

تحلیل سازه‌های مؤثر بر نگرش روستائیان در خصوص گردشگری روستایی در بخش درودزن شهرستان مرودشت

مدینه خسروجردی^۱ و مهدی نوری پور^{۲*}

تاریخ پذیرش: ۱۷ مرداد ۱۳۹۵

تاریخ دریافت: ۲۳ فروردین ۱۳۹۵

چکیده

با وجود توجه و صرف هزینه از طرف دولت‌ها برای توسعه روستاهای هدف گردشگری، کمتر به اهمیت نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری روستایی و حمایت آن‌ها از توسعه گردشگری توجه می‌شود. بر این اساس، پژوهش حاضر به تحلیل سازه‌های مؤثر بر نگرش روستائیان در خصوص گردشگری روستایی در منطقه درودزن شهرستان مرودشت پرداخته که در سال ۱۳۹۴ صورت گرفته است. این پژوهش به شیوه‌ی پیمایش انجام شده و داده‌های مورد نظر با کمک پرسشنامه از ۲۵۰ نفر از روستائیان منطقه‌ی مورد مطالعه بدست آمد که بر اساس جدول کرجسی و مورگان به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده بودند. روایی صوری پرسشنامه، توسط متخصصان توسعه روستایی دانشگاه یاسوج تأیید و پایایی ابزار سنجش نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ که مقدار آن بین ۰/۶۱ تا ۰/۸۶ به دست آمد، مورد تأیید قرار گرفت. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که متغیر ارزش گردشگری روستایی نسبت به سایر متغیرهای مورد بررسی، سهم و نقش بیشتری در پیش‌بینی نگرش پاسخگویان نسبت به گردشگری روستایی داشته و پس از آن، متغیرهای درآمد از منبع گردشگری روستایی، مشاهده در زمینه گردشگری و موضوعات مربوطه قرار گرفتند. در پایان به منظور بهبود نگرش روستائیان نسبت به گردشگری روستایی، پیشنهاد می‌شود که وسایل ارتباط جمعی به ویژه صدا و سیما محلی، پخش برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی مختلف در مورد گردشگری روستایی، زمینه‌ها و موضوعات مرتبط را در اولویت خود قرار دهد.

واژه‌های کلیدی: تحلیل مسیر، گردشگری روستایی، نگرش

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج.
۲- دانشیار ترویج کشاورزی و توسعه روستایی، گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج.
(*- نویسنده مسئول: mnooripoor@yu.ac.ir)

مقدمه

گردشگری یکی از بخش‌های مهم و در حال شکوفایی جهان است و به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی، سود قابل توجهی از ارز خارجی و فرصت‌های شغلی ایجاد کرده است (کالا و مایکوری^۱، ۲۰۱۱) بنابراین، می‌تواند به‌عنوان یک راهکار مؤثر برای کسب درآمدهای ارزی مورد توجه قرار گیرد. از طرفی توجه به گردشگری یکی از راه‌های دستیابی به توسعه پایدار است (لی^۲، ۲۰۱۳). در این میان، گردشگری روستایی در دهه اخیر به‌عنوان یکی از مناطق گردشگری از روند رو به رشدی برخوردار بوده است (اسنای اسکا و همکاران^۳، ۲۰۱۴؛ کیم و جمال^۴، ۲۰۱۵). صاحب‌نظران این رویکرد را ابزاری برای احیای حیات مناطق روستایی معرفی نموده‌اند (جعفر و راسولیمانیش^۵، ۲۰۱۵)؛ و اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (شلوگل^۶، ۲۰۰۷). گردشگری روستایی می‌تواند منبع مهمی برای بحث اشتغال در مناطق روستایی باشد، به‌خصوص این امر در میان گروه‌های کوچک که از نظر اقتصادی نیز در سطح بالایی قرار ندارند، قابل توجه است؛ چرا که اشتغال در این صنعت برای روستاها، اغلب احتیاج به مهارت زیادی ندارد و ساکنان محلی به‌آسانی و با مهارت‌های معمولی و ساده، مانند پخت غذاهای محلی، خدمتکاری، خرده‌فروشی، کارگری در رستوران‌ها و جز این‌ها می‌توانند در این زمینه فعالیت کنند (قنبری، ۱۳۸۷). اهمیت گردشگری روستایی را همچنین می‌توان در زمینه اشتغال در بخش خدمات‌رسانی و حمل و نقل و جابه‌جایی گردشگران به‌خوبی مد نظر قرار داد (هاون – تانگ و جونز^۷، ۲۰۱۲). افزون بر آن، توجه به جایگاه صنعت گردشگری در توسعه روستایی از آن روی اهمیت دارد که می‌توان با بهره‌گیری مناسب از منابع طبیعی و انسانی، افزون بر امکان رشد اقتصادی، به توسعه بخش کشاورزی و تولید صنایع دستی محلی پرداخت و گامی مؤثر در مسیر بهبود شرایط زیست‌محیطی و پاسداشت میراث فرهنگی بومی و آداب و رسوم محلی در روستاها برداشت (کورچ^۸، ۱۹۹۴). بالا بردن کیفیت زندگی روستائیان از دیگر نتایج توجه به گردشگری روستایی است که می‌تواند از طریق تأمین درآمدهای مالیاتی در ساختار مدیریت روستایی به‌کار رود (قنبری، ۱۳۸۷). با در نظر گرفتن اهمیت این شاخه از صنعت گردشگری، این مسئله وجود دارد که چرا در برخی از مناطق روستایی به‌ویژه در منطقه گردشگری روستایی درودزن که یکی از مناطق هدف گردشگری در شهرستان مرودشت می‌باشد و با دارا بودن اقلیم معتدل، سد، جزیره، پوشش جنگلی، باغات وسیع، چشمه‌ساران فراوان، آبشارهای زیبا و مناظر و چشم‌اندازهای دل‌نواز، هر ساله گردشگران مختلفی را به‌ویژه در فصول بهار و تابستان به‌خود جذب می‌کند، توجه و سرمایه‌گذاری در مقوله گردشگری روستایی از سوی مردم منطقه، مورد استقبال چندانی قرار نگرفته و تمایل و رغبت چندانی برای فعالیت در این بخش بین آن‌ها دیده نمی‌شود؛ لذا، شناخت و بررسی سازه‌های مؤثر بر نگرش روستائیان نسبت به گردشگری روستایی و پذیرش گردشگری روستایی حائز اهمیت بوده و ضرورت انجام این

1- Kala and Maikhuri

2- Lee

3- Snieška et al

4- Kim and Jamal

5- Jaafar and Rasoolimanesh

6- Schloegel

7- Haven Tang and Jones

8- Crouch

بررسی، حس می‌گردد؛ بنابراین مطالعه حاضر با هدف کلی تحلیل سازه‌های مؤثر بر نگرش روستائیان در خصوص گردشگری روستایی در بخش درودزن شهرستان مرودشت با استفاده از فن تحلیل مسیر طراحی و اجرا گردیده است.

