

## سازه‌های موثر بر نگرش ساکنان نسبت به گردشگری روستایی مورد مطالعه: شهرستان ایذه استان خوزستان

خدیدجه سلیمانی‌هارونی<sup>۱</sup>، بهمن خسروی پور، مسعود برادران، منصور غنجان<sup>۲</sup>  
(تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۹/۲۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۳/۲۳)

### چکیده

توجه به گردشگری روستایی از سوی دولت‌ها و سازمان‌های غیررسمی به عنوان روش دارویی برای بخشی از فشار ناشی از مشکلات کنونی جوامع روستایی (مهاجرت‌های روستایی، کاهش درآمد خانوارهای روستایی و افول کشاورزی روستایی) رو به افزایش است و به عنوان یک استراتژی برای توسعه اقتصادی دیده می‌شود. این در حالی است که حمایت ساکنین که تحت تأثیر نگرش آنان است یکی از مؤلفه‌های کلیدی در رویکرد توسعه پایدار گردشگری محسوب می‌شود. لذا این پژوهش با هدف بررسی سازه‌های موثر بر نگرش ساکنان شهرستان ایذه نسبت به گردشگری روستایی به روش پیمایشی انجام گرفته است و داده‌های جمع‌آوری شده با نرم‌افزارهای SPSS و AMOS آنالیز شده‌اند. همچنین به منظور تبیین سازه‌های موثر بر نگرش از رگرسیون به روش گام به گام استفاده شده است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد فعالیت‌های گردشگری توانسته در ایجاد فرصت‌های شغلی ساکنان به عنوان شغل دوم موفق باشد. تفاوت معنی‌داری بین نگرش زنان و مردان و نیز ساکنان دهستان‌های مختلف شهرستان نسبت به رضایتمندی و درک اثرات گردشگری وجود دارد. زنان نگرش مثبت‌تر و در نتیجه رضایتمندی بیشتری نسبت به گردشگری و اثرات آن دارند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری روستایی، ساکنان، نگرش، اثرات گردشگری

۱- کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی khadijeh.soleimani@gmail.com

۲- دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان

## مقدمه

امروزه توسعه صنعت گردشگری خواسته همه کشورهاست (Sadeh et al, 2012). چراکه، گردشگری به عنوان یکی از صنایع ویژه‌ای تشخیص داده شده که توانمندی کمک به تنوع اقتصادی جوامع محلی را دارد (Aref, 2010). و توسعه آن به عنوان بستری برای بهبود و توسعه اقتصاد محلی دیده شده است (Ko & Stewart, 2007) که به عنوان بخشی از استراتژی‌های توسعه محسوب می‌شود (Dyer et al, 2007). برای مثال، عواید حاصل از مسافرت و گردشگری یکی از پردرآمدترین صنایع خدماتی در جهان کنونی می‌باشد (Som & Badarbeh, 2011). که در دهه‌های اخیر به عنوان یکی از صنایع خدماتی در اقتصاد جهانی پدیدار شده است و طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری سرانه درآمد حاصل از گردشگری از ۱۷,۹ دلار در ۱۹۷۰ به ۸۵۲ دلار در ۲۰۰۹ رسیده است. افزون بر آن، طبق برآورد انجمن جهانی گردشگر و گردشگری (۲۰۱۲)، سهم مستقیم گردشگری در GDP جهان در سال ۲۰۱۱ دو تریلیون دلار و ایجاد ۹۸ میلیون شغل بوده و در سال ۲۰۲۲ انتظار ایجاد ۱۲۰ میلیون شغل ناشی از این صنعت در سراسر جهان می‌رود. همچنین، این بخش توانمندی بالایی جهت اشتغال برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه را دارد (Ekanayake & Long, 2012). و اضافه بر آن، در کشورهای فقیر گردشگری یک مسیر سریع برای توسعه است (Dyer et al, 2007). این عوامل سبب شده گردشگری به عنوان موضوعی مهم و اساسی در تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها محسوب شود و با گسترش آن می‌توان مسیری را برای افزایش درآمدهای کشور و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی و در نتیجه فراهم نمودن مسیری مطلوب برای دستیابی به توسعه پایدار و همه جانبه ترسیم کرد (کوزه چیان و همکاران، ۱۳۹۰).

در میان انواع گردشگری (فرهنگی، ورزشی، تاریخی، شغلی، زیارتی، مجازی، سلامتی و ...) گردشگری روستایی یکی دیگر از انواع گردشگری پایدار است که از منابع طبیعی در مناطق روستایی بهره‌برداری می‌کند (Halder, 2007). از رهگذر ارتقای سطح بهره‌وری در مناطق روستایی، ایجاد اشتغال، اصلاح توزیع درآمد، حفظ محیط روستا و فرهنگ بومی، جلب مشارکت مردم محلی و ارائه شیوه‌های مناسب برای منطبق ساختن باورها و ارزش‌های سنتی با شرایط امروزی، منافع روزافزون را نصیب مناطق روستایی می‌سازد (خیاطی، ۱۳۸۲)، البته اهمیت آن برای یک کشور یا به طور ویژه برای یک منطقه وابسته به منابع گردشگری، زیرساخت‌های ارتباطی، حضور دیگر تولیدات گردشگری و دسترسی به بازار است (Gumus et al, 2007).

