

ORIGINAL ARTICLE

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.

*Correspondence

Yavar Babaei

Email: Babaei_yavar@tabrizu.ac.ir

Receive Date: 23/Oct/2024

Revise Date: 21/April/2025

Accept Date: 19/July/2025

How to cite

Babaei, Y., Rahimiaghdam, S.,
& Amirian, M. (2026). Role of
Playfulness in Creating Job
Satisfaction with the Moderating
Role of the Guiding
Environment. *Urban Ecology
Researches*, 17(1), 41-58.

ABSTRACT

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.



Copyright © 2026, by the author (s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.

This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://grup.journals.pnu.ac.ir/>



«مقاله پژوهشی»

نقش سرزندگی راهنمایان گردشگری در ایجاد رضایت شغلی با نقش
تعدیلگر محیط راهنمایییاور بابائی^{۱*}، صمد رحیمی اقدام^۲، مژگان امیریان^۳

چکیده

سرزندگی راهنمایی گردشگری مفهوم جدیدی در گردشگری است که نقش مهمی در ایجاد ارتباطات عاطفی و مهمان‌نوازی دوستانه راهنمایان گردشگری ایفاء می‌کند. این مفهوم می‌تواند در افزایش کیفیت کاری راهنمایان نیز مؤثر باشد. این مطالعه با هدف معرفی و مفهوم‌سازی سرزندگی در راهنمایی گردشگری و تأثیر 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 نرم‌افزار Amos انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان دهنده تأیید 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، راهنمایی جذاب، راهنمایی خلاقانه و راهنمایی تعاملی با ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۳۴، ۰/۳۰ و ۰/۸۵ و مقادیر معناداری به ترتیب ۶/۸۱، ۴/۲۶، ۴/۱۴ و ۸/۳۳ تأثیر 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 راهنمایی نیز نشان از تأیید نقش آن در ارتباط بین سرزندگی راهنمایان گردشگری و رضایت شغلی دارد به طوری که در میان راهنمایان توره‌های بین‌المللی میزان تأثیرگذاری سرزندگی بر رضایت شغلی بیش از توره‌های 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.

واژه‌های کلیدی

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

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.

*نویسنده مسئول: فائزه طاهری سرمد
ایانامه: faezhtaheri85@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۸

استناد به این مقاله:

بابائی، مهدی؛ رحیمی اقدام، صمد و امیریان، مژگان (۱۴۰۵). نقش سرزندگی راهنمایان گردشگری در ایجاد رضایت شغلی با نقش تعدیلگر محیط راهنمایی. فصلنامه علمی پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۱۷(۱)، ۵۸-۴۱.



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). به‌طوری‌که 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 (البراهیم‌پور 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 به‌عنوان 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 به‌عنوان 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 ایفاء می‌کنند.

براساس نظر بارت^۲ (۲۰۰۷) صفاتی چون طنز، شوخ‌طبعی، خودجوش، بالانگیزه، 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 مؤثر باشد، رضایت شغلی است. رضایت شغلی یک وضعیت احساسی لذت‌بخش یا مثبت ناشی از شغل یا تجربه‌های شغلی است و با آرزوها و تجربه‌های 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؛ زیرا رشد کسب و کارهای گردشگری تا حد زیادی وابسته به آنها است (Andelković et al., 2017).

رضایت شغلی در راهنمایی 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 راهنمایی تور می‌تواند اثرات مثبتی برای گردشگران، صنعت گردشگری و خود راهنمایان به ارمغان آورد 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).

به زبان خودشان و به شیوه‌ای مشتاق و مهیج، محیط طبیعی و فرهنگی را تشریح می‌کند (ضیایی و فرمانی، ۱۳۹۰).

راهنمای گردشگری به‌عنوان 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) تأکید می‌کنند که راهنمایان گردشگری بخش مهمی از رابطه بین جامعه میزبان و بازدیدکنندگان را فراهم می‌کنند؛ زیرا این کارکنان خط مقدم، مسئولیت تأثیر کلی و رضایت از خدمات تور ارائه شده به وسیله یک مقصد را به عهده دارند. پیش‌نیازهای اساسی راهنمایان گردشگری به‌عنوان 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 مؤثر باشند (رحیمی‌ا قدم 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 ایفاء 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 ایفاء می‌کنند و می‌توانند تأثیر شگرفی بر تجربه گردشگران داشته باشند (رحیمی‌ا قدم 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. به‌طور مشابه،

با توجه به مطالب بیان شده و اهمیت ایجاد رضایت شغلی در گردشگری، لازم است عواملی را که می‌تواند رضایت شغلی کارکنان حوزه گردشگری و به‌ویژه راهنمایان گردشگری را با تأثیر 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. به‌طور 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 به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد. از آنجا که تحقیق و پژوهش در زمینه سرزندگی به‌ویژه در بستر گردشگری و تأثیر آن بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری مبحثی جدید است؛ به همین سبب پژوهش حاضر بر آن است تا به سنجش ویژگی سرزندگی راهنمایان و تأثیر 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 آنها است، 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 یادم‌ها، سایت‌ها یا مناطق شهری راهنمایی می‌کند و برای آنها

3. Ap & Wong

1. WFTGA
2. Wftga.org, 2020

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).