تصمیم به پذیرش گردشگری روستایی متأثر از عوامل مختلفی است که یکی از مهمترین آن‌ها، نگرش روستائیان نسبت به گردشگری روستایی می‌باشد، زیرا فعالیت و تصمیم‌گیری افراد نسبت به هر پدیده‌ای تحت تأثیر نگرش آن‌ها می‌باشد (فیشبین و آجنز^۱، ۱۹۷۵). نگرش یکی از مهم‌ترین مفاهیم روان‌شناسی اجتماعی نوین است که به تمایلات، احساسات، شناخت‌ها، گرایش‌های ذهنی و رفتاری فرد اشاره دارد. بررسی نگرش افراد در زمینه‌های مختلف به مدیران و مجریان کمک می‌کند که از شیوه تفکر مردم درباره موضوعات مشخص مطلع شده و آگاهی یابند و آنگاه برای تغییر، اصلاح و یا تقویت آن نگرش برنامه‌ریزی کنند و یا اقداماتی انجام دهند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۳). بحث در مورد نگرش، چگونگی شکل‌گیری، تغییر و سنجش آن و همچنین، رابطه نگرش با رفتار، از مباحث بسیار مهم و رایج در حوزه روانشناسی اجتماعی بوده و هست. اهمیت موضوع نگرش به قدری است که بعضی از صاحب‌نظران، موضوع روانشناسی اجتماعی را اصولاً مطالعه‌ی نگرش‌ها دانسته‌اند. بخشی از این اهمیت ناشی از آن است که این صاحب‌نظران، مطالعه نگرش را برای درک رفتار اجتماعی، حیاتی می‌دانند. بخش دیگری از این اهمیت مبتنی بر این فرض است که نگرش‌ها تعیین‌کننده‌ی رفتارها هستند و این فرض، به‌طور ضمنی دلالت بر این امر دارد که با تغییر دادن نگرش‌های افراد می‌توان رفتارهای آنان را تغییر داد (ترکان و کجیاف، ۱۳۸۷).

در چند دهه اخیر، تقریباً بیشترین پژوهش‌های صورت گرفته در مورد الگوهای رفتاری، نظریه‌های عمل منطقی و رفتار برنامه‌ریزی شده بوده است. نظریه عمل منطقی در سال ۱۹۷۵ توسط فیشبین و آجنز مطرح شد و مبتنی بر این فرض است که افراد به‌طور منطقی عمل می‌کنند. آن‌ها همه اطلاعات در دسترس درباره رفتار هدف را جمع‌آوری و به‌طور منظم ارزیابی می‌کنند. همچنین اثر و نتیجه اعمال را در نظر می‌گیرند. سپس بر اساس استدلال خود تصمیم می‌گیرند که به انجام عملی بپردازند یا خیر. در واقع این نظریه بیان می‌کند که قصد و تمایل یک فرد برای انجام یک رفتار تحت تأثیر دو عامل نگرش و هنجار ذهنی فرد قرار دارد (پیکارینن و همکاران^۲، ۲۰۰۴). بر اساس این نظریه، زمانی که افراد دارای نگرش مثبتی نسبت به گردشگری روستایی باشند، قصد و تمایل آنان برای پذیرش گردشگر قوی‌تر خواهد بود.

آجنز (۱۹۸۵) با وارد کردن سازه کنترل رفتاری درک شده به عنوان عامل تعیین‌کننده قصد رفتاری و رفتار، نظریه عمل منطقی را بسط داده و آن را نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده نامیده است (مادن و همکاران^۳، ۱۹۹۲). طبق این مدل، قصد انجام یک رفتار توسط سه عامل شامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده، پیش‌بینی می‌شود. نگرش نسبت به رفتار، ارزشیابی مثبت یا منفی در مورد انجام یک رفتار می‌باشد که از دو زیرسازه باورهای رفتاری و ارزیابی نتایج رفتار که باعث حصول نگرش نسبت به رفتار می‌شود، تشکیل شده است.

1- Fishbein and Ajzen

2- Pikkarainen et al

3- Madden et al

هنجارهای ذهنی، به فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام یا عدم انجام رفتار هدف اشاره دارد. افراد غالباً بر مبنای ادراکشان از آنچه که دیگران فکر می‌کنند، عمل می‌کنند و قصد آن‌ها جهت پذیرش رفتار به صورت بالقوه، متأثر از افرادی است که ارتباطات نزدیکی با آن‌ها دارند. در این نظریه هنجار ذهنی فرد، حاصل ضرب باورهای هنجاری در انگیزه پیروی برای انجام رفتار هدف با وجود این انتظارات می‌باشد (براتی و همکاران^۱، ۲۰۱۱).

در زمینه گردشگری روستایی مطالعات گسترده‌ای صورت گرفته است که در زیر به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

علیقلی زاده فیروزجایی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان، سنجش نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی مناطق بیابانی و شهرستان خور و بیابانک به این نتیجه رسیدند که جامعه محلی از توسعه گردشگری حمایت زیادی می‌کند و میزان حمایت آن‌ها تابعی از سطح توسعه گردشگری، وابستگی شغلی، وابستگی درآمدی، سطح تحصیلات و غیره می‌باشد. در عین حال که این روستاها از گردشگری حمایت زیادی می‌کنند. با توجه به اینکه تصویر ذهنی ساکنین روستاهای گردشگرپذیر در بعد اثرات مثبت گردشگری، قوی‌تر و در بعد اثرات منفی گردشگری ضعیف‌تر (نسبت به ساکنین در روستاهای کمتر گردشگرپذیر) درک شده است. به لحاظ میزان حمایت، روستاهای با سطح گردشگرپذیری بیشتر، حمایت بیشتری از روستاهای کمتر گردشگرپذیر داشته‌اند و تفاوت به لحاظ میزان حمایت، معنادار است.

