

مؤلفه‌های مؤثر بر تعهد و ترجیح فعالیت‌های گردشگری در میان ساکنان نواحی روستایی تالاب‌های استان خوزستان

امید مهرباب قوچانی^۱، منصور غنیان^{۲*}، بهمن خسروی پور^۳ و جان سی کراتز^۴

(دریافت: ۹۷/۱۲/۱۲؛ پذیرش: ۹۸/۰۳/۱۸)

چکیده

مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری روستایی حوزه‌ی تالاب‌ها می‌تواند در صورت توأم شدن با رضایت جامعه‌ی میزبان، زمینه‌ساز توسعه‌ی منطقه شود. در این راستا مطالعه‌ی حاضر به این سؤال پاسخ می‌دهد که کدام عوامل بر تعهد و ترجیح ساکنان محلی، نسبت به توسعه‌ی گردشگری در میان ساکنان روستاهای حوزه‌ی تالاب‌های استان خوزستان اثرگذار است؟ این مطالعه از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، میدانی و پیمایشی می‌باشد. جامعه‌ی آماری در این مطالعه، خانوارهای ساکن در روستاهای حوزه‌ی چهار تالاب استان خوزستان (شادگان، میانگزان، بامدژ و هورالعظیم) به تعداد ۳۷۳۰ خانوار می‌باشند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این مطالعه، پرسشنامه‌ی طراحی شده بر اساس چارچوب نظری تحقیق بود. روایی صوری پرسشنامه توسط پنلی از متخصصان موضوعی و پایایی آن به‌وسیله‌ی محاسبه‌ی ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. علاوه بر این، شاخص‌های روایی همگرا و واگرا و پایایی مرکب نیز نشان از صحت مدل اندازه‌گیری این مطالعه داشت. تعداد ۳۵۰ خانوار با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب، به‌عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب گردید. از دو نرم‌افزار SPSS و AMOS نسخه ۲۰ به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها بهره گرفته شد. نتایج نشان داد که تصویر مکان و آگاهی ساکنان از گردشگری، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رضایت ساکنان نواحی تالابی نسبت به توسعه‌ی گردشگری دارند و همچنین رضایت ساکنان نیز تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تعهد و ترجیح نسبت به توسعه‌ی گردشگری در میان ساکنان نواحی تالابی دارد؛ بنابراین، استفاده از این مؤلفه‌ها به‌عنوان مبنایی جهت ارزیابی تعهد و ترجیح ساکنان نسبت به توسعه‌ی گردشگری در مطالعات آتی پیشنهاد می‌شود. با توجه به اینکه فعالیت‌های گردشگری در نواحی مورد مطالعه عمدتاً خانواده محور است، پیشنهاد می‌شود تا ضمن ساماندهی فعالیت‌ها و کسب و کارها، تسهیلات لازم جهت توسعه‌ی آن‌ها ارائه شود.

واژه‌های کلیدی: گردشگری تالاب، گردشگری روستایی، تعهد و ترجیح، استان خوزستان.

^۱ دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران.

^۲ دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران.

^۳ استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران.

^۴ استاد گروه مدیریت گردشگری، کالج چارلستون، آمریکا.

* نویسنده مسئول، پست الکترونیک: m_ghanian@asnrukh.ac.ir

بخش بسیار مهمی از فعالیت‌های گردشگری در دنیا، مبتنی بر بهره‌مند شدن از طبیعت است. چشم‌اندازها و مناظر زیبای طبیعت مانند سواحل دریاها، دریاچه‌ها، تالاب‌ها و غیره از کانون‌ها و جاذبه‌های گردشگر پذیر هستند. زیبایی طبیعی و تنوع بالای گیاهان و جانوران در بسیاری از تالاب‌ها در سراسر جهان این اکوسیستم‌ها را به مقاصد گردشگری تبدیل نموده است (Turner *et al.*, 2014). از این رو در صورتی که تالاب‌ها در جهت توسعه‌ی صنعت گردشگری به نحوی مناسب برنامه‌ریزی و مدیریت شوند، می‌توانند خالق یا محرک یک فرایند برای دستیابی به پایداری توسعه در اجتماعات محلی و اکوسیستم‌های آبی و تالابی گردند (Uehara *et al.*, 2016). شرایط مساعد اطراف تالاب‌ها، منجر به پراکنش جغرافیایی روستاها در این مناطق شده است (Bassi *et al.*, 2014)، لذا روستاهای اطراف تالاب، می‌توانند مهم‌ترین ذی‌نفعان توسعه‌ی گردشگری حوزه‌ی تالاب باشند و با توجه به اینکه نیمی از جمعیت کشورهای در حال توسعه در سکونتگاه‌های روستایی زندگی می‌کنند که با مسائل و مشکلات حادی مواجه‌اند (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳)، ضرورت دارد که از ظرفیت بالقوه‌ی توسعه‌ی گردشگری در این مناطق استفاده شود. با این وجود، در جریان برنامه‌ریزی مدیریت انواع گردشگری و بخش‌های مختلف آن، به گردشگری روستایی حوزه‌ی تالاب‌ها به‌صورت شایسته، توجه نشده است.

در زمینه‌ی مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری باید این نکته را مد نظر داشت که اگرچه گردشگری یک فعالیت مبتنی بر منابع است و به خدمات ارائه شده و جاذبه‌های دیدنی بستگی دارد، اما توسعه‌ی موفقیت‌آمیز آن تا حد زیادی مستلزم میهمان‌نوازی و استقبال از سوی جامعه محلی و میزبان دارد، لذا حمایت جامعه محلی، در زمینه‌ی مدیریت مقصد گردشگری و دستیابی به یک برنامه‌ریزی مدون به‌طوری که جامعه میزبان رضایت کامل داشته باشند، بسیار تعیین‌کننده می‌باشد (Brokaj, 2014). از طرف دیگر، در دنیای رقابتی امروز آغاز یک فعالیت اقتصادی به معنی موفقیت آن نیست، بلکه تداوم یا تعهد به آن است که می‌تواند موفقیت آن را در بلندمدت رقم بزند. تعهد به‌عنوان ثبات و مقاومت در برابر تغییر (Chang & Gibson, 2015) و یا به عبارت دیگر، به‌عنوان اهداف یا رفتار واقعی برای تکرار استفاده از محصول یا خدماتی خاص تعریف شده است (Rajesh, 2013). در پژوهش‌های مرتبط با گردشگری، تعهد و ترجیح به معنای حمایت ساکنان از برنامه‌های گردشگری و حضور گردشگران، مهمان‌نوازی و توصیه به سایر ساکنین برای احترام به گردشگران و حمایت از گردشگری و غیره تعریف شده است. در واقع بدان معنی است که ساکنین، فعالیت‌ها و اقدامات مرتبط با گردشگری و توسعه‌ی آن را بر اساس شرایط و ویژگی‌های خاص منطقه از جنبه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی بر فعالیت‌های دیگر ترجیح دهند (Zhang *et al.*, 2016). از این رو، همان‌طور که بیان شد تعهد و ترجیح به گردشگری به‌عنوان یک راهبرد توسعه‌ی اقتصادی نقش بسزایی در موفقیت بلندمدت مقاصد گردشگری ایفا می‌کند. بر همین اساس، غنیان و همکاران (Ghanian *et al.*, 2014) بیان می‌دارند که تعهد و ترجیح ساکنان یکی از مهم‌ترین و انگیزاننده‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت بلندمدت فعالیت‌های اقتصادی از قبیل گردشگری است و لازم است تا عواملی که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر آن اثر می‌گذارند، شناسایی شوند.

