

Analysis of the Stability of Rural Communities with an Emphasis on Tourism Development Based on the Consumption Value of Local Foods (Case Study: Tourism Target Villages of Gilan Province)

Farhad Javan¹ and Mahmoud Jomehpour^{2*}

1. Post-doctoral Researcher, Department of Social Planning, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

2. Professor, Department of Social Planning, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

* Corresponding Author, jomehpour@atu.ac.ir

Received Date:
24/05/2024

Revise Date:
27/07/2024

Accepted Date:
21/12/2024

Published Date:
20/04/2025

Article Info Abstract

Research extracted from projects
Volume 6, Issue 19, Spring 2025
Pages 36-53

The study aims to examine and analyze the level of stabilization in local communities within the rural areas of Gilan Province, focusing on tourism development based on the consumption value of local foods. Therefore, the research is applied in terms of its objective, analytical in nature, and belongs to the category of quantitative studies in terms of its methodology. To assess the role of tourism development based on the consumption value of local foods (as the influencing variable) on the stabilization of local communities in rural areas of Gilan Province in economic and social dimensions (as the dependent variables), one-sample t-tests and path analysis were used. Additionally, to rank each dimension (the degree to which each stabilization dimension is influenced by tourism development), the (FARAS + FKOPRAS) model was employed. The findings indicate that tourism development has a significant impact on the stabilization of local communities. Furthermore, a meaningful and positive relationship exists between the sustainability of local communities in rural areas and tourism development focusing on the consumption value of local foods. Among the discussed economic components, job diversity—with a weight of 72.65—demonstrated the highest level of influence stemming from tourism development centered on the consumption value of local foods. In terms of socio-cultural sustainability, among the discussed components, empowerment—with a weight of 72.50—has demonstrated the highest level of influence from tourism development based on the consumption value of local foods.

Keywords: stabilization Communities, Tourism Development, Consumption Value, Local Foods, Gilan Province.

Cite this article:

Javan, F., & Jomehpour, M. (2025). Analysis of the Stability of Rural Communities with an Emphasis on Tourism Development Based on the Consumption Value of Local Foods (Case Study: Tourism Target Villages of Gilan Province). *Journal of Economic Geography Research*, 6(19), 36-53.

 <https://doi.org/10.30470/jegr.2025.2054543.1277>



2821-2266 © University of Zanjan.

This is an open access article under the CC BY-NC/4.0/License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

The evidence from existing research indicates that tourists' interest and preference for food play a decisive role in selecting travel destinations. Local foods significantly contribute to introducing tourism destinations, attract visitors, and serve as a crucial tourism attraction with substantial economic impacts on host communities. In this regard, in many villages, tourism focused on the consumption value of local foods is considered a growth engine for development, enhancing the economic, social, and structural capabilities of these areas. To achieve sustainable development in rural communities with an emphasis on tourism, it is essential to study tourists' behaviors toward local foods. Understanding these behaviors can improve tourism performance in rural areas. Identifying how the consumption value of local foods positively impacts tourism development and contributes to the stabilization of local host communities is also vital for understanding tourists' perceptions of destinations and their future behaviors. Examining the consumption value of local foods among tourists during their culinary experiences can significantly aid the stabilization of local communities economically, socially, and beyond. Positive attitudes and images of local foods formed in tourists' minds can lead to behaviors such as revisiting the destination for culinary tourism or recommending the destination's local foods to others. Gilan Province, with a diversity of 170 to 230 types of local dishes, is considered the culinary capital of Iran and ranks first among provinces in terms of variety in local foods. According to experts, the province's favorable climate, fertile soil, and capacity for producing various natural foods like vegetables, fruits, and legumes are the main reasons for its rich culinary diversity. Traditional and authentic dishes of Gilan such as Mirza Ghasemi, Baghala Ghatogh, Shevid Khuli, Sir Vavij, Kal Kabab, and Torshi Tareh are recommended by physicians for their health benefits, as they contain no meat. Furthermore, one of the main factors

contributing to the high life expectancy in Gilan is fish consumption; in 2013, life expectancy in Gilan was 75 years—three years higher than the national average. Today, many villages and cities in Gilan, alongside international culinary tourism destinations like Adelaide in Australia, Barcelona in Spain, Bergen in Norway, Budapest in Hungary, Detroit in the USA, Liverpool in England, Rome in Italy, Montevideo in Uruguay, Salvador in Brazil, and Singapore, are active in culinary tourism. The consumption value of food in Gilan can offer tourists both national and international an enjoyable sensory experience and serve as a pull factor. The local foods of this province's villages not only entertain tourists but also reflect local culture, acting as a driving force for rural development in Gilan. Additionally, they can strengthen domestic production through participation in the tourism supply chain, ultimately becoming a driver for sustainable development. Therefore, the central question of this research is: To what extent do the consumption values of local foods contribute to the stabilization of local communities in economic and social dimensions?

Methodology

The study is applied in terms of its objective, analytical in nature, and categorized as quantitative in terms of its methodology. To evaluate the role of tourism development based on the consumption value of local foods (as the independent variable) on the stabilization of local communities in rural areas of Gilan Province in economic and social dimensions (as the dependent variables), SPSS tests were utilized. Additionally, to rank each dimension—or, in other words, to determine the degree of influence of tourism development on each stabilization dimension—a fuzzy hybrid model was employed. The statistical population of this research includes the selected tourist villages in Gilan Province. Based on a national project by the Cultural Heritage, Handicrafts, and Tourism Organization, and in accordance with an agreement signed among the Ministry of Interior's Rural Councils Organization, the Housing Foundation, the Cultural Heritage, Handicrafts, and Tourism Organization, and the provincial government, particular attention

was devoted to tourism-targeted villages. In Gilan Province, 34 such villages were identified and designated within the framework of the signed agreement. To estimate the sample size of households in the villages under study, the Cochran formula was initially used, yielding an overall sample size of 374 households for the province with a margin of error of 0.05. Subsequently, using the quota method, the number of sample households was determined at the level of each district, rural district, and village.

Results and discussion

To explore the relationship between the independent variable (tourism development) and the dependent variable (local community stabilization), with an emphasis on the mediating role (consumption value of local foods), path analysis was utilized. The results showed that the indirect effect significance coefficient between tourism development and the stabilization of local communities through the mediating variable of the consumption value of local foods was 31.24. Thus, tourism development has a significant impact on the stabilization of local communities. Additionally, the results of one-sample t-tests for all stabilization dimensions indicated that the economic and social sustainability of Gilan's villages were evaluated as favorable. Moreover, there is a meaningful and positive relationship between the sustainability of local communities in villages and tourism development focused on the consumption value of local foods. In economic sustainability, among the discussed components, the following ranked from the most to least influenced by tourism development based on local food consumption value: Job diversity: weight 65.72, Income: weight 55.72, Production and sales diversity: weight 32.72, marketing: weight 11.72, Investment: weight 01.72. For socio-cultural sustainability, the ranking of the components was as follows: Empowerment: weight 50.72, Culture and identity: weight 35.3, Future-oriented mindset of villagers: weight 19.72, Education: weight 14.72, Social cohesion: weight 11.72, Participation and social capital: weight 07.72, Security: weight 04.72, Migration: weight 01.72. This detailed analysis highlights how tourism development,

particularly focusing on the consumption value of local foods, influences various dimensions of community stabilization.

Conclusion

The findings of this study indicate that tourism development, particularly with a focus on the consumption value of local foods, has a significant and positive impact on the sustainability of local communities in Gilan's villages. On one hand, tourism development has contributed to improving economic sustainability by creating job diversity and new income opportunities. On the other hand, in terms of socio-cultural sustainability, this development has led to the empowerment of local communities and the strengthening of their cultural identity.

Funding

This work is upon research funded by Iran National Science Foundation (INSF).

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

This work is upon research funded by Iran National Science Foundation (INSF) under project No.4014734.

تحلیل میزان پایدارسازی جوامع روستایی با تأکید بر توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان گیلان)

فرهاد جوان^۱ و محمود جمعه‌پور^{۲*}

۱. پژوهشگر پسادکتری، گروه برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲. استاد، گروه برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۰۱/۳۱

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۰/۰۱

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۵/۰۶

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۳/۰۴

اطلاعات مقاله چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی و تحلیل میزان پایدارسازی جوامع محلی مناطق روستایی استان گیلان با تأکید بر توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی انجام شده است. از این رو، از نظر هدف کاربردی و دارای ماهیت تحلیلی و از لحاظ روش در گروه پژوهش‌های کمی قرار دارد. به منظور میزان نقش توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی (به عنوان متغیر تأثیرگذار)، بر پایدارسازی جوامع محلی مناطق روستایی استان گیلان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی (به عنوان متغیر تأثیرپذیر)، از آزمون‌های تی تک نمونه‌ای و تحلیل مسیر و به منظور رتبه‌بندی هر یک از ابعاد (میزان تأثیرپذیری هر یک از ابعاد پایدارسازی از توسعه گردشگری)، از مدل (FARAS + FKOPRAS)، استفاده شد. نتایج نشان داد، توسعه گردشگری تأثیر معناداری بر پایدارسازی جوامع محلی دارد، و همچنین، بین پایداری جوامع محلی در روستاها و توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرفی غذاهای محلی، ارتباط معنادار و مثبتی وجود دارد، به طوری که، از بین مؤلفه‌های اقتصادی مطرح شده؛ تنوع شغلی با مقدار وزن ۷۲/۶۵ بیشترین میزان تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی به خود اختصاص داده‌اند. در پایداری اجتماعی — فرهنگی نیز، از بین مؤلفه‌های مطرح شده؛ توانمندسازی با مقدار وزن ۷۲/۵۰، بیشترین تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی به خود اختصاص داده‌اند.

مقاله بر گرفته از طرح پژوهشی
دوره ۶، شماره ۱۹، بهار ۱۴۰۴
صص ۵۳-۳۶

کلید واژه‌ها: پایدارسازی جوامع، توسعه گردشگری، ارزش مصرف، غذاهای محلی، استان گیلان.

*نویسنده مسئول: jomehpoor@atu.ac.ir

ارجاع به این مقاله: جوان، فرهاد؛ و جمعه‌پور، محمود. (۱۴۰۴). تحلیل میزان پایدارسازی جوامع روستایی با تأکید بر توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان گیلان)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۱۹(۶)، ۵۳-۳۶.

 <https://doi.org/10.30470/jegr.2025.2054543.1277>



بیان مساله

امروزه گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع روبه رشد در کشورها محسوب می‌شود (جوان و برزگر، ۱۴۰۳) که می‌تواند یک ابزار توانمند، در تغییر و شکل‌دهی محیط پیرامون باشد (نعیم‌آبادی و همکاران، ۱۴۰۲) و همچنین آگاهی جوامع از منبع درآمد ارزی گردشگری باعث شده که مفهوم گسترده‌تری در تمام ابعاد پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود (جوان و همکاران، ۱۴۰۳)، در دهه‌های اخیر به دلیل افزایش شدید انواع روش‌های گذران اوقات فراغت و افزایش سهولت سفر برای بسیاری از افراد، رونق گرفته است (Dougherty et al, 2013, 2)، در این بین، این رونق به ویژه در قالب گردشگری غذای محلی که معمولاً در مناطق روستایی و شهری برگزار می‌شود، چشمگیر است. از زمانی که بلیسلس^۱ بحث غذا و گردشگری را مطرح کرد، موضوع گردشگری غذا و به نوعی ارتباط بین غذا و گردشگری بخشی از پژوهش‌های گردشگری را به خود اختصاص داده است (Ellis et al, 2018). شواهد حاصل از پژوهش‌های انجام شده حاکی از آن است، علاقه و ترجیح گردشگران برای غذا، نقش تعیین کننده‌ای در انتخاب مقصد گردشگری دارد (Bessiere, 1998, Cohen and Avieli, 2004, Hall and Sharply, 2004)، به طوری که غذاهای محلی تاثیر مهمی در معرفی مقاصد گردشگری می‌گذارد و باعث جذب گردشگر می‌شوند (نیک‌رفتار و همکاران، ۱۳۹۷)، و به عنوان یک جاذبه مهم گردشگری می‌تواند تاثیر اقتصادی چشم‌گیری بر جامعه میزبان داشته باشد (Mkono and et al, 2013).