پژوهش‌ها 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 به‌عنوان 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 دوست داشتن چیزها یا فعالیت‌های عجیب. لیبرمن^۱ (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^۲ (۱۹۹۷) برای بزرگسالان شامل چهار عامل سرگرم‌کننده بودن، شوخ‌طبعی، بی‌حوصلگی و عجیب بودن است (Van Vleet et al., 2015). گلین و وبستر^۳ (۱۹۹۲) نیز سرزندگی بزرگسالان را شامل خودانگیختگی، بیانگری، سرگرم‌کننده بودن، خلاق بودن و گزافه‌گویی می‌دانند. در نهایت، چنگ و همکاران (۲۰۲۰) چهار عامل برای سرزندگی در راهنمای تور ارائه کرده است که شامل موارد زیر است:

- راهنمایی سرزنده^۴: به معنای استفاده از مهارت‌های ارائه سرگرمی، سبک راهنمایی شوخ و خنده‌دار، حس شوخ‌طبعی و زبان بدن قوی در فرایند کار راهنمای تور به‌منظور برانگیختن علاقه سفر اعضای تور است.
- راهنمایی مشتاق^۵: به درجه ثبات عاطفی، اعتمادبه‌نفس، صمیمیت، گرمی، شادابی، شوخ‌طبعی و مهارت‌های ارتباطی که راهنما در جریان کار از خود نشان می‌دهد اشاره دارد.

راهنمایان تور در حین اجرای تور نقش ارتباط دهنده 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 به‌طور 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 ایفاء 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 به‌عنوان 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 به‌عنوان انگیزش فیزیکی، انگیزش اجتماعی، انگیزش شناختی و نیز جلوه‌ای از شادمانی و حس شوخ‌طبعی تعریف کرده‌اند (Proyer, 2013). رفتار سرزنده به‌صورت شوخی، اذیت کردن، 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).

به‌طور 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. به‌عنوان 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 به‌راحتی،

1. Liberman
2. Schaefer & Greenberg
3. Glynn & Webster
4. Playful guiding
5. Enthusiastic guiding

- راهنمایی خلاق^۱: به معنی استفاده از ایده‌های خلاقانه توسط راهنما با هدف ایجاد شگفتی‌های خوشایند برای اعضای تور است.
- راهنمایی تعاملی^۲: 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 به‌عنوان یک واکنش روان‌شناختی دلپذیر و مثبت فرد که ناشی از ارزیابی مسئولیت‌ها یا تجربه‌های وی در محیط کار است، توصیف شده است (Glavel et al., 2019). بیتنداج و وایت^۳ (۲۰۰۵) اظهار نمودند که رضایت شغلی به دیدگاه‌ها و ارزیابی‌های افراد از شغل بر می‌گردد 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 پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کارکنان با رضایت شغلی بالاتر، از نظر فیزیکی و توانایی ذهنی در وضعیت خوبی قرار دارند (Judge & Kammeyer-Mueller, 2012).

پیشینه پژوهش

گویتارد و همکاران^۴ (۲۰۰۵)، در مطالعه 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^۵ (۲۰۰۶)، در مطالعه «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^۶ (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)، 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.

پکدمیر و همکاران (۲۰۱۸)، در مطالعه خود با هدف بررسی روابط بین نگرش به سرگرمی در محل کار، سرگرمی تجربه شده، 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^۷ (۲۰۱۹)، در پژوهشی با 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^۸ (۲۰۱۹)، در مطالعه‌ای با عنوان «جنسیت، سرزندگی و خلاقیت» به مطالعه تفاوت بین کارمندان زن و مرد در 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 درک شده، نشان دادند که سرزندگی درک‌شده توسط کارکنان می‌تواند قصد ترک شغل را در زمان رهبری پدرسالارانه کاهش دهد.