از دیگر عوامل مؤثر در توسعه‌ی گردشگری، میزان رضایتمندی و خشنودی ساکنین از این فعالیت است (Haghkhalah *et al.*, 2011). به‌عبارت دیگر، الزامات موفقیت در گردشگری، رضایت ساکنان مناطق گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان اصلی نظام گردشگری است و نیابستی از آن غافل شد (Meimand *et al.*, 2017). نتایج مطالعه سام و همکاران (Som *et al.*, 2011) با عنوان «تحلیل انتقادی رضایت گردشگر و تعهد به مقصد» وجود ارتباطی معنی‌دار میان رضایت جامعه‌ی محلی از توسعه‌ی گردشگری، تصویر مکان از منطقه و تعهد نسبت به توسعه‌ی گردشگری را تأیید می‌کند. از عوامل دیگری که می‌تواند به‌صورت غیرمستقیم بر تعهد ساکنین نسبت به توسعه‌ی گردشگری تأثیر بگذارد، تصویر مکان است. به‌طور عمومی، تصویر مکان به‌عنوان باورها، ایده‌ها و احساسات افراد نسبت به یک مکان تعریف می‌شود (Crompton, 1979) و در واقع تصویر مکان، یک مؤلفه‌ی ذهنی است که بر مبنای جریان اطلاعاتی نسبت به یک مکان و انتخابات احساسی این اطلاعات شکل می‌گیرد (Echtner & Ritchie, 2003)؛ بنابراین، تصویر مکان، یکی دیگر از عوامل کلیدی شکل‌دهنده‌ی رضایت ساکنین از توسعه‌ی گردشگری است که به ویژگی‌های خاص مکان توجه دارد. مطالعات دیگری از قبیل سو و همکاران (Hsu *et al.*, 2004) و لیزن (Leisen, 2001) نیز به تأثیر غیرمستقیم تصویر مکان بر حمایت از توسعه‌ی گردشگری اشاره کرده‌اند.

مطالعه‌ی دلبوسکه و سن‌مارتین (Del Bosque & San Martín, 2008) وجود ارتباطی معنی‌دار میان انتظارات درک‌شده از گردشگری و رضایت جامعه محلی را تأیید کرد. در این مطالعه بیان می‌شود که وقتی انتظارات مردم از گردشگری به واقعیت نپیوندد، آن‌ها احساسات منفی یا ترکیبات مختلف خشم، ترس و نگرانی را تجربه خواهند کرد. برعکس وقتی انتظارات مردم به واقعیت بپیوندد، احساس رضایت و شادی می‌کنند و در نتیجه از گردشگری و حضور گردشگران حمایت خواهند کرد. نتایج مطالعه‌ی غنیان و همکاران (Ghanian *et al.*, 2014) نشان داد که رضایت ساکنین از گردشگری روستایی تحت تأثیر تصویر درک‌شده و کیفیت درک شده می‌باشد و از دیگر سو، در این پژوهش رضایت اثری مستقیم بر تعهد ساکنان نسبت به توسعه‌ی گردشگری داشت. این یافته در پژوهش دیگری که غنیان و همکاران (۱۳۹۵) انجام دادند نیز تکرار شد. در واقع گردشگری به‌عنوان فعالیت پایه‌ی بالقوه‌ای که می‌تواند زمینه‌های اصلی بهبود سطح کیفیت زندگی ساکنان بومی را فراهم آورد، اهمیت دارد و می‌تواند اثرات مثبتی بر شاخص‌های کیفیت زندگی ساکنان نظیر سلامتی، تفریح، خدمات، کاهش سطح فقر، تنوع شغلی و غیره به وجود آورد و بدین ترتیب کیفیت درک شده از گردشگری افزایش یابد. با این حال، توسعه گردشگری ممکن است اثرات و پیامدهای منفی، همچون تهدید امنیت و سلامت جامعه، ازدحام و شلوغی، ترافیک سنگین، افزایش میزان جرم، کاهش بهداشت و غیره را نیز در پی داشته باشد که سبب کاهش سطح کیفیت زندگی ساکنان و کیفیت درک شده از گردشگری برای آن‌ها شود (Stylidis *et al.*, 2014).

از دیگر عواملی که می‌تواند بر رضایت ساکنان نسبت به توسعه‌ی گردشگری تأثیرگذار باشد و در مطالعات گردشگری بررسی شده، آگاهی جامعه محلی نسبت به توسعه‌ی گردشگری است. دیویس و همکاران (Davis *et al.*, 1988) در مطالعه‌ی خود نشان دادند که آگاهی ساکنان محلی نسبت به گردشگری می‌تواند پیش‌بینی‌کننده‌ی دیدگاه آن‌ها نسبت به توسعه گردشگری باشد. در همین راستا لانکفورد و هاوارد (Lankford & Howard, 1994) نیز نشان دادند که آگاهی ساکنان بر دیدگاه ساکنان نسبت به آثار گردشگری مؤثر است و نتایج مطالعه‌ی آن‌ها نشان داد که آگاهی نسبت به گردشگری به‌طور غیرمستقیم بر حمایت از توسعه گردشگری تأثیر دارد. در این زمینه می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که ساکنان محلی با آگاهی بالاتر، رضایت بیشتری نسبت به توسعه‌ی گردشگری خواهند داشت (Andreck *et al.*, 2005). در مجموع با تمرکز بر مؤلفه‌های مذکور در مطالعات پیشین، این مطالعه با هدف تبیین عوامل اثرگذار بر تعهد و ترجیح ساکنین نسبت به توسعه‌ی گردشگری روستایی در حوزه‌ی تالاب‌های استان خوزستان انجام پذیرفت و در این راستا فرضیه‌های مشروح در زیر ارائه می‌گردد (نگاره ۱).

