

مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۵، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۵، شماره پیاپی ۱۶

شاپای الکترونیکی: ۲۳۸۳-۲۴۹۵

شاپای چاپی: ۲۳۲۲-۲۵۱۴

<http://jrrp.um.ac.ir>

ارزیابی سطوح پایداری مقاصد روستایی در راستای توسعه گردشگری روستایی با تعدیل‌گری تصویر مقصد (مطالعه موردی: دهستان دراک شهرستان شیراز)

مجید نعمت‌الهی^۱ - محمد نجارزاده^{۲*} - حسین بلوچی^۳

۱- کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

۲- استادیار مدیریت جهانگردی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

۳- دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی بین‌الملل، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۲/۱۹ صص ۱۷۴ - ۱۵۵ تاریخ تصویب: ۱۳۹۵/۰۳/۰۸

چکیده

هدف: هدف پژوهش، ارزیابی سطوح پایداری مقاصد روستایی در راستای توسعه گردشگری روستایی با تعدیل‌گری تصویر مقصد در دهستان دراک شیراز است.

روش: پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-هم‌بستگی است. جامعه آماری گردشگران دهستان دراک است. براساس جدول مورگان و نمونه‌گیری طبقه‌ای ۳۸۵ گردشگر انتخاب شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه و برای بررسی فرضیه‌های مدل معادلات ساختاری و رویکرد کم‌ترین مربعات جزئی استفاده شد. پایایی پرسش‌نامه با آلفای کرونباخ و پایایی مرکب و روایی آن با استفاده از روایی سازه سنجیده شد.

یافته‌ها: سطح اقتصادی و محیطی از میزان مطلوب پایین‌تر و سطح اجتماعی از میزان مطلوب بالاتر است. شاخص پایداری اجتماعی بیش‌ترین تأثیر را بر گردشگری روستایی داشته است، تصویر مقصد تأثیر مثبت و معناداری بر پایداری اقتصادی دارد؛ اما بر پایداری اجتماعی بدون تأثیر است؛ به علاوه، تصویر مقصد تأثیری معکوس بر پایداری محیطی دارد.

محدودیت‌ها/راهبردها: هر فعالیتی با تعادل در پایداری کلی مناطق باشد. از جمله راهبردهای مؤثر، ممنوعیت ورود وسایل نقلیه به بافت قدیم روستای قلات در روزهای تعطیل و ایجاد فضای پارکینگ در بیرون روستاها است. محدودیت پژوهش، عدم تعمیم نتایج در مناطق دیگر و مناسبت نبودن برخی شاخص‌های برازش مدل است.

راه کارهای عملی: یک پارچگی ابعاد مهم پایداری و توجه به تصویر ذهنی گردشگران به عنوان عامل مؤثر در پایداری و توسعه گردشگری روستایی.

اصالت و ارزش: در این پژوهش بر سه بعد اصلی پایداری به طور هم‌زمان پرداخته شده است و تصویر مقصد به عنوان عامل تعدیل‌کننده در رسیدن به سطح مناسب توسعه گردشگری روستایی لحاظ شده است.

کلیدواژه‌ها: تصویر مقصد، توسعه گردشگری روستایی، پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی، پایداری محیط زیست.

ارجاع: نعمت‌الهی، م.، نجارزاده، م. و بلوچی، ح. (۱۳۹۵). ارزیابی سطوح پایداری مقاصد روستایی در راستای توسعه گردشگری روستایی با تعدیل‌گری تصویر مقصد (مطالعه موردی: دهستان دراک شهرستان شیراز). *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۵(۴)، ۱۷۴-۱۵۵.

<http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.54460>

۱. مقدمه

۱.۱. طرح مسأله

گردشگری روستایی به عنوان «تجربه بیرون از شهر» شناخته می‌شود که شامل طیف گسترده‌ای از جاذبه‌ها و فعالیت‌هایی است که در جوامع روستایی یا مناطق غیر شهری روی می‌دهد (محمودی، مالکی و حق‌ستاد، ۲۰۱۱، صص. ۱۳۶-۱۳۷). روند بازار جهانی در راستای توجه به گردشگری روستایی است که با تأکید سازمان جهانی جهانگردی نیز همراه بوده است. در اروپا تعداد افرادی که به طور مستقیم و غیرمستقیم در گردشگری روستایی مشغول به کار هستند، نزدیک به ۵۰۰ هزار نفر هستند. مصرف سالیانه گردشگران حاصل از فعالیت‌های گردشگری روستایی در حدود ۶۵ میلیارد یورو است (نیکولیچ، استفانوویچ، آزموویچ، ۲۰۱۲، ص. ۹۱). گردشگری روستایی به طور گسترده‌ای در محدوده داخلی کشورها انجام می‌گیرد و حتی جای‌گزینی برای گردشگری انبوه شناخته می‌شود و در مقایسه با مقاصد شهری، محبوبیت بیشتری پیدا کرده است. در بیش‌تر کشورها مقاصد روستایی به یکی از جای‌گزین‌های جذاب برای سفر تبدیل شده است (بل، ۲۰۰۶، ص. ۱۵۱؛ اوری، ۱۹۹۲، ص. ۱۷۴). تصویر مقصد می‌تواند محیط‌های روستایی را با بازاریابی مقاصد گردشگری پیوند دهد و به عنوان عاملی مهم به منظور مدیریت مقاصد گردشگری و بازاریابی گردشگران عمل کند (چویی، لتو و موریسون، ۲۰۰۷، ص. ۱۱۹؛ دویودی، ۲۰۰۹، ص. ۲۲۷؛ استیچناکوا و موریسون، ۲۰۰۸، ص. ۵۵۹). در کنار این عوامل و در مسیر توسعه روستایی، مفهوم پایداری هم‌چون چتری عمل می‌کند که همه فعالیت‌های انسانی را در بر می‌گیرد و از طریق یک‌پارچه کردن فعالیت‌های انسانی، توسعه مناطق مختلف را تداوم می‌بخشد (سایمان، ۲۰۰۹، ص. ۲۱). پژوهش‌ها نشان‌دهنده لزوم تحلیل سطوح پایداری مناطق در راه توسعه گردشگری روستایی و نقش تصویر ذهنی گردشگران در به‌ثمر رسیدن این نوع توسعه است (ژو، ۲۰۱۴، ص. ۲۳۹؛ سایمان، ۲۰۰۹، ص. ۱۲۸؛ وانگ، یونگ و کوان، ۲۰۱۶، ص. ۶۴۰). این نوع گردشگری نوش‌داروی حل تمام مشکلات روستا نیست؛ اما می‌توان از آن برای ایجاد فرصت تولید و کارآیی بیش‌تر در جوامع روستایی استفاده کرد (ارشاد، ۲۰۱۰، ص. ۲۸). در ایران، ۳۰ درصد جمعیت کشور در روستاها ساکن هستند که جمعیتی حدود ۲۵ میلیون نفر را در بر می‌گیرد.

درآمد سرانه به نسبت پایین‌تر روستاییان (۱۲۰۰ دلار) در مقایسه با بخش شهری (۳۶۰۰ دلار)، در کنار عواملی؛ مانند خشک‌سالی، وابستگی به شیوه کشاورزی آبی و ضعف در مکانیزه‌بودن کشاورزی باعث مهاجرت روستاییان به شهرها شده است (چهاربالش، ۱۳۸۹، ص. ۱۰) که در نتیجه، منجر به کم‌رنگ شدن نقش گردشگری روستایی و عدم شناخت این نوع گردشگری در توسعه این‌گونه مناطق شده است. روستاهای نمونه دهستان دراک در نزدیکی شهر شیراز از دیرباز به دلیل دارا بودن ظرفیت‌های طبیعی و تاریخی خود، مورد توجه گردشگران بوده و هر هفته مقصد بسیاری گردشگران بوده است. این روستاها در مجاورت یک‌دیگر قرار گرفته و از ظرفیت مناسبی به منظور توسعه گردشگری روستایی برخوردار هستند؛ اما در این راه با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند. هیچ‌گونه اقدامی برای بررسی وضعیت اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی این مناطق و مردم آن انجام نشده است و نقش این عوامل در رسیدن به توسعه پایدار گردشگری روستایی نادیده گرفته شده است. با توجه به اهمیت تجزیه و تحلیل عوامل پایداری در روستاها و تصویری که مردم از این منطقه دارند، در این پژوهش به بررسی اثرات بعدهای اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و همچنین، تصویر مقصد بر توسعه گردشگری منطقه قلات پرداخته و نقش این متغیرها مورد بررسی قرار می‌گیرد. بنابراین، سؤالات تحقیق به صورت زیر آورده شده است:

- آیا پایداری اقتصادی دهستان دراک بر توسعه گردشگری روستایی تأثیر مثبت دارد؟
- آیا پایداری اجتماعی دهستان دراک بر توسعه گردشگری روستایی تأثیر مثبت دارد؟
- آیا پایداری زیست‌محیطی دهستان دراک بر توسعه گردشگری روستایی تأثیر مثبت دارد؟
- آیا تصویر مقصد به عنوان متغیر تعدیل‌گر، تأثیر پایداری اقتصادی بر توسعه گردشگری روستایی را تعدیل می‌کند؟
- آیا تصویر مقصد به عنوان متغیر تعدیل‌گر، تأثیر پایداری اجتماعی بر توسعه گردشگری روستایی را تعدیل می‌کند؟
- آیا تصویر مقصد به عنوان متغیر تعدیل‌گر، تأثیر پایداری زیست‌محیطی بر توسعه روستایی را تعدیل می‌کند؟

۲.۱. پیشینه نظری تحقیق

گردشگری روستایی عاملی مهم در حفظ و نگهداری طبیعت، فرهنگ و ارزش‌های سنتی به شمار می‌آید و همچنین، اهمیت ویژه‌ای به حفاظت، بازسازی کاخ‌های قدیمی می‌دهد و اعضای جامعه را به طبیعت و تاریخ سرزمین‌های دیگر علاقه‌مند می‌سازد.

راداک^{۱۱} (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «مزایای گردشگری روستایی» اشاره می‌کند که مزایای اقتصادی گردشگری روستایی می‌تواند به شکل ایجاد اشتغال، افزایش مخارج زندگی، تنوع اقتصادی، بازارهای کشاورزان و زیرساخت‌ها نمود پیدا کند. بنابر پژوهش اسنيسک، بارکایوسکین، بارکاو سکاس^{۱۲} (۲۰۱۴) که اثرات اقتصادی توسعه گردشگری روستایی را در مقاصد روستایی کشور لیتوانی مورد بررسی قرار داده‌اند، گردشگری روستایی را از دو جنبه قابل اهمیت می‌دانند:

- گردشگری روستایی مزایای اقتصادی و اجتماعی برای نواحی بیرون از شهر ایجاد می‌کند. این نوع گردشگری فعالیتی جذاب برای جوانان است و همچنین، منبعی برای سودآوری مردم کشور به شمار می‌رود.
- گردشگری روستایی عاملی مهم در حفظ و نگهداری طبیعت، فرهنگ و ارزش‌های سنتی است. گردشگری اهمیت ویژه‌ای به حفاظت، بازسازی کاخ‌های قدیمی و پژوهش‌های اجتماعی و تاریخی می‌دهد و همچنین، اعضای جامعه را به طبیعت و تاریخ سرزمین‌های دیگر علاقه‌مند می‌کند.

