

فصلنامه روستا و توسعه، سال ۲۱، شماره ۱، بهار ۱۳۹۷، صفحات ۴۹-۶۹

عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی دانشجویان روستایی از زندگی در روستا

مسعود یزدان‌پناه، طاهره زبیدی، و مریم تاجری مقدم*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۴/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۵/۱۶

چکیده

هدف اصلی مطالعه حاضر شناخت بهتر متغیرها و عواملی است که بر ارزش و رضایت‌مندی دانشجویان روستایی از زندگی در روستا تأثیر می‌گذارد. جامعه آماری پژوهش دانشجویان روستایی مقطع کارشناسی دانشگاه رامین خوزستان ($N=420$) بودند که تعداد ۲۰۰ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی تصادفی ساده و بر اساس جدول کرجسی و مورگان گزینش شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته بود که روایی آن توسط پانلی از اعضای هیئت علمی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان تأیید شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ($0/90-0/96$) مورد تأیید قرار گرفت. نتایج رگرسیون نشان داد که متغیرهای هنجار اخلاقی، تصویر روستا، کیفیت درک‌شده، رضایت از زندگی به‌طور کلی، تعهد و هویت مکانی تأثیر مثبت بر ارزش درک‌شده دارند؛ و همچنین، دو متغیر هنجار اخلاقی و ارزش درک‌شده تأثیر مثبت و معنی‌دار بر رضایت از محل سکونت دارند و قادرند ۶۱ درصد از تغییرات رضایت از محل سکونت را تبیین کنند. از نتایج تحقیق حاضر می‌توان برای کمک به برنامه‌ریزان توسعه روستایی در راستای جلوگیری از کاهش جمعیت روستایی و مهاجرت به شهرها استفاده کرد.

کلیدواژه‌ها: دانشجویان روستایی، رضایت از محل سکونت، رضایت از جامعه، نیت ماندگاری.

* به ترتیب، نویسنده مسئول و استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان (masoudyazdan@gmail.com)؛ دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان؛ و دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه ترویج و توسعه روستایی، دانشگاه تبریز.

مقدمه

روستاییان، به عنوان فقیرترین اقشار جامعه، به دلیل شرایط سیاسی، اقتصادی-اجتماعی و همچنین، وجود نابرابری‌های فضایی حاکم بر عرصه‌های سکونتگاهی، با فقر و مشکلات متعدد زیست‌معیشتی روبه‌رو بوده‌اند. امروزه، رشد فزاینده ارتباطات، حمل و نقل و مناسبات روستایی-شهری باعث نزدیک شدن شکاف بین استانداردهای زندگی مردم شهری و روستایی شده است. اما با وجود این تحولات، باز هم تفاوت‌های ملموس و عینی در درآمد و محیط زیست آنها وجود دارد. روستاییان با مقایسه وضعیت زندگی خود با دیگر افراد جامعه (به‌ویژه گروه‌های شهرنشین) در تلاش به منظور تغییر این وضعیت ناخوشایند و همچنین، کسب رفاه بیشتر، به شهرها و دیگر مراکز جمعیتی مهاجرت می‌کنند (۱). بر پایه یک اصل اساسی در نظریه مهاجرت، در واقع، مهاجرت بدین دلیل اتفاق می‌افتد که منافع تغییر مکان مهم‌تر از هزینه‌های ناشی از آن تشخیص داده می‌شود (۲). یکی از شاخص‌های اجتماعی کیفیت زندگی میزان رضایت‌مندی از وضع زندگی خود و به‌ویژه برای روستاییان، میزان رضایت‌مندی از زندگی در روستاست (۳). کیفیت زندگی در قالب اصطلاحی کلی، مفهومی برای نشان دادن چگونگی برآورده شدن نیازهای انسانی و نیز معیاری برای ادراک رضایت یا نارضایتی افراد و گروه‌ها از ابعاد مختلف زندگی در سکونتگاه‌هاست (۴).

ونک و هاردستی (۵) بر این باورند که مهاجران روستایی از مناطقی با شرایط نامناسب به مناطقی با شرایط بهینه مهاجرت می‌کنند. از این منظر، ایجاد احساس نارضایتی در روستاییان منجر به مهاجرت می‌شود (۶). بنابراین، رضایت‌مندی از جامعه را می‌توان در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بررسی کرد. برای نمونه، رضایت‌مندی از جامعه و زندگی در جوامع روستایی برای جوان روستایی می‌تواند شامل مواردی مانند میزان دسترسی به برنامه‌ها و امکانات تفریحی، خدمات بهداشتی و پزشکی، ایجاد محیط امن برای به‌دست آوردن درآمد کافی و یا امکانات برای خرید باشد (۷). از این‌رو، رضایت از محل سکونت (۸) و رضایت از جامعه (۹) می‌تواند مؤلفه‌ای

کلیدی برای مهاجرت یا عدم مهاجرت روستاییان باشد. در واقع، رضایت از محل سکونت زمانی اتفاق می‌افتد که آرمان‌ها و نیازهای خانواده در تعادل با محل سکونت فعلی باشد (۲). رضایت از محل سکونت به درجه یا میزان مطابقت جامعه با نیازها و خواسته‌های فرد گفته می‌شود (۱۰). میزان این تطابق به ارزیابی فرد از عناصر فیزیکی، اجتماعی و شخصی که آن جامعه تأمین می‌کند، مانند محیط فیزیکی با کیفیت بالا، در دسترس بودن خدمات اجتماعی، کیفیت مسکن، شبکه‌های تعاملی، احساس تعلق و پذیرش، هنجارها و نظام‌های ارزشی بستگی دارد. رضایت از محل سکونت از این‌رو مهم است که نارضایتی از جامعه در افراد سلامت روانی و کیفیت زندگی آنها را کاهش می‌دهد و بر تصمیم آنها برای تغییر مکان از آن جامعه تأثیر می‌گذارد (۱۱). همچنین، رضایت از جامعه اغلب به عنوان شاخص کیفیت زندگی در یک جامعه محلی در نظر گرفته می‌شود. بنا به تعریف برنارد (۱۲)، رضایت از جامعه عبارت است از ارزیابی کلی از شرایط زندگی در یک جامعه توسط ساکنان آن؛ این تعریف به ویژگی‌های مختلف جامعه از جمله عوامل اجتماعی، مانند کیفیت روابط بین‌فردی، کیفیت خدمات محلی، محیط زیست طبیعی و ظاهر زیبا اشاره دارد. بر پایه نتایج تحقیقات گذشته، نارضایتی از جامعه ممکن است بر میل به نقل مکان به جامعه‌ای دیگر تأثیر بگذارد. اغلب، برای افرادی که از جامعه فعلی خود ناراضی‌اند، سطح رضایت از جامعه و ویژگی‌های آن بر تصمیم افراد برای جست‌وجوی مکان دیگری برای سکونت و رفتن به جامعه‌ای دیگر تأثیر می‌گذارد (۹). در واقع، مردم اغلب در صورت رضایت از محل سکونت فعلی خود، دوست دارند در آنجا بمانند (۱۳). همچنین، تحقیقات در کشورهای توسعه‌یافته روشن ساخت که رابطه قابل توجهی بین رضایت و نیت مهاجرت در آینده وجود دارد؛ کسانی که از زندگی فعلی خود راضی نبودند، بیشتر احتمال داشت که میل و آرزوی جابه‌جا شدن را داشته باشند و در آینده نزدیک، واقعاً دست به مهاجرت می‌زدند. افزون بر این، کاهش جمعیت مناطق روستایی اغلب به مهاجرت جوانان و به‌ویژه افراد دارای تحصیلات و آرمان‌های شغلی بالا نسبت داده شده است (۱۴)، به‌گونه‌ای که گفته