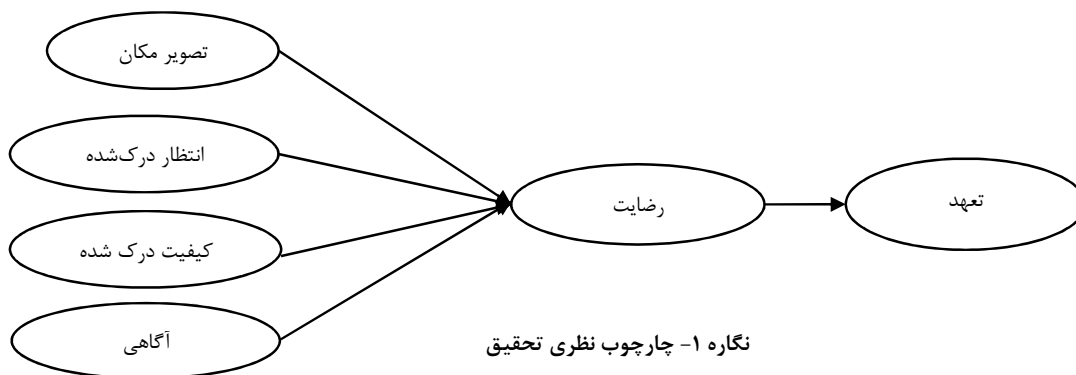
فرضیه اول (H1): تصویر مکان بر رضایت نسبت به توسعه گردشگری تأثیرگذار است.

فرضیه دوم (H2): انتظارات از گردشگری بر رضایت نسبت به توسعه گردشگری تأثیرگذار است.

فرضیه سوم (H3): کیفیت درک شده از گردشگری بر رضایت نسبت به توسعه گردشگری تأثیرگذار است.

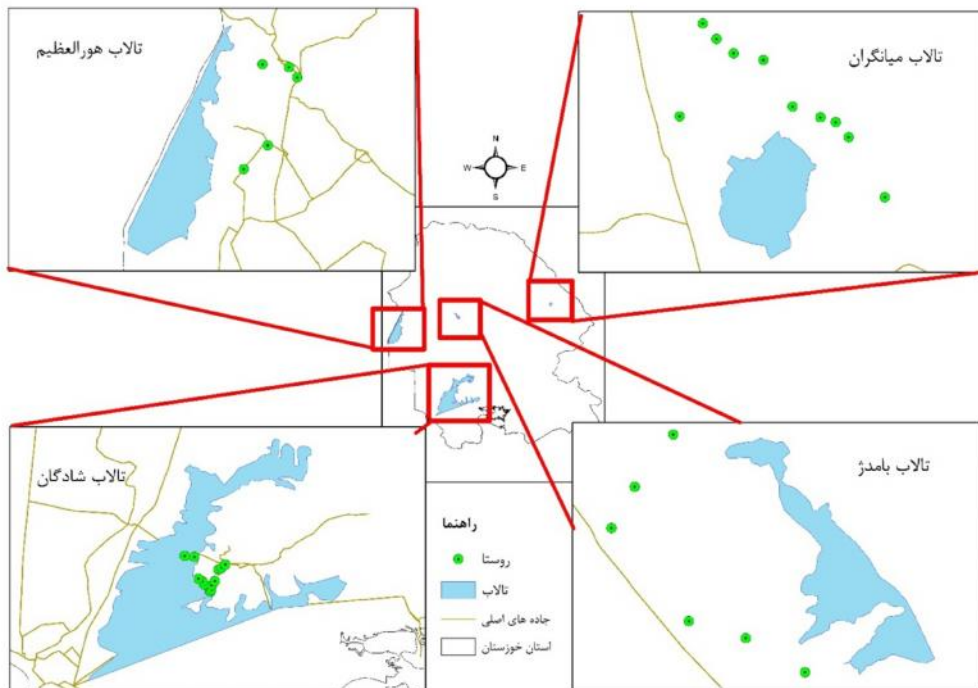
فرضیه چهارم (H4): آگاهی ساکنان از گردشگری بر رضایت نسبت به توسعه گردشگری تأثیرگذار است.

فرضیه پنجم (H5): رضایت نسبت به توسعه گردشگری بر تعهد نسبت به گردشگری تأثیرگذار است.



روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر میزان نظارت و درجه کنترل مؤلفه‌ها غیر آزمایشی، از نظر گردآوری داده‌ها پیمایشی و از نظر تحلیل داده‌ها توصیفی-همبستگی بود. جامعه‌ی آماری در این مطالعه، خانوارهای ساکن در روستاهای حوزه‌ی چهار تالاب گردشگری استان خوزستان (شادگان، میانگران، بامدژ و هورالعظیم) می‌باشند که در حریم تالاب قرار داشته و از مزایا و آب تالاب به‌صورت مستقیم بهره‌مند بودند ($N=3730$) (نقشه ۱). علاوه بر این، امکان دسترسی گردشگران به آن روستاها ساده باشد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این مطالعه، پرسشنامه محقق-ساخت بود که بر اساس چارچوب نظری تحقیق طراحی شد. این پرسشنامه از ۸ قسمت مجزا تشکیل شده بود که بخش اول به اطلاعات و ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان اختصاص داده شد و سایر بخش‌ها مؤلفه‌های مربوط به چارچوب نظری تحقیق اختصاص داده شد که گویه‌های آن در قالب طیف لیکرت پنج قسمتی (از خیلی کم تا خیلی زیاد) مطرح شدند. روایی صوری پرسشنامه توسط پنبلی از متخصصان موضوعی (اعضای هیأت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان) و پایایی آن به‌وسیله‌ی انجام مطالعه‌ی راهنما و تعیین ضریب آلفای کرونباخ (مقدار آلفای بیش از ۰/۷ برای تمامی مؤلفه‌ها) تأیید شد (جدول ۱). همچنین به‌منظور سنجش نرمال بودن توزیع داده‌ها، پیش از انجام آزمون‌های اصلی مطالعه، ضریب چولگی و کشیدگی تمامی گویه‌ها بررسی شد و هیچ یک از معیارها ± 2 تجاوز نکرد. علاوه بر این، شاخص‌های روایی همگرا و واگرا و پایایی ترکیبی نیز نشان از صحت مدل اندازه‌گیری این مطالعه داشت. با توجه به پراکندگی روستاهای مورد مطالعه، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب بهره گرفته شد تا توزیع پرسشنامه‌ها در تمامی مناطق مورد مطالعه به‌صورت متناسب با حجم جامعه آماری انجام شود. بر این اساس، از میان جامعه آماری این مطالعه که تعداد ۳۷۳۰ خانوار روستایی را تشکیل می‌داد، نمونه‌ای به حجم ۳۰۰ خانوار بر اساس جدول کرجسی و مورگان (Krejcie & Morgan, 1970) انتخاب شد، اما به‌منظور افزایش دقت و توزیع کافی نمونه‌ها در روستاهای اطراف هر تالاب، تعداد نمونه بیشتری در هر یک از مناطق توزیع شد که در نهایت ۳۱۶ پرسشنامه صحیح و قابل استفاده جمع‌آوری گردید. در جدول ۲، حجم طبقات جامعه، نمونه آماری تعیین شده و تعداد پرسشنامه صحیح قابل مشاهده می‌باشد. داده‌برداری این مطالعه در سال ۱۳۹۷ انجام پذیرفت. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS نسخه ۲۰ بهره گرفته شد.