پدفورد^{۱۳} (۱۹۹۶) در پژوهشی با اشاره به نقش تاریخ زندگی مردم در بازاریابی میراث محلی مناطق، اضافه می‌کند مفهوم گردشگری روستایی باید شامل زنده‌نگه‌داشتن حومه شهر همانند آداب و رسوم و فولکلور، سنت‌های خانوادگی و محلی، ارزش‌ها و اعتقاداتی که میراث مشترک را تشکیل می‌دهد، باشد. استتیک، سیم‌سویچ و استانیچ^{۱۴} (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان نقش توسعه پایدار در مدیریت مقاصد روستایی بیان می‌کند که طبیعت و محیط روستا و میراث تاریخی و فرهنگی آن شرط اصلی برای توسعه گردشگری روستایی است؛ زیرا این خصایص در سال‌های اخیر گردشگران زیادی را جذب زندگی روستایی کرده است.

هنگان^{۱۵} (۲۰۰۲) در پژوهشی با عنوان «ساختارها و فرآیندها در توسعه گردشگری روستایی» بیان می‌کند که

اهداف توسعه یک روستا باید مبتنی بر اهداف زیر باشد: تقویت فرهنگ و خصوصیت‌های جوامع میزبان، تقویت چشم‌اندازها و سکونت‌گاه‌ها، تقویت اقتصاد روستا، تقویت صنعت گردشگری که برای مدت‌زمان طولانی دوام داشته باشد، افزایش آگاهی‌ها و اطلاعات در رابطه با بازار گردشگری که در صورت عدم تداوم درازمدت آن، بر اثر گوناگونی فعالیت‌های اقتصادی در روستا، خطراتی را در پی دارد و ایجاد برنامه‌های گردشگری پایدار که براساس یک محدوده گسترده از تحلیل‌های منطقه‌ای و تاریخی استوار باشد. لین^{۱۶} (۱۹۹۴) در تحقیقی با عنوان «گردشگری روستایی چیست؟» بیان می‌کند گردشگری روستایی گونه‌های متفاوتی دارد که نشان‌دهنده الگوی پیچیده محیط زیست، اقتصاد، تاریخ و موقعیت روستا است.

براساس مطالعات ژانگ^{۱۷} (۲۰۱۲) که استراتژی‌های توسعه گردشگری را در روستاهای چین با استفاده از ماتریس SWOT مورد بررسی قرار داده‌اند، به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه گردشگری روستایی می‌تواند مزایایی را هم‌چون افزایش اقتصاد جمعی روستایی، زیباسازی جنبه ظاهری روستا، افزایش درآمد جامعه محلی، تغییر سبک زندگی، کاهش شکاف جامعه شهری-روستایی و ایجاد یک جامعه هماهنگ ایجاد کند.

بنابر مطالعات آسایش (۱۳۷۹) توجه به عقب‌ماندگی شرایط اجتماعی و اقتصادی در روستاهای کم‌جمعیت و پرجمعیت و همچنین، جلوگیری از تخریب مناظر زیبا و طبیعی روستا و حفظ زیبایی‌های آن از مهم‌ترین اهداف برنامه‌ریزی روستاها به شمار می‌آید.

۲. روش‌شناسی تحقیق**۲.۱. قلمرو جغرافیایی تحقیق**

واژه دراک به معنای محلّ جمع‌شدن برف و باران است و هم‌چنین، نام کوهی که از غرب شیراز آغاز شده با گذشتن از شمال غرب شیراز ادامه یافته است. روستاهای نمونه دهستان دراک دارای پوشش گیاهی و جانوری متنوعی هستند. هم‌چنین، با توجه به آب‌وهوای مطلوب، این مناطق هر هفته مقصد بسیاری از گردشگران شیرازی و غیربومی است. روستاهای نمونه مورد مطالعه پژوهش در دهستان دراک شیراز واقع شده‌اند. این روستاها دارای قابلیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی مناسبی به منظور توسعه گردشگری روستایی هستند؛ به طوری که هر هفته مقصد بسیاری از گردشگران شیرازی و غیربومی از دیگر نقاط استان است. روستاهای قلات و گویم،

انجیره و قصر قمشه که در مجاورت یکدیگر قرار گرفته‌اند، دارای بافت قدیمی منحصر به فرد و مناظر زیبای طبیعی هستند. همچنین، روستای آب زنگی که در دو کیلومتری شهر شیراز قرار دارد، به علت آب‌وهوای مطبوع و قنات قدیمی خود که به شهر شیراز امتداد دارد، تفرج‌گاه همیشگی مردم شهر شیراز بوده است. جامعه آماری این پژوهش گردشگران روستاهای دهستان دراک است. براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن که در سال ۹۰ انجام شده است، دهستان دراک شیراز دارای ۱۹ روستا است که در این پژوهش، گردشگران ۵ روستا به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند (مرکز ملی آمار، ۱۳۹۴). روستاهای قلات، آب زنگی، انجیره، گویم و قصر قمشه به دلیل داشتن پتانسیل‌های طبیعی و تاریخی در جذب گردشگر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. انتخاب نمونه گردشگران با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انجام شده است. بر این اساس، با استفاده از جدول مورگان ۳۸۵ نفر از گردشگران انتخاب و پرسش‌نامه در بین آن‌ها توزیع شد. از آنجایی که اطلاعات دقیقی از گردشگران منطقه در دسترس نبوده است، به طور تصادفی در هر کدام از روستاها تعداد ۷۷ پرسش‌نامه توزیع شد.

در این پژوهش، با توجه به اهمیت موضوع سنجش پایداری در مسیر توسعه روستاها سعی شده است مهم‌ترین ابعاد هر کدام از سطوح پایداری (اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) شناسایی شده و سطح تعادل هر کدام از این ابعاد بررسی شود. در این بین، مقصد نقش بسیار مهمی در رضایت گردشگران مناطق روستایی دارد و می‌تواند سرعت رسیدن به توسعه پایدار روستایی را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین، نگاهی که گردشگران به مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مناطق روستایی دارند، عاملی مهم در تغییر تعادل پایداری محسوب می‌شود. در این پژوهش، تأثیر سه عامل پایداری اقتصادی، اجتماعی و محیط زیست بر توسعه گردشگری با تعدیل‌گری تصویر مقصد مورد ارزیابی قرار گرفته است. در همین راستا، فرضی‌های پژوهش به صورت زیر تدوین شده‌اند:

- پایداری اقتصادی بر توسعه گردشگری روستایی تأثیر مثبت دارد.
- پایداری اجتماعی بر توسعه گردشگری روستایی تأثیر مثبت دارد.

- پایداری زیست محیطی بر توسعه گردشگری روستایی تأثیر مثبت دارد.
- تصویر مقصد تأثیر پایداری اقتصادی بر توسعه گردشگری روستایی را تعدیل می‌کند.
- تصویر مقصد تأثیر پایداری اجتماعی بر توسعه گردشگری روستایی را تعدیل می‌کند.
- تصویر مقصد تأثیر پایداری زیست محیطی بر توسعه گردشگری روستایی را تعدیل می‌کند.

این پژوهش از لحاظ هدف در حوزه پژوهش‌های کاربردی قرار گرفته است. از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها این پژوهش از نوع توصیفی-هم‌بستگی است و در نهایت مبتنی بر مدل معادلات ساختاری می‌باشد. این مدل شاخص‌ها روابط و کل مدل را به خوبی تبیین می‌کند. یکی از کاربردهای مهم این نوع مدل به کارگیری روابط چندگانه مربوط به هر یک از متغیرهای وابسته است. مدل‌سازی معادلات ساختاری مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون چندگانه را با تعیین مدل ساختاری مورد استفاده در نرم افزار LISREL و PLS به طور هم‌زمان پیش‌بینی می‌کند. هدف پژوهش ارائه راهکارهای کاربردی به منظور بهبود وضعیت گردشگری روستایی است.

۲.۲. روش تحقیق

۲.۲.۱. ابزار اندازه‌گیری

ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه است، این پرسش‌نامه شامل سه بخش است. بخش اول جهت توضیح موضوع و آشنایی پاسخ‌دهنده در نظر گرفته شده است. بخش دوم مشخصات عمومی پاسخ‌دهنده، شامل چهار قسمت، سن، تحصیلات فرد پاسخ‌دهنده و سابقه وی است. بخش سوم سؤالات اختصاصی پرسش‌نامه شامل ۲۵ سؤال است که مرتبط با معیارها و شاخص‌های سنجش متغیرها پژوهش و با استفاده از چند پرسش‌نامه استاندارد طراحی شده است. سؤالات متغیر پایداری اقتصادی شامل ۵ سؤال که از پرسش‌نامه و پایداری اجتماعی ۴ سؤال از پرسش‌نامه و متغیر پایداری زیست محیطی ۵ سؤال از پرسش‌نامه را شامل می‌شود. برای بررسی متغیر تصویر مقصد از پرسش‌نامه برلی و مارتین^{۱۷} (۲۰۰۴) استفاده نموده که با بومی‌سازی آن تعداد ۶ سؤال برای ارزیابی این متغیر مورد استفاده قرار گرفت. این پرسش‌ها از نوع بسته بوده و بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای تنظیم گردیده است.

۲.۲.۲. روایی و پایایی پرسش‌نامه

استخراج شده (یک شاخص مهم هم‌گرایی) و بیش‌تر از ۰/۷ برای پایایی مرکب استفاده می‌شوند (آذر، غلامزاده و قنواتی، ۱۳۹۱، ص. ۱۶۶-۱۶۲) که مقادیر محاسبه‌شده برای متغیرهای پژوهش در جدول (۲) به نمایش درآمده‌اند. مقادیر AVE و بار عاملی گویه‌ها در جدول (۲) که همگی در سطح بالاتر از ۰/۵ هستند، نشان‌دهنده این است که مدل اندازه‌گیری کلیه متغیرهای اصلی پژوهش از برازش نسبتاً مطلوبی برخوردار است و اعتبار هم‌گرایی شاخص‌ها به متغیرهای اصلی پژوهش در سطح نسبتاً بالایی است. در خصوص آمار توصیفی متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش، هم‌چنان که از جدول (۲) پیداست، میانگین متغیرهای پایداری اجتماعی مناطق بیش‌تر از حد متوسط و میزان پایداری اقتصادی و زیست‌محیطی کم‌تر از حد متوسط است.