در این راستا، در بسیاری از پژوهش‌های خارجی، تجربه گردشگران در زمینه‌ی مصرف غذا مورد بررسی قرار گرفته است (Cohen and Avieli, 2004, Getz and Roninson, 2014, Mkono et al, 2013, Bardhi et al, 2010)، بررسی‌ها نشان می‌دهد که تجارب گردشگران از کیفیت غذای مصرفی از قبیل طعم غذا، جنبه‌های حسی غذا، تنوع مواد غذایی در ایجاد نگرش مثبت نقش اساسی دارد (Crosby & J., Kivela, 2005). محققین دیگر نیز در این زمینه تاکید دارند که آگاهی از مواد غذایی سالم برای گردشگران بسیار مهم است، زیرا گردشگران برای لذت بردن از تجارب آشپزی دلپذیر در یک مقصد، باید اطمینان حاصل کنند که مسائل بهداشتی و ایمنی در غذا رعایت شده است (Torres, 2002). در زمینه قیمت محققان بیان می‌دارند که بیشتر گردشگران در هنگام دریافت قیمتی کمتر از هزینه مورد انتظار خود، نگرش مثبتی به غذا پیدا خواهند کرد (پی، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، اگر افراد پس از خوردن غذای محلی، ارزش‌های عاطفی مانند لذت بردن، هیجان و آرامش را دریافت کنند نگرش مثبت به غذای محلی خواهند داشت (Soltani et al, 2020). در راستای تاثیرات ارزش اجتماعی بر نگرش به غذای محلی نیز می‌توان گفت که تجربه یک تعطیلات فوق العاده حاصل از مشارکت با دوستان و اقوام هنگام غذا خوردن در یک محیط طبیعی و تعاملات اجتماعی بین گردشگران، اعضای خانواده یا عرضه کنندگان غذا باعث ایجاد نگرش مثبت می‌گردد (Ha & Jang, 2013). در راستای ارزش معرفتی نیز می‌توان گفت که داشتن تجربه جدید از خوردن غذای محلی در یک مقصد می‌تواند حس کنجکاوی گردشگران را برآورد سازد و پاسخ شناختی مثبتی را ایجاد کند (Fields, 2002)، که یک عامل مهم در خدمات بخش گردشگری است، زیرا منجر به نگرش مثبت گردشگران به مقصد می‌شود (Williams & Soutar, 2006). در این راستا، در بسیاری از روستاها، گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی به عنوان موتور رشد و توسعه مناطق محسوب شده تا از این طریق؛ توانمندی اقتصادی، اجتماعی، کالبدی این مناطق افزایش یابد. اما در ابتدا برای توسعه پایدار جوامع روستایی با تاکید بر گردشگری، باید رفتارهای گردشگران نسبت به غذاهای محلی مورد مطالعه قرار بگیرد زیرا درک رفتارهای گردشگران می‌تواند به افزایش عملکرد گردشگری در مناطق روستایی کمک کند (همتیان لرکی و همکاران، ۱۴۰۱).

بنابراین، شناسایی اینکه چگونه ارزش مصرف غذاهای محلی بر توسعه گردشگری تاثیر مطلوبی دارد و بر پایداری جوامع محلی (میزبان) و همچنین برای درک برداشت گردشگران از مقصد و رفتارهای آینده آنان ضروری است (Choe and Kim, 2018). پس می‌توان گفت بررسی (بررسی ارزش مصرفی غذاهای محلی از سوی گردشگران)، هنگام خوردن غذاهای محلی بر پاسخ‌های رفتاری آنان

در آینده از طریق نگرش آنان نسبت به غذاهای محلی و تصویر مقصد گردشگری غذا که در ذهنشان شکل می‌گیرد، می‌تواند کمک شایانی به پایداری جوامع محلی در ابعاد (اقتصادی، اجتماعی و ...) داشته باشد، زیرا نگرش و تصویر مثبتی که از غذاهای محلی یک مقصد در ذهن گردشگران شکل می‌گیرد می‌تواند منجر به ایجاد رفتارهایی مانند قصد بازدید مجدد از مقصد برای گردشگری غذا و توصیه غذاهای محلی مقصد به دیگران در آینده شود (Soltani and et al, 2020).

در این بین، استان گیلان با تنوع غذایی بین ۱۷۰ تا ۲۳۰ نوع خوراک محلی، در واقع پایتخت خوراک کشور است و از نظر تنوع غذاهای محلی، نخستین استان ایران است، به عقیده کارشناسان، آب و هوای مساعد، خاک مرغوب و آمادگی پرورش انواع خوراکی‌های طبیعی مانند صیفی‌جات، میوه‌ها، حبوبات، و ... علت اصلی متنوع بودن غذاهای محلی گیلان است. برخی غذاهای اصیل و سنتی گیلان از جمله میرزا قاسمی، باقلا قاتوق، شوید خولی، سیر و اوچ، کال کباب، ترش تره و ... را در منوی اصلی غذای رستوران‌های گیلان می‌توان قرار داد، زیرا پزشکان به این غذاها به دلیل نداشتن مواد گوشتی توصیه می‌کنند. یکی از عوامل اصلی بالا بودن سن امید به زندگی در گیلان مصرف ماهی است. در سال ۱۳۹۲ سن امید به زندگی در استان گیلان ۷۵ سال بوده که سه سال بیشتر از میانگین کشوری است (شهابیان، ۱۳۹۶). امروزه بسیاری از روستاها و شهرهای این استان در کنار آدالید استرالیا، بارسلونا از اسپانیا، برگن از نروژ، بوداپست، دیترویت از آمریکا، لیورپول از انگلیس، رم از ایتالیا، مونته ویدو از اروگوئه، سالوادور برزیل و سنگاپور در بحث گردشگری غذا فعالیت می‌کند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۸). در این راستا، ارزش مصرفی غذا در استان گیلان می‌تواند تجربه حسی لذت‌بخشی را برای گردشگران ملی و بین‌المللی به همراه داشته باشد و به عنوان یک عامل کششی در نظر گرفته شود. غذاهای محلی روستاهای این استان نه تنها بخش مهمی از سرگرمی گردشگران می‌تواند باشد، بلکه نشان دهنده فرهنگ محلی نیز می‌باشد، و می‌تواند به عنوان موتور محرک برای توسعه روستایی استان گیلان باشد، از سوی دیگر می‌تواند موجب تقویت تولید داخلی از طریق مشارکت در زنجیره عرضه گردشگری شود و در نهایت به موتور محرک توسعه پایدار تبدیل شود. بنابراین مسئله پژوهش حاضر این است که نقش ارزش‌های مصرفی غذاهای محلی در پایداری جوامع محلی در ابعاد (اقتصادی، اجتماعی) به چه میزان است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری خوراک حوزه‌ای نسبتاً جدید در صنعت توریسم محسوب می‌شود. این عبارت اولین بار در سال ۱۹۹۸ (Naruethardhol & Gebsumbut, 2020)، (فیروزی و همکاران، ۱۴۰۱: ۶۹)، و به منظور توصیف آن دسته از سفرها و فعالیت‌های گردشگری که با انگیزه تجربه خوراک‌ها و نوشیدنی‌های سایر نقاط جهان انجام می‌شود، به ادبیات گردشگری راه یافته است (Horng & Tsai, 2012, Kivela & Crotts, 2006). گردشگری غذایی یکی از بخش‌های گردشگری فرهنگی و هنری (میراث فرهنگی) است که به عنوان مولفه اصلی تجربه گردشگری محسوب می‌شود (حسنی، ۱۳۹۸: ۹۳)، و به منظور توصیف جنبه‌های فیزیکی این گونه گردشگری مانند تجربه خوراک‌های بومی و چشیدن طعم خوراک‌ها و نوشیدنی‌های متنوع و متفاوت در مقصدهای مختلف مورد استفاده قرار گرفته است. گردشگری خوراک، بیشتر به منظور توصیف فعالیت‌هایی مرتبط با خوراک و نوشیدنی به کار گرفته شده که در آن، گردشگران بیشتر به مکان غذا و تاثیر این مکان بر سبک زندگی و فرهنگ خوراک افراد بومی توجه می‌کنند. به عبارتی، هدف از این عبارت، درک جایگاه غذا در فرهنگ ساکنین بومی است (Ellis et al, 2018). بنابراین، گردشگری و خوراک همواره ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر داشته‌اند و بخش قابل توجهی از هزینه‌های گردشگران را هزینه‌های خوراک و نوشیدنی آنان تشکیل می‌دهد (Okumus et al, 2018). تجربه خوراک‌ها و نوشیدنی‌های اصیل، منحصر به فرد و بومی را (Beer, 2008)، که از عناصر اصلی فرهنگ هر منطقه به شمار می‌روند، به عنوان یکی از مهمترین انگیزه‌های بازدیدکنندگان مطرح ساخته است (Hashemi et al, 2023, Ali et al, 2023). توسعه گردشگری خوراک نیز ارزش نمادین دارد (Hashemi et al, 2023) و می‌تواند از طریق ادغام خوراک، فرهنگ و مقصدهای گردشگری

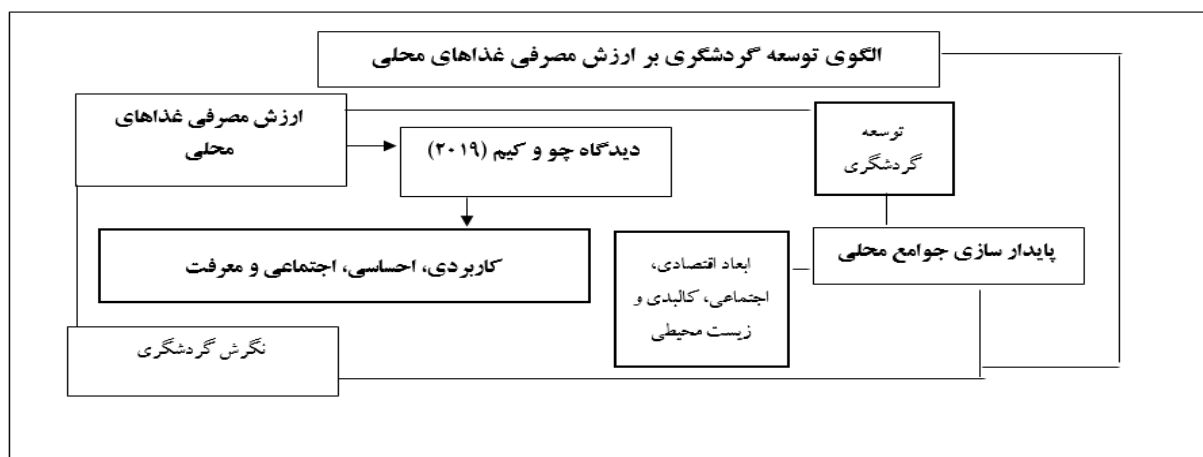
(Naruetharadhol & Gebsobut, 2020)، و ایجاد ارتباط بین گردشگران، ساکنین بومی، مقصدها و فرهنگ‌های بومی، محصولی جدید و بی‌نظیر به گردشگران ارائه کند (استنلی و استنلی، ۱۴۰۰).

