فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دهم، شماره سوم (پیاپی ۳۷)، پاییز ۱۴۰۰
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۲۳۵-۲۱۵

تحلیل نقش گردشگری تغذیه بر پایداری اقتصاد نواحی روستایی استان مازندران

عرفانه حسین‌زاده؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
علی شمس‌الدینی*؛ استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران.
ریباز قربان‌نژاد، استادیار گروه جغرافیای انسانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
علی توکلان، استادیار گروه جغرافیای انسانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۱۶ پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۰۳/۱۷

چکیده

گردشگری تغذیه می‌تواند منافع اقتصادی زیادی برای مناطق روستایی کشورمان به همراه داشته باشد. بسیاری از کارشناسان این نوع از گردشگری را ابزاری برای توسعهٔ روستایی قلمداد می‌کنند که می‌تواند سبب تحرک اقتصاد محلی شده و از مشاغل موجود حمایت کرده و باعث ایجاد اشتغال در این نواحی شود. تحقیق از منظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها، آمیخته ترکیبی(کیفی-کمی)است. در بخش کیفی، روش تحقیق تحلیل محتوا و در بخش کمی توصیفی-اکتشافی است. روش گردآوری اطلاعات، مطالعات کتابخانه‌ای و روش گردآوری داده‌ها، میدانی و با ابزار مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه است. جامعهٔ تحقیق در دو بخش کیفی و کمی است. در بخش کیفی، خبرگان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و اساتید دانشگاهی درخصوص برنامه‌ریزی و توسعهٔ روستایی در استان مازندران و به روش هدفمند و گلوله‌برفی به تعداد ۱۶ نفر (اشباع نظری) انتخاب شدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل ۳۷۵ نفر از رستوران‌داران، اقامتگاه‌ها، هتلداران و کارشناسان سازمان گردشگری می‌باشند که به صورت تصادفی و در دسترس به تعداد ۱۸۲ نفر از طریق فرمول کوکران انتخاب شدند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی استفاده از کدگذاری و در بخش کمی روش دلفی برای طراحی مدل است و در نهایت مدل طراحی شده با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و با نرم‌افزار اسمارت PLS تحلیل شد. براساس نتایج به دست آمده شاخص‌ها برای مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی مازندران مورد تایید قرار گرفت. این یافته‌ها نشان می‌دهد که ابعاد گردشگری تغذیه، درآمد پایدار، رشد اقتصادی و اشتغال پایدار توانسته‌اند مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی را تشکیل دهند.

واژگان کلیدی: اقتصاد روستایی، گردشگری روستایی، گردشگری تغذیه، مازندران.

* ali.shamsoddini@yahoo.com

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

۱) مقدمه

یکی از برنامه‌ریزی‌هایی که در خصوص توسعهٔ نواحی روستایی به خصوص در سال‌های اخیر در کشورمان مورد توجه قرار گرفته است، مقولهٔ گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعهٔ اقتصادی-اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد (رکن‌الدین افتخاری و قادری،۲۶:۱۳۸۱). مناطق روستایی به طور فزاینده‌ای تحت‌تأثیر از دست دادن فرصت‌های اقتصادی قرار می‌گیرند و با کاهش قابل توجهی در جمعیت، که تأثیر منفی بر اقتصاد محلی میگذارد روبرو هستند (Cunha et al.,20۲۰). مطالعات نشان می‌دهد با گسترش روزافزون مهاجرت‌های روستایی، کاهش درآمد خانوارهای روستایی و افول کشاورزی روستایی، نیازی روزافزون به فعالیتی جایگزین و در عین حال مکمل برای کشاورزی احساس می‌شود تا به منظور توسعهٔ پایدار روستایی، امکان بهره‌مندی روستاییان از معیشت پایدار فراهم آید که این خود بهبود کیفیت زندگی و ارتقای شاخص‌های رفاه اجتماعی و رضایت‌مندی روستایی را به همراه می‌آورد (Sharples,2003: 102-120). یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های جایگزین، پدیدهٔ گردشگری است که به دنبال کسب لذت از مواجهه با دیگری بنا شده است و به این معنا از هر نوع تفاوتی برآمده از گذشتهٔ بومی محل مدنظر خود، برای بازدید گردشگرانه استقبال می‌کند. از گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین گزینه‌های توسعه در جوامع یاد می‌شود. تحقق حضور ۲۰ میلیون گردشگر و اشتغال‌زایی حدود ۶/۵ میلیون نفری این بخش مطابق چشم انداز ۲۰ ساله و افق ایران ۱۴۴۰، منوط به استفاده از تمامی جنبه‌های جاذبه‌های گردشگری کشور از جمله در نواحی روستایی است. گردشگری روستایی به عنوان شکل خاصی از گردشگری در صورتی که مدنظر قرار دادن ویژگی‌ها، نیازها و مسائل اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی جوامع محلی، به همراه توجه به خواست‌های گردشگران، به درستی، برنامه‌ریزی و ساماندهی شود، قادر است بخش عمده‌ای از مشکلات اقتصادی نواحی روستایی کشور را همچون بیکاری و فقر، مرتفع سازد (غنیان، ۱۳۸۹: ۳). این نوع توسعه، به ویژه هنگامی که در مناطق روستایی اتفاق می‌افتد در مقیاس کوچک، غیرمتمرکز و نشات گرفته از طبیعت، با یک مولفهٔ قوی درونی و مشارکت بازیگران جامعهٔ محلی و اقتصاد محلی، اجتماعی و نهادی است (Trigal,2015:156).

در این میان غذا به مثابه یک رسانهٔ فرهنگیِ بازنمایی کنندهٔ هویت متمایز و منحصر به فرد هر منطقه، نقشی کلیدی در شناخت هر فرد از سبک زندگی خود و در عین حال نشان‌گری مادی برای شناساندن هویت بومی خود به دیگران (گردشگران) است. غذا و نوشیدنی از جمله محصولات اصلی گردشگری به شمار می‌آیند که هر مسافری در هر سفری آن را صرف خواهد کرد (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۱: ۹۱) و اینکه نقش مهمی در ساخت مکان‌ها و مقصدهای گردشگری دارد. ما از مفهوم گردشگری تغذیه برای جلب توجه به پیچیدگی‌های توسعه استفاده می‌کنیم و راه‌هایی که گردشگری می‌تواند معیشت محلی و اکوسیستم را تضعیف کند یا بهبود بخشد را مورد توجه قرار می‌دهیم (Santafe&Loring, 2۰۲۰).

گردشگری غذا و تغذیه مفهومی است که وقتی مطرح می‌شود در خود دلالت‌های سودمندی برای رشد اقتصادی به همراه دارد. گردشگری غذا به بازدید یا مسافرتی ارجاع دارد که انگیزهٔ اصلی آن غذا و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

نوشیدنی است؛ در نتیجه، مهم‌ترین انگیزه برای افراد در این نوع از گردشگری علاقه به تجربهٔ غذا و نوشیدنی است که به علت متفاوت بودن با خوراک روزمره یا بستر فرهنگی که در آن ارائه می‌شوند، تصویر پایدار از آن مقصد در ذهن بر جای می‌گذارند (Sengel et al, 2015: 430).

غذا نقش مهم و اساسی در گردشگری دارد (Henderson,2009;Quan&Wang,2004) و گردشگری یک صنعت رو به رشد در جوامع محلی در سراسر جهان است (UNWTO,2019). بسیاری از جوامع محلی و روستایی به دنبال تحریک اقتصاد محلی خود از طریق تنوع بخشی، از کشاورزی گرفته تا گردشگری و رویدادها هستند (Goulding et al., 2014; Henderson, 2009; Walmsley, 2003). رویدادهای گردشگری غذایی به عنوان کانون اصلی توسعهٔ اقتصادی در روستاها و مناطق محلی تبدیل شده است. گردشگری عامل اصلی جشنواره‌های خوراک، جایی که در آن جذب بازدیدکننده و صرف هزینه در اقتصاد محلی نقش دارند، می‌باشد(Star et al.,2020.)

غذا در گردشگری می‌تواند هم برای گردشگران و هم برای جامعهٔ میزبان سودآور باشد (Yurtseven,2011:264). گردشگری تغذیه می‌تواند به منافع اقتصادی فراوانی منجر شود، و بسیاری آن را ابزاری برای توسعهٔ روستایی قلمداد کرده‌اند که می‌تواند به تحرک اقتصاد یاری رساند و از مشاغل موجود حمایت کند و همچنین باعث ایجاد شغل شود (Azman, 2012:53-54). مسالهٔ نگارنده این است که گردشگری تغذیه تا چه اندازه توانسته است در حفظ رشد و توسعه اقتصادی در نواحی روستایی شمال کشور نقش مهم و تاثیرگذار ایفا کند و در واقع ضامن بقا و پایداری روستاها باشد.

۲) مبانی نظری

گردشگری تغذیه

محققان، گردشگری تغذیه را این گونه تعریف کرده‌اند: بازدید از مقصدهایی که انگیزه اولیه سفر به آن مقصدها علاقه به آشپزی یک قوم، ملت یا منطقه است و می‌تواند شامل خوردن و نوشیدن، یادگیری در مورد فرایندهای تولید محصولات غذایی، خرید خوراک و نوشیدنی یا شرکت در دوره‌های آموزش آشپزی باشد (اسمیت و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۱).