در حالی که با گسترش روزافزون مهاجرت‌های روستایی، کاهش درآمد خانوارهای روستایی و افول کشاورزی روستایی، نیازی روزافزون به فعالیتی جایگزین و درعین‌حال مکمل برای کشاورزی، در نواحی روستایی احساس می‌شود (شهیدی، ۱۳۸۷). اصلی‌ترین مشکل در مناطق روستایی فرصت‌های محدود برای کار است (Halder, 2007). لذا توجه به گردشگری روستایی از سوی دولت‌ها و سازمان‌های غیررسمی به عنوان نوش‌دارویی برای بخشی از فشار ناشی از مشکلات کنونی جوامع روستایی رو به افزایش است (Ertuna & Kirbas, 2012). و برای جوامع روستایی گردشگری به عنوان یک استراتژی برای توسعه اقتصادی دیده می‌شود (McGehee & Andereck, 2004). در عین حال باید توجه داشت که ماهیت صنعت گردشگری به گونه‌ای است که توسعه موفقیت‌آمیز آن مستلزم مهمان‌نوازی و استقبال از طرف جامعه میزبان است و گرایش و حمایت ساکنین یک از مؤلفه‌های کلیدی در رویکرد توسعه پایدار گردشگری محسوب می‌شود (علیقلی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹).

به عبارت دیگر، هر برنامه گردشگری پایدار باید در رابطه با ذینفعان کار کند. چرا که مشارکت آنان در برنامه‌ریزی و فرایند مدیریت اهمیت دارد و آنان می‌توانند در تأمین شرایط بازدیدکنندگان و نیز در تعیین استانداردهایی برای مشکلات مدیریتی و محدود کردن اثرات به مدیران کمک کنند (Manap et al, 2011). این موضوع روشن می‌سازد که، گردشگری روستایی بدون مشارکت جامعه روستایی نمی‌تواند موفق باشد (Iwantoro, 2007). و برنامه‌ریزان دولتی هنگام ایجاد و توسعه گردشگری و برنامه‌های گردشگری باید نقطه نظرات ساکنان را بررسی کنند (Manap et al, 2011). اولین قدم در این راستا شناخت دیدگاه‌ها و نگرش ساکنین محلی نسبت به گردشگری است. به عبارت دیگر همانگونه که مطالعات دیگر نشان داده‌اند (Ambroz, 2008; Byrd et al, 2008) درک روشن از نگرش‌ها و علائق ذینفعان یک پیش‌نیاز ضروری برای برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری پایدار می‌باشد. بنابراین این پژوهش با هدف بررسی عوامل تعیین‌کننده نگرش ساکنان نسبت به گردشگری روستایی در شهرستان ایزده واقع در استان خوزستان انجام گرفته است.

### مبانی نظری پژوهش

برنامه‌ریزی بلندمدت گردشگری وابسته به واکنش جامعه محلی نسبت به آن است و توسعه و رشد گردشگری زمانی محقق می‌شود که ساکنان محلی نگرش مثبتی نسبت به آن داشته باشند (Ambroz, 2008). نگرش‌ها پیش‌بینی‌کننده‌های خوبی برای رفتار هستند. طبق تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده<sup>۱</sup>، نیت رفتاری<sup>۱</sup> به وسیله نگرش فرد نسبت به رفتار مورد نظر تعیین می‌شود.

1 - Behavioral Intention

نیتی که بعد از یک نگرش بوجود می‌آید، می‌تواند بر رفتارهای بیرونی اثرگذار باشد (لی، ۲۰۰۹). اگر حمایت از توسعه گردشگری را به عنوان رفتار هدف برگزینیم در آن صورت نگرش ساکنان عنصر کلیدی در پیش بینی میزان حمایت ساکنان از توسعه گردشگری است.

نگرش به معنی وضعیت ذهنی افراد نسبت به ارزش (وانگ، ۲۰۰۹) یا تمایل رفتاری طولانی مدت براساس شناخت و توجه نسبت به شخص، حادثه، مورد و یا جهان به طور کلی است (Tsai & Shiue, 2010). و نگرش ساکنان نسبت به گردشگری تنها نتیجه درک آنان از اثرات نیست بلکه نتیجه عکس العمل بین ساکنان و گردشگران و فاکتورهای موثر بر نگرش آنان است و تحت تأثیر شخصیت و ارزش‌های آنان است (Wang & Pfister, 2008). ماسون و چین (Mason & Cheyne, 2000) معتقدند، نگرش نسبت به گردشگری ماهیتاً پیچیده است. علاوه بر آن، مطالعات انجام شده در زمینه بررسی نگرش ساکنان نسبت به گردشگری (از دهه ۹۰) نشان می‌دهد، نگرش ساکنان خود متأثر از متغیرهای دیگری می‌باشد، که تعیین کننده مشارکت و حمایت ساکنان از توسعه گردشگری است.