می‌شود، بالاترین میزان تحرکات در میان افراد ۱۶ تا ۲۹ سال اتفاق می‌افتد و احتمال ترک خانه در این گروه سنی، همزمان با افزایش سن، بیشتر می‌شود (۱۵). بنابراین، با توجه به رابطه آشکار بین «رضایت از جامعه» و تصمیم‌گیری در مورد محل سکونت، مهم است که بدانیم چه عواملی بر رضایت از جامعه تأثیر می‌گذارند. این مهم به‌ویژه در بسیاری از مناطق روستایی که در آنجا، به‌خاطر جمعیت رو به کاهش و یا دارای رشد راکن نگرانی زیادی وجود دارد، صدق می‌کند (۹). به علاوه، روستاییان در مقایسه با شهری‌ها شرایط زندگی سخت‌تری دارند، که روی ارزیابی ذهنی آنها درباره رضایت تأثیرگذار است (۱). همچنین، با توجه به هجوم روستاییان به شهرستان‌ها و مناطق حومه شهرها، میزان فقر و مهاجرت جوامع روستایی بالاتر از حد متوسط است، که خود منجر به کاهش سطح رضایت از جامعه می‌شود. از این‌رو، پیش‌بینی‌کننده‌های رضایت از جامعه را می‌توان در جوامع روستایی برای افزایش رضایت ساکنان به‌کار بست (۱۳). همچنین، به‌نظر می‌رسد عواملی وجود دارند که می‌توانند باعث ترغیب افراد برای کار و زندگی در محیط‌های روستایی شوند که دولت می‌تواند با حفظ نیروهای روستایی ساکن و ارتقای سطح بهره‌وری و کارایی آنها و افزایش امکانات موجود و در نتیجه، رضایت از زندگی روستایی، موجب ترغیب افراد به زندگی در روستاها و مانع از مهاجرت آنها به شهرها شود (۱۶ و ۱۷). از این‌رو، رضایت از جامعه به‌ویژه برای جوامع روستایی اهمیت دارد، چرا که عملکرد اقتصادی جامعه غالباً توسط عملکرد اقامتی آن ارزش‌گذاری می‌شود. در نتیجه، اولویت‌های توسعه و رضایت افراد به‌طور عمده مربوط به جذابیت‌های مسکونی و در نتیجه، رضایت از جامعه است (۱۸).

در اغلب کشورها، پژوهش‌های گوناگون در زمینه رضایت از جامعه روستایی و محل سکونت انجام شده است؛ برای نمونه، فیلکینز و همکاران (۹) در مطالعه‌ای با عنوان «پیش‌بینی رضایت اجتماعی در بین ساکنان روستایی نبرسکا در ایالات متحده» نشان دادند که رضایت‌مندی از جامعه اغلب با رضایت از زندگی، زیرساخت‌های جامعه، فرصت‌های شغلی و شبکه‌های اجتماعی ارتباط دارد. همچنین، مدل یکپارچه

این مطالعه نشان داد که روابط اجتماعی نقش بیشتری در پیش‌بینی رضایت‌مندی از جامعه روستایی دارد. در مطالعه وگت و همکاران (۱۹)، با عنوان «روابط بین رضایت‌مندی از جامعه و قصد مهاجرت روستاییان نبراسکا»، یک مقایسه جمعیتی بین کسانی که برنامه‌ریزی کردند تا در اجتماع خود بمانند و کسانی که برنامه‌ریزی کردند تا جامعه خود را ترک کنند، انجام و یک مدل چندمتغیره تدوین شد. نتایج نشان داد که رضایت‌مندی از وضعیت سکونت، ویژگی‌های اجتماعی جامعه، عوامل اقتصادی و زیست‌محیطی، درآمد خانوار و سابقه سکونت تأثیر می‌پذیرد. بر پایه نتایج تحقیقات اسمیت (۱۱)، عوامل اجتماعی و فیزیکی شامل احساس تعلق، دلبستگی اجتماعی، مشارکت اجتماعی، حداقل ترس از جرم، طرح‌ریزی و طراحی جامعه و تراکم مسکن منجر به بالا بودن رضایت از محل سکونت می‌شود. برنارد (۱۸)، در مطالعه‌ای با عنوان «رضایت از جامعه در جوامع روستایی چک»، عوامل مؤثر بر رضایت را ارزش، کنترل، رضایت از زندگی و خوش‌بینی درک‌شده توسط روستاییان بیان کرد. آستین‌فشان و همکاران (۲۰)، در بررسی تأثیر میزان تعلق خاطر و رضایت از زندگی روستایی بر میزان مشارکت جوانان شهرستان کرمانشاه در فعالیت‌های کشاورزی نشان دادند که میزان تعلق خاطر جوانان به روستای خود و میزان رضایت‌مندی آنها از زندگی روستایی در حد متوسط است؛ همچنین، این دو متغیر ۴۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته مشارکت در امور کشاورزی را تبیین می‌کنند.

