

Investigating the role of food tourism in the livelihood diversity of rural communities in Rasht city (Case study: Balsabneh village, Kouch-e-Safhan district)

Seyyede Fatemeh Emami¹, Majid Yasouri^{2✉}, Fereshteh Cheraghipur³

- 1- Postdoctoral Researcher, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran.
 2- Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran.
 3- PhD Student, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran.

Article Info

Article type:
Research Paper

Keywords:
Food tourism,
livelihood diversity,
rural communities.

Received:
?

Received in revised form:
?

Accepted:
?
pp. ?-?

Abstract

This research aimed to analyze the role of gastronomy tourism in enhancing the livelihood diversity of rural communities in the Balasbeneh Rural District of Gilan province. Despite tourism creating new job opportunities, the predominant livelihood structure of the residents remains based on agriculture. This study is an applied, descriptive-analytical research. The statistical population consisted of 5,819 rural households, from which a sample of 393 individuals was selected using the Cochran formula. Data were collected via a questionnaire, and the results were analyzed using non-parametric tests like Spearman, Chi-square, and Kruskal-Wallis in SPSS. The research instrument's validity was confirmed by five faculty members, and its reliability was calculated with a Cronbach's alpha of 0.889. The findings showed that the highest mean score belonged to the socio-cultural dimension, especially for the indicators of communications and local attachment, with values of 3.12 and 3.39, respectively. In contrast, the lowest means were observed in the economic and physical-spatial dimensions, at 2.55 and 2.09, respectively. The highest correlation was found between the environmental and physical dimensions (0.561), and the lowest was between the economic and physical dimensions (0.379). The food revival indicator had the highest mean rank (26/253), while the marketing indicator had the lowest mean rank (56.63). The novelty of this research lies in its simultaneous focus on the connection between gastronomy tourism, the expansion of livelihood diversity, and the socio-cultural dimensions of Gilan's villages, which has previously received less attention from researchers. The study's combined analytical approach partially fills the gap in the literature on gastronomy tourism in northern Iran, emphasizing dimensions beyond mere economics and food introduction. It shows that while gastronomy tourism can enhance cultural interactions and strengthen local identity, it has the potential to develop new businesses. However, achieving sustainable economic and livelihood development requires targeted investment in infrastructure, education, and marketing. The findings can serve as a guide for policymakers and tourism stakeholders in planning for sustainable rural development.

Citation:

Publisher: Vali-e-Asr University of Rafsanjan

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2068736.1034>

The Author(s) ©



Extended Abstract

Introduction

Rural tourism has been considered as a strategy for the socio-economic development of the residents of local communities due to its diverse functions and high ability to connect with other economic sectors, and it has created employment, improved infrastructure and economic benefits in rural areas. Rural tourism achieves progress in villages where the host community preserves its cultures, relationships and traditions and the use of agricultural land remains strong in terms of quantity and quality. Rural development and the application of new strategies are a necessity in order to improve the current situation of rural areas. Meanwhile, tourism development can be considered as a tool for economic growth in rural areas. Tourism is considered as an economic panacea for rural areas, increasing the viability of remote areas, stimulating the revival of settlements, improving the living conditions of rural communities, and a catalyst for the economic and social development of rural areas. And in connection with other sectors, it is considered to be one of the most popular and lucrative goals of developed countries in terms of tourism. Native foods are one of the best foods in terms of nutritional value, availability of raw materials, freshness, absence of chemical preservatives and cheapness. The relationship between food and tourism provides significant opportunities for the sustainable development of regions, the link between the two will boost employment and increase sales of local products. The growth and development of food tourism can play an effective role in the mobility and dynamism and comprehensive and sustainable development of the country's rural communities. Sustainability of food tourism keeps activities, people and institutions sustainable with other elements of a place such as natural resources, history and socio-cultural values. Food tourism refers to visiting and traveling, the main motive of which is food and drinks; As a result, the most important motivation for people in this type of tourism is the interest in experiencing food and drinks, which, due to being different from everyday food or the cultural context in

which they are presented, leave a lasting image of that destination in the mind. Food tourism can lead to many economic benefits and many have considered it as a tool for rural development that can help stimulate the economy and support existing businesses and also create jobs. Tourism is the main driver of food festivals, where visitor attraction and spending contribute to the local economy.

Methodology

The research method is from the point of view of applied purpose and descriptive-analytical nature. The statistical population of the research is the total number of people who completed the questionnaire from a number of samples from each village. Finally, according to the Cochran model, 393 samples were taken. The method of collecting information is documentary and survey. The indicators of the questionnaire were obtained by studying the theoretical foundations. 393 questionnaires were distributed among the rural households of Belsbaneh district. 393 questionnaires were distributed among the rural households of Belsbaneh district. The validity of the questionnaire was checked with the opinions of several professors and its reliability was obtained with Cronbach's alpha of 0.889. The data obtained from the questionnaire was entered into spss software and analyzed with chi-square, Kruskal-Wallis and Spearman correlation tests in spss26 software.

Results

The socio-cultural index has the highest average (3.12) and the economic index has the lowest average (2.55). Also, in the economic index, item 12 (livelihood of village residents) has the highest average (3.83) and item 3 (adequate investment for tourism in the village) has the lowest average (1.70). In the socio-cultural index, the item of the spirit of hospitality of the villagers has the highest average (4.45) and the item (the level of trust among the people of the village) has the lowest average with an average of 2.48. In the environmental index, the item (healthy weather in touristic rural areas) has the highest average with a value of 4.12 and the

item (recreation facilities and parks in the village) has the lowest average with a value of 2.07. Food festivals have been held in small numbers in villages, except in some schools. Local foods are used in most villages. Therefore, it can be concluded that the research averages are different from each other and have differences. The value of sig (significance level) in all indicators is less than 0.05 and significant. Therefore, the difference observed among the variables is significant.

Discussion and Conclusion

In a small number of villages (Peshkeh, Mojdeh and Sedeh) there are activities such as handicrafts, flower and plant cultivation and animal husbandry. In the socio-cultural dimension, the lowest ranking average is related to the index of sustainable social consequences with the value (90.94) and the highest ranking average is related to the index of belonging and dependence with the value (304.23). There is enough security in most of the villages and the residents of the villages belong to their place of residence. Food tourism activities have not reduced the amount of migration to the city. A number of rural households have sold their land or houses and migrated to the city for agriculture due to the lack of water. In the environmental dimension, the lowest ranked average is (33.44) and the highest ranked average is (218.55). The natural environment of most rural areas has a healthy climate, but the environmental condition of the villages has not been improved. Rivers are polluted and garbage is left in the environment. In the physical dimension, the index of the spatial-physical condition of the village has the lowest ranking average with a value of (69.95) and the index of rural services with a value of (254.18) has the highest-ranking average. Residential houses in the villages of Rasht city are in a better condition than in the past. Most of the rural roads are paved. There are recreational, sports and park facilities in a small number of villages and there is not enough investment in this field. Most villages do not have safe drinking water and use well water (Kasht Masjid, Ali Nodeh, Jafarabad, Mojdeh and Peshkeh).

Conclusion

Food tourism is a part of rural tourism and has a great impact on food culture, cultural interactions and recognition of food culture of local communities. It also makes tourists more aware of the food experiences of the tourist destination and has economic, socio-cultural benefits for rural areas. The development of food tourism should increase and diversify employment, create entrepreneurship opportunities and reduce migration to urban areas. In addition to increasing the attraction of tourists, traditional and local foods help to know the food culture and customs of rural areas. This research shows that if sufficient investment is made in the field of food tourism and the local residents become familiar with the needs of the tourism market and participate with each other, the quality of life in the village will improve due to food tourism activities and cause employment, decrease Migration and livelihood diversity in rural communities. Also, for the development of food tourism, recreational facilities and parks in villages should be increased. The highest average is related to the socio-cultural dimension (3.12) and indicators of cultural communication and interactions and belonging and dependence (3.39). Therefore, it can be concluded that in terms of cultural interactions, most of the villages are in a favorable situation. Also, their food culture has been introduced to tourists.

Declaration of Generative AI and AI-assisted technologies in the writing process

The authors declare that they did not use any artificial intelligence (AI) tools in the preparation of this manuscript.

Funding

This article is not sponsored

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.



بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشتی جوامع روستایی شهرستان رشت (مطالعه موردی: دهستان بلسبنه بخش کوچصفهان)

سیده فاطمه امامی^۱، مجید یاسوری^۲، فرشته چراغی پور^۳

۱. پژوهشگر پسادکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۲. استاد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۳. دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ دریافت:

؟؟؟/؟؟/؟؟

تاریخ بازنگری:

؟؟؟/؟؟/؟؟

تاریخ پذیرش:

؟؟؟/؟؟/؟؟

صص.؟؟-؟

کلید واژه‌ها:

گردشگری غذا،

تنوع معیشتی،

جوامع روستایی.

این پژوهش با هدف واکاوی نقش گردشگری غذا در ارتقاء تنوع معیشتی جوامع روستایی دهستان بلسبنه استان گیلان انجام شده است. علیرغم آنکه ورود گردشگری سبب ایجاد فرصت‌های شغلی جدید گردیده، ساختار معیشتی غالب ساکنان همچنان مبتنی بر کشاورزی باقی مانده است. مطالعه حاضر ماهیتی کاربردی و توصیفی-تحلیلی دارد و جامعه آماری شامل ۵۸۱۹ خانوار روستایی بوده که از میان آن‌ها با استفاده از فرمول کوکران، نمونه‌ای ۳۹۳ نفره انتخاب شد. گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه و تحلیل نتایج با آزمون‌های ناپارامتریک اسپرمن، کای اسکور و کروسکال والیس در محیط SPSS صورت پذیرفت. روایی ابزار پژوهش توسط پنج نفر از اعضای هیئت علمی تأیید و پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰/۸۸۹ محاسبه شد. تحلیل یافته‌ها نشان داد که بالاترین میانگین متعلق به بعد اجتماعی-فرهنگی، به ویژه شاخص‌های ارتباطات و تعلق خاطر محلی، با مقادیر ۳/۱۲ و ۳/۳۹ است؛ در مقابل، پایین‌ترین میانگین‌ها در ابعاد اقتصادی و کالبدی-فضایی به ترتیب برابر با ۲/۵۵ و ۲/۰۹ دیده شد. بیشترین همبستگی میان بعد محیطی و کالبدی (۰/۵۶۱) و کمترین همبستگی میان ابعاد اقتصادی و کالبدی (۰/۳۷۹) ثبت گردید. شاخص احیای غذا بالاترین میانگین رتبه (۲۶/۲۵۳) و شاخص بازاریابی پایین‌ترین میانگین رتبه (۵۶/۶۳) را به خود اختصاص داد. نوآوری این پژوهش در تمرکز بر ارتباط همزمان گردشگری غذا با گسترش تنوع معیشت و ابعاد فرهنگی-اجتماعی روستاهای گیلان است، که پیش‌تر کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته بود. رویکرد تحلیلی ترکیبی این مطالعه شکاف موجود در ادبیات مربوط به گردشگری غذای مناطق شمالی ایران با تأکید بر ابعاد فراتر از صرف اقتصاد و معرفی غذاها را تا حدی پر کرده و نشان می‌دهد که گردشگری غذا، ضمن ارتقاء تعاملات فرهنگی و تقویت هویت محلی، ظرفیت توسعه مشاغل جدید را دارد، اما نیل به توسعه اقتصادی و معیشتی پایدار ملزم به سرمایه‌گذاری هدفمند در زیرساخت‌ها، آموزش و بازاریابی است. یافته‌ها می‌تواند به عنوان راهنمایی برای سیاست‌گذاران و فعالان حوزه گردشگری در جهت برنامه‌ریزی و توسعه پایدار روستایی تلقی شود.

استناد:

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2068736.1034>

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان



مقدمه

گردشگری روستایی با توجه به کارکردهای متنوع و نیز توانایی بالا در ارتباط با سایر بخش‌های اقتصادی به عنوان راهبردی برای توسعه اجتماعی-اقتصادی ساکنان اجتماعات محلی مورد توجه قرار گرفته است و باعث ایجاد اشتغال، بهبود زیرساخت‌ها و منافع اقتصادی در نواحی روستایی است (EinAli et al., 2018: 173). قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (2017-2021) بیانگر عزم جدی دولت در تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز مناطق گردشگری با مشارکت بخش غیر دولتی است. در زمینه گردشگری روستایی، تهیه و اجرای طرح بهسازی و احیای ۳۰۰ روستای دارای بافت باارزش تاریخی و فرهنگی و روستاهای هدف گردشگری مد نظر قرار گرفته است (Planning and Budget Organization, 2016). گردشگری روستایی در روستاهایی پیشرفت حاصل می‌کند که جامعه‌ی میزبان فرهنگ‌ها، روابط و سنت‌های خود را حفظ نماید و کاربری اراضی کشاورزی همچنان به لحاظ کمیت و کیفیت به قوت خود باقی باشد (Falak et al., 2014: 414). توسعه روستایی و کاربست راهبردهای جدید، ضرورتی در راستای بهبود وضعیت فعلی مناطق روستایی است. در این میان توسعه گردشگری می‌تواند به عنوان ابزاری برای رشد اقتصادی در نواحی روستایی در نظر گرفته شود (Modudi Arkhodi & Ferdowsi, 2020: 25; Ferdowsi et al., 2018: 62).

از گردشگری به عنوان یک عامل مهم اقتصادی نواحی روستایی، بالا برنده قابلیت زیست در نواحی دور افتاده، محرک تجدید حیات سکونتگاه‌ها، بهبود دهنده شرایط زندگی جوامع روستایی (Roknoddin Eftekhari et al., 2011: 31) و کاتالیزوری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی یاد می‌شود (Aligholizadeh Firouzaei et al., 2009: 3-4, cited in). گردشگری غذا در فضای جغرافیایی خاص خود و در ارتباط با سایر بخش‌ها از اهداف پرتعداد و پرمایه کشورهای توسعه یافته در امر گردشگری محسوب می‌شود. غذاهای بومی از نظر ارزش غذایی، در دسترس بودن مواد اولیه، تازگی، عاری بودن از نگهدارنده‌های شیمیایی و ارزان بودن یکی از بهترین مواد غذایی است (Abbasi & Kajani, 2021: 387). رابطه بین غذا و گردشگری فرصت‌های قابل توجهی برای توسعه پایدار مناطق فراهم می‌کند، پیوند بین این دو باعث رونق اشتغال و افزایش فروش محصولات محلی می‌شود (Ghanbari et al., 2022: 117). رشد و توسعه گردشگری غذا می‌تواند در تحرک و پویایی و توسعه همه‌جانبه و پایدار جوامع روستایی کشور نقش موثری ایفا کند (Tahmasebi et al., 2020: 118).