نوری و نوری‌پور (۱۳۹۳) سازه‌های مؤثر بر پذیرش تعاون و کار گروهی در شهرستان بویر احمد (ارائه الگویی توسعه یافته از نظریه‌های عمل منطقی و رفتار برنامه‌ریزی شده) را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که رابطه علی مثبت و معنی‌داری بین سازه‌های نگرش نسبت به تعاون، هنجار ذهنی، کنترل رفتاری محسوس، سودمندی درک شده و مشاهده با قصد پذیرش تعاون وجود دارد.

شاهولی و نوری‌پور (۱۳۸۶) به بررسی سازه‌های مؤثر بر نگرش دانشجویان کشاورزی پرداخته و عنوان کرده‌اند که تجربه، مشاهدات، شناخت (آگاهی و دانش) و ارزش‌های دانشجویان در مورد یک موضوع نظیر کشاورزی، نگرش آن‌ها را نسبت به کشاورزی تحت تأثیر قرار می‌دهند.

عبدالله‌زاده و شریف‌زاده^۲ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای، درک ساکنان روستایی را نسبت به توسعه گردشگری (مطالعه‌ای از ایران) مورد بررسی قرار دادند. این پژوهش در پی شناسایی و تبیین درک ساکنان روستایی نسبت به اثرات توسعه گردشگری بود. داده‌های مورد نیاز از ۲۶۲ خانوار در یک جامعه کوچک روستایی جمع‌آوری گردید. یافته‌ها نشان داد که در منطقه مورد مطالعه، بیشتر ساکنان پشتیبانی بسیار قوی برای توسعه صنعت گردشگری داشتند، هر چند برخی از نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را نیز بیان داشتند. آموزش و پرورش، جنسیت، سن، درآمد، اشتغال و درجه بالایی از دل‌بستگی به جامعه از عوامل مؤثر بر نگرش ساکنان بود.

1- Barati et al

2- Abdollahzadeh and Sharifzadeh

مورسان و همکاران^۱ (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای، نگرش ساکنان محلی را نسبت به توسعه گردشگری پایدار مورد بررسی قرار دادند. هدف پژوهش تجزیه و تحلیل درک ساکنان روستایی از تأثیر توسعه گردشگری و بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری پایدار در منطقه نورد - وست رومانی^۲ بود. در این پژوهش برداشت ساکنان نسبت به توسعه گردشگری با استفاده از ۲۲ آیتم، در حالی که حمایت ساکنان برای توسعه گردشگری با استفاده از ۸ آیتم مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که ساکنان گردشگری را به عنوان یک عامل توسعه در نظر دارند. محیط زیست طبیعی، اقتصاد، محیط فرهنگی - اجتماعی و همچنین زیر ساخت‌ها، سن، جنسیت و آموزش و پرورش از عوامل مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری می‌باشد.

بولی و همکاران^۳ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان توانمند سازی و نگرش‌های ساکنین نسبت به گردشگری به این نتیجه رسیدند که توانمندسازی روانشناختی و منافع اقتصادی شخصی تأثیر مثبت و مستقیم بر روی حمایت گردشگری دارد.

لو و همکاران^۴ (۲۰۱۳) در پژوهشی نگرش جوامع محلی را نسبت به توسعه گردشگری روستایی در مالزی مورد مطالعه قرار دادند. هدف پژوهش ارزیابی ادراک جوامع گردشگری روستایی نسبت به توسعه صنعت گردشگری از پنج دیدگاه، زیست‌محیطی، رضایت جوامع محلی، شیوه مدیریت محیط زیست، تأثیر منابع زیست محیطی و نگرش ساکنان مقاصد روستایی بود. در این پژوهش ۱۸۲ نفر از ساکنان روستاهای گردشگری مالزی به طور داوطلبانه در مطالعه شرکت کردند. نتایج نشان داد که رضایت جوامع محلی و تأثیر منابع در مناطق روستایی مقصد، از نگران‌کننده-ترین عوامل برای جوامع محلی با توجه به آرزوهای آینده‌شان برای توسعه گردشگری روستایی می‌باشد.

نتایج مطالعه‌ی گل‌زردی و همکاران^۵ (۲۰۱۲)، در رابطه با بررسی نگرش ساکنان محلی نسبت به گردشگری روستایی در نیاسر، ایران حاکی از آن بود که اگرچه گردشگری این منطقه توسعه نیافته، اما دارای پتانسیل‌های بسیار زیادی برای توسعه‌ی بیشتر می‌باشد. در نهایت چهار عامل اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی، ۷۶/۲۱ درصد از واریانس برداشت ساکنان را تبیین کردند. سایر نتایج نشان داد که پاسخگویان نگرش مثبتی به گردشگری دارند و تجزیه و تحلیل رگرسیون نشان داد که ۷۶ درصد تنوع در برداشت ساکنان توسط چهار عامل تبیین شد.

با توجه به مبانی نظری و میدانی، محققان مختلف در بررسی موضوع نگرش متغیرهای گوناگونی را مورد بررسی قرار داده‌اند و بر این اساس چارچوب مفهومی پژوهش طراحی شده که در شکل یک نشان داده شده است. لازم به ذکر است که چارچوب مفهومی پژوهش مبتنی بر نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده فیشبین و آجزن^۶ بوده و همان‌طور که

1- Muresan et al

2- Nord-Vest in Romania.

