

ارزیابی نقش توانمندسازی راهنمایان گردشگری استان اردبیل در جذب گردشگران میراث ناملموس

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۳

کد مقاله: ۶۲۶۱۰

رضا علیزاده سولا^۱، سیامک میکائیلی کیوی^۲

چکیده

امروزه گردشگری میراث فرهنگی و بخصوص بخش ناملموس آن برای توسعه و معرفی بهتر بسیار وابسته به عنصر نیروی انسانی زنده و کارآمد می‌باشد. از آنجایی که راهنمایان گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین منابع انسانی در این صنعت شناخته می‌شوند و به نوعی در خط مقدم و پیش‌تاز رویارویی با گردشگران میراث ناملموس هستند و موارد ناملموس برای فهم بهتر به نظر می‌رسد بیشتر از سایر جاذبه‌های گردشگری نیاز به راهنمایانی زنده دارد. در این پژوهش تلاش شده اثرات توانمندسازی راهنمایان گردشگری استان اردبیل در جذب این نوع گردشگران مورد بررسی قرار گیرد. پژوهش پیش رو، از نوع مطالعات کاربردی - توصیفی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش را خبرگان، متخصصین و فعالین استان اردبیل که آگاهی و تسلط نسبت به موضوع گردشگری میراث ناملموس را داشتند تشکیل می‌دهند که از آنها تعداد ۵۱ نفر به عنوان نمونه آماری (با روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند) انتخاب شدند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش توصیفی از شاخص‌های آمار توصیفی و در بخش استنباطی از تحلیل رگرسیون برای آزمون فرضیه‌ها به کمک نرم افزار Spss استفاده شد. نتایج نشان داد که چهار مؤلفه تخصص و مهارت شغلی، دانش و اطلاعات شغلی، سطح نگرش و انگیزه شغلی تأثیر مثبت و معناداری در جذب گردشگران میراث ناملموس دارند.

واژگان کلیدی: توانمندسازی، راهنمایان گردشگری، گردشگری میراث ناملموس

۱- کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Reza.alizade1001@gmail.com

۲- کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

در سال های اخیر تفکر جهانی در مورد میراث فرهنگی تغییرات قابل توجهی داشته، به طوری که میراث فرهنگی و منابع میراث باستان شناختی را به عنوان یک منبع با اهمیت اقتصادی به رسمیت شناخته‌اند (افخمی، ۱۳۹۵). میراث فرهنگی ناملموس نیز که بخشی از میراث فرهنگی است، بخش مهمی از تمدن بشری و به نوعی از منابع اصلی گردشگری است (سو و همکاران، ۲۰۲۰).

گردشگری به عنوان یک فعالیت بازرگانی، نقش و اهمیت به سزایی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه دارد، عوامل متعددی نظیر: امکانات و تسهیلات، وسایل ارتباط جمعی، حمل و نقل، جاذبه های تاریخی، زیارتی، اطلاعات فنی و مانند آنها بر فعالیت های گردشگری تأثیرگذار است (ناظمی، ۱۳۹۵). گردشگری به عنوان بزرگترین تحرک اجتماعی، با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است، بدین جهت، اثربخش کردن هرچه بیشتر توسعه گردشگری و ارتقای پیامدهای مثبت آن، نیازمند شناخت و توجه ویژه به توانمندسازی آن می باشد (رهنمایی و همکاران، ۱۳۹۳). در دهه های گذشته، تمایل به توسعه بخش گردشگری با توجه به آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی درگیر در این صنعت مخصوصاً در کشورهای صنعتی دنیا آشکارتر شده است (توحیدی و نیلو، ۲۰۱۲). بررسی عوامل مؤثر بر پیشرفت و توسعه در جوامع پیشرفته نشان می دهد که همه این کشورها علاوه بر زیرساخت های مناسب و پتانسیل های بالای گردشگری و جغرافیایی، از نهادهای تربیتی، حرفه ای و آموزشی توانمند و کارا نیز برخوردارند (شمس الدینی و همکاران، ۱۳۹۵). توانمندسازی، سالم ترین روش سهیم نمودن دیگرکارکنان در قدرت است. با این روش حس اعتماد، انرژی مضاعف، غرور، تعهد و خودتکایی در افراد ایجاد می شود و حس مشارکت جویی در امور سازمانی افزایش یافته، در نهایت بهبود عملکرد را به دنبال خواهد داشت پس از دهها سال تجربه، دنیا به این نتیجه رسید که اگر سازمانی بخواهد در اقتصاد و امور کاری خود پیشتاز باشد و در عرصه رقابت عقب نماند، باید از نیروی انسانی متخصص، خلاق و با انگیزه برخوردار باشد (عسگری، ۱۳۹۵).

استان اردبیل با بهره‌مندی از فرهنگ شفاهی غنی ادبیات ترکی، وجود تنوع غذایی و تنوع شیوه های پخت غذا و ساخت صنایع دستی و همچنین با دارا بودن یکی از سه ایل بزرگ چادرنشین کشور (ایل شاهسون) در درون استان، دارای پتانسیل های فراوانی در زمینه میراث ناملموس است به طوری که بیش از شصت مورد در فهرست مواریت ناملموس ملی به نام این استان به ثبت رسیده است. نظر به وجود این پتانسیل های عظیم در استان اردبیل و همچنین رونق دادن صنعت گردشگری در این استان می‌توان نیروی انسانی شاغل در صنعت گردشگری میراث ناملموس را هر چه بیشتر و بهتر از کلیه جهات توانمند ساخته و زمینه جذب گردشگران میراث ناملموس و توسعه بهتر این نوع از گردشگری را در استان اردبیل فراهم ساخت، و از آنجایی که راهنمایان گردشگری خط مقدم و پیشتاز رویارویی با گردشگران میراث ناملموس هستند و مواریت ناملموس برای فهم بهتر به نظر می‌رسد بیشتر از سایر جاذبه های گردشگری نیاز به راهنمایانی زنده دارد، در این پژوهش تلاش شده اثرات توانمندسازی راهنمایان گردشگری در جذب این نوع گردشگران و توسعه میراث ناملموس استان اردبیل مورد بحث و بررسی قرار گیرد. سوال اصلی در پژوهش حاضر این است که: آیا توانمندسازی راهنمایان گردشگری استان اردبیل در جذب گردشگران میراث ناملموس تأثیری دارد؟