یکی از این متغیرهای تعیین کننده نگرش، درک اثرات گردشگری است به عبارت دیگر، برای بررسی نگرش و پیش‌بینی حمایت ساکنان و عوامل تأثیر گذار بر آن، تمرکز بیشتر مطالعات، مبتنی بر بررسی درک ساکنان از تأثیرات گردشگری در سه دسته‌بندی مبنایی تأثیرات اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی و شناسایی دیگر عوامل و متغیرها متمرکز بوده است (وئوقی و همکاران، ۱۳۹۰). در همین راستا، مدل ارائه شده از سوی تیوانس (Teivance) در سال ۱۹۹۸ نشان می‌دهد که توسعه گردشگری منجر به درک ساکنان از اثرات مثبت و منفی گردشگری می‌گردد و این درک در نهایت منجر به شکل‌گیری نگرش آنان نسبت به گردشگری می‌گردد. در این رابطه مطالعه وئوقی و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی نگرش جامعه روستایی رودبار قصران شهرستان شمیران نشان داد، درک تأثیرات مثبت گردشگری (به ویژه اقتصادی) ساختاری است که بیشترین تأثیر را در تعیین نگرش و حمایت از توسعه آن در آن منطقه را دارد. هو و همکاران (Hao et al, ۲۰۱۱) معتقدند متغیرهای اقتصادی- اجتماعی مانند، مدت سکونت، کاربری زمین و کیفیت زندگی به عنوان فاکتورهای تعیین کننده نگرش ساکنان شناسایی شدند. علاوه بر این ویژگی‌های اجتماعی و دموگرافیک ساکنان در مطالعات متعددی (Dyer et al, 2007; Hao et al, 2011; Wang, 2006) به عنوان عوامل تعیین کننده نگرش ساکنان شناسایی شده‌اند. فاکتورهایی همچون؛ سن، درآمد، جنسیت، تحصیلات، نژاد و مدت اقامت ساکنان، اشتغال، ارتباط شغلی با گردشگری، مدت سکونت در مقصد، محل تولد، سطح دانش و آگاهی، وابستگی اقتصادی، فاصله از مرکز گردشگری متغیرهای تعدیلگر هستند که بر نگرش فرد تأثیر می‌گذارد همچنین

مطالعه علیقلی‌زاده و همکاران (۱۳۸۹) در دهستان گلیجان نیز رابطه مثبت بین وابستگی شغلی به بخش گردشگری و نگرش و میزان حمایت ساکنان از گردشگری را نشان داده است.

همچنین تئوری‌های سیکل زندگی گردشگری (این که گردشگری در چه مرحله‌ای از توسعه است) و تئوری مبادله اجتماعی (وجود رابطه بین منافع شخصی ساکنان از گردشگری با حمایت آنان از گردشگری) در مطالعات متعدد جهت بررسی نگرش ساکنان به کار گرفته شده‌اند. نتایج مطالعه نگرش ساکنان سلوینا نسبت به توسعه گردشگری مشخص ساخت که بین نگرش و متغیرهای؛ مدت اقامت ساکنان، درک اثرات مثبت فرهنگی و زیست محیطی گردشگری و کیفیت زندگی رابطه معنی‌داری وجود دارد (Ambroz, 2008). با وجود رابطه مثبت بین نگرش ساکنان با درک آنان از منافع شخصی ناشی از گردشگری در مطالعه (Wang & Pfister, 2008) نتایج مطالعه عزمی و همکاران جهت بررسی نگرش ساکنان روستای وکیل‌آباد نسبت به منافع گردشگری برای جامعه محلی نشان داد که مردم محلی اگرچه معتقدند که گردشگری برای آنان منفعتی نداشته است اما نگرش مثبتی نسبت به گردشگری دارند (Azmi et al, 2011).

مطالعه (Ko et al, 2002; Assante et al, 2008) رابطه مستقیم و معنی‌دار بین درک اثرات گردشگری و رضایتمندی ساکنان با نگرش آنان نسبت به گردشگری را تأیید کرده است. بدین معنی که ساکنانی که درک مثبتی از اثرات گردشگری داشته‌اند رضایت بیشتری از گردشگری داشته و در نتیجه نگرش‌شان نسبت به گردشگری مثبت‌تر است.

نتایج مطالعه سلیمانی و همکاران (۱۳۸۸) نشان داد که ارتباط مثبت بین افزایش دانش نسبت به گردشگری و نگرش وجود دارد، (Ming & Wong, 2006) گزارش کردند که سطح آگاهی و دانش ساکنان از برنامه‌های توسعه گردشگری از جمله فاکتورهایی هستند که احتمالاً بر درک ساکنان از اثرات گردشگری مؤثرند که این اثرات می‌تواند در ارزیابی رضایتمندی و عدم رضایت از صنعت گردشگری استفاده شود که این امر به خوبی می‌تواند به نگرش ساکنان در پذیرش گردشگران نسبت داده شود. همچنین (Dyer et al, 2007) گزارش کردند که از ویژگی‌های شخصی اثرگذار بر درک ساکنان مناطق گردشگری می‌توان به شغل و سطح دانش ساکنان از این صنعت اشاره کرد و نیز کی و همکاران (Cai et al, 2009) اشاره کردند که از متغیرهای اجتماعی تأثیرگذار بر درک ساکنان از گردشگری می‌توان سطح دانش آگاهی آنان از گردشگری را نام برد که بر درک ساکنان تأثیر می‌گذارد.