با توجه به آنچه گفته شد، هدف مطالعه حاضر بررسی عوامل مؤثر بر ارزش و رضایت‌مندی دانشجویان روستایی از زندگی در روستاست.

چارچوب مفهومی

در بررسی‌های پیشین، به‌طور کلی، محققان سه زمینه مهم از رضایت‌مندی از جامعه را مورد توجه قرار دادند: ۱- رضایت‌مندی در قالب یک جنبه از وابستگی به جامعه (۲۱) و (۲۲)، ۲- رضایت‌مندی در قالب پیش‌بینی‌کننده مهاجرت (۲۳ و ۲۴)، و ۳- رضایت‌مندی در قالب شاخص کیفیت زندگی و کیفیت محیط اجتماعی و طبیعی خود (۱۲، ۲۳، ۲۴،

۲۵ و ۲۶): در پژوهش حاضر، رضایت‌مندی به علت تأثیری که بر پیش‌بینی مهاجرت و عدم مهاجرت دارد، مورد توجه قرار گرفته است. کیفیت خدمات محلی در میان اولین عوامل زمینه‌ای رضایت از جامعه بررسی شده است؛ و می‌توان گفت که به‌طور قطع، در همه نوشته‌های مربوط به رضایت‌مندی، از کیفیت خدمات به‌مثابه عاملی مهم و مؤثر بر رضایت‌مندی یاد شده است (۲۷، ۲۸ و ۲۹). «کیفیت» کلیتی از ویژگی‌ها و ارزش‌های موجود در محصولات است که می‌تواند نیازها و خواسته‌های مشتری را برآورده سازد (۳۰). زیتامل (۳۱) کیفیت درک‌شده خدمات را ارزیابی فرد از برتری‌ها یا امتیازات کلی خدمات تعریف می‌کند. کیفیت خدمات، همچنین، پدیده‌ای چندبعدی است و نه تک‌بعدی (۳۲).

تحقیقات مختلف نشان می‌دهند که تصویر محل به‌طور مستقیم بر رضایت افراد تأثیر می‌گذارد. بنا به تعریف، تصویر محل عبارت است از ادراک کلی فرد از یک مکان خاص؛ و نیز تصویر محل از عوامل تعیین‌کننده مهم برای انتخاب مکان و پیش‌بینی‌کننده نیت رفتاری است. همچنین، بر پایه نتایج تحقیقات، تصویر بر ارزش درک‌شده افراد تأثیر می‌گذارد و ارزش درک‌شده تعیین‌کننده رضایت است (۳۳). بر این اساس، در مطالعه حاضر، فرض شده که تصویر افراد از جامعه خود روی ارزش درک‌شده آنها از روستا تأثیرگذار است. افزون بر این، بنا به تعریف بگرام و خان (۳۰)، ارزش درک‌شده عبارت است از تفاوت در مناسب بودن یک خدمت و هزینه‌ای که فرد برای رسیدن بدان متحمل می‌شود. از این‌رو، ارزش درک‌شده تا اندازه‌ای به جنبه‌های مادی و هزینه‌های صرف‌شده و به عبارتی، اقتصادی (سود و هزینه) اشاره دارد. به دیگر سخن، ارزش دریافتی بیشتر جنبه‌های مادی، تلاش، وقت و هزینه صرف‌شده و مواردی از این دست را دربرمی‌گیرد (۳۴). اگر ارزش درک‌شده افزایش یابد، رضایت‌مندی نیز افزایش خواهد یافت (۳۵). اگرچه مطالعه‌ای درباره رابطه بین ارزش درک‌شده از روستا و رضایت از جامعه روستایی انجام نشده است، مطالعاتی نزدیک بدین حوزه وجود دارد؛ برای نمونه، مطالعات باجس (۲۸)، فیلیپس و همکاران (۳۳)، و کیم و پارک (۳۶) به بررسی رابطه بین ارزش درک‌شده، رضایت و وفاداری به مکان می‌پردازند.

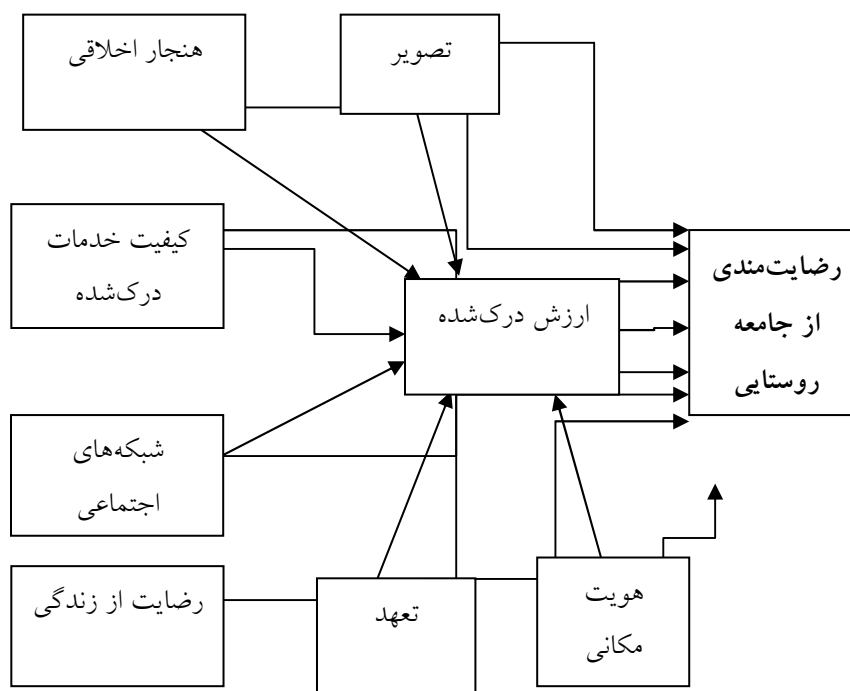
یکی دیگر از پیش‌بینی‌کننده‌های رضایت از جامعه دل‌بستگی اجتماعی است. دل‌بستگی اجتماعی به «تعهد فرد به محل سکونتش اشاره دارد» (۳۷ و ۳۸). یک جامعه روستایی ممکن است از نظر منافع مالی دارای نقطه ضعف باشد، اما ممکن است بر اساس دیگر عوامل مؤثر بر رضایت، قادر به حفظ ساکنان خود باشد. یکی از این عوامل ممکن است شبکه‌های دوستی باشد که فرد با همسایه‌های خود دارد. کسانی که مدت بیشتری در یک منطقه خاص زندگی کنند، زمان بیشتری برای ایجاد شبکه‌های اجتماعی و بشردوستانه و نیز شبکه‌های کاری دارند. این نوع از روابط و ارتباطات با جامعه به احتمال زیاد باعث افزایش رضایت از جامعه خواهد شد، و می‌تواند مانند یک کاتالیزور برای کاهش رضایت در غیاب آنها عمل کند. روابطی که کودکان، با رفتن به مدرسه و درگیری در فعالیت‌های فوق برنامه، در جامعه خود تشکیل می‌دهند، می‌تواند از مهاجرت جلوگیری کند و منجر به افزایش رضایت شود. همچنین، اگر اعضای خانواده ساکنان یک منطقه در همانجا زندگی کنند و یا به‌ویژه اگر اعضای خانواده آنها در سنی باشند که نیاز به کمک داشته باشند، کمتر احتمال مهاجرت آنها وجود دارد و میزان رضایت آنها بیشتر است (۱۳). کرو (۳۷) نیز معتقد است که ساختار شبکه‌های اجتماعی یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های رضایت از جامعه است، چرا که افراد دارای روابط رسمی و غیررسمی بیشتر با جامعه نسبت به کسانی که روابط اجتماعی کمتری دارند، دل‌بستگی اجتماعی بیشتری دارند. همچنین، به‌طور کلی، رضایت از زندگی یک ارزشیابی شناختی از زندگی فرد است (۳۸)، که به عنوان یک فرایند شناختی - داوری در نظر گرفته و بدین صورت تعریف شده است: «ارزیابی جهانی از کیفیت زندگی افراد با توجه به معیارهای انتخاب‌شده توسط آنها» (۳۹). رضایت از زندگی تک‌بعدی نیست؛ برای نمونه، هنگام ارزیابی رضایت از زندگی، باید درک کلی افراد از زندگی در نظر گرفته شود (۴۰). مفهوم «هویت فردی» برگرفته از «نظریه هویت استرایکر» و عبارت است از مجموعه نقش‌های ساختاریافته اجتماعی، که نشان می‌دهد شخص تا چه حد خود را مسئول تحقق معیارهایی می‌بیند که برای ادای یک نقش اجتماعی خاص لازم است (۴۱). به‌طور کلی، هویت فردی عبارت است از برجستگی که مردم