گردشگری غذایی به شدت با توسعه گردشگری پایدار که هدف اصلی آن به حداقل رساندن آسیب‌های زیست‌محیطی و فرهنگی، به حداکثر رساندن رضایت گردشگر و بهینه‌سازی رشد اقتصادی بلندمدت برای منطقه است، ارتباط دارد (Buiatti, 2011, 100). گردشگری به طور کلی می‌تواند به کاهش و تخریب منابع زیست‌محیطی (زمین، آب، هوا، گیاهان و جانوران) منجر شود، اما زمانی که این منابع نادرست و بیش از اندازه مصرف شوند یا اگر مقدار فعالیت گردشگری بیش از ظرفیت تحمل جامعه میزبان باشد اثر معکوس داشته باشد، گردشگری غذا هم از این قاعده مستثنی نیست (Long, 2013, 4). مواد غذایی و اصیل برای کمک به پایداری در گردشگری از طریق گسترش و افزایش منابع پایه گردشگری محلی، افزودن ارزش به اعتبار مقصد، تقویت اقتصاد محلی و همچنین به واسطه مهیا کردن زیرساخت‌های دوستدار محیط زیست، دارای توان بسیار زیادی هستند (Yurtseven, 2011, 17).

در راستای گردشگری غذا، مطالعات ارزشمندی در سطح داخلی و خارجی صورت گرفته شد، ولی در راستای موضوع پژوهش مطالعاتی تاکنون صورت گرفته نشده، در این بین، لازم دانسته شد به مطالعاتی که تقریباً در راستای مطالعه حاضر هستند، پرداخته شود:

یکی از متغیرهای مهم در پژوهش حاضر، ارزش مصرف غذاهای محلی است. در مطالعه‌ای توسط همتیان‌لرکی و همکاران، (۱۴۰۱)، ویژگی‌های غذای محلی (تجربه فرهنگی و محلی، منو و جو (اتم‌سفر)، خدمات کارکنان (فرهنگ رفتاری)، کیفیت اصلی غذا، ارزش پول، جذابیت محصول، مهارت پرسنل در آشپزی، بسته‌بندی و قسمت و سنت و اصالت) در سطح ۹۹ درصد بر رضایت گردشگران اثر مثبت و معنی‌داری دارد. ترونک و نگوین (۲۰۲۳) در پژوهشی تحت عنوان تجربه غذای خیابانی و تصویر مقصد: مطالعه بر روی ادراک گردشگران در دالات، نشان دادند که وقتی گردشگران تجربیات مثبتی از غذای خیابانی دارند، درک آنها از تصویر مقصد نیز مثبت می‌گردد، که این عامل منجر به رضایت بیشتر، رفتار کلامی مثبت و احتمال بالاتر بازگشت به مقصد می‌شود. نتایج همچنین بر اهمیت ارزش مصرف فرهنگی در تجربه غذاهای خیابانی از طریق ویژگی‌های متمایز تأکید می‌کند. در مطالعه دیگر توسط ویلیامسون و حسنی (۲۰۲۰)، در پژوهشی تحت عنوان، چگونه می‌توان وفاداری تجربی گردشگران داخلی را به غذاهای محلی افزایش داد؟ به این نتایج دست یافتند، مرکزیت غذای محلی (مرکزیت نشان داد که تصمیم فردی چقدر در ارتباط با اهداف، ارزش‌ها و تصورات فردی است، اگر چه انگیزه و رضایت فرهنگی نیز پیش‌بینی کننده است)، انگیزه، رضایت، ویژگی‌های شخصیتی (اجتناب از غذای محلی، تمایل به غذای محلی)، می‌توان بر وفاداری قبلی تأثیر داشته باشد. همچنین در شرق آسیا نیز توسط محققانی از جمله چنگ و همکاران (۲۰۲۰)، مشخص شد که غذاهای محلی بر تجربه و رضایت گردشگری تأثیر مثبت دارد. بر این اساس، کیفیت خدمات شامل کیفیت غذا و نوشیدنی، همدلی، تضمین، بعد فیزیکی، فضا و جو، قابلیت اطمینان و بعد فرهنگی بیشترین تأثیر را بر رضایتمندی گردشگران خارجی و نیت رفتاری آنان به ویژه قصد بازدید مجدد دارد (چشم فسا، ۱۴۰۰). حال این سؤال مطرح می‌شود، گردشگری با تأکید بر غذا به چه میزان پایداری موثر است؟ در همین راستا، پورنومو (۲۰۲۱)، در پژوهشی تحت عنوان، توسعه غذای محلی در گردشگری برای حمایت توسعه پایدار گردشگری اندونزی، به این نتایج دست یافتند، که با مرور مطالعات قبلی، توسعه غذای محلی در گردشگری نمی‌تواند به طور مستقیم تأثیرگذار باشد، و پایداری گردشگری در کشور اندونزی زمانی رخ می‌دهد که تمرکز توسعه غذای بر تقویت جوامع محلی باشد، و تمرکز بر تولید کنندگان مواد غذایی در مقیاس خرد صورت گیرد. همچنین دین وانی و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی که تحت عنوان آیا مصرف غذاهای محلی می‌تواند به گردشگری پایدار کمک کند؟ شواهدی از ادراک گردشگران داخلی انجام به این نتایج دست یافتند که عمل گردشگران داخلی که غذای تولید شده محلی را مصرف می‌کنند، تأثیر قابل توجه و آماری معنی‌داری بر گردشگری متمرکز بر پایداری دارد. علاوه بر این، مصرف غذاهای محلی بر ابعاد مختلف پایداری از جمله جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی تأثیر

مثبت دارد. هر چند که از دیدگاه آن و همکاران (۲۰۲۳) خطرهای فیزیکی، ارتباطی و خطرهای مرتبط با غذا را به عنوان مهم‌ترین عوامل نگرانی برای گردشگران شناسایی نمودند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش، منبع: نگارندگان پژوهش، ۱۴۰۳

روش پژوهش

مطالعه حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ رویکرد کمی و از نظر روش تحلیلی و توصیفی است. جامعه آماری پژوهش شامل روستاهای نمونه گردشگری در استان گیلان می‌باشد، که ۳۴ روستای هدف شناسایی و تعیین شده‌اند که از محل تفاهم‌نامه امضا شده است. به منظور تعیین حجم خانوارهای نمونه (۱۳۶۸۱) در روستاهای مورد مطالعه، ابتدا با استفاده از فرمول کوکران حجم کلی خانوارهای نمونه در استان با خطای ۰.۰۵ به میزان ۳۷۴ خانوار برآورد گردید، پس از آن، با روش سهمیه‌ای در سطح هر بخش، دهستان و روستا تعداد خانوارهای نمونه آن تعیین گردید (جدول ۱). قابل ذکر است، به منظور شناخت میزان تاثیر ارزش مصرف غذای محلی در پایداری جوامع محلی در سکونتگاه‌های روستایی استان گیلان، تمامی خانوارهای روستایی مورد بررسی قرار می‌گیرند، و تنها به خانوارهای روستایی که در زمینه گردشگری غذا فعالیت دارند، اکتفا نشده است. شاخص‌های مورد مطالعه در ابعاد (اقتصادی و اجتماعی) با بهره‌گیری از مقالات معتبر و علمی استخراج شد و اعتبار روایی آن با استفاده از نظر اساتید مجرب و کارشناسان و متخصصان در حوزه مطالعاتی مورد سنجش قرار گرفت و اصلاحات لازم نیز اعمال شد، و به منظور پایایی، پرسشنامه‌ها بین ۳۰ نفر متخصص توزیع شد و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مقدار پایایی آنها تعیین شد. از این رو، مقدار ۰/۸۷ برای پرسشنامه اقتصادی، مقدار ۰/۷۹ برای پرسشنامه اجتماعی دست آمد، که مقادیر به دست آمده گویای پایایی بالای پرسشنامه‌ها است.

در نهایت، به منظور میزان نقش توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی (به عنوان متغیر تاثیرگذار)، بر پایداری جوامع محلی مناطق روستایی استان گیلان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی (به عنوان متغیر تأثیرپذیر)، از آزمون‌های تی تک نمونه‌ای و تحلیل مسیر و به منظور رتبه‌بندی هر یک از ابعاد (میزان تاثیرپذیری هر یک از ابعاد پایداری از توسعه گردشگری)، از مدل (FARAS + FKOPRAS)، استفاده شد. در مدل مطرح شده، در ابتدا به تشکیل ماتریس تصمیم پرداخته شد و سپس به نرمال‌سازی ماتریس تصمیم، تشکیل ماتریس وزین نرمال، تعیین مقدار تابع بهینگی، دیفازی‌سازی و رتبه‌بندی گزینه‌ها پرداخته شد.

جدول ۱. جامعه نمونه و حجم نمونه آن

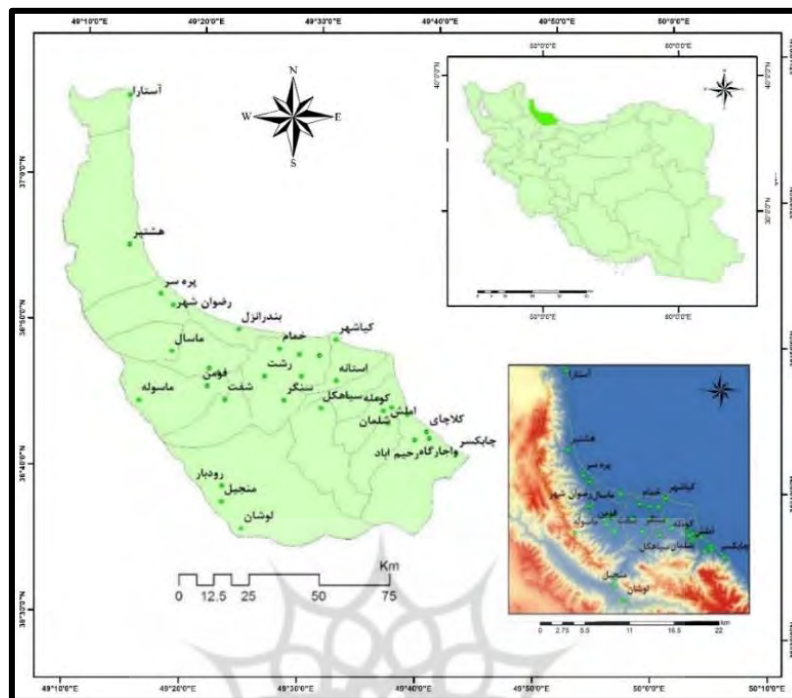
نام روستا	شهرستان	بخش	جامعه آماری (خانوار)	حجم نمونه
داماش	رودبار	عمارلو	۱۱۵	۸
امامزاده ابراهیم	شفت	احمدسرا گوراب	۳۵۴۸	۶۰
امامزاده هاشم	رشت	سنگر	۷۴۰	۱۹