نتایج بررسی درک ساکنان مناطق روستایی و نگرش‌شان نسبت به گردشگری، مشخص ساخت که بین درک زنان و مردان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد این در حالی است که تحقیقات قبلی پیشنهاد کرده بودند که زنان و مردان به صورت یکسان از گردشگری سود نبرده‌اند و در درک‌شان

متفاوت هستند (Harvey et al, 1995). همچنین نتایج مطالعه (Teivance & Upchurch, 1998) تیوان و آپچرچ نشان داده که بین درک ساکنان از افزایش یا کاهش اثرات گردشگری با توجه به سن، جنسیت، محل سکونت و غیره تفاوت معنی‌داری وجود دارد. به منظور بررسی سازه‌های موثر بر نگرش ساکنان محلی منطقه مورد بررسی، با استفاده از مطالعه پیشین پژوهی که در بخش پیشین آمد چارچوب نظری زیر پیشنهاد شد تا با استفاده از آزمون‌ها بتوان وجود این روابط را تأیید یا رد کرد.

### روش پژوهش

روش پژوهش در این مطالعه پیمایشی است که داده‌های آن به وسیله پرسشنامه جمع‌آوری شده است. پس از تهیه پرسشنامه که بخش اعظم آن منتج از مرور پیش‌نگاشته‌ها بود، روایی آن توسط گروهی از کارشناسان گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و نیز اعضای هیأت علمی گروه تأیید گردید و اصلاحات لازم جهت بومی‌سازی آن صورت گرفت. جهت اطمینان از پایایی پرسشنامه، به عنوان پایلوت در منطقه‌ای غیر از جامعه آماری اما مشابه شرایط اجتماعی - اقتصادی آن جامعه پرسشنامه توزیع و پایایی آن همان‌طور که در (جدول ۱) قابل مشاهده است، تأیید شد.

جدول شماره ۱: میزان آلفای کرونباخ متغیرها

نام متغیر	تعداد گویه	میزان آلفا کرونباخ
آگاهی از گردشگری	۲	۶۹
نگرش نسبت به گردشگری	۵	۵۳
هنجار	۵	۶۱
رضامندی	۴	۷۸
اثرات گردشگری (اقتصادی، اجتماعی، ...)	۱۸	۷۴

### معرفی منطقه و جامعه مورد مطالعه

شهرستان ایذه با مساحت ۳۸۶۳/۴ کیلومتر مربع در شمال شرقی استان خوزستان واقع شده است که از شرق به استان سردسیر چهارمحال و بختیاری و از جنوب به استان خوش آب و هوای کهگیلویه و بویر احمد منتهی می‌شود. شهرستان باستانی ایذه بر پایه پژوهش‌های باستان‌شناسی از ده هزار سال پیش شاهد حضور انسان و تمدن و زندگی بوده و به واسطه قرار گرفتن در دامنه‌های

کوه‌های زاگرس دارای آب و هوای کوهستانی بوده و خوش آب‌وهواترین شهر استان خوزستان می‌باشد (مقصودی و باقری‌مفرد، ۱۳۸۷).

بنابراین کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی این شهرستان بیشترین میزان گردشگر روستایی را داراست که به دلیل توانمندی بالای جاذبه‌های طبیعی و آب و هوای مطبوع بویژه در تابستان که ساکنین سایر نقاط استان خوزستان گرمای طاقت فرسای تابستان را تحمل می‌کند عموماً گردشگران را به دیدن این مناطق بیش از یک بار سوق می‌دهد لذا هشت روستای سه دهستان این شهرستان که بیشترین گردشگران را به خود جذب می‌کنند انتخاب گردید و طبق نمونه‌گیری متناسب، به نسبت جمعیت ساکن در هر روستا تعداد نمونه‌های مطالعه طبق جدول شماره ۲ مشخص گردید.

جدول شماره ۲: تعداد نمونه مطالعه به تفکیک دهستان‌های شهرستان ایذه

ردیف	نام روستا	جمعیت	دهستان	تعداد نمونه	درصد از حجم نمونه
۱	امامزاده ابراهیم (کارتا)	۷۲۲	پیان	۱۰۰	۳۰
۲	شیوند	۳۲۷	دهدز	۴۵	۱۳
۳	حاجی کمال	۴۲۰	دهدز	۵۷	۱۷
۴	لهیید	۱۰۶	دهدز	۱۵	۴٫۵
۵	ده حوض	۲۲۵	سوسن غربی	۳۳	۱۰
۶	ده شیخ	۲۰۸	سوسن غربی	۲۸	۸
۷	ده کهنه	۱۳۳	سوسن غربی	۱۸	۵٫۴
۸	ده ثریا	۲۸۸	سوسن غربی	۳۹	۱۲
	جمع	۲۴۴۹	شهرستان ایذه	۳۳۵	۱۰۰

### نتایج و یافته‌های پژوهش

از ویژگی‌های اجتماعی و دموگرافیک ساکنان سه ویژگی وضعیت شغلی، جنسیت و شغل دوم آنان در (جدول شماره ۳) نشان داده شده است. بیش از ۵۰ درصد پاسخگویان را مردان تشکیل داده‌اند. شغل اصلی پاسخگویان آزاد بوده (۳۵ درصد)، هرچند که تعداد مردان بیکار و زنان خانه‌دار فاقد شغل بیشترین گروه پاسخگویان را تشکیل داده‌اند (۴۶/۵ درصد). از میان ۳۲۵ پاسخگو، تعداد ۲۷۵ نفر از آنان اعلام داشتند که دارای شغل دوم هستند که ۱۴۵ نفر از آنان (۵۳ درصد) شغل دوم‌شان به صورت مستقیم یا غیرمستقیم مرتبط با فعالیت‌های گردشگری بوده و ۱۳۰ نفر از آنان شغل دوم‌شان غیرمرتبط با گردشگری بوده است.