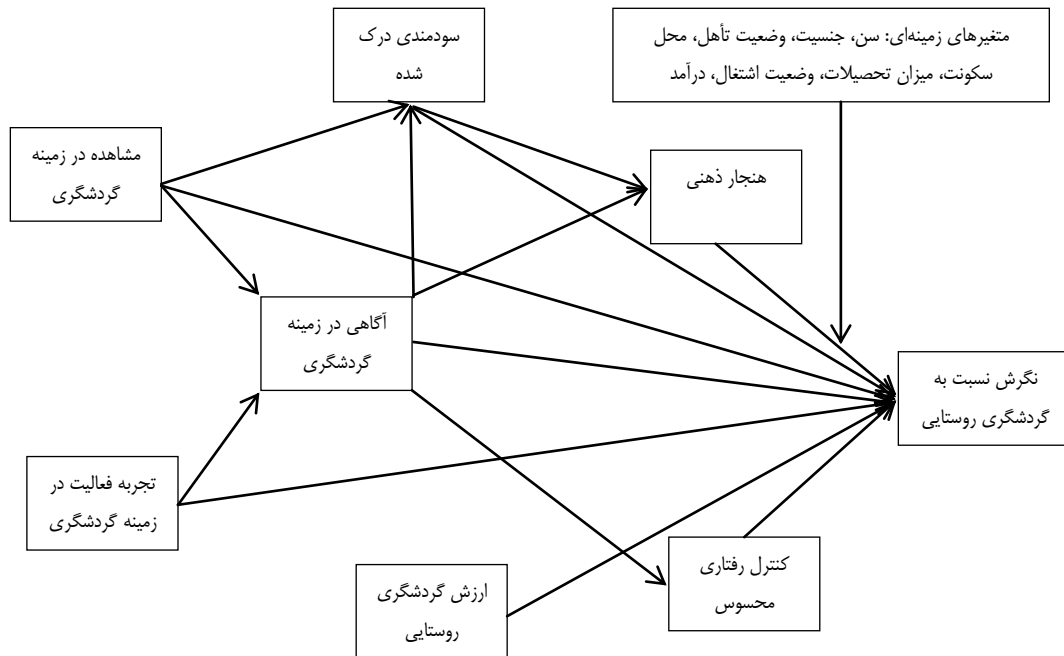
3- Boley et al

4- Lo et al

5- Golzardi et al

6- Fishbein and Ajzen

در شکل ۱ نشان داده شده است نگرش متأثر از عوامل مختلفی است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش (نوری و نوری پور، ۱۳۹۳)

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از لحاظ میزان و درجه کنترل، غیر آزمایشی و توصیفی-همبستگی، از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، میدانی و در نهایت به لحاظ قابلیت تعمیم یافته‌ها، از نوع پیمایش محسوب می‌شود. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بوده است که در این پرسشنامه متغیرهای تحقیق از جمله، مشاهده در زمینه گردشگری و موضوعات مربوطه با استفاده از (پنج گویه)، نگرش نسبت به گردشگری روستایی (۱۸ گویه)، هنجار ذهنی (باور هنجاری هفت گویه و انگیزه اطاعت هفت گویه)، کنترل محسوس رفتاری (باورهای کنترلی هشت گویه و قدرت باور کنترلی هشت گویه)، ارزش گردشگری روستایی (نه گویه)، آگاهی از صنعت گردشگری (هشت گویه)، تجربه فعالیت در زمینه گردشگری روستایی (نه گویه) و سودمندی درک شده (شش گویه) که همگی در قالب طیف لیکرت بوده‌اند، مورد سنجش قرار گرفته‌اند. لازم به ذکر است که از مجموع حاصلضرب باورهای هنجاری نمونه‌ی مورد مطالعه در انگیزه اطاعت آنان از افراد و شخصیت‌های معتبر و تأثیرگذار (از جمله اعضای خانواده، دوستان و همکاران)، هنجار ذهنی پاسخگویان بدست آمد. در همین راستا، سازه‌ی کنترل رفتاری محسوس از مجموع حاصلضرب باورهای کنترلی فرد (ادراک فرد از مهارت‌ها، توانایی‌ها، منابع، محدودیت‌ها) در میزان اهمیت و قدرت هر کدام از این عوامل بدست آمد.

دقت شاخص‌ها و گویه‌ها در پرسشنامه (روایی^۱ صوری) توسط اساتید گروه مدیریت توسعه‌ی روستایی دانشگاه یاسوج و کارشناسان مورد تأیید قرار گرفت و به منظور آزمون پایایی^۲ ابزار پژوهش، مطالعه‌ی پیش‌آزمون^۳ یا راهنما^۴ خارج از نمونه‌ی مورد مطالعه انجام گرفت. پس از انجام مطالعه‌ی راهنما، پایایی سوالات پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برآورد شد و بر اساس نتایج آن، ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای مورد مطالعه از ۰/۶۱۰ تا ۰/۸۶۸ برآورد شد. جامعه‌ی آماری در این پژوهش، شامل سرپرستان خانوارهای روستای درودزن و دشتک در بخش درودزن شهرستان مرودشت می‌باشد (N=۸۸۷) که با استفاده از جدول نمونه‌گیری تصادفی کرجسی و مورگان (پاتن^۵، ۲۰۰۰) حدود ۲۵۰ نفر به عنوان نمونه‌ی مورد مطالعه انتخاب شدند.

تکنیک تحلیل مسیر، تعمیمی از رگرسیون معمولی بوده که قادر به بیان آثار مستقیم، آثار غیر مستقیم و اثر کل هر یک از متغیرهای مستقل برای متغیرهای وابسته است یا به بیان منطقی، می‌تواند روابط و همبستگی مشاهده شده میان آن‌ها را تفسیر کند. هدف تحلیل مسیر، به دست آوردن برآوردهای کمی برای روابط علی در میان مجموعه‌ای از متغیرها است (محامدپور و همکاران، ۱۳۸۹).

شهرستان مرودشت تقریباً در مرکز استان فارس واقع شده است. مرکز شهرستان مرودشت در ۵۲ درجه و ۴۸ دقیقه طول جغرافیایی و ۲۹ درجه و ۵۲ دقیقه عرض جغرافیایی و ارتفاع ۱۵۹۵ متری از سطح دریا واقع شده است. منطقه درودزن نیز در این شهرستان واقع شده است که دارای مساحتی بالغ بر ۱۰۲۵ کیلومتر مربع، جمعیتی در حدود ۳۷۸۷۹ نفر و ۹۹۶۰ خانوار می‌باشد. در بخش درودزن دو روستای گردشگری (درودزن و دشتک) وجود دارد که در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته‌اند. بنابر اعلام روابط عمومی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان فارس در تاریخ ۳/۲/۱۳۸۷ روستای دشتک به عنوان روستای هدف در توسعه گردشگری استان فارس انتخاب شد. همچنین، در سفر هیئت دولت به استان فارس، روستای درودزن به عنوان منطقه نمونه گردشگری سد درودزن تصویب شده و طرح امکان‌سنجی آن نیز در سال ۱۳۹۰ به پایان رسید.