نقشه ۱- موقعیت قرارگیری تالاب‌های استان خوزستان

جدول ۱- ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای تمامی مؤلفه‌های چارچوب نظری مطالعه

مؤلفه	ضریب آلفای کرونباخ
تصویر مکان	۰/۷۹
انتظارات از گردشگری	۰/۷۲
کیفیت درک شده از گردشگری	۰/۷۵
آگاهی ساکنان از گردشگری	۰/۸۶
رضایت نسبت به توسعه گردشگری	۰/۸۱
تعهد نسبت به گردشگری	۰/۷۸

جدول ۲- حجم طبقات جامعه و نمونه‌ی آماری مطالعه

تالاب	جامعه آماری	نمونه آماری تعیین شده	تعداد پرسشنامه جمع‌آوری شده و قابل استفاده
شادگان	۱۹۳۵	۱۵۶	۱۴۴
میانگران	۶۶۰	۵۳	۵۵
بامدژ	۱۸۴	۷۶	۸۰
هورالعظیم	۹۵۱	۱۵	۳۷
مجموع	۳۷۳۰	۳۰۰	۳۱۶

یافته‌ها و بحث

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان در جدول ۳ قابل مشاهده می‌باشد. همان‌گونه که نتایج جدول نشان می‌دهد از مجموع پاسخگویان مطالعه، تعداد ۳۹ نفر (۱۲/۳ درصد) از پاسخگویان زن و تعداد ۲۷۷ نفر (۸۷/۷ درصد) مرد بودند. همچنین از نظر وضعیت تأهل پاسخگویان و آخرین مدرک تحصیلی آن‌ها، بیشترین فراوانی به ترتیب مربوط به پاسخگویان متأهل با فراوانی ۲۵۳ نفر (۸۲/۴ درصد) و مدرک تحصیلی ابتدایی با فراوانی ۶۴ نفر (۲۱/۱ درصد) بود. همچنین یافته‌ها نشان داد که میانگین سنی پاسخگویان ۴۱/۶۶ سال و با کمینه ۲۰ سال و بیشینه ۹۲ سال می‌باشد.

تبیین مدل اندازه‌گیری مطالعه

به‌منظور تبیین صحت وضعیت سنجش سازه‌ها به‌وسیله‌ی گویه‌های پرسشنامه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید. صحت وضعیت سنجش سازه‌ها به‌وسیله‌ی مجموعه‌ای از شاخص‌های برازش مورد آزمون قرار گرفت که نتایج حاصل در جدول ۴ قابل مشاهده می‌باشد. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود مقدار آماره‌های مربع کای و مربع کای به‌نحیج به ترتیب ۵۴۶/۳۳ و ۲/۸۶ می‌باشد که این میزان بنا بر توصیه‌ی اشکرایبر (Schreiber *et al.*, 2006) در وضعیت مطلوبی قرار دارد. شاخص‌های دیگر مورد استفاده در این مطالعه شاخص برازش تطبیقی (Comparative Fit Index- CFI)، شاخص توکر لویس (Tucker-Incremental Fit)، شاخص برازش هنجار شده (Normed Fit Index-NFI) و شاخص برازش افزایشی (Incremental Fit Index - IFI) می‌باشد که بنا بر پیشنهاد هو و بنتلر (Hu & Bentler, 1999) مقادیر ۰/۷ و بالاتر دارای برازش رضایت‌بخش، ۰/۸ و بالاتر دارای برازش خوب و ۰/۹ و بالاتر دارای برازش بسیار خوب می‌باشند. در مطالعه‌ی حاضر، تمامی این شاخص‌ها مقادیر بالاتر از ۰/۸ را کسب کرده‌اند که نشان‌دهنده‌ی برازش خوب مدل بر اساس این شاخص‌ها با داده‌های مطالعه می‌باشد. شاخص نهایی بررسی شده ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (Root Mean Square Error of Approximation- RMSEA) است که بر اساس پیشنهاد هوپر (Hooper *et al.*, 2008)، مقادیر ۰/۰۵ تا ۰/۱۰ نشان از برازش قابل قبولی میان مدل و داده‌ها مشاهده می‌شود و مقادیر بالاتر از ۰/۱۰ نشان از برازش ضعیف دارد. همچنین آن‌ها به‌طور دقیق‌تر خاطر نشان می‌کنند که

مؤلفه‌های مؤثر بر تعهد و ترجیح فعالیت‌های گردشگری در میان ساکنان ...

مقادیر ۰/۰۸ تا ۰/۱۰ نشان از برازش متوسط و مقادیر کمتر از ۰/۰۸ نشان‌دهنده‌ی برازش خوب مدل با داده‌ها است. در مطالعه‌ی حاضر مقدار این شاخص برابر ۰/۰۷ است که نشان از برازش خوب متغیرها با داده‌ها دارد. در کل می‌توان این‌گونه برداشت نمود که داده‌ها با متغیرهای بررسی شده در این مطالعه برازش قابل قبولی داشته‌اند و می‌توان از صحت مدل اندازه‌گیری مطالعه اطمینان حاصل نمود.

جدول ۳- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

ویژگی جمعیت‌شناختی	طبقه	فراوانی	درصد معتبر
جنسیت	مرد	۲۷۷	۸۷/۷
	زن	۳۹	۱۲/۳
وضعیت تأهل	مجرد	۵۴	۱۷/۶
	متاهل	۲۵۳	۸۲/۴
	بی‌پاسخ	۹	-
	بی‌سواد	۴۲	۱۳/۹
مدرک تحصیلی	ابتدایی	۶۴	۲۱/۱
	راهنمایی	۵۷	۱۸/۸
	دیپلم	۵۵	۱۸/۲
	فوق دیپلم	۳۳	۱۰/۹
	کارشناسی	۵۰	۱۶/۵
	کارشناسی ارشد	۲	۰/۷
	بی‌پاسخ	۱۲	-

جدول ۴- میزان شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری مطالعه

شاخص برازش	Chi square	Chi square/DF	IFI	TLI	CFI	NFI	RMSEA
مقدار	۵۴۶/۳۳	۲/۸۶	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۹۰	۰/۹۶	۰/۰۷

تبیین روایی همگرا، واگرا و پایایی مرکب

همچنین جهت تعیین روایی همگرا و واگرا بر اساس چارچوب نظری مطالعه، شاخص‌های پایایی مرکب (Composite Reliability)، متوسط واریانس استخراجی (Average Variance Extracted (AVE))، حداکثر واریانس مشترک (Maximum Shared Variance (MSV)) و متوسط واریانس مشترک (Average Shared Squared Variance (ASV)) محاسبه شد. نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که برای هر متغیر (AVE) > CR و $AVE > 0/5$ است. در نتیجه متغیرها از روایی همگرا برخوردارند. علاوه بر این، با توجه به اینکه برای هر متغیر $MSV < AVE$ و $ASV < AVE$ است، روایی واگرایی مؤلفه‌ها نیز مطلوب می‌باشد.