جدول شماره ۳: ویژگی‌های فردی اجتماعی پاسخگویان

وضعیت شغلی	شغل	فراوانی	درصد معتبر		نسبت	زن		مرد	
			درصد	معتبر		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
وضعیت شغلی (n=178)	خدمات	۵	۱/۶	۱۱۴	۳۶	۲۰۵	۶۴	۱۱۴	
	آزاد	۱۱۲	۳۵	۱۱	غیرمرتبط با گردشگری	مرتبط با گردشگری	۱۳۰	۴۷	
	کارمند	۳۶	۱۱	۱۴۵	۵۳	۱۳۰	۴۷	۱۴۵	
	دانشجو	۹	۲/۸	۱۴۸	۴۶/۵	۱۳۰	۴۷	۱۴۵	
	خانه‌دار/بیکار	۱۴۸	۴۶/۵	۱۳۰	۴۷	۱۳۰	۴۷	۱۴۵	
	بازنشسته	۵	۱/۶	۱۳۰	۴۷	۱۳۰	۴۷	۱۴۵	

به منظور سنجش وجود تفاوت بین ساکنان زن و مرد در متغیرهای مورد بررسی در مطالعه از آزمون T استفاده شد که نتایج این آزمون در جدول شماره ۴ قابل مشاهده است. نتایج آزمون نشان داد که بین آگاهی زنان و مردان از فعالیت‌های گردشگری تفاوت معنی‌داری وجود ندارد در حالی که زنان و مردان در متغیرهای نگرش، هنجار، رضایتمندی و درک اثرات متفاوت هستند.

جدول شماره ۴: مقایسه زنان و مردان در متغیرهای مورد بررسی در مطالعه

متغیر	میانگین		انحراف معیار		تفاوت معنی‌داری
	مرد (n=215)	زن (n=114)	مرد	زن	
نگرش	۲۴/۰۰	۲۵/۳۷	۰/۲۸	۰/۲۹	*.۰/۰۰۲
هنجار	۱۶/۶۷	۱۷/۶۵	۰/۲۰	۰/۱۶	** ۰/۰۰۰
رضایتمندی	۴۲/۲۷	۴۵/۵۵	۰/۵۴	۰/۲۹	** ۰/۰۰۰
اثرات	۵۲/۹۲	۵۵/۸۹	۰/۷۳	۰/۷۷	* ۰/۰۰۶

\* معنی داری در سطح ۵ درصد      \*\* معنی داری در سطح ۱ درصد

مطالعات متعدد حاکی از وجود تفاوت متغیرهای مرتبط با گردشگری در مکان‌های مختلف هستند و وابستگی فرد نسبت به مکان زندگی و مدت اقامت وی از جمله متغیرهای عمده‌ای هستند که محققان متعددی به عنوان متغیرهای موثر در درک اثرات و نگرش ساکنان نسبت به گردشگری از آن یاد کرده‌اند؛ لذا به منظور بررسی وجود تفاوت متغیرهای مورد پژوهش در مطالعه در دهستان‌های مختلف از آزمون F و به منظور تعیین تفاوت بین گروه‌ها از آزمون توکی استفاده شد. نتایج حاصل از مقایسه متغیرها در سه دهستان در جدول شماره ۵ آورده شده است.



نتایج حاکی از وجود تفاوت آگاهی، هنجار، رضایتمندی و درک اثرات گردشگری در ساکنان سه دهستان پیان، دهدز و سوسن غربی است.

جدول شماره ۵: مقایسه متغیرها در سه دهستان

متغیر	دهستان			آبازه F <sub>جدول</sub>	P
	پیان	دهدز	سوسن غربی		
آگاهی	a ۶/۵	b ۷/۹	b ۷/۹	۵/۴۷	*.۰/۰۰۵
هنجار	a ۱۴/۵	b ۱۶/۶	a ۱۵/۲	۲۱/۷۷	** ۰/۰۰
رضایتمندی	a ۱۲/۶	ab ۱۵/۲	b ۱۳/۸	۸/۴۰	** ۰/۰۰
اثرات	b ۴۶/۴	c ۴۸/۸	a ۴۱/۳	۶۶/۵۵	** ۰/۰۰

همچنین نتایج حاصل از همبستگی بین متغیرهای مورد بررسی در جدول شماره ۶ ارائه شده است که براساس آن رابطه بین متغیرهای آگاهی، هنجار، رضایتمندی و درک اثرات با متغیر نگرش به صورت مستقیم بوده در حالی که متغیر سن رابطه منفی با متغیر نگرش داشته، یعنی با افزایش سن ساکنان نگرش آنان نسبت به گردشگری منفی شده، بدین معنی که ساکنان جوان تر نگرش مثبت تری نسبت به گردشگری دارند.