برای تعریف خودشان از آن استفاده می‌کنند (۴۲). به علاوه، در زندگی همه ما مکان‌هایی وجود دارند که خود را بدون آنها نمی‌توانیم تصور کنیم؛ هر کدام از آنها بخشی از «من» یا «خود» ما را می‌سازند. در واقع، مفهوم روان‌شناختی هویت مکانی معرف جنبه‌هایی از هویت شخصی فرد است که به واسطه تجربه مکان‌ها حاصل می‌شود. مفهوم هویت مکانی اولین بار توسط پروشانسکی در سال ۱۹۸۳ و ۱۹۸۷ مطرح شد (۴۳). دانشمندان بسیاری اشاره دارند که هویت یک ساختار شناختی است که منجر به فرایندهای هویت اجتماعی و خود طبقه‌بندی جهانی می‌شود. هویت مکانی به‌مثابه جنبه‌ای از «حس خود» بدین سؤال که من چه هستم، از طریق پاسخ بدین سؤال که من کجا هستم، جواب می‌دهد. هویت مکانی از تعیین محل خود در بافت‌های محیطی در طول برنامه‌های روزمره و همچنین، در طول شرایط استثنایی به‌دست می‌آید (۴۴).

مطالعه‌ای در مورد تأثیر هویت مکانی بر ارزش درک‌شده در میان روستاییان وجود ندارد، اما الدر و همکاران (۴۵) به توصیف تأثیر هویت مکانی جوانان روستایی بر ترجیحات آنها در مورد ماندن در جامعه‌ای که در آن ریشه دارند، پرداخته‌اند. هویت مکانی ساکنان روستاها نیز ارزش درک‌شده آنها از زندگی در روستا و همچنین، رضایت افراد را از زندگی در روستاها افزایش می‌دهد.

هنجارهای اخلاقی عبارت‌اند از ارزش‌ها یا قوانین اخلاقی درونی که با پاداش یا تنبیه مورد نظر فرد برای خود برانگیخته می‌شوند (۴۶). به دیگر سخن، هنجارهای اخلاقی به باورهای فرد در مورد اینکه چه چیزی برای انجام دادن درست یا غلط است، اشاره می‌کنند (۴۷).

فرضیه‌های پژوهش را می‌توان بدین گونه بیان کرد که «رضایت از زندگی، هویت مکانی، هنجار اخلاقی، تصویری که فرد از روستا دارد، کیفیت خدمات درک‌شده، شبکه‌های اجتماعی و تعهد بر ارزش درک‌شده و رضایت از زندگی در جامعه روستایی تأثیر می‌گذارند»؛ و همچنین، «ارزش درک‌شده می‌تواند بر رضایت‌مندی از جامعه روستایی تأثیرگذار باشد». با توجه به فرضیه‌های یادشده، چارچوب مفهومی تحقیق به‌صورت شکل ۱ خواهد بود.



شکل ۱- چارچوب مفهومی سنجش رضایت‌مندی از زندگی در روستا

روش تحقیق

پژوهش حاضر، از نظر ماهیت داده‌ها، از نوع پژوهش‌های کمی و از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پیمایشی است که در پی یافتن عوامل مؤثر بر ارزش‌ها و رضایت دانشجویان روستایی از زندگی در روستاست. جامعه آماری پژوهش را دانشجویان روستایی مقطع کارشناسی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان به تعداد ۴۲۰ نفر تشکیل می‌دادند که بر اساس جدول کرجسی و مورگان، نمونه‌ای دویست نفری از بین آنها انتخاب شد. روش نمونه‌گیری به صورت طبقه‌بندی تصادفی ساده و ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته شامل ده بخش بود: بخش اول به سنجش ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای دانشجویان روستایی و بخش‌های دوم تا دهم به سنجش متغیرهای هویت مکانی، تصویر روستا، هنجار

اخلاقی، رضایت‌مندی از جامعه روستایی، ارزش درک‌شده، رضایت از زندگی، کیفیت خدمات، تعهد (دلبستگی یا تعلق) و شبکه‌های اجتماعی اختصاص داشت. بخش دوم تا دهم پرسشنامه بر اساس طیف پنج‌قسمتی لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد (در دامنه یک تا پنج) سنجیده شد. روایی پرسشنامه بر اساس نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان و پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از طرح پیش‌آزمون به حجم سی نفر در خارج از جامعه مورد بررسی (دانشگاه چمران اهواز) با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ اندازه‌گیری و تأیید شد، که نتایج آن در جدول ۱ گزارش شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS (v20) صورت گرفت. برای تحلیل داده‌ها از توزیع فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار در بخش توصیفی و از همبستگی و تحلیل رگرسیون در بخش استنباطی استفاده شد.