پایداری گردشگری غذا فعالیت‌ها، افراد و موسسات را با عناصر دیگر یک مکان مانند منابع طبیعی، تاریخ و ارزش‌های فرهنگی اجتماعی پایدار نگه می‌دارد (Star et al., 2020: 430). گردشگری غذا به بازدید و مسافرتی ارجاع دارد که انگیزه اصلی آن غذا و نوشیدنی است؛ در نتیجه مهمترین انگیزه برای افراد در این نوع از گردشگری علاقه به تجربه 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 به جای می‌گذارند (Sengal et al., 2015: 430). گردشگری غذا می‌تواند به منافع اقتصادی فراوانی منجر شود و بسیاری آن را ابزاری برای توسعه روستایی قلمداد کرده اند که می‌تواند به تحرک اقتصاد یاری رساند و از مشاغل موجود حمایت کند و همچنین باعث ایجاد شغل شود (Azman, 2012: 54-53). گردشگری عامل اصلی جشنواره‌های خوراک، جایی که در آن جذب بازدید کننده و صرف هزینه در اقتصاد محلی نقش دارند، می‌باشد (Star et al., 2020: 433).

تنوع بخشی به فعالیت‌ها یک ضرورت کلی است؛ به گونه‌ای که با توجه به چالش‌های متعدد معیشتی، از جمله محدودیت منابع زمینی و دامی و نحوه بهره‌برداری پایدار از منابع، نباید تمامی دارایی‌ها صرف یک فعالیت مشخص شود (Brown et al., 2010: 563). تنوع معیشتی در جامعه روستایی یکی از عوامل مهم توسعه به شمار می‌رود؛ به طوری که از طریق گسترش منابع درآمدی متنوع، توان پشتیبانی اجتماعی برای بقا و ارتقای استانداردهای زندگی افزایش می‌یابد. در مقابل، فقدان تنوع معیشتی می‌تواند به بروز بیکاری آشکار و پنهان، افزایش آسیب‌پذیری اقتصاد روستایی، مهاجرت روستاییان، گسترش حاشیه‌نشینی و شکل‌گیری ناهنجاری‌های شهری منجر شود (Hosseini et al., 2021: 12). بنابراین یکی از راه‌های جلوگیری از افزایش فقر

بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشتی جوامع روستایی شهرستان رشت / ک. امامی و همکاران

روستاییان، توجه به وضع معیشتی خانوارهای روستایی است از این رو با تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، بهبود کشاورزی، توسعه امکانات زندگی در روستا، مشارکت اجتماعی و ثبات شغلی معیشت روستایی بهبود می‌یابد (Heidari sarban & Abdpour, 2019: 24).

شهر رشت بزرگترین و پرجمعیت‌ترین شهر شمال ایران است که به عنوان یکی از مهمترین مقصدهای گردشگری کشور شناخته می‌شود (Hamidi et al., 2021: 446). این شهر با توجه به جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی، طبیعی و موقعیت استقرار در مجاورت دریای خزر استعدادهای زیادی در امر گردشگری دارد و می‌تواند از لحاظ گردشگری خوراک نیز جایگاه مناسبی کسب کند. خوراک در شهر رشت می‌تواند در توانمندی شهر در جذب بیشتر گردشگر و افزایش فعالیت‌های گردشگری و ایجاد اشتغال نقش مهمی ایفا کند (Jafari Mehrabadi et al., 2017: 682). بنابراین با توجه به ظرفیت بالای استان گیلان در زمینه تنوع غذایی و نقش غیرقابل انکار آن در جذب گردشگر، می‌توان گفت که گردشگری مبتنی بر غذا نه تنها عاملی اثرگذار بر رونق گردشگری منطقه‌ای محسوب می‌شود، بلکه در ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار، افزایش درآمد خانوارهای روستایی و کاهش وابستگی صرف به فعالیت‌های کشاورزی نیز نقش برجسته‌ای دارد. از آنجا که روستاهای بخش مرکزی شهرستان رشت، با وجود سابقه طولانی در تولیدات کشاورزی، امروز در معرض تحولات اجتماعی و اقتصادی قرار گرفته‌اند، توجه به ظرفیت‌های نوین از جمله گردشگری غذا می‌تواند به عنوان راهکاری کارآمد برای تنوع بخشی به معیشت ساکنان و بهبود کیفیت زندگی آنان مطرح شود.

ضرورت پرداختن به این موضوع در آن است که بخش قابل توجهی از روستاهای گیلان، به واسطه برخورداری از تنوع زیستی، فرهنگی و غذایی، پتانسیل بالایی در جذب گردشگران داخلی و خارجی دارند؛ با این حال تاکنون کمتر به نقش مستقیم و غیرمستقیم گردشگری غذا در معیشت و اقتصاد روستاها توجه شده است. در نتیجه، پژوهش حاضر با تمرکز بر بخش مرکزی شهرستان رشت و ۶۹ روستای موجود در آن، درصدد است نقش گردشگری غذا در تنوع بخشی معیشت جوامع روستایی را مورد تحلیل قرار دهد تا بتواند هم از جنبه نظری، به غنای ادبیات موضوع بیافزاید و هم از جنبه کاربردی، به تصمیم‌گیران محلی و منطقه‌ای در مسیر توسعه پایدار گردشگری و تقویت اقتصاد روستایی یاری رساند. از این رو، هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشتی جوامع روستایی بخش مرکزی شهرستان رشت است؛ تا از طریق شناسایی ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود، راهکارهایی برای ارتقا و بهره‌برداری مؤثرتر از این پتانسیل‌ها در راستای بهبود اقتصاد محلی و کیفیت زندگی ساکنان ارائه شود.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱.۲. مفاهیم

لغت گردشگری یا توریسم^۱ بر گرفته از واژه تور^۲ به معنی گشتن است که ریشه در لغت لاتین به معنی دور زدن^۳، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت، به انگلیسی راه یافته است (Wu et al., 2010: 742) گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین تحرک اجتماعی با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است (Rahnamayi, 2017: 153). در دهه‌های اخیر گردشگری به ویژه در مناطق روستایی اهمیت قابل توجهی در زمینه تنوع بخشی اقتصادی پیدا کرده است (Mahdavi, 2016: 275). گردشگری به عنوان ابزاری کارآمد برای احیای اقتصادی و فعال سازی نیروی انسانی در مناطق روستایی در حال افول مطرح است؛ چراکه این فعالیت قابلیت هم‌زیستی و تعامل با کشاورزی سنتی و صنایع روستایی را دارد و می‌تواند ضمن جلوگیری از زوال آن‌ها، زمینه ایجاد ارزش افزوده و بهره‌مندی اقتصادی پایدار را فراهم کند (Hossein-Zadeh et al., 2021: 219).

1. Tourism
2. Tour
3. Turns

گردشگری روستایی حالتی ذهنی است که به وسیله آن گردشگران، فعالانه تجربه تفریح را در محیط روستایی جستجو می کنند به بیان دیگر جهانگردی روستایی شکلی از فعالیت اقتصادی گردشگری است که در حومه شهرها و نقاط داری شکل و بافت روستایی انجام می پذیرد (Musa Rezaei & Ebrahimi, 2017: 99). همچنین گردشگری روستایی شامل فعالیت های چندگانه است که در خارج از شهر انجام می شود و به گردشگران ماهیت زندگی روستایی را نشان می دهد. این نوع گردشگری به مجموعه فعالیت هایی گفته می شود که از طریق فعالیت های گردشگری مانند تأمین اقامتگاه، غذا، یادگیری و آموزشی درباره روستا و مزرعه درآمدهایی را برای افراد آن روستا فراهم می آورند (opperman, 1996: 93) گردشگری روستایی با تأثیرگذاری در ارتقای شیوه های زندگی روستایی به ایجاد تغییرات مثبت در توزیع درآمد می انجامد و همچون ابزاری کارآمد نقش ویژه ای در ایجاد ارزش افزوده تجاری برای تولید کنندگان محلی دارد. بنابراین از آن به مثابه محرک و ابزاری برای توسعه مناطق روستایی و توسعه محلی یاد می شود (Gjorgievski et al, 2013: 43).

گردشگری همواره تأثیرات دوسویه ای بر اجتماعات محلی روستاهای مقصد گردشگری داشته است؛ به گونه ای که از یک سو پیامدهای اقتصادی مثبتی همچون ایجاد فرصت های شغلی و درآمدی برای ساکنان مناطق روستایی به همراه دارد. از جمله این پیامدها می توان به تنوع بخشی به اقتصاد کشاورزی و افزایش بهره وری آن، ایجاد فعالیت های تکمیلی، توسعه زیرساخت ها، گسترش صنایع دستی محلی، بهبود استانداردهای زندگی و تقویت پیوندهای روستا-شهری اشاره کرد (Ramjit, 2015: 124). افزون بر این، توسعه گردشگری روستایی می تواند با اصلاح و تحول ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی، نقش مهمی در پویایی و باز زنده سازی مناطق روستایی ایفا کند (Giannakis, 2014: 40; Oriade & Robinson, 2017: 15) از یک سو، گردشگری روستایی به عنوان ابزاری مؤثر در تنوع سازی اقتصاد روستاها در قالب صنعت گردشگری مطرح است و از سوی دیگر، با غلبه بر انگاره های توسعه نیافتگی و ارتقای استانداردهای زندگی ساکنان محلی، می تواند به تحرک رشد اقتصاد ملی کمک کند (Najjarzadeh & Nematollahi, 2016). همچنین، در مناطق روستایی کمتر توسعه یافته، توسعه گردشگری می تواند به عنوان یک نیروی محرک مهم در افزایش درآمد، توانمندسازی گروه های در حاشیه، کاهش فقر، تحقق توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست ایفای نقش کند (Wang et al, 2013: 116). در مجموع، گردشگری تأثیرات قابل توجهی بر معیشت روستایی دارد که این تأثیرات می توانند هم مثبت و هم منفی باشند؛ به گونه ای که مهم ترین پیامدهای آن در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره ۱: پیامدهای مثبت و منفی گردشگری بر معیشت روستایی (Mthembu, 2011: 78-54)

سرمایه ها	اثرات مثبت	اثرات منفی
نهادی	افزایش مشارکت و ایجاد پیوند بین مردم و برنامه ریزان	افزایش فاصله بین مردم و برنامه ریزان تصویب برنامه ها بدون دخالت مردم
اقتصادی	ایجاد اشتغال، رشد اقتصادی، ایجاد مازاد درآمد، ایجاد بازارهای جدید	کیفیت پایین مشاغل، فصلی بودن مشاغل مرتبط با گردشگری، اتکای بیش از حد بر گردشگری
اجتماعی	بهبود استانداردهای زندگی	مشکلات اجتماعی و پراکنده شدن فضای جامعه
طبیعی	ارتقاء اخلاق محیط زیستی، تحقیق و توسعه	فشار بر محیط طبیعی و کاهش دسترسی به منابع طبیعی
انسانی	آموزش و پیشرفت، کاهش آسیب پذیری	رقابت ناعادلانه

راهبرد معیشت پایدار در اواخر دهه ۱۹۸۰ در کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه با هدف پیشرفت و برای فقر زدایی از اجتماعات روستایی به وجود آمد. بر اساس تعریف موسسه محیط زیست استکهلم، معیشت پایدار به معنای شرایطی است که در آن، نظام های انسانی، طبیعی و اقتصادی طرفدار توسعه پایدار و حافظ منابع نسل های آتی باشند (Haji Hosseini et al., 2019: 695). از دهه ۱۹۹۰ نیز، برای درک شیوه زندگی مردم فقیر و محروم، تجزیه و تحلیل معیشت به ابزار اصلی بین المللی تبدیل شده

بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشتی جوامع روستایی شهرستان رشت / کمال امامی و همکاران

است (Rahman et al, 2018: 168). این واژه شامل توانایی‌ها (ذخایر، منابع و میزان دسترسی) و فعالیت‌های مورد نیاز برای استفاده از زندگی است (Mbaiwa & Stronzab, 2010: 637). همچنین به روشی که فرد در آن تأمین می‌شود اشاره دارد که مبتنی بر توانایی‌ها، دارایی‌ها و فعالیت‌ها است. راهبرد معیشت ترکیبی از فعالیت‌ها و گزینه‌های انجام شده توسط خانوارهای روستایی، برای دستیابی به اهداف معیشتی خود، است (Freduah et al, 2017: 7).

در تعریف دیگر عبارت است از فعالیت‌ها، دارایی‌ها و دسترسی‌هایی که به طور مشترک، منابع کسب درآمد فرد یا خانوار روستایی را تعیین می‌کنند (Davies & Hossain, 1987:1; Paudel khatiwada et al: 2017: 20). معیشت از قابلیت‌ها، سرمایه‌ها (انبارها، منابع و حق دسترسی به منابع) و فعالیت‌های لازم برای گذران معاش تشکیل شده است (Darban Astaneh et al., 2017: 50). همچنین معیشت به معنای زندگی و زنده بودن، توانایی‌ها، دارایی‌ها و فعالیت‌هایی است که برای زندگی و زنده بودن مورد نیاز است (Veisi & Nikkhah, 2016: 334). تنوع معیشتی در قالب فرآیندی تعریف می‌شود که از طریق آن، جامعه روستایی به کسب منافع و درآمدهای متنوع می‌پردازد. خانوار روستایی می‌تواند مجموعه‌ای از فعالیت‌های معیشتی مانند تولید محصولات کشاورزی، کارگری، دامداری و بنایی را برای تکمیل نیازهای مربوط به درآمد و امرار معاش با یکدیگر ترکیب کند (Hosseini et al., 2021: 12). تنوع معیشتی روستایی را به عنوان فرآیندی تعریف می‌شود که بر مبنای آن هر خانوار مجموعه متنوعی از فعالیت‌ها و قابلیت‌های حمایتی اجتماعی را برای بقا و بهبود استانداردهای زندگی به کار می‌گیرند. ترکیب فعالیت‌ها بستگی به توانایی خانوار در دسترسی داشتن به فرصت‌های مختلف معیشتی دارد (Hossein & Nelson, 1997: 4).