ارتباط غذا و گردشگری

ایران با بیش از چهار هزار سال قدمت، سرزمینی بزرگ با تاریخ و شرایط متنوع جغرافیایی می‌باشد، هر منطقه از این کشور به علت شرایط اقلیمی، طبیعی و فرهنگی خاصی که دارد توانسته الگوهای متنوعی از تولید غذا را توسعه ببخشد. غذا در پهنهٔ ایران زمین نمادی از زمینه‌های فرهنگی وابسته به جغرافیا در بستر تاریخی می‌باشد. در ایران وقتی دربارهٔ توریسم تغذیه صحبت می‌کنیم یعنی از یک خلاقیت شکوفا شده صحبت می‌کنیم که دارای اجزای زیادی است مثل: نحوهٔ تولید، عمل آوری، ذخیره سازی، فرآوری و دستورالعمل‌های تهیه و بالاخره نحوهٔ پذیرایی و سرو غذا و همچنین فرهنگ دارویی

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

وابسته به آن. تنوع غذایی در مناطق مختلف ایران به حدی زیاد است که می‌توان از برند خلاقیت در توریسم تغذیه صحبت کرد (سرور و همکاران، ۱۳۹۶).

صنعت گردشگری به مثابه یک پدیدهٔ تمدنی تاثیرات متعدد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست-محیطی دارد که در گذر زمان از یک حالت تفریحی به یک نیاز اساسی (احدنژاد روشتی و صالحی میشانی، ۱۳۹۱: ۹۱)، و همچنین به یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر بدل شده است (Garcia&Gomez,2012:42). که با نیروی قدرتمند خود سبب تغییرات در اقتصاد کشورهای توسعه-یافته و کمتر توسعه‌یافته می‌شود (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۸). یکی از محبوب‌ترین توسعه‌های غیر-سنتی روستایی استراتژی‌های گردشگری و مشاغل مکمل مانند فعالیت‌های ابداعی، هنرها و صنایع دستی بوده است (Dinis,et al.,2019). صنعت گردشگری امروزه، ۱۱ درصد از تولید ناخالص۱۰درصد (Kabbasi,2010) از اشتغال (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۰)، ۵ درصد از صادرات و ۵ درصد از سرمایه‌گذاری جهانی را شامل می‌شود (بیاتی‌خطیبی و همکاران، ۱۳۹۲). غذا، گردشگرانی با تجربهٔ نو و فرصت برای عمیق‌تر شدن در سنت‌ها و فرهنگ محلی را فراهم می‌کند. بنابراین به خاطر فواید گردشگری تغذیه، چنین علاقه‌ای بین محققان ایجاد شد تا در عمق بزرگتر تحقیق کنند (Su&Wall,2014).

گردشگری تغذیه به عنوان ابزاری برای دستیابی به توسعهٔ محلی و ترویج و توزیع محصولات غذایی محلی شناخته می‌شود (لوپز و مارتین، ۲۰۰۶). تا به امروز، مطالعات انجام شده دربارهٔ غذاهای بومی و گردشگری و پتانسیل اقتصادی که غذای بومی در بازار گردشگری دارد بوده و اساساً به عنوان کالایی که تجربهٔ فرهنگی برای گردشگران به همراه دارد شناخته می‌شود (Du Rand et al.,2003;Rogerson,2012). گردشگری تغذیه می‌تواند به منافع اقتصادی فراوانی منجر شود، و بسیاری آن را ابزاری برای توسعه روستایی قلمداد کرده‌اند که می‌تواند به تحرک اقتصاد یاری رساند و از مشاغل موجود حفاظت کند و همچنین باعث ایجاد اشتغال شود (Azman,2012:53-54)

تأثیرات اقتصادی گردشگری در محیط‌های روستایی

گردشگری، فعالیت اقتصادی است که اساساً ماهیت خدماتی داشته (میرتقیان و غریبی، ۱۳۹۲: ۱)، و منشور کثیرالوجهی است که هر وجه آن به جنبه‌هایی از نیازهای انسان دلالت دارد (ابراهیم‌زاده و دیگران، ۱۳۹۱ : ۱۱). سهم گردشگری به طور عمده از نظر رشد درآمد و ایجاد شغل، اتخاذ شیوه‌های جدید کاری، ارتقاء مهارت‌های تجاری، حفاظت از طبیعت و تقویت هویت جامعه بیان می‌شود. علاوه بر این، گردشگری روستایی با بسیاری از خدمات مرتبط است، اجازه می‌دهد تا مشاغل مکمل مانند غذاهای محلی یا هنرها و صنایع‌دستی محلی گسترش پیدا کنند. به همان اندازه مهم، گردشگری روستایی به طور سنتی با استفاده از قابلیت‌های موجود توسعه داده شده است (Flanigan, et al.,2014). در اکثر ارزیابی‌های به عمل آمده از توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه، تاثیرات اقتصادی مهم‌تر از ملاحظات دیگر است (افتخاری، ۱۳۷۸: ۶۲). در کشورهای صنعتی، توسعه صنعت گردشگری موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد محلی- منطقه‌ای می‌گردد و در کشورهای در حال توسعه،

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

فرصتی برای صادرات ایجاد می‌کند، که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است. بنابراین گردشگری منبعی قابل اتکا در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است که می‌تواند تاثیر فزاینده‌ای بر روی افزایش درآمد هم در سطح ملی و هم در سطح محلی و نیز افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش سطح دستمزدها و تحول و گسترش تولیدات و غیره داشته باشد (MAF,2009:79). مسلماً گردشگری روستایی بخش کوچکی از صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهد، که البته سهم مهمی در اقتصاد مناطق روستایی دارد. شارپلی در مورد رابطه گردشگری روستایی و اشتغال بر این باور است که چون گردشگری روستایی منبعی مهم و جدید برای ایجاد درآمد جوامع روستایی است، بنابراین مشاغل جدید و متنوع در مناطق مختلف ایجاد می‌شوند و با کاهش هزینه‌های کشاورزی، اقتصاد محلی تقویت می‌شود (شارپلی،۱۳۸۰:۴۱).

برای دهه‌ها، مناطق روستایی در سراسر جهان چالش‌هایی از جمله کاهش فعالیت اقتصادی، تجدید ساختار صنایع سنتی کشاورزی، پیر شدن جمعیت و مهاجرت به خارج جوانان تحصیلکرده تحمل کرده‌اند به همین دلیل از دوام شهرهای کوچک و روستاها کاسته شده است (Briedenhann and Wickens, 2004; Sharpley, 2002). پویا کردن اقتصاد روستایی از طریق انواع فعالیت‌های مربوط به تمامی بخش‌های اقتصادی، امری الزامی است (مطیعی‌لنگرودی،۱۳۹۲:۸۱). گردشگری برای احیای اقتصادی و تحرک نیروی‌انسانی و کار در مناطق رو به افول روستایی فرصت مناسبی فراهم می‌کند، زیرا تنها فعالیتی است که می‌تواند در کنار فعالیت‌های کشاورزی سنتی و صنایع روستایی که به سرعت در حال از بین رفتن هستند قرار گیرد و باعث شود که بهره مند شوند (قادری، ۱۳۸۳: ۱۶). اثرات اقتصادی گردشگری روستایی که یکی از پیامدهای توسعه این صنعت می‌باشد به اختصار در جدول آورده شده است.

جدول۱. اثرات اقتصادی گردشگری روستایی(ماخذ: خانی، ۱۳۸۸).

پیامدهای بالقوه منفی اقتصادی	پیامدهای بالقوه مثبت اقتصادی
ـ افزایش شاخص قیمت کالاها و خدمات در مقاصد گردشگری ـ تعارض بین عرضه و تقاضای زمین و بی‌عدالتی در تقسیم آن ـ هزینه‌های اقتصادی بالا جهت گسترش آن در مناطق در حال توسعه ـ افزایش قیمت املاک محلی ـ عدم توازن اقتصادی مناطق در صورت انحصار در منطقه خاص ـ تغییر مالکان زمین از بومی به غیربومی ـ پایین بودن سطح درآمد در نتیجه فصلی بودن گردشگری ـ افزایش هزینه زندگی ساکنان منطقه ـ جابجایی در اشتغال افراد بومی ـ وابستگی شدید منطقه به صنعت گردشگری و یک بعدی شدن فعالیت‌های اقتصادی در منطقه	ـ متنوع‌سازی اقتصاد محلی ـ توسعه و ارتقای شاخص‌های توسعه در مناطق در حال توسعه ـ افزایش تقاضا برای خدمات و کالاهای ویژه ـ جذب تعداد زیادی نیروی‌کار به دلیل کارگربر بودن صنعت ـ تسریع جریان پول در اقتصاد جامعه ـ بهبود حمل‌ونقل محلی و ارتقاء سطح دسترسی‌ها به بازارهای محلی ـ تقویت بنیه اقتصادی و فعالیت‌های کشاورزی منطقه افزایش بازرگانی درون‌مرزی ـ بهبود استفاده از زمین ـ ایجاد بازارهای جدید برای تولیدات محلی ـ افزایش ارزش املاک برای مالکین اراضی در مناطق محروم ـ خلق فرصت‌های شغلی جدید