6. Plester & Hutchison

7. Zhou et al.

8. Lin et al.

1. Creative guiding

2. Engaged guiding

3. Buitendach & Witte

4. Guitard et al.

5. Hurren

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. به‌طور خاص این مطالعه در تلاش است تا سرزندگی راهنمایان تور را 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 داد 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 تأثیر 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) به‌عنوان 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 با تأثیر قرار دهد. محیط فعالیت می‌تواند تأثیر 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 مؤثر باشند. بنابراین در این مطالعه محیط

چنگ و همکاران (۲۰۲۰)، در مطالعه‌ای با 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)، در مطالعه خود 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 مطالعه‌ای با 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 پیشینه پژوهش نشان داد 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 دارای نوآوری است. از جمله اینکه اگرچه در سایر حوزه‌ها و صنایع، تأثیر سرزندگی بر رضایت شغلی سنجیده شده است. اما در حوزه گردشگری و راهنمای تور، مطالعه‌ای به تأثیر سرزندگی بر رضایت شغلی نپرداخته است. علاوه 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 به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در ارتباط علی بین سرزندگی راهنمای تور و رضایت شغلی مورد بررسی قرار می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت که

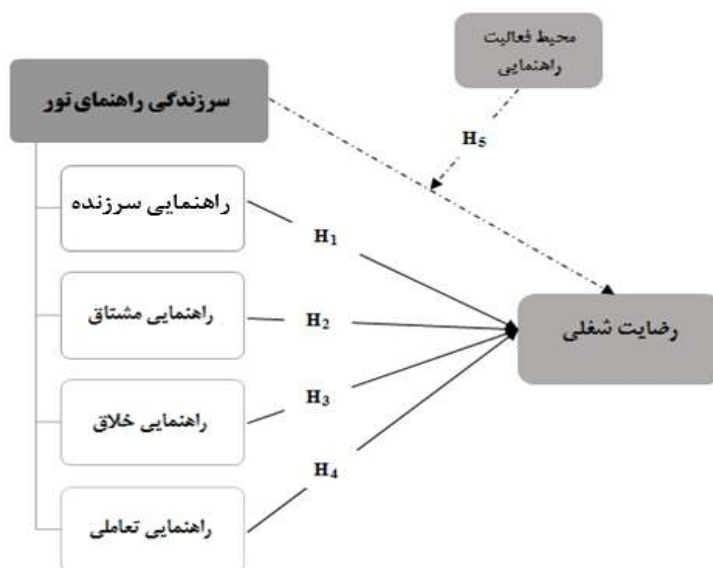
1. Fange et al

2. Yu et al

3. Pekdemir et al

مورد بررسی قرار می‌گیرد (شکل ۱).

راهنما با دو وجه راهنمایی داخلی و راهنمایی بین‌المللی به‌عنوان نقش تعدیل‌گر در رابطه بین سرزندگی راهنمایان و رضایت شغلی



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

جدول ۱. فرضیه‌های تحقیق

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

می‌باشد، تمام سؤال‌های 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 محتوایی 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.

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 مشاهده‌پذیر یا تعداد سؤال‌های و n حجم نمونه است (هومن، ۱۳۸۴). با توجه به اینکه تعداد سؤال‌های 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 سؤال

1. Ordinary Least Square

جدول ۲. شاخص‌های روایی و پایایی

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	واریانس استخراجی	(۱)	(۲)	(۳)	فورنل-لارکر	(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

(۷۲/۷) در یک یا چند تشکل انجمن استانی، کانون یا جامعه راهنمایان گردشگران، عضویت دارند و از نظر محیط فعالیت، ۵۱/۹ درصد به‌عنوان راهنمای داخلی و ۴۸/۱ درصد به‌عنوان 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 به‌عنوان شغل مکمل استفاده می‌کنند.

مطابق اطلاعات 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

جدول ۳. اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

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

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.

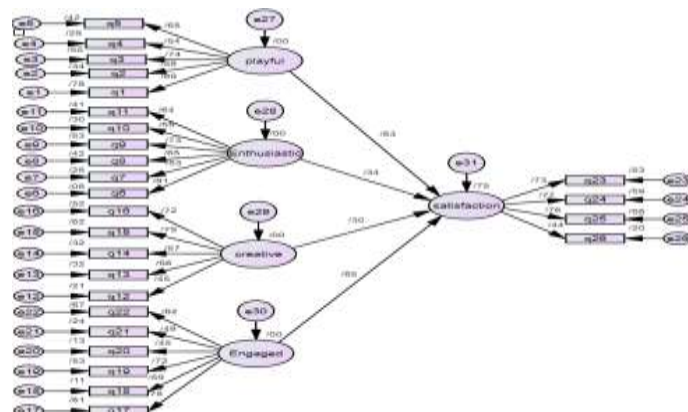
جدول ۴، نتایج مربوط به میانگین پاسخ‌ها، بارهای عاملی و معناداری متغیرهای آشکار (سؤال‌ها) را نشان می‌دهد. در معادلات ساختاری و در تحلیل عاملی، به منظور تأیید حضور متغیرهای آشکار در مدل ساختاری تحقیق، باید ضرایب بار عاملی برای هر سؤال باید بزرگ‌تر از ۰/۴ بوده و ضرایب