در این پژوهش از دو روش اعتبار پرسش‌نامه (روش صوری و اعتبار سازه (عاملی) استفاده شده است. روایی محتوا و ظاهری (صوری) پرسش‌نامه با استفاده از نظر خبرگان (خاکی، ۱۳۷۸، ص. ۲۹۱-۲۸۸) و روایی سازه با استفاده از بخش اندازه‌گیری مدل تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. در تحلیل عاملی تأییدی، پژوهش‌گر به دنبال دریافت این مطلب است که آیا سؤال‌های پژوهش، قابلیت سنجش متغیر مورد نظر را دارا هستند. به منظور ارزیابی قابلیت اعتماد پرسش‌نامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است (سرمد، ۱۳۸۵، ص ۱۶۶). نتایج نشان می‌دهد که پرسش‌نامه از پایایی بالا برخوردار است؛ به طوری که پایایی کل پرسش‌نامه برابر ۰/۹۰۴ است. میزان پایایی متغیرها در جدول (۲) گزارش شده است. مدل‌های معادلات ساختاری معمولاً ترکیبی از مدل‌های اندازه‌گیری و مدل‌های ساختاری هستند که طبق نرم‌افزار لیززل، برازش سنجش پایایی مرکب و مقدار متوسط واریانس استخراج‌شده^{۱۹} محاسبه می‌شود. مقادیر بیش از ۰/۵ برای مقدار واریانس

جدول ۱- شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

متغیر	AVE	پایایی مرکب	آلفای کرونباخ	میانگین	انحراف معیار
پایداری اقتصادی	۰/۴۳۹	۰/۸۹۸	۰/۸۷۲	۲/۴۸	۰/۸۳۱
پایداری اجتماعی	۰/۷۵۲	۰/۹۲۳	۰/۸۹	۳/۱۱	۰/۹۸۷
پایداری زیست محیطی	۰/۴۵۲	۰/۹۰۵	۰/۸۷۳	۲/۸۶	۰/۸۳۷
توسعه گردشگری	۰/۴۶۴	۰/۹۰۷	۰/۸۷۲	۲/۲۳	۰/۷۹۲
تصویر مقصد	۰/۴۷۲	۰/۹۲۴	۰/۹۰۳	۲/۷۴	۰/۸۸۷

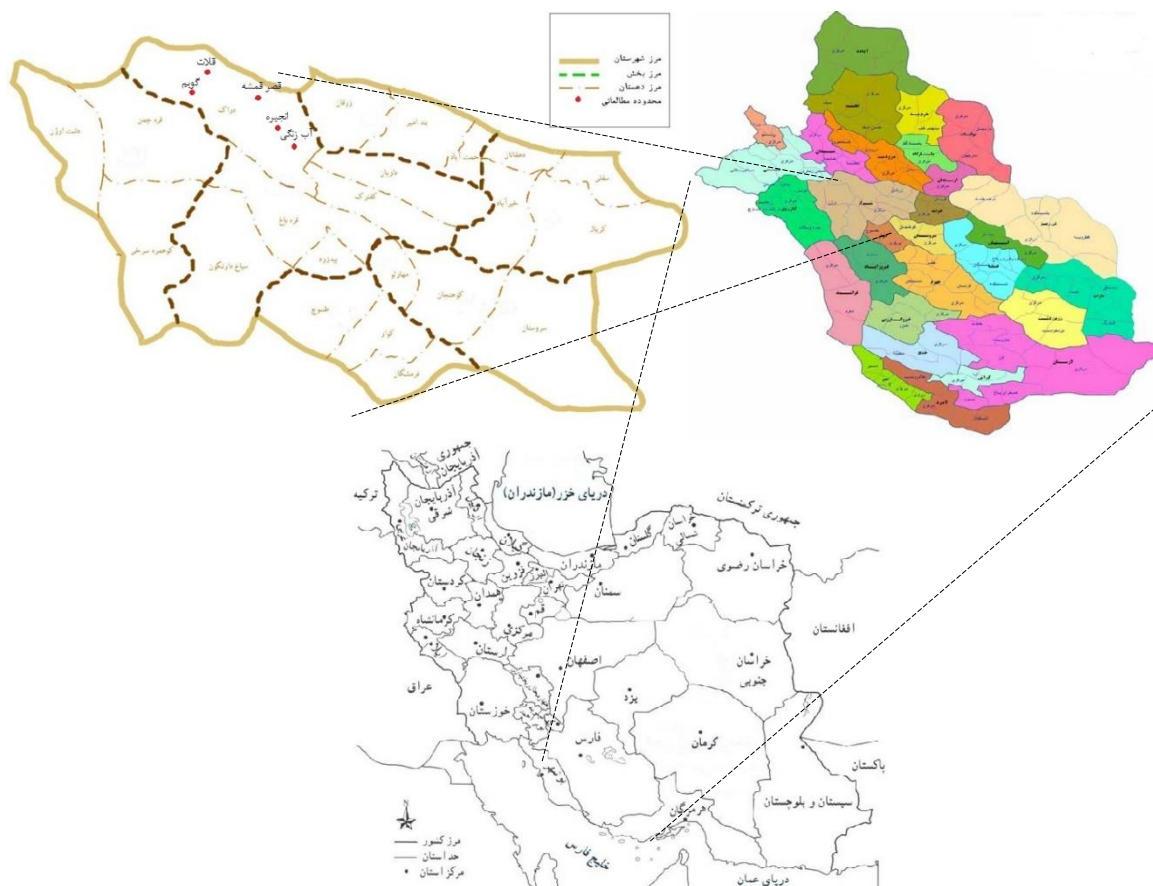
۳. مبانی نظری تحقیق

۳.۱. تصویر مقصد

گارتنر^{۲۲} (۱۹۸۹، ص. ۱۶). تصویر مقصد به عنوان محرکی در برانگیختن گردشگر عمل می‌کند (کرومپتون^{۲۳}، ۱۹۹۰)، هم‌چنین، به عنوان نمایش ذهنی افراد از دانش، احساسات و درک کلی یک مقصد خاص تعریف می‌شود. نویسندگان زیادی اثر تصویر مقصد در انتخاب مقصد را مورد مطالعه قرار داده‌اند (ملکی، بلوچی، فارسی‌زاده، ۱۳۹۴، ص. ۱۳). براساس پژوهش ریستیانو^{۲۴} (۲۰۰۵)، تصویر مقصد فرآیند مدیریتی در صنعت گردشگری شناخته می‌شود که در دو سطح اساسی نقش دارد؛ نقش تصویر مقصد بر نگرش مردم و سیستم ارزیابی آن‌ها و ابزاری برای سنجش رفتار ذی‌نفعانی که خواستار مشارکت در مقصد گردشگری هستند. گردشگری روستایی به عنوان شکلی مهم از مصرف در فضای روستایی، به ما اجازه می‌دهد که

اگرچه موضوع تصویر ذهنی در بعضی محصولات، خدمات و فعالیت‌های مرتبط با گردشگری دیده می‌شود؛ اما به عنوان یک موضوع اصلی و فراگیر به آن پرداخته نشده است (بل، ۲۰۰۶، ص. ۱۴۹). در گردشگری روستایی، برسی‌های کمی درباره نقش تصویر مقصد در توسعه مناطق صورت گرفته است (هال^{۲۰}، ۱۹۹۸). تصویر مقصد با فرآیند پیچیده تصمیم‌گیری گردشگر همراه است. به عنوان مجموعه‌ای از کالاها و خدمات، خرید یک محصول گردشگری همراه با ریسک و هزینه زیاد است. بر خلاف دیگر محصولات ملموس، در این‌جا گردشگران نمی‌توانند تا زمانی که به مقصد سفر نکرده باشند، از تصمیم خود مطمئن شوند (ایبای، مولار، کای^{۲۱}، ۱۹۹۹، ص. ۵۵؛

مفهوم تصویر روستایی را به منظور ارائه این تصویر به گردشگران بهتر درک کنیم (بل، ۲۰۰۶، ص. ۱۵۵).



شکل ۱- محدوده مورد مطالعه

مأخذ: استانداری استان فارس، ۱۳۹۵

۲.۳. پایداری

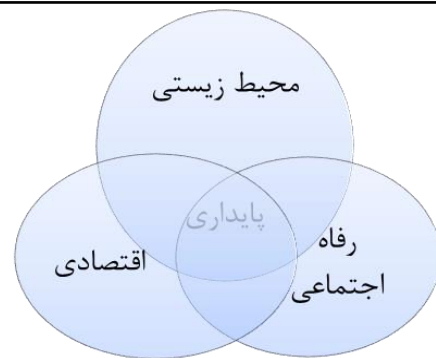
بنابر نظر لیبی و اونویل^{۳۴} (۲۰۰۴) پایداری فرآیندهای هم‌افزایی است که به وسیله آن ملاحظات زیست‌محیطی، اقتصادی و کیفیت زندگی به طور مؤثری در برنامه‌ریزی‌ها تأثیر گذاشته و نیازهای نسل حاضر را بدون به‌خطرانداختن نیازهای آیندگان تعریف می‌کند. این مفهوم در شکل (۱) نشان داده است.

پژوهش‌های پیشین تصویر مقصد مناطق روستایی را از چشم‌انداز هویتی مقصد مورد مطالعه قرار داده‌اند که می‌تواند به دو بخش موضوعی تقسیم شود: ۱- بازنمایی اجتماعی و فرهنگی مقصد (فراسست^{۲۵}، ۲۰۰۲، ص. ۲۵۰؛ کاتنهولز^{۲۶}، ۲۰۱۰، ص. ۳۱۴) و نام و نشان (برند) مقاصد روستایی (کایی^{۲۷}، ۲۰۰۲، ص. ۷۲۳؛ گریوز و اسکینر^{۲۸}، ۲۰۱۰، ص. ۵۰۶؛ لین، پیرسون، کایی^{۲۹}، ۲۰۱۱، ص. ۳۲؛ ویلر، فراسست، ویلر^{۳۰}، ۲۰۱۱، ص. ۲۵) - ۲- بررسی آن با توجه به رفتار گردشگر و بخش‌بندی بازار گردشگری روستایی (چن و کرستتر^{۳۱}، ۱۹۹۹، ص. ۲۶۵؛ لوریزو و گونزالس^{۳۲}، ۲۰۰۸، ص. ۱۳۵). در این بین، آژانس‌های گردشگری نقش مهمی در ارائه تصویر مثبت و جذاب مقاصد بر عهده دارند (کای لیبینگ^{۳۳}، ۲۰۰۲، ص. ۱۶۱).

اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی جامعه به وجود می‌آید. این چنین پایداری، افزایش بلندمدت ارزش منابع کلی جامعه به همراه نظارت دقیق بر آن‌ها به وجود می‌آورد که بر چهار جزء اصلی توسعه پایدار شامل رونق اقتصادی، رفاه اجتماعی، نظارت زیست‌محیطی و حاکمیت تأکید می‌کند (کوپر، ۲۰۰۸). از سوی دیگر، سایمان (۲۰۰۹) در کنار جنبه‌های بوم‌شناختی، اقتصادی و اجتماعی پایداری، بعد فرهنگی را نیز به اصول پایداری اضافه می‌کند.

