نظر گردشگران اروپایی عملکرد راهنمایان تور ایرانی در هر کدام از ویژگی های فردی و

تخصصی چگونه است؟

۶-۱ مدل نظری تحقیق

پژوهشگران مختلفی (هالووی^۱، ۱۹۸۱؛ اشمیت^۲، ۱۹۷۹؛ پیرس^۳، ۱۹۸۲؛ مانسینی^۴، ۲۰۰۱؛ کوهن، ۱۹۸۵) در پژوهش های خود به نقش های راهنمایان تور اشاره کرده اند. این نقش ها مبنایی برای شناخت ویژگی های فردی و تخصصی مورد نیاز راهنمایان در تور است. محققانی همچون جوا و گلدمن (۱۹۹۱) ژانگ و چو (۲۰۰۴) و هوانگ (۲۰۰۹) در تحقیقات خود با توجه به ویژگی های فردی و تخصصی به ارزیابی میزان رضایت گردشگران از راهنمایان تور پرداخته اند.

در این تحقیق ۱۱ ویژگی فردی "توانایی جسمی متناسب با کار"، "ظاهر و پوشش مناسب"، قدرت بیان و توانایی ارائه مطالب"، "اعتماد به نفس"، "ادب"، "شوخ طبعی"، "انعطاف پذیری"، "صداقت"، "اخلاقیت"، "نگرش مثبت و احترام به مشتریان"، "علاقه به کار و رضایت شغلی" و ۲۰ ویژگی تخصصی

¹ Holloway

²schmidt

³ Pearce

⁴ Mancini

که عبارتند از "تسلط در زبان تخصصی مورد نیاز در تور"، "توانایی حل مسائل غیر منتظره در تور"، "توجه و پاسخگویی به نیازهای مشتریان"، "مدیریت تور"، "در دسترس بودن"، "رسیدگی دقیق به شکایات مشتریان"، "قرار دادن خود به جای مشتریان"، "ارائه خدماتی که در برنامه سفروعه داده شده"، "تفسیر بین جامعه محلی و گردشگران"، "ایجاد فضای دوستانه و توازن بین اعضا تور"، "همکاری با دیگر کارکنان خدماتی"، "ارائه اطلاعات در مورد قوانین و مسائل امنیتی به گردشگران"، "آگاه کردن گردشگران از اصول گردشگری پایدار در مقصد"، "داشتن اطلاعات عمومی جامع در مورد مقصد"، "آشنایی با راه ها و جاده های مسیر"، "آگاهی از تاریخ و فرهنگ مقصد"، "آگاهی کامل از جاذبه های مقصد"، "علاقه و آشنایی نسبی با تاریخ و فرهنگ گردشگران"، "ارائه اطلاعات کافی و جامع" و "معرفی مغازه های قابل اعتماد" مورد بررسی قرار گرفتند.

۷-۱ روش شناسی تحقیق

۱-۷-۱ نوع و روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر راهبرد پژوهش توصیفی و از نظر هدف کاربردی است.

۲-۷-۱ جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه گردشگران اروپایی بود که در قالب تورهای ورودی همراه با راهنما، از تاریخ ۸۹/۲/۱ تا ۸۹/۷/۳۰ از ایران بازدید کردند و تور آنها در تهران پایان پذیرفت.

۳-۷-۱ روش نمونه گیری

با توجه به تعداد معدود تورهای ورودی در ایران برای نمونه گیری از جامعه ی آماری از روش نمونه گیری در دسترس استفاده شده است.

۴-۷-۱ حجم نمونه

از آن جا که جامعه ی آماری مورد بررسی نامحدود بوده، حداقل حجم نمونه مورد نیاز با خطای ۰.۰۸ طبق فرمول زیر تعداد ۱۵۰ گردشگر محاسبه شده است و برای انجام این پژوهش در نهایت ۱۴۲ پرسشنامه جمع آوری شد.

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 (p)(1-p)}{e^2}$$

۵-۷-۱ روش گرد آوری داده ها

در این تحقیق از منابع زیر برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است:

منابع ثانویه:

به منظور مرور ادبیات موضوع، از کتاب ها، مجلات و مقالات معتبر داخلی و خارجی و همچنین وب سایت های مرتبط استفاده شده است.

منابع اولیه:

در پژوهش میدانی، به منظور ارزیابی دیدگاه گردشگران اروپایی از عملکرد (ویژگی های فردی و تخصصی) راهنمایان تور در ایران، از پرسشنامه استفاده شده است.

۶-۷-۱ قلمرو تحقیق

این تحقیق به موضوع ارزیابی گردشگران اروپایی از راهنمایان تور در ایران می پردازد. قلمرو زمانی این تحقیق از اول اردیبهشت ۱۳۸۹ تا آخر مهر ماه ۱۳۸۹ و قلمرو مکانی این تحقیق شهر تهران بود.