جدول ۵- روایی همگرا و واگرایی مؤلفه‌های مورد مطالعه

شاخص	آگاهی	تصویر مکان	انتظارات	کیفیت درک شده	رضایت از گردشگری	تعهد نسبت به گردشگری
CR	۰/۹۷	۰/۸۶	۰/۸۰	۰/۸۴	۰/۸۴	۰/۸۳
AVE	۰/۸۵	۰/۵۱	۰/۵۱	۰/۵۱	۰/۶۴	۰/۵۵
MSV	۰/۱۰	۰/۰۵	۰/۱۷	۰/۱۷	۰/۰۶	۰/۱۴
ASV	۰/۰۴	۰/۰۳	۰/۱۰	۰/۰۶	۰/۰۴	۰/۰۷

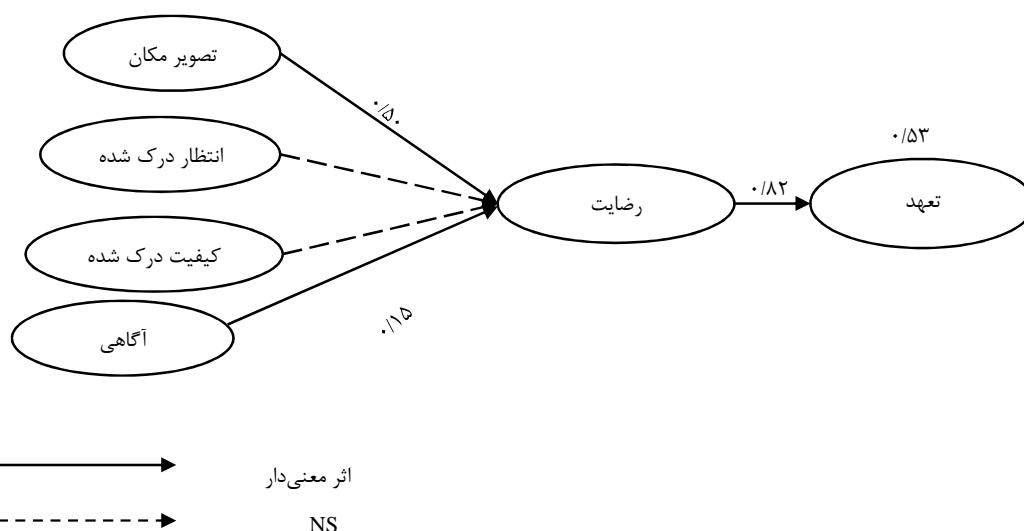
تبیین مدل ساختاری مطالعه

به منظور آزمون مدل ساختاری ارائه شده در چارچوب نظری مطالعه، از تحلیل مسیر استفاده شد. به منظور تعیین صحت مدل ساختاری مذکور، شاخص‌های برازش بسیاری مورد استفاده قرار گرفت. همان گونه که در جدول ۶ قابل مشاهده است، مقدار آماره‌های مربع کای ۰/۹۹ و مربع کای بهنجار ۰/۴۹ می‌باشد؛ که بنا بر میزان قابل قبول شاخص مربع کای بهنجار که بایستی کوچک‌تر از ۳ باشد، این شاخص در وضعیت مطلوبی قرار دارد. شاخص‌های دیگر مورد استفاده در این مطالعه، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص توکر لویس (TLI) و شاخص برازش افزایشی (IFI) می‌باشد که مقادیر بالاتر از ۰/۹ را کسب کرده‌اند و همگی نشان از برازش بسیار خوب مدل با داده‌ها دارد. شاخص نهایی بررسی شده، ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) است که در مطالعه‌ی حاضر مقدار این شاخص برابر ۰/۰۲ است که این شاخص نیز نشان از برازش خوب مدل با داده‌ها دارد. در کل می‌توان این گونه برداشت نمود که داده‌ها با مدل برازش قابل قبولی داشته‌اند و می‌توان از صحت مدل ساختاری مطالعه اطمینان حاصل نمود.

جدول ۶- میزان شاخص‌های برازش مدل مسیر مطالعه

شاخص برازش	Chi square	Chi square/DF	IFI	TLI	CFI	RMSEA
مقدار	۰/۹۹	۰/۴۹	۰/۹۹	۰/۹۱	۰/۹۹	۰/۰۱

همان گونه که در نگاره ۲ قابل مشاهده می‌باشد، کیفیت درک شده و انتظار دارای تأثیر معنی‌داری بر رضایت ساکنان از توسعه‌ی گردشگری نمی‌باشند و لذا فرضیه دوم و سوم مطالعه رد می‌شود. در این زمینه، غنیان و همکاران (۱۳۹۵) به منظور سنجش وفاداری صاحبان کسب و کارهای مرتبط با گردشگری در شهرستان پاره مطالعه‌ی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که انتظار درک شده تأثیری بر رضایت ندارد، اما کیفیت درک شده تأثیری مستقیم بر رضایت آن‌ها از توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری دارد. نتایج نگاره ۲ گویای آن است که تصویر مکان تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رضایت ساکنان نسبت به توسعه‌ی گردشگری ($\beta=0/50$) داشته است. لذا فرضیه اول مطالعه مورد تأیید قرار می‌گیرد؛ بنابراین هرچه ساکنان تصویر مثبت‌تری نسبت به روستای خود داشته باشند، رضایت بیشتری نیز از توسعه‌ی گردشگری خواهند داشت. این یافته با نتایج مطالعات غنیان و همکاران (Ghanian et al., 2014) و همچنین غنیان و همکاران (۱۳۹۵) مطابقت دارد. نتایج همچنین نشان داد که فرضیه چهارم مطالعه که نشانگر تأثیرگذاری آگاهی ساکنان از توسعه‌ی گردشگری تأثیری بر رضایت ساکنان از توسعه‌ی گردشگری بود به صورت مثبت و معنی‌داری مورد تأیید قرار گرفت ($\beta=0/15$).