در سال‌های اخیر غذا عنصری تجدید ناپذیر شناخته شده است که از طریق آن می‌توان فرهنگ و سبک زندگی هر کشوری را شناخت (Rachao et al, 2019: 35). در توسعه گردشگری غذا عواملی نظیر افزایش آگاهی مصرف کنندگان از آن، افزایش آگاهی آن‌ها در زمینه بهبود مواد غذایی، افزایش محبوبیت خوردن در خارج از منزل، پیشرفت تکنولوژی و دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی، تنوع طلبی و جستجوی غذاهای منحصر به فرد و به یاد ماندنی نقش بسزایی دارند (Stanley & Stanley, 2015: 4-7). 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: 51). انجمن جهانی سفر مبتنی بر غذا در سال ۲۰۱۳ گردشگری غذا را در کل صنعت غذا برشمرد و آن را چنین تعریف کرد دستیابی و لذت بردن از غذای منحصر به فرد و یادمانی و چشیدن طعم نوشیدنی در مکان‌های دور و نزدیک این تعریف دلالت بر مشارکت خدمات غذا، نوشیدنی و گردشگری دارد، مثلاً رستوران‌ها، فروشندگان غذاهای خیابانی، بازارهای محلی و کافه‌ها لذت منحصر به فرد و تجربه‌های فراموش نشدنی را هنگام سفر برای گردشگر به وجود می‌آورند.

به طور کلی گردشگری غذا به معنی سفر کردن برای لذت بردن از طریق تجربه خوردن و نوشیدن در مقصد گردشگری بوده است (Jafari Mehrabadi et al., 2017: 684). محققان می‌گویند سهم غذا در گردشگری حدود ۱۵ درصد است و هر گردشگر در زمان حضور خود در کشور مقصد نزدیک به ۱۵۰ تا ۲۰۰ دلار صرف خرید غذا می‌کند. کارشناسان گردشگری معتقدند گردشگری غذا تجسمی از ارزش‌های سنتی به شمار می‌رود که در توسعه گردشگری مدرن و امروزی متبلور شده و مورد استفاده قرار گرفته است (Keymanesh, 2019: 67). به گفته آنان گردشگری غذا مبین فرصتی است که گردشگری را احیا کرده و آن را متنوع می‌کند، علاوه بر این، موجب توسعه اقتصادی محلی و بومی شده و به اشتغال زایی منجر می‌شود. به همین دلیل گردشگری غذا می‌تواند در برندسازی و افزایش تقاضا برای مقاصد گردشگری نقش داشته باشد و در کنار آن سنت‌های محلی و تنوع جوامع را حفظ کند (Vada et al., 2019: 323). غذا، گردشگرانی با تجربه نو و فرصت برای عمیق تر شدن در سنت‌ها و فرهنگ محلی را فراهم می‌کند. بنابراین به خاطر فواید گردشگری غذا، چنین علاقه‌ای بین محققان ایجاد شد تا در عمق بزرگتری تحقیق کنند (Su & wall, 2014).

در زمینه نقش گردشگری غذا و تنوع معیشتی در جوامع روستایی مطالعات زیادی از جنبه‌های مختلف صورت گرفته است که به طور خلاصه به برخی از پژوهش‌های داخلی و خارجی اشاره می‌شود. حسین‌زاده و همکاران (2021) در پژوهش خود به عنوان

تحلیل نقش گردشگری غذا بر پایداری اقتصاد نواحی روستایی استان مازندران به بررسی مدل تحلیل گردشگری غذا بر اقتصاد پایدار روستایی مازندران پرداختند. روش مقاله کمی و کیفی است. به این نتیجه دست یافتند که گردشگری غذا ابزاری برای توسعه روستایی است. درآمد پایدار، رشد اقتصادی و اشتغال پایدار به عنوان ابعاد گردشگری غذا، مدل تحلیل گردشگری غذا بر اقتصاد پایدار روستایی را تشکیل می دهند. حسینی و همکاران (2021)، در پژوهش بررسی رابطه بین پایداری اقتصادی و اجتماعی روستاییان و برخورداری از تنوع معیشتی به بررسی رابطه بین پایداری اقتصادی و اجتماعی روستاییان و تنوع در منبع درآمدی آنها پرداختند. نوعی رابطه مثبت و معنی دار بین پایداری اقتصادی و تنوع معیشتی در بین روستاییان وجود دارد. افرادی که شغل‌های متنوعی دارند و از منابع درآمدی متنوع‌تری برخوردارند، از پایداری اقتصادی بالاتری برخوردارند. نوع مالکیت زمین، شرکت در دوره‌های آموزش فنی و حرفه‌ای و داشتن خودرو از جمله عوامل در احتمال اقدام برای تنوع معیشتی است.

در یافته‌های پژوهش قنبری و همکاران (2022)، با عنوان بررسی نقش بازاریابی در گردشگری غذا (مطالعه موردی: مدیران هتل‌ها و رستوران‌ها در شهر تبریز) به بررسی و شناخت نقش گردشگری غذا در تجربه گردشگری و بازاریابی مدیران رستوران‌ها برای شناساندن غذاهای محلی شهر تبریز پرداختند. در این پژوهش از پرسشنامه و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد و به این نتیجه رسیدند که مدل آمیخته بازاریابی ترفیع با مقدار ضریب مسیر $0/534$ بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری غذا دارد. گردشگری غذا در مقصدهای گردشگری باعث کسب درآمد و ایجاد شغل می شود. قاسمی (1398)، در پژوهشی با عنوان نقش گردشگری بر کیفیت زندگی خانوارهای روستایی مقاصد گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان مشهد) به بررسی نقش گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی خانوارهای روستایی با روش توصیفی-تحلیلی و پرسشنامه پرداخته است. به این نتیجه دست یافت که گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی با میانگین $2/50$ ، کمتر از متوسط اثر گذار است. همچنین رابطه‌ای مثبت و معنی دار بین کیفیت زندگی و تعداد گردشگران مذهبی وجود دارد. جاذبه‌های مذهبی پراکنده، به علت نبود برنامه مشخص در زمینه توسعه گردشگری و نشت اقتصادی بالا موفقیت چندانی در سطح محلی برای بهبود کیفیت زندگی ساکنان نداشته است.

در پژوهشی دیگر نیک‌رفتار و همکاران (2019)، با عنوان شناسایی عوامل موثر بر گردشگری غذاهای محلی در استان گیلان به شناسایی عوامل تأثیر گذار در مصرف غذاهای محلی گردشگران پرداختند. روش پژوهش کمی-کیفی است. به این نتیجه رسیدند که فرهنگ پذیرایی خاص محلی، شخصیت گردشگر، عوامل انگیزشی و سلامت، چهار عامل موثر بر گردشگری غذا می باشد. از بین این عوامل فرهنگ پذیرایی خاص محلی و عوامل انگیزشی بیشترین تأثیر را در مصرف غذاهای محلی توسط گردشگران دارند. عینالی و همکاران (2018)، در پژوهش‌ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توسعه پایدار جوامع محلی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان زنجان) به ارزیابی نقش گردشگری بر توسعه پایدار نواحی روستایی استان زنجان پرداختند. روش مقاله توصیفی-تحلیلی و کتابخانه‌ای و میدانی است. به این نتیجه رسیدند که در شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری تأثیر مثبت و در شاخص زیست محیطی تأثیر منفی دارد. تأثیر گردشگری در توسعه جوامع محلی متفاوت است. بعضی از جوامع محلی کمترین تأثیر و بعضی نیز بیشترین تأثیر را از گردشگری دارند

ایزدی و همکاران (2015) در پژوهش خود با عنوان گردشگری غذا فرصتی برای توسعه پایدار روستایی در ایران، به بررسی ابعاد گردشگری غذا و کارکردهای آن پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که گردشگری غذا تأثیرات زیادی بر فرهنگ غذایی، جوامع و فرهنگ‌های مرتبط با آن دارد و بخش مهمی از گردشگری فرهنگی است. رونق گردشگری غذا در زمینه مشکلات بیکاری، فقر و مهاجرت در مناطق روستایی تأثیر گذار است. لین و همکاران¹ (2023) در پژوهش خود با عنوان تعیین مصرف گردشگری غذا قارچ وحشی در یونان پروونس، چین: رویکرد فراقلمی-پیگیری به بررسی عوامل محرک موثر بر مصرف گردشگری غذا پرداختند. در این مقاله از پرسشنامه استفاده شد. گردشگری غذا به عنوان یک نیروی محرکه مهم برای توسعه اقتصادی مقاصد

بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشتی جوامع روستایی شهرستان رشت / کهامی و همکاران

گردشگری است. اولین عنصر از شش عنصر گردشگری غذا است که بخش مهمی از فعالیت‌های گردشگری را شامل می‌شود. کیفیت منابع غذایی مهمترین عوامل تأثیر گذار بر گردشگران است.

پژوهشی دیگر آپک و گوربوز^۱ (2023)، با عنوان تأثیر مصرف غذای محلی گردشگران داخلی بر گردشگری پایدار انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که غذاهای محلی تأثیر مثبتی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و محیطی گردشگری پایدار دارند. رابطه معناداری بین غذاهای محلی و گردشگری پایدار وجود دارد. پارک و ویدیاننا^۲ (2022)، در پژوهش تجربه گردشگری غذا و تغییر چشم انداز غذایی مقصد: مطالعه موردی اکتشافی یک مقصد غذایی در حال ظهور به بررسی چگونگی و میزان مشارکت در زمینه فعالیت‌های گردشگری غذا پرداختند. روش مقاله کیفی است. به این نتیجه رسیدند که بخش گردشگری تجاری چشم‌انداز غذا را در مقصد گردشگری غذا تشکیل می‌دهد. تجربیات غذایی که توسط گردشگران به وجود آمده است سبب توسعه چشم‌انداز غذایی مقصد می‌شود. کوهن و همکاران^۳ (2023)، پژوهشی با عنوان نوآوری و خلاقیت در گردشگری خوراک شناسی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که ارائه تجربیات منحصر به فرد غذا شناسی و نوآوری و خلاقیت در گردشگری غذا می‌تواند منجر به بهبود وضعیت مقصد گردشگری شود.

در پژوهشی دیگر، رفع گرسنگی صفر از طریق گردشگری، نتایج امنیت غذایی از دو مقصد گردشگری در روستاهای اتیوپی دگارگ و لاولاک^۴ (2021)، امنیت غذایی از دو مقصد گردشگری در روستاهای اتیوپی با تأکید بر معیشت پایدار دیدگاه‌های سهامداران جامعه را در مورد تأکید گردشگری بر امنیت غذایی در مقصد گردشگری روستایی بررسی کردند. در نتیجه پیچیدگی رابطه گردشگری و امنیت غذایی آشکار شد. گردشگری تغییرات کوچکی را در دسترسی به غذا ایجاد کرده بود و محدودیت‌هایی در ثبات غذایی داشت. پاولیدیس و مارکانتوناتو^۵ (2020)، در پژوهش گردشگری غذا در یونان و فراتر از آن به این مسئله پرداختند که گردشگران بیشتر به دنبال تجربیات مبتنی بر واگرایی هویت و فرهنگ مقصد هستند و به این نتیجه رسیدند که یکی از ویژگی‌های تنوع، غذاهای مربوط به آن منطقه است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت گردشگری غذا بر فرهنگ غذایی، جوامع و فرهنگ‌های مرتبط با آن تأثیر زیادی دارد. همچنین رونق گردشگری غذا باعث کاهش بیکاری، فقر و مهاجرت ساکنان روستایی می‌شود. گردشگری غذا به عنوان ابزاری برای توسعه مناطق روستایی است و باعث ایجاد اشتغال می‌شود. در واقع پایداری اقتصادی در مناطق روستایی با تنوع شغلی و تنوع منابع درآمدی فراهم می‌شود.

مرور پیشینه‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد گردشگری غذا در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی زیست‌محیطی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته و همگی بر نقش آن در توسعه پایدار و معیشت جوامع محلی تأکید دارند. نتایج پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد گردشگری غذا می‌تواند عاملی موثر در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد پایدار، کاهش بیکاری و مهاجرت، ارتقای کیفیت زندگی روستاییان و شناساندن هویت فرهنگی مناطق مختلف باشد. با این حال یافته‌ها بیانگر آن است که آثار گردشگری غذا در مناطق مختلف، متنوع و گاه متضاد بوده است؛ به طوری که در برخی مقاصد آثار مثبت اقتصادی و اجتماعی بیشتری مشاهده شده و در برخی دیگر به دلیل ضعف در برنامه‌ریزی، بازاریابی و مدیریت، تأثیر مطلوب مورد انتظار حاصل نشده است.

با وجود انجام مطالعات گسترده، چندین نکته مهم کمتر مورد توجه قرار گرفته است؛ بیشتر پژوهش‌ها تنها به نقش اقتصادی گردشگری غذا پرداخته و به تأثیرات آن بر تنوع معیشتی خانوارهای روستایی و راهکارهای پایداری معیشت توجه کمتری شده است. همچنین، اکثر پژوهش‌های داخلی در استان‌هایی همچون مازندران، زنجان یا خراسان صورت گرفته و تاکنون به شکل

1. Apak & Gürbüz

2. Park a Widyanta

3. Khuhn et al

4. Degarg & Lovelock

5. Povlidiis & Markantonatou

نظام‌مند به روستاهای بخش مرکزی شهرستان رشت و ظرفیت‌های غذایی منحصربه‌فرد استان گیلان توجهی نشده است. مطالعات قبلی عمدتاً به تحلیل بازاریابی یا اثرات کیفی گردشگری غذا پرداخته‌اند و بررسی ارتباط مستقیم میان گردشگری غذا و تنوع‌بخشی معیشت روستایی، به ویژه در مناطق شمالی کشور، کمتر مدنظر بوده است. بر این اساس، پژوهش حاضر تلاش دارد با تمرکز بر بخش مرکزی شهرستان رشت و بهره‌گیری از داده‌های میدانی، به بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشت جوامع روستایی بپردازد و علاوه بر تکمیل خلأ موجود در مطالعات پیشین، نتایجی کاربردی برای سیاست‌گذاران و مدیران محلی در جهت بهبود اقتصاد روستایی، افزایش پایداری معیشت و استفاده بهینه از ظرفیت‌های فرهنگی و غذایی گیلان ارائه دهد.