نتایج و بحث

ویژگی‌های فردی پاسخگویان

یافته‌های حاصل از تحلیل توصیفی ویژگی‌های فردی پاسخگویان حاکی از آن است که میانگین سنی پاسخگویان ۳۵/۷۷ سال با انحراف معیار ۱۱/۳۰ بوده است. از نظر میزان تحصیلات، بیشترین فراوانی مربوط به افرادی است که دارای سطح تحصیلی دیپلم و فوق دیپلم هستند. در مجموع، میانگین سطح تحصیلات پاسخگویان، ۱۰/۵۵ سال تحصیلی با انحراف معیار ۴/۲۰ بوده است. همچنین میانگین تعداد اعضای خانوار، ۳/۹۶ با انحراف معیار

1- Validity
2- Reliability
3- Pre-test
4- Pilot study
5- Patten

۱/۶۸ بوده است. میانگین درآمد خانواده که به صورت ماهانه بدست آمده است، ۱۲۱۰۰۰۰ تومان می‌باشد. میانگین تعداد افراد شاغل در خانواده پاسخگویان، ۱/۲۲ با انحراف معیار ۰/۴۸ می‌باشد و میانگین میزان درآمد که از منبع گردشگری بدست آمده است، ۴۴۵۰۰۰ تومان است. فزون بر این، تمام پاسخگویان، مرد بوده (۲۵۰ نفر) و شغل اصلی آن‌ها به ترتیب، شغل کشاورزی و آزاد بوده و همچنین، اکثر پاسخگویان دارای شغل فرعی آزاد بوده‌اند.

توصیف سازه‌های مورد مطالعه

یافته‌های حاصل از تحلیل توصیفی نگرش پاسخگویان نسبت به گردشگری روستایی بیانگر این است که میانگین نگرش نسبت گردشگری روستایی پاسخگویان، ۳/۸۹ با انحراف معیار ۰/۹۱ بوده است که در وضعیت بالای متوسط ارزیابی گردید (جدول یک). میانگین سودمندی درک شده پاسخگویان در رابطه با گردشگری روستایی ۳/۵۴ با انحراف معیار ۱/۱۴ بوده که در سطح بالای متوسط قرار دارد. همچنین میانگین آگاهی روستائیان در زمینه گردشگری روستایی و تجربه فعالیت در زمینه گردشگری روستایی، به ترتیب ۲/۹۸ و ۲/۹۳ بوده است که در سطح پایینی قرار دارد. از سوی دیگر، میانگین سازه‌های هنجار ذهنی (حاصلضرب باورهای هنجاری در انگیزه‌ی اطاعت) و کنترل رفتاری محسوس نسبت به گردشگری روستایی (حاصلضرب باورهای کنترلی در میزان اهمیت و قدرت عوامل کنترل کننده) به ترتیب ۹/۴۲ و ۱۲/۲۲ می‌باشد که در وضعیت کمتر از مقدار متوسط ارزیابی شدند. همچنین میانگین ارزشمندی گردشگری روستایی ۳/۲۵ با انحراف معیار ۰/۸۷ در سطح متوسط قرار دارد. افزون بر این، مشاهده پاسخگویان در زمینه گردشگری روستایی با میانگین و انحراف معیار ۲/۳۳ و ۰/۸۰ در سطح پایین قرار دارد.

جدول ۱. توصیف سازه‌های مورد بررسی

انحراف معیار	میانگین*	سازه
۰/۹۱	۳/۸۹	نگرش نسبت به گردشگری روستایی
۱/۱۴	۳/۵۴	سودمندی درک شده در رابطه با گردشگری روستایی
۰/۹۴	۲/۹۸	آگاهی روستائیان نسبت به گردشگری روستایی
۰/۹۷	۲/۹۳	تجربه فعالیت در زمینه گردشگری روستایی
۱	۹/۴۲	هنجار ذهنی
۰/۸۴	۱۲/۲۲	کنترل رفتاری محسوس نسبت به گردشگری روستایی
۰/۸۷	۳/۲۵	ارزشمندی گردشگری روستایی
۰/۸۰	۲/۳۳	مشاهده در زمینه گردشگری روستایی

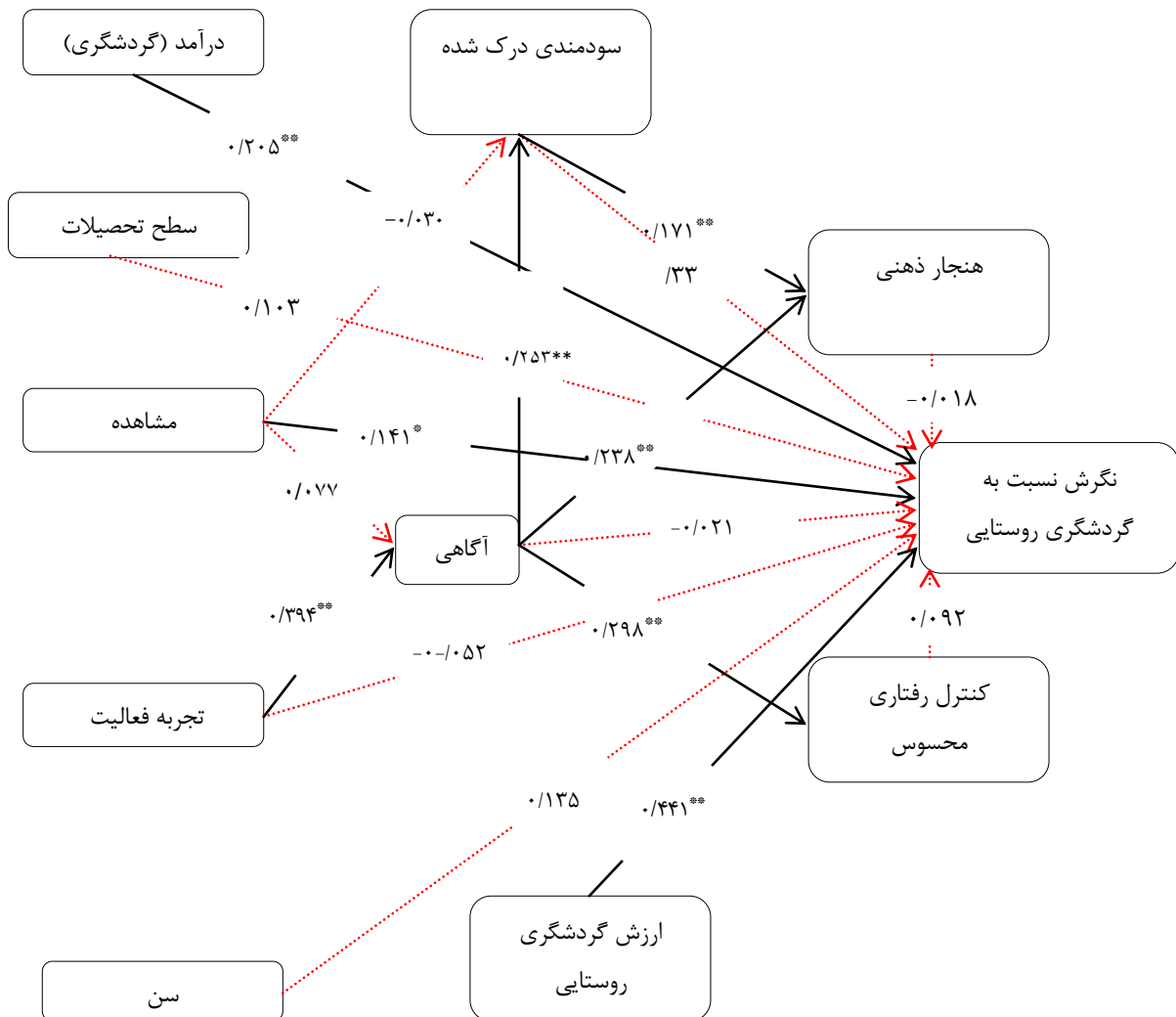
* دامنه میانگین نگرش، سودمندی درک شده، آگاهی، تجربه، ارزشمندی و مشاهده از ۱ تا ۵ و دامنه هنجار ذهنی و کنترل محسوس رفتاری از ۱ تا ۲۵ می‌باشد.