تحلیل میزان پایداری جوامع روستایی... / جوان و جمعه پور

نام روستا	شهرستان	بخش	جامعه آماری (خانوار)	حجم نمونه
حاجی بکنده	رشت	خشکبیجار	۲۶۸	۷
حسن سرا	رودسر	مرکزی	۲۲۶	۷
قلعه رودخان	فومن	مرکزی	۱۹۵	۷
سقالکسر	رشت	مرکزی	۲۳۰	۷
طاسکوه	ماسال	مرکزی	۱۲۲	۷
شیله وشت	تالش	مرکزی	۱۶۰	۷
آبکنار	انزلی	مرکزی	۸۱۲	۲۰
انبوه	رودبار	عمارلو	۲۰۸	۷
هندخاله	صومعه سرا	تولم	۵۹۷	۱۶
بلوردکان	لنگرود	اتاقور	۵۰	۷
امیرکلایه	لاهیجان	مرکزی	۳۰	۷
آق اولر	تالش	مرکزی	۶۵	۷
قاسم آباد سفلا	رودسر	چابکسر	۹۷۲	۲۱
زیباکنار	رشت	لشت نشاء	۵۳۰	۱۳
کجید	املش	رانکوه	۸۳	۷
پلام	رودسر	رحیم آباد	۱۰۱	۷
محسن آباد پایین	آستانه اشرفیه	کیاشهر	۲۱۰	۷
کلیشم	رودبار	عمارلو	۲۸۷	۸
ارده	رضوانشهر	پره سر	۲۳۳	۷
سحرخیز محله	لاهیجان	رود بنه	۱۶۹	۷
تازه آباد جنگاه	سیاهکل	مرکزی	۳۱۷	۸
میکال	سیاهکل	دیلمان	۱۴۱	۷
فوشه	فومن	مرکزی	۱۹۸	۷
خرمکش	شفث	احمدسر گوراب	۱۱۵	۷
وپرسر سفیدآب	رودسر	رحیم آباد	۷	۷
مریان	تالش	مرکزی	۶۵	۷
چاله سرا	ماسال	شاندرمن	۲۵۲	۷
ناصر کیاده	لاهیجان	رودبنه	۲۹۸	۷
سراوان	رشت	سنگر	۱۸۳۷	۲۹
مریدان	لنگرود	کومله	۴۱۳	۱۱
روشن ده	رضوانشهر	پره سر	۸۷	۷
جمع کل			۱۳۶۸۱	۳۷۴

استان گیلان یکی از استان‌های شمالی کشور با مساحت ۱۴۷۱۱ کیلومتر مربع می‌باشد. این استان در ۳۶ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی و ۴۸ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۳۴ دقیقه طول شرقی از نصف النهار قرار گرفته است. درازای آن از شمال باختری به جنوب خاوری، ۲۳۵ کیلومتر و پهنای آن، از ۲۵ تا ۱۰۵ کیلومتر تغییر می‌کند. رشته کوه‌های البرز با ارتفاع متوسط ۳۰۰۰ متر، همانند دیواری در باختر و جنوب گیلان کشیده شده و این منطقه جز از راه دره منجیل، راه شوسه دیگری به فلات ایران ندارد. کمترین فاصله کوه از دریای خزر (در بخش حویق از شهرستان تالش) نزدیک به ۳ کیلومتر و بیشترین فاصله آن از دریا (در

امام‌زاده هاشم، مسیر جاده رشت- قزوین) حدود ۵۰ کیلومتر است. این استان، از شمال به دریای خزر و کشورهای مستقل آسیای میانه، از غرب به استان اردبیل، از جنوب به استان زنجان و قزوین و از شرق به استان مازندران محدود می‌گردد (استانداری گیلان، ۱۳۹۵).



شکل ۲. نقشه موقعیت استان گیلان به تفکیک شهرستان

یافته‌ها و بحث

بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده، ۴۶/۵ درصد (۱۶۴ نفر) زن و ۵۳/۵ درصد (۲۱۰ نفر) از پاسخگویان را مردان تشکیل می‌دهد. همچنین، ۹ درصد (۳۴ نفر) از پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ سال سن دارند. ۱۲/۸ درصد (۴۸ نفر) ۲۵-۳۵ سال، ۱۵/۲ درصد (۵۷ نفر) ۳۵-۴۴ سال، ۱۷/۲ درصد (۶۴ نفر) ۴۵-۵۴ سال، ۲۰/۹ درصد (۷۸ نفر) و ۲۴/۹ درصد (۹۳ نفر) از پاسخگویان بالای ۶۵ سال سن دارند. در ادامه نیز، نتایج نشان داد، ۱۲/۳ درصد (۴۶ نفر) بی‌سواد، ۳۸ درصد (۱۴۲ نفر) دبستان، ۲۵/۷ درصد (۹۶ نفر) راهنمایی، ۱۵/۵ درصد (۵۸ نفر) دیپلم، ۸/۵ درصد (۳۲ نفر) تحصیلات دانشگاهی داشته‌اند. در رابطه با وضعیت اشتغال نیز اطلاعات نشان داد، ۳۰ درصد (۱۱۲ نفر) صرفاً کشاورزی، ۶/۲ درصد (۲۳ نفر) صرفاً صنعت، ۱۶/۸ درصد (۶۳ نفر) صرفاً خدمات را تشکیل می‌دهد.

پس از بررسی یافته‌های توصیفی، قبل از بررسی میزان پایدارسازی جوامع محلی، لازم دانسته شد به بررسی شاخص‌های توسعه گردشگری در روستاهای گیلان پرداخته شود. از این رو، از آزمون تی-تک نمونه‌ای استفاده شد. نتایج به شرح جدول (۲) است.

جدول ۲. وضعیت توسعه گردشگری در روستاهای گیلان

مؤلفه	شاخص	میانگین	T	سطح معناداری (۲) (دامنه)	فاصل اطمینان تفاوت ۹۵٪
					پایین بالا
آسایش	تامین استانداردهای زیرساخت‌های مربوط به گردشگری	۳/۶۲	۵۵/۹۵	۰/۰۰۰	۳/۴۵ ۳/۷۶
	تامین استراحت‌گاه‌ها، پارک‌ها و فضای سبز در روستاها	۳/۴۳	۵۲/۳۰۲	۰/۰۰۰	۳/۳۲ ۳/۵۴
	برخورد ساکنین روستایی با گردشگران	۳/۷۹	۵۵/۲۸۹	۰/۰۰۰	۳/۶۸ ۳/۸۹
	برخورد مسئولین محلی و متولیان گردشگری	۳/۵۱	۵۵/۸۳۴	۰/۰۰۰	۳/۴۰ ۳/۶۷
	دسترسی به امکانات و تسهیلات رفاهی گردشگران	۳/۴۱	۵۲/۳۰۰	۰/۰۰۰	۳/۳۱ ۳/۵۵
	تامین امنیت لازم برای رفاه گردشگران	۳/۳۳	۵۲/۳۰۴	۰/۰۰۰	۳/۱۹ ۳/۴۷

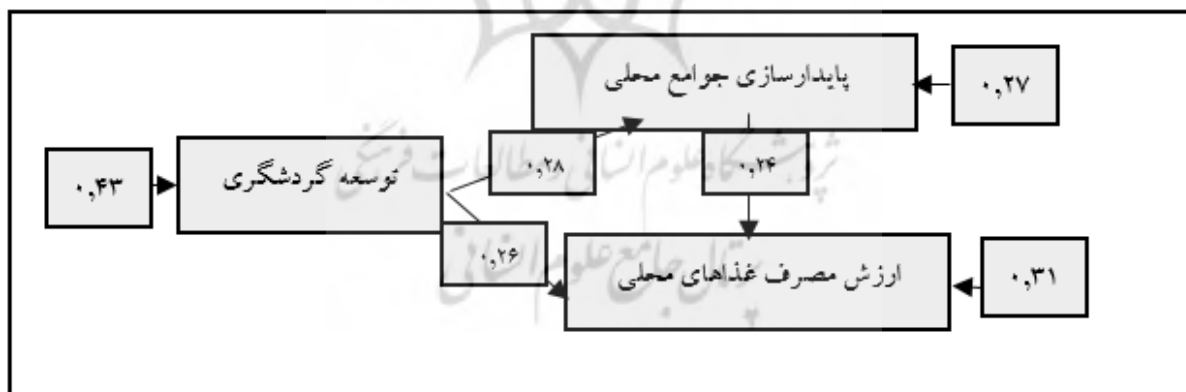
تحلیل میزان پایداری جوامع روستایی... / جوان و جمعه پور

۲/۹۵	۳/۱۳	۰/۰۰۰	۴۳/۱۰۰	۳/۰۲	تبلیغات گردشگری غذا	رقابتی بودن
۳/۸۷	۴/۱۰	۰/۰۰۰	۵۹/۶۹۱	۳/۹۶	کیفیت فضاهای دیگر گردشگری	
۳/۲۳	۳/۴۳	۰/۰۰۰	۴۹/۱۲۰	۳/۳۱	توسعه در زیرساخت‌های ارتباطی در روستاها	فناوری اطلاعات
۳/۴۵	۳/۶۶	۰/۰۰۰	۵۵/۱۶۸	۳/۵۶	توسعه کمی و کیفی خودپردازهای بانکی	
۳/۱۲	۳/۳۵	۰/۰۰۰	۴۹/۶۹۷	۳/۲۴	تجهیز امکان گردشگری به اینترنت پرسرعت	
۳/۴۷	۳/۸۵	۰/۰۰۰	۵۹/۹۴۰	۳/۷۱	وب سایت‌های به روز جهت معرفی غذاهای محلی	
۳/۲۲	۳/۴۲	۰/۰۰۰	۴۹/۱۱۹	۳/۳۰	توسعه مدیریت در اجرای پروژه‌های گردشگری غذا	اصل مدیریت خوب
۳/۳۱	۳/۷۰	۰/۰۰۰	۵۲/۱۱۹	۳/۵۰	سرمایه گذاری بخش خصوصی در توسعه گردشگری	
۳/۰۶	۳/۲۶	۰/۰۰۰	۵۰/۱۳۳	۳/۱۵	برنامه ریزی بودن، قانونمند بودن و آینده نگر بودن گردشگری روستاهای گیلان با تاکید بر گردشگری غذا	
۳/۲۱	۳/۴۸	۰/۰۰۰	۴۹/۳۱۰	۳/۳۳	رضایتمندی از برخورد متولیان گردشگری روستایی	
۳/۰۳	۳/۲۲	۰/۰۰۰	۴۹/۴۰۵	۳/۱۳	انتقادپذیری و توجه مدیران به انتقادات گردشگری غذا	

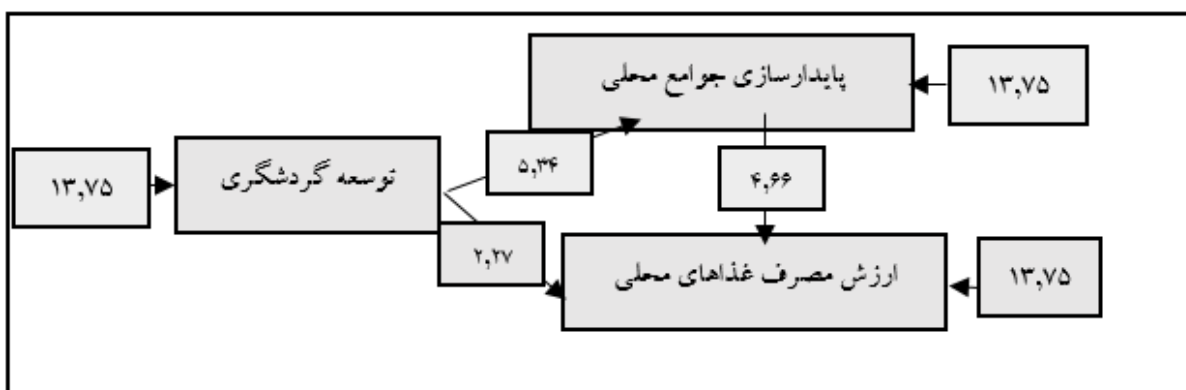
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

همانطور که در جدول (۲)، ملاحظه می‌شود، توسعه گردشگری در روستاهای گیلان در مؤلفه‌های (آسایش، رقابتی بودن، فناوری اطلاعات، اصل مدیریت خوب)، با مقدار میانگین به دست آمده بالاتر از حد متوسط عدد ۳ در شاخص‌ها، مطلوب ارزیابی شد. از این رو، به منظور ارتباط بین متغیر مستقل (توسعه گردشگری) و متغیر وابسته (پایداری جوامع محلی) با تاکید بر نقش میانجی (ارزش مصرف غذاهای محلی)، از آزمون تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج به شرح ذیل است:

در تحلیل مسیر روابط بین متغیرها در یک جهت جریان می‌یابند و مسیرهای متمایز در نظر گرفته می‌شوند. مفاهیم تحلیل مسیر در بهترین حالت از طریق ویژگی عمده آن، یعنی نمودار مسیر که پیوندهای علی احتمالی بین متغیرها را آشکار می‌سازد، تبیین می‌شوند. خروجی مدل آزمون شده تحقیق در حالت ضرایب استاندارد و معناداری در شکل‌های (۳ و ۴) ارائه شده است.