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱- توانمندسازی

واژه توانمندسازی در فرهنگ آکسفورد، به معنای قدرتمند شدن، مجوز دادن، ارائه مدرک و توانا شدن آمده است. تاریخچه اولین تعریف از اصطلاح توانمندسازی به سال ۱۷۸۸ بر می گردد که در آن توانمندسازی را به عنوان تفویض اختیار در نقش سازمانی خود می‌دانستند که این اختیار بایستی به فرد اعطا یا در نقش سازمانی او دیده شود (میرن بابازادگان، ۱۳۹۸). توانمندسازی به فرایندی گفته می شود که در آن مدیر به کارکنان کمک می‌کند تا توانایی لازم برای تصمیم گیری مستقل را به دست آورند. این فرایند نه تنها در عملکرد افراد بلکه در شخصیت آنان نیز مؤثر است. مهم ترین مفهوم توانمندسازی، تفویض اختیار به پایین ترین سطوح سازمان است. فرایند تصمیم‌گیری باید از درجه بالای عدم تمرکز برخوردار باشد و افراد یا گروه‌های کاری نیز باید مسئول یک قسمت کامل از فرایندهای کاری باشند (لایلا، ۱۹۹۴). در واقع توانمندسازی عبارت است از شناختن ارزش افراد و سهمی که می‌توانند در انجام امور داشته باشند. در مورد توانمندسازی نیروی انسانی می‌توان گفت، یعنی ایجاد مجموعه ظرفیت‌های لازم در کارکنان برای قادر ساختن آنان به ایجاد ارزشی افزوده در سازمان و ایفای نقش و مسئولیتی که در سازمان بر عهده

1- Su et al
2- Tohidly & Nabiloo
3- Lawler

دارند که توأم با کارآیی و اثربخشی باشد. در بیانی دیگر توانمندسازی عبارت است از طراحی و ساختن سازمان به نحوی که افراد ضمن کنترل خود، آمادگی قبول مسئولیتهای بیشتری را نیز داشته باشند (سعیدی پور و محمدی پور، ۱۳۹۹).

۲-۲- راهنمایان گردشگری

در ایران برخی از اصطلاحات برای این شغل رایج شده است، مانند: تور لیدر یا سرپرست تور و راهنمای تور که همگی به یک معنا به کار برده می‌شوند. دو تعریف مهم در مورد این حرفه وجود دارد که اولی تعریف اتحادیه راهنمایان تور در اروپا و دیگری تعریف فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری هستند. بر اساس تعریف اتحادیه راهنمایان تور در اروپا "راهنما شخصی است که گروه یا افرادی از بازدیدکنندگان را خارج از خانه هایشان یا خارج از کشور در اطراف یادمان ها، سایت ها، یا مناطق شهری راهنمایی می کند و برای آنها به زبان خودشان و به شیوه ای جذاب و مهیج محیط طبیعی و فرهنگی را تشریح می کند" (ضیایی و فرمانی، ۱۳۹۰). همچنین طبق تعریف فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری، راهنمای تور کسی است که توریست ها را به زبانی که ویژه آنهاست در زمینه های مختلف توریستی راهنمایی می کند و دارای تسلط و اطلاعات کامل درباره میراث طبیعی و فرهنگی هر منطقه است و قادر است این اطلاعات را به زبان قابل درک برای توریست ها توضیح دهد (کروبی و همکاران، ۱۳۹۶). در واقع راهنمای تور به کسی گفته می شود که وظیفه اصلی او هدایت و انتقال اطلاعات به گردشگران است. همچنین راهنمای تور نقش سرگرم سازی افراد و نیز تفسیر جاذبه ها و آثار را نیز در بر عهده دارد. به این ترتیب دانش زبانی، دانش بومی و محلی و مهارت های عملی از جمله توانمندی هایی است که در مورد راهنمایان تورها مورد توجه می باشد (جعفری، ۲۰۰۰).

توانایی در جذب مسافران، شناخت منطقه، دانستن زبان های محلی، دانستن حداقل یک زبان بین المللی، تحصیلات و دانش کافی تاریخی، فرهنگی و طبیعی به تناسب منطقه و محل برگزاری تور، همچنین هوشمندی، کارآمدی و تجربه، کسب مهارتهای به ظاهر جزئی؛ همانند مهارت در کمک های اولیه پزشکی، شناسایی مسیرها و راه ها، سلامت و قدرت جسمانی کافی، به علاوه بسیاری از ویژگی های شخصیتی و مهارت های فردی از مهم ترین لوازم و ضروریات کسب موفقیت در این حرفه برای یک راهنمای گردشگری است (حسینی، ۱۳۹۳). راهنمایان تور که همانا سفیران فرهنگی کشورهای مقصدند با انجام صحیح وظایف و ایفای نقش برجسته خود می توانند مهم ترین گام ها را در جهت رضایت مندی گردشگران بردارند (محمدخانی، ۱۳۸۷).