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

متغیر	کد گویه	گویه	میانگین	انحراف معیار	بارعاملی	معناداری
راهنمایی سرزده	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	۳/۶۲۹
	q3	برای بالا بردن 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	۰/۵۳۸	۷/۰۰
	q5	هنگام راهنمایی، باشوخی کردن، سعی می‌کنم اعضای تور را بخندانم.	۳/۵۷	۰/۹۳۲	۰/۶۵۰	۸/۶۸
راهنمایی مشتاق	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
راهنمایی خلاق	q11	هنگام راهنمایی، همیشه مطمئن و دارای اعتمادبه‌نفس هستم.	۴/۲۹	۰/۷۲۹	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	-
	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
راهنمایی تعاملی	q16	حس کنجکاوی قوی‌ای دارم.	۴/۳۵	۰/۷۲۲	۰/۷۲۲	۵/۱۸
	q17	هنگام راهنمایی، از کارم لذت می‌برم و آن را یک کار عادی نمی‌بینم.	۴/۴۶	۰/۶۸۶	۰/۷۷۹	-
	q18	هنگام راهنمایی، من اغلب احساس سستی و دل‌سردی 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
رضایت شغلی	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	۵/۳۷

* 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



شکل ۲. مدل ساختاری تحقیق

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 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

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 به‌دست‌آمده	۲/۴۹	۰/۰۸۳	۰/۶۶۲	۰/۹۳	۰/۸۶	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۹۳

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 به‌وسیله 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.

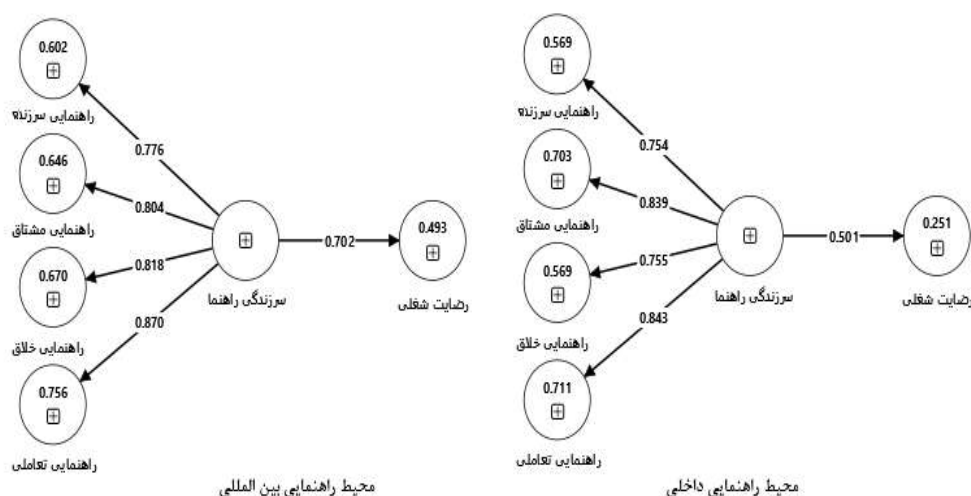
جدول (۶) ضرایب مسیر (بتا)، آماره t ، ضریب تعیین و نتیجه فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج به‌دست آمده از مقادیر ضرایب مسیر و آماره t ، تأثیر راهنمایی سرزنده بر رضایت شغلی با ضریب مسیر ۰/۶۳ و ضریب معناداری ۶/۸۱۰ مورد تأیید قرار می‌گیرد. فرضیه دوم تأثیر راهنمایی مشتاق بر رضایت شغلی است که 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 به‌دست آمده

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

فرضیه‌های تحقیق	ضریب مسیر	معناداری ضرایب	ضریب تعیین	وضعیت
راهنمایی سرزنده $\rightarrow$ رضایت شغلی	۰/۶۳	۶/۸۱۰	۰/۴۱۲	تأیید
راهنمایی مشتاق $\rightarrow$ رضایت شغلی	۰/۳۴	۴/۲۶۸		تأیید
راهنمایی خلاق $\rightarrow$ رضایت شغلی	۰/۳۰	۴/۱۴۱		تأیید
راهنمایی تعاملی $\rightarrow$ رضایت شغلی	۰/۸۵	۸/۳۳۱		تأیید

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 به‌دست 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 توره‌های بین‌المللی بیش از توره‌های داخلی می‌باشد.