جدول ۱- ضریب آلفا کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ	متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
هویت مکانی	۵	۰/۶۶	رضایت از زندگی	۷	۰/۸۵
تصویر روستا	۴	۰/۷۴	کیفیت خدمات	۴	۰/۹۰
هنجار اخلاقی	۵	۰/۶۳	تعهد (دلبستگی)	۵	۰/۸۵
ارزش درک شده	۴	۰/۷۳	شبکه‌های اجتماعی	۳	۰/۸۷
رضایت‌مندی از جامعه روستایی	۶	۰/۶۲			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج و بحث

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

از نظر جنسیت پاسخ‌گویان، ۸۹ نفر (۴۴/۵ درصد) مرد و ۱۱۱ نفر (۵۵/۵ درصد) زن بودند. میانگین سن پاسخ‌گویان ۲۴ سال با انحراف معیار ۳/۲۰ بود، که کمترین سن آنها هجده و بیشترین ۳۱ سال بود. همچنین، بر اساس آمار به‌دست آمده، میانگین تعداد

اعضای خانواده تقریباً هفت نفر با انحراف معیار $2/55$ بود، که کمترین آن دو نفر و بیشترین آن چهارده نفر بود. از نظر درآمد خانواده، ۵۷ نفر ($28/5$ درصد) کمتر از پانصد هزار تومان در ماه، ۸۶ نفر ($43/5$ درصد) بین پانصد هزار تا یک میلیون تومان در ماه، و ۵۷ نفر ($28/5$ درصد) بالاتر از یک میلیون تومان در ماه درآمد داشتند. از نظر داشتن زمین یا باغ، ۱۴۶ نفر (هفتاد درصد) دارای زمین یا باغ بودند و ۴۹ نفر ($24/5$ درصد) زمین یا باغ نداشتند. از نظر مهاجرت، اعضای خانواده ۱۲۱ نفر ($60/5$ درصد) مهاجرت کرده و اعضای خانواده ۷۹ نفر ($39/5$ درصد) مهاجرت نکرده بودند. از لحاظ دارایی‌های خانواده‌های پاسخ‌گویان، میانگین زمین آبی پاسخ‌گویان $5/49$ هکتار با انحراف معیار $9/55$ بود، که بیشترین آن پنجاه هکتار بوده است. میانگین زمین دیم آنها $7/65$ هکتار با انحراف معیار $62/29$ و همچنین، میانگین میزان باغ پاسخ‌گویان $1/47$ هکتار با انحراف معیار $12/39$ بود، که بیشترین آن ۱۵۰ هکتار بوده است. همچنین، از نظر تعداد دام، میانگین تعداد دام پاسخ‌گویان $10/9$ رأس با انحراف معیار $31/5$ بود، که بیشترین تعداد دویست رأس بوده است. در نهایت، بر اساس آمار به‌دست آمده، میانگین فاصله روستاییان تا شهر $25/09$ کیلومتر با انحراف معیار $20/39$ بود، که کمترین آن یک کیلومتر و بیشترین آن ۱۵۰ کیلومتر بوده است.

همبستگی متغیرهای تحقیق در چارچوب مفهومی

به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق در چارچوب مفهومی سنجش رضایت‌مندی، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. همان‌گونه که جدول ۲ نشان می‌دهد، متغیر ارزش درک‌شده روستاییان دارای رابطه مثبت و معنی‌دار با متغیرهای هویت مکانی ($0/47$)، هنجار اخلاقی ($0/53$)، رضایت‌مندی از جامعه روستایی ($0/67$)، رضایت از زندگی ($0/48$)، کیفیت خدمات ($0/25$)، تعهد ($0/42$) و شبکه‌های اجتماعی ($0/24$) است. آزمون همبستگی، همچنین، نشان داد که متغیر رضایت‌مندی از جامعه روستایی رابطه مثبت و معنی‌دار با متغیرهای هویت مکانی ($0/53$)، تصویر روستا ($0/23$)، هنجار اخلاقی ($0/68$)، ارزش درک‌شده ($0/67$)، رضایت از زندگی ($0/39$)، تعهد ($0/45$) و شبکه‌های اجتماعی ($0/24$) دارد.

جدول ۲- ماتریس همبستگی متغیرها در سنجش رضایت مندی

شبهه‌های اجتماعی	تعهد (دلبستگی)	کیفیت خدمات	رضایت از زندگی	ارزش درک‌شده	رضایت مندی از جامعه روستایی	هنجار اخلاقی روستایی	تصویر روستا	هویت	تجهیزات
								۱	هویت مکانی
							۱	۰/۳۷**	تصویر روستا
						۱	۰/۳۳**	۰/۶۵**	هنجار اخلاقی
					۱	۰/۶۸**	۰/۲۳**	۰/۵۳**	رضایت مندی از جامعه روستایی
				۱	۰/۶۷**	۰/۵۳**	۰/۰۷	۰/۴۷**	ارزش درک‌شده
			۱	۰/۴۸**	۰/۳۹**	۰/۳۶**	۰/۲۲**	۰/۲۵**	رضایت از زندگی
		۱	۰/۲۶**	۰/۲۵**	۰/۱۰	۰/۰۱	۰/۰۰۲	۰/۰۲	کیفیت خدمات
	۱	۰/۲۳**	۰/۲۴**	۰/۴۲**	۰/۴۵**	۰/۴۵**	۰/۲۱**	۰/۳۷**	تعهد (دلبستگی)
۱	۰/۵۲**	۰/۲۵**	۰/۲۸**	۰/۲۲**	۰/۲۲**	۰/۲۹**	۰/۰۸	۰/۲۳**	شبهه‌های اجتماعی