انواع راهنمایان گردشگری نیز در ایران به دو دسته تقسیم می شوند: (۱) راهنمایان طبیعت گردی (۲) راهنمایان فرهنگی که راهنمایان میراث ناملموس نیز جزو راهنمایان فرهنگی به حساب می آیند.

۲-۳- میراث ناملموس فرهنگی

برای آنکه یک اثر میراث فرهنگی خوانده شود، بیش از قدمت و تبلور بیرونی، باید حامل یک پیام یا ارزش ضروری باشد (فروغی و همکاران، ۱۳۹۹). میراث فرهنگی در یک تقسیم بندی کلی به دو دسته میراث ملموس و میراث ناملموس تقسیم می گردد:

۱. میراث ملموس یا مادی: به مجموعه مظاهر مادی اطلاق می شود که خارج از وجود ما تحقق مادی و فیزیکی دارند. بیشتر ارزش های تاریخی و هنری بر آثار و مظاهر مادی مترتب اند، مانند: شهرها، بناها، اشیاء و غیره
۲. میراث ناملموس یا معنوی: مجموعه مظاهری هستند که گرچه وجود خارجی ندارند، اما جلوه های مادی آن ها قابل درک و دسترسی است، مانند: زبان، باورها، اعتقادات، آداب و رسوم که به خودی خود مادی نیستند، اما جلوه مادی دارند (نورآقایی و مکیان، ۱۳۹۶). بر اساس تعریف کنوانسیون صیانت از میراث فرهنگی ناملموس سازمان یونسکو، این موارد به معنای اقدامات، نمایش ها، ابزارها، دانش، مهارت ها و نیز وسایل، اشیاء، مصنوعات دستی و فضاهای فرهنگی مرتبط با آنها است که جوامع، گروه ها و در برخی موارد افراد، آنها را به عنوان بخشی از میراث فرهنگی خود می شناسند. این میراث که از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود، مدام توسط جوامع و گروه ها، در پاسخ به محیط، طبیعت و تاریخ بازآفرینی می شوند و حس هویت و استمرار را برایشان به ارمغان آورده و بدین ترتیب احترام به تنوع فرهنگی و خلاقیت بشری را ترویج می کنند (یونسکو، ۲۰۰۳). میراث فرهنگی ناملموس به جنبه های غیر فیزیکی یک فرهنگ گفته می شود و اغلب آداب و رسوم جامعه در یک دوره زمانی را در برمی گیرد یا راه و روش رفتار در جامعه می باشد که معمولاً قوانین رسمی برای کارکرد در یک فضای فرهنگی خاص هستند. به عبارت دیگر میراث معنوی شامل بخشی از فرهنگ ماست که به شکل شفاهی و سینه به سینه به ما به ارث رسیده است (شاهی و خورشید، ۱۳۹۴).

بر اساس تعاریف کنوانسیون میراث فرهنگی ناملموس، قلمرو میراث فرهنگی ناملموس، شامل پنج بخش اصلی: بیان و سنت های شفاهی، هنرهای نمایشی، فعالیت های جمعی، آیین ها و جشن ها، دانش سنتی و اعمال مرتبط با طبیعت و کیهان و سنت- های مرتبط با صنایع دستی اصلی می شود (شهیدی و همکاران، ۱۳۹۹).

تحقیق حاضر در تلاش است که تأثیرات توانمندسازی راهنمایان گردشگری استان اردبیل در جذب گردشگران میراث ناملموس را شناسایی کرده و راهکارهای مفید را در جهت جذب این گونه گردشگران را به نهادهای دولتی و خصوصی مربوطه استان ارائه دهد. در ادامه به برخی مطالعات انجام شده در این حوزه پرداخته می شود:

هواگاما و همکاران^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان "بازاریابی خدمات از طریق توانمندسازی، عملکرد و رضایت شغلی کارکنان هتل ها" نشان دادند که آموزش کارکنان هتل ها، مزایایی برای هر دو طرف (میهمانان و کارکنان) به همراه دارد و استقلال شغلی بیشتر باعث بهبود رفاه کارگران خدمات می گردد. کروجا و همکاران^۲ (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان "توانمندسازی در صنعت میهمان نوازی آمریکا" به این نتیجه رسیدند که توانمندسازی باعث می گردد کارکنان نسبت به خودشان احساس بهتری داشته باشند، همچنین سازمان ها باید یاد بگیرند که به منظور توانمندسازی کارکنان و برای بهبود عملکرد خود نیاز به یک تغییر اساسی در کل فرهنگ سازمانی دارند. موونو و داهلس^۳ (۲۰۱۷) در پژوهش "توانمندسازی زنان و گردشگری جزیره ای در فیجان" به این نتیجه رسیدند که از طریق کارآفرینی مبتنی بر جهانگردی، زنان محلی نه تنها به توانمندی اقتصادی رسیده اند بلکه از لحاظ روانشناختی، اجتماعی و سیاسی نیز توانا و کارتر شدند. بوتلر^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان "تقویت توانمندی جامعه و ایجاد ظرفیت از طریق گردشگری (دولستروم آفریقای جنوبی)" دریافت که توسعه گردشگری تأثیرات مثبتی را ایجاد کرده و اعضای جامعه محلی با مزایایی رو به رو شده اند که فراتر از عوامل اقتصادی است. تتیک^۵ (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان "اثرات توانمندسازی روانشناختی بر رضایت شغلی و عملکرد شغلی راهنمایان گردشگری" نشان داد که توانمندسازی روانشناختی، رضایت شغلی و عملکرد شغلی، با هم همبستگی مثبت دارند و توانمندسازی سطح هر دو عامل رضایت شغلی و عملکرد شغلی راهنمایان گردشگری را ارتقا می دهد. توحیدی و نبیلو (۲۰۱۲) در مقاله ای با عنوان "توانمندسازی منابع انسانی و نقش آن در گردشگری پایدار" به این نتیجه رسیدند که سازمان های حاضر در سراسر جهان، تمایل زیادی به توانمندسازی پرسنل خود برای افزایش کارایی و بهبود سیستم های کاری دارند، همچنین پیشنهاد دادند که مدیریت و پرسنل برای انجام بهتر وظایف خود دوره های آموزش کوتاه مدت، بلند مدت و حرفه ای را داشته باشند. میرن بابازادگان (۱۳۹۸) در یک پژوهش راهبردی با عنوان "تدوین الگوی راهبردی توانمندسازی نیروی انسانی با رویکرد معادلات ساختاری (مطالعه موردی: سازمان گردشگری استان تهران)" پس از شناسایی پنج مؤلفه به همراه زیر مؤلفه های آن ها به این نتیجه رسیدند که هر پنج مؤلفه: چشم انداز و مأموریت، خطمشی سازمان، شرکا و ذینفعان، کارکنان و فرآیندها بر توانمندسازی سرمایه انسانی سازمان گردشگری استان تهران مؤثر می باشند. شمس الدینی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان ارزیابی "اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری (استان کهگیلویه و بویر احمد)" به این نتیجه رسیدند که میان چهار مؤلفه: مهارت و تخصص شغلی، دانش و اطلاعات شغلی، سطح نگرش و انگیزه شغلی و توسعه گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد در سطح بالا رابطه معنی داری وجود دارد. سیدی (۱۳۹۳) در مقاله ای با عنوان "توانمندسازی منابع انسانی، عامل موفقیت صنعت گردشگری" به این نتیجه رسید که توانمندسازی پرسنل بخش های دولتی و خصوصی مناطق گردشگری، یکی از ارکان مهم رشد و توسعه اقتصادی و موفقیت پایدار این مناطق است و دستیابی به اهداف تعیین شده در مناطق گردشگری از جمله رشد و جذب گردشگر و سرمایه گذار، رشد و توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال مولد و کسب درآمدهای ارزی، جز از طریق توانمند کردن نیروی انسانی شاغل در این مناطق امکان پذیر نمی باشد. زاهدیان نژاد و یزدان پناه (۱۳۹۳) در مقاله ای به منظور "بررسی افزایش توانمندیهای شغلی کارکنان هتل به وسیله آموزش های ضمن خدمت" به این نتیجه رسیدند که آموزش های ضمن خدمت در صورت اجرای مناسب می توانند نقش قابل ملاحظه ای در ارتقای توانمندسازی کارکنان هتل داشته باشند.

۳- روش شناسی تحقیق

پژوهش پیش رو از لحاظ هدف کاربردی توسعه ای، از نظر ماهیت توصیفی - تحلیلی و از لحاظ نوع داده ها از نوع تحقیقات کمی می باشد. جامعه آماری این پژوهش را متخصصین و فعالین حوزه گردشگری میراث ناملموس استان اردبیل، اساتید دانشگاه و فارغ التحصیلان رشته های گردشگری و باستان شناسی (ارشد به بالا) ، کارشناسان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و

1- Hewagama et al
2- Kruja
3- Movono & Dahles
4- Butler
5- Tetik

گردشگری استان اردبیل که اطلاعات کافی در زمینه گردشگری میراث ناملموس دارند، تشکیل می‌دهند که از آنها تعداد ۵۱ نفر به عنوان نمونه (به روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند) انتخاب شدند. در این پژوهش ابزار گردآوری اطلاعات و داده‌ها از نمونه آماری پرسشنامه آنلاین محقق ساخته می‌باشد که برای ساخت آن از پرسشنامه‌های استاندارد توانمندسازی و جذب گردشگران کمک گرفته شده است. این پرسشنامه شامل دو بخش می‌باشد که بخش اول را سؤالات جمعیت شناختی (۴ سؤال) و بخش دوم را سؤالات تخصصی (۱۹ سؤال) که بر اساس طیف ۵ درجه ای لیکرت طراحی شده اند، تشکیل می‌دهند. روایی پرسشنامه در این پژوهش، پیش از توزیع در جامعه آماری از سوی خبرگان و اساتید حوزه گردشگری تأیید شد و پیشنهادات و نظرات آنها در خصوص تغییر در پرسشنامه اعمال گردید. همچنین برای برآورد میزان پایایی ابزار اندازه‌گیری از معیار آلفای کرونباخ استفاده گردید که عدد بدست آمده ۰.۸۷ بود که نشان دهنده پایایی مناسب پرسشنامه می‌باشد. در ادامه بعد از گردآوری داده‌های خام تحقیق، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش جمعیت شناختی با استفاده از آمار توصیفی و بنا به ضرورت از شیوه‌هایی از قبیل فراوانی استفاده شد و در بخش آمار استنباطی نیز جهت آزمون فرضیه‌های مطرح شده از روش آماری رگرسیون به کمک نرم افزار Spss استفاده و بهره گرفته شد.

۴- یافته‌های تحقیق

برای بدست آوردن اطلاعات جمعیت شناختی اعضای نمونه آماری در این پژوهش ۴ سؤال طراحی و از آن‌ها خواسته شد که خصوصیات شخصی خود که شامل سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه فعالیت مرتبط بود را مشخص نمایند. طبق آمار بدست آمده ۳۹,۳ درصد افراد را زنان و ۶۰,۷ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. ۱۷,۶ درصد اعضای نمونه در سنین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۱,۲ درصد در سنین بین ۳۱ تا ۴۰ و بقیه بالای ۴۱ سال سن داشتند. همچنین از لحاظ تحصیلاتی ۱۹,۵ درصد آن‌ها دارای مدرک دکتری، ۴۵,۱ درصد کارشناسی ارشد، ۲۷,۵ درصد کارشناسی و ۷,۹ درصد از مدرک دیپلم یا فوق دیپلم برخوردار بودند. نتایج کامل در جدول شماره ۱ گزارش شده است.