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^۱ (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



شکل ۳. بررسی نقش تعدیل گر محیط راهنمایی به تفکیک دو گروه راهنمای داخلی و بین المللی

جدول ۷. بررسی نقش تعدیل گر محیط راهنمایی به تفکیک دو گروه راهنمای داخلی و بین المللی

فرضیه	گروه	ضریب مسیر	معناداری (داخلی-بین المللی)	تفاوت معناداری	وضعیت تعدیل گری
سرزندگی راهنما × محیط راهنمایی	محیط راهنمایی داخلی	۰/۵۰۱	۵/۹۲۶	۰/۰۳۳	تأیید
رضایت شغلی	محیط راهنمایی بین المللی	۰/۷۰۲	۱۴/۶۹۴	۰/۲۰۱	

بحث و نتیجه گیری

مشاغل موجود در صنعت گردشگری به ویژه شغل راهنمایان گردشگری مستعد شرایط کار عاطفی^۱ هستند و در آنها از افراد انتظار می رود ضمن انجام کار، حتی در شرایطی که با واکنش های عاطفی نامطلوبی مواجه می شوند، 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.

رضایت مندی گردشگران می تواند به موفقیت بیش تر این صنعت کمک کند به طوری که از یک طرف امکان بازگشت مجدد گردشگر به مقصد را فراهم می کند و از طرف دیگر سهم مهمی در تبلیغات و اطلاع رسانی برای مقصد ایفاء می کند (فردوسی و بابائی، ۱۴۰۲). یکی از عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران، عملکرد راهنمایان گردشگری است که با افزایش رقابت بین مقصدهای مختلف، توجه به عملکرد راهنمایان گردشگری نیز اهمیتی بیش از پیش یافته است. داشتن کار عاطفی و هیجانی برای بهبود عملکرد راهنمایان گردشگری و افزایش رضایت گردشگران اهمیت دارد. سرزندگی راهنمایان

گردشگری یکی از روش های 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 می آورند (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 تأثیر محیط فعالیت راهنمایان بر این رابطه می پردازد. برای این منظور، ۵ فرضیه طرح شد که در آن تأثیر 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 تأثیر مثبت و معنادار راهنمایی سرزنده بر رضایت شغلی راهنمایان گردشگری دارد. این نتیجه نشان می دهد که داشتن ویژگی های سرزندگی نظیر شوخ طبعی، استفاده از زبان بدن، شوخ طبعی در ارائه راهنمایی و ایجاد تعامل مناسب بین اعضای تور می تواند 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 می دهد که لازمه

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 راهنمایی 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 مؤثر بر سرزندگی راهنمایان تور پرداخت. همچنین می‌توان مدل تحقیق را در بین راهنمایان طبیعت‌گردی، شهری، تاریخی، فرهنگی و راهنمایان توره‌ای 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 ایفاء می‌کند و بر رضایت و خشنودی و نشاط اعضای تور در طول سفر می‌افزاید براساس نتایج پژوهش، موارد زیر در جهت افزایش رضایت و نشاط گردشگران و راهنمایان پیشنهاد می‌گیرد:

- تنظیم برنامه‌های آموزشی به‌وسیله 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؛

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 توره‌ای 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. به‌طوری‌که 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)، پکدمیر و همکاران (۲۰۱۸) و یو و همکاران (۲۰۰۷) همراستا می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که سرزندگی به‌عنوان یکی از مفاهیم جدید در حوزه گردشگری می‌تواند به افزایش رضایت شغلی راهنمایان گردشگری کمک نماید.

در فرضیه پنجم، نتایج نشان داد که محیط راهنمایی نقش تعدیل‌کننده در ارتباط بین سرزندگی راهنمایان و رضایت شغلی ایفاء نماید. به این صورت که بر حسب اینکه راهنمای گردشگری در سطح توره‌ای داخلی یا توره‌ای بین‌المللی (راهنمای گردشگران ورودی) فعالیت می‌کنند افراد از سطح سرزندگی متفاوتی برخوردار هستند. نتایج نشان داد که میزان

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

سیاسگذاری

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

- 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؛

References

- 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., Sheikhasani, 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 Zanzan City. *Urban Ecological Research*, 14(3), 165-184. (In Persian) <https://doi.org/10.30473/grup.2020.45070.2313>
- Pekdemir, I. M., Yeke, S., & Yaşlıoğlu, 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>