شکل ۳. مدل ساختاری تحقیق در حالت ضرایب استاندارد



شکل ۴. مدل ساختاری تحقیق در حالت ضرایب معناداری

سپس با توجه به جدول (۳)، اگر آماره تی (t) بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد، فرضیه تایید می‌شود و بالعکس. از این رو، به دلیل اینکه آماره تی در فرضیه‌های ۱، ۲، ۳، بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، از این رو، فرضیه‌های مورد نظر تأیید می‌شوند.

جدول ۳. فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش	آماره تی	ضریب مسیر	نتیجه
توسعه گردشگری در پایداریسازی جوامع محلی	۵/۳۴	۰/۲۸	تایید
ارزش مصرف غذاهای محلی در پایداریسازی جوامع محلی	۴/۶۶	۰/۲۴	تایید
توسعه گردشگری در ارزش مصرف غذاهای محلی	۲/۲۷	۰/۲۶	تایید

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

در ادامه نیز مطابق جدول (۳)، ضریب مسیر به همراه مقادیر معناداری (t) برای بررسی آثار غیرمستقیم متغیر پژوهش گزارش شده است. با استفاده از نتایج این جدول، می‌توان نقش میانجی ارزش مصرف غذاهای محلی را بررسی کرد.

جدول ۴. آثار مستقیم و غیرمستقیم

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	آثار	
				اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم
ارتباط بین توسعه گردشگری با نقش میانجی ارزش مصرف غذاهای محلی در پایداریسازی جوامع محلی	توسعه گردشگری	پایداریسازی جوامع محلی	ارزش مصرف غذاهای محلی	۲/۲۲	۲۴/۳۱
				۰/۲۵	۰/۰۷

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

همانطور که در جدول (۴) ملاحظه می‌شود، ضریب معناداری اثر غیرمستقیم میان توسعه گردشگری و پایداریسازی جوامع محلی از طریق متغیر میانجی ارزش مصرف غذاهای محلی برابر ۲۴/۳۱ است. بنابراین، توسعه گردشگری تأثیر معناداری بر پایداریسازی جوامع محلی دارد. از این رو می‌توان به ادامه تحلیل سؤال پژوهش پرداخت. بر این اساس، به منظور بررسی میزان پایداریسازی جوامع محلی در استان گیلان، از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج حاصله از آزمون به تفکیک هر یک از ابعاد، به شرح جداول (۵ و ۶) است.

برای بررسی پایداریسازی اقتصادی جوامع محلی روستاهای گیلان، از ۵ مؤلفه (درآمد، تنوع شغلی، تنوع تولید و فروش، بازاریابی و سرمایه‌گذاری) و ۲۴ شاخص، استفاده شد. در این راستا، در ابتدا با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای به بررسی وضعیت پایداری اقتصادی جوامع محلی پرداخته شد، سپس با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون به ارتباط بین پایداری اقتصادی و توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی پرداخته شد. در ادامه نیز با استفاده از مدل فازی، به رتبه‌بندی و میزان تأثیرپذیری هر یک از مؤلفه‌ها از توسعه گردشگری پرداخته شد. نتایج به شرح جدول (۵) است:

جدول ۵. وضعیت پایداری اقتصادی جوامع محلی روستاهای گیلان

مؤلفه	شاخص	میانگین	T	سطح معناداری (۲)	فاصل اطمینان تفاوت ۹۵٪
				دامنه	بالا پایین
درآمد	افزایش درآمد در بخش غیر کشاورزی	۳/۶۰	۵۵/۹۹	۰/۰۰۰	۳/۷۱ ۳/۵۸
	افزایش درآمد در بخش کشاورزی	۳/۶۶	۵۵/۰۲۰	۰/۰۰۰	۳/۷۶ ۳/۵۴
	تنوع منابع درآمدی در بخش زراعی (فروش محصولات زراعی متنوع)	۳/۸۱	۵۶/۳۰۰	۰/۰۰۰	۳/۹۵ ۳/۶۵
	تنوع منابع درآمدی در بخش باغی (فروش محصولات باغی متنوع)	۳/۵۵	۵۴/۸۴۰	۰/۰۰۰	۳/۶۶ ۳/۴۳
	تنوع منابع درآمدی در بخش جالیز و سبزیجات (فروش محصولات سبزیجات متنوع)	۳/۴۱	۵۲/۳۰۰	۰/۰۰۰	۳/۵۵ ۳/۳۱

تحلیل میزان پایداری جوامع روستایی... / جوان و جمعه‌پور

۳/۲۱	۳/۴۸	۰/۰۰۰	۴۹/۳۱۱	۳/۳۶	تنوع منابع درآمدی در بخش دامی (گاو، گوسفند، بز)	
۲/۸۷	۳/۱۰	۰/۰۰۰	۴۳/۰۷۲	۳/۰۰	تنوع منابع درآمدی در بخش خدمات (خرده فروشی، تهیه و فروش نهاده‌ها و محصولات کشاورزی، تهیه و فروش مصالح ساختمانی، فعالیت در بخش خدمات غیرساختمان و...)	
۲/۸۸	۳/۱۱	۰/۰۰۰	۴۳/۳۸۷	۳/۰۱	تنوع منابع درآمدی در بخش فعالیت‌های خانگی (خیاطی، گلدوزی، لحاف دوزی و...)	
۲/۸۷	۳/۱۰	۰/۰۰۰	۴۳/۰۷۲	۳/۰۰	تنوع منابع درآمدی در بخش صنعت (بنایی، سنگ‌کاری، کاشی‌کاری، برق و لوله کشی ساختمان، قالبیابی، جوشکاری، نجاری، منبت‌کاری، پخت نان، سنگ بری و...)	
۳/۳۳	۳/۶۴	۰/۰۰۰	۵۲/۳۰۷	۳/۴۴	تنوع کشت کشاورزی در زمین زراعی	
۳/۲۱	۳/۵۲	۰/۰۰۰	۴۹/۳۱۵	۳/۳۷	تنوع محصولات در بخش فرآوری شده کشاورزی	
۳/۲۲	۳/۵۱	۰/۰۰۰	۵۰/۳۱۱	۳/۳۸	تنوع فروش محصولات فرآوری شده در بخش دامی (کشک، ماست، پنیر، روغن و...)	تنوع تولید و فروش
۳/۱۳	۳/۳۳	۰/۰۰۰	۴۸/۵۱۱	۳/۲۳	تنوع واحدهای تولیدی در بخش (تعداد کندو، پرورش قارچ، گلخانه، گاوداری، شیلات و...)	
۳/۵۴	۳/۷۶	۰/۰۰۰	۵۵/۰۲۰	۳/۶۶	تامین شغل در روستا	
۳/۵۶	۳/۸۵	۰/۰۰۰	۶۰/۵۵۴	۳/۷۶	خلق فرصت‌های اقتصادی به واسطه ورود گردشگران	
۳/۲۱	۳/۴۸	۰/۰۰۰	۴۹/۳۱۱	۳/۳۶	گسترش فعالیت‌های مربوط به صنایع دستی	تنوع شغلی
۳/۴۵	۳/۸۴	۰/۰۰۰	۵۹/۹۴۹	۳/۷۳	خودتکایی از لحاظ مالی در روستا	
۳/۵۳	۳/۷۸	۰/۰۰۰	۵۴/۸۴۰	۳/۶۸	تشکیل خوشه‌های غذا و آشپزی	
۳/۱۹	۳/۴۷	۰/۰۰۰	۴۹/۳۰۹	۳/۳۴	ایجاد اشتغال به ویژه زنان و جوانان روستایی	
۳/۷۳	۳/۹۵	۰/۰۰۰	۶۳/۶۹۱	۳/۸۶	بازاریابی محصولات در خارج از روستا	
۳/۱۱	۳/۲۵	۰/۰۰۰	۴۸/۵۰۳	۳/۲۰	دسترسی به بازارهای شهرهای نزدیک به روستا	بازاریابی
۴/۳۱	۳/۵۳	۰/۰۰۰	۵۲/۱۶۸	۳/۴۵	ایجاد بازار برای محصولات کشاورزی و مواد غذایی	
۳/۸۲	۳/۱۰۰	۰/۰۰۰	۶۹/۷۹۱	۳/۹۰	ایجاد برند برای مقصد گردشگری	
۳/۵۵	۳/۷۵	۰/۰۰۰	۵۲/۳۰۷	۳/۶۴	سرمایه‌گذاری روی دارایی‌های محلی	
۳/۴۵	۳/۸۴	۰/۰۰۰	۵۹/۹۴۹	۳/۷۳	سرمایه‌گذاری در رونق و پیشرفت کشاورزی ارگانیک	سرمایه - گذاری
۳/۱۱	۳/۳۵	۰/۰۰۰	۴۸/۰۱۰	۳/۲۷	پشتیبانی از شرکت‌های سرمایه‌گذاری محلی، عمدتاً کشاورزان و تولیدکنندگان کوچک	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

مطابق جدول (۵)، وضعیت پایداری اقتصادی جوامع محلی در روستاهای گیلان، با مقدار میانگین به دست آمده بالاتر از حد متوسط عدد (۳)، مطلوب ارزیابی شد. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده در مؤلفه درآمد، شاخص تنوع منابع درآمدی در بخش زراعی (فروش محصولات زراعی متنوع) با مقدار میانگین ۳/۸۱، و تنوع منابع درآمدی در بخش خدمات و صنعت با مقدار میانگین ۳/۰۰، بیشترین و کمترین میزان پایداری را شامل شدند. از سوی دیگر، در مؤلفه تنوع تولید و فروش، شاخص تنوع فروش محصولات فرآوری شده در بخش دامی (کشک، ماست، پنیر، روغن و...) با مقدار ۳/۳۸، در مؤلفه تنوع شغلی، شاخص خلق فرصت‌های اقتصادی به واسطه ورود گردشگران با مقدار میانگین ۳/۷۶ و ایجاد اشتغال به ویژه زنان و جوانان روستایی با مقدار ۳/۳۴ بیشترین و کمترین میزان پایداری اقتصادی، و در مؤلفه بازاریابی، شاخص ایجاد برند برای مقصد گردشگری با مقدار ۳/۹۰، و نهایت در مؤلفه سرمایه‌گذاری، شاخص سرمایه‌گذاری در رونق و پیشرفت کشاورزی ارگانیک با مقدار ۳/۷۳، بیشترین میزان پایداری اقتصادی در بین جوامع محلی روستاهای گیلان به خود اختصاص داده‌اند. در ادامه پس از بررسی میزان پایداری جوامع محلی، به ارتباط بین این مؤلفه و توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی، با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون پرداخته شد. نتایج به شرح جدول (۶) است.