بررسی رابطه‌ی بین سازه‌های مورد مطالعه

جهت بررسی رابطه‌ی بین سازه‌های مورد مطالعه، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. بررسی ضریب همبستگی پیرسون (جدول ۲) نشان می‌دهد که ارتباط نگرش با همه‌ی سازه‌های مورد مطالعه، مثبت و معنی‌دار می‌باشد. در میان این سازه‌ها، ارزش گردشگری روستایی دارای بالاترین همبستگی با میزان نگرش نسبت به گردشگری روستایی بوده است ($r=0/453$, $p=0/001$).

تحلیل مسیر سازه‌های مورد بررسی بر نگرش نسبت به گردشگری روستایی

نتایج تحلیل مسیر سازه‌های مورد بررسی بر نگرش روستائیان نسبت به گردشگری روستایی در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲. نمودار تحلیل مسیر (مدل نهایی پژوهش بر پایه تحلیل مسیر)

** معناداری در سطح ۱ درصد. * معناداری در سطح ۵ درصد؛ منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

با توجه به مقادیر ضرایب رگرسیونی (بتا) بدست آمده در پژوهش، اثرات مستقیم، غیر مستقیم و علی کل هر یک از متغیرهای مستقل پژوهش بر متغیر وابسته محاسبه شد. با توجه به جدول ۳ ملاحظه می‌شود که متغیر مشاهده در

زمینه گردشگری روستایی روستایی اثر مثبت، مستقیم و معنی‌داری بر متغیر وابسته (نگرش نسبت به گردشگری روستایی) دارد. مقدار ضریب بتای مسیر نشان می‌دهد که به ازای هر واحد تغییر در متغیر مشاهده در زمینه گردشگری روستایی، ۰/۱۴ واحد تغییر، در نگرش افراد نسبت به گردشگری روستایی ایجاد می‌شود. به‌منظور محاسبه اثر علیّ کل هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته، اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیر مستقل مورد نظر با هم جمع شده و اثر علیّ کل بدست می‌آید. بنابر این، اثر علیّ کل متغیر مشاهده بر نگرش نسبت به گردشگری روستایی، ۰/۱۴ محاسبه شد (جدول ۳).

جدول ۲. ماتریس همبستگی سازه‌های موردبررسی

سازه‌ها	نگرش	مشاهده	هنجار ذهنی	کنترل رفتاری محسوس	ارزش	آگاهی	تجربه	سودمندی درک شده
نگرش	۱							
مشاهده در زمینه گردشگری	۰/۱۸*	۱						
هنجار ذهنی	۰/۱۴*	۰/۰۹	۱					
کنترل رفتاری محسوس	۰/۲۵**	۰/۱۱	۰/۴۲**	۱				
ارزش	۰/۴۵**	۰/۰۷	۰/۲۷**	۰/۲۸**	۱			
آگاهی	۰/۱۶*	۰/۱۴*	۰/۲۸**	۰/۲۹**	۰/۲۹**	۱		
تجربه فعالیت	۰/۱۳*	۰/۱۷**	۰/۴۳**	۰/۳۱**	۰/۲۲**	۰/۴۰**	۱	
سودمندی درک شده	۰/۱۶**	۰/۰۰	۰/۲۳**	۰/۲۹**	۰/۲۶**	۰/۲۴**	۰/۳۸**	۱

**همبستگی در سطح ۱ درصد معنی‌دار می‌باشد ($p \leq 0/01$); *همبستگی در سطح ۵ درصد معنی‌دار می‌باشد ($p \leq 0/05$)

همچنین، ملاحظه می‌شود که متغیر ارزش گردشگری روستایی اثر مثبت، مستقیم و معنی‌داری بر متغیر وابسته (نگرش نسبت به گردشگری روستایی) دارد. مقدار ضریب بتای مسیر نشان می‌دهد که به ازای هر واحد تغییر در متغیر ارزش گردشگری روستایی، ۰/۴۴ واحد تغییر، در نگرش افراد نسبت به گردشگری روستایی ایجاد می‌شود.

افزون بر این، متغیر مستقل درآمد از منبع گردشگری، اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر نگرش نسبت به گردشگری روستایی دارد. بنابر این، با افزایش درآمد افراد از منبع گردشگری، نگرش مطلوب نسبت به گردشگری روستایی افزایش می‌یابد.