جدول شماره ۶: نتایج همبستگی بین متغیرهای مورد بررسی

متغیر	آگاهی	نگرش	هنجار	رضایتمندی	اثرات	سن
آگاهی	۱					
نگرش	.۵۱۳ ** ۰/۰۰	۱				
هنجار	.۴۵۵ ** ۰/۰۰	.۰/۷۰۸ ** ۰/۰۰	۱			
رضایتمندی	.۰/۲۹۹ ** ۰/۰۰	.۰/۵۷۷ ** ۰/۰۰	.۰/۶۳۰ ** ۰/۰۰	۱		
اثرات	.۰/۶۸۱ ** ۰/۰۰	.۰/۷۵۱ ** ۰/۰۰	.۰/۵۶۸ ** ۰/۰۰	.۰/۳۴۲ ** ۰/۰۰	۱	
سن	-.۰/۲۶۴ ** ۰/۰۰	-.۰/۳۱۹ ** ۰/۰۰	-.۰/۱۷۴ ** ۰/۰۰	-.۰/۱۳۶ ** ۰/۰۰	-.۰/۳۵۸ ** ۰/۰۰	۱

به منظور تعیین اثرات کلیه متغیرهای موثر بر نگرش ساکنان نسبت به گردشگری و پیش‌بینی میزان تغییرات هر متغیر، اقدام به تحلیل و تخمین معادله رگرسیون چندمتغیره مستقل تحقیق (آگاهی، هنجار، رضایتمندی، درک اثرات و سن) و متغیر نگرش ساکنان به عنوان متغیر وابسته گردید.

متغیرها در کل ۷۱/۳ درصد از تغییرات در نگرش ساکنان نسبت به گردشگری را در سطح معنی‌داری توضیح می‌دهد. به عبارتی دیگر متغیرهای سن، هنجار، رضایتمندی و درک اثرات قادر به تبیین نگرش ساکنان نسبت به گردشگری است. مقدار Beta به‌دست‌آمده نشان می‌دهد افزایش یک انحراف استاندارد در متغیرهای فوق به ترتیب سبب افزایش ۰/۴۵، ۰/۳۴، ۰/۱۹، ۰/۰۷- در انحراف استاندارد متغیر نگرش ساکنان نسبت به گردشگری می‌شود. نتایج حاصل از رگرسیون به روش گام به گام در جدول ۷ قابل مشاهده است.

جدول شماره ۷: نتایج حاصل از رگرسیون به روش گام به گام

متغیر	B	S.E.B	Beta	Sig.T
اثرات	.۱۸	.۰۱۶	.۴۵	**۰/۰۰
هنجار	.۵۳	.۰۱۷	.۳۴	**۰/۰۰
رضایتمندی	.۱۲	.۰۲۶	.۱۹	**۰/۰۰
سن	-.۲۱	.۰۱۱	-.۰۷	**۰/۰۰

F: ۱۷۳/۱۶

Constant: ۱/۴۴۷

متغیر	Multiple R	R2	R2 Adjust
اثرات	.۷۴	.۵۴۰	.۵۴۲
هنجار	.۸۳	.۶۸۹	.۶۹۱
رضایتمندی	.۸۴	.۷۱۰	.۷۱۳
سن	.۸۵	.۷۱۳	.۷۱۷

### واکاوی علی مدل سازه‌های موثر بر نگرش ساکنان محلی نسبت به گردشگری

براساس چارچوب نظری تحقیق از تحلیل مسیر<sup>۱</sup> با استفاده از نرم افزار اموس ۱۸ برای تحلیل رابطه بین متغیرها استفاده شد. آزمون تحلیل مسیر شامل برآورد تناسب مدل<sup>۲</sup> و مسیر عامل

1 - structural equation model

2 - model fit

مشترک<sup>۱</sup> است. تحلیل مسیر نیازمند شرایطی به شرح ذیل است. برای مثال کای اسکور در مدل نباید معنی‌دار باشد که در این مدل ( $\text{Chi-Square}= 1.172; \text{df}=1; p=0.279$ ) معنی‌دار نبود. همچنین تقریب ریشه میانگین مربع خطا<sup>۲</sup>  $0/027$  بود که باید بین ۰ تا  $0/06$  باشد و شاخص تناسب تطبیقی (CFI) 1 بود که باید بالاتر از  $0/95$  باشد (Hu & Bentler, 1999). با توجه به مراتب فوق، اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر نگرش در نمودار ۱ و جدول شماره ۸ گزارش شده است.

رضایتمندی از گردشگر دارای رابطه مثبت و معنی‌داری بر نگرش  $\{0/198, p < 0/0001\}$  بوده است. به عبارت دیگر، رضایت جامعه محلی از گردشگران دارای تأثیری مستقیم بر میزان نگرش آن‌ها نسبت به گردشگران است. هنجار اخلاقی نسبت به گردشگری نیز دارای رابطه مثبت و معنی‌داری بر نگرش  $\{0/198, p < 0/0001\}$  و اثرات حاصل از گردشگری نیز دارای رابطه‌ای مثبت با نگرش  $\{0/529, p < 0/0001\}$  بوده است. همچنین این آزمون نشان داد آگاهی و سن ارتباطی مستقیم با نگرش افراد نداشته‌اند.