به گفته بانک جهانی توسعه روستایی راهبردی است که برای بهبود زندگی اجتماعی و اقتصادی مردم فقیر روستایی طراحی شده است (مهندسان مشاور DHV، ۱۳۷۱، ص. ۲۰). در توسعه روستایی باید اشتغال، آموزش، تغذیه، مسکن و به طور کلی، سطح زندگی بهبود یابد. روند توسعه روستایی باید کاهش نابرابری در زمینه توزیع درآمدهای روستایی، کاهش عدم تعادل درآمدها بین مناطق شهری و روستایی، گسترش توانایی بخش روستایی و قدرت تثبیت جریان پیشرفت در طول زمان را در برداشته باشد (تودارو، ۱۳۶۶، ص. ۴۵). با نگاهی به تجربه سایر کشورها در رسیدن به سطح مناسب توسعه روستایی می‌توان چنین برداشت کرد که از اصول اساسی رسیدن به این هدف، توجه به نیازهای مردم جامعه بومی است. توسعه باید از نقطه‌ای شروع شود که سریع نیازهای اساسی جامعه را تأمین کند. سیاست توسعه باید منطبق بر شرایط جغرافیایی کشور و منطقه مورد مطالعه باشد و بدون تخریب منابع طبیعی باشد. همچنین، در توسعه روستایی باید افرادی که نفع می‌برند بیش از افرادی باشند که ضرر می‌کنند (مهندسان مشاور DHV، ۱۳۷۱، ص. ۲۰). در جدول (۲) سیر زمانی مفاهیم مربوط به توسعه روستایی، توسعه گردشگری و توسعه پایدار آورده شده است.

در مناطق روستایی ایران و در راه رسیدن به توسعه گردشگری روستایی، مشکلات زیادی هم‌چون پراکندگی بیش از حد روستاها، ضعف برنامه‌ریزی روستایی و نقش حاشیه‌ای آن‌ها باعث کندتر شدن مسیر توسعه شده است (آسایش، ۱۳۷۵، ص. ۷).



شکل ۲- مفهوم پایداری

مأخذ: لی و اونیل، ۲۰۰۴

مفهوم پایداری در نمودار بالا سه چرخه را نشان می‌دهد که هم‌دیگر را می‌پوشانند. سه مفهوم اساسی محیط زیست، اقتصادی و رفاه اجتماعی باید به تعادل برسند. بوور^{۳۵} (۲۰۰۲) بیان می‌کند که پایداری یک تعادل بین این سه بعد ایجاد می‌کند و می‌تواند دستیابی به اهداف از طریق تعادل بین این سه بعد را به پیشینه رساند. بنابر نظر کاتر و هانان^{۳۶} (۱۹۹۹) برخی از اصول مهم پایداری عبارت است از:

یک پارچگی: یک پارچگی مؤثر بین ملاحظات محیطی،

اجتماعی و اقتصادی در تصمیم‌گیری‌ها.

مشارکت اجتماعی: رویکرد مشارکت اجتماعی باعث

ایجاد حمایت و فعالیت بیشتر جامعه می‌شود تا بتوانند هم در مشکلات و هم در راه حل آن‌ها خود را شریک بدانند.

رفتار پیشگیرانه: رفتار پیشگیرانه نیاز به ملاحظات دقیق

و اثرات ناسازگار محیطی برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری، به منظور حفاظت از گونه‌های گیاهی و جانوری دارد.

رعایت عدالت بین نسل‌ها: اشاره به عدالت و دسترسی

برابر در استفاده کردن نسل حاضر و آینده. این مفهوم برابری به اهمیت نگهداری یک پارچگی محیطی و منابع زمین به منظور فراهم کردن اطمینان از کیفیت زندگی مردم در کوتاه‌مدت و بلندمدت اشاره می‌کند.

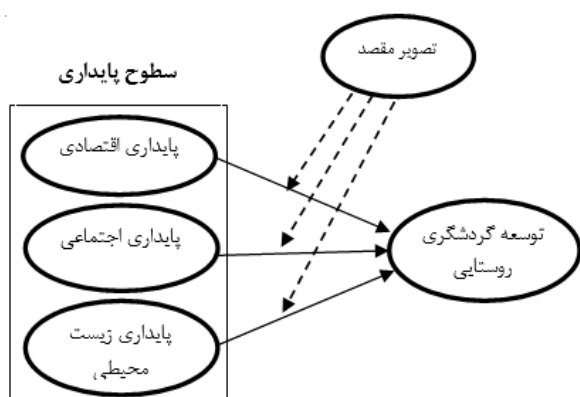
بهبود مداوم: همه تغییرات در یک لحظه اتفاق نمی‌افتد؛

بهبود مداوم، پیشرفت تکنولوژی و درک علمی درباره این که پایداری چیست و همچنین، افزایش آگاهی عمومی نسبت به موضوع پایداری بسیار مهم است.

جامعه، فرهنگ، اقتصاد و محیطی به عنوان متغیرهای مهم

به منظور سنجش پایداری گردشگری روستایی استفاده می‌شوند (سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۰۴). براساس مدل کوپر^{۳۷} توسعه پایدار با یک پارچگی و یکی شدن بین اهداف

زیست‌محیطی روستاها با توجه به نقش تصویر مقصد در چهارچوب مدل مفهومی پژوهش در شکل (۴) نشان داده شده است.



شکل ۴- مدل مفهومی پژوهش

مأخذ، پژوهش گران، ۱۳۹۴

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. بررسی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیه‌ها و مدل‌های مفهومی تحقیق، لازم است تا از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق اطمینان حاصل شود. از این رو، در ادامه مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق مورد بحث قرار می‌گیرد. این کار توسط تحلیل عاملی تأییدی^{۳۹} صورت گرفته است. نتایج تحلیل عاملی تأییدی کلیه متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد که مدل‌های اندازه‌گیری مناسب و کلیه اعداد و پارامترهای مدل معنادار هستند. با توجه به این که تمامی بارهای عاملی در تمامی ابعاد بزرگتر از ۰/۵ و میانگین واریانس‌های استخراجی (AVE) بیش‌تر از ۰/۵ است، روایی سازه از نوع روایی هم‌گرا وجود دارد. نتایج تحلیل عاملی انجام‌شده در جدول (۳) ارائه شده است. همان‌طوری که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود، ابعاد از نظر شاخص‌های تناسب در وضعیت مناسبی هستند.

نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان می‌دهد، تمامی سؤال‌ها روایی لازم برای سنجش متغیرهای پژوهش را دارند، معیار تأیید یا رد یک سؤال برای سنجش یک متغیر اعداد معناداری است. چنان‌چه عدد معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچک‌تر از ۱/۹۶- باشد، نشان می‌دهد، آن سؤال برای سنجش بعد مورد نظر مناسب است؛ اما اگر عدد معناداری در بازه بالا باشد، سؤال یاد شده برای سنجش بعد مورد نظر مناسب نیست. به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش از نرم‌افزار لیزرل (تحلیل مسیر) و نرم‌افزار PLS2 استفاده شده است.



شکل ۳- چهار جزء اصلی توسعه پایدار: رونق اقتصادی، رفاه اجتماعی، نظارت زیست‌محیطی و حاکمیت

مأخذ: کوپر، ۲۰۰۸

جدول ۲- سیر تحول نظریه‌های توسعه روستایی، توسعه گردشگری و توسعه پایدار

مأخذ: شن ۳۸، ۲۰۰۸، ص. ۵۱ به نقل از جمعه‌پور و احمدی، ۱۳۸۹، ص. ۳۹

ترتیب زمانی	توسعه	توسعه روستایی	توسعه گردشگری
۱۹۵۰-۱۹۶۰	مدرنیزاسیون	مدل جمعیت و تکنولوژی	دیدگاه طرفدارانه
۱۹۶۰-۱۹۷۰	نظریه وابستگی	اقتصاد سیاسی	دیدگاه محتاطانه
دهه ۱۹۸۰	توسعه جایگزین	توسعه کشاورزی	دیدگاه سازشکارانه
۱۹۹۰-امروز	توسعه پایدار	رویکرد معیشت پایدار (SLA)	دیدگاه دانش مدار

عدم توجه به بخش کشاورزی به عنوان موتور محرکه توسعه روستایی و ناتوانی این بخش در رقابت با سایر بخش‌های اقتصادی (صنعت و خدمات) در ایجاد اشتغال و درآمد و همچنین، پایین بودن دانش فنی روستاییان و کم‌سوادی آن‌ها، استفاده از ابزار و روش‌های نوین بهره‌برداری کشاورزی را مشکل ساخته است.

با توجه به موضوعات بیان‌شده درباره پایداری، ما در این پژوهش به منظور سنجش وضعیت پایداری روستاهای نمونه، سه بعد اصلی پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در راه ر سیدن به توسعه گردشگری روستایی در این منطقه مورد بررسی قرار می‌دهیم.

با توجه به مبانی نظری پژوهش، روابط بین توسعه گردشگری روستایی، سطوح پایداری اقتصادی، اجتماعی و

جدول ۳- ضرایب استاندارد و اعداد معناداری سؤالات تحقیق

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

متغیر	سؤال‌ها	ضریب استاندارد	عدد معنی‌داری
پایداری اقتصادی	سؤال ۱	۰/۷۴	۱۶/۱۱
	سؤال ۲	۰/۸۱	۱۸/۴۱
	سؤال ۳	۰/۷۵	۱۶/۴۱
	سؤال ۴	۰/۷۰	۱۴/۸۱
	سؤال ۵	۰/۷۰	۱۵/۰۵
پایداری زیست محیطی	سؤال ۶	۰/۷۴	۱۶/۱۶
	سؤال ۷	۰/۸۲	۱۸/۸۹
	سؤال ۸	۰/۷۸	۱۷/۴۳
	سؤال ۹	۰/۷۶	۱۶/۹
پایداری اجتماعی	سؤال ۱۰	۰/۷۱	۱۵/۱۸
	سؤال ۱۱	۰/۷۹	۱۸/۰۱
	سؤال ۱۲	۰/۸۹	۲۱/۵۳
	سؤال ۱۳	۰/۷۵	۱۶/۷۲
	سؤال ۱۴	۰/۸۴	۱۹/۵۵
توسعه گردشگری	سؤال ۱۵	۰/۷۷	۱۷/۰۹
	سؤال ۱۶	۰/۸۳	۱۹/۱۱
	سؤال ۱۷	۰/۸۰	۱۷/۹۲
	سؤال ۱۸	۰/۷۶	۱۶/۸۴
	سؤال ۱۹	۰/۶۴	۱۳/۲۰
تصویر مقصد	سؤال ۲۰	۰/۶۸	۱۴/۷۴
	سؤال ۲۱	۰/۷۶	۱۷/۰۷
	سؤال ۲۲	۰/۶۷	۱۴/۲۸
	سؤال ۲۳	۰/۸۴	۲۰
	سؤال ۲۴	۰/۸۳	۱۹/۶۴
	سؤال ۲۵	۰/۸۶	۲۰/۶۸

جدول ۴- ابعاد پایداری پژوهش

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

سطح پایداری اقتصادی (PAG)	اشتغال‌زایی، وضعیت زندگی، درآمدزایی، میزان مهاجرت فعالان اقتصادی، قیمت زمین‌های منطقه
سطح پایداری اجتماعی (PAE)	تبادلات فرهنگی مردم و گردشگران، گرایش به اعتیاد، امنیت عمومی منطقه، پیوندهای اجتماعی افراد
سطح پایداری زیست‌محیطی (PAZ)	میزان آلودگی‌های هوا، صوتی، بافت طبیعی منطقه، میزان ساخت و سازها، بافت سنتی روستای قلات

۲.۴. تحلیل هم‌بستگی متغیرهای پژوهش

همان‌طور که نتایج جدول (۴) نشان می‌دهد، میان تمامی متغیرهای تحقیق، ارتباط دوطرفه‌دوی مثبت و معناداری وجود

دارد. سطح معناداری تمامی متغیرهای تحقیق کم‌تر از ۰/۰۵ است. بنابراین، فرض صفر رد و فرض یک، یعنی وجود ارتباط معنادار تأیید می‌شود.