نگاره ۲- مدل مسیر چهارچوب نظری مطالعه: عوامل تأثیرگذار بر تعهد ساکنان نسبت به توسعه گردشگری محاسبه شده به وسیله نرم افزار AMOS

در این رابطه مطالعات مختلفی انجام شده است که این یافته مطالعه را تأیید می‌کنند، به‌عنوان مثال آندرک (Andereck *et al.*, 2005) بیان می‌دارد که ساکنانی که آگاهی بیشتری از مباحث مرتبط با گردشگری دارند، بهتر می‌توانند مزایا و هزینه‌های گردشگری را تشخیص دهند. در همین رابطه دیویس (Davis *et al.*, 1988) بیان می‌دارد که مخالفان گردشگری اغلب ساکنانی هستند که از نظر دانش گردشگری فقیر می‌باشند. همچنین این یافته با نتایج لارکوا و وگت (Larkova & Vogt, 2012) نیز هم‌راستا می‌باشد. در نهایت نتایج نگاره ۲ بیانگر تأثیرگذاری مثبت و معنی‌دار رضایت ساکنان از توسعه گردشگری بر تعهد آن‌ها دارد ($\beta=0/82$)؛ بنابراین، فرضیه شماره پنج این مطالعه نیز تأیید می‌شود و با افزایش رضایت ساکنان نسبت به توسعه گردشگری، تعهد آن‌ها نیز افزایش خواهد یافت. این یافته با نتایج مطالعه‌ی سام و همکاران (Som *et al.*, 2011) که در کشور مالزی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که رضایت تأثیری قوی و معنی‌دار بر وفاداری نسبت به گردشگری دارد، هم‌راستا می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مطالعه حاضر با هدف تبیین مؤلفه‌های مؤثر بر ترجیح توسعه گردشگری در میان روستاییان حوزه تالاب‌های استان خوزستان انجام پذیرفت. نتایج این مطالعه بیانگر این است که مؤلفه‌های آگاهی از گردشگری و تصویر مکان از طریق رضایت ساکنان نسبت به توسعه گردشگری، قادرند ترجیح توسعه گردشگری در میان ساکنان را تبیین کنند. با توجه به بررسی شاخص‌های مرتبط با روایی همگرا و واگرا و همچنین پایایی مرکب متغیرهای مورد استفاده در این مطالعه، می‌توان استفاده از این مؤلفه‌ها را به‌عنوان مبنایی جهت ارزیابی ترجیح توسعه گردشگری یا تعهد ساکنان نسبت به توسعه گردشگری در مطالعات آتی توصیه نمود.

بر اساس یافته‌های مطالعه، یکی از مؤلفه‌هایی که به‌صورت غیرمستقیم و از طریق رضایت از توسعه گردشگری بر تعهد ساکنان نسبت به توسعه گردشگری تأثیرگذار است، آگاهی ساکنان از گردشگری می‌باشد. همچنین نتایج نشان داد که تصویر مکان از دیگر مؤلفه‌هایی است که به‌صورت غیرمستقیم بر تعهد ساکنان نسبت به توسعه گردشگری روستایی حوزه تالاب‌های استان خوزستان اثر می‌گذارد. به این معنی که هرچه فرد تصویر بهتری از روستا و گردشگران داشته باشد، رضایت بیشتری از گردشگری احساس می‌کند و در نهایت با توجه به تأثیر مستقیم و مثبت رضایت بر تعهد، توسعه بخش گردشگری را ترجیح خواهند داد. در این راستا با توجه به اینکه تصویر مکان، به‌عنوان درک درونی و مفهوم شخصی (Rajesh, 2013) و یک ساختار ذهنی بر اساس برداشت از اطلاعات در مورد محل مورد نظر می‌باشد (Stylidis & Terzidou, 2014)، ضروری است تا در راستای درک ظرفیت‌های موجود و ارتقا تصویر مکان نزد ساکنین تمهیداتی اندیشیده شود، چرا که این مهم، منجر به رضایت از توسعه گردشگری و ترجیح و تعهد نسبت به آن در میان ساکنین خواهد شد. همچنین با توجه به اینکه آگاهی ساکنان از گردشگری نقش محوری و اساسی در پایداری و حکمرانی بخش گردشگری دارد (Moscardo, 2005) پیشنهاد می‌شود تا از ظرفیت انواع رسانه‌های عمومی و گروهی جهت ارتقای آگاهی ساکنین در راستای شناخت منطقه‌ی مورد مطالعه و تالاب‌های استان خوزستان که هریک دارای ویژگی‌های خاص و منحصر به فردی می‌باشند، استفاده شود. علاوه بر این، ضرورت دارد تا بسته‌های تبلیغاتی متناسب با گروه‌های هدف خاص به‌منظور معرفی ظرفیت‌های تالاب‌های مورد مطالعه در زمینه‌های مختلف گردشگری از قبیل گردشگری علمی با توجه به ظرفیت محیط‌زیستی خاص منطقه، طبیعت‌گردی، گردشگری ورزشی، گردشگری تاریخی و غیره با مشارکت ساکنین منطقه طراحی شود تا ضمن بهره‌گیری از فرصت مشارکت، بتوان در راستای ارتقای آگاهی و همچنین تصویر مکان ساکنین گام برداشت.

نتایج مطالعه نشان داد که رضایت، تأثیری مثبت بر ترجیح ساکنان محلی نسبت به توسعه گردشگری دارد. به عبارتی، ساکنانی از حضور گردشگران و برنامه‌های مربوط به گردشگری حمایت خواهند کرد که از حضور گردشگران و تأثیرات گردشگری در روند زندگی و جامعه رضایت داشته باشند. شواهد و مشاهدات پژوهشگران گویای آن است که فعالیت‌های گردشگری در منطقه مورد مطالعه، عمدتاً مبتنی بر فعالیت‌های خانوادگی است و در واقع گردشگری روستایی نتوانسته از جنبه‌های اقتصادی تأثیر زیادی بر زندگی روستاییان داشته باشد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود در راستای بهبود رضایت ساکنین و تأثیرگذاری مثبت اقتصادی و اجتماعی توسعه گردشگری در زندگی آن‌ها، ضمن ساماندهی فعالیت‌ها و کسب و کارها، تسهیلات لازم جهت توسعه این قبیل فعالیت‌ها ارائه شود. در این زمینه می‌توان با ارائه تسهیلات مالی، تسهیل بروکراسی اداری و همچنین

برگزاری کارگاه‌های آموزشی، جامعه‌ی محلی را نسبت به راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک مرتبط با گردشگری و در گام بعدی، تشکیل خوشه‌های کسب و کار ترغیب نمود. در این راستا تعریف زنجیره‌های تولید و ارزش افزوده مرتبط با کسب و کارهای مرتبط با بخش گردشگری در منطقه مورد مطالعه می‌تواند حائز اهمیت باشد.