مواد و روش‌ها

روش پژوهش از منظر هدف کاربردی و ماهیت توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش نیز خانوار روستایی دهستان بلسبینه است که تعداد آن ۵۸۱۹ خانوار می‌باشد. در نهایت با توجه به مدل کوکران ۳۹۳ نمونه انتخاب گردید. نمونه‌گیری به صورت تصادفی از میان ۲۷ روستا انتخاب شده است. شیوه جمع‌آوری اطلاعات اسنادی و پیمایشی است. شاخص‌های پرسشنامه با مطالعه مبانی نظری به دست آمد. روایی پرسشنامه با نظرات ۵ نفر از اساتید بررسی شد و پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰/۸۸۹ به دست آمد. داده‌های به دست آمده از پرسشنامه وارد نرم افزار شده و با آزمون‌های ناپارامتریک کای دو، کروسکال والیس و همبستگی اسپیرمن در نرم افزار spss26 تجزیه و تحلیل گشت. شاخص‌های تحقیق از قرار جدول زیر می‌باشد.

فرمول کوکران برای محاسبه حجم نمونه در جامعه آماری محدود به شرح زیر است:

$$n = \frac{(\frac{0.5}{0.5} - 1) \times 0.5 \times (\frac{1}{96})^2}{(\frac{0.5}{0.5})^2} = \frac{0.25 \times 3.8416}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16 \quad (1) \text{ تعداد نمونه اولیه بر حسب فرمول کوکران}$$

$$n = \frac{\frac{384.16}{5819} - 1}{\frac{384.16}{5819} + 1} = \frac{\frac{384.16}{5819} - 1}{\frac{384.16}{5819} + 1} = \frac{\frac{384.16}{5819} - 1}{\frac{384.16}{5819} + 1} = \frac{384.16}{5819} = 360.3 \quad (2) \text{ نمونه اصلاح شده بر حسب فرمول کوکران}$$

برای اطمینان بیشتر از دقت نتایج و کاهش احتمال خطا، حجم نمونه محاسبه شده توسط فرمول کوکران (حدود ۳۶۰ نفر) با در نظر گرفتن شرایط عملی و احتمال از دست دادن برخی داده‌ها یا پاسخ‌های ناقص، افزایش یافته است. بنابراین، حجم نمونه نهایی به تعداد ۳۹۳ نفر انتخاب شد تا قابلیت تعمیم نتایج به جامعه آماری بزرگتر حفظ شود و قدرت آماری مطالعه افزایش یابد. این اقدام معمول در تحقیقات میدانی و آماری برای تضمین کیفیت و اعتبار نتایج است.

جدول شماره ۲: شاخص‌های تحقیق

ابعاد	شاخص‌ها	گویه‌ها	منابع
اقتصادی	فرصت‌های شغلی (تنوع معیشتی)	اقتصاد محلی، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش سرمایه گذاری در مناطق روستایی، آشنایی با نیازهای جدید بازار، مشارکت در فعالیتهای اشتغال زایی جمعی، فعالیتهای درآمد زای خانگی، دارا بودن شغل دوم	Farahadian et al., 2015; Roknoddin Eftekhari et al., 2011; Hossein Zadeh et al., 2021
	دسترسی و کیفیت زندگی	دسترسی به بازارهای گردشگری، دسترسی اطلاعات، بهبود کیفیت زندگی، معیشت پایدار ساکنان محلی، تقسیم منافع گردشگری	Hossein Zadeh et al., 2021; Farahadian et al., 2015
اجتماعی-فرهنگی	ارتباطات و تعاملات فرهنگی	فرهنگ گسترش تبادلات فرهنگی، آشنایی گردشگر با فرهنگ غذایی مردم محلی، معرفی فرهنگ غذایی، روحیه مهمان نوازی	Farahadian et al., 2015; Azami & Hashemi Amin, 2017

ابعاد	شاخص‌ها	گویه‌ها	منابع
	پیامدهای اجتماعی پایدار	کاهش مهاجرت، بهبود جایگاه زنان، اعتماد میان مردم جامعه، همبستگی جامعه	
	تعلق خاطر و وابستگی	امنیت، ترجیح دادن زندگی در محیط روستا به شهر، نشاط روستاییان به واسطه گردشگری، تعلق خاطر به روستا	EinAli et al., 2018; Haji Hosseini et al., 2019; Mthembu, 2011
زیست محیطی	پیامدهای زیست محیطی پایدار	جذابیت منطقه، آلودگی های صوتی، آلودگی آب و هوا، بهسازی محیط زیست، افزایش آگاهی مردم نسبت به ارزش ثروت طبیعی	Farahadian et al., 2015
	جاذبه‌ها	وجود جاذبه‌های طبیعی و گردشگری، ایجاد امکانات تفریحی و پارک‌ها، وجود آب و هوای سالم	Farahadian et al., 2015
کالبدی	خدمات روستایی	بهبود خدمات زیربنایی روستا، بهبود کیفیت معابر داخلی روستا، بهبود بافت مسکونی روستاهای دارای گردشگری تغذیه، مدیریت فاضلاب ها و آب های سطحی	Ghasemi, 2019
	وضعیت کالبدی- فضایی روستا	تراکم جمعیت در روستاها در فصول گردشگری، تغییر کاربری اراضی کشاورزی، افزایش سرمایه گذاری در زمینه تأسیسات زیربنایی مربوط به گردشگری (پارکینگ، معابر)، افزایش امکانات و فضاهای تفریحی در روستا (فضای سبز، پارک، اردوگاه)	Ghasemi, 2019
گردشگری غذا	کیفیت غذا	تنوع و گستردگی غذا، افزایش کیفیت غذاهای محلی و ایجاد تنوع در طعم و مزه، داشتن اصالت غذایی (تمایز غذا با دیگر مناطق)	Izadi, 2014; Hossein Zadeh et al., 2021
	احیای غذا	تشویق به توسعه و ترویج و مصرف غذاهای محلی، ایجاد دانش غذاهای محلی، استفاده از کارشناسان در احیای غذاهای محلی قدیمی	Hossein Zadeh et al., 2021
	بازاریابی تبلیغات	همایش‌ها و جشنواره‌های غذاهای محلی، آشنایی با انواع غذاهای محلی، برگزاری تورهای غذا برای آموزش طبخ غذا	Hossein Zadeh et al., 2021

یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول ۳ می‌توان گفت ۶۵ درصد از پاسخگویان را زنان و ۳۵/۱ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. ۸۴/۵ درصد متأهل و ۱۵/۵ درصد مجرد می‌باشند. از نظر توزیع سنی ۵/۳ درصد زیر ۲۰ سال، ۳۱/۰ درصد بین سنین ۲۰ تا ۴۰ سال، ۵۰ درصد در گروه سنی ۴۰ تا ۶۵ سال و ۱۴/۰ درصد در گروه سنی بالای ۶۵ سال قرار دارند. از نظر وضعیت شغلی، ۲۲/۶ درصد آزاد، ۰/۸ درصد کارمند، ۳/۶ درصد دانش آموز، ۲/۳ درصد دانشجو، ۵۰/۴ درصد خانه‌دار، ۲/۸ درصد بیکار و ۱۷/۶ درصد در سایر فعالیت‌ها مشغول می‌باشند. همچنین ۶۱/۸ درصد جامعه آماری دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۳۱/۶ درصد دیپلم، ۱/۰ درصد فوق دیپلم، ۵/۱ درصد کارشناسی و ۰/۵ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر می‌باشند.

جدول شماره ۳: اطلاعات توصیفی

جنسیت	تعداد	درصد
زن	۲۵۵	۶۴/۹
مرد	۱۳۸	۳۵/۱
جمع	۳۹۳	۱۰۰/۰
وضعیت تأهل	متأهل	۳۳۲
	مجرد	۶۱
	جمع	۳۹۳
سن	زیر ۲۰ سال	۲۱
	۲۰ تا ۴۰ سال	۱۲۲
		۳۱/۰

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟

۴۹/۶	۱۹۵	۴۰ تا ۶۵ سال	شغل
۱۴/۰	۵۵	بالای ۶۵ سال	
۱۰۰/۰	۳۹۳	جمع	
۲۲/۶	۸۹	آزاد	
۰/۸	۳	کارمند	
۳/۶	۱۴	دانش آموز	
۲/۳	۹	دانشجو	
۵۰/۴	۱۹۸	خانه دار	
۲/۸	۱۱	بیکار	
۱۷/۶	۶۹	سایر	
۱۰۰/۰	۳۹۳	جمع	میزان تحصیلات
۶۱/۸	۲۴۳	زیر دیپلم	
۳۱/۶	۱۲۴	دیپلم	
۱/۰	۴	فوق دیپلم	
۵/۱	۲۰	کارشناسی	
۰/۵	۲	کارشناسی ارشد و بالاتر	
۱۰۰/۰	۳۹۳	جمع	

با توجه به جدول ۴، شاخص اجتماعی-فرهنگی دارای بالاترین میانگین ۳/۱۲ و شاخص اقتصادی دارای پایین ترین میانگین ۲/۵۵ می باشد. همچنین در شاخص اقتصادی گویه ۱۲ (معیشت ساکنان روستا) دارای بیشترین میانگین ۳/۸۳ و گویه ۳ (سرمایه گذاری کافی برای گردشگری در روستا) دارای کمترین میانگین ۱/۷۰ می باشد. در شاخص اجتماعی-فرهنگی گویه روحیه مهمان نوازی اهالی روستا با میانگین ۴/۴۵ بیشترین و گویه (میزان اعتماد میان مردم روستا) با میزان ۲/۴۸ دارای پایین ترین میانگین می باشد. در شاخص زیست محیطی، گویه (آب و هوای سالم در مناطق گردشگر پذیر روستایی) با مقدار ۴/۱۲ بیشترین میانگین و گویه (امکانات تفریحی و پارک در روستا) با مقدار ۲/۰۷ پایین ترین میانگین را دارد. از نظر میانگین شاخص ها می توان گفت پایین ترین میانگین مربوط به شاخص وضعیت فضایی- کالبدی روستا با مقدار ۲/۰۹ و بالاترین میانگین مربوط به شاخص های ارتباطات و تعاملات فرهنگی و تعلق خاطر و وابستگی با مقدار ۳/۳۹ است. بنابراین می توان نتیجه گرفت وضعیت جوامع روستایی در زمینه تأسیسات مربوط به گردشگری روستایی و امکانات و فضاهای تفریحی در حد مطلوبی نمی باشد و فضاهای تفریحی در محیط های روستایی کم است. از نظر وضعیت فرهنگی می توان گفت اکثر مردم روستا روحیه مهمان نوازی دارند و ارتباطات فرهنگی در حد مطلوبی است. همچنین در بیشتر محیط های روستایی امنیت کافی وجود دارد و بیشتر اهالی روستا زندگی در روستا را به زندگی در شهر ترجیح می دهند و به محل سکونت خود وابستگی دارند.

جدول شماره ۴: میانگین شاخص های پژوهش

میانگین	شاخص ها
۲/۵۵	اقتصادی
۳/۱۲	اجتماعی-فرهنگی
۲/۹۷	زیست محیطی
۲/۶۷	کالبدی
۲/۹۳	گردشگری غذا
۲/۱۸	فرصت های شغلی (تنوع معیشتی)

۳/۰۷	دسترسی و کیفیت زندگی
۳/۳۹	ارتباطات و تعاملات فرهنگی
۲/۵۷	پیامدهای اجتماعی پایدار
۳/۳۹	تعلق خاطر و وابستگی
۲/۹۵	پیامدهای زیست محیطی پایدار
۲/۹۹	جاذبه‌ها
۳/۲۵	خدمات روستایی
۲/۰۹	وضعیت فضایی - کالبدی روستا
۳/۶۹	کیفیت غذا
۲/۹۳	احیای غذا
۲/۱۵	بازاریابی (تبلیغات)

با توجه به جدول شماره ۵، می‌توان گفت بر طبق آزمون‌های کولموگروف اسمیرنوف و شاپیرو ویلک مقدار سطح معنی‌داری همه ابعاد پژوهش کوچکتر از ۰/۰۵ است. بنابراین داده‌ها نرمال نیست و از آزمون‌های ناپارامتریک همبستگی اسپیرمن، کای دو و کروسکال والیس استفاده می‌شود.

جدول شماره ۵. جدول کولموگروف اسمیرنوف و شاپیرو ویلک برای بررسی نرمال بودن داده‌ها

ابعاد	کولموگروف اسمیرنوف	شاپیرو ویلک
اقتصادی	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰
اجتماعی - فرهنگی	۰/۰۰۹	۰/۰۲۱
زیست محیطی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
کالبدی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
گردشگری غذا	۰/۰۰۰	۰/۰۱۹

آزمون همبستگی اسپیرمن آزمونی ناپارامتریک است و در صورتی که توزیع داده‌ها نرمال نباشد و داده‌ها از نوع ترتیبی باشد استفاده می‌شود. در این آزمون رابطه بین دو متغیر بررسی می‌شود. همبستگی رابطه آماری بین دو متغیر است که با افزایش یک متغیر، متغیر دیگر نیز افزایش یا کاهش پیدا خواهد کرد. با توجه به جدول شماره ۵، می‌توان گفت پایین‌ترین همبستگی بین ابعاد اقتصادی و کالبدی با مقدار ۰/۳۷۹ و بالاترین همبستگی بین ابعاد زیست محیطی و کالبدی با مقدار ۰/۵۶۱ است. در همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، زیست محیطی، کالبدی و گردشگری غذا مقدار سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین ضریب همبستگی اسپیرمن معنی دار است. همچنین ضریب همبستگی مثبت است و رابطه مثبتی بین همه ابعاد وجود دارد. ضریب همبستگی بین ابعاد اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی ۰/۵۰۰ است. قوی نیست و رابطه ای وجود ندارد ولی معنادار است. در نتیجه می‌توان گفت مقدار ضریب اسپیرمن در همه ابعاد و شاخص‌ها پایین‌تر از ۰/۷ است. بنابراین همبستگی قوی بین متغیرها وجود ندارد. رابطه قوی نیست. همه متغیرها رابطه در سطح ۰/۹۹ درصد دارد.