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

در بررسی تاثیرات اقتصادی معمولا این تحولات به عنوان نکات مثبت در نظر گرفته می‌شوند: ۱.کمک به افزایش درآمد ارزی، ۲.کمک به درآمدهای دولتی، ۳.اشتغال‌زایی، و ۴. کمک به توسعه منطقه‌ای. این مزایا را می‌توان در سطح محلی، منطقه‌ای و ملی ارزیابی کرد. طبق نظر دیویسون و پیرسون تاثیرات منفی اقتصادی گردشگری عبارتند از: ۱. تورم، ۲. هزینه فرصت، ۳. وابستگی بیش از حد به گردشگری (کاوندی، ۱۳۹۲: ۲۸). امروزه گردشگری، تغذیه را نیز تحت‌تاثیر قرار داده است. غذا به عنوان اولین نیاز بشر صرفا در مواد غذایی خلاصه نمی‌شود. این ماده مغذی، فرهنگی است که جای خود را بین فرهنگ و آداب‌ورسوم مردم بومی هر منطقه پیدا کرده است (Horng&Tsai,2012:76). حسنی در سال ۱۳۹۸ در مقاله‌ای تحت عنوان"بررسی نگرش گردشگران نسبت به غذاهای محلی بومی در مازندران"بیان می‌کند که نگرش گردشگران نسبت به غذای محلی تحت‌تاثیر عوامل انگیزشی، روان‌شناختی و توجه گردشگران به عامل ارزش به اجتماع بومی بوده است. با توجه به پتانسیلی که استان مازندران در خصوص غذاهای محلی دارد و اهمیتی که گردشگران به غذاهای محلی می‌دهند، توجه به گردشگری غذاهای محلی بسیار مهم و ضروری است. این مطالعه نشان داد غذای محلی می‌تواند نقش عمده‌ای در گرایش گردشگران به سفر داشته و برای اقتصاد محلی و حفظ فرهنگ محلی بسیار کارآمد باشد. گردشگران، غذا را به عنوان فاکتور اصلی سفر می‌دانستند و ابراز کردند که تجربهٔ غذای محلی نوعی از فعالیت آنها در ورود به فرهنگ محلی-بومی است.

نیک‌رفتار و همکاران در سال ۱۳۹۷ در مقاله‌ای تحت عنوان"شناسایی عوامل موثر بر گردشگری غذاهای محلی در گیلان"به این نتیجه رسیدند که چهار عامل موثر بر گردشگری تغذیه شامل فرهنگ پذیرایی خاص محلی، شخصیت گردشگر، عوامل انگیزشی و سلامت می‌باشد. نتایج حاکی از آن است که فرهنگ پذیرایی خاص محلی و عوامل انگیزشی به ترتیب بیشترین اثر را در مصرف غذاهای محلی توسط گردشگران در استان گیلان دارند. بیگی و همکاران در سال ۲۰۱۵ در مقاله‌ای تحت عنوان "گردشگری غذا با رویکرد غذاهای محلی و بومی فلات ایران" به بررسی نقش محصولات غذایی در شکل‌گیری مکان و مقصد گردشگری پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که آب و هوا، فرهنگ و تاریخ یک منطقه در شکل‌گیری روش آشپزی محلی تاثیرگذار است. فلات مرکزی ایران با داشتن مراکز جمعیتی متنوع، صاحب گنج بزرگی از مواد غذایی محلی و بومی است که از این منطقه می‌توان به عنوان یک مرکز بزرگ گردشگری تغذیه یاد کرد (جعفری مهرآبادی و همکاران، ۶۸۳:۱۳۹۶).

صفائی‌پور و همکاران در سال ۱۳۹۳در مقاله‌ای تحت عنوان"تحلیل نقش گردشگری در اقتصاد روستایی دهستان بان‌زرده-شهرستان دالاهو" به نقش گردشگری در وضعیت اقتصادی دهستان بان‌زرده براساس ۴ مؤلفه درآمد، اشتغال، قیمت زمین، و سرمایه‌گذاری می‌پردازند. میرزایی در سال ۱۳۸۸ در مقاله‌ای تحت عنوان "تاثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقهٔ اورامانات کرمانشاه" نتیجه گرفته است که گردشگری روستایی زمینهٔ اشتغال فصلی را در منطقه فراهم ساخته و شاغلان دیگر بخش‌های اقتصادی و به ویژه کشاورزی را به خود جذب کرده است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

۳) روش تحقیق

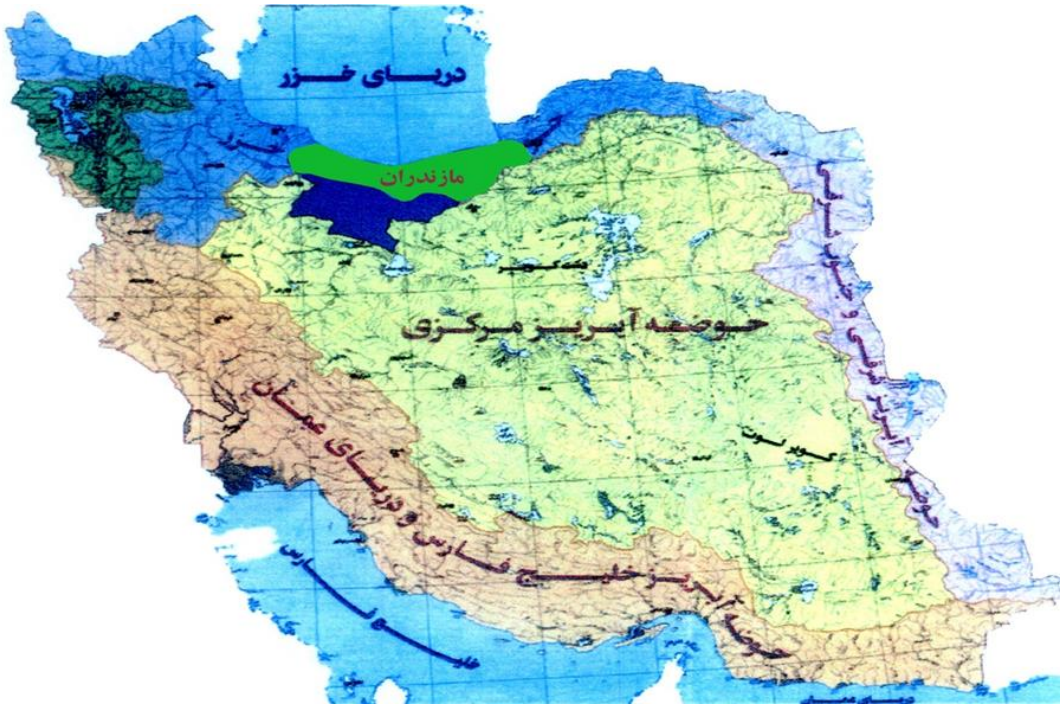
تحقیق حاضر از منظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها، آمیخته ترکیبی (کیفی-کمی) است. در بخش کیفی، روش تحقیق تحلیل‌محتوا و در بخش کمی توصیفی-اکتشافی است. روش گردآوری اطلاعات، مطالعات کتابخانه‌ای و روش گردآوری داده‌ها، میدانی و با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه می‌باشد. جامعهٔ تحقیق در دو بخش کیفی و کمی است. در بخش کیفی، جامعهٔ تحقیق خبرگان سازمان گردشگری و میراث‌فرهنگی و همچنین اساتید دانشگاهی درخصوص برنامه ریزی و توسعهٔ روستایی در استان مازندران می‌باشند. خبرگان دارای ویژگی‌هایی همچون تجربهٔ بالا، مدیر بودن، آگاهی به موضوع پژوهش و دارای انگیزه کافی بوده و به صورت غیراحتمالی و به روش هدفمند و گلوله-برفی به تعداد ۱۶ نفر انتخاب شدند تا به اشباع نظری رسیدیم. جامعه آماری در بخش کمی محدود و شامل ۳۷۵ نفر از رستوران‌داران، صاحبان اقامتگاه‌ها، هتلداران و کارشناسان سازمان گردشگری و میراث-فرهنگی می‌باشند که به صورت تصادفی و در دسترس به تعداد ۱۸۲ نفر از طریق فرمول کوکران انتخاب شدند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از کدگذاری و در بخش کمی روش دلفی برای طراحی مدل استفاده شده است و در نهایت مدل طراحی شده با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری و با نرم‌افزار اسمارت PLS تحلیل شد. پرسشنامه‌ای با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت تهیه و داده‌ها جمع‌آوری گردید. برای بررسی روایی پرسش‌نامه روش دلفی از روش اعتبار سازه استفاده شد که در آن خبرگان نظرات خود را در خصوص اصلاح، ادغام، اضافه و حذف مولفه‌ها و شاخص‌ها اعلام کردند. برای تعیین روایی ساختار درونی پرسشنامه برای برازش مدل به روش مدلسازی معادلات ساختاری نیز از روش روایی همگرا با شاخص میانگین واریانس استخراج شده[۱](AVE) بیش از ۰/۵ و روایی واگرا از روش فورنل و واکر[۲](۱۹۸۱) استفاده شد که برای تایید آن باید جذر در قطر اصلی بیشتر از مقادیر دیگر باشد (Hair,2013).برای پایایی پرسشنامه دلفی از روش همگرایی استفاده شده است. در تحقیق حاضر قاعده پارتو (قانون ۲۰/۸۰) استفاده شده که توسط محققین دیگر مورد استفاده و تایید قرار گرفته است (مدیری، ۱۳۹۹). براساس قاعده پارتو، درصورتی که اختلاف میانگین پاسخ‌ها بین دو مرحله کمتر از حد آستانه ۰/۲ باشد در این صورت فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود در غیر این صورت، مرحله سوم ادامه خواهد داشت. سپس شاخص‌هایی که میانگین غیرفازی شده نظرات خبرگان در آن کمتر از ۸ باشد از مدل مفهومی تحقیق حذف و بیشتر از ۸ در مدل مفهومی باقی می‌ماند. برای پایایی پرسشنامه روش مدلسازی معادلات ساختاری از شاخص‌هایی همچون آلفای کرونباخ، (بیش ۰/۷)، پایایی ترکیبی[۳](CR) (بیش از ۰/۷)، و ضرایب بارهای عاملی (بیش از ۰/۵) استفاده شده است.