جدول ۶. ارتباط بین پایداری اقتصادی جوامع محلی گیلان و توسعه گردشگری

مؤلفه	شاخص	متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری (۲ دامنه)
درآمد	افزایش درآمد در بخش غیر کشاورزی		۰/۵۵۵	۰/۰۰۰
	افزایش درآمد در بخش کشاورزی		۰/۵۶۴	۰/۰۰۰
	تنوع منابع درآمدی در بخش زراعی (فروش محصولات زراعی متنوع)		۰/۵۴۴	۰/۰۰۰
	تنوع منابع درآمدی در بخش باغی (فروش محصولات باغی متنوع)		۰/۵۷۶	۰/۰۰۰
	تنوع منابع درآمدی در بخش جالیز و سبزیجات (فروش محصولات سبزیجات متنوع)		۰/۵۷۷	۰/۰۰۰
	تنوع منابع درآمدی در بخش دامی (گاو، گوسفند، بز)		۰/۵۴۳	۰/۰۰۰
	تنوع منابع درآمدی در بخش خدمات (خرده فروشی، تهیه و فروش نهاده‌ها و محصولات کشاورزی، تهیه و فروش مصالح ساختمانی، فعالیت در بخش خدمات غیرساختمان و...)		۰/۵۱۱	۰/۰۰۰
	تنوع منابع درآمدی در بخش فعالیت‌های خانگی (خیاطی، گلدوزی، لحاف دوزی و...)		۰/۵۲۲	۰/۰۰۰
	تنوع منابع درآمدی در بخش صنعت (بنایی، سنگ‌کاری، کاشی‌کاری، برق و لوله کشی ساختمان، قالبیافی، جوشکاری، نجاری، منبت‌کاری، پخت نان، سنگ بری و...)		۰/۴۹۰	۰/۰۱
	تنوع کشت کشاورزی در زمین زراعی		۰/۵۵۹	۰/۰۰۰
تنوع تولید و فروش	تنوع محصولات در بخش فراوری شده کشاورزی		۰/۶۰۰	۰/۰۰۰
	تنوع فروش محصولات فراوری شده در بخش دامی (کشمک، ماست، پنیر، روغن و...)		۰/۵۶۵	۰/۰۰۰
	تنوع واحدهای تولیدی در بخش (تعداد کندو، پرورش قارچ، گلخانه، گاوداری، شیلات و...)		۰/۵۵۱	۰/۰۰۰
	تامین شغل در روستا		۰/۶۱۰	۰/۰۰۰
تنوع شغلی	خلق فرصت‌های اقتصادی به واسطه ورود گردشگران	توسعه گردشگری	۰/۶۱۲	۰/۰۰۰
	گسترش فعالیت‌های مربوط به صنایع دستی		۰/۵۵۹	۰/۰۰۰
	خود اتکایی از لحاظ مالی در روستا		۰/۵۴۹	۰/۰۰۰
	تشکیل خوسه‌های غذا و آشپزی		۰/۶۰۹	۰/۰۰۰
بازاریابی	ایجاد اشتغال به ویژه زنان و جوانان روستایی		۰/۶۰۵	۰/۰۰۰
	بازاریابی محصولات در خارج از روستا		۰/۵۶۹	۰/۰۰۰
	دسترسی به بازارهای شهرهای نزدیک به روستا.		۰/۵۴۷	۰/۰۰۰
	ایجاد بازار برای محصولات کشاورزی و مواد غذایی		۰/۵۵۰	۰/۰۰۰
سرمایه‌گذاری	ایجاد برند برای مقصد گردشگری		۰/۶۰۰	۰/۰۰۰
	سرمایه‌گذاری روی دارایی‌های محلی		۰/۵۸۸	۰/۰۰۰
	سرمایه‌گذاری در رونق و پیشرفت کشاورزی ارگانیک		۰/۵۴۴	۰/۰۰۰
	پشتیبانی از شرکت‌های سرمایه‌گذاری محلی، عمدتاً کشاورزان و تولیدکنندگان کوچک		۰/۵۸۷	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

مطابق جدول (۷)، بین متغیر توسعه گردشگری و متغیر پایداری اقتصادی جوامع محلی در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵، ارتباط معنادار و مثبتی وجود دارد. از این رو، پس از بررسی ارتباط معنادار و مثبت بین پایداری اقتصادی جوامع محلی در روستاهای گیلان و توسعه

تحلیل میزان پایداری جوامع روستایی... / جوان و جمعه‌پور

گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی؛ به رتبه‌بندی هر یک از مؤلفه‌های پایداری اقتصادی جوامع محلی پرداخته شد. در این راستا، از تکنیک مدل‌های ترکیبی (FARAS + FKOPRAS) استفاده شد. نتایج به شرح جدول (۷) است:

جدول ۷. نتایج رتبه‌بندی (میزان تأثیرپذیری هر یک از مؤلفه‌های پایداری اقتصادی از توسعه گردشگری)

مؤلفه	امتیاز کسب شده (Q_L)	بیشینه امتیاز (Q_{MAX})	کمینه امتیاز (Q_{MIN})	فاصله بین Q_{MAX} و Q_{MIN}	امتیاز از ۱۰۰
درآمد	۱۴/۱۳۴	۱۵/۳۳۲	۱۳/۲۳۴	۲/۰۹۸	۷۲/۵۵
تنوع تولید و فروش	۱۴/۱۰۹	۱۵/۲۱۳	۱۳/۳۱۲	۱/۹۰۱	۷۲/۳۲
تنوع شغلی	۱۴/۲۲۳	۱۵/۵۶۷	۱۳/۱۰۰	۲/۴۶۷	۷۲/۶۵
بازاریابی	۱۴/۱۰۰	۱۵/۱۴۴	۱۳/۴۱۲	۱/۷۳۲	۷۲/۱۱
سرمایه‌گذاری	۱۴/۰۹۸	۱۵/۱۲۱	۱۳/۴۷۷	۱/۶۴۴	۷۲/۰۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

همانطور که در جدول (۷)، ملاحظه می‌شود، از بین مؤلفه‌های مطرح شده؛ به ترتیب: تنوع شغلی با مقدار وزن ۷۲/۶۵، درآمد با مقدار ۷۲/۵۵، تنوع تولید و فروش با مقدار وزن ۷۲/۳۲، بازاریابی با مقدار وزن ۷۲/۱۱ و سرمایه‌گذاری با مقدار وزن ۷۲/۰۱، بیشترین و کمترین میزان تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی به خود اختصاص داده‌اند. در ادامه نیز به منظور پایداری اجتماعی و فرهنگی، از آزمون‌های تی تک نمونه‌ای، همبستگی پیرسون استفاده شد، و سپس با استفاده از مدل‌های ترکیبی (FARAS + FKOPRAS)، به رتبه‌بندی و میزان تأثیرپذیری هر یک از مؤلفه‌های پایداری اجتماعی-فرهنگی از توسعه گردشگری پرداخته شد. نتایج به شرح ذیل است.

جدول ۸. وضعیت پایداری اجتماعی-فرهنگی جوامع محلی گیلان

مؤلفه	شاخص	میانگین	T	معناداری (۲) سطح دامنه	فاصل اطمینان تفاوت /۹۵ بالا پایین
فرهنگ و هویت	حفاظت از غذاهای سنتی و اصیل	۳/۳۰	۴۹/۱۱۹	۰/۰۰۰	۳/۴۲
	تقویت هویت	۳/۳۹	۴۹/۰۱۰	۰/۰۰۰	۳/۲۶
	حس تعلق مکانی به روستاها و استان گیلان	۳/۱۳	۴۹/۴۰۵	۰/۰۰۰	۳/۰۳
	احساس غرور محلی	۳/۴۸	۴۹/۲۶۹	۰/۰۰۰	۳/۳۳
آموزش	کمک به شناسایی نام محصولات کشاورزی مناطق و کشورها	۳/۰۷	۴۹/۹۴۹	۰/۰۰۰	۳/۰۰
	کمک به آموزش مشتریان در خصوص کشاورزی و میراث فرهنگی روستاها	۳/۱۸	۴۹/۹۵۸	۰/۰۰۰	۳/۰۴
	تقویت دانش بومی روستاییان	۳/۲۹	۴۹/۵۰۸	۰/۰۰۰	۳/۱۹
	اطلاع از گردشگری خوراک و مزایای آن در روستاها	۳/۹۶	۵۹/۶۹۱	۰/۰۰۰	۳/۸۷
مشارکت و سرمایه اجتماعی	توسعه فرهنگ مشارکت ساکنین	۳/۳۱	۴۹/۱۲۰	۰/۰۰۰	۳/۲۳
	افزایش خودباوری در زمینه توانایی‌های افراد	۳/۵۶	۵۵/۱۶۸	۰/۰۰۰	۳/۴۵
	افزایش مشارکت زنان و مردان در امور توسعه	۳/۲۴	۴۹/۶۹۷	۰/۰۰۰	۳/۱۲
	مشارکت ساکنین با گردشگران	۳/۱۶	۴۹/۳۰۶	۰/۰۰۰	۳/۰۳
	مشارکت ساکنین روستایی با سازمان‌ها	۳/۴۲	۵۵/۷۴۸	۰/۰۰۰	۳/۳۲
	توسعه شبکه‌های اجتماعی و اقتصادی در بین روستاییان	۳/۵۵	۵۵/۱۶۹	۰/۰۰۰	۳/۴۶
	توسعه سرمایه اجتماعی در بین روستاییان	۳/۹۶	۵۹/۶۹۱	۰/۰۰۰	۳/۸۷
	همبستگی و ارتباط جمعی بین زنان و مردان	۳/۸۴	۵۹/۶۸۱	۰/۰۰۰	۳/۷۰

مؤلفه	شاخص	میانگین	T	سطح معناداری (۲ دامنه)	فاصل اطمینان تفاوت
				بالا	پایین
همبستگی و انسجام سازمانی	همبستگی و انسجام بین سازمان های روستایی	۳/۸۵	۵۹/۶۸۳	۰/۰۰۰	۴/۰۰
	همکاری بین مسئولین و روستاییان	۳/۰۷	۴۹/۹۴۹	۰/۰۰۰	۳/۲۱
امنیت	بالارفتن تحرک و جابه‌جایی در میان زنان جوان به نسبت زنان میانسال	۳/۳۶	۴۹/۳۱۱	۰/۰۰۰	۳/۲۱
	امنیت اجتماعی مناسب برای رفت و آمد زنان و دختران	۳/۷۳	۵۹/۹۴۹	۰/۰۰۰	۳/۴۵
	تجربه و مهارت فنی در ارتباط با صنایع روستایی	۳/۶۸	۵۴/۸۴۰	۰/۰۰۰	۳/۵۳
	افزایش خودباوری در زمینه توانایی‌های افراد	۳/۰۷	۴۹/۹۴۹	۰/۰۰۰	۳/۲۱
توانمندسازی	افزایش سطح سواد	۳/۲۰	۴۹/۹۶۰	۰/۰۰۰	۳/۰۸
	توانمندسازی جوامع محلی به ویژه زنان روستایی	۳/۴۸	۴۹/۲۶۹	۰/۰۰۰	۳/۳۳
	ارتباط بین تولیدکنندگان و مصرف کنندگان (گردشگران غذا)	۳/۳۰	۴۹/۵۱۰	۰/۰۰۰	۳/۲۰
	کمک به ارتقای سلامت جامعه از طریق تولید غذای سالم	۳/۹۰	۵۹/۶۷۸	۰/۰۰۰	۳/۷۷
مهاجرت	علاقه جوانان خانواده به مشاغل کشاورزی-دامداری و ...	۳/۳۱	۴۹/۱۲۰	۰/۰۰۰	۳/۲۳
	بازگشت بستگان از شهرهای اطراف به روستا	۳/۳۰	۴۹/۱۱۹	۰/۰۰۰	۳/۲۲
	کاهش مهاجرت افراد نخبه روستایی	۳/۳۹	۴۹/۰۱۰	۰/۰۰۰	۳/۲۶
	توجه به تغییرات زندگی و توجه به آینده خانواده و فرزندان	۳/۰۰	۴۳/۰۷۲	۰/۰۰۰	۲/۸۷
آینده نگری روستاییان	توجه به رفع محدودیت‌های استفاده از منابع محیط روستایی	۳/۰۱	۴۳/۳۸۷	۰/۰۰۰	۲/۸۸
	داشتن برنامه‌ریزی مناسب در تشکیل‌های جدید کسب و کارهای مربوط به گردشگری غذا	۳/۰۰	۴۳/۰۷۲	۰/۰۰۰	۲/۸۷
توفیق‌طلبی	حفظ روحیه امیدواری و پشتکاری در مواجهه با ناکامی‌ها	۳/۰۵	۵۵/۶۹۴	۰/۰۰۰	۳/۹۶
	خوش‌بینی به نتایج فعالیت‌های جدید و نوآورانه با گردشگری غذا	۳/۰۵	۵۵/۶۹۴	۰/۰۰۰	۳/۹۶
	انگیزه تغییر در کیفیت زندگی در روستاها	۳/۳۷	۴۹/۰۰۹	۰/۰۰۰	۳/۲۳