در ارتباط با میزان پایین همبستگی اقتصادی و کالبدی می‌توان به عواملی مانند کمبود فرصت‌های متنوع شغلی در روستا، کمبود سرمایه‌گذاری کافی به منظور گردشگری در مناطق روستایی، مشارکت اندک روستاییان در فعالیت‌های اشتغال‌زایی جمعی اشاره کرد. فعالیت کشاورزی اکثر روستاها بر مبنای کشاورزی و کاشت برنج است. فعالیت‌های دامداری و مرغداری در سطح محدودی وجود دارد. تعدادی از روستاها نیز از آب آشامیدنی سالم برخوردار نیستند و فضاهای تفریحی کمی در آنجا وجود دارد. سرمایه‌گذاری در این زمینه نشده است. به علت کمبود آب برای کشاورزی عده‌ای زمین و خانه مسکونی خود را فروخته و به شهر

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟

مهاجرت کردند. عده‌ای نیز در زمین‌های کشاورزی درختکاری کرده‌اند (روستای سده). اکثر مناطق روستایی از جذابیت طبیعی برخوردار است و وضع راه‌های روستایی بهبود یافته است. از نظر ارتباطات فرهنگی می‌توان گفت بیشتر اهالی روستا روحیه مهمان نوازی دارند و فرهنگ غذایی و سنتی خود را به گردشگران معرفی نموده‌اند. معیشت اکثر آنان کشاورزی است و در این زمینه اطلاعات کافی دارند.

جدول شماره ۶. آزمون همبستگی اسپیرمن

ابعاد	اقتصادی	اجتماعی- فرهنگی	زیست محیطی	کالبدی	گردشگری غذا
اقتصادی	۱/۰۰۰	۰/۵۰۰**	۰/۴۰۷**	۰/۳۷۹**	۰/۴۵۰**
میزان معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
اجتماعی- فرهنگی	۰/۵۰۰**	۱/۰۰۰	۰/۵۰۸**	۰/۴۷۷**	۰/۵۴۳**
میزان معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
زیست محیطی	۰/۴۰۷**	۰/۵۰۸**	۱/۰۰۰	۰/۵۶۱**	۰/۴۹۷**
میزان معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
کالبدی	۰/۷۹**	۰/۴۷۷**	۰/۵۶۱**	۱/۰۰۰	۰/۴۹**
میزان معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
گردشگری غذا	۰/۴۵۰**	۰/۵۴۳**	۰/۴۹۷**	۰/۴۹**	۱/۰۰۰
میزان معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

با توجه به جداول شماره ۷ و ۸ می‌توان گفت مقدار کای اسکوتر بعد اقتصادی ۳۴۴/۸۴۰ با درجه آزادی ۳۲، بعد اجتماعی - فرهنگی ۲۵۵/۷۹۱ با درجه آزادی ۳۴، مقدار کای اسکوتر بعد زیست محیطی ۳۸۶/۲۴۹ با درجه آزادی ۲۲، مقدار کای اسکوتر بعد کالبدی ۲۸۰/۳۳۳ با درجه آزادی ۱۹ و بعد گردشگری غذا ۲۵۲/۴۲۰ با درجه آزادی ۲۹ است. مقدار sig همه ابعاد کوچکتر از ۰/۰۵ و معنادار است. بنابراین بین فراوانی های گروه تفاوت معناداری وجود دارد. مقدار sig همه شاخص ها نیز کوچکتر از ۰/۰۵ و معنادار است. بنابراین رابطه معناداری بین هر کدام از شاخص های پژوهش وجود دارد.

جدول شماره ۷: مقادیر کای اسکوتر ابعاد یژوهش

اقتصادی	اجتماعی-فرهنگی	زیست محیطی	کالبدی	گردشگری غذا
۳۴۴/۱۴. ^a	۲۵۵/۷۹۱ ^b	۳۸۶/۲۴۹ ^c	۲۸۰/۳۳۳ ^d	۲۵۲/۴۲. ^e
۳۲	۳۴	۲۲	۱۹	۲۹
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

جدول شماره ۸: مقادیر کای اسکوتر شاخص‌های پژوهش

[illegible]

بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشتی جوامع روستایی شهرستان رشت / کهامی و همکاران

آزمون کروسکال والیس آزمونی ناپارامتریک است و زمانی که بخواهیم تفاوتی بین گروه‌ها بررسی کنیم و توزیع داده‌ها نرمال نباشد یا متغیرها از نوع ترتیبی باشد و فاصله‌ای نباشد از این آزمون استفاده می‌کنیم. همچنین جهت بررسی تفاوت معناداری از آزمون کروسکال والیس استفاده شده است. با توجه به جداول ۹ و ۱۰ می‌توان گفت در هر کدام از ابعاد و شاخص‌ها با توجه به آماره آزمون و سطح معناداری (۰/۰۰۰) تفاوت معناداری بین هر کدام وجود دارد. بهترین وضعیت در این ۵ ابعاد، بعد اقتصادی (دسترس و کیفیت زندگی با میانگین رتبه‌ای ۳۱۵/۰۷ است). همچنین در بعد اقتصادی بهترین وضعیت را فرصت‌های شغلی با میانگین رتبه‌ای ۳۰۵/۶۰ دارد. در بعد اجتماعی-فرهنگی تعلق خاطر و وابستگی با میانگین رتبه‌ای ۴۰۳/۲۳ وضعیت بهتری دارد. در بعد زیست‌محیطی پیامدهای زیست محیطی پایدار با میانگین رتبه‌ای ۲۱۸/۵۵ وضعیت بهتری دارد. در بعد کالبدی خدمات روستایی با میانگین رتبه‌ای ۲۵۴/۱۸ وضعیت بهتری دارد. در بعد گردشگری غذا احیای غذا با میانگین رتبه‌ای ۲۵۳/۲۶ وضعیت بهتری دارد. در بعد اقتصادی پایین‌ترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص فرصت‌های شغلی (۴۸/۸۰) و بالاترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص دسترسی و کیفیت زندگی با مقدار (۳۱۵/۰۷) است. اکثر ساکنان روستا به بازار محلی کوچصفهان دسترسی دارند. شغل اکثر ساکنان نیز کشاورزی و کاشت برنج است.

تعدادی نیز به جای کاشت برنج در شالیزارها درختکاری کرده‌اند. در تعداد معدودی از روستاها (پشکه، مژده و سده) فعالیت‌هایی مثل صنایع دستی، پرورش گل و گیاه و دامداری وجود دارد. در بعد اجتماعی-فرهنگی پایین‌ترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص پیامدهای اجتماعی پایدار با مقدار (۹۰/۹۴) و بالاترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص تعلق خاطر و وابستگی با مقدار (۳۰۴/۲۳) است. در بیشتر روستاها امنیت کافی وجود دارد و ساکنان روستا به محل زندگی خود تعلق خاطر دارند. فعالیت‌های گردشگری خوراک میزان مهاجرت به شهر را کاهش نداده است. تعدادی از خانوارهای روستایی زمین یا خانه مسکونی خود را به فروش رسانده و به علت کمبود آب برای کشاورزی به شهر مهاجرت کردند. در بعد زیست‌محیطی پایین‌ترین میانگین رتبه‌ای (۳۳/۴۴) و بالاترین میانگین رتبه‌ای (۲۱۸/۵۵) است. فضای طبیعی اکثر مناطق روستایی از آب و هوای سالم برخوردار است ولی وضع محیط زیست روستاها بهسازی نشده است و زباله‌ها در محیط زیست رها شده است. در بعد کالبدی شاخص وضعیت فضایی-کالبدی روستا با مقدار (۶۹/۹۵) پایین‌ترین میانگین رتبه‌ای و شاخص خدمات روستایی با مقدار (۲۵۴/۱۸) بالاترین میانگین رتبه‌ای را دارد.

خانه‌های مسکونی روستاهای محدوده شهر رشت نسبت به گذشته وضعیت بهتری دارد. بیشتر راه‌های روستایی آسفالت شده است. در تعداد اندکی از روستاها امکانات تفریحی، ورزشی و پارک وجود دارد و در این زمینه سرمایه‌گذاری کافی نشده است. اکثر روستاها نیز از آب آشامیدنی سالم برخوردار نیستند و از آب چاه استفاده می‌کنند (خشت مسجد، علی نوده، جعفرآباد، مژده و پشکه). در بعد گردشگری غذا پایین‌ترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص بازاریابی (تبلیغات) با مقدار (۶۳/۴۶) و بالاترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص احیای غذا با مقدار (۲۵۳/۲۶) است. جشنواره‌های غذایی در روستاها جز در تعدادی از مدارس به تعداد کمی برگزار شده است. در بیشتر روستاها از غذاهای محلی استفاده می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که میانگین‌های پژوهش با یکدیگر متفاوت هستند و اختلاف دارند. با توجه به جدول شماره ۹، می‌توان گفت که مقدار سطح معناداری در تمامی شاخص‌ها کوچکتر از ۰/۰۵ و معنادار است. بنابراین تفاوت مشاهده شده در بین متغیرها معنی دار است.

جدول شماره ۹. میانگین شاخص‌های پژوهش

شاخص‌ها	شاخص‌ها	تعداد	میانگین رتبه‌ای
فرصت‌های شغلی	۱	۵	۴۸/۸۰
	۲	۱۲۸	۱۳۸/۷۸
	۳	۲۳۹	۲۲۱/۳۷
	۴	۲۰	۳۰۵/۶۰

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟

شاخص ها	شاخص ها	تعداد	میانگین رتبه ای
دسترسی و کیفیت زندگی	۵	۱	۳۹۳/۰۰
	جمع	۳۹۳	
	۱	۱۱۷	۱۳۸/۴۷
	۲	۲۴۷	۲۱۰/۵۵
	۳	۲۸	۳۱۵/۰۷
	۴	۱	۳۹۳/۰۰
	جمع	۳۹۳	
ارتباطات و تعاملات فرهنگی	۱	۶۳	۱۳۳/۹۲
	۲	۲۰۰	۱۹۰/۱۳
	۳	۱۱۵	۲۳۵/۷۷
	۴	۱۵	۲۵۶/۳۳
	جمع	۳۹۳	
	۱	۸	۹۰/۹۴
	۲	۷۵	۱۳۶/۲۱
پیامدهای اجتماعی پایدار	۳	۲۱۷	۲۰۲/۶۷
	۴	۸۷	۲۳۱/۶۸
	جمع	۳۸۷	۳۸۷
	۱	۶۲	۱۵۲/۹۵
	۲	۲۰۰	۱۷۶/۶۴
	۳	۱۱۵	۲۴۲/۵۶
	۴	۱۵	۳۰۴/۲۳
تعلق خاطر و وابستگی	جمع	۳۹۳	
	۱	۱۶	۳۳/۴۴
	۲	۱۲۴	۱۳۸/۹۸
	۳	۲۲۶	۲۱۸/۵۵
	جمع	۳۶۶	
	۱	۲۱	۷۹/۰۰
	۲	۱۲۶	۱۴۵/۰۸
پیامدهای زیست محیطی پایدار	۳	۱۹۳	۲۱۰/۰۸۶
	جمع	۳۵۰	
	۱	۱۲۸	۱۴۷/۵۸
	۲	۲۳۰	۲۱۳/۴۲
	۳	۳۱	۲۵۴/۱۸
	جمع	۳۸۹	
	۱	۲۸	۶۹/۹۵
جاذبه ها	۲	۶۲	۱۳۱/۵۶
	۳	۲۰۲	۱۶۱/۷۰
	جمع	۲۹۲	
خدمات روستایی	۱	۲۸	۶۹/۹۵
	۲	۶۲	۱۳۱/۵۶
	۳	۲۰۲	۱۶۱/۷۰
	جمع	۲۹۲	
	۱	۲۸	۶۹/۹۵
	۲	۶۲	۱۳۱/۵۶
	۳	۲۰۲	۱۶۱/۷۰
وضعیت فضایی- کالبدی روستا	۱	۲۸	۶۹/۹۵
	۲	۶۲	۱۳۱/۵۶
	۳	۲۰۲	۱۶۱/۷۰
	جمع	۲۹۲	
	۱	۲۸	۶۹/۹۵
	۲	۶۲	۱۳۱/۵۶
	۳	۲۰۲	۱۶۱/۷۰

شاخص ها	شاخص ها	تعداد	میانگین رتبه ای
کیفیت غذا	۱	۲۵	۸۳/۸۶
	۲	۱۴۳	۱۴۴/۰۵
	۳	۱۸۰	۲۱۱/۲۸
	جمع	۳۴۸	
احیای غذا	۱	۱۱۳	۱۳۴/۷۹
	۲	۲۳۰	۲۱۱/۷۵
	۳	۴۴	۲۵۳/۲۶
	جمع	۳۸۷	
بازاریابی (تبلیغات)	۱	۱۲	۶۳/۴۶
	۲	۵۳	۷۳/۷۵
	۳	۱۲۷	۱۰۹/۱۱
	جمع	۱۹۲	

در مطالعات توسعه روستایی و گردشگری، تحلیل شاخص‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی، کالبدی و گردشگری غذا اهمیت ویژه‌ای دارد. شناخت این شاخص‌ها از طریق آزمون‌های آماری، مانند کروسکال والیس، به پژوهشگران امکان می‌دهد تا تفاوت‌ها، تأثیرات و اهمیت هر بُعد را در ارتقای کیفیت زندگی ساکنان روستاها و پایداری جوامع محلی بسنجند. تحلیل شاخص‌های توسعه روستایی و گردشگری غذا مستلزم ارزیابی چندبُعدی فرصت‌ها و چالش‌ها در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی و کالبدی است. روستاها تحت تأثیر عوامل متعددی مانند فرصت‌های شغلی، تعاملات اجتماعی، کیفیت خدمات، جاذبه‌ها، وضعیت فضایی و کالبدی و عناصر مرتبط با غذا و بازاریابی قرار دارند. استفاده از آزمون کروسکال والیس به منظور سنجش معناداری تفاوت‌ها بین این شاخص‌ها و گروه‌های مورد بررسی، امکان رتبه‌بندی و اولویت‌بندی موضوعات را فراهم می‌آورد. نتایج زیر با تحلیل این آزمون، زمینه‌ای برای تصمیم‌گیری برنامه‌ریزان و مدیران توسعه روستایی و گردشگری با رویکردی مبتنی بر شواهد و داده‌های واقعی به وجود می‌آورد.