جدول ۳. مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم کل متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته (نگرش نسبت به گردشگری روستایی)

متغیر مستقل	اثرات مستقیم	اثرات علیّ کل	ضریب همبستگی	اثرات غیر علیّ کل
ارزش گردشگری روستایی	۰/۴۴**	۰/۴۴	۰/۴۵	۰/۰۱
مشاهده	۰/۱۴*	۰/۱۴	۰/۱۸	۰/۰۴
درآمد از منبع گردشگری	۰/۲۰**	۰/۲۰	۰/۱۶	-۰/۰۴

**معناداری در سطح ۱ درصد. *معناداری در سطح ۵ درصد؛ منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با گسترش روزافزون مهاجرت‌های روستایی، کاهش درآمد خانوارهای روستایی و افول کشاورزی روستایی، نیازی روزافزون به فعالیتی جایگزین و در عین حال مکمل برای کشاورزی، در نواحی روستایی احساس می‌شود. گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع، جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها پیدا کرده است. این صنعت نیز همچون دیگر صنایع در کنار اثرات مثبت می‌تواند اثرات منفی همچون تخریب محیط‌زیست، افزایش کاذب قیمت‌ها، افزایش هزینه‌های زندگی، جابه‌جایی در اشتغال افراد بومی و از بین رفتن برخی فعالیت‌های مرسوم مانند کشاورزی را به جامعه میزبان تحمیل نماید و باعث ایجاد نگرش منفی نسبت به گردشگری در میان ساکنان شود. بنابراین، باید توسعه و اداره گردشگری به شیوه‌ای یکپارچه و منظم و بر مبنای برنامه‌ریزی مؤثر صورت گیرد و به نگرش و دیدگاه ساکنان مناطق گردشگری به عنوان جامعه میزبان گردشگران در خصوص گردشگری روستایی توجه شود تا از این طریق، بدون ایجاد مشکلات جدی اجتماعی و زیست‌محیطی برای ناحیه مد نظر، منافع‌های چشمگیر اقتصادی را در پی داشته باشد.

پژوهش حاضر، به بررسی سازه‌های مؤثر بر نگرش روستائیان در خصوص گردشگری روستایی در منطقه درودزن شهرستان مرودشت پرداخته است. نتایج نشان داد که بین نگرش نسبت به گردشگری روستایی و متغیرهای میزان درآمد از منبع گردشگری روستایی، آگاهی، سودمندی درک شده، مشاهده، ارزش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری محسوس و تجربه فعالیت در زمینه گردشگری روستایی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این یافته‌های پژوهش با یافته‌های نوری و نوری پور (۱۳۹۳) مطابقت دارد.

نتایج حاصل از ضرایب رگرسیونی استاندارد شده (بتا)، نشان داد که متغیر ارزش گردشگری روستایی نسبت به سایر متغیرهای مورد بررسی، سهم و نقش بیشتری در پیش‌بینی نگرش پاسخگویان نسبت به گردشگری روستایی داشته و پس از آن، متغیرهای درآمد از منبع گردشگری روستایی، مشاهده در زمینه گردشگری و موضوعات مربوطه قرار می‌گیرند. مقادیر مثبت بتا نشان داد که با افزایش میزان متغیرهای ارزش گردشگری روستایی، درآمد از منبع گردشگری روستایی و مشاهده در زمینه گردشگری روستایی و موضوعات مربوطه میزان نگرش پاسخگویان نسبت به گردشگری روستایی افزایش خواهد یافت؛ به عبارت دیگر، به ازای یک واحد تغییر در انحراف معیار، ارزش گردشگری روستایی، درآمد از منبع گردشگری روستایی و مشاهده در زمینه گردشگری و موضوعات مربوطه به ترتیب به میزان ۰/۲۰، ۰/۱۴ و ۰/۴۴ در انحراف معیار متغیر وابسته (نگرش نسبت به گردشگری روستایی) تغییر ایجاد می‌گردد. این یافته‌های پژوهش با یافته‌های حاصل از تحقیق علیقلی زاده فیروزجایی و همکاران (۱۳۹۳)، عبدالله‌زاده و شریف‌زاده (۲۰۱۴) و بولی و همکاران (۲۰۱۴) مطابقت دارد، چرا که آن‌ها دریافتند منافع اقتصادی و درآمد از عوامل مؤثر بر نگرش روستائیان نسبت به گردشگری روستایی می‌باشد و همچنین با یافته‌های شاه‌ولی و نوری پور (۱۳۸۶) که بیان داشتند تجربه، مشاهدات، شناخت (آگاهی و دانش) و ارزش از جمله متغیرهایی است که نگرش به یک موضوع را تحت تأثیر قرار می‌دهد همخوانی دارد. بنابراین، با عنایت به یافته‌های بدست آمده، پیشنهادهای زیر را می‌توان ارائه نمود:

- با توجه به اینکه متغیر مشاهده در زمینه گردشگری روستایی و موضوعات مربوطه نقش مؤثری در بهبود نگرش

روستائیان نسبت به گردشگری روستایی دارد، پیشنهاد می‌گردد که وسایل ارتباط جمعی به‌ویژه صدا و سیما آموزش-های مفیدی در زمینه گردشگری روستایی و موضوعات مربوطه ارائه دهد که منجر به بهبود نگرش روستائیان در زمینه گردشگری روستایی و موضوعات مربوطه شود.

- با توجه به رابطه مثبت و معنی‌دار بین نگرش با سودمندی درک شده پاسخگویان از گردشگری روستایی، مسئولان و برنامه‌ریزان می‌توانند با ایجاد بسترهای لازم جهت شکل‌گیری فعالیت‌های مربوط به گردشگری روستایی مانند اختصاص دادن اعتبارات مالی به افرادی که تمایل به فعالیت در زمینه‌ی گردشگری روستایی دارند یا اختصاص دادن اعتبارات مالی برای ایجاد کارگاه‌های صنایع دستی و زمینه‌یابی و هدایت عملی برنامه‌های توسعه به سمت این بخش، در جهت بهبود نگرش روستائیان و همچنین، توسعه‌ی گردشگری روستایی گام بردارند.

- با توجه به رابطه مثبت و معنی‌دار بین متغیر آگاهی و نگرش نسبت به گردشگری روستایی، پیشنهاد می‌شود که دست‌اندرکاران گردشگری منطقه مورد مطالعه، با ارائه خدمات آموزشی از طریق نشست‌ها و جلسه‌های مختلف با مردم و همچنین نمایش فیلم‌های مستند در زمینه گردشگری روستایی، نقش مؤثری در افزایش آگاهی روستائیان در خصوص گردشگری روستایی داشته باشد که منجر به بهبود نگرش آنان نیز در این زمینه خواهد شد.