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

همانطور که در جدول (۸)، ملاحظه می‌شود، مطابق نتایج آزمون، مقدار میانگین‌های به دست آمده در تمامی شاخص‌های مورد مطالعه بالاتر از حد متوسط عدد (۳) ارزیابی شد. به عبارت دیگر، میزان پایداری اجتماعی جوامع محلی در روستاهای گیلان مطلوب ارزیابی شد، به طوری که، در مؤلفه فرهنگ و هویت، شاخص احساس غرور محلی با مقدار ۳/۳۸، در مؤلفه آموزش، شاخص تقویت دانش بومی روستاییان با مقدار ۳/۲۹، در مؤلفه مشارکت و سرمایه اجتماعی، شاخص توسعه سرمایه اجتماعی با مقدار ۳/۹۶، در مؤلفه امنیت، شاخص امنیت اجتماعی مناسب برای رفت و آمد زنان و دختران با مقدار ۳/۷۳، در مؤلفه توانمندسازی، شاخص کمک به ارتقای سلامت جامعه از طریق تولید غذای سالم با مقدار ۳/۹۰، در مؤلفه مهاجرت، شاخص کاهش مهاجرت افراد نخبه روستایی با مقدار ۳/۳۹، در مؤلفه آینده‌نگری روستاییان، شاخص توجه به رفع محدودیت‌های استفاده از منابع محیط روستایی با میانگین ۳/۰۱، و در مؤلفه توفیق‌طلبی، شاخص انگیزه تغییر در کیفیت زندگی در روستاها با مقدار ۳/۳۷، بیشترین میزان پایداری اجتماعی در روستاهای گیلان شامل شدند.

تحلیل میزان پایداریسازی جوامع روستایی... / جوان و جمعه‌پور

در ادامه نیز با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون، به ارتباط بین پایداری اجتماعی-فرهنگی روستاییان و توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی پرداخته شد. نتایج به شرح جدول (۹) است.

جدول ۹. ارتباط بین پایداری اجتماعی-فرهنگی جوامع محلی و توسعه گردشگری

مؤلفه	متغیر وابسته	متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری (۲ دامنه)
فرهنگ و هویت	حفاظت از غذاهای سنتی و اصیل		۰/۵۶۴	۰/۰۰۰
	تقویت هویت		۰/۵۷۸	۰/۰۰۰
	حس تعلق مکانی به روستاها و استان گیلان		۰/۶۶۵	۰/۰۰۰
	احساس غرور محلی		۰/۶۷۰	۰/۰۰۰
آموزش	کمک به شناسایی نام محصولات کشاورزی مناطق و کشورها		۰/۵۷۱	۰/۰۰۰
	کمک به آموزش مشتریان در خصوص کشاورزی و میراث فرهنگی روستاها		۰/۴۹۹	۰/۰۰۱
	تقویت دانش بومی روستاییان		۰/۴۹۱	۰/۰۰۱
	اطلاع از گردشگری خوراک و مزایای آن در روستاها		۰/۴۵۵	۰/۰۰۰
مشارکت و سرمایه اجتماعی	توسعه فرهنگ مشارکت ساکنین		۰/۴۴۹	۰/۰۰۱
	افزایش خودباوری در زمینه‌ی توانایی‌های افراد		۰/۵۰۰	۰/۰۰۰
	افزایش مشارکت زنان و مردان در امور توسعه		۰/۵۵۷	۰/۰۰۰
	مشارکت ساکنین با گردشگران	توسعه	۰/۵۱۲	۰/۰۰۰
همبستگی و انسجام سازمانی	مشارکت ساکنین روستایی با سازمان‌ها	گردشگری	۰/۵۳۳	۰/۰۰۰
	توسعه شبکه‌های اجتماعی و اقتصادی در بین روستاییان		۰/۴۹۸	۰/۰۰۱
	توسعه سرمایه اجتماعی در بین روستاییان		۰/۵۷۷	۰/۰۰۰
	همبستگی و ارتباط جمعی بین زنان و مردان		۰/۵۶۱	۰/۰۰۰
امنیت	همبستگی و انسجام بین سازمان‌های روستایی		۰/۵۸۸	۰/۰۰۰
	همکاری بین مسئولین و روستاییان		۰/۴۹۹	۰/۰۰۱
	بالا رفتن تحرک و جابه‌جایی در میان زنان جوان به نسبت زنان میانسال		۰/۴۹۰	۰/۰۰۱
	امنیت اجتماعی مناسب برای رفت و آمد زنان و دختران		۰/۵۱۱	۰/۰۰۰
توانمندسازی	تجربه و مهارت فنی در ارتباط با صنایع روستایی		۰/۵۹۸	۰/۰۰۰
	افزایش خودباوری در زمینه‌ی توانایی‌های افراد		۰/۵۴۳	۰/۰۰۰
	افزایش سطح سواد		۰/۵۵۶	۰/۰۰۰
	توانمندسازی جوامع محلی به ویژه زنان روستایی		۰/۴۸۰	۰/۰۰۱
مهاجرت	ارتباط بین تولیدکنندگان و مصرف کنندگان (گردشگران غذا)		۰/۵۱۰	۰/۰۰۰
	کمک به ارتقای سلامت جامعه از طریق تولید غذای سالم		۰/۴۷۶	۰/۰۰۱
	علاقه جوانان خانواده به مشاغل کشاورزی-دامداری و		۰/۵۰۰	۰/۰۰۰
	بازگشت بستگان از شهرهای اطراف به روستا		۰/۵۶۴	۰/۰۰۰
آینده نگری روستاییان	کاهش مهاجرت افراد نخبه روستایی		۰/۵۸۱	۰/۰۰۰
	توجه به تغییرات زندگی و توجه به آینده خانواده و فرزندان		۰/۵۰۹	۰/۰۰۰
	توجه به رفع محدودیت‌های استفاده از منابع محیط روستایی		۰/۴۸۸	۰/۰۰۱
	داشتن برنامه‌ریزی مناسب در تشکیل‌های جدید کسب و کارهای مربوط به گردشگری غذا		۰/۴۷۷	۰/۰۰۱
توفیق طلبی	حفظ روحیه امیدواری و پشتکاری در مواجهه با ناکامی‌ها		۰/۵۱۷	۰/۰۰۰
	خوش‌بینی به نتایج فعالیت‌های جدید و نوآورانه با گردشگری غذا		۰/۵۷۶	۰/۰۰۰
	انگیزه تغییر در کیفیت زندگی در روستاها		۰/۵۵۴	۰/۰۰۰

مطابق جدول (۹)؛ بین توسعه گردشگری و پایداری اجتماعی-فرهنگی جوامع محلی در مؤلفه‌های (فرهنگ و هویت، مهاجرت، آینده‌نگری روستاییان، توفیق‌طلبی، توانمندسازی، امنیت، مشارکت و سرمایه اجتماعی، همبستگی و انسجام سازمانی، آموزش)، ارتباط معنادار و مثبتی در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵، وجود دارد. از این رو، در ادامه لازم دانسته شد به بررسی و رتبه‌بندی هر یک از مؤلفه‌های اجتماعی-فرهنگی پرداخته شود. نتایج به شرح جدول (۱۰) است.

جدول ۱۰. نتایج رتبه‌بندی (میزان تأثیرپذیری هر یک از مؤلفه‌های پایداری اجتماعی-فرهنگی از توسعه گردشگری)

مؤلفه	امتیاز کسب شده (Q _L)	بیشینه امتیاز (Q ^{MAX})	کمینه امتیاز (Q ^{MIN})	فاصله بین Q ^{MAX} و Q ^{MIN}	امتیاز از ۱۰۰
فرهنگ و هویت	۱۴/۲۱۱	۱۵/۲۱۰	۱۳/۰۰۰	۲/۲۱۰	۷۲/۳۵
آموزش	۱۴/۲۰۰	۱۵/۰۹۹	۱۳/۰۰	۲/۰۹۹	۷۲/۱۴
مشارکت و سرمایه اجتماعی	۱۴/۲۱۳	۱۵/۱۶۶	۱۳/۲۰۰	۱/۹۶۶	۷۲/۰۷
همبستگی و انسجام سازمانی	۱۴/۱۰۰	۱۵/۰۸۷	۱۳/۰۰	۲/۰۸۷	۷۲/۱۱
امنیت	۱۴/۱۸۸	۱۵/۱۹۰	۱۳/۳۴۳	۱/۸۴۷	۷۲/۰۴
توانمندسازی	۱۴/۳۳۴	۱۵/۴۳۲	۱۳/۰۰	۲/۴۳۲	۷۲/۵۰
مهاجرت	۱۴/۱۴۴	۱۵/۱۰۹	۱۳/۴۰۰	۱/۷۰۹	۷۲/۰۱
آینده‌نگری روستاییان	۱۴/۱۴۳	۱۵/۱۰۰	۱۳/۰۰	۲/۱۰۰	۷۲/۱۹
توفیق‌طلبی	۱۴/۲۰۰	۱۵/۱۸۰	۱۳/۲۰۰	۲/۰۲۰	۷۲/۱۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

همانطور که در جدول (۱۰) و شکل (۴-۲۳)، ملاحظه می‌شود، از بین مؤلفه‌های مطرح شده؛ به ترتیب توانمندسازی با مقدار وزن ۷۲/۵۰، فرهنگ و هویت با مقدار وزن ۳/۳۵، آینده‌نگری روستاییان با مقدار وزن ۷۲/۱۹، آموزش با مقدار ۷۲/۱۴، همبستگی و انسجام اجتماعی با مقدار وزن ۷۲/۱۱، مشارکت و سرمایه اجتماعی با مقدار وزن ۷۲/۰۷، امنیت با مقدار وزن ۷۲/۰۴ و مهاجرت با مقدار وزن ۷۲/۰۱، بیشترین و کمترین میزان تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی به خود اختصاص داده‌اند.