جدول ۵- ضریب هم‌بستگی پیرسون جهت بررسی ارتباط میان متغیرهای تحقیق

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

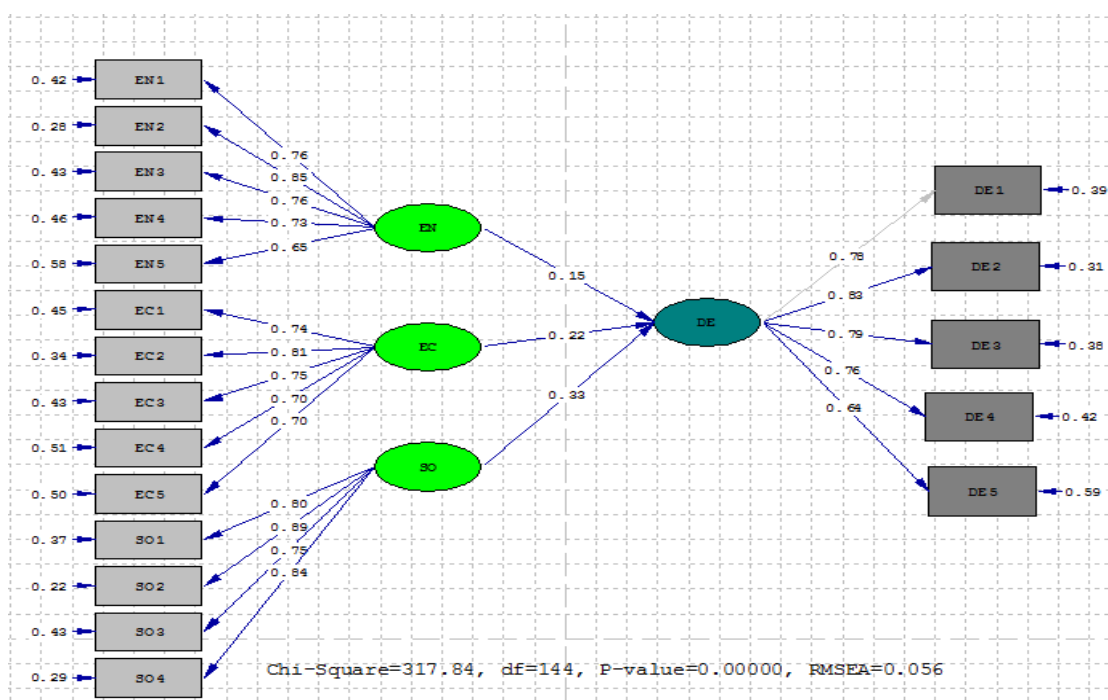
متغیر	ضریب	پایداری اقتصادی	پایداری اجتماعی	پایداری زیست	توسعه گردشگری	تصویر مقصد
پایداری اقتصادی	ضریب پیرسون	۱	-	-	-	-
	سطح معناداری					
پایداری اجتماعی	ضریب پیرسون	۰/۳۳۲	۱	-	-	-
	سطح معناداری	۰/۰۰۰				
پایداری زیست محیطی	ضریب پیرسون	۰/۵۶۶	۰/۲۲۸	۱	-	-
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰			
توسعه گردشگری	ضریب پیرسون	۰/۳۹۴	۰/۴۲۲	۰/۳۳۵	۱	-
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		
تصویر مقصد	ضریب پیرسون	۰/۱۸۶	۰/۲۳۱	۰/۱۶۶	۰/۳۹۲	۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	

** معنادار در سطح خطا ۰/۰۱ درصد

۳.۴. بررسی فرضیه‌های پژوهش مدل سازی معادلات ساختاری (مدل ساختاری پژوهش)

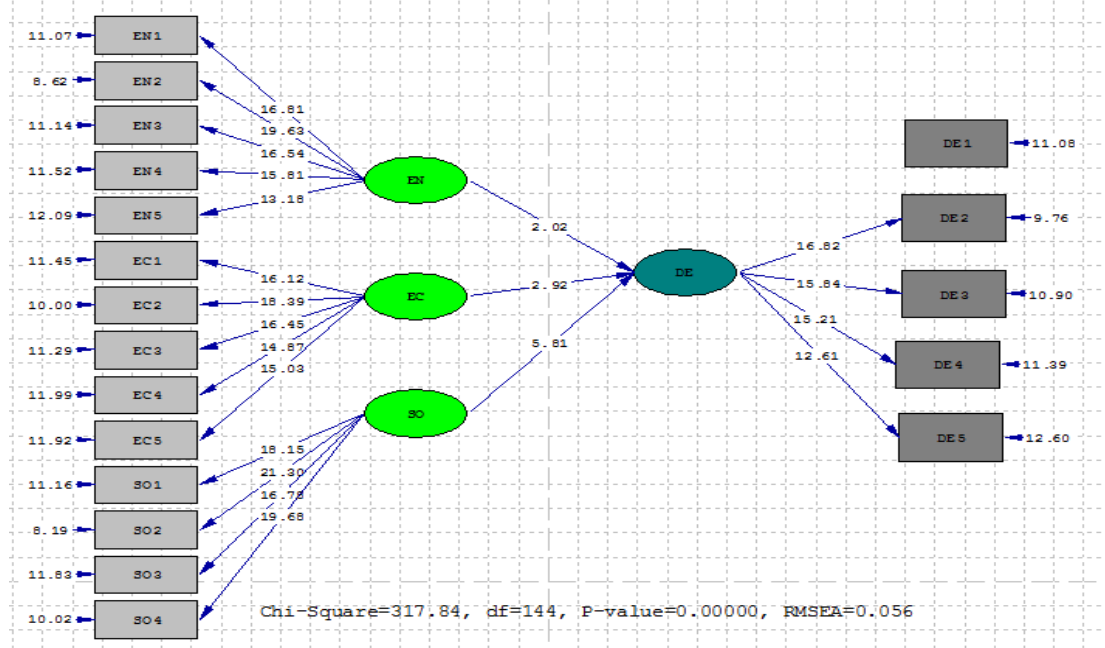
جهت بررسی فرضیه‌های اول تا سوم از مدل سازی معادلات ساختاری نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. در این فرضیه‌ها به بررسی سه متغیر پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی و

پایداری زیست محیطی بر توسعه گردشگری پرداخته شده است. در مدل ساختاری حاضر، متغیرهای پایداری اقتصادی (EC)، پایداری اجتماعی (SO) و پایداری زیست محیطی (EN) به عنوان مکنون برون‌زا و متغیر توسعه گردشگری روستایی (DE) مکنون درون‌زا در نظر گرفته شده‌اند.



شکل ۵- بررسی مدل در حالت تخمین استاندارد

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴



شکل ۶- بررسی مدل در حالت ضرایب معناداری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

است؛ برای مثال، برخی از آن‌ها به شدت به حجم نمونه حساس هستند. از این رو، در مورد تناسب مدل باید به تمامی شاخص‌ها نگریده شود و پایین بودن شاخص‌های برازش مدل در یک یا چند شاخص، به معنای عدم تناسب مدل نیست. از جدول (۷) این‌گونه می‌توان نتیجه گرفت که مدل مفهومی پژوهش حاضر، تناسب مناسبی با داده‌های جمع‌آوری شده دارد. شایان ذکر است جهت بهبود شاخص‌های برازش مدل، از اصلاحات پیشنهادی منطبق با ادبیات پژوهش استفاده شد.

به منظور بررسی برازش مدل مفهومی از هشت شاخص متداول به همراه مقدار قابل قبول هر شاخص پیشنهاد شده در تحقیقات گذشته استفاده شد (هایر، اندرسون، تانام و بلک، ۱۹۹۸). شاخص‌های برازش میزان شایستگی مدل مفهومی پژوهش را در سنجش جامعه پژوهش مورد نظر نشان می‌دهند یا به عبارت دیگر، حاکی از آن هستند که تا چه اندازه داده‌های جمع‌آوری شده از مدل پژوهش حمایت می‌کنند. نکته قابل ذکر آن است که پارامترهای تأثیرگذار بر این شاخص‌ها متفاوت

جدول ۶- شاخص‌های برازش مدل

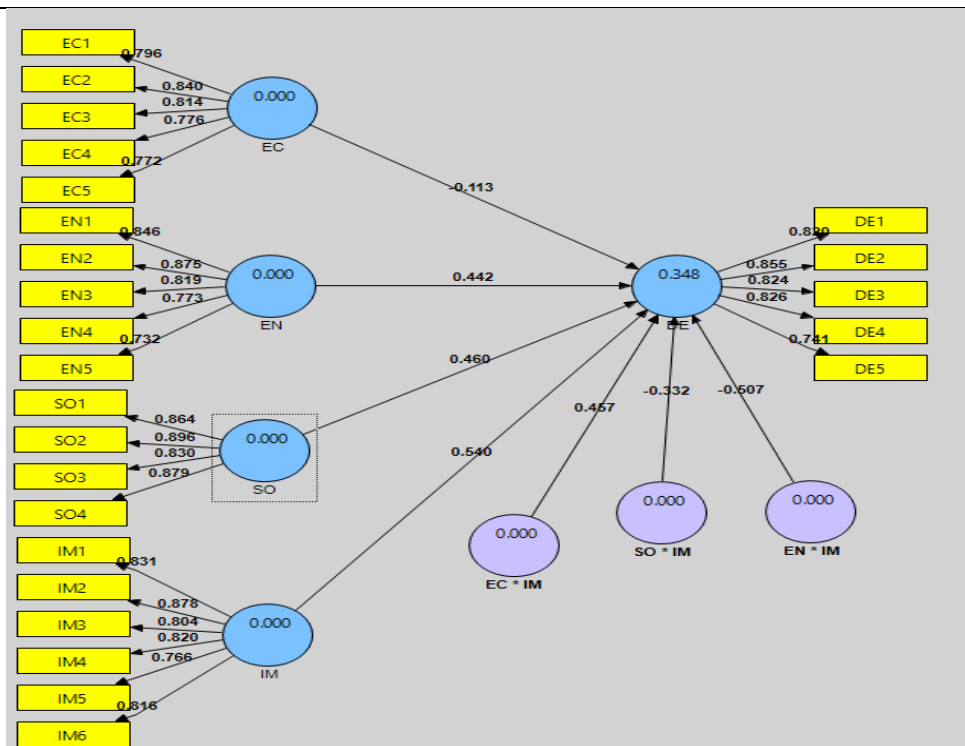
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