** معنی داری در سطح ۹۹ درصد

مأخذ: یافته‌های پژوهش

رگرسیون عوامل مؤثر بر ارزش درک‌شده روستاییان

به منظور تعیین اثر عوامل مؤثر بر ارزش درک‌شده روستاییان، از تحلیل رگرسیون به روش اینتر استفاده شد. بدین ترتیب، هویت، تصویر روستا، هنجار اخلاقی، رضایت از زندگی، کیفیت خدمات، تعهد و شبکه‌های اجتماعی در قالب متغیرهای مستقل و ارزش درک‌شده در قالب متغیر وابسته وارد معادله رگرسیون شدند. نتیجه رگرسیون نشان داد که متغیرهای هویت، تصویر روستا، هنجار اخلاقی، رضایت از زندگی، کیفیت خدمات و تعهد قادرند پنجاه درصد از تغییرات متغیر ارزش درک‌شده را پیش‌بینی کنند؛ به دیگر سخن، این متغیرها با پیش‌بینی ارزش درک‌شده رابطه دارند و با تغییر در آنها می‌توان ارزش درک‌شده روستاییان را تغییر داد. همچنین، با توجه به جدول ۴، متغیر رضایت از

زندگی روستایی ($\beta=0/30$) در مقایسه با متغیرهای هویت مکانی ($\beta=0/25$)، تصویر روستا ($\beta=-0/21$)، هنجار اخلاقی ($\beta=0/29$)، کیفیت خدمات ($\beta=0/14$) و تعهد ($\beta=0/19$) قدرت بیشتری در پیش‌بینی متغیر ارزش درک‌شده دارد، بدین معنی که یک واحد تغییر در هر کدام از این متغیرها می‌تواند به ترتیب، $0/30$ ، $0/25$ ، $-0/21$ ، $0/29$ ، $0/19$ و $0/14$ در میزان ارزش درک‌شده روستاییان تغییر ایجاد کند.

جدول ۳- خلاصه رگرسیون متغیرهای مؤثر بر ارزش درک‌شده روستاییان از زندگی در روستا

متغیر	ضریب غیراستاندارد (B)	خطای معیار	ضریب استاندارد (β)	سطح معنی‌داری
هویت مکانی	0/206	0/057	0/257	0/0001
تصویر روستا	-0/166	0/048	-0/217	0/001
هنجار اخلاقی	0/25	0/065	0/296	0/0001
رضایت از زندگی	0/17	0/038	0/305	0/0001
کیفیت	0/031	0/018	0/144	0/020
تعهد	0/15	0/056	0/196	0/009
شبکه‌های اجتماعی	-0/12	0/07	-0/11	0/101
Sig. = 0/0001		F = 22/333		Constants = 0/613
Multiple R = 0/71		R ² = 0/50		R ² Adjust = 0/48

مأخذ: یافته‌های پژوهش

رگرسیون عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی از جامعه روستایی

برای تعیین اثر متغیرهای هویت مکانی، تصویر روستا، هنجار اخلاقی، ارزش درک‌شده، رضایت از زندگی، تعهد، کیفیت و شبکه‌های اجتماعی بر رضایت‌مندی از جامعه روستایی، از تحلیل رگرسیون ایتر استفاده شد. همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، متغیرهای هنجار اخلاقی و ارزش درک‌شده اثر معنی‌دار داشتند. این دو متغیر در مجموع ۶۱ درصد از تغییر در متغیر رضایت‌مندی از جامعه روستایی را در سطح معنی‌داری $1/0001$ پیش‌بینی می‌کنند. از طرفی، متغیر هنجار اخلاقی ($\beta=0/38$) در مقایسه با متغیر ارزش درک‌شده ($\beta=0/37$) قدرت اثر بیشتری بر پیش‌بینی رضایت‌مندی از جامعه روستایی دارند. به دیگر سخن، یک واحد تغییر در هر کدام از این متغیرها به ترتیب می‌تواند $0/38$ و $0/37$ در میزان رضایت‌مندی از جامعه روستایی تغییر ایجاد کند.

جدول ۴- خلاصه رگرسیون عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی روستاییان از جامعه روستایی

متغیر	ضریب غیراستاندارد (B)	خطای معیار	ضریب استاندارد (β)	سطح معنی‌داری
هویت مکانی	۰/۰۹۳	۰/۰۶۶	۰/۰۹۲	۰/۱۶۴
تصویر روستا	-۰/۰۱۵	۰/۰۵۶	-۰/۰۱۶	۰/۷۸۳
هنجار اخلاقی	۰/۴۱۱	۰/۰۷۶	۰/۳۸۴	۰/۰۰۰۱
ارزش درک‌شده	۰/۴۷۶	۰/۰۹	۰/۳۷۸	۰/۰۰۰۱
رضایت از زندگی	۰/۰۲۶	۰/۰۴۵	۰/۰۳۵	۰/۵۶۸
کیفیت	-۰/۰۰۹	۰/۰۲	-۰/۰۲۴	۰/۶۶۸
تعهد	۰/۰۹۶	۰/۰۶۴	۰/۰۹۹	۰/۱۳۷
شبکه‌های اجتماعی	-۰/۰۶۴	۰/۰۸۵	-۰/۰۴۶	۰/۴۵۲
Constants = ۴/۰۰۲		F = ۳۰/۶۸۱		Sig. = ۰/۰۰۰۱
R ² Adjust = ۰/۵۹۶		R ² = ۰/۶۱۶		Multiple = ۰/۷۸۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

جوامع روستایی، به دلیل مهاجرت به شهرها و مناطق حاشیه‌ای، از میزان بالای فقر رنج می‌برند. یکی از مؤلفه‌های کلیدی برای مهاجرت یا عدم مهاجرت روستاییان رضایت از جامعه و محل سکونت آنهاست. پیش‌بینی‌کننده‌های رضایت از جامعه می‌تواند در جوامع روستایی، برای افزایش رضایت ساکنان مورد استفاده قرار گیرد. بدین منظور، مطالعه حاضر با هدف تعیین عوامل مؤثر بر رضایت دانشجویان روستایی از جامعه و زندگی روستایی انجام شده است.

نتایج مطالعه حاضر نشان داد که متغیرهای رضایت از زندگی قوی‌ترین متغیر پیش‌بینی‌کننده ارزش درک‌شده است. به دیگر سخن، افرادی که از زندگی خود شامل شرایط زندگی، وضعیت تحصیلی، دوستان و شرایط خانواده خود راضی بودند، ارزشمندی زندگی روستایی را بالاتر می‌دانستند.