در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که چنانچه تصویر فرد از منطقه مثبت و خوش بینانه باشد و آگاهی بالایی از گردشگری داشته باشد، به دنبال آن رضایت وی از حضور گردشگران در روستاهای حوزه‌ی تالاب‌های استان خوزستان افزایش خواهد یافت که این مهم منجر به افزایش سطح تعهد ساکنان می‌گردد. در این زمینه پیشنهاد می‌شود که با توجه به مؤلفه‌های بررسی شده در این مطالعه، پیش از آغاز برنامه‌ریزی جهت توسعه‌ی گردشگری در هر منطقه، ابتدا این مؤلفه‌ها مورد بررسی قرار گرفته و در راستای جلب رضایت ساکنین تلاش شود. بر این اساس پیشنهاد می‌شود تا مسئولان امر، جلساتی عمومی با حضور ساکنین روستاهای محدوده‌ی تالاب جهت معرفی مزایای توسعه‌ی گردشگری در منطقه به صورت مستمر برگزار نمایند. این قبیل جلسات می‌تواند علاوه بر ارتقای آگاهی ساکنین نسبت به فرایند توسعه‌ی گردشگری، منجر به ارزش‌گذاری بیشتر منطقه و همچنین محصولات آن از قبیل صنایع‌دستی، خوراک محلی و غیره در نزد ساکنین شده و به صورت غیرمستقیم با میانجی‌گری رضایت آن‌ها، بر تعهد و ترجیح توسعه‌ی گردشگری روستایی در نواحی تالابی تأثیر بگذارد. همچنین در راستای نتایج مطالعه پیشنهاد می‌شود طی یک برنامه‌ی مدون، با همکاری سازمان‌های دست‌اندرکار در سطح استان و به‌ویژه دانشگاه‌ها، روز رویدادهای (Daily events) متنوعی را در هریک از مناطق به‌ویژه با تمرکز بر ویژگی‌ها و کارکردهای تالابی تعریف نموده و علاوه بر این، ضمن فراهم آوری امکانات و زیرساخت‌های لازم منطبق بر ساختارهای اجتماعی اقلیمی مناطق مانند مزیف‌ها (مکان ضیافت و محل مهمان‌خانه مردم عرب) در مناطق گرم و عرب نشین، کنفرانس‌ها و همایش‌های علمی را در مناطق تالابی برگزار نمود.

سپاسگزاری

بدین‌وسیله نویسندگان از دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان به خاطر همکاری در راستای انجام این مطالعه تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- جعفری، ح.، و حاتمی‌شاه‌خالی، م. (۱۳۹۵). نقش گردشگری در تحولات کالبدی - کارکردی سکونتگاه‌های روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی - شهرستان لاهیجان. *مجله برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، دوره ۶، شماره ۲۳، صص ۲۰۰-۱۹۱.
- سبزوئی، غ.، منوری، م.، برهان، ر.، خراسانی، ن.، و کرمی، م. (۱۳۹۱). آنالیز مقایسه‌ای فشارها و تهدیدات تالاب‌های گرمسیری با استفاده از روش‌شناسی RAPPAM (مطالعه موردی: تالاب‌های استان خوزستان). *مجله اکوبیولوژی تالاب (تالاب)*، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۶۸-۵۵.
- سپیدنامه، ز.، امیری‌باغبادرانی، ف.، و دریکوند، م. (۱۳۹۰). جامعه پرندگان آبی و کنارآبی تالاب میانگران ایذه، استان خوزستان. همایش ملی جنگل‌های زاگرس مرکزی؛ قابلیت‌ها و تنگناها. *کانون همیاران طبیعت معاونت فرهنگی جهاد دانشگاهی لرستان*، آذر ۱۳۹۰، صص ۲۰-۱۴.
- شاه‌رخ‌ساردو، ص.، نوری‌پور، م.، و پدram، پ. (۱۳۹۴). ارزیابی کیفیت زندگی مناطق روستایی با استفاده از تاکسونومی عددی (مورد مطالعه: دهستان اسفندقه، شهرستان جیرفت). *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، جلد ۱۱، شماره ۲، صص ۳۱-۴۷.
- شرفی، ز.، نوری‌پور، م.، و کرمی‌دهکردی، ا. (۱۳۹۶). بررسی وضعیت سرمایه‌های معیشت و پایداری آن‌ها در خانوارهای روستایی (مورد مطالعه بخش مرکزی شهرستان دنا). *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، دوره ۱۳، شماره ۲، صص ۵۱-۷۰.

شریف‌زاده، ا.، خواجه‌شکوهی، ع.، عبدالله‌زاده، غ.، و شریفی، م. (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی توسعه‌ی کسب و کارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان. *مجله پژوهش‌های روستایی*، دوره ۵ شماره ۱، صص ۲۴-۱.

غزالی، ع.، بیژنی، م.، و چیذری، م. (۱۳۹۵). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، جلد ۱۲، شماره ۱، صص ۶۹-۵۳.

غنیان، م.، فاضلی‌زاد، ص.، و مهربان‌قوچانی، ا. (۱۳۹۵). سنجش وفاداری صاحبان کسب و کارهای مرتبط با گردشگری با استفاده از شاخص سنجش رضایت از عملکرد اروپایی (مورد مطالعه: روستاهای نمونه گردشگری شهرستان پاوه). *فصلنامه گردشگری علم و فرهنگ*، سال ۴، شماره ۶، صص ۵۷-۴۱.

- Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C., and Vogt, C.A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Bassi, N., Kumar, M.D., Sharma, A., and Pardha-Saradhi, P. (2014). Status of wetlands in India: A review of extent, ecosystem benefits, threats and management strategies. *Journal of Hydrology: Regional Studies*, 2, 1-19.
- Bigné, J.E., Sánchez, M.I., and Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
- Brokaj, R. (2014). Local governments role in the sustainable tourism development of a destination. *European Scientific Journal, ESJ*, 10(31), 103-117.
- Chang, S., and Gibson, H.J. (2015). The relationships between four concepts (involvement, commitment, loyalty, and habit) and consistency in behavior across leisure and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 41-50.
- Cocozza, J., and Planner, S. (2009). Economic and environmental benefits of wetlands. Plan on IT. Available at: <<http://www.co.dutchess.ny.us/CountyGov/Departments/Planning/planonitocnov2009.pdf>>.
- Cook, F.L., Jacobs, L.R., and Kim, D. (2010). Trusting what you know: Information, knowledge, and confidence in Social Security. *The Journal of Politics*, 72(2), 397-412.
- Crompton, J.L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image. *Journal of Travel Research*, 18(4), 18-23.
- Davis, D., Allen, J., and Cosenza, R.M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.
- Del Bosque, I.R., and San Martín, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551-573.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., and Carter, J. (2007). Structural modelling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
- Echtner, C.M., and Ritchie, J.R.B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- Ghanian, M., Ghoochani, O.M., and Crotts, J.C. (2014). An application of European performance satisfaction index towards rural tourism: The case of western Iran. *Tourism Management Perspectives*, 11, 77-82.
- Ghanian, M., Ghoochani, O., and Crotts, J. (2017). Analyzing the motivation factors in support of tourism development: The case of rural communities in Kurdistan region of Iran. *Journal of Sustainable Rural Development*. 1(2), 137-148.
- Haghkhah, A., Nosratpour, M., Ebrahimpour, A., and Hamid, A.A. (2011). The impact of service quality on tourism industry. *2nd International Conference on Business and Economic Research Proceeding*, March 14th - 16th, Kedah, Malaysia.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010). *Canonical correlation: A supplement to multivariate data analysis. Multivariate data analysis: A global perspective*. 7th Ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall Publishing.
- Hooper, D., Coughlan, J., and Mullen, M. (2008). Structural equation modeling: Guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*. 6 (1), 53 -60.
- Hou, J., Lin, C., and Morais, D. (2005). Antecedents of attachment to a cultural tourism destination: The case of Hakka and non-Hakka Taiwanese visitors to Pei-Pu, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 44, 221-233
- Hsu, C.H.C., Wolfe, K., and Kang, S.K. (2004). Image assessment for a destination with limited comparative advantages. *Tourism Management*, 25(1), 121-126.
- Hu, L.T., and Bentler, P.M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Kerstetter, D., Confer, J., and Graefe, A. (2001). An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 39(3), 267-274.