شاخص برازش	آماره مدل فرضیه اصلی	مقدار پیشنهاد شده
X^2/df	۲/۳۱	<5
RMSEA ^{۴۰}	۰/۰۵۶	<0.06 (Joreskog and Sorbom, 1996)
RMR ^{۴۱}	۰/۰۵۱	<0.08 (Bentler, 1990)
NFI ^{۴۲}	۰/۹۶	>0.90 (Fornel and Larcker, 1981)
NNFI ^{۴۳}	۰/۹۷	>0.90 (Bagozzi and Yi, 1988)
CFI ^{۴۴}	۰/۹۸	>0.90 (Joreskog and Sorbom, 1996)
GFI ^{۴۵}	۰/۹۲	>0.80 (Bagozzi and Yi, 1988)
AGFI ^{۴۶}	۰/۸۹	>0.80 (Etezadi-Amoli and Farhoomand, 1996)

۴.۴. بررسی اثرات تعدیل‌گری

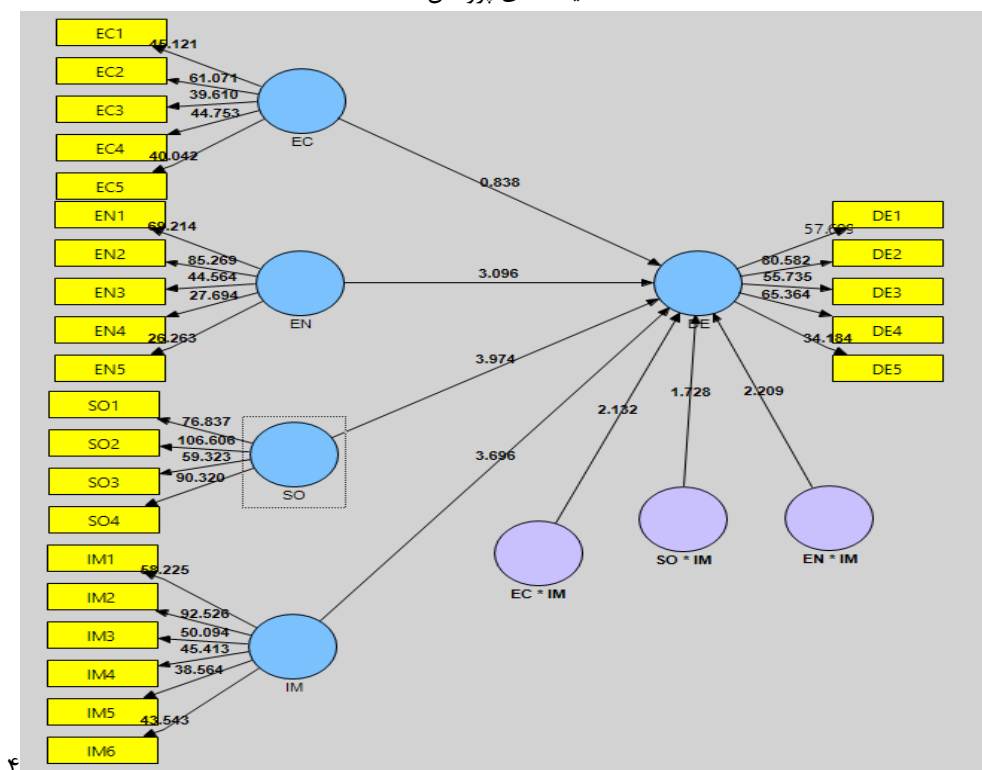
تصویر مقصد در تأثیرات پایداری بر توسعه گردشگری از نرم‌افزار PLS2 استفاده شد. برای بررسی اثرات تعدیلی تصویر مقصد از رویکرد حاصل‌ضربی استفاده شده است (آذر و هم‌کاران، ۱۳۹۰).

با توجه به این امر که قابلیت آزمون تعدیل‌گر در نرم‌افزار پی‌ال‌اس وجود دارد، به منظور آزمون اثر تعدیل‌گری تأثیر



شکل ۷- مدل تعدیل‌گر در حالت ضرایب مسیر ساختاری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴



شکل ۸- مدل تعدیل‌گر در حالت اعداد معناداری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

جدول ۷- میانگین اشتراک متغیرهای مکنون

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

متغیرهای مکنون	میانگین اشتراک
پایداری اقتصادی	۰/۶۳۹
پایداری اجتماعی	۰/۷۵۲
پایداری زیست محیطی	۰/۶۵۲
توسعه گردشگری	۰/۱۶۶
تصویر مقصد	۰/۶۷۲

(۲)

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

$$\text{Communality} = + ۰/۷۵۲ + ۰/۱۶۵۲ + ۰/۱۶۰ + ۰/۱۶۷۲)/۵$$

$$(۰/۳۹ = ۰/۱۶۵۷$$

$$R^2 = ۰/۳۸۴$$

$$GOF = ۰/۵۰۹$$

این مقدار بیش‌تر از آستانه ۰/۳۶ برای اندازه اثر بزرگ R^2 (کوهن^۵، ۱۹۸۸) است. می‌توان گفت که مدل مورد مطالعه، قدرت پیش‌بینی بهتری در مقایسه با سایر مقادیر آستانه (نیکویی برازش کوچک ۰/۱، نیکویی برازش متوسط، ۰/۲۵ و نیکویی برازش بزرگ ۰/۳۶) دارد. بنابراین، یافته‌ها اعتبار کلی مدل را تأیید می‌کند.

به دلیل انسجام و درک راحت‌تر، به طور خلاصه، در مورد فرضیه‌های نتایج در جدول (۹) آورده شده است. به طور کلی میزان معناداری براساس نقاط بحرانی ۱/۹۶ و ۱/۹۶- تعیین می‌شوند؛ به این ترتیب که چنانچه میزان ضریب معناداری بیش‌تر از ۱/۹۶ یا کوچک‌تر از ۱/۹۶- باشد، فرض صفر مورد پذیرش و وجود رابطه معنادار تأیید می‌شود. با توجه به ضرایب معناداری، فرضیه تأثیر تصویر مقصد به عنوان متغیر تعدیل‌گر بر پایداری اجتماعی در رسیدن به توسعه گردشگری روستایی، رد شده و بقیه فرضیه‌ها مورد تأیید قرار گرفتند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

امروزه مناطق روستایی به مقاصد جذاب و در عین حال، پرونق به منظور افزایش فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگران تبدیل شده است. توسعه گردشگری در این مناطق می‌تواند هم اثرات مثبت و هم اثرات منفی را به دنبال داشته باشد. در این پژوهش، مهم‌ترین سطوح پایداری که شامل سطح اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. با بررسی وضعیت هر کدام از این عوامل، می‌توان مسیر توسعه گردشگری را در روستاها مشخص کرد. در این بین، تصویر مقصدی که گردشگران پای به آنجا می‌گذارند، می‌تواند در روستاها هم پیامدهای مثبت و هم پیامدهای منفی بر جای گذارد.

تصویر مقصد بر سرعت رسیدن روستاها به پایداری عمومی و هم‌چنین، توسعه گردشگری روستایی تأثیر می‌گذارد. از این رو، در این پژوهش به بررسی تأثیر سه سطح پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بر توسعه گردشگری با تعدیل‌گری متغیر

به منظور مشخص کردن اثر تعدیلی از شاخص اندازه اثر استفاده شده است. اندازه اثر f^2 به صورت نسبتی از تغییرات R^2 به روی بخشی از واریانس متغیر مکنون درون‌زا است که به صورت تبیین‌نشده در مدل باقی می‌ماند. طبق نظر کوهن (۱۹۸۸) مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای f^2 به ترتیب، بیان‌گر اثر کوچک، متوسط و بزرگ است.

۴.۵. برازش مدل

برای اندازه‌گیری برازش مدل اندازه‌گیری از میانگین اشتراک^{۴۷} و برای برازندگی مدل ساختاری از GOF استفاده شده است. مقدار میانگین اشتراک نشان‌دهنده درصدی از تغییرات شاخص‌ها است که به وسیله سازه متناظر توجیه می‌شود. محققان سطح قابل قبول برای اشتراک آماری را بیش‌تر از ۰/۵ ذکر کرده‌اند (لی و وو^{۴۸}، ۲۰۰۸). همان‌طور که در جدول (۸) دیده می‌شود، اشتراک آماری که برازندگی مدل را نشان می‌دهد، بیش‌تر از ۰/۵ است.

(۱)

$$f^2 = (R^2_{Included} - R^2_{Excluded}) / (1 - R^2_{Included})$$

$$f^2 = (0/348 - 0/226) / (1 - 0/348) = 0/187$$

نتایج نشان می‌دهد که متغیر تعدیلی دارای اندازه اثر متوسط است.

در مدل‌سازی مسیری PLS معیاری برای سنجش تمام مدل وجود ندارد. با این وجود، یک معیار کلی برای نیکویی برازش (GOF) به وسیله تننهاوس^{۴۹} (۲۰۰۵) پیشنهاد شده است. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مد نظر قرار می‌دهد و به عنوان معیاری برای پیش‌بینی عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. این معیار به صورت میانگین هندسی R^2 و متوسط اشتراک محاسبه می‌شود:

در روستاهای نمونه دهستان دراک دارد. پس از آن، به ترتیب متغیرهای اقتصادی با میزان تأثیر ۰/۲۲ و زیست‌محیطی با میزان تأثیر ۰/۱۵ مثبت و معنادار بر توسعه گردشگری تأثیر داشتند. نتایج نشان‌دهنده تأثیر این عوامل بر روند توسعه گردشگری روستایی در این مناطق است.