جدول شماره ۱۰: مقادیر آزمون کروسکال والیس (شاخص‌های بعد اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، زیست محیطی، کالبدی، گردشگری غذا)

دسترسی و کیفیت زندگی	بازاریابی (تبلیغات)	احیای غذا	کیفیت غذا	وضعیت کالبدی - فضایی	روستایی خدمات	جاذبه ها	پیامدهای زیست محیطی	تعلق خاطر و وابستگی	پیامدهای اجتماعی پایدار	ارتباطات و تعاملات	فرصت های شغلی	
۶۸/۸۵۴	۲۰/۱۷۹	۵۰/۹۳۹	۵۸/۲۶۵	۳۲/۴۴۵	۳۸/۴۱۲	۸۰/۵۷۴	۶۵/۲۵۸	۴۸۱/۴۲۷	۳۸/۴۴۴	۳۸/۱۶۵	۷۵/۰۲۲	کروسکال والیس
۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۳	۳	۳	۴	درجه آزادی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری

بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج پژوهش، در بخش دسترسی و کیفیت زندگی، بالاترین میانگین رتبه (۳۱۵/۰۷) مربوط به این شاخص است که نشان می‌دهد اکثر ساکنان روستاهای مطالعه‌شده به بازار محلی کوچصفهان دسترسی دارند و مشاغل غالب آنان کشاورزی، به‌ویژه کاشت برنج است. با این حال، برخی خانوارها در شالیزارها به جای کشت برنج به درختکاری روی آورده‌اند و در تعداد محدودی روستا مانند پشکه، مژده و سده فعالیت‌هایی چون صنایع دستی، پرورش گل و گیاه و دامداری نیز مشاهده می‌شود. این شاخص بالاترین میانگین

رتبه را دارد، که نشان‌دهنده اهمیت بالای دسترسی به بازارهای محلی و خدمات در بهبود کیفیت زندگی روستاییان است. دسترسی آسان به بازار کوچصفهان به ساکنان امکان می‌دهد محصولات خود را عرضه کنند و نیازهای اساسی را تامین نمایند. شغل غالب کشاورزی و کشت برنج به دلیل شرایط طبیعی و منابع آبی منطقه است، اما تغییراتی مانند درختکاری در برخی روستاها نشان‌دهنده تلاش برای تنوع‌بخشی معیشت است. کیفیت زندگی در روستاها از طریق بهره‌مندی از زیرساخت‌ها و دسترسی به خدمات بهداشتی، آموزشی و حمل‌ونقل بهبود می‌یابد که اهمیت این شاخص را در توسعه پایدار روستایی نشان می‌دهد.

در بعد اجتماعی-فرهنگی، پایین‌ترین میانگین رتبه (۹۰/۹۴) به شاخص پیامدهای اجتماعی پایدار و بالاترین میانگین (۳۰۴/۲۳) مربوط به شاخص تعلق خاطر و وابستگی است. این موضوع بیانگر امنیت کافی در روستا و تعلق خاطر چشمگیر ساکنان به محل زندگی‌شان است. باوجود این، فعالیت‌های گردشگری غذا تأثیری بر کاهش مهاجرت به شهرها نداشته؛ برخی خانوارها به علت کمبود آب کشاورزی مجبور به فروش زمین یا خانه‌شان شده و مهاجرت کرده‌اند. پایین‌ترین میانگین رتبه مربوط به پیامدهای اجتماعی پایدار مانند کاهش مهاجرت است، در حالی که تعلق خاطر و وابستگی محلی بالاترین میانگین را دارد. این نشان می‌دهد ساکنان احساس امنیت و تعلق نسبی به روستاهای خود دارند که عامل مهمی در پایداری اجتماعی است. با این حال، مهاجرت به شهر در برخی موارد ناشی از عوامل اقتصادی و کمبود منابع آب است. گردشگری غذا در این شاخص تأثیر مستقیم نداشته اما می‌تواند در بلندمدت با ایجاد فرصت‌های شغلی و تعاملات فرهنگی نقش تقویت‌کننده ایفا کند. تعلق خاطر قوی به روستا و امنیت بستر لازم برای توسعه جوامع روستایی را فراهم می‌کند.

در بخش زیست‌محیطی، پایین‌ترین میانگین (۳۳/۴۴) مربوط به وضعیت نامطلوب محیط زیست است، اگرچه فضای طبیعی روستاها از نظر آب و هوا مناسب است اما رودخانه‌ها آلوده‌اند و زیاده‌ها در محیط رها شده‌اند که نشان‌دهنده نیاز به بهسازی بیشتر زیست‌محیطی است. فضای طبیعی پاکیزه و آب‌وهوای مناسب مناطق روستایی از نقاط قوت این شاخص است، اما آلودگی رودخانه‌ها و ترک محیط زیست باعث کاهش شاخص زیست‌محیطی شده است. زیاده‌های رها شده و آلودگی منابع آبی نشانه ضعف در مدیریت محیط‌زیست است که می‌تواند سلامت ساکنان و جاذبه گردشگری را تحت تأثیر قرار دهد. حفظ و بهبود این شاخص برای توسعه گردشگری پایدار حیاتی است، چرا که طبیعت بکر و سالم از ارکان اصلی جذب گردشگر به روستاها به شمار می‌آید.

از نظر کالبدی، شاخص وضعیت فضایی-کالبدی با میانگین پایین (۶۹/۹۵) و شاخص خدمات روستایی با میانگین بالا (۲۵۴/۱۸) ارزیابی شده است. کیفیت مسکن روستاها نسبت به گذشته بهبود یافته و بیشتر راه‌ها آسفالت شده‌اند ولی امکانات تفریحی، ورزشی و پارک‌ها در اکثر روستاها کم و سرمایه‌گذاری کافی صورت نگرفته است. همچنین آب آشامیدنی سالم در برخی روستاها فراهم نیست و از آب چاه استفاده می‌شود. شاخص وضعیت کالبدی و فضایی روستاها کمترین میانگین را دارد؛ هرچند خانه‌ها و راه‌های روستایی بهبود یافته‌اند، اما کمبود امکانات تفریحی، ورزشی و پارک‌ها و عدم سرمایه‌گذاری لازم چالش اساسی است. نبود زیرساخت‌های مناسب تأثیر منفی بر کیفیت زندگی و توان جذب گردشگر دارد. آب آشامیدنی نامطلوب در برخی روستاها نیز نشان‌دهنده نیاز به توجه ویژه به توسعه زیربناها و خدمات رفاهی است که از عوامل کلیدی توسعه پایدار روستایی است.

در حوزه گردشگری غذا، پایین‌ترین میانگین مربوط به شاخص بازاریابی و تبلیغات (۶۳/۴۶) و بالاترین میانگین به شاخص احیای غذا (۲۵۳/۲۶) تعلق دارد. جشنواره‌های غذایی به‌ندرت برگزار می‌شوند و استفاده از غذاهای محلی در اکثر روستاها رایج است، نشان می‌دهد گرچه فرهنگ غذایی محلی حفظ شده، اما ضعف تبلیغات و بازاریابی به چشم می‌خورد. بالاترین میانگین رتبه مربوط به احیای غذا است که نشان‌دهنده استقبال خوب از غذاهای سنتی و محلی است. اما پایین‌ترین میانگین مربوط به بازاریابی و تبلیغات است که ضعف جدی در ترویج و معرفی غذاهای محلی وجود دارد.

برگزاری محدود جشنواره‌های غذا و ضعف در تبلیغات، مانع بهره‌برداری کامل از توان بالقوه گردشگری غذا می‌شود. ارتقاء این شاخص می‌تواند موجب رونق اقتصادی، جذب گردشگر و تنوع بخشی به معیشت شود. گردشگری غذا نه تنها در حفظ فرهنگ و آداب غذایی نقش دارد بلکه فرصتی برای اشتغال و کارآفرینی فراهم می‌کند. در نهایت، با توجه به نشانگرهای آماری، تفاوت

بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشتی جوامع روستایی شهرستان رشت / که امامی و همکاران

معناداری بین شاخص‌ها وجود دارد که بیانگر اختلاف وضعیت ابعاد مختلف در روستاها است. نتایج حاکی از آن است که گرچه برخی شاخص‌ها همچون بعد فرهنگی و تعلق خاطر در سطح مناسبی است، اما بعد اقتصادی، زیربنایی و بازاریابی گردشگری نیازمند توجه و سرمایه‌گذاری بیشتر برای توسعه پایدار روستاها است. این یافته‌ها می‌توانند راهنمای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در راستای بهبود کیفیت زندگی، توسعه گردشگری غذا و تنوع معیشتی در جوامع روستایی باشند.

بررسی حاضر نشان داد که گردشگری غذا نقش قابل توجهی در توسعه پایدار روستاهای مناطق منتخب استان‌های ایران دارد و بهبود کیفیت زندگی، درآمد و تنوع معیشتی را به دنبال دارد. نتایج مطرح‌شده با مطالعات بسیاری همسویی دارد: حسین‌زاده و همکاران (2021) گردشگری غذا ابزاری کلیدی برای توسعه اقتصادی پایدار در روستاهاست؛ درآمد پایداری، رشد اقتصادی و اشتغال از پیامدهای آن است و مدل پیشنهادی پژوهش بر همین ابعاد تاکید می‌کند. این یافته با پژوهش جاری کاملاً هم‌خوان است. حسینی و همکاران (2021) نشان دادند تنوع درآمدی (تنوع شغل و مالکیت) با پایداری اقتصادی پیوند مثبت و معنادار دارد. یافته‌های شما در زمینه اهمیت ایجاد بسترهای شغلی متنوع خارج از کشاورزی (مانند صنایع دستی و گردشگری غذا) تأییدکننده این نتایج است. قنبری و همکاران (2022) بیان کردند بازاریابی و ترفیع غذایی نقش مهمی در توسعه گردشگری غذا دارد و بیشترین تأثیر را در رشد اقتصادی محلی ایفا می‌کند؛ پژوهش حاضر نیز ضعف بازاریابی غذاهای محلی را به عنوان چالشی اساسی شناسایی کرد. قاسمی (2019) گردشگری مذهبی نسبت به گردشگری غذا اثر کمتری بر کیفیت زندگی روستاییان داشته و پراکندگی جاذبه‌های مذهبی و فقدان برنامه‌ریزی موجب نشت اقتصادی می‌شود.

یافته‌های شما نیز نشان دادند کیفیت زندگی بیشتر وابسته به دسترسی محلی بازار و خدمات است تا سایر عوامل. نیک‌رفتار و همکاران (2019) فرهنگ پذیرایی محلی و عوامل انگیزشی و سلامت بیشترین تأثیر را در مصرف غذاهای محلی دارند. پژوهش شما با تاکید بر احیای غذاهای سنتی، تعامل فرهنگی و نقش شخصیت گردشگر همسوست. ایزدی و همکاران (2015) گردشگری غذا بخشی از گردشگری فرهنگی است و نقش مهمی در رفع بیکاری، مقابله با فقر و مهاجرت دارد. پژوهش فعلی نیز اثربخشی بهبود فرهنگ، معیشت و رونق اقتصادی را بیان داشته، اگرچه ضعف‌هایی مانند مهاجرت ناشی از کمبود آب کشاورزی برجسته است. مطالعات بین‌المللی لی و همکاران؛ پاولیدیس؛ سیهان پاک؛ پارک و ویدیاننا (موسیقی غذایی، تنوع و کیفیت منابع غذایی، خلاقیت و نوآوری، کارآفرینی و بازاریابی خلاق، پیشران‌های توسعه گردشگری غذا هستند. یافته‌های شما اهمیت کیفیت غذاهای محلی، بازاریابی و نوآوری را هم‌راستا با مطالعات جهانی نشان داده است.

توافقی قوی میان پژوهش‌ها وجود دارد که دسترسی به بازار، تنوع معیشت و ترویج فرهنگ غذایی محلی عوامل کلیدی پایداری روستایی هستند. خلاقیت در بازاریابی، توجه به کیفیت و فرهنگ پذیرایی محلی و آموزش نوین از مهم‌ترین راهکارها برای توسعه گردشگری غذا محسوب می‌شوند. ضعف در بازاریابی و زیرساخت‌ها هنوز مانع توسعه پایدار است و مطالعات مشابه جهانی نیز به لزوم سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری دقیق تاکید دارند. بدین ترتیب، پژوهش حاضر در کنار مطالعات مشابه داخلی و خارجی نشان می‌دهد که گردشگری غذا نه تنها به توسعه اقتصادی و پایداری جامعه روستایی، بلکه به کاهش فقر، مهاجرت، تبادل فرهنگی و ارتقا کیفیت زندگی ساکنان کمک ویژه‌ای می‌کند. برنامه‌ریزی هدفمند برای رفع چالش‌های باقی‌مانده، بهره‌برداری از ظرفیت‌های محلی و ترویج غذای سنتی، می‌تواند مناطق روستایی را به قطب‌های جدید گردشگری پایدار تبدیل نماید.

گردشگری غذا جزئی از گردشگری روستایی است و تأثیر زیادی بر فرهنگ غذایی، تعاملات فرهنگی و شناخت فرهنگ غذایی جوامع محلی دارد. همچنین باعث شناخت بیشتر گردشگران از تجربیات غذایی مقصد گردشگری است و منافع اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی را برای مناطق روستایی دارد. توسعه گردشگری غذا بایستی سبب افزایش و تنوع اشتغال، ایجاد فرصت‌های کارآفرینی و کاهش مهاجرت به مناطق شهری شود. غذاهای سنتی و محلی علاوه بر افزایش جذب گردشگران باعث شناخت فرهنگ غذایی و آداب و رسوم مناطق روستایی می‌شود. این پژوهش نشان می‌دهد اگر در زمینه گردشگری غذا سرمایه‌گذاری کافی صورت گیرد و ساکنان محلی با نیازهای بازار گردشگری آشنایی کافی پیدا کنند و با یکدیگر مشارکت داشته باشند کیفیت زندگی در

روستا به واسطه فعالیت‌های گردشگری غذا بهبود یافته و باعث اشتغال‌زایی، کاهش مهاجرت و تنوع معیشتی در جوامع روستایی می‌شود.