جدول ۱. آمار توصیفی اعضای نمونه آماری

ویژگی	تنوع	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۲۰	۳۹,۳
	مرد	۳۱	۶۰,۷
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۹	۱۷,۶
	۳۱ تا ۴۰ سال	۲۱	۴۱,۲
	۴۱ تا ۵۰ سال	۱۷	۳۳,۳
	بالای ۵۰ سال	۴	۷,۹
تحصیلات	دیپلم یا فوق دیپلم	۴	۷,۹
	کارشناسی	۱۴	۲۷,۵
	کارشناسی ارشد	۲۳	۴۵,۱
	دکتری	۱۰	۱۹,۵
سابقه فعالیت	کمتر از ۵ سال	۱۰	۱۹,۵
	۶ تا ۱۰ سال	۱۲	۲۳,۶
	۱۱ تا ۱۵ سال	۱۵	۲۹,۴
	بیشتر از ۱۵ سال	۱۴	۲۷,۵

در این پژوهش دو متغیر توانمند سازی راهنمایان گردشگری استان اردبیل به عنوان متغیر مستقل و جذب گردشگران میراث ناملموس به عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفت که متغیر توانمند سازی راهنمایان دارای ۴ مؤلفه تخصص و مهارت شغلی، دانش و اطلاعات شغلی، سطح نگرش و انگیزه شغلی می‌باشد. بدین منظور ۴ فرضیه آماری تدوین شد که در ادامه به آزمون هر کدام از فرضیه‌های تحقیق به کمک روش تحلیل رگرسیون ساده پرداخته می‌شود.

جدول ۲. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون ساده برای فرضیه اول

ضریب همبستگی و ضریب تعیین رگرسیون					
ضریب رگرسیون	R ²	R ² _{adj}	خطای استاندارد برآورد		
۰,۶۲۹	۰,۳۹۶	۰,۳۸۴	۰,۷۶۹		
تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)					
مدل	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	Sig
رگرسیون	۱۹,۰۲۶	۱	۱۹,۰۲۶	۳۲,۱۳۱	۰,۰۰۰
باقیمانده	۲۹,۰۱۴	۴۹	۰,۵۹۲		
کل	۴۸,۰۳۹	۵۰			
تحلیل رگرسیون تأثیر دانش شغلی راهنمایان گردشگری در جذب گردشگران میراث ناملموس					
Sig	t	ضرایب غیراستاندارد		Sig	
		B	خطای استاندارد		
		۱,۸۳۰	۰,۴۳۱	۰,۰۰۰	(ثابت)
		۰,۵۶۹	۰,۱۰۰	۰,۰۰۰	دانش شغلی

– **آزمون فرضیه ۱:** دانش و اطلاعات شغلی راهنمایان گردشگری استان اردبیل اثر معناداری در جذب گردشگران میراث ناملموس دارد؛ با استناد به مقادیر بدست آمده در جدول شماره ۲، ضریب تعیین بین دو متغیر دانش و اطلاعات شغلی راهنمایان گردشگری استان اردبیل و جذب گردشگران میراث ناملموس، عدد ۰,۳۹۶ است که بدان معنا می‌باشد که دانش و اطلاعات شغلی راهنمایان ۳۹ درصد از تغییرات ایجاد شده در جذب گردشگران میراث ناملموس را پیش بینی می‌کند. مطابق جدول در تحلیل واریانس رگرسیون سطح معنی داری کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد که خطی بودن رابطه بین دو متغیر را تأیید می‌نماید. همچنین با توجه به عدد بتای بدست آمده (۰,۶۲۹) در سطح معنی داری (۰,۰۰۰) می‌توان نتیجه گرفت که جهت تأثیرگذاری مؤلفه دانش و اطلاعات شغلی راهنمایان بر جذب گردشگران میراث ناملموس مثبت و معنی دار است.

جدول ۳. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون ساده برای فرضیه دوم

ضریب همبستگی و ضریب تعیین رگرسیون					
ضریب رگرسیون	R ²	R ² _{adj}	خطای استاندارد برآورد		
۰,۵۱۱	۰,۲۶۱	۰,۲۴۶	۰,۸۵۱		
تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)					
مدل	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	Sig
رگرسیون	۱۲,۵۶۰	۱	۱۲,۵۶۰	۱۷,۳۴۶	۰,۰۰۰
باقیمانده	۳۵,۴۸۰	۴۹	۰,۷۲۴		
کل	۴۸,۰۳۹	۵۰			
تحلیل رگرسیون تأثیر مهارت شغلی راهنمایان گردشگری در جذب گردشگران میراث ناملموس					
Sig	t	ضرایب غیراستاندارد		Sig	
		B	خطای استاندارد		
		۲,۳۵۹	۰,۴۵۷	۰,۰۰۰	(ثابت)
		۰,۴۴۸	۰,۱۰۸	۰,۰۰۰	مهارت شغلی