استان سرسبز و حاصل خیز مازندران در شمال ایران، بین ۴۷ درجه و ۳۵ دقیقه تا ۳۵ دقیقه و ۳۶ درجه عرض شمالی و ۳۴ درجه و ۵۰ دقیقه تا ۱۰ درجه و ۵۴ دقیقه طول شرقی قرار دارد. وسعت آن حدود ۲۴۰۹۱/۳ کیلومتر مربع است، یعنی تقریبا ۱/۴۶ درصد از مساحت کشور. این استان

[۱] Average Variance Extracted
[۲] Fornell and Larcker
[۳] Composite Reliability

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

از شمال به دریای مازندران (خزر)، از مشرق به استان گلستان، از جنوب به استان‌های سمنان، تهران و قزوین و از مغرب به استان گیلان محدود می‌شود. مرکز آن شهر ساری است که در فاصله ۲۵۰ کیلومتری شمال شرقی تهران قرار دارد (ریاحی، ۱۳۸۰: ۱۱).



شکل ۱. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

۴) یافته‌های تحقیق

همانگونه که در روش تحقیق بیان شده است، تحقیق در دو بخش کیفی و کمی انجام شده است. در بخش کمی شاخص‌ها، مولفه‌ها و ابعاد مدل از طریق مصاحبه با خبرگان و به روش تحلیل محتوا شناسایی شدند. در این بخش، مصاحبه‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و مفاهیم و مقولات از طریق مراحل سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و مقوله اصلی بررسی شدند. در نخستین مرحله، داده‌ها از یکدیگر تفکیک شده و کدهای باز از آن استخراج گردید. جدول ۱ نمونه‌ای از کدهای استخراج شده را نشان می-دهد:

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

جدول ۲. نمونه‌ای از گزاره‌های کلامی و کدهای باز

گزاره‌های کلامی	کدگذاری باز
سالم و سلامت بودن خوراک‌های محلی و همچنین مواد اولیه و اصیلی که از طبیعت و گیاهان دارویی گرفته شده موجب گردیده است تا تنوع غذاهای طبخ شده از طریق اصالت خاص خود، طعمی خاص و دلپذیر به غذا بدهد که بسیار خوشمزه بوده و موجب جذب گردشگران شود.	مواد اولیه سالم، بومی و طبیعی (EA1)- آشپزهای محلی (EA3)- تنوع و گستردگی غذا (EA5)- توجه به اصالت غذایی (EA6)
یکی از توانمندسازهای مهم در گردشگری تغذیه، استفاده از تبلیغات و اطلاع‌رسانی در رابطه با خوراک های محلی موجود در مقصد گردشگری می‌باشد. این تبلیغ از راه‌های مختلفی امکان-پذیر است از جمله استفاده از رسانه‌هایی مانند تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی، اینترنت، چاپ بروشور و توزیع آن در ورودی‌های استان و شهرستان‌های هدف گردشگری، برگزاری همایش‌ها و رویدادها.	همایش‌ها (EA10)- جشنواره‌های غذاهای محلی (EA12)- برگزاری تورهای غذا برای آموزش طبخ غذا (EA7)- آشنایی با انواع غذاهای محلی (EA2)
در ساخت رستوران‌ها یا مکان‌های عرضه خوراک محلی به عنوان چشم‌اندازی از منطقه، باید از مواد و مصالح بومی و اصیل محلی استفاده کرد که در واقع بتواند به عنوان نمادی از آن منطقه تلقی گردد و بیانگر هویت اصیل اهالی آن بوده و تداعی‌کننده سنت‌ها و فرهنگ مردم محلی آنجا باشد و در عرضه خوراک محلی از افراد محلی و بومی استفاده شود.	ساخت‌محلی‌بومی(EA11)- رستوران‌های سنتی(EA14)- آشپزهای محلی (EA8)
با ورود گردشگران، افزایش اشتغال در روستا اتفاق خواهد افتاد به گونه‌ای که نیروی‌کار فاقد شغل کاهش می‌یابد و به تبع آن افزایش درآمد برای روستائیان را به همراه خواهد داشت.	کاهش نرخ بیکاری (EA15)- بهبود وضعیت شغلی (EA18)- افزایش سرانه درآمد در روستا(EA4)- افزایش توان مالی (EA9)

در ادامه، مولفه‌های تحقیق از طریق کدگذاری محوری شکل گرفته است. در این مرحله، کدهایی که در مرحلهٔ قبل از یکدیگر تفکیک شده اند براساس رابطه‌شان با سایر کدها در ترکیبی جدید به هم متصل شده‌اند و مولفه‌ها شکل گرفتند. در مرحله سوم، مقولهٔ اصلی که همان ابعاد می‌باشد، مورد توجه قرار گرفته است که در آن مرحله کدگذاری محوری که در مرحله قبل از یکدیگر تفکیک شده‌اند براساس رابطه‌شان با سایر مفاهیم در ترکیبی جدید تحت مقوله اصلی به هم متصل شده و در نهایت چارچوب نظری اولیه ظاهر گردید. در ادامه، گزاره‌های کلامی (کدگذاری باز) با نظرات خبرگان و به روش دلفی غربالگری شدند و مدل مفهومی شکل گرفت. دلفی در سه دور انجام شد و خبرگان نظرات خود را در خصوص ادغام، اصلاح، اضافه و حذف کدها اعلام کردند. کدگذاری باز، محوری و اصلی در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۳. متغیرها، مقوله‌ها، مفاهیم و کدهای باز به همراه زیرمجموعه‌های آن

متغیر	بعد	مولفه	شاخص	میانگین پاسخ‌ها	نتیجه دلفی	
					تایید	رد
	بازاریابی	تبلیغات	آشنایی با انواع غذاهای محلی	۸.۶۸	✓	
			همایش‌ها و جشنواره‌های غذاهای محلی	۸.۵۸	✓	
			ایجاد نوستالژی غذایی	۸.۰۱	✓	
			برگزاری تورهای غذا برای آموزش طبخ غذا	۸.۵۸	✓	
		مکان	مسیر دسترسی	۸.۹۷	✓	

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

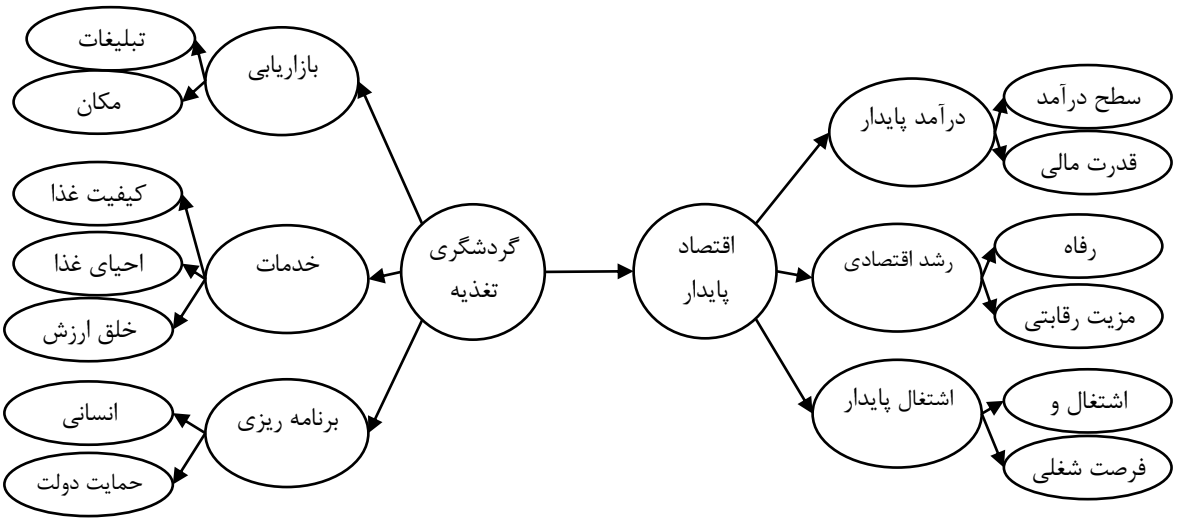
گردشگری تغذیه			تاسیسات و تسهیلات	۷.۸۲	✓	
			ساخت محلی بومی	۸.۸۸	✓	
			رستوران‌های سنتی	۸.۵۸	✓	
			زیرساخت‌های اساسی	۸.۳۸	✓	
	خدمات	کیفیت غذا	استانداردسازی غذای محلی	۸.۹۲	✓	
			مواد اولیه سالم، بومی و طبیعی	۸.۲۵	✓	
			آشپزهای محلی	۸.۱۰	✓	
			تنوع و گستردگی غذا	۸.۶۹	✓	
			سفره‌آرایی محلی	۶.۲۱		×
			رعایت بهداشت	۵.۱۲		×
			توجه به اصالت غذایی	۸.۷۰	✓	
		احیای غذا	حمایت از تولیدکنندگان محلی	۸.۸۷	✓	
			استفاده از کارشناسان در احیای غذاهای محلی قدیمی	۸.۶۸	✓	
			ایجاد دانش غذاهای محلی	۸.۸۸	✓	
			تشویق به توسعه و ترویج و مصرف غذاهای محلی	۸.۷۷	✓	
		خلق ارزش	به روز بودن مدیران پذیرایی	۸.۴۸	✓	
			خلاقیت مدیران در جذب مشتریان	۸.۶۸	✓	
			مدیریت ارتباط با مشتری	۸.۷۸	✓	
	برنامه ریزی	انسانی	آموزش نیروی انسانی	۸.۴۳	✓	
			حفظ رضایت گردشگران	۸.۲۰	✓	
			استفاده از دانش بومی- منطقه‌ای	۸.۱۱	✓	
		حمایت دولت	برنامه‌ریزی و مدیریت دولت	۹.۰۶	✓	
			حمایت مالی دولت	۸.۲۲	✓	
			وضع قوانین و اجرای آن	۸.۶۹	✓	
			مشوق‌های دولت	۸.۹۸	✓	
			حکمروایی خوب	۸.۴۸	✓	
اقتصاد پایدار	درآمد پایدار	سطح درآمد	افزایش سرانه درآمد در روستا	۸.۸۵	✓	
			تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد محلی	۸.۳۵	✓	
			توزیع مناسب درآمد	۵.۶۸		×
		قدرت مالی	افزایش سطح دستمزدها	۴.۹۶		×
			قدرت خرید روستاییان	۸.۱۱	✓	
			افزایش توان مالی	۸.۶۸	✓	
	رشد اقتصادی	رفاه اقتصادی	بهبود اوضاع اقتصادی	۶.۲۸		×
			افزایش سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی	۸.۸۹	✓	
			استقلال اقتصادی	۷.۰۷		×
			تعادل اقتصادی	۷.۱۵		×
			معیشت پایدار ساکنان محلی	۸.۷۰	✓	
			کاهش فقر	۵.۹۶		×