جدول شماره ۸: اثرات مستقیم استاندارد

سن	اثرات	رضامندی	آگاهی	هنجار اخلاقی
-	۰,۵۲۹	۰,۱۹۸	-	۰,۲۸۵

### نتیجه گیری

برنامه‌ریزی بلندمدت گردشگری وابسته به واکنش جامعه محلی نسبت به آن است و توسعه و رشد گردشگری زمانی محقق می‌شود که ساکنان محلی نگرش مثبتی نسبت به آن داشته باشند. یکی از این متغیرهای تعیین‌کننده نگرش، درک اثرات گردشگری است. درک تأثیرات مثبت گردشگری (به ویژه اقتصادی) ساختاری است که بیشترین تأثیر را در تعیین نگرش و حمایت از توسعه آن در آن منطقه را دارد. نتایج مطالعه نشان داد که درصد بالایی از ساکنان مردان بیکار یا زنان خانه‌دار فاقد شغل است از سوی دیگر بخش عمده پاسخگویانی که دارای شغل دوم بوده‌اند، شغل دوم آنان مرتبط با فعالیتهای گردشگری بوده است؛ بنابراین این امر حاکی از ضرورت سرمایه‌گذاری و ایجاد تسهیلات لازم جهت اشتغال ساکنان بیکار است و جای امیدواری است که

1 - path coefficients

2- Root Mean Squared Error of Approximation

فعالیت‌های گردشگری توانسته در ایجاد فرصت‌های شغلی برای ساکنان موفق باشد که شغل دوم اکثریت مرتبط با گردشگری است. ساکنان زن مورد مطالعه نگرش مثبت‌تر و در نتیجه رضایتمندی بیشتری نسبت به مردان دارند، هرچند که آگاهی زنان و مردان تفاوتی نداشته است. لذا پیشنهاد می‌شود مطالعات بیشتری در منطقه صورت پذیرد تا مشخص شود دلیل نگرش مثبت‌تر رضایتمندی بیشتر زنان ناشی از چیست؟ تا با آگاهی از آن بتوان آن زمینه‌ها را تقویت کرد و امکان ایجاد و تقویت این زمینه‌ها را برای مردان نیز فراهم کرد شاید دلیل رضایت بیشتر زنان، آشنایی بیشتر با فرهنگها و افراد مختلف باشد که برای آنان جذاب است در صورتی که مردان ممکن است این امر را منفی تلقی کرده که موجب کم‌رنگ شدن فرهنگ بومی و تقلید زنان و جوانان از گردشگران می‌شود. تفاوت بین ساکنان سه دهستان در متغیرهای مورد بررسی مشخص شد لذا بهتر است فعالیت‌های توسعه گردشگری را در دهستان‌هایی آغاز کرد که نگرش و رضایت مثبت‌تری دارند تا بدین وسیله بستر موفقیت برنامه‌ها فراهم‌تر باشد. بهتر است اجرای برنامه‌ها با مشارکت اقشار جوان‌تر ساکن در مقاصد گردشگری باشد چراکه نگرش مثبت‌تری دارند ناگفته نماند که جلب رضایت و نظر رهبران محلی از پیش‌شرط‌های اصلی موفقیت برنامه‌های توسعه گردشگری در مناطق روستایی است و امری اجتناب‌ناپذیر است.

## منابع

- خیاطی، مهدی، (۱۳۸۲)، «توریسم روستایی و تأثیر آن بر جوامع روستایی (مطالعه موردی تایلند)»، ماهنامه جهاد شماره ۲۵۷.
- سلیمانی‌هارونی، خیمه. (۱۳۸۸). «تبیین انتظارات ساکنان مناطق گردشگری استان خوزستان نسبت به توسعه گردشگری روستایی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین (خوزستان)
- علیقلی‌زاده فیروزجانی، ناصر. قدمی، مصطفی و رمضان زاده لبسویی، مهدی (۱۳۸۹). «نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی نمونه مورد مطالعه: دهستان گلجان»، شهرستان تنکابن. فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۱.
- کوزه‌چیان، هاشم. خطیب‌زاده، مهدی. هنرور، افشار (۱۳۹۰). «نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی». فصلنامه پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال اول، شماره ۲. زمستان.
- مقصودی و باقری مفرد. «توسعه فرهنگی - اجتماعی شهرستان ایذه (موانع و راهکارها)». پایگاه ایذه‌پژوهی قابل دسترس در سایت: [www.eizeh.com](http://www.eizeh.com)
- وثوقی، لیلا. خانی، فضیله. مطیعی لنگرودی، حسن. رهنما، محمد. تقی. (۱۳۹۰). «ارزیابی نگرش جامعه روستایی به گردشگری، بر مبنای مدل معادلات ساختاری (مطالعه موردی: منطقه کوهستانی رودبار قصران، شهرستان شمیران)». فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره چهارم. زمستان ۱۳۹۰. صص ۶۳-۸۸.
- Ambroz, M. 2008. Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana regions. Slovene Anthropological Society 2008. Anthropological Notebooks 14 (1): 63-79
- Aref, F. 2010. Residents' Attitudes Towards Tourism Impacts: A Case Study Of Shiraz, Iran. Tourism Analysis, Vol. 15, pp. 253-261
- Assante, L. M., Wen, H. I & Lottig, K. 2008. An empirical assessment of residents' attitudes for sustainable tourism development: a case study of O'ahu, Hawai'i. Journal of Sustainability and Green Business.
- Azmi, A., Imani, B and Mohammad jeni, M. 2011. Habitants' Attitude of Vakil Ababad Village about Tourism Profit for Local People. Geography and Environmental Planning, 21th Year, vol. 40, No.4, Winter 2011