– **آزمون فرضیه ۲:** تخصص و مهارت شغلی راهنمایان گردشگری استان اردبیل اثر معناداری در جذب گردشگران میراث ناملموس دارد؛ با توجه به مقادیر بدست آمده در جدول شماره ۳، ضریب تعیین بین دو متغیر تخصص و مهارت شغلی راهنمایان گردشگری استان اردبیل و جذب گردشگران میراث ناملموس، عدد ۰,۲۶۱ است بنابراین می‌توان استنباط کرد که مهارت و تخصص شغلی راهنمایان ۲۶ درصد از تغییرات ایجاد شده در جذب گردشگران میراث ناملموس را پیش بینی می‌کند. مطابق جدول در تحلیل واریانس رگرسیون سطح معنی داری کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد که خطی بودن رابطه بین دو متغیر را تأیید می‌نماید. همچنین با توجه به عدد بتای بدست آمده (۰,۵۱۱) در سطح معنی داری (۰,۰۰۰) می‌توان نتیجه گرفت که جهت تأثیرگذاری مؤلفه مهارت و تخصص شغلی راهنمایان بر جذب گردشگران میراث ناملموس مثبت و معنی دار است.

جدول ۴. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون ساده برای فرضیه سوم

ضریب تعیین رگرسیون					
خطای استاندارد برآورد		R ² _{adj}	R ²	ضریب رگرسیون	
		ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین		
۰,۹۱۷		۰,۱۲۶	۰,۱۴۳	۰,۳۷۸	
تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)					
Sig	F	میانگین مجزورات	درجه آزادی	مجموع مجزورات	مدل
۰,۰۰۶	۸,۱۸۳	۶,۸۷۵	۱	۶,۸۷۵	رگرسیون
		۰,۸۴۰	۴۹	۴۱,۱۶۵	باقیمانده
			۵۰	۴۸,۰۳۹	کل
تحلیل رگرسیون تأثیر سطح نگرش راهنمایان گردشگری در جذب گردشگران میراث ناملموس					
Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰,۰۰۰	۶,۰۳۶		۰,۴۷۷	۲,۸۸۱	(ثابت)
۰,۰۰۶	۲,۸۶۱	۰,۳۷۸	۰,۱۱۱	۰,۳۱۸	سطح نگرش

– **آزمون فرضیه ۳:** سطح نگرش راهنمایان گردشگری استان اردبیل اثر معناداری در جذب گردشگران میراث ناملموس دارد؛ با استناد به مقادیر بدست آمده در جدول شماره ۴، ضریب تعیین بین دو متغیر سطح نگرش راهنمایان گردشگری استان اردبیل و جذب گردشگران میراث ناملموس، عدد ۰,۱۴۳ است. بنابراین می‌توان گفت که سطح نگرش راهنمایان گردشگری ۱۴ درصد از تغییرات ایجاد شده در جذب گردشگران میراث ناملموس را پیش بینی می‌کند. همچنین مطابق جدول در تحلیل واریانس رگرسیون سطح معنی داری بدست آمده عدد ۰,۰۰۶ است که کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد که خطی بودن رابطه بین دو متغیر را تأیید می‌نماید. در ادامه با توجه به عدد بتای بدست آمده (۰,۳۷۸) در سطح معنی داری (۰,۰۰۶) می‌توان نتیجه گرفت که جهت تأثیرگذاری مؤلفه سطح نگرش راهنمایان گردشگری استان اردبیل بر جذب گردشگران میراث ناملموس مثبت و معنی دار است.

جدول ۵. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون ساده برای فرضیه چهارم

ضریب همبستگی و ضریب تعیین رگرسیون					
خطای استاندارد برآورد		R ² _{adj}	R ²	ضریب رگرسیون	
		ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین		
۰,۹۰۳		۰,۱۵۱	۰,۱۶۸	۰,۴۱۰	
تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)					
Sig	F	میانگین مجزورات	درجه آزادی	مجموع مجزورات	مدل
۰,۰۰۳	۹,۸۸۰	۸,۰۶۱	۱	۸,۰۶۱	رگرسیون
		۰,۸۱۶	۴۹	۳۹,۹۷۹	باقیمانده
			۵۰	۴۸,۰۳۹	کل
تحلیل رگرسیون تأثیر انگیزه شغلی راهنمایان گردشگری در جذب گردشگران میراث ناملموس					
Sig	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰,۰۳۱	۲,۲۱۹		۰,۷۸۹	۱,۷۵۰	(ثابت)
۰,۰۰۳	۳,۱۴۳	۰,۴۱۰	۰,۱۷۰	۰,۵۳۳	انگیزه شغلی

– **آزمون فرضیه ۴:** انگیزه شغلی راهنمایان گردشگری استان اردبیل اثر معناداری در جذب گردشگران میراث ناملموس دارد؛ با استناد به مقادیر بدست آمده در جدول شماره ۵، ضریب تعیین بین دو متغیر انگیزه شغلی راهنمایان گردشگری استان اردبیل و جذب گردشگران میراث ناملموس، عدد ۰,۱۶۸ است که بدان معنا می‌باشد که انگیزه شغلی راهنمایان گردشگری ۱۶ درصد از تغییرات ایجاد شده در جذب گردشگران میراث ناملموس را پیش بینی می‌کند. همچنین مطابق جدول در تحلیل واریانس رگرسیون سطح معنی داری بدست آمده کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد که خطی بودن رابطه بین دو متغیر را تأیید می‌نماید. در ادامه با توجه به عدد بتای بدست آمده (۰,۴۱۰) در سطح معنی داری (۰,۰۰۳) می‌توان نتیجه گرفت که جهت تأثیرگذاری مؤلفه انگیزه شغلی راهنمایان گردشگری بر جذب گردشگران میراث ناملموس مثبت و معنی دار است.