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

		مزیت رقابتی	ایجاد و توسعه صنایع روستایی	۹.۰۷	✓	
			توزیع مناسب منابع	۴.۳۸		×
			افزایش منابع سرمایه‌ای در روستاها	۸.۰۷	✓	
			دستیابی به کشاورزی پایدار و ارگانیک	۹.۰۸	✓	
			بهره‌برداری مناسب از منابع راکد	۸.۷۰	✓	
			رشد مداوم تولید	۶.۸۷		×
	اشتغال پایدار	اشتغال زایی و مبارزه با بیکاری	کاهش نرخ بیکاری	۹.۰۷	✓	
			اشتغال‌زائی پایدار	۸.۶۹	✓	
			حل معضل بیکاری	۵.۴۷		×
			بهبود وضعیت شغلی	۹.۰۸	✓	
			کاهش افراد زیر خط فقر	۷.۳۵		×
		فرصت و امنیت شغلی	داشتن امنیت شغلی اهالی روستا	۸.۹۷	✓	
			افزایش فرصت‌های شغلی	۶.۸۵		×
			خلاقیت و کارآفرینی روستایی	۸.۵۹	✓	

براساس میانگین پاسخ‌های خبرگان در جدول ۱، شاخص‌هایی که براساس قاعده پارتو (قانون ۲۰/۸۰) و منبع مدیری (۱۳۹۹)، میانگین بالاتر از ۸ کسب کرده باشند، به عنوان شاخص‌های مهم و تاثیرگذار در مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی شناخته شده‌اند و شاخص‌های دارای امتیاز کمتر از ۸ از مدل حذف شده‌اند. این غربالگری موجب شده است تا از شاخص‌های غیرضروری در مدل اجتناب شود و مدل مفهومی به صورت شکل ۱ طراحی شد.

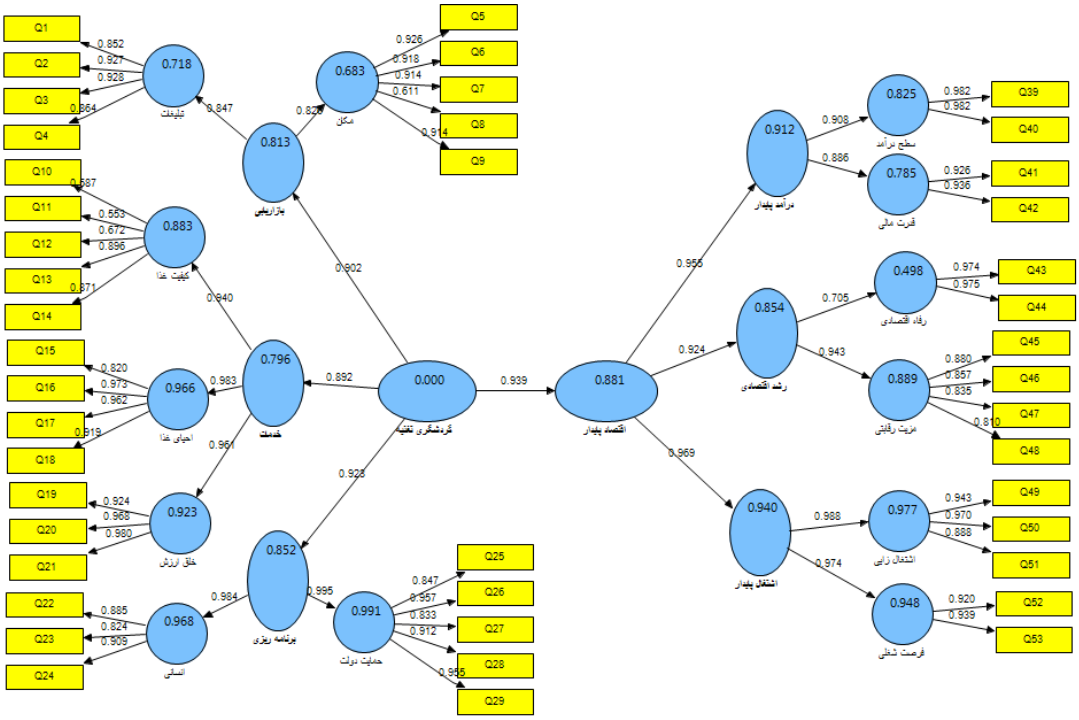


شکل ۲. مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی

در ادامه با توجه به مدل احصاء شده براساس شکل ۱، اعتبارسنجی مدل و ارزیابی روابط بین متغیرهای موجود در مدل طراحی شده تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار با استفاده از روش مدل-سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی انجام شده است. در این بخش، پرسشنامه‌ای ۴۴

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

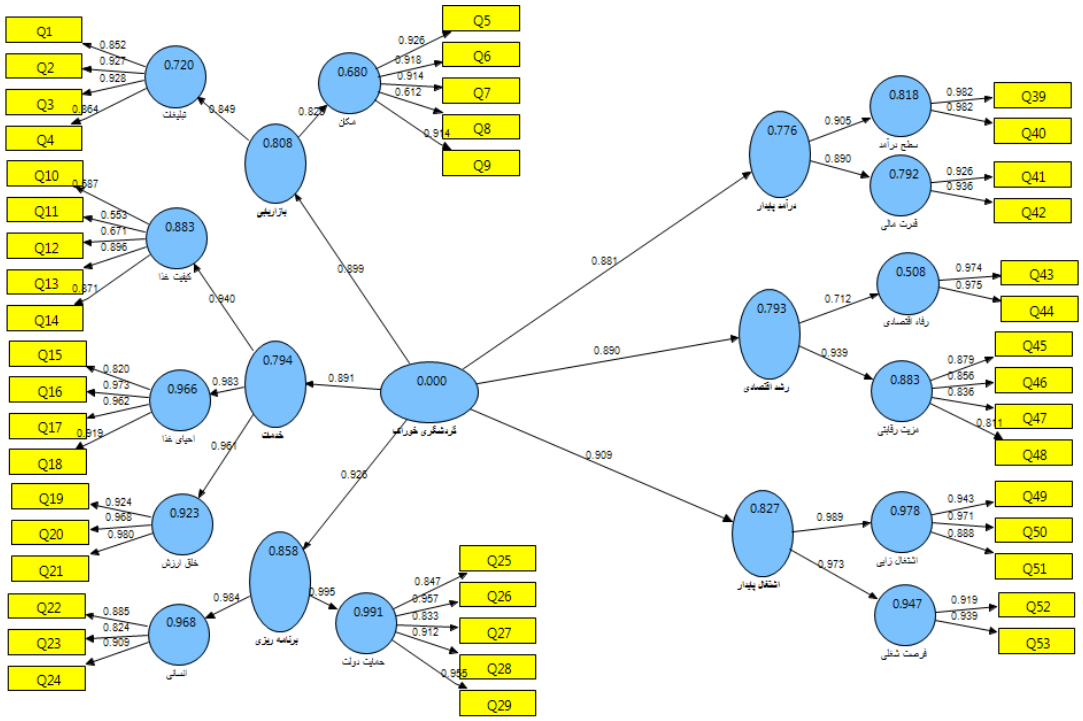
سوالی با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت تنظیم و در بین جامهٔ آماری توزیع و شدت اثر بین متغیرهای مدل محاسبه گردید. پس از جمع‌آوری داده‌ها، مدل ارزیابی شده و خروجی نرم‌افزار Smart-Pls شامل مدل تحلیل عاملی تاییدی و معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب استاندارد برای مدل اصلی به دست آمد. شکل ۲ و ۳ تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری را برای مدل اصلی و فرعی نشان می‌دهد که در آن همهٔ شاخص‌ها (گویه‌ها) دارای بار عاملی بیشتر از ۰/۵ هستند؛ بنابراین مدل اندازه‌گیری قابل قبول می‌باشد. بار عاملی بیشتر از ۰/۵ نشان‌دهنده آن است که شاخص‌های تحقیق در تشکیل مولفه‌ها و ابعاد متغیرهای تحقیق تاثیر بالایی دارند و از طریق آن‌ها می‌توان مولفه‌ها و ابعاد را سنجید.