همچنین، متغیرهای هویت مکانی و اخلاقی از عواملی بودند که تأثیر مثبت بر ارزش درک‌شده داشتند. به دیگر سخن، افرادی که خود را روستایی و روستای محل زندگی خود را بیانگر هویت خود می‌دانستند، و یا افرادی که از ماندن در روستا

احساس بهتر و آرامش درونی بیشتری داشتند و ماندن در کنار خانواده خود و درون روستای خود را کار بهتر و درست‌تری می‌دانستند، ارزش درک‌شده بالاتری داشتند. تصویر روستا از عواملی بود که تأثیر منفی بر ارزش درک‌شده داشت؛ به دیگر سخن، پاسخ‌گوییانی که معتقد بودند در جامعه نسبت به روستاییان دید مناسب وجود ندارد و وجهه ظاهری زندگی در روستا پایین است، ارزش درک‌شده بالایی داشتند. تعهد یا دلبستگی تأثیر مثبت و معنی‌دار بر ارزش درک‌شده داشت. به عبارتی، افرادی که احساس می‌کردند به‌نوعی به روستای خود وابسته‌اند و بدان احساس تعلق می‌کردند و یا حاضر بودند برای رشد روستای خود، وقت و هزینه صرف کنند، ارزش درک‌شده بالاتری داشتند.

کیفیت خدمات درک‌شده یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های ارزش درک‌شده بود. به عبارت دیگر، افرادی که از کیفیت امکانات و خدمات مختلف روستایشان مانند امکانات خدمات تلفن و اینترنت، فضاهای رفاهی و تفریحی، امکانات ورزشی، خدمات آموزشی، کیفیت آب، گاز و برق روستا و امکانات آموزشی، پزشکی و بهداشتی، حمل و نقل و مانند اینها در روستای خود رضایت بیشتری داشتند، ارزش درک‌شده در روستا را نسبت به هزینه‌های پرداختی بالاتر می‌دانستند. این نتیجه با نتایج تحقیقات هی و سانگ (۲۷)، کو و همکاران (۴۸)، تام (۴۹)، گیل و همکاران (۵۰) و برادلی و اسپارکس (۵۱) مطابقت دارد. همچنین، نتایج تحقیق نشان داد که هنجار اخلاقی و ارزش درک‌شده دو متغیر قدرتمند برای پیش‌بینی رضایت از جامعه روستایی هستند. در این زمینه، نتایج تحقیقات تام (۴۹) و گالارزا و سورا (۵۲) نشان داد که ارزش درک‌شده به شکل مستقیم بر رضایت افراد تأثیر می‌گذارد. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود که با کاهش هزینه‌های زندگی در روستا و بهبود کیفیتی امکانات، بر ارزش زندگی در روستاها افزوده شود؛ همچنین، برای افزایش هنجار اخلاقی در افراد، که یک احساس درونی است، بر بعد اخلاقی و مزایای ماندن در روستا تأکید صورت گیرد.

همچنین، نتایج تحقیق نشان داد که کیفیت خدمات درک‌شده تأثیر معنی‌دار و مستقیم بر رضایت از جامعه و محل سکونت ندارد. این نتیجه با نتایج تحقیقات باجس

(۲۸)، کو و همکاران (۴۸)، و تام (۴۹) مطابقت دارد و با نتایج مطالعات هی و سانگ (۲۷) و لوریرو و گونزالز (۲۹) مغایر است؛ با این حال، بر پایه نتایج به دست آمده، تأثیر غیرمستقیم آن از طریق متغیر تعدیل‌گر ارزش درک شده بر رضایت افراد مشاهده شده است. همچنین، تصویر روستا تأثیری بر رضایت نداشته که با نتیجه تحقیق لوریرو و گونزالز (۲۹) مغایر است.

منابع

1. Choi, B.M. and Lee, J.Y. (2008). Comparison of life satisfaction between urban and rural residents. *Korean Social Science Journal*, 35(2): 31-54.
2. Barcus, H. (2004). Urban-rural migration in the USA: an analysis of residential satisfaction. *Regional Studies*, 38(6): 643-657.
3. Argyle, M. (1996). *The social psychology of leisure*. London: Penguin.
4. Rokneddin Eftekhari, A., Fattahi, A. and Hajipoor, M. (2011). Spatial distribution assessment of quality of life (QOL) in rural areas (case study: central part of Delfan County). *Journal of Rural Research*, 2(6): 69-94. (Persian)
5. Wenk, D. and Hardesty, C. (1993). The effects of rural to urban migration on the poverty status of youth in 1980. *Rural Sociology*, 58(1): 76-96.
6. Taherkhani, M. (2002). Recognition of effective factors on rural youth migration (RYM): theoretical analysis with emphasis on rural youth migration of Qazvin province. *Modarres Human Sciences*, 6(2): 41-60. (Persian)
7. Theodori, G. (2004). Community attachment, satisfaction, and action. *Journal of the Community Development Society*, 35(2): 73-86.
8. Lu, M. (1998). Analyzing migration decision making: relationships between residential satisfaction, mobility intention, and moving behavior. *Environment & Planning*, 30(8): 1473-1495.
9. Filkins, R., Allen, J.C. and Cordes, S. (2000). Predicting community satisfaction among rural residents: an integrative model. *Rural Sociology*, 65(1): 72-86.