تصویر مقصد پرداخته شد. فرض اول تا سوم به بررسی تأثیر ابعاد پایداری بر توسعه گردشگری در بین گردشگران روستایی پرداخته‌ند. نتایج آماری مؤید تأثیر این ابعاد بر توسعه گردشگری روستایی است. پایداری اجتماعی با میزان تأثیر ۰/۳۳ مثبت و معنادار، بیش‌ترین تأثیر را بر روند توسعه گردشگری

جدول ۸- وضعیت فرضیه‌های پژوهش

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

فرضیه	میزان تأثیر	عدد معناداری	وضعیت فرضیه
۱	۰/۲۲	۲/۹۲	تایید
۲	۰/۳۳	۵/۸۱	تایید
۳	۰/۱۵	۲/۰۲	تایید
۴	۰/۴۵۷	۲/۲۰۹	تایید
۵	-۰/۳۳۲	۱/۷۲	عدم تأیید
۶	-۰/۵۰۷	۲/۱۳۲	تایید

بار کایوسکین، بار کاوسکاس (۲۰۱۴)؛ هنگان (۲۰۰۲)؛ هم‌خوانی دارد. هم‌چنین، در بعد عدم وجود مدیریت زیست‌محیطی مناسب در روستاها با نتایج پژوهش آسایش (۱۳۷۸) هم‌خوانی دارد.

تصویری که گردشگران از مقصد مورد نظر خود در ذهن دارند هم می‌تواند باعث افزایش تمایل آن‌ها به بازگشت شود و هم باعث ایجاد ذهنیت منفی نسبت به مقصد شود.

نتایج نشان می‌دهد که تصویر مقصد در تأثیر متغیر پایداری اقتصادی بر توسعه گردشگری با ضریب ۰/۴۵۷ مثبت تعدیل‌گر است؛ به بیان دیگر، تصویر مقصد باعث بهبود فرآیند پایداری اقتصادی و افزایش تأثیر آن در ذهن گردشگران خواهد شد. تصویر مقصد می‌تواند باعث افزایش سطح پایداری اقتصادی به شکل افزایش درآمد مردم محلی، ایجاد اشتغال و در نهایت، بازدید مجدد گردشگران در بلندمدت- همان‌گونه که در نتایج ملکی و هم‌کاران (۱۳۹۴) مشاهده می‌شود- شود و به طور کلی، باعث بهبود وضعیت اقتصادی روستاهای نمونه شود. بنابراین، فرضیه (۴) پژوهش که مربوط به تعدیل‌گری تصویر مقصد در تأثیر پایداری اقتصادی بر توسعه گردشگری است، تأیید می‌شود. تعدیل‌گری تصویر مقصد در تأثیر پایداری اجتماعی بر توسعه گردشگری معنادار نبود. بنابراین، فرضیه (۵) مورد تأیید قرار نگرفت. می‌توان بیان کرد که تصویر مقصد تأثیری بر بهبود وضعیت اجتماعی مناطق مورد مطالعه ندارد و

عواملی هم‌چون تعاملات اجتماعی مثبت بین مردم روستاها و گردشگران باعث شده است که میزان تأثیر این متغیر بیش‌تر از سایر عوامل بوده و توسعه گردشگری روستایی را تسریع کند. توسعه گردشگری روستایی می‌تواند کیفیت زندگی در این ناحیه را با افزایش شمار جاذبه‌ها، فرصت‌ها و موقعیت‌های تفریحی بالا ببرد. تجربه برخورد با فرهنگ‌های مختلف، موجب افزایش آموخته‌ها، بینش جدید نسبت به دیگر فرهنگ‌ها و احترام به آن‌ها می‌شود. با یادگیری درباره دیگران، تفاوت‌های موجود کم‌خطرتر و جالب‌تر می‌شود. در این حالت، با افزایش پایداری اجتماعی، مردم خواهان سریع شدن سرعت توسعه گردشگری روستایی هستند. با رشد گردشگری روستایی در این مناطق توجه کم‌تری به ابعاد اقتصادی و زیست‌محیطی شده است. در واقع، توسعه گردشگری روستایی نتوانسته است موفقیت‌های اقتصادی و حفاظت از محیط زیست را به همراه داشته باشد. نتایج به دست آمده از میانگین هر کدام از متغیرها این گفته را توجیه می‌کند، چنان‌که بعد اقتصادی پایداری با میانگین ۲/۶۸ و بعد زیست‌محیطی پایداری با میانگین ۲/۸۶ کم‌تر از میزان مطلوب ارزیابی شده‌اند. در این بین، میانگین پایداری اجتماعی بالاتر از میزان مطلوب ارزیابی شده‌اند و وضعیت بهتری نسبت به دو متغیر دیگر دارد. نتایج حاصل از این پژوهش در بخش تأثیر ابعاد پایداری بر توسعه گردشگری با نتایج پژوهش‌های آسنیسکا،

مردم محلی روستاها نسبت به مزایای توسعه گردشگری روستایی پرداخته شود. هم‌چنین، عوامل مؤثر بر جذب گردشگران خارجی مورد بحث قرار گیرد. این پژوهش مانند دیگر پژوهش‌ها محدودیت‌هایی دارد؛ از جمله این محدودیت‌ها، دسترسی به گردشگران و مناسب نبودن برخی برازش‌های مدل است. برای مطالعات آینده پیشنهاد می‌شود به بررسی عوامل شخصی و جمعیت‌شناختی بر تمایلات افراد به بازدید و تأثیرات آن بر توسعه گردشگری توجه شود.

یادداشت‌ها

1. Nikolic, Stefanovich & Azemovich
2. Bell
3. Urry
4. Choi, Lehto & Morrison
5. Dwivedi
6. Gavers & Go
7. Stepchenkova & Morrison
8. Sayman
9. Zhou
10. Whang, Yong & Ko
11. Radak, Csoz, Iulianamerce & Matias
12. Snieska, Barkauskienė & Barkauskas
13. pedford
14. Štetić, Šimičević & Stanić
15. Heneghan
16. Lane
17. Zhang
18. Beerli & Martin
19. Average Variance Extracted
20. Hall
21. Eby, Molnar & Cai
22. Gartner
23. Crompton
24. Ristiano
25. Frost
26. Kastenzholz
27. Cai
28. Greaves & Skinner
29. Lin et al
30. Wheeler et al
31. Chen & Kerstetter
32. Lourerio & Gonzales
33. Cai Liping, wou
34. Lee and O'Neil
35. Burr
36. Cotter & Hannan
37. Copper
38. Shen
39. Confirmatory factor analysis
40. Hair, Anderson, Tatham & Black
41. Root Mean Square Error of Approximation
42. Root Mean Square Residual
43. Normed Fit Index
44. Non - Normed Fit Index

موضوعی نیست که بتوان با آن پایداری اجتماعی را افزایش داد.

فرضیه (۶) به بررسی تعدیل‌گری تصویر مقصد بین پایداری زیست‌محیطی و توسعه گردشگری روستایی پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که این فرضیه با تأثیر $0/507-$ معنادار است. در واقع، تصویر مقصد رابطه بین پایداری زیست‌محیطی و توسعه گردشگری روستایی را تعدیل می‌کند. با توجه به عدد به‌دست‌آمده، پایداری زیست‌محیطی با ورود نقش تصویر مقصد کاهش یافته است و سرعت رسیدن به توسعه گردشگری روستایی را کاهش می‌دهد. عدم توجه به پایداری زیست‌محیط منطقه تأثیر منفی و معکوس بر توسعه گردشگری خواهد داشت؛ به گونه‌ای که با افزایش این عامل، روند توسعه پایدار روستایی را کندتر می‌کند و باعث افزایش صدمات محیطی می‌شود. با استناد به مدل لی و انویل (۲۰۰۴) می‌توان به این نتیجه رسید که برای رسیدن به سطح مناسب پایداری، تعادل بین ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در رسیدن به توسعه گردشگری روستایی پایدار ضروری است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان نتیجه گرفت که در دهستان دراک تعادل پایداری وجود ندارد.

در مسیر توسعه گردشگری روستایی آنچه مهم است، توجه به عوامل تسریع‌کننده این نوع از توسعه است. با در نظر گرفتن سطح پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی می‌توان ضمن به‌حداقل رساندن صدمات زیست‌محیطی و افزایش درآمدهای اقتصادی و توزیع آن در بین مردم محلی هم رضایت مردم محلی و هم رضایت گردشگران را به دست آورد. در این بین، دهیاری‌های هر روستا به عنوان نمایندگان سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی عمل کند و ضمن ایجاد برخی محدودیت‌ها باعث کاهش صدمات زیست‌محیطی شود. ممنوعیت ورود و سایل نقلیه در روزهای تعطیل به بافت قدیمی روستای قلات و ایجاد فضای پارکینگ بیش‌تر در بیرون از محوطه روستا، جلوگیری از ساخت‌وسازهای مسکونی در مناطق بکر روستاهای گویم و انجیره، ایجاد و گسترش زیرساخت‌های بهداشتی در روستاهای نمونه و هم‌چنین، حمایت و تشکیل گروه‌های مردمی در پاک‌سازی محیط زیست روستاها می‌تواند از عوامل ایجاد تعادل در بین ابعاد پایداری باشد. در پژوهش‌های بعدی پیشنهاد می‌شود، ضمن بررسی نقش دهیاری‌ها در توسعه گردشگری روستاها به عوامل مؤثر بر مشارکت و افزایش آگاهی

- | | |
|---|------------------------------------|
| 49. Lei & Wu | 45. Comparative Fit Index |
| 50. Tenenhaus, Vinzi, Chatelinc & Lauro | 46. Goodness of Fit Index |
| 51. Cohen | 47. Adjusted Goodness of Fit Index |
| | 48. Commuality |

کتابنامه

- Asayesh, H. (1374/1995). *Rural planning principles and methods*. (1th Ed.). Tehran, Iran: Payam Nour University press. [In Persian]
- Azar, A., Gholamzadeh, R., & Ghanavati, M. (1391/2012). *Structural- Path modeling in management: Application software*. (1th Ed.). Tehran, Iran: Neghahe Danesh press. [In Persian]
- Beerli, A., & Martin, D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657–681.
- Bell, D. (2006). *Variations on the rural idyll*. (P. Cloke, T. Marsden, & P. Mooney, Eds.). Handbook of Rural Studies. London: Sage Publications: 149–160.
- Burr, S. (2002). *Sustainable development and use of our natural resources for recreation and tourism: The ideal and the reality*. In The Proceedings of the 2002 Idaho Governor's Conference on Recreation and Tourism Nampa Civic Center.
- Cai, L. A. (2002). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of tourism research*, 29(3), 720-742.
- Chaharbalesh, M. (1389/2010). The role of tourism in Iran rural development. Jamejam Newspaper, 20 February 2011, P. 10. In Persian]
- Chen, P. J., & Kerstetter, D. L. (1999). International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination. *Journal of Travel Research*, 37(3), 256–266.
- Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management*, 28(1), 118-129.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* Lawrence Earlbaum Associates. Hillsdale, NJ, 20-26.
- Consulting Engineers of DHV. (1371/1992). *Guidelines for rural centre planning*. (S. J. Mir, N. Oktaie, & M. Ganjian, Trans.). (1th Ed.). Tehran, Iran: Research & Rural Issues Center. [In Persian]
- Cotter, B., & Hannan, K. (1999). Our community our future: a guide to Local Agenda 21. *Canberra, Commonwealth of Australia*.
- Crompton, J. (1978). *A system model of the tourist's destination selection decision process with particular reference to the role of image and perception constraints*. Unpublished doctoral dissertation, Texas A&M University. Ann Arbor, MI: University Microfilm International.
- Dwivedi, M. (2009). Online destination image of India: A consumer based perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21 (2), 226–232.
- Eby, D. W., Molnar, L. J., & Cai, L. A. (1999). Content preferences for in-vehicle tourist information systems: an emerging travel information source. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 6(3), 41-58.
- Fleischer, A., & Pizam, A. (1997). Rural tourism in Israel. *Tourism management*, 18(6), 367-372.
- Frost, W. (2006). Braveheart-edNed Kelly: Historic films, herit age tourism and destination image. *Tourism Management*, 27(2), 247–254.
- Gartner, W. (1989). Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Techniques. *Journal of Travel Research*, 28(2), 16–20.
- Governor of Fars Province. (1395/2016). The last division political of Fars province. Retrieved 3 August 2016 from <http://portal.farsp.ir/menu.aspx?id=3579>. In Persian]
- Govers, R., & Go, F. M. (2004). Projected destination image online: Website content analysis of pictures and text. *Information Technology & Tourism*, 7(2), 73-89.
- Greaves, N., & Skinner, H. (2010). The importance of destination image analysis to UK rural tourism. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(4), 486-507.
- Hair, J. F. Anderson, R. E. Tatham, R. L., & Black, W C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, fifth ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