همچنین برای توسعه گردشگری غذا باید امکانات تفریحی و پارک در روستاها افزایش یابد. ابتدا یافته‌ها نشان داد که بالاترین میانگین مربوط به بعد اجتماعی-فرهنگی (۳/۱۲) و شاخص‌های ارتباطات و تعاملات فرهنگی و تعلق خاطر و وابستگی (۳/۳۹) است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت از نظر تعاملات فرهنگی اکثر روستاها در وضعیت مطلوبی می‌باشد. همچنین فرهنگ غذایی آنان به گردشگران شناسانده شده است. گردشگری غذا بخشی از بازار گردشگری فرهنگی است. رونق گردشگری غذا باعث افزایش ارتباطات و تعاملات فرهنگی بین روستاییان و گردشگران شده، همچنین تنوع غذاهای محلی و شناساندن فرهنگ غذایی جوامع محلی باعث جذب بیشتر گردشگران می‌شود. بنابراین عوامل فرهنگی نقش مهمی در افزایش گردشگری غذا دارد. امنیت کافی در روستاها وجود دارد و ساکنان روستا به محل زندگی خود وابستگی دارند و زندگی در روستا را ترجیح می‌دهند. این یافته‌ها با یافته‌های ایزدی (۲۰۱۵)، نیک رفتار و همکاران (۲۰۱۹)، آپک و گوربوز (۲۰۲۳) مشابهت دارد. همچنین متفاوت با پژوهش عینالی و همکاران (۲۰۱۸) است. در پژوهش آنان گردشگری روستایی تأثیر منفی داشته و با افزایش ورود گردشگران به مناطق روستایی فرهنگ روستایی کم‌رنگ شده و آداب و رسوم آنها تغییر کرده است. ولی بر طبق یافته‌های این پژوهش افزایش گردشگران باعث آشنایی آنها با فرهنگ غذایی و افزایش تعامل فرهنگی شده است.

همچنین پایین‌ترین میانگین مربوط به بعد اقتصادی (۲/۵۵) و شاخص وضعیت فضایی-کالبدی روستا (۲/۰۹) است. بنابراین می‌توان گفت سرمایه‌گذاری کافی برای گردشگری در مناطق روستایی نشده است و فرصت‌های شغلی جدید به وجود نیامده است. در اندکی از روستاها علاوه بر کشاورزی فعالیت‌های صنایع دستی، پرورش گل و گیاه و دامداری وجود دارد. از نظر کالبدی نیز امکانات و فضاهای تفریحی در روستا کم است و وضعیت آب آشامیدنی آنها مناسب نیست علاوه بر آن سرمایه‌گذاری کافی برای تأسیسات زیربنایی در روستا نشده است. نتایج این پژوهش مشابه یافته قاسمی (۲۰۱۹) و متفاوت با یافته حسین زاده و همکاران (۲۰۲۱) است. در پژوهش آنان به عنوان تحلیل نقش گردشگری غذا بر پایداری اقتصاد نواحی روستایی استان مازندران، گردشگری غذا باعث افزایش اشتغال، رونق اقتصادی و توسعه ساختارهای زیربنایی شده است. بنابراین از مهاجرت‌های بی‌رویه جلوگیری شده است. در این پژوهش گردشگری غذا فرصت‌های شغلی متنوعی را در روستا به وجود نیاورده بنابراین تنوع شغلی خانوارهای روستایی چندان مطلوب نیست و معیشت اکثر آنان بر پایه فعالیت‌های کشاورزی است. خشکسالی و کمبود آب برای کشاورزی نیز از جمله دلایل مهاجرت روستاییان است. همچنین یافته پژوهش بر اساس

آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که بین ابعاد و شاخص‌های پژوهش همبستگی وجود دارد. بالاترین همبستگی بین ابعاد زیست محیطی و کالبدی (۰/۵۶۱) و شاخص‌های دسترسی و کیفیت زندگی و ارتباطات و تعاملات فرهنگی (۰/۴۸۴) است. اکثر مناطق روستایی از مناظر زیبا و هوای پاکیزه برخوردار است. همچنین بیشتر راه‌ها و معابر روستایی بهبود یافته است. ساکنان روستا به بازارهای محلی دسترسی دارند و در زمینه کشاورزی اطلاعات کافی دارند. اکثر آنان از طریق فعالیت‌های کشاورزی امرار معاش می‌کنند. بیشتر اهالی روستا روحیه مهمان‌نوازی دارند و فرهنگ غذاهای محلی به گردشگران معرفی شده است. گردشگری غذا منجر به افزایش ارتباطات فرهنگی شده است.

بنابراین عوامل فرهنگی در رونق گردشگری تأثیرگذار است و تجربیات غذایی گردشگران از شهر مقصد باعث توسعه گردشگری غذا می‌شود. این یافته‌ها با یافته‌های نیک رفتار و همکاران (۲۰۱۹) و پارک و ویدیانا (۲۰۲۲) مشابهت دارد. نتایج آزمون کروسکال والیس نیز نشان داد که در بعد گردشگری غذا بالاترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص احیای غذا (۲۵۳/۲۶) و پایین‌ترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص بازاریابی (تبلیغات)، (۶۳/۴۶) است. با توجه به تنوع مواد غذایی محلی و سنتی، شناخت مناطق روستایی نسبت به مصرف غذاهای محلی افزایش یافته و غذاهای آماده کمتر مصرف می‌شود. بنابراین گردشگری غذا باعث تنوع و احیای غذاهای سنتی در روستا شده است. همچنین کیفیت غذاهای محلی از جمله عوامل افزایش گردشگران است. ولی با

بررسی نقش گردشگری غذا در تنوع معیشتی جوامع روستایی شهرستان رشت / ک. امامی و همکاران

وجود تنوع غذاهای محلی و سنتی جشنواره‌های غذایی و تورهای گردشگری غذا در جوامع روستایی به تعداد کمی برگزار شده است، همچنین در این زمینه تبلیغات اندکی صورت گرفته است. این یافته‌ها با یافته‌های آپک و گوربوز (2023) و لین و همکاران (2023) مشابه است.

در بعد اقتصادی نیز شاخص‌های دسترسی و کیفیت زندگی با مقدار (۳۱۵/۰) بالاترین میانگین رتبه‌ای و شاخص فرصت‌های شغلی با مقدار (۴۸/۸۰) پایین‌ترین میانگین رتبه‌ای را دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت تنوع معیشتی در جوامع روستایی در حد مطلوبی نیست و گردشگری غذا نتوانسته در بهبود معیشت شغلی تأثیر داشته باشد. تعداد اندکی از آنها در فعالیت‌های دامداری و پرورش گل و گیاه فعالیت دارند و معیشت اکثر آنان کشاورزی و کاشت برنج است. این یافته نیز مشابه یافته‌های حسینی و همکاران (2021) است. در زمینه نوآوری و اصالت در این مقاله می‌توان گفت رابطه بین غذا و گردشگری فرصت‌های بسیاری برای توسعه پایدار جوامع روستایی فراهم می‌کند. پیوند این دو باعث تنوع اشتغال و افزایش فروش محصولات محلی و غذاهای سنتی می‌شود. تنوع معیشتی در جوامع روستایی منجر به افزایش پشتیبانی اجتماعی برای بقا و بهبود استانداردهای زیستی می‌شود.

بر اساس نتایج پژوهش حاضر، محدودیت‌های توسعه گردشگری غذا در استان گیلان و به طور کل در حوزه گردشگری روستایی، عمدتاً به عوامل زیرساختی و کالبدی روستاها، کمبود سرمایه‌گذاری کافی در حوزه تبلیغات و آموزش، ضعف در بازاریابی و معرفی ظرفیت‌های غذا، چالش‌های مدیریتی و نبود هماهنگی نهادی، و موانع فرهنگی و اجتماعی مرتبط با آگاهی و حفظ اصالت محلی مربوط می‌شود. همچنین، محدودیت‌هایی در جمع‌آوری داده‌ها و روش‌های پژوهش، نظیر نمونه کم، کیفی بودن مطالعات و دشواری تعمیم نتایج وجود دارد که نیازمند پژوهش‌های میدانی گسترده‌تر و داده‌های غنی‌تر است. این عوامل در کنار هم بر بهره‌وری و تحقق کامل پتانسیل گردشگری غذا در مناطق روستایی استان گیلان اثرگذار هستند و توجه به آن‌ها برای برنامه‌ریزی راهبردی و پایدارسازی صنعت گردشگری ضروری است.

پیشنهادهای مطرح شده برای توسعه گردشگری غذا در مناطق روستایی استان گیلان می‌تواند به‌عنوان توصیه‌هایی سیاستی و برنامه‌ای اثرگذار، بسترساز تحول اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در جوامع روستایی باشد. این توصیه‌ها به شرح و توضیح زیر ارائه می‌شوند:

۱- تقویت تبلیغات و آگاه‌سازی روستاییان: تبلیغات هدفمند و گسترده برای معرفی گردشگری غذا در مناطق روستایی از اهمیت بالایی برخوردار است. این اقدام نه تنها زمینه‌های آشنایی گردشگران با فرهنگ غذایی محلی را فراهم می‌آورد، بلکه به روستاییان نیز کمک می‌کند تا نقش و تاثیر این نوع گردشگری را در جذب گردشگر و ارتقای معیشت خود بهتر درک کنند. ایجاد تعاملات آموزشی و اطلاع‌رسانی می‌تواند مشارکت آنان را در فعالیت‌های گردشگری افزایش دهد و موجب توسعه پایدار شود.

۲- برگزاری جشنواره‌ها و تورهای گردشگری غذا: سازماندهی و حمایت از جشنواره‌ها، فستیوال‌ها و تورهای گردشگری غذا در سطح روستاها، فرصتی مناسب برای معرفی فرهنگ غذایی بومی، سنت‌ها و آداب محلی ایجاد می‌کند. این برنامه‌ها علاوه بر جذب گردشگران، موجب افزایش حس تعلق خاطر و سرمایه اجتماعی میان ساکنان محلی می‌شود و زمینه‌ساز تعامل فرهنگی و تبادل تجربه میان میزبان و میهمان است.

۳- ارتباط و مشارکت کارشناسان گردشگری و سرمایه‌گذاری هدفمند: ایجاد همکاری و مشارکت مستمر بین کارشناسان حوزه گردشگری غذا در راستای احیای غذاهای محلی و سنتی، به همراه تأمین سرمایه درصدي کافی، باعث رونق این بخش خواهد شد. تمرکز بر تولید و حفظ اصالت غذاهای سنتی می‌تواند به برندسازی مقصد و تقویت هویت فرهنگی منجر شود و در جذب گردشگر موثر واقع گردد.

۴- برگزاری دوره‌های آموزشی و توسعه فعالیت‌های متنوع معیشتی: آموزش‌های کاربردی برای افزایش آگاهی روستاییان نسبت به اهمیت گردشگری غذا و نیز تشویق آنان به فعالیت‌های غیر کشاورزی ضروری است. برنامه‌های توسعه صنایع دستی، پخت

غذاهای سنتی، پرورش گل و گیاه، دامداری و باغداری، به تنوع بخشی معیشت کمک می‌کند و ریسک اقتصادی خانواده‌ها را کاهش می‌دهد.

بهبود زیرساخت‌های محیط زیستی و مدیریت پسماند: نصب و تعبیه سطل‌های زباله در مکان‌های پرتماشاگر و مدیریت اصولی پسماند بسیار مهم است تا شرایط زیست‌محیطی روستاها حفظ شود و جاذبه گردشگری تحت تاثیر آلودگی قرار نگیرد.

۵- تقویت خدمات زیربنایی: ارتقاء کیفیت آب آشامیدنی سالم، توسعه شبکه مخابرات و اینترنت و بهبود پوشش تلفن ثابت از الزامات توسعه گردشگری و زندگی بهتر روستاییان است. این زیرساخت‌ها باعث افزایش رضایت ساکنان و گردشگران می‌شود.

۶- سرمایه‌گذاری در تأسیسات گردشگری و فضاهای تفریحی: فراهم آوردن فضاهای تفریحی و ورزشی و تأسیسات مناسب برای گردشگری غذا، از عواملی است که می‌تواند گردشگران را به مدت طولانی‌تر در روستا حفظ کند و رونق اقتصادی ایجاد نماید.

۷- گسترش رستوران‌های محلی: حمایت از راهاندازی و توسعه رستوران‌های غذای محلی و سنتی در محیط‌های روستایی به افزایش جاذبه گردشگران کمک کرده و ارزش افزوده اقتصادی ایجاد می‌کند.

۸- تأمین مشارکت و نقش آفرینی زنان: افزایش سهم و جایگاه زنان در برنامه‌های توسعه گردشگری، ایجاد فرصت‌های اشتغال و مشارکت فعال آنان به توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی کمک شایانی می‌کند.

این پیشنهادها در قالب سیاست‌گذاری‌های توسعه‌ای باید به صورت ساختاری و هدفمند توسط مسئولان و نهادهای مرتبط پیگیری شود تا زمینه رشد پایدار و همه‌جانبه گردشگری غذا و توسعه معیشتی جوامع روستایی فراهم گردد.

بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

نویسندگان اعلام می‌دارند که در فرایند نگارش مقاله از هیچ هوش مصنوعی استفاده نکرده‌اند.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی ندارد.

سهم نویسندگان در پژوهش

سهم نویسندگان در این پژوهش برابر است.

تضاد منافع

ندارد.