بحث و نتیجه‌گیری

راهنمایان گردشگری همواره کنش و ارتباط رو در رویی با گردشگران دارند، علی‌الخصوص با گردشگران مربوط به میراث ناملموس که به شدت نیازمند به تفسیر، فهم و درک عمیق از جاذبه‌ها و موارث ناملموس مقصدند، زیرا که موارث ناملموس همانند موارث ملموس جنبه عینی و فیزیکی در بسیاری از موارد ندارد، بنابراین از این حیث در پژوهش حاضر تلاش شد، تا تأثیر توانمندسازی راهنمایان گردشگری استان اردبیل به عنوان متغیر مستقل بر جذب هر چه بیشتر گردشگران میراث ناملموس استان به عنوان متغیر وابسته، سنجیده شود. بر همین اساس پس از بررسی و سنجش بین چهار مؤلفه مهارت و تخصص شغلی، دانش و اطلاعات شغلی، سطح نگرش راهنمایان گردشگری استان و انگیزش شغلی آنان با جذب گردشگران میراث ناملموس استان اردبیل مشخص شد که بین هر چهار مؤلفه ذکر شده با جذب گردشگران میراث ناملموس رابطه و اثرگذاری مثبت و معناداری وجود دارد. در واقع می‌توان این گونه بیان کرد که توانمندسازی راهنمایان گردشگری در سطحی بالا تأثیر مستقیم بر جذب هر چه بیشتر گردشگران میراث ناملموس این استان دارد. همچنین در بین درون مؤلفه های مهارت و تخصص شغلی به ترتیب زیر مؤلفه های: مهارت حل مسأله و مدیریت بحران یک راهنما، تسلط بر چندین زبان خارجی، خوش خلقی و درک اعضای تور، مهارت رهبری و هدایت تور، روابط اجتماعی بالا و مهارت سخنوری توسط پاسخ دهندگان شناخته شد. در بین زیرشاخه های دانش و اطلاعات شغلی نیز، دانش راهنمایان گردشگری استان در مورد تاریخ جامعه میزبان، مذاهب و ادیان و آداب جامعه میزبان، ویژگی‌های سیاسی جوامع اعضای تور و جامعه میزبان، ویژگی‌های جغرافیایی و جمعیتی مقصد، عادات غذایی اعضای تور و مقصد و مهارت ساخت صنایع دستی و معماری جامعه میزبان مهم‌ترین اولویت‌ها را در این بخش به دست آوردند که باید به آنها توجه نمود. از بین مؤلفه‌های سطح نگرش راهنمایان گردشگری استان، علاقه راهنمایان به شغل و حرفه خود و در درجه بعدی احساس کارآمدی و با ارزش شمردن شغل راهنمایان گردشگری در سطح جامعه بیشترین اولویت را برای برنامه ریزی توسط مسئولین مربوطه دارا هستند. و نهایتاً در میان زیر مؤلفه‌های انگیزش شغلی راهنمایان گردشگری: درآمد قابل توجه راهنما و امنیت شغلی، طرز برخورد عادلانه مدیران و تورگردانان با راهنمایان به هنگام بروز بحران، آموزش‌های حین کار و ضمن خدمت و قدردانی و تکریم راهنمایان مهم‌ترین اولویت‌ها برحسب میزان تأثیرگذاری بر جذب گردشگران میراث ناملموس در استان اردبیل را به دست آوردند.

بنابراین می‌توان این گونه استدلال کرد که با توجه به تأثیر مستقیم و بالای توانمندسازی راهنمایان گردشگری استان اردبیل در جذب تعداد بیشتر گردشگران میراث ناملموس، تأثیرگذاری راهنمایان توانمند شده می‌تواند رضایت و درک بالای گردشگران از این نوع گردشگری را در استان به همراه داشته و با تبلیغات دهان به دهان همین گردشگران، جذب هر چه بیشتر گردشگرانی دیگر در آینده را نیز در پی داشته باشد. لذا پیشنهاد می‌گردد که مدیران میراث فرهنگی استان اردبیل، انجمن راهنمایان گردشگری و تورگردانهای بخش خصوصی استان:

مهارت‌های شغلی راهنمایان گردشگری را از طریق آموزش‌های دوره‌ای و سالانه تقویت نمایند.
کلاس‌های دانش‌افزایی راهنمایان در زمینه‌های مرتبط با گردشگری میراث ناملموس را به صورت ادواری برپا نمایند.
با برگزاری گردهمایی‌ها و جشن‌های سالانه در استان از راهنمایان وظیفه شناس تقدیر به عمل آورده و در صدا و سیما استان و کانال‌های مجازی منصوب به خود، مجموعه‌ها و برنامه‌هایی را در جهت تکریم راهنمایان میراث ناملموس به عمل آورند. و نهایتاً در جهت افزایش انگیزش شغلی راهنمایان، حقوق مناسب و امنیت شغلی این قشر را هر چه بیشتر و بهتر تامین تضمین نمایند.

منابع

۱. افخمی، بهروز (۱۳۹۵). «راهبرد توسعه اقتصادی مبتنی بر میراث فرهنگی»، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، سال چهارم، شماره چهاردهم، صفحات ۴۸-۲۷.
۲. حسینی، سید صادق (۱۳۹۳). «ارزیابی وضعیت آموزش راهنمایان گردشگری در ایران با رویکرد ارایه الگوی آموزشی در سطح دانشگاهی»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، سال ۹، شماره ۲۸، صفحات ۱۴۴-۱۱۵.
۳. رهنمایی، محمدتقی؛ علی اکبری، اسماعیل و صفرعلی زاده، اسماعیل (۱۳۹۳). «ارزیابی مدل مفهومی از عوامل موثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی)»، نشریه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال ۷، شماره ۲۵، صفحات ۱۰۳-۱۰۲.
۴. زاهدیان نژاد، علی؛ یزدان پناه، عنایت‌الله (۱۳۹۳). «بررسی افزایش توانمندی‌های شغلی کارکنان به وسیله آموزش‌های ضمن خدمت»، دومین همایش ملی گردشگری جغرافیا و محیط زیست پایدار.
۵. سعیدی پور، بهمن؛ محمدی پور، عباس (۱۳۹۹). «بررسی مدل‌ها و الگوهای توانمندسازی نیروی انسانی در سازمان‌ها»، فصلنامه پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع، سال ۲، شماره ۲.