- Krejcie, R.V., and Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Lankford, S.V., and Howard, D.R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.
- Lee, T.H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46.
- Leisen, B. (2001). Image segmentation: the case of a tourism destination. *Journal of Services Marketing*, 15(1), 49-66.
- Meimand, S., Khalifah, Z., Zavadskas, E., Mardani, A., Najafipour, A., and Ahmad, U. (2017). Residents' attitude toward tourism development: A sociocultural perspective. *Sustainability*, 9(7), 1-29.
- Moscardo, G. (2005). Peripheral tourism development: Challenges, issues and success factors. *Tourism Recreation Research*, 30(1), 27-43.
- Neal, J., Uysal, M., and Sirgy, J. (2007). The effect of tourism services on travelers' quality of life. *Journal of Travel Research*, 46(2), 154-163.
- Nguyen, H.H., Dargusch, P., Moss, P., and Tran, D.B. (2016). A review of the drivers of 200 years of wetland degradation in the Mekong Delta of Vietnam. *Regional Environmental Change*, 16(8), 2303-2315.
- Nunkoo, R., and Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.
- Oliver, R.L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44
- Prabhakaran, S., Nair, V., and Ramachandran, S. (2014). Community participation in rural tourism: Towards a conceptual framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 290-295.
- Rajesh, R. (2013). Impact of tourist perceptions, destination image and tourist satisfaction on destination loyalty: A conceptual model. *PASOS. Revista de Turismoy Patrimonio Cultural*, 11(3), 67-78.
- Rhaman, M.R. (2016). The socio-economic importance of tourism and its impact on the livelihood in south Asia: Case Rangamati, Bangladesh. Bachelor's Thesis. Centria University of Applied Sciences.
- Roe, D., and Urquhart, P. (2001). *Pro-poor tourism: Harnessing the world's largest industry for the world's poor*. London: IIED.
- Schreiber, J.B., Nora, A., Stage, F.K., Barlow, E.A., and King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323-338.
- Schroeder, T. (1996). The relationship of residents' image of their state as a tourist destination and their support for tourism. *Journal of Travel Research*, 34(4), 71-73.
- Som, A.P. M., Shirazi, S.F.M., Marzuki, A., and Jusoh, J. (2011). A critical analysis of tourist satisfaction and destination loyalty. *Journal of Global Management*, 2(1), 178-183.
- Stylidis, D., and Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of Tourism Research*, 44, 210-226.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., and Szivas, E.M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274.
- Turner, K.G., Odgaard, M.V., Bøcher, P.K., Dalgaard, T., and Svenning, J.C. (2014). Bundling ecosystem services in Denmark: Trade-offs and synergies in a cultural landscape. *Landscape and Urban Planning*, 125, 89-104.
- Uehara, T., Niu, J., Chen, X., Ota, T. and Nakagami, K.I. (2016). A sustainability assessment framework for regional-scale integrated coastal zone management (ICZM) incorporating inclusive wealth, satoumi, and ecosystem services science. *Sustainability Science*, 11(5), 1-12.
- Yoon, Y., and Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Zhang, H., Ghoochani, O.M., Pan, B., and Crotts, J. (2016). A case study on the impact of personal characteristics on residents' support for tourism development. 2016 TTRA (Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally) International Conference, June 14th to 16th, Vail, Colorado.
- Zolfaghari, H. (2007). Potentials and limitations in Iran for developing tourism sector. *GEOMED International Symposium on Geography*, June 5th to 8th, Antalya, Turkey.

Article Type: Research Article

Effective Factors on Commitment and Preferences of Tourism Activities among Rural Residents of the Khuzestan Wetland Areas

O. Mehrab-Ghoochani¹, M.Ghanian^{2*}, B. Khosravipour³ and J. C. Crotts⁴

(Received: Mar, 03, 2019; Accepted: June, 08, 2019)

Abstract

Management and planning of rural tourism in the wetland areas, if combined with the consent of the residents, can pave the way for the development of the region. In this regard, the present study answered this question: which factors affect the commitment and preference of local residents to the development of tourism among the villagers of the Khuzestan province wetland areas? This applied research was conducted as survey. The statistical population was the households living in the villages in the four Khuzestan province wetland areas (Shadegan, Miangan, Bamdezh and Hoor Al Azim). The research instrument was a researcher-made questionnaire which developed based on the theoretical framework of the study. A total of 350 households were selected using a stratified random sampling method as a statistical sample. Content validity and reliability confirmed by a panel of experts and calculated Chronbach's alpha. Moreover, the convergent and discriminant validity and composite reliability confirmed the accuracy of the measurement model. SPSS and AMOS software version 20 were used to analyze the data. The results showed that the place image and awareness of tourism had a positive and significant effect on residents' satisfaction with tourism development and residents' satisfaction also has a significant and positive impact on the commitment and preferences of tourism development among the residents in the wetland areas. In this regard, it is suggested to use these components as a basis for assessing the residents' commitment and preferences to tourism development. Also, due to the family-oriented tourism activities in the studied regions, it is suggested that, while organizing activities and businesses, facilities should be provided to develop them.

Keywords: Wetland tourism, Rural tourism, Commitment and Preferences, Khuzestan Province.

¹ PhD. Student, Department of Agricultural Extension and Education, Agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan, Mollasani, Iran.

² Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan, Mollasani, Iran.

³ Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan, Mollasani, Iran.

⁴ Professor of Department of Hospitality and Tourism Management, College of Charleston, USA.

* Corresponding Author, Email: m_ghanian@asnrukh.ac.ir