شکل ۳. بارهای عاملی و ضرایب مسیر مدل و روابط میان متغیرهای پژوهش برای مدل اصلی تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

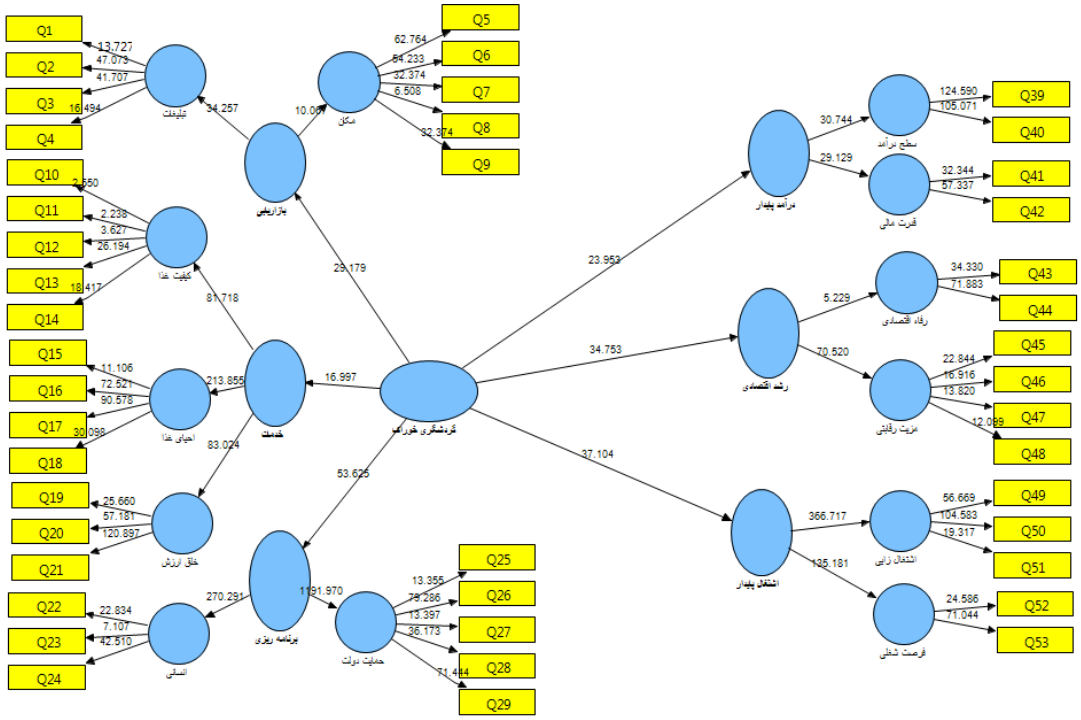


شکل ۴. بارهای عاملی و ضرایب مسیر مدل و روابط میان متغیرهای پژوهش برای مدل فرعی تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی

در شکل۴ نیز تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری همراه با متغیرهای درون‌زا و برون‌زا در حالت قدر مطلق معناداری ضرایب برای مدل فرعی آمده است. بر طبق این مدل، ضریب مسیر سطح اطمینان معناداری ۹۵٪ و مقدار آمارهٔ بزرگتر از ۱/۹۶ را نشان می‌دهد. همانگونه که شکل ۴ نشان می‌دهد، ضرایب تاثیر مشخص شده در شکل ۳، تایید شده است چرا که مقدار آمارهٔ t گویه‌ها، مولفه‌ها و ابعاد برای متغیرهای تحقیق بیشتر از ۱/۹۶ است و بر این اساس، مدل مورد تایید می‌باشد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]



شکل ۵. مدل تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری در حالت ضرایب معناداری (T) برای مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی

در روش معادلات ساختاری، به منظور مشخص شدن اعتبار مدل تایید شده، باید برازش مدل نیز تحلیل شود. برای برازش مدل اندازه‌گیری، شاخص‌هایی همچون روایی همگرا (میانگین واریانس (AVE)، پایایی ترکیبی (CR)، و آلفای کرونباخ برای متغیرها بررسی شد که در جدول ۴ آمده است:

جدول ۴. مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی مرکب و میانگین واریانس استخراج‌شده برای مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی

متغیرها	روایی همگرا	پایایی	
	میانگین واریانس (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ
گردشگری تغذیه	۰.۵۴۵	۰.۹۷۱	۰.۹۶۸
درآمد پایدار	۰.۷۳۸	۰.۹۱۸	۰.۸۸۱
رشد اقتصادی	۰.۵۸۱	۰.۸۹۲	۰.۸۵۵
اشتغال پایدار	۰.۸۳۸	۰.۹۶۳	۰.۹۵۱

همانگونه که جدول ۳ نشان می‌دهد، مقادیر میانگین واریانس برای هر یک از متغیرهای اصلی بیش از ۰/۵، ضریب آلفای کرونباخ بزرگ‌تر از ۰/۷، و پایایی ترکیبی مقداری بالاتر از ۰/۷ دارد که بر اساس نظر حیر[1](۲۰۱۳) تمامی شاخص‌ها برای مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی مورد تایید

[1] Hair

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

می‌باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که ابعاد گردشگری خوراک، درآمد پایدار، رشد اقتصادی، و اشتغال پایدار توانسته‌اند مدل تحلیل گردشگری خوراک بر اقتصاد پایدار روستایی را تشکیل دهند و توسط این ابعاد می‌توان مدل را سنجید.

همچنین، همبستگی بین متغیرها از طریق روایی واگرا و با روش فورنل و لاکر بررسی شد که مقادیر به دست آمده در جدول ۵ نشان داده شده است. در این روش، مقادیر در قطر اصلی حاصل جذر مقادیر AVE می‌باشد که باید از مقادیر زیرین خود بیشتر باشد تا همبستگی معناداری بین ابعاد مدل مورد تایید قرار گیرد. همانگونه که مقادیر جدول ۴ نشان می‌دهد، همبستگی خوبی بین متغیرهای پژوهش وجود دارد.

جدول ۵. ضرایب همبستگی و روایی واگرا میان متغیرهای مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی

	گردشگری تغذیه	درآمد پایدار	رشد اقتصادی	اشتغال پایدار	AVE
گردشگری تغذیه	۰.۷۳۸				۰.۵۴۵
درآمد پایدار	۰.۷۷۱	۰.۸۵۹			۰.۷۳۸
رشد اقتصادی	۰.۶۹۰	۰.۸۳۵	۰.۷۶۲		۰.۵۸۱
اشتغال پایدار	۰.۷۰۹	۰.۸۰۸	۰.۷۲۵	۰.۹۱۶	۰.۸۳۸

در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، شاخص اعتبار اشتراک یا CV-com برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری و شاخص اعتبار افزونگی یا CV-Red برای برازندگی مدل ساختاری و ضریب تعیین (R^2) مربوط به سازه‌های درون‌زا به دست آمده است. زمانی که این دو مثبت باشد نشان دهندهٔ کیفیت مناسب مدل ساختاری است.

جدول ۶. شاخص‌های اشتراکی و افزونگی و ضریب تبیین مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی

	شاخص اشتراک (CV Com)	شاخص افزونگی (CV Red)	R^2
گردشگری تغذیه	۰.۵۴۵	-	-
درآمد پایدار	۰.۷۳۸	۰.۵۶۹	۰.۷۷۶
رشد اقتصادی	۰.۵۸۱	۰.۴۵۷	۰.۷۹۳
اشتغال پایدار	۰.۸۳۸	۰.۶۹۳	۰.۸۲۷

همان‌گونه که جدول ۵ نشان می‌دهد، نتایج مقادیر شاخص‌های اشتراکی و افزونگی مثبت است و از طرفی جهت ضریب تبیین، مقادیر آن هر چه به عدد یک نزدیک‌تر باشند برازش مدل مناسب‌تر است که این نشان از تأیید برازش چارچوب مفهومی پژوهش دارد.

در نهایت، برای اطمینان بیشتر از برازش مناسب مدل، شاخص نیکویی برازش کل مدل(GOF) به صورت $GOF(۰.۷۳۴) = \sqrt{AVE(۰.۶۷۵) \times \overline{R^2(۰.۷۹۸)}}$ محاسبه شد. هر چه مقادیر به دست آمده به ۱

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

نزدیک باشد، برازش مدل قوی میباشد که مقدار به دست آمده نشان دهندۀ برازش مناسب مدل کلی است.