23. Hall, D. (1998). The Auchincruive Declaration. Retrieved 22 December 1999 from <http://www.sac.ac.uk/info/external>.
24. Heneghan, M. (2002). Structures and processes in rural tourism. *Signposts to rural change*, 72.
25. Iranian Statistics Center. (1390/2011). *Population and housing census Fars Province*. Tehran, Iran: SCI Publication. [In Persian]
26. Irshad, H. (2010). Rural tourism—an overview. *Rural Development Division, Government of Alberta, Canada*.
27. Jomeh Pour, M. (1389/2010). *Introduction to rural development planning: Perspectives and methods*. (2th Ed.). Tehran, Iran: SAMT press. [In Persian]
28. Kastenzholz, E. (2010). 'Cultural proximity' as a determinant of destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 313-322.
29. Khaki, Gh. (1378/1999). *research methods with an approach to thesis writing*. (1th Ed.). Tehran: Publication of Scientific Research Center. [In Persian]
30. Lane, B. (1994). What is rural tourism?. *Journal of sustainable tourism*, 2(1-2), 7-21.
31. Lee, A. A., & O'neil, L. J. (2004). *Framework for sustainability: a conceptual model of a complex system*. Vicksburg, Mississippi, USA. Ecological Resources Branch, Engineer Research and Development Center (ERDC). Retrieved 26 September 2004 from http://www.epa.gov/gmpo/lmrsbc/pdf/pres3_MRBA_framework.pdf.
32. Lei, P. W., & Wu, Q. (2007). Introduction to structural equation modeling: Issues and practical considerations. *Educational Measurement: issues and practice*, 26(3), 33-43.
33. Lin, Y. C., Pearson, T. E., & Cai, L. A. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 30-48.
34. Loureiro, S. M. C., & González, F. J. M. (2008). The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourist loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 117-136.
35. Mahmoudi, B., Haghsetan, A., & Maleki, R. (2011). Investigation of obstacles and strategies of rural tourism development using SWOT matrix. *Journal of Sustainable Development*, 4(2), 136-141.
36. Maleki Minbash Razghah, M., Balouchi, H., & Farsizadeh, H. (1384/2015). Study of destination image and satisfaction on visit intention of tourists. *Planning and Tourism Development Journal*, 4(12), 11- 33. [In Persian]
37. Nikolic, R, Stefanovich, V. Azemovich, N, (2012). Economic Valorization of Rural Tourism (Suva Planina – A Mountain in South –Eastern Serbia). *Economics Management Information Technology*, 1(2), 90.
38. Pedford, J. (1996). *Seeing is believing: the role of living history in marketing local heritage*. In T. Brewer (Ed.), *The marketing of tradition* (pp. 13-20). Enfield Lock: Hisarlink Press.
39. Radac, A.B., Csoz, I, Iulianamerce, I., Matias, C. C & Dobra, C. I. (2012). The benefits of rural tourism. In sustainable rural development. *International Scientific Symposium, Timisoara, Romania*, 14(4), 369-372.
40. Risitano, M. (2005), *Il sistema locale d'offerta turistica*, in CANTONE L. (2005), (Ed.), *Strategie di sviluppo integrato dei territori. Il sistema locale dei Campi Flegrei*, Il Mulino Editore, Bologna.
41. Sarmad, Z, & Bazargan. A. (1385/2006). *Research methods in the behavioral sciences*. (12th Ed.). Tehran, Iran: Agah press. [In Persian]
42. Schutte, I. C. (2009). *A strategic management plan for the sustainable development of geotourism in South Africa*. Doctoral dissertation, North-West University.
43. Snieška, V., Barkauskienė, K., & Barkauskas, V. (2014). The impact of economic factors on the development of rural tourism: Lithuanian case. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 280-285.
44. Stepchenkova, S., & Morrison, A. M. (2008). Russia's destination image among American pleasure travelers: Revisiting Echtner and Ritchie. *Tourism management*, 29(3), 548-560.
45. Štetić, S., Šimičević, D., Stanić, S. (2011), *The role of sustainable development in the management of rural tourism destinations*, VI Međunarodni naučni skup Žagubica 2011. Belgrade, SERBIA.
46. Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational statistics & data analysis*, 48(1), 159-205.

47. Urry, J. (1992). The tourist gaze “revisited”. *American Behavioral Scientist*, 36(2), 172-186.
48. Wheeler, F., Frost, W., & Weiler, B. (2011). Destination brand identity, values, and community: A case study from rural Victoria, Australia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(1), 13-26.
49. World Tourism Organization. (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook*. Spain: World Tourism Organization (WTO).
50. Zhang, X. (2012). Research on the development strategies of rural tourism in Suzhou based on SWOT analysis. *Energy Procedia*, 16, 1295-1299.

Assessment the Level Sustainability of Rural Destinations to Achieve Rural Tourism Development with Destination Image Modifier (Case Study: Derak Dehestan- Shiraz County)

Majid Nematollahi¹ – Mohammad Najjarzadeh^{*2}- Hossein Balochi³

1- MSc. in Tourism Management of Marketing Trends, Semnan University, Semnan, Iran.

2- Assistant Prof. Tourism Management, Semnan University, Semnan, Iran.

3- Ph.D. Candidate, in International Marketing Management, Semnan University, Semnan, Iran.

Received: 9 March 2016

Accepted: 28 May 2016

Extended abstract

1. INTRODUCTION

Rural tourism can be defined as the 'country experience' which encompasses a wide range of attractions and activities that take place in agricultural or non-urban areas. Its essential characteristics include wide-open spaces, low levels of tourism development, and opportunities for visitors to directly experience agricultural and/or natural environments. In the recent years, aside from its positive economic and social influences in the rural areas, tourism has been strongly accorded as a resource for the renewal and sustainable development of these areas. In fact, rural tourism is considered as a means of sustainable Development and natural resources protection. On the other hand, rural destination image is connected to common representations of rurality in tourism and rural imaginaries.

In Iran, 30 percent of the population live in rural areas. The villages of Drak Dehestan in Fars province is one of the most important region in Iran that has the potential for tourism sustainable development. In this way, the purpose of this paper is assessing the economic, social and environmental sustainability with regard to destination image role as a modifier factor in villages of Derak Dehestan in Shiraz city.

2. THEORETICAL FRAMEWORK

Nowadays, tourism is considered as the most comprehensive service industry of the world that has acquired a special place in economic, cultural, social, and political realms. Worldwide changes in the aftermath of the Second World War regarding the prevalence of urbanization, large cities, urban environmental pollutions, and the increase of leisure time resulted in the expansion of rural tourism. In the following decades, tourism was considered as a tool for rural development. Scientists have tried, by

means of different patterns, to promote the role of tourism in the rural development. Therefore, it is possible to organically combine the two streams of destination identity research in the examination of a rural destination's image structure. Moreover, to construct a destination identity that represents localized features and lifestyles and elicits a holistic image suitable for tourism promotion, it is necessary to understand the role of rurality in rural tourism.

3. METHODOLOGY

In this research, a descriptive-correlation method was used and in terms of purpose, it is an applied research. Data were analyzed with Structural Equation Modeling (LISREL) and Partial Least Squares method (PLS). According to Morgan table and stratified random sampling method, 385 tourists were selected. To collect data, questionnaire was used and its validity and reliability were examined by Cronbach's alpha, composite reliability and construct validity (confirmatory factor analysis). The levels of sustainability in the villages were done by selection of a number of important elements. Economic sustainability were measured by 5 items of the questionnaire including employment, living condition, earning money, migration of economic actors and land prices in the area. In order to investigate the social sustainability, a total of 4 items were applied; cultural exchange between people and tourists, tendency to addiction, public security and social links. Environmental sustainability indicator includes 5 items, i.e., air pollution, noise pollution, natural areas, the construction in pristine areas, traditional texture village of Qalat.

4. DISCUSSION

In this research, most important aspects of sustainability have considered. In these villages, there are a range of positive and negative impacts in

*. Corresponding Author: mnajjarzadeh@semnan.ac.ir

Tel: +98233 332 3088

terms of rural tourism development. Results show social sustainability has highest impact factor (0.33). After that economic sustainability (0.22) and environmental sustainability (0.15) have more impact factor in the way of rural tourism development in selected villages of Drake region. Economic and environmental sustainable levels are lower than mean and social level is higher than mean. Moreover, the destination image as a modifier variable has positive and significant effect on economic sustainability, but it has not effect on social sustainability in Derak Dehestan and there is not significant relation between them. The Destination image has adverse and significant relation on environmental sustainability.

5. CONCLUSION

The image destination can have important role for rural destination. There is a dynamic tension between tourists' imagination and tourism destinations. The tourists' consumption of and

interaction with rural are dependent on offering rural areas that match tourists' expectations. This research show that destination image can impacts rural sustainability. It can be said the more we have positive image towards rural destination, the more we have sustainability.

Given the findings, some suggestions are also presented, i.e., consider the role of local authority in the development of tourism as an effective factor to participate locals and raise awareness of the benefits of rural tourism development. Like other studies, this study has limitations. Including limited access to some tourists and inappropriateness of fitness model. It is suggested for future studies to examine the personal and demographic factors on people's willingness to visit and consider its impact on tourism development.

Key words: Destination image, rural tourism development, economic sustainability, social sustainability, environmental sustainability.

How to cite this article:

Nematolahi, M., Najjarzadeh, M. Balochi, H. (2017). Assessment the level sustainability of rural destinations to achieve rural tourism development with destination image modifier (Case study: Derak Dehestan- Shiraz County). *Journal of Research & Rural Planning*, 5(4), 155-174.
URL <http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.54460>

ISSN: 2322-2514

eISSN: 2383-2495