۶. سیدی، سیدناصر (۱۳۹۳). «توانمندسازی منابع انسانی، عامل موفقیت صنعت گردشگری»، نخستین سمینار علمی تخصصی جاذبه ها و دافعه های گردشگری آذربایجان شرقی، تبریز
۷. شاهی، طاهره و خورشید، صدیقه (۱۳۹۴). «میراث ناملموس راهی به سوی توسعه گردشگری خلاق (مطالعه موردی: استان مازندران)»، کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع، دوره ۱.
۸. شمس الدینی، علی؛ درخشان، الهام و کریمی، ببراز (۱۳۹۵). «ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد)»، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال ۶، شماره پیاپی ۲۴، صفحات ۸۹-۱۰۰.
۹. شهیدی، ناهید؛ رحمانی، اشکان؛ سامانیان، ساسان و سیدی، سید علی اکبر (۱۳۹۹). «کارکرد منسوجات در میراث فرهنگی ناملموس استان گیلان؛ مورد مطالعه، آئین های سوگواری و بزم»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، سال ۱۳، شماره ۳، صفحات ۱۵۷-۱۸۵.
۱۰. ضیایی، محمود؛ فرمانی، لیلا (۱۳۹۰). «ارزیابی گردشگران اروپایی از عملکرد راهنمایان تور در ایران»، فصلنامه مطالعات گردشگری، دوره ۶، شماره ۱۵، صفحات ۲۹-۵۲.
۱۱. عسگری، محمدهادی (۱۳۹۵). «عوامل موثر بر توانمندسازی منابع انسانی»، دومهنامه مهندسی مدیریت، پیاپی ۶۶، صفحه ۴۸.
۱۲. فروغی، فضل الله؛ صادقی، محمدهادی و غنی، کیوان (۱۳۹۹). «پیامدهای ثبت میراث فرهنگی در فهرست میراث جهانی یونسکو بر اعمال حاکمیت و مسئولیت دولت ها»، مجله مطالعات راهبردی، سال ۲۳، شماره ۲ (پیاپی ۸۸)، صفحات ۲۱۲-۱۸۱.
۱۳. کروی، مهدی؛ امیری، زینب و محمودزاده، سیدمجتبی (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت بندی ویژگی های موثر بر عملکرد راهنمایان تورهای ورودی از منظر گردشگران خارجی»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۱۳، شماره ۴۱، صفحات ۴۱-۵۵.
۱۴. محمدخانی، کامران (۱۳۸۷). «نقش راهنمایان تور در رضایتمندی گردشگران فرهنگی (مدل راهنمایان هوشمند عاطفی)»، مجله مدیریت فرهنگی، سال ۲، شماره ۲.
۱۵. میرن بابازادگان، سیدمهدی (۱۳۹۸). «تدوین الگوی راهبردی توانمندسازی نیروی انسانی با رویکرد معادلات ساختاری (مطالعه موردی: سازمان گردشگری استان تهران)»، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، سال ۳، شماره ۱۱، صفحات ۳۹۵-۴۱۸.
۱۶. ناظمی، آرش (۱۳۹۵). «بررسی تاثیرات گردشگری بر پایداری اقتصادی و رشد اقتصادی شهرها (نمونه موردی: شهر مشهد)»، مجله مدیریت شهری، شماره ۴۴، صفحات ۴۸۲-۴۷۳.
۱۷. نورآقایی، آرش و مکیان، ساراسادات (۱۳۹۶). «شناسایی مسیرهای گردشگری با رویکرد میراث جهانی ثبت شده ایران توسط سازمان یونسکو»، تهران، انتشارات مهکامه، چاپ چهارم، صفحات ۱۷-۱۶.
18. Butler, G. (2017). Fostering community empowerment and capacity building through tourism: perspectives from Dullstroom, South Africa. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(3), 199-212
19. Jafarai, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*, London: Routledge.
20. Kruja, D., Ha, H., Drishti, E., & Oelfke, T. (2016). Empowerment in the hospitality industry in the United States. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(1), 25-48.
21. Lawler III, E. E. (1994). Total quality management and employee involvement: are they compatible?. *Academy of Management Perspectives*, 8(1), 68-76.
22. Movono, A., & Dahles, H. (2017). Female empowerment and tourism: A focus on businesses in a Fijian village. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 681-692.
23. Su, X., Li, X., Wu, Y., & Yao, L. (2020). How is intangible cultural heritage valued in the eyes of inheritors? Scale development and validation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(5), 806-834.
24. Tetik, N. (2016). The effects of psychological empowerment on job satisfaction and job performance of tourist guides. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(2), 221-239.
25. Tohid Ardahaey, F., & Nabiloo, H. (2012). Human resources empowerment and its role in the sustainable tourism. *Asian Social Science*, 8(1).
26. Hewagama, G., Boxall, P., Cheung, G., & Hutchison, A. (2019). Service recovery through empowerment? HRM, employee performance and job satisfaction in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 73-82.
27. UNESCO, (2003). Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage 2003. Retrieved from <https://ich.unesco.org/en/convention>