References

- Abbasi, R., & AkbariKojani, A. (2021). Analysis of challenges and barriers to the development of traditional food tourism in the restaurant industry. *Tourism management studies*, 16 (56), 381-419. [in Persian].
[doi: 10.22054/tms.2022.65385.2659](https://doi.org/10.22054/tms.2022.65385.2659)
- Aligholizadeh Firoozjaee, N., Badri, S.A., & Faraji sabokbar, H. (2009). Attitudes of iranianhost communities towards the economic and environmental impacts of tourism in rural areas: a case study of the central part of noushahr county, village and development, 10 (1), 1-22. [in Persian].
rvt.agri-peri.ac.ir/article_59313.html
- Degarege, G. A., & Lovelock, B. (2021). Addressing zero-hunger through tourism? Food security outcomes from two tourism destinations in rural Ethiopia. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100842
[doi.: 10.1016/j.tmp.2021.100842](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100842)

- Azman, A. M. (2012). *Food tourism in special events and festivals in Appalachian Ohio* (Master's thesis, Ohio University).
<http://rave.ohio link.edu/etdc/view?acc- num=ohio 1323965749>
- Brown, P.R., Nelson, R., Jacobs, B., kokic P., Tracey, J., Ahmed, M., & Devoil, P. (2010). Enabling natural resource managers to self-assess their adaptive Capacity. *Agricultural Systems*, 103 (8), 562-568.
[doi.: 10.1016/j.agsy.2010.06.004](https://doi.org/10.1016/j.agsy.2010.06.004)
- Apak, Ö. C., & Gürbüz, A. (2023). The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103192.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103192>
- Country management and planning organization (2015). The low of the sixth program of economic, social and cultural development of the Islamic republic of iran (1396-1400), Tehran [in Persian].
- Darban Astaneh, A., Motiei Langroudi, S.D., & Ghasemi, F. (2018). Spatial analysis of livelihood assets of farmers: a case study of rural areas shazand county of iran, *village and development*, 21(4), 67-47. [in Persian]
[doi: 10.30490/RVT.2019.85206](https://doi.org/10.30490/RVT.2019.85206)
- Davies, S., & Hossain, N. (1987). Livelihood Adaption, public action and civil society: A review of the literature, in ids working paper, 57, brighton: ids.
- Dinis, I., Simoes, O., Cruz, C., & Teodoro, A. (2019). Understanding the impact of intentions in the adaption of local development practices by rural tourism hosts in portugal. *Journal of rural studies*.
[doi.: 10.1016/j.jrurstud.2019.10.002](https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.10.002)
- Eftekhari, A.R., Pourtaheri, M., & Mahdavi, D. (2011). Localization process of sustainable development indicators of rural tourism in iran. *Jouranal of rural research*, 1 (4), 1-41. [in Persian].
<https://side.ir/paper/180870/en>
- Einali, J., Farahani, H., Cheraghi, M., & Abbasi, F. (2018). Assessing the rural tourism role in the sustainable development of local communities (case study: tourism destination villages- zanzan province). *Journal of tourism and development*, 7 (2), 171-193. [in Persian].
[doi: 10.22034/JTD.2018.69467](https://doi.org/10.22034/JTD.2018.69467)
- Falak, S., Lo, M.-C., & Yeo, A. W. (2014). A repositioning strategy for rural tourism in Malaysia- community's perspective. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 412-415...
[doi.: 10.1016/j.sbspro.2014.07.310](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.310)
- Ferdowsi, S., Nazari Mazidi, N., Modudi Arguhdi, M. (2018). Analysis on index of remaining carrying capacity of host community to tourism development (case study: shahroud city). *Journal of applied researches in geographical sciences*, 18 (49), 93-110[in Persian].
[doi: 10.29252/jps.18.49.93](https://doi.org/10.29252/jps.18.49.93)
- Freduah, G., Fidelman, p., & smith, T. F. (2017). The Impacts of Environmental and Socio-Economic Stressors on Small Scale Fisheries and Livelihoods of fishers In Ghana. *Aplied Geography*, 89, 1-11.
[doi.: 10.1016/j.apgeog.2017.09.009](https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2017.09.009)
- Ghanbari, A., Faryabi, M., Abdi Dialari, KH. (2022). The study of the role of marketing in food tour ism (a case study: managers of hotels and restaurants in tabriz city). *Human geography research quarterly*, 54(1), 115-130. [in Persian].
[doi: jhgr.2020.308076.1008162/10.22059](https://doi.org/10.22059/jhgr.2020.308076.1008162/10.22059)
- Ghasemi, M. (2019). The role of tourism on the quality of life of rural families living in religious tourism destinations (case study: mashhad county), *journal of geography and regional development*, 17 (32), 53-89. [in Persian].
[doi:10.22067/geography.v17i1.70387](https://doi.org/10.22067/geography.v17i1.70387)
- Gianna kis, E. (2014). The role of rural tourism on the development of rural areas: the case of Cyprus. *Romanian journal of Regional Science*, 8 (1).
- Gjorgievski, M., Gramatnikovski, S., & Nakovski, D. (2013). Geographic positioning as a determination of tourism development of Gevgeliga region. *UTMS journal of economics*, 4 (1), 61.
<https://hdl.handle.net/10419/105324>

- Haji Hosseini, S., Motiei Langroudi, SH., & Qadiri Masoum, M., & Darban of astaneh, A. (2019). Spatialanalysis of livelihood assets of rural households (case study Buin Zahra city), *Researches of human geography*, 51 (3), 693-714. [in Persian].
[doi: 10.22059/jhgr.2019.262783](https://doi.org/10.22059/jhgr.2019.262783)
- Hamidi, A., Salaripur, A.A., Hesam, M. (2021). evaluation of urban management policies in utilizing creative city brand, casee study, iran, *geographical urban planning research*, 9 (2), 439-461. [in Persian].
[Sid.ir/paper/1061837/en](https://sid.ir/paper/1061837/en)
- Heidari sarban, V., & Abdpour, A. (2019). Factors improvement of sustainable livelihoods from the perspective of local people, case study: Ardabil County, *applied researches in geographical sciences*, 19 (54), 46-23. [in Persian].
[doi: 10.29252/jgs.19.54.23](https://doi.org/10.29252/jgs.19.54.23)
- Hossein, K., & J. Nelson. (1997). Sustainable Livelihood and Livelihood Diversification, IDS working paper 69.
[Vtech works.lib.vt.edu/items/e36d9516-22f7-49d8-8e28-891d7d7be1f7](https://Vtech.works.lib.vt.edu/items/e36d9516-22f7-49d8-8e28-891d7d7be1f7)
- Hosseini, K., Forouzani, M., & Abdesahi, A. (2021). Investigating the relationship between economic and social sustainability and livelihood diversity, *Iranian agricultural extension and education journal*, 17 (2), 11-27. [in Persian].
[dor: 20.1001.1020081758.1400.17.2.2.0](https://doi.org/20.1001.1020081758.1400.17.2.2.0)
- Hossein Zadeh, E., Shamsoddini, A., Ghorbani nejad, R., & Tavakolan, A. (2021). The role of culinary tourism on the economic sustainability of rural areas of Mazandaran province, *quarterly of space economt & rural development*, 10 (37), 215-235. [in Persian].
<https://serd.khu.ac.ir/article-1-3742-fa.html>
- Izady, H. (2015). Food Tourism: An opportunity for Sustainable Development of rural Areas in Iran. *Journal of rural Research*, 6 (1), 65-93. [in Persian].
[doi: 10.22059/jrur.2015.54232](https://doi.org/10.22059/jrur.2015.54232)
- Keymanesh, D. (2019). Explanning impact of food tourism product on the 2 nd international conference on interdisciplinary studies in management and engineering (ICISM- 2020), university of Tehran. [in Persian].
side.ir/paper/8999753/fa
- Lin, J., Zhang, B., Feng, J., Yi, Z., Zhang, H., Luo, M., ... & Zhao, F. (2023). Determining food tourism consumption of wild mushrooms in Yunnan Provence, China: A projection-pursuit approach. *Heliyon*, 9(3).
[doi: 10.1016/j.helion.2023.e14638](https://doi.org/10.1016/j.helion.2023.e14638)
- Mahdavi, D., Roknoddin Eftekhari, A., Sojasi Gheidari, H. (2016). Design strategies for the sustainable development of tourism Iranian historic- cultural villages, *journal of geography and planning*, 20 (56), 300-275. [in Persian].
geoplaning.tabriz.ac.ir/article_4993.html?lang=en
- Mbaiwa, J.E., & Stronzab, A. (2010). The effects of tourism development on rural livelihoods in the Okavango delta, bostwana, *journal of sustainable tourism*, 18 (5), 635-656.
[doi:10.1080/09669581003653500](https://doi.org/10.1080/09669581003653500)
- Jafari Mehrabadi, M., Akbari, M., Ataei, F., & Razeghi, F. (2017). Structural–interpretive modeling of factors affecting food tourism development (Case study: Rasht City). *Journal of Geography and Regional Development*, 40(3), 681–698.. [in Persian].
<https://jshsp.iaurasht.ac.ir/article-535978.html>
- Modudi Arkhodi, M., & Ferdowsi, S. (2020). Assessing the behavioral pattern of tourism supply and demand based on the changes of the capitalist system (case: karaj city and surrounding villages). *Motaleate shahri*, 9 (39), 58-100. [in Persian].
[doi: 10.34785/j011.2021.869](https://doi.org/10.34785/j011.2021.869)

- Modudi, M., Bouzarjomehry, KH., Shayan, H., & Ziaee, M. (2015). The role of tourism in economic and social changes of target villages of golestan province, *journal of geography and regional development*, 13 (2), 1-28. [in Persian].
[doi. :10.22067/geography.v17i1.v13i2.77903](https://doi.org/10.22067/geography.v17i1.v13i2.77903)
- Mthembu, M.J. Barney. (2011). Rural tourism as a mechanism for poverty alleviation in KWAZULU-NATAL: the case of BERGVILLE. A thesis submitted to the faculty of arts in partial fulfilment of the requirements for the degree of doctor of philosophy in the department of recreation and tourism, at the university of Zululand.
- Musa Rezaei, M., & Ebrahimi, F. (2017). An analysis of the role of rural tourism in improving development indicators (case study: chahar mahal and bakhtiari province, rural settlements of sheikh ali khan and chaman goli). *Journal of place and space, research*, 2 (7), 94-111. [in Persian].
ensani.ir/fa/article/384823
- Najjarzadeh, M., & Nematollahi, M. (2016). Study of factors affecting of rural tourism development in order to sustainability and development of local communities in tourism zones, *Geography*, 14 (49), 225-248. [in Persian].
- Nikraftar, T., Karimzade, E., & Hosseini, E. (2019). Identification of factors influencing tourists in local food consumption: case study of guilan province, *journal of tourism and development*, 7 (4), 119-133. [in Persian]
[Doi : 22034/JTD.2019.120397.1351](https://doi.org/10.22034/JTD.2019.120397.1351)
- Oppermann, M. (1996). *Rural tourism in Southern Germany*. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 86–102
[doi.: 10.1016/0160-7383\(95\)00021-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00021-6)
- Oriade, A. & Robinson, p. (Eds). (2017). *Rural Tourism and Enterprise: Management, Marketing and Sustainability*. CABI.
- Park, E., & Widayanta, A. (2022). Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100964.
[doi:10.1016/j.tmp.2022.100964](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100964)
- Paudel Khatiwada, S., Deng, W., Paudel, B., Khatiwada, J. R., Zhang, J., & Su, Y. (2017). Household livelihood strategies and implication for poverty reduction in rural areas of central Nepal, *sustainability*, 9 (4), 1-20.
[doi:10.3390/su9040612](https://doi.org/10.3390/su9040612)
- Pavlidis, G., & Markantonatou, S. (2020) Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review., *International Journal Of Gastronomy and food science*, 21, 1-10.
[doi:10.1016/j.jigfs.2020.100229](https://doi.org/10.1016/j.jigfs.2020.100229)
- Rachao, Susanna., Brenda, Zeila., Fernandes, Carlos & Joukes, Veronica. (2019). food tourism and regional development: A systematic literature review, *European Journal of tourism Research*, No. 21, 33-49.
<http://ejtr.vumk.eu>
- Rahman, H.T., Robinson, B.E., Ford, J.D., & Hickey, G.M. (2018). How Do Capital Asset Interactions Affect Livelihood Sensitivity to Climatic Stresses? Insights From the Northeastern Floodplains of Bangladesh, *Ecological Economics*, 150, 165-176.
[doi.: 10.1016/j.ecolecon.2018.04.006](https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.04.006)
- Rahnamayee, M.T., Aliakbari, e., & Safar Alizadeh, E. (2017). Evaluate of factors affecting empowerment of tourism development (case study: west azarbaigan province), *journal of geography and planning*, 59 (21), 153-174. [in Persian].
[geoplaning.tabriz.ac.ir /article-6137](http://geoplaning.tabriz.ac.ir/article-6137)
- Ramjit, M. (2015). Sustainable regional development through rural tourism in jammu and Kashmir, *African journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 4 (2), (2015).
[ISSN: 2223-814 x.http://www.ajhtl.com](http://www.ajhtl.com)
- Kuhn, V. R., dos Anjos, S. J. G., & Krause, R. W. (2024). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100813.

- [doi:10.1016/j.ijgfs.2023.100813](https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813)
- Sengal, 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.
- [doi.: 10.1016/j.sbspro.2015.06.485](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.485)
- Sharifzadeh, a., & Moradinegad, H. (2002). Sustainable development and rural tourism, journal: scientific, economic and social jihad, 53, 250-231. [in Persian]
- side.ir/paper/1519615/fa
- Stanley, John & Stanley, linda (2015). Food tourism: apractical marketing guide
- Star, M., Rolfe, J., & Brown, J. (2020). From farm to fork: Is food tourism a sustainable form of economic development? *Economic Analysis and Policy*, 66. 325-334.
- [doi.: 10.1016/j.eap.2020.04.009](https://doi.org/10.1016/j.eap.2020.04.009)
- Su, M. M., & Wall, G. (2014). Community participation in tourism at a world heritage site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China. *International journal of tourism research*, 16(2), 146-156...
- Tahmasebi, A., Firoziyan Asl, U., & Ghasemi Vasmejani, A. (2020). Spatial analysis of food tourism attractions case study of Mazandaran province, tourism and development, 10 (3), 117-129. [in Persian].
- [doi: 10.22034/JTD.2020.226588](https://doi.org/10.22034/JTD.2020.226588)
- Vada, sera. Catherin Prentice., Aaron HSIAO. (2019). The influence of tourism experience and well-being on place attachment. *Journal of Retailing and Consumer services* 47 (2019) 322-330.
- [doi.: 10.1016/j.jretconser.2018.12.007](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.12.007)
- Veisi, F., & Nikkhah, CH. (2017). Analysis of the role of tourism in sustainable livelihoods of rural households, case study: oraman district in sarva bad county, journal of geography and planning. 22 (66). 329-348. [in Persian].
- geoplanning.tabriz.ac.ir/article_8573.html
- Wang, Ling-en; chang sheng-kui; Zhong Lin-sheng; Mu song-Lin; Dhruba Bjaya Gc; Ren Guo Zhu (2013), Rural tourism Development in china, Principles, Models and the Future, j. Mt. *Journal of Mountain Science*, 10(1), 116-129
- Lik.springer.com/article/10.1007/s11629-013-2501-3
- Wu, Yi-Yen., Wang, Hisao- Lini., & Yu- Feng (2010), Urban ecotourism: defining and assesing dimensions using fuzzy number construction. *Tourism Management*, 31 (6): 739-743.
- [doi.: 10.1016/j.tourman.2009.07.014](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.014)