منابع

- ترکان، ه. و کجباف، م. ۱۳۸۷. نگرش چیست. فصلنامه توسعه علوم رفتاری، ۱ (۱): ۵۴-۴۹.
- شاه ولی، م. و نوری‌پور، م. ۱۳۸۶. سازه‌های مؤثر بر نگرش دانشجویان کشاورزی کشور (راهکارهای هدایت داوطلبان به رشته‌های کشاورزی). فصلنامه علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۳ (۱): ۷۱-۵۵.
- علیقلی زاده فیروزجایی، ن.، رمضان زاده لسیوئی، م. و اسمعیلی، م. ۱۳۹۳. سنجش نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی مناطق بیابانی و کویری (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک). فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۵ (۱۸): ۵۳-۳۷.
- قنبری، ی. ۱۳۸۷. گردشگری روستایی، رویکردی جدید در مدیریت روستایی کشور. مجله پیک نور، ۷ (۳): ۱۵۱-۱۴۲
- محامدپور، م.، مطمئن‌فعال، ز. و فسقوری، م. ۱۳۸۹. بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش خدمات همراه با استفاده از روش تحلیل مسیر. نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، ۲ (۵): ۱۲۸-۱۱۱.
- موسوی، م.، خسروی‌پور، ب. و سرخی، ع. ۱۳۹۳. عوامل مؤثر بر نگرش سبزیکاران شهرستان باوی استان خوزستان نسبت به کشاورزی ارگانیک. فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، ۱ (۴): ۱۱۸-۱۰۵.
- نوری، م. و نوری‌پور، م. ۱۳۸۶. سازه‌های مؤثر بر پذیرش تعاون و کار گروهی در شهرستان بویر احمد: ارائه الگویی توسعه یافته از نظریه‌های عمل منطقی و رفتار برنامه‌ریزی شده. فصلنامه علوم ترویج و آموزش کشاورزی

Abdollahzadeh, G. and Sharifzadeh, A. 2014. Rural residents' perception toward tourism development: A study from Iran. *Tourism Research*, 16: 126-136.

Barati, M., Allahverdipour H., Moeini, B., Farhadinasab, A., Mahjub H. and Jalilian F. 2011. Assertiveness skills training efficiency on college students' persuasive subjective norms against substance abuse. *Journal of Hamadan University of Medical Sciences*, 18 (3):40-49.

Boley, B., Mc Gehee, N.G., Perdue, R.R. and Long, P. 2014. Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a weberian lens. *Annals of Tourism Research*, 49: 33-50.

Crouch, G. I. 1994. The study of international tourism demand: A Survey of Practice. *Journal of Travel Research*, 32 (4): 41-55.

Fishbein, M. and Ajzen, I. 1975. Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Addison-wesley. Publishing company, USA.

Golzardi, F., Sarvaramini, S., Sadatasilan, K. and Sarvaramini, M. 2012. Residents' attitudes towards tourism development: A Case Study of Niasar, Iran. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 4 (8): 863-868.

Haven Tang, C. and Jones, E. 2012. Local leadership for rural tourism development: A case study of Adventa, Monmouthshire, UK. *Tourism Management Perspectives*, 4: 28-35.

Jaafar, M. and Rasoolimanesh, S. M. 2015. Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands. *Tourism Management Perspectives*, 14: 17-24.

Kala, C. P. and Maikhuri, R. K. 2011, Mitigating people-park conflicts on resource use through ecotourism: A Case of the Nanda Devi Biosphere Reserve, Indian Himalaya. *Journal of Mountain Science*, 8 (1): 87-95.

Kim, S. and Jamal, T. 2015. The co-evolution of rural tourism and sustainable rural development in Hongdong, Korea: complexity, conflict and local response. *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (8-9): 1363-1385.

Lee, T. H. 2013. Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34: 37-46.

Lo, M. C., Ramayah, T., Songan, P. and Nair, V. 2013. Attitude of communities toward rural tourism development. *Life Science Journal*, 10 (10): 311-322.

Madden, T. J., Ellen, P. S. and Ajzen, I. 1992. A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18 (3): 3-9.

Muresan, I. C., Oroian, C. E., Harun, R., Arion, F. H., Porutiu, A., Chiciudean, G. O.,

Todea, A. and Lile, R. 2016. Local residents' attitude toward sustainable rural tourism development. *Sustainability*, 8(1): 1-14.

Patten, L. M. 2000. Proposing empirical research: A guide to the fundamentals (second edition). Pyczak publishing, Los Angeles, USA.

Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H. and Pahnla, S. 2004. Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, 14 (3): 224-235.

Schloegel, C. 2007. Sustainable tourism: sustaining biodiversity? *Journal of Sustainable Forestry*, 25 (3-4): 247-264.

Snieska, V., Barkauskiene, K. and Barkauskas, V. 2014. The impact of economic factors on the development of rural tourism: Lithuanian case. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156 (26): 280-285.

Analysis of factors affecting rural people's attitudes towards rural tourism: the case of Doroodzan District of the Marvdasht County

Madineh Khosrowjerdi¹ and Mehdi Nooripoor^{2*}

Received: 11 April, 2016

Accepted: 7 August, 2016

DOI: 10.22048/rdsj.2017.49281.1520

Abstract

Although different governments place a lot of interest in developing rural tourism targets and a lot of budgets are spend in this respect, less attention is paid to study the attitudes of the host communities towards tourism. Thus, the aim of this study was to analyze the factors that can affect the attitudes of rural people towards rural tourism in the Doroodzan District of the Marvdasht County. The research was conducted in 2015. The survey research method was used for this purpose and data were collected using a pre-designed questionnaire. The research sample included 250 villagers that were selected using Kerjcie and Morgan Sampling Table and the Random Sampling Technique. The Face validity of the questionnaire was verified by the expert faculty members and the staff of the Rural Development Management Department of the Yasouj University, and its reliability was also verified by calculating Cronbach's Alpha reliability coefficient (from 0.61 to 0.86) that was obtained from a pilot study. The results of the Path Analysis showed that value of tourism is the most effective factor for predicting the respondents' attitudes towards rural tourism. Next to that there are other variables such as income from tourism and observation that have had the most effect on the respondents' attitudes. Finally, it is recommended that the means of mass media such as local radio and television broadcast services prepare programs and campaigns about rural tourism and related topics in order to improve the attitudes of the rural people towards rural tourism.

Keywords: path analysis, Doroodzan, rural tourism, attitude

1- M.Sc. Students of Rural Development. Rural Development Management Department, Yasouj University.

2- Associate Professor of Agricultural Extension and Rural Development. Rural Development Management Department, Yasouj University.

(*-Corresponding author E-mail: mnooripoor@yu.ac.ir)