نتیجه‌گیری

مهم‌ترین بحث در مورد ارزش مصرف غذاهای محلی، پایداری جوامع محلی است که با توسعه گردشگری فراهم می‌شود. از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی و تحلیل میزان پایداری اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی مناطق روستایی استان گیلان با تأکید بر توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی، انجام شده است. در این راستا، به منظور ارتباط بین متغیر مستقل (توسعه گردشگری) و متغیر وابسته (پایداری جوامع محلی) با تأکید بر نقش میانجی (ارزش مصرف غذاهای محلی)، از آزمون تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج نشان داد، ضریب معناداری اثر غیرمستقیم میان توسعه گردشگری و پایداری جوامع محلی از طریق متغیر میانجی ارزش مصرف غذاهای محلی برابر ۲۴/۳۱ است. بنابراین، توسعه گردشگری تأثیر معناداری بر پایداری جوامع محلی دارد. سپس نتایج آزمون تی‌تک نمونه‌ای برای تمامی ابعاد پایداری نشان داد، که میزان پایداری اقتصادی، اجتماعی روستاهای گیلان مطلوب ارزیابی شد، و از سوی دیگر، بین پایداری جوامع محلی در روستاها و توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرفی غذاهای محلی، ارتباط معنادار و مثبتی وجود دارد، به طوری که در پایداری اقتصادی، از بین مؤلفه‌های مطرح شده؛ به ترتیب: تنوع شغلی با مقدار وزن ۷۲/۶۵، درآمد با مقدار ۷۲/۵۵، تنوع تولید و فروش با مقدار وزن ۷۲/۳۲، بازاریابی با مقدار وزن ۷۲/۱۱ و سرمایه‌گذاری با مقدار وزن ۷۲/۰۱، بیشترین و کمترین میزان تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی به خود اختصاص داده‌اند. در پایداری اجتماعی-فرهنگی نیز، از بین مؤلفه‌های مطرح شده؛ به ترتیب توانمندسازی با مقدار وزن ۷۲/۵۰، فرهنگ و هویت با مقدار وزن ۳/۳۵، آینده‌نگری

تحلیل میزان پایداری جوامع روستایی... / جوان و جمعه‌پور

روستاییان با مقدار وزن ۷۲/۱۹، آموزش با مقدار ۷۲/۱۴، همبستگی و انسجام اجتماعی با مقدار وزن ۷۲/۱۱، مشارکت و سرمایه اجتماعی با مقدار وزن ۷۲/۰۷، امنیت با مقدار وزن ۷۲/۰۴ و مهاجرت با مقدار وزن ۷۲/۰۱، بیشترین و کمترین میزان تاثیرپذیری را از توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس نتایج به دست آمده، نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که گردشگری غذایی با تمرکز بر مسائل فرهنگی، علاوه بر این که خاطره‌ای بیاد ماندنی برای مسافران رقم می‌زند، می‌تواند به اقتصاد بخش‌های کوچک جامعه به خصوص جامعه روستایی ایران کمک کند. توریسم غذا نشان دهنده فرصتی است که گردشگری را احیا کرده و آن را متنوع می‌کند. علاوه بر این، موجب توسعه اقتصادی محلی و بومی شده و به اشتغال‌زایی نیز منجر می‌شوند. به همین دلیل، توریسم غذایی می‌تواند در برندسازی و افزایش تقاضا برای مقاصد گردشگری نقش داشته باشد و در کنار آن، سنت‌های محلی و تنوع جوامع را نیز حفظ کند. افزون بر این، برای مناطق مختلف اعتبار و پاداش‌های دیگری نیز به همراه می‌آورد. همچنین قابل ذکر است، توسعه گردشگری با نقش میانجی ارزش مصرف غذاهای محلی در پایداری جوامع محلی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی تاثیر مثبت و معناداری بر جای دارد. در واقع با ورود گردشگران به روستاهای گیلان برای استفاده از غذاهای محلی، فرصت‌های شغلی متعددی برای جوانان بیکار و زنان روستایی و ... فراهم می‌شود، از سوی دیگر ثبات اقتصادی و امنیت شغلی برای آنها فراهم می‌شود، و در پی آن، تنوع منابع درآمدی در بخش‌های مختلف کشاورزی، غیرکشاورزی، صنعت و خدمات نیز ایجاد می‌شود. افزایش منابع درآمدی حاصل از گردشگری غذا، منجر به توسعه مشارکت، همبستگی اجتماعی، سرمایه اجتماعی، توانمندسازی، توفیق‌طلبی و ... می‌گردد، و در نهایت شرایط محیط مطلوب را برای ساکنین محلی فراهم می‌کند.

- توصیه می‌گردد؛ شکل‌گیری محیط نهادی و نظام مدیریتی یکپارچه مناسب در استان گیلان (که از ترکیب کارشناسان و متخصصان استاندارد و سازمان‌های جهاد کشاورزی، منابع طبیعی، آب‌خیزداری و محیط زیست، مرکز تحقیقات، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، تعاونی روستایی و ... تشکیل یافته است)، با هدف تنظیم مناسبات اجتماعی، اقتصادی، محیطی نواحی روستایی به منظور انسجام سازمانی در حمایت از برنامه‌ها و پروژه‌های محرک و پیشران توسعه گردشگری غذا و توانمندسازی جوامع روستایی به وجود آید.

- توصیه می‌گردد، برنامه‌ریزان گردشگری و صنایع وابسته همت خود را معطوف به سازمان‌دهی مناسب صنعت گردشگری، رفع نیازهای مشتریان، تقویت اقتصاد محلی و ایجاد چارچوبی درست و دقیق برای اداره منابع مواد غذایی محلی و منطقه‌ای کنند.

حامی مالی

بنا به اظهار نظر نویسنده مسئول، این مقاله تحت حمایت مادی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور (INSF) بوده است.

سهام نویسندگان در پژوهش

با توجه اینکه مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه می‌باشد، سهم و نقش نویسنده اول، به عنوان دانشجوی پایان نامه، نویسنده دوم به عنوان راهنما و نویسنده سوم به عنوان استاد مشاور بود.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

این اثر تحت حمایت مادی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور (INSF) برگرفته شده از طرح شماره « ۴۰۱۴۷۳۴ » انجام شده است.

منابع

- جوان، فرهاد؛ حسنوند، علی؛ و عارف‌نژاد، محسن. (۱۴۰۳). شناسایی تأثیرگذارترین و تأثیرپذیرترین عوامل توسعه گردشگری روستایی در راستای اقتصاد پایدار. پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۵(۱۵)، ۸۴-۹۸.
- جوان، فرهاد؛ و برزگر، صادق. (۱۴۰۳). تبیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر تحقق‌پذیری گردشگری جامعه‌محور در توسعه روستاهای پیراشهری کلانشهر رشت. توسعه فضاهای پیراشهری، ۶(۴)، ۳۷-۵۴.
- چشم‌فسا، ایمان. ۱۴۰۰. طراحی الگوی سنجش رضایتمندی گردشگران از خدمات رستوران‌های غذای محلی (مورد مطالعه: رستوران‌های غذای محلی واقع در تهران). فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۱۰(۴۰)، ۶۵-۸۴.
- حسینی، سیدقاسم. (۱۳۹۸). بررسی نگرش گردشگران نسبت به غذاهای محلی - بومی در مازندران. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۲۹)، ۹۱-۱۰۴.
- حیدری، محمدتقی؛ احدنژاد روشتی، محسن؛ و محرمی، سعید. (۱۳۹۸). تحلیلی بر بازآفرینی اقتصادی شهر با رویکرد گردشگری گاسترونومی (مطالعه موردی: رویداد جشنواره آش شهر زنجان). اقتصاد شهری، ۴(۶)، ۳۷-۵۴.
- شهابیان، محمد. ۱۳۹۶. غذاهای بومی و گردشگری در استان گیلان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. موسسه آموزش عالی کوشیار. گروه مدیریت بازرگانی، گرایش بازرگانی.
- فیروزی، محمدعلی؛ گودرزی، مجید؛ سلطانی، زهرا؛ و فریسات، مهین. (۱۴۰۱). بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری غذا در خیابان انوشه شهر اهواز. نشریه گردشگری شهری، ۹(۴)، ۶۵-۸۵.
- نعیم‌آبادی، نازنین؛ جوان، فرهاد؛ و حجت‌شماسی، سیروس. (۱۴۰۲). گردشگری روستایی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان (مورد مطالعه: روستاهای گردشگرپذیر شهرستان رضوانشهر). پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۴(۱۳)، ۱۸-۳۱.
- نیک‌رفتار، طیبیه؛ کریمی‌زاده، الهه؛ و حسینی، الهه. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل تأثیرگذار بر گردشگران در مصرف غذاهای محلی در استان گیلان. گردشگری و توسعه، ۷(۴)، ۱۱۹-۱۳۳.
- همتیان‌لرکی، زنبب؛ سواری، مسلم؛ و یزدان‌پناه، مسعود. (۱۴۰۱). بررسی تمایلات رفتاری گردشگران روستایی بر اساس ارزش مصرف غذای محلی در شهرستان شوشتر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مهندسی توسعه روستایی. گروه مهندسی ترویج و آموزش کشاورزی.
- Dougherty Michael L., Brown Laura E. & Green Gary Paul, (2013), The Social Architectur of Local Food Tourism: Challenges and Oppourtinitis for Community Economic Development, Journal of Rural Social Sciences, 28(2), PP. 1-27.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., and Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. Tourism Management, 68, 250-263.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. Sociologia Ruralis, 38(1), 21-34.
- Hall, C. M., and Sharples, L. (2004). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In Food tourism around the world (pp. 13-36). Routledge.
- Mkono, M., Markwell, K., & Wilson, E. (2013). Applying Quan and Wang's structural model of the tourist experience: A Zimbabwean netnography of food tourism. Tourism Management Perspectives, 5, 68-74.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. Annals of Tourism Research, 31(4), 755-778.
- Getz, D., & Robinson, R. N. (2014). Foodies and food events. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 14(3), 315-330.
- Torres, R. (200). Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: Tourist food consumption and preferences. Tourism Geographies, 4(3), 282-306.
- Soltani, M., Nejad, N. S., Azad, F. T., Taheri, B., & Gannon, M. J. (2020). Food consumption experiences: a framework for understanding food tourists' behavioral intentions. International Journal of Contemporary Hospitality Management. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0206>.
- Ha, J., Jang, S.S., (2013). Variety seeking in restaurant choice and its drivers. International Journal of Hospitality Management. 32, 155-168.
- Fields, K.(2002). Demand for the Gastronomic Tourism Product: Motivational Factors. Tourism and Gastronomic.London and New York: Routledge.
- Williams, P., & Soutar, G. (2006). Customer value, satisfaction and intentions: Some insights from adventure tourism.
- Choe, J. Y. J., & Kim, S. S. (2019). Development and validation of a multidimensional tourist's local food consumption value (TLFCV) scale. International Journal of Hospitality Management, 77, 245-259. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.07.004>
- Kivela, J., & Crorrs, C. (2005). Gustoronomy tourism; Amraingful Market segment. Journal of culinary science& tourism, 4(2-3), 39-55.

تحلیل میزان پایداری جوامع روستایی... / جوان و جمعه پور

- Buiatti Stefano, (2011), [Food and Tourism: the role of the "Slow Food" association](#), Food, Agri-Culture and Tourism (book), editors: Katia Laura Sidali ksidali, Achim Spiller a.spiller & Birgit Schulze bschulze, Springer Vienna, PP. 92-101.
- Long Lucy M., (2013), [Culinary Tourism, Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics](#), Springer Science-Business Media Dordrecht. 1-8.
- Yurtseven H. Ridvan, (2011), [Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada \(Imbros\): Local and Authentic Perspectives](#), International Journal of Humanities and Social Science Vol. 1 No. 18 [Special Issue], PP. 17-26.
- Truong, Thi Lan Huong & Nguyen, Thi. (2023). [Street food experience and destination image: a study on tourist perceptions in Da Lat](#). Journal of International Economics and Management, 23(3), 68-88. <https://doi.org/10.38203/jiem.023.3.0075>.
- Cheng, D; Fountain, J; Rosin, C and Lucock, SH (2020). [The role of local cuisine in the tourism destination: Supply-side food tourism stakeholders' perceptions in Suzhou, China \[online\]](#). In: CAUTHE: 20 Vision: New Perspectives on the Diversity of Hospitality, Tourism and Events. Auckland, New Zealand: Auckland University of Technology. 213-219.
- Din Wani, Mehraj, Ahmad Dada, Zubair & Ahmad Shah, Shamim. (2023). [Can consumption of local food contribute to sustainable tourism? Evidence from the perception of domestic tourists](#), International Journal of Sustainable Development & World Ecology, DOI: 10.1080/13504509.2023.2262950.
- An, Soyoung, Choi Jinkyung, Eck, Thomas & Yim Huirang (2023), [Perceived Risk and Food Tourism: Pursuing Sustainable Food Tourism Experiences](#), Sustainability, 16(1), pp. 1-19. <https://doi.org/10.3390/su16010013>.