حال پس از بررسی و تایید برازندگی مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی به بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش در مدل پرداخته شده است. چنانچه ضریب معناداری بدست آمده در سطح خطای ۵ درصد خارج از بازه |۱/۹۶| باشد، فرضیۀ مربوطه تأیید و در غیر این صورت فرضیه رد می-گردد. جدول ۶ ضرایب بتا و مقادیر معناداری مربوط به هر یک از روابط (فرضیه‌ها) مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی را نشان می‌دهد:

جدول ۷. ضرایب بتا و مقادیر معناداری مربوط به هر یک از روابط (فرضیه ها) مدل تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی

ردیف	متغیرهای وابسته	ضریب بتا	مقدار معناداری	نتایج فرضیه
فرضیه ۱	گردشگری تغذیه ←- - - درآمد پایدار	۰/۸۸۱	۲۳/۹۵۳	تایید
فرضیه ۲	گردشگری تغذیه ←- - - رشد اقتصادی	۰/۸۹	۳۴/۷۵۳	تایید
فرضیه ۳	گردشگری تغذیه ←- - - اشتغال پایدار	۰/۹۰۹	۳۷/۱۰۴	تایید

براساس یافته‌های جدول ۶، مدل نهایی تحلیل گردشگری تغذیه بر اقتصاد پایدار روستایی تایید شده است.

۵) نتیجه‌گیری

گردشگری تغذیه در بسیاری از کشورها با سیاست‌های کشاورزی ارتباط نزدیکی دارد و اغلب به عنوان وسیله‌ای جهت حمایت از اقتصاد پایدار روستایی قلمداد شده و می‌تواند عامل تاثیرگذاری بر توسعه اقتصادی جوامع روستایی باشد. زمانی که بحث از پایداری در امر توسعه روستایی می‌گردد، همواره خواهان رشد اقتصادی و رهایی از فقر مردم روستا در کنار بهینه‌سازی ساختار اجتماعی جوامع آنان در بستر توزیع عادلانه خدمات و کمک به دستیابی به معیشت پایدار هستیم. با جایگزینی عناصری در قالب اقتصادهای غیر زراعی در محیط‌های روستایی، روند توسعه پایدار تسهیل و تسریع می‌شود.گردشگری تغذیه می‌تواند فرصتی را فراهم آورد که مردم روستا از ریسک‌پذیری کشاورزی رهایی یافته و با مشارکت‌شان در مشاغل خدماتی گردشگری، علاوه بر رشد اقتصادی، به رشد فرهنگی و اجتماعی دست یابند. از آنجا که استان مازندارن از مناطق گردشگری مورد توجه در ایران است این پتانسیل را داراست که بتواند غذا را به محور گردشگری در این استان تبدیل کند. گردشگری تغذیه می‌تواند سهم مهمی در متنوع‌سازی و توسعۀ پایدار اقتصادی داشته و با ایجاد کردن شغل و درآمد موجبات توسعه مناطق

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

توسعه‌نیافته را فراهم نماید. با اینکه مشاغل مربوط به این صنعت خدماتی خیلی پردرآمد و تخصصی نیستند اما می‌توانند منافع قابل توجه اقتصادی را برای روستاها به همراه داشته باشند.

گردشگری تغذیه با ایجاد و افزایش اشتغال، افزایش سطح درآمد، تنوع در فعالیت‌های اقتصادی بین جامعه میزبان و مهمان به حفظ میراث فرهنگی و طبیعت روستایی کمک کرده و از مهاجرت‌های بی‌رویه جلوگیری می‌نماید. پژوهش حاضر نشان می‌دهد در بخش گردشگری تغذیه در منطقه مورد مطالعه در سه مقولهٔ بازاریابی، خدمات و برنامه‌ریزی باید توجه کافی صورت گیرد تا بتوان به درآمد پایدار، رشد اقتصادی و اشتغال پایدار دست یافت و نهایتا موجبات اقتصاد پایدار را فراهم نمود.

ایزدی در سال ۱۳۹۴ در مقاله‌ای"تحت عنوان گردشگری غذا، فرصتی برای توسعهٔ پایدار روستایی در ایران"بیان می‌کند با وجود برخورداری از تنوع مواد غذایی محلی و سنتی، هنوز به گردشگری غذا توجه چندانی نشده است؛ حال آنکه رشد و توسعه این بخش می‌تواند در تحرک و پویایی و توسعهٔ همه‌جانبه و پایدار جوامع روستایی کشور نقش موثری ایفا کنند. یافته‌های این بررسی نشان می‌دهد که گردشگری غذا در اغلب کشورهایی که در برنامه‌ریزی‌های خود بدان توجه مناسب کرده‌اند، توانسته است آثار مثبتی در توسعهٔ پایدار روستایی و منطقه‌ای ایجاد کند و منجر به رونق اقتصادی و شکل‌گیری هویت منحصر به فرد برای این جوامع شود. بررسی‌های اولیه نشان می‌دهد که کشور ایران قابلیت‌های زیادی در زمینه گردشگری غذا دارد و با رفع چالش‌ها و مشکلات موجود در این خصوص می‌توان از کارکردهای این نوع گردشگری در جهت توسعهٔ پایدار روستایی کشور بهره برد.

اعظمی و همکاران در سال ۱۳۹۴ در مقاله‌ای با عنوان "تبیین اثرات گردشگری بر توسعهٔ پایدار روستایی: مطالعهٔ موردی روستای ریجاب از توابع شهرستان دالاهو در استان کرمانشاه" به اثرات اقتصادی گردشگری در روستای ریجاب از توابع استان کرمانشاه به عنوان یک روستا با قابلیت‌های گردشگری قابل توجه از نظر موقعیت و امکانات موجود، پرداخته است. نتایج نشان داد که گردشگری در این روستا در بعد اقتصادی، به ترتیب از جهت افزایش درآمد، افزایش قیمت زمین و مسکن، کاهش اختلاف طبقاتی، و اشتغال‌زایی و غیره دارای بیشترین تاثیر بوده است.

محمدی یگانه و همکاران در سال ۱۳۸۸ در مقاله ای با نام "گردشگری روستایی و نقش آن در توسعهٔ پایدار اقتصادی؛ مطالعهٔ موردی: روستای اورامان تخت" به این نتیجه رسیده که گردشگری روستایی به عنوان یکی از زیر شاخه های گردشگری علاوه بر حفظ ارزش ها و باورها، با ایجاد فرصت های شغلی و کسب درآمد برای ساکنان محلی و توسعهٔ ساختارهای زیربنایی، امکان توسعهٔ پایدار و یکپارچه روستایی را فراهم می سازد. علیقلی زاده فیروزجایی و همکاران در سال ۱۳۸۶ در مقاله ای با عنوان "نگرش جامعهٔ میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی؛ مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان نوشهر" به این نتیجه رسیدند که از دیدگاه ساکنان محلی، گردشگری تاثیرات اقتصادی زیادی نظیر افزایش فرصت های شغلی و درآمد، افزایش قیمت کالا و خدمات و افزایش کاذب قیمت زمین را به همراه داشته است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

در جهت رشد اقتصادی نواحی روستایی که می‌تواند به واسطه گردشگری تغذیه در این مناطق صورت گیرد راهکارهایی ارائه می‌شود از جمله:

- برگزاری جشنواره‌ها و فستیوال‌های غذای محلی در روستاها به جهت آشنایی بیشتر مردم و گردشگران با میراث فرهنگی خطه مازندران و میزبانی از جشنواره‌های بین‌المللی غذاهای محلی جهت شناخت بیشتر گردشگران و کمک به اقتصاد محلی؛
- برگزاری تورهای تخصصی گردشگری تغذیه به روستاهای استان مازندران؛
- بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی برای معرفی و شناخت بهتر و بیشتر مردم با مقاصد جذاب توریستی خوراک محلی؛
- اطلاع‌رسانی و تبلیغ جهت معرفی این نوع از گردشگری و تنوعات و ظرفیت‌های آن در راستای دستیابی به اقتصاد پایدار و جذب گردشگر از طریق شناسایی بازارهای بالقوه؛ و
- با توجه به نقش غذاهای محلی در رشد اقتصاد محلی می‌توان افراد بومی را به طبخ اصیل این غذاها تشویق کرد چرا که روستاهای مازندران می‌توانند محلی جذاب و پرطرفدار برای فروش این غذاهای محلی باشند.

۶) منابع

- اعظمی، امیر و مهدی حشمتی جدید و عادل سلیمانی و امیرحسین علی بیگی، (۱۳۹۴)، **تبیین اثرات گردشگری بر توسعه پایدار روستایی: مطالعه موردی روستای ریجاب از توابع شهرستان دالاهو در استان کرمانشاه**، فصلنامه میراث و گردشگری.
- ایزدی، حسن، (۱۳۹۴)، **گردشگری غذا فرصتی برای توسعه پایدار روستایی در ایران**، مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۶، شماره ۱، صص ۹۶-۶۵.
- احدنژاد روشتی، محسن و حیدر صالحی میشانی، (۱۳۹۱)، **ارزیابی توزیع فضایی زیرساخت‌های گردشگری و تعیین نقش فرایندهای اقتصادی-سیاسی و رشد فیزیکی شهرها در شکل‌گیری آن، مطالعه موردی: زنجان**، دوفصلنامه مطالعات گردشگری، دوره اول، سال۱، شماره ۱، صص ۱۰۵-۹۱.
- اسماعیلی، رضا و امیر گندمکار و مجید حبیبی نوخندان، (۱۳۹۰)، **ارزیابی اقلیم آسایش چند شهر اصلی گردشگری ایران با استفاده از شاخص‌های دمای معادل فیزیولوژیک PET** ، پژوهش‌های جغرافیای طبیعی، شماره ۵۷، صص ۱۸-۱.
- افتخاری، عبدالرضا رکن الدین، (۱۳۷۸)، **مقدمه‌ای بر توسعه پایدار در جهان سوم**، تهران: انتشارات موسسه توسعه روستایی.
- اسمیت، ملانی؛ مک لئود، نیکولا؛ روبرتسون، مارگارت، ۱۳۹۱، **مفاهیم کلیدی در مطالعات گردشگری**، ترجمه جعفر باپیری، تهران: انتشارات مهکامه.
- ابراهیم زاده، عیسی و همکاران، (۱۳۹۱)، **تحلیلی بر برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری در استان لرستان با بهره‌گیری از مدل استراتژیک SWOT**، فصلنامه آمایش سرزمین، سال ۴، شماره ۶.
- بیاتی خطیبی، مریم؛ بهرام زینلی و توحید رحیم‌پور و حمید ذوالقدر، (۱۳۹۲)، **تقویم اقلیم گردشگری و آسایش گردشگر**، همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیت زیست پایدار، همدان.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