- Byrd, E. T., Bosley, H. E. and Dronberger, M. G. 2008. Comparisons Of Stakeholder Perceptions Of Tourism Impacts In Rural Eastern North Carolina. *Tourism Management*, xxx., pp: 1-11
- Cai, Y. P., Huang, G. H., Yang, Z. F., Sun, W., and Chen, B. 2009. Investigation of Publics Perception Towards Rural Sustainable Development Based On a Two- Level Expert System. Available at ScienceDirect.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., and Carter, J. 2007. Structural Modeling Of Resident Perceptions Of Touris And Associated Development On The Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management* 28. PP: 409-422
- Ekanayake, E. M & Long, A. E. 2012. TOURISM DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH IN DEVELOPING COUNTRIES. *The International Journal of Business and Finance Research* . Volume 6. Number 1
- Ertuna, B and Kirbas, G. 2012. Local Community Involment in Rursl Tourism Development: The Case of Kastamoun, Turkey. *Revista de Turismoy Patrimonio Cultural*. V:10, N:2. PP: 17-24 .
- Gumus, F., Eskin, I., Veznikli, A. N., and Gumus, M. 2007. Availability Of Rural Tourism For Gallipoli Villages: The Potentials And Attitudes. *International Tourism Biennial*. PP: 157-169
- Haldar, p. 2007. Rural Tourism- Challenges and Opportunities. *International Marketing Conference on Marketing & Society*. pp: 111-129.
- Hao, H., Long, P and Kleckley, J. 2011. Factors Predicting Homeowners' Attitudes toward Tourism: A Case of a Coastal Resort Community. *Journal of Travel Research* 50(6) 627-640
- Harvey, M., Hunt, J., Harris, J And Charles, C. 1995. Gender And Community Tourism Dependence Level; *Annals Of Tourism Resaerch*, Vol. 22. Iss. 2. PP: 349-366
- Iwantoro, S. 2007. Rural Tourism- The Impact On Rural Communities. *Ministry of Agriculture Jalan Harsono RM No. 3*. PP: 1-3
- Ko, D. W and Stewart, W. P. 2002. A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management* 23 (2002) 521-530
- Lee, T. H. 2007. An Ecotourism Behavioural Model of National Forest Recreation Areas in Taiwan. *International Forestry Review* 9(3): 771-785.
- Manap, A. A., Aman, O and Rahmiati, F. 2011. THE IMPACT OF TOURISM INNOVATION ON QUALITY OF LIFE OF RESIDENTS IN THE COMMUNITY: A CASE STUDY OF SUNGAI MELAKA. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON MANAGEMENT (ICM 2011) PROCEEDING*
- Mason, P., Cheyne, J. 2000. Residents attitudes to proposed tourism development, *Annals of Tourism Reasearch*, vol. 27, n 2, pp: 391-411.
- McGehee, N. G., Andereck, K. L. 2004. Factors Predicting Rural Residents' Support of Tourism. *Journal of Travel Research*, Vol. 43, No. 2, PP: 131-140

- Ming,G.,Wong,P. 2006. Residents' Perception of Tourism Impacts: A Case Study of Homestay Operators in Dachangshan Dao, North-East China.Jornal: Tourism Geographies, Volume 8, Number 3, August 2006 , pp. 253-273(21)
- Sadeh,E., Asgari.F. Mousavi,L and Sadeh,S. 2012. Factors Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences. Journal of Basic and Applied Scientific Research 2(2)1557-1560, 2012. www.textroad.com
- Som,A.P.M and Badarneh,M.B.2011.Tourist Satisfaction and Repeat Visitation; Toward a New Comprehensive Model. International Journal of Human and Social Sciences 6:1 2011
- Teivance,U.,Upchurch,R.,Nicholls., and Smeaton,G. 1998. Social Perceptions Of Tourism By People Living In Latvia Republic. A Research Paper Submitted In Partial Fulfillment Of The Requirement For The Master Of Science Degree With A Major In Hospitality And Tourism.
- Tsai,C. Y & Shiue,Y.C. 2010. The study of impacts and cognition for the attitude and intentions towards the Penghu casino industry development. African Journal of Business Management Vol.4 (1), pp. 111-119, January, 2010
- Wang, Y. 2006. Residents Attitudes toward Tourism Development: A case study of Washington, NC, Proceeding of 2006 Nourthern recreation research
- Wang,Y and Pfister,R.E.2008. Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community. Journal of Travel Research August 2008 vol. 47 no. 1 84-93