10. Lu, M. (1999). Determinant of residential satisfaction: ordered logit vs. regression models. *Growth and Change*, 30(2): 264-287.
11. Smith, K.M. (2011). The relationship between residential satisfaction, sense of community, sense of belonging and sense of place in a Western Australian urban planned community. Doctoral Dissertation.
12. Bernard, J. (2011). The endogenous developmental potential of small rural municipalities – the difficulties of searching for and measuring impact. *Sociological Review*, 47(4): 745-775.
13. Garland, A.N. (2013). Community satisfaction: the solution for rural communities. Doctoral Dissertation of Philosophy, Faculty of Baylor University.
14. Theodori, A.E. and Theodori, G.L. (2014). Perceptions of community and place and the migration intentions of at-risk youth in rural areas. *Journal of Rural Social Sciences*, 29(1): 103-121.
15. Bednaříková, Z., Bavorová, M. and Ponkina, E.V. (2016). Migration motivation of agriculturally educated rural youth: the case of Russian Siberia. *Journal of Rural Studies*, 45: 99-111.
16. Rokneddin Eftekhari, A. and Mohammadi Solaimani, M. (2002). Factors affecting the participation of rural youth and adolescents in development planning with an emphasis on spatial factors; case study: Kerman. *The Journal of Spatial Planning*, 6(4): 11-76. (Persian)
17. Ertiaei, F., Chizari, M. and Mohseni, A. (2002). The role of communicational-economic characteristics regarding participation in agricultural development and extension programs (case study of Kermanshah County). *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 2-40(3): 31-37. (Persian)
18. Bernard, J. (2015). Community satisfaction in Czech rural communities: a multilevel model. *Sociologia Ruralis*, 55(2): 205-226.
19. Vogt, R.J., Allen, J.C. and Cordes, S. (2003). Relationship between community satisfaction and migration intentions of rural Nebraskans. Publications from the Center for Applied Rural Innovation (CARI). *Paper 43*.

20. Astinfeshan, S., Alibaygi, A. and Gholami, M. (2015). Effect of attachment and satisfaction levels of rural life in Kermanshah city, rural youth participation in agricultural activities. *Journal of Rural Research*, 6(2): 411-432. (Persian)
21. Auh, S. and Cook, C.C. (2009). Quality of community life among rural residents: an integrated model. *Social Indicators Research*, 94(3): 377-389.
22. Fried, M. (1982). Residential attachment: sources of residential and community satisfaction. *Journal of Social Issues*, 38(3): 107-119.
23. Athiyaman, A. and Walzer, N. (2008). Strategies to enhance and maintain quality of life: the case of nonmetropolitan Illinois. *Journal of Rural and Community Development*, 3(1): 41-59.
24. Potter, J.J and Cantarero, R. (2006). How do increasing population and diversity affect resident satisfaction? A small community case study. *Environment and Behavior*, 38(5): 605-625.
25. Theodori, G.L. (2001). Examining the effects of community satisfaction and attachment on individual well-being. *Rural Sociology*, 66(4): 618-628.
26. Sirgy, J.M., Gao, T. and Young, R.F. (2008). How does residents' satisfaction with community services influence quality of life (QOL) outcomes? *Applied Research in Quality of Life*, 3(2): 81-105.
27. He, Y. and Song, H. (2008). A mediation model of tourists' repurchase intentions for packaged tour services. *Journal of Travel Research*, 47(3): 317-331.
28. Bajcs, I.P. (2015). Tourist perceived value, relationship to satisfaction, and behavioral intentions: the example of the Croatian tourist destination Dubrovnik. *Journal of Travel Research*, 54(1): 122-134.
29. Loureiro, S.M.C. and 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.
30. Bagram, D.M.M.M. and Khan, S. (2012). Attaining customer loyalty! The role of consumer attitude and consumer behavior. *International Review of Management and Business Research*, 1(1): 1-8.

31. Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52: 2-22.
32. Vandamme, R. and Leunis, J. (1993). Development of a multiple item scale for measuring hospital service quality. *International Journal of Service Industry Management*, 4(3): 30-49.
33. Phillips, W.J., Wolfe, K., Hodur, N. and Leistriz, F.L. (2013). Tourist word of mouth and revisit intentions to rural tourism destinations: a case of North Dakota, USA. *International Journal of Tourism Research*, 15(1): 93-104.
34. 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.
35. Johnson, M.D., Gustafsson, A., Andreassen, T.W., Lervik, L. and Cha, J. (2001). The evolution and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22(2): 217-245.
36. Kim, K.H. and Park, D.B. (2016). Relationships among perceived value, satisfaction, and loyalty: community-based ecotourism in Korea. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(2): 171-191.
37. Crowe, J. (2010). Community attachment and satisfaction: the role of a community's social network structure. *Journal of Community Psychology*, 38(5): 622-644.
38. Kelly, D.C. (2013). Community attachment, religious participation, and quality of life satisfaction among adults involved in civic participation. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 23(5): 561-572.
39. Shin, D. and Johnson, D. (1978). A vowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5(1-4): 475-492.
40. Diener, E., Emmons, R.A., Larsen, R.J. and Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49: 71-75.
41. Pelling, E.L. and White, K.M. (2009). The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking websites. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(6): 755-759.

42. Cook, A.J., Kerr, G.N. and Moore, K. (2002). Attitudes and intentions towards purchasing GM food. *Journal of Economic Psychology*, 23(5): 557-572.
43. Golrokh, Sh. (2018). Place and personal identity: the role of the physical environment in creating the sense of self. *Journal Management System*, 3(3): 97-108. (Persian)
44. Pretty, G.H., Chipuer, H.M. and Bramston, P. (2003). Sense of place amongst adolescents and adults in two rural Australian towns: the discriminating features of place attachment, sense of community and place dependence in relation to place identity. *Journal of Environmental Psychology*, 23(3): 273-287.
45. Elder Jr, G.H., King, V. and Conger, R.D. (1995). Attachment to place and migration prospects: a developmental perspective. [Unpublished] Presented at the Annual Meeting of the Population Association of America San Francisco, California, April 6-8, 1995.
46. Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A., Lähteenmäki, L. and Shepherd, R. (2008). Predicting intentions to purchase organic food: the role of affective and moral attitudes in the theory of planned behaviour. *Appetite*, 50(2): 443-454.
47. Simsekoglu, O. and Lajunen, T. (2008). Social psychology of seat belt use: a comparison of theory of planned behavior and health belief model. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behavior*, 11(3): 181-191
48. Kuo, Y.F., Wu, C.M. and Deng, W.J. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(4): 887-896.
49. Tam, J.L.M. (2004). Customer satisfaction, service quality and perceived value: an integrative model. *Journal of Marketing Management*, 20(7-8): 897-917.

50. Gill, D., Byslma, B. and Ouschan, R. (2007). Customer perceived value in a cellar door visit: the impact on behavioural intentions. *International Journal of Wine Business Research*, 19(4): 257-275.
51. Bradley, G.L. and Sparks, B. (2012). Antecedents and consequences of consumer value: a longitudinal study of timeshare owners. *Journal of Travel Research*, 51(2): 191-204.
52. Gallarza, M.G. and Saura, I.G. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: an investigation of university students' travel behavior. *Tourism Management*, 27(3): 437-452.