- جعفری‌مهرآبادی، مریم و مجید اکبری و فرزانه عطایی و فرزانه رازقی‌چمازکتی، (۱۳۹۶)، **مدل یابی ساختاری-تفسیری عوامل موثر بر توسعه گردشگری غذا مطالعه موردی شهر رشت**، فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه های انسانی، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۶۹۸-۶۸۱.
- حسنی، قاسم، (۱۳۹۸)، **بررسی نگرش گردشگران نسبت به غذاهای محلی بومی در مازندران**، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری.
- خانی، فضیله، (۱۳۸۸)، **بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی**، فصلنامۀ پژوهشی جغرافیای انسانی، سال ۱، شماره ۴.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و اسماعیل قادری، (۱۳۸۱)، **نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب های نظریه‌ای)**، مجله مدرس علوم انسانی، دوره ۶، شماره ۲۵، صص ۴۰-۲۳.
- -ریاحی، وحید، ۱۳۸۰، **مازندران/ از ایران چه می دانم**، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- سرور، رحیم و مجید اکبری و بهروز درویش، (۱۳۹۶)، **طراحی مدل توسعه گردشگری غذا در ایران با رویکرد مدل‌یابی ساختاری تفسیری**، فصلنامه علمی پژوهشی و بین المللی انجمن جغرافیای ایران، سال ۱۵، شماره ۵۳، صص ۷۴-۹۰.
- شارپلی ریچارد، جولیا، ۱۳۸۰، **گردشگری روستایی**، ترجمه رحمت‌اله منشی‌زاده و فاطمه نصیری، نشر منشی.
- صفایی پور، مسعود و صفیه دامن‌باغ و حسین طاهری و فاطمه رزم‌گیر، (۱۳۹۳)، **تحلیل نقش گردشگری در اقتصاد روستایی، مطالعه موردی: دهستان بان زرده-شهرستان دالاهو**، مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۵، شماره ۲.
- ضیایی، محمود؛ تراب احمدی؛ مژگان، ۱۳۹۱، **شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی**، تهران: علوم اجتماعی.
- علیقلی‌زاده‌فیروزجایی، ناصر و سید علی بدری و حسنعلی فرجی‌سبکبار، (۱۳۸۶)، **نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی: مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان نوشهر**، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۰، شماره ۱، صص ۲۲-۱.
- غنیان، منصور، (۱۳۸۹)، **تبیین راهبردهای توسعه گردشگری کارآفرین روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)**، رساله دکتری تخصصی در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران.
- قادری، زاهد، (۱۳۸۳)، **اصول برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی**، تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
- کاوندی، عبدالرحیم، (۱۳۹۲)، **بررسی مطلوبیت حضور گردشگران براساس نظریه داکسی(مطالعه موردی: شهر شوش)**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران، استاد راهنما: ناهید سجادیان و مرتضی نعمتی.
- محمدی یگانه، بهروز و یسرا رستمی، (۱۳۸۸)، **گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه پایدار اقتصادی (مطالعه موردی: روستای اورامان تخت)**، نخستین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، کرمانشاه.
- مدیری، محمود، ۱۳۹۹، **طراحی مدل ساختاری-تفسیری برای چالش‌های اثرگذار در مدیریت بلایا**، مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی، سال ۱۰، شماره ۴۱، صص ۳۸۶-۳۵۵.
- مطیعی‌لنگرودی، حسن، ۱۳۹۲، **برنامه‌ریزی روستایی با تاکید بر ایران**، مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- میرتقیان رودسری، سید محمد و نغمه غریبی، (۱۳۹۲)، **گردشگری غذا و توسعه پایدار مقصدهای گردشگری، مطالعه موردی: استان همدان**، دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

- میرزایی، رحمت، (۱۳۸۸)، **تأثیر توسعه گردشگری بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه**، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۴، صص ۷۶-۴۹.
- موسوی، میرنجف و محمد ویسیان و سمیه محمدی حمیدی و مهناز اکبری، (۱۳۹۴)، **بررسی و اولویت‌بندی توان‌ها و زیرساخت‌های توسعه گردشگری با روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره، مطالعه موردی: استان کردستان**، مجله گردشگری شهری، دوره ۲، شماره ۱، صص ۳۱-۱۷.
- نیک رفتار، طیبه و الهه کریمی‌زاده و الهه حسینی، (۱۳۹۷)، **شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری غذاهای محلی در استان گیلان**، فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، سال هفتم، شماره چهارم، صص ۱۳۳-۱۱۹.

- Azman Ashley Marie, 2012, **Food Tourism in Special Events and Festivals in Appalachian Ohio**, Master thesis, Ohio University. https://etd.ohiolink.edu/rws_etd/document/get/ohiou1323965749/inline.
- Briedenhann, J., Wickens, E., 2004. **Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? Tourism Manag**. 25 (1), 71–79.
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). **Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?** Journal of Hospitality and Tourism Management, 44, 215–226.
- Dinis, I., Simões, O., Cruz, C., & Teodoro, A. (2019). **Understanding the impact of intentions in the adoption of local development practices by rural tourism hosts in Portugal**. Journal of Rural Studies.
- Du Rand, G., Heath, E., & Alberts, N. (2003). **The Role of local and regional food in destination marketing**. Journal of Travel & Tourism Marketing, 14(3–4), 97–112.
- Flanigan, S., Blackstock, K., Hunter, C., 2014**. Agritourism from the perspective of providers**
- **and visitors: a typology-based study. Tour. Manag**. 40, 394–405.
- Garcia-Melon, Monica & Gomez-Navarro, Tomas & Acuna- Dutra, Silvia (2012), **combined ANP-delphi approach to evaluate sustainable tourism**, Enviromental Impact Assessment Review 34(2012), pp41-50.
- Goulding, R., Horan, E., Tozzi, L., 2014. **The importance of sustainable tourism in reversing the trend in the economic downturn and population decline of rural communities** . Rev. Tur. Patrim. Cult. 12 (3), 549–563.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, Ch.M., and Sarstedt, M. (2013), **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**. Los Angeles: SAGE Publications.
- Henderson, J. C. (2009). **Food tourism reviewed**. British Food Journal, 111(4), 317–326.
- Hjalager, A.M.& Richards, G. (Eds.). 2003. **Tourism and gastronomy**. London: Routledge.-
- Horng Jeou-Shyan & Tsai Chen-Tsang (Simon), 2012, **Culinary Tourism Strategic Development: an Asia-Pasific Perspective**, International Journal of Tourism Research, 14, PP.40-55.
- Kabassi, K (2010), .**Personalizes recommendations for tourists**, Journal of Telematics and Informatics, Vol.27, pp.51-66.
- MAF Achievement Fund (2009) , **Sustainable Tourism for Rural Development. Country: Republic of Serbia.**
- Quahan, S., & Wang, N. (2004). **Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism**. Tourism Management, 25(3), 297–305.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]

- Rogerson, C. M. (2012). **Tourism–agriculture linkages in rural South Africa: Evidence from the accommodation sector**. Journal of Sustainable Tourism, 20(3), 477–495.
- Sengel, T,Karagoz, A.,Cetin, G.,Dincer, F.I., Ertugral, S.M.,& Balik, M.(2015). **Tourists approach to Local Food**. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 195(1), 429-437.
- Sharples, L. (2003). **The world of cookery-school holidays**. In C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne(Eds.), **Food Tourism Around the World: Development, management and markets**(Vol. One, pp.102-120), Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Sharpley, R., 2002. **Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus.** Tourism Manag. 23 (3), 233–244.
- Star, M., Rolfe, J., & Brown, J. (2020). F**rom farm to fork: Is food tourism a sustainable form of economic development? Economic Analysis and Policy.**pp325-334.
- Su, M., &Wall, G. (2014). **Community Participation in tourism at a world heritage** S.M.Rasoolimanesh et al./ Tourism Management 60 (2017) 147e158 157 site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China. International Journal of Tourism Research (Vol. 16,(2), 146e156.
- Trigal, L., 2015**. Diccionario de Geografía Aplicada y Profesional**. León: Universidad de
- León.
- Verónica Santafe-Troncoso & Philip A. Loring (2020**) Indigenous food sovereignty and tourism: the Chakra Route in the Amazon region of Ecuador**, Journal of Sustainable Tourism, Pages 392-411
- Walmsley, D.J., 2003**. Rural tourism: a case of lifestyle-led opportunites. Aust. Geogr.** 34, 61–72.
- World Tourism Organization –**UNWTO**. (2019). Recommendations on sustainable development
- Yurtseven, H. R., & Ozan, K. (2011). **Local Food in Local Menus: The Case of Gokceada, Tourismos**, An International Multidisciplinary Journal of Tourism, 6(2): 263-275.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-